



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UN CINE PARA LA CIUDAD DE LOJA”**

*TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
GRADO DE INGENIERA COMERCIAL.*

**AUTORA**

Mayra Lucía Naranjo Sotomayor

**DIRECTOR**

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE

LOJA – ECUADOR  
2015

## CERTIFICACIÓN

Ing. Edison Espinosa Bailón MAE  
DIRECTOR DE TESIS

### CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CINE PARA LA CIUDAD DE LOJA”**, elaborado por la postulante Mayra Lucía Naranjo Sotomayor, previo a la obtención del título de **INGENIERA COMERCIAL**, ha sido dirigida y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Julio del 2015

Atentamente,



Ing. Edison Espinosa Bailón MAE  
DIRECTOR DE TESIS

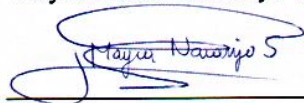
## AUTORÍA

Yo, Mayra Lucía Naranjo Sotomayor declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos y 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:** Mayra Lucía Naranjo Sotomayor

**Firma:**



**Cédula:** 1103520944

**Fecha:** Loja, Julio del 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

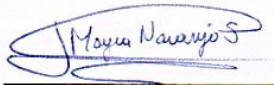
Yo, Mayra Lucía Naranjo Sotomayor, declaro ser autora de la tesis titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CINE PARA LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en Loja ciudad de Loja, a los 24 días del mes de Julio del dos mil quince, firma la autora.

**Firma:**



**Autor:**

Mayra Lucía Naranjo Sotomayor

**Cédula:**

1103520944

**Dirección:**

Loja, Ciudadela “La Argelia”, Calle Alexander Humboldt y Faraday

**Correo Electrónico:** mayralucia71@hotmail.com

**Celular:**

0983431144

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Edison Espinosa Baílón MAE

**Tribunal de grado:**

- Presidente: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.
- Vocal: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.
- Vocal: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico con todo mi amor a mi esposo, a mis hijas, a mis padres, a mis hermanos, y familiares, quienes me brindaron todo su apoyo y fueron ejes fundamentales para mi formación tanto personal como profesional para la culminación de mi carrera.

También este proyecto lo dedico a todas las personas que de varias maneras fueron colaboradores y comprensivos, hasta poder culminar con este objetivo tan importante de mi vida.

Mayra Naranjo

Autora

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero dejar constancia de mi más sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional de Loja, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, quienes con dedicación y solvencia académica impartieron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándome su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Edison Espinosa Bailón Director de Tesis, quien supo guiar la presente con sabios conocimiento para culminar con éxito el presente trabajo.

Mayra Lucía Naranjo Sotomayor

**AUTORA**

**a. TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CINE  
PARA LA CIUDAD DE LOJA”**

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo investigativo hace referencia a un estudio de factibilidad propuesto para establecer la conveniencia o no, de incrementar una empresa de servicio de entretenimiento audio visual en la ciudad de Loja.

Como parte principal este trabajo establece un objetivo general, el cual se enmarca en realizar el estudio de factibilidad para la creación de un cine para la ciudad de Loja.

En virtud del cumplimiento del objetivo general se encamina también el desarrollo de varios objetivos específicos los que servirán de base para cada uno de los estudios sucesivos. Teniendo la determinación de la demanda existente del servicio, se da paso al estudio de mercado y así determinar la oferta y demanda efectiva en la zona de estudio; precisar la capacidad utilizada y la administrativa de la empresa; establecer el estudio financiero con sus activos y pasivos que devengará el proyecto; establecer la organización legal, social y administrativa de la empresa. También se indicará las estrategias de mercado para promocionar el servicio.

La metodología que se emplea se basa en métodos tradicionales como lo son el inductivo, deductivo, descriptivo estadístico y matemático los cuales permitirán



obtener la información que se requiere con la ayuda de las técnicas investigativas, tales como la de observación directa, entrevistas, encuesta y la de fichaje, etc.

El estudio realizado tiene su inicio con el análisis situacional en el que se encierran varias categorías que proporcionaran la comprensión del entorno administrativo y por ende empresarial dentro de las diferentes ramas sectoriales de la prestación de servicio. Seguidamente se enmarca en el proyecto el estudio de mercado, el mismo que permite establecer la relación entre la oferta y la demanda, obteniendo la valoración de la demanda insatisfecha en 609,226 espectadores anuales.

A continuación se ejecuta el estudio técnico el cual faculta la determinación del tamaño del proyecto, es así que con la valoración de la demanda insatisfecha del servicio, se establece la probabilidad en la ejecución de una empresa con las características de prestación de este tipo de servicio, subsiguientemente se obtiene una capacidad instalada para servir a 486,000 espectadores al año, utilizándose el 80% de capacidad instalada, misma que constituye como capacidad utilizada de 388,800 espectadores al año durante el primer año de vida del proyecto, y 446,352 espectadores para el décimo año.

Por ser una empresa de servicio de entretenimiento familiar y social, es necesaria la ubicación cercana al centro histórico de la ciudad de Loja, con la finalidad de encontrarse al alcance de los propios y extraños.

La estructura organizacional de la empresa Cineloja S.A., es de primordial importancia en la realización del proyecto, porque el factor humano es el elemento más destacado en este tipo de empresas, por ser quienes conducirán las actividades administrativas y de servicio de entretenimiento a los usuarios.

Muy importante destacar que el desarrollo del presente estudio se basa única y exclusivamente en los espectadores de la ciudad de Loja; por ello es necesario hacer énfasis que no se involucran más parámetros de mobiliario y espacio físico sino únicamente para la población antes indicada; pero se estima que al momento de poner en marcha el servicio, tener la mayor aceptación por parte de los usuarios utilizar al máximo la infraestructura nueva edificada para el cine. La autora ha considerado relevante indicar este tipo de observación para futuras interrogantes.

Posteriormente se detalla que el desglose del Activos Fijos es de \$ 696.740,48 USD, Activos Diferidos \$ 6.405,00 USD, Capital de Operación \$ 180.621,74 USD, dando un total de Inversión de \$ 883.767,22 USD; se formará una Empresa Bipersonal de Sociedad Anónima, quienes inyectarán en el negocio un total de \$ 500.000,00 USD y la solicitud de un crédito por la cantidad de \$ 383,767.22 USD en la Corporación Financiera Nacional (CFN). El Estado de Pérdidas y Ganancias muestran una utilidad neta de \$ 269,843.25 USD en el primer año y sucesivamente irá incrementándose para los años siguientes.

La evaluación del proyecto determinó que el Valor Actual Neto es positivo con un valor de \$ 747,753.88 USD; la Tasa Interna de Retorno de 29% es mayor que el Costo de Oportunidad del Capital de 11,69%, la Relación del Beneficio Costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$ 1.37 USD de rendimiento, la inversión se recuperará en el cuarto año, 8 meses y 1 día; y, en base al Análisis de la Sensibilidad se demuestra un resultado satisfactorio que permite un 65% de incremento en los costos y una disminución en los ingresos del 27.40%. Finalmente se puede indicar que se ha demostrado la factibilidad de crear una empresa de entretenimiento audio visual.

## **ABSTRACT**

The present investigating work makes reference to a proposed feasibility study to establish the convenience or no, to increment an enterprise of service of audio visual entertainment at Loja city.

As you split this job principally he establishes a general objective, which delimits itself in accomplishing the feasibility study for the creation of a cinema for Loja city. By virtue of the fulfillment of the general objective leads him also the development of several specific objectives the ones that will serve as base for each one of the successive studies. Having the determination of the existent request of the service, step opens into the study of market itself and that way determining the effective supply and demand at the survey area; Specifying the utilized capability and the white-collar worker of the company; Establishing the financial study with his assets that you will earn the project and liabilities; Establishing the legal, social organization and white-collar worker of the company. The market strategies to promote the service will also be indicated.

The methodology that is used is based on traditional methods like are it the inductive, deductive, descriptive statistician and mathematician which will allow obtaining the information that is required with the help of the investigating techniques, I eat such give it direct observation, interviews, opinion poll and give it signing-up, etc.

The realized study has his start with the situational analysis in which several categories that provide the understanding of the administrative surroundings are enclosed and for there entrepreneurial within the different sectorial branches of the fringe benefit of service. Straightaway you delimit in the project the market research, the same that it allows establishing the relation between the offer and the request, getting the assessment from the unsettled request in 609.226 yearly spectators.

From now on which executes the technical study itself the determination of the size of the project authorizes, she is well then with the assessment of the unsettled request of the service, the probability in the execution of a company with the characteristics of fringe benefit of this type of service becomes established, subsequently obtains him an installed capacity to serve 486.000 spectators a year, 80 % of installed capacity is utilized, same that you constitute like capability utilized of 388.800 spectators a year during the first year of life of the project, and 446.352 spectators for the tenth year

In order to be a company himself service of family and social entertainment, the close position to the historic center of Loja city, with the purpose to meet is necessary to the reach of the very and strange.

The company's organizational structure Cineloja S.A, it is of primary importance in the realization of the project, because the human factor is the more element

highlighted in this type of companies, by being that the administrative and service activities of entertainment will lead to the users.

Very important emphasizing that the development of the present study has a base only and exclusively in the spectators of Loja city; Doing emphasis is necessary for it that more parameters of furniture and physical space do not implicate themselves but only for the population before indicated; But you take care of yourself than in a minute to get the service going, to have the bigger approval for part of the users to utilize to the full the new infrastructure edified for the movies. The author has considered relevant to indicate this type of observation for future questions.

At a later time details him that the breakdown of the Fixed Assets comes from \$ 696.740,48 USD, Deferred Asset \$ 6,405.00 USD, Operation Capital \$ 180,621.74 USD, proving to be a total investment of \$883,767.22 USD; two people's Enterprise in Corporation, that they will inject in business \$500,000.00 USD total will take shape and it will be requested of a credit for the amount of \$383,767.22 in the National Finance Corporation (CFN). The Profit And Loss Statement indicate a net profit of \$269,843.25 USD in the first year and it will successively go increasing for the years following.

The project evaluation determined that the net present value is positive with a value of \$ 747,753.88 USD; Internal Rate of Return of 29 % is greater than the opportunity cost of capital of 11.69% , the benefit cost ratio indicates that for every

dollar invested you get \$ 1.37 USD performance , the investment will pay off in the fourth year , 8 months and 1 day ; and , based on the sensitivity analysis a successful outcome that allows a 65% increase in costs and a decrease in revenue of 27.40% it is shown . Finally you can indicate that it has demonstrated the feasibility of creating a company of audio visual entertainment.

### **c. INTRODUCCIÓN**

El sistema empresarial es una de las actividades más sobresalientes en la economía nacional generadora de fuentes de trabajo. Es importante que se conozca sobre las bondades y aprovechamiento de las empresas, con la finalidad de conseguir nuevas herramientas y mecanismos que orienten a los pueblos a mejorar la calidad de vida y lograr el desarrollo socio-económico del país.

La actividad productiva y comercial es sin lugar a duda, el punto de partida de la percepción y creatividad del capitalista de una empresa; analiza las buenas relaciones que se presentan con los consumidores, proveedores, competidores, y con otras empresas internas como externas. La notable carencia de servicios de entretenimiento sano para conseguir rentabilidad hace pensar en una nueva empresa para la ciudad de Loja; y aprovechar la afluencia de turistas tanto del sector como de la región.

La elaboración del presente proyecto se encamina a un estudio de factibilidad de una Empresa para prestar el servicio de reproducción de películas, y más materiales cinematográficos, tomando como base el criterio formal de la ciudadanía en general; con la proyección a satisfacer sus requerimientos.

También se pone a consideración de los inversionistas e instituciones interesados en este tipo de estudios, contribuyendo de esta manera al desarrollo



socioeconómico del sector, con la presentación de proyectos factibles, y se ejecuten, coadyuvando a la creación de empresas, que posibilitarán nuevas fuentes de empleo para la población.

En este documento constan temas, actividades y contenidos prácticos, a efecto de que el lector encuentre una guía orientadora. Consta de las siguientes partes: Metodología Utilizada, misma que se sustenta en la determinación de los métodos de investigación utilizados, las técnicas investigativas aplicadas y el procedimiento seguido en la definición de los cuatro estudios de un proyecto de inversión.

En la Exposición y Discusión de Resultados, se presenta en primer lugar un análisis situacional para conocer el entorno en donde funcionará la nueva idea de negocio, se detalla el Estudio de Mercado con el análisis de la oferta y la demanda para luego presentar un plan de comercialización. En el Estudio Técnico se determina el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto. En el Estudio Administrativo se propone la organización estructural, funcional, y posicional, y el manual de funciones. En el Estudio Financiero se calcula las inversiones, se establecen las fuentes de financiamiento, los presupuestos, los estados financieros y con el flujo de caja se realiza la evaluación financiera aplicando los indicadores VAN, R B/C, PRC, TIR y el Análisis de Sensibilidad.

Concluida la investigación, a continuación se presentan las Conclusiones y Recomendaciones a las que se llega luego del análisis numérico.

Se hace constar un resumen de la presentación y discusión de resultados del proyecto propuesto, definiendo las partes más importantes. Se presenta la bibliografía pertinente, los anexos requeridos y el índice del informe final

#### d. REVISIÓN DE LITERATURA

#### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL:

#### EL CINE EN EL MUNDO



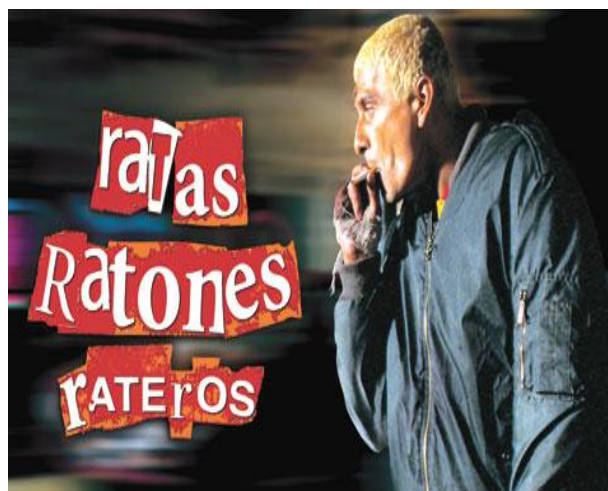
**Figura 1:** La historia del cine  
**Fuente:** Buscador google.com

La historia del cine como espectáculo comenzó en París, el 28 de diciembre de 1895. Desde entonces ha experimentado una serie de cambios en varios sentidos. Por un lado, la tecnología del cinematógrafo ha evolucionado mucho, desde el primitivo cine mudo de los hermanos Lumière, hasta el cine digital del siglo XXI. Por otro lado, ha evolucionado el lenguaje cinematográfico, incluyendo las convenciones del género, creando así los géneros cinematográficos. En tercer lugar, ha evolucionado con la sociedad, surgiendo así distintos movimientos cinematográficos y cinematografías nacionales.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> ARRIBAS Raúl, GARCÍA LOBATO María. Diseño y acondicionamiento acústico y electroacústico de una sala de proyecciones en 3D. Madrid. 2012.

## EL CINE EN ECUADOR:



**Figura 2:** Portada película "Ratas, ratones y rateros"

**Fuente:** <http://www.metroecuador.com.ec/foto-noticias-ecuador/2011/05/15-principal7.jpg>

Podría afirmarse que la producción de cine en el Ecuador inició en la década de 1920, con la producción del primer largometraje argumental ecuatoriano: "El tesoro de Atahualpa", dirigido por el ecuatoriano Augusto San Miguel; además, en la misma década, el italiano Carlos Crespi dirigió el importante documental "Los invencibles shuaras del alto Amazonas".<sup>2</sup>

"Entre 1930 y 1931, el advenimiento del cine sonoro detuvo el desarrollo de la industria cinematográfica nacional, que intentó hacer frente a las nuevas películas por medio de la "sonorización en vivo", es decir, la interpretación de textos y canciones simultáneamente a la proyección, aunque sin éxito. Por eso cerca de dos décadas el cine nacional se dedicó a los documentales, los noticieros y los

<sup>2</sup> GRANDA VILMA. Cronología del cine Ecuatoriano 1874 – 2006. "El cine Ecuatoriano: aquí y ahora". Revista Nacional de Cultura. N°10. 2007.

reportajes turísticos promocionales, con la excepción de dos largometrajes argumentativos en 1950.”<sup>3</sup>

El gran giro del cine nacional llega con "Ratas, ratones y rateros" (1999) de Sebastián Cordero. La película gana Mejor Edición en el Festival del Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana, Mención de Honor en el Festival de Cine de Bogotá y obtuvo una nominación al Goya a Mejor Película Extranjera de Habla Hispana.

La segunda película de Cordero, "Crónicas" (2004), también consiguió reconocimiento internacional. Producida por Alfonso Cuarón y Guillermo del Toro, la cinta fue presentada en la sección *Una cierta mirada de Cannes*, además fue nominada al "Gran Premio del Jurado" en el Festival de Cine de Sundance y candidata a Mejor Dirección en los Premios Ariel.



**Figura 3:** Imagen de laboratorios de producción de cine

**Fuente:** [cinematecanacionalecuador.files.wordpress.com/2014/06/reapertura-consulta.jpg](http://cinematecanacionalecuador.files.wordpress.com/2014/06/reapertura-consulta.jpg)

<sup>3</sup> GRUPO OCÉANO, Enciclopedia del Ecuador, Editorial Océano, 2013, p. 606

## LEY DE CINE PARA ECUADOR



**Figura 4:** Logotipo del Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador

**Fuente:** [www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/qcwq8r2aalk9sbnpc3rwy3l7s3y3bt-full.jpg](http://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/qcwq8r2aalk9sbnpc3rwy3l7s3y3bt-full.jpg)

Durante la década de 1960 se presentó un proyecto de ley para legislar la creación de cine, pero sin éxito. Sin embargo, durante el 2006 se produjeron grandes avances en cuanto la legislación ecuatoriana sobre el cine. En el mes de febrero se publicó la Ley de Fomento del Cine Nacional, y el 18 de octubre de 2006 el presidente de la República, Alfredo Palacio, firmó el Decreto Ejecutivo N. 1969, mediante el cual se establecen las disposiciones para la creación, producción, distribución, comercialización, exhibición de películas y otras actividades que buscan fortalecer el desarrollo de la industria cinematográfica, atendiendo la integración y fomento de la misma. Sin este reglamento ese instrumento jurídico no tenía funcionalidad ni consecuencias prácticas.<sup>4</sup>

La aprobación de este reglamento se produce después de un largo proceso que estuvo liderado por el Colectivo Pro Ley de Cine, en el que unieron esfuerzos Asocine, la Fundación Cero Latitud, la Corporación Cinememoria y Egeda

<sup>4</sup> GRANDA VILMA. Cronología del cine Ecuatoriano 1874 – 2006. “El cine Ecuatoriano: aquí y ahora”. Revista Nacional de Cultura. N°10. 2007.

Ecuador, y que ha contado con el compromiso del Ministro de Educación y Cultura, Raúl Vallejo, y del Presidente de la República”

“A nivel nacional existen varias salas independientes de cine que promueven y difunden el cine nacional. Estos espacios permiten la creación de públicos mediante una red cultural de difusión y fomento que aporta significativamente al trabajo de los cineastas ecuatorianos y a los objetivos trazados por el CNCine”.<sup>5</sup>

#### **SALAS DE CINE EN ECUADOR:**



**Figura 5:** Imágenes interiores y exteriores de las salas de cine.

**Fuente:** [www.ochoymedio.net/wp-content/uploads/2012/02/comp-maaccine2.png](http://www.ochoymedio.net/wp-content/uploads/2012/02/comp-maaccine2.png)

“La primera sala de la cadena de Supercines se ubicó en el centro de Guayaquil, en la Av. 9 de Octubre entre Rumichaca y García Avilés, brindando de esta forma un espacio de cuatro salas con capacidad para 550 espectadores.

La creciente demanda de los Supercines en el Ecuador ha hecho que la División Entretenimiento de Corporación El Rosado, propietaria de la franquicia realice

<sup>5</sup> PIEDRA Gastón. El boom del cine ecuatoriano ¿Mito o Realidad?. Editorial el Telégrafo. 10 de Agosto de 2014.

constantes estudios de mercado que ha dado como resultado la apertura de varios complejos de cines a nivel nacional en las principales ciudades.”

### **Beneficio**

El cine nace como un espectáculo y diversión en el que se aplicaban los descubrimientos de la época. El cine es también un verdadero arte desde sus comienzos. El cine desde su inicio es documento de la vida de la época. Estas tres características, la documental, la artística y la festiva las han conservado en el tiempo y en la ilusión de todos los que se incluyen en su mundo, los que lo fabrican y el público espectador.

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL:**

#### **Empresa:**

“Es una unidad económica que, a partir de la combinación organizada de diferentes factores materiales y humanos, produce un bien o un servicio destinado a conseguir un beneficio económico”<sup>6</sup>

#### **Empresario:**

Es "aquella persona natural o jurídica que generalmente es titular de una unidad de producción o servicio, y como tal, éste asume el riesgo principal de la misma, siendo la circunstancia que lo diferencia del ejecutivo"<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> CALDAS, María Eugenia; REYES CARRIÓN, Herráez; y HERAS FERNÁNDEZ, Antonio. Empresa e iniciativa emprendedora. 1a. ed. España. Editorial Editex S.A. 2009. p. 26.



## **PROYECTO DE INVERSIÓN**

“Un proyecto de inversión, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.”<sup>8</sup>

Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen de manera directa en la oferta y demanda de un producto.

.

El proyecto está formado por los siguientes estudios:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio de organización
- Estudio financiero

## **EL CICLO DE LOS PROYECTOS**

Independiente de su naturaleza en los proyectos de inversión se identifican cuatro fases sucesivas:

- Preinversión
- Promoción, negociación y financiamiento
- Inversión
- Funcionamiento u operación

---

<sup>7</sup> ANDRADE, Simón, Diccionario de Economía, Tercera Edición, Editorial Andrade, 2005. P. 258

<sup>8</sup> <http://definicion.de/proyecto-de-inversion/>



**Figura 6:** Ciclo de vida de un proyecto

**Fuente:** <http://proyectosdeinversion.blogspot.com/2011/05/la-elaboracion-de-proyectos-de.html>

## PREINVERSIÓN

“Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de preinversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados.”<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Círculo de Lectores, Curso Básico de Administración, Editorial Norma, Colombia, 1991.

## **PROMOCIÓN**

En un sentido amplio, la promoción, es una forma de comunicación; por tanto, incluye una serie de elementos que son parte de un proceso que se utiliza para transmitir una idea o concepto a un público objetivo.

## **INVERSIÓN**

“Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.

Las empresas suelen hacer inversiones en todo momento. Algunas son necesarias para su funcionamiento cotidiano (como la compra de computadoras). Otras son concretadas con vistas a futuro, como la compra de una costosa maquinaria que le permitirá incrementar la producción.”<sup>10</sup>

## **OPERACIÓN**

Es la etapa en la que el proyecto comienza con la producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que

---

<sup>10</sup> Enciclopedia del Ecuador. Grupo Océano. 2013.

sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

“La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años.”<sup>11</sup>

**Evaluación de resultados.-** Es importante verificar después de un tiempo razonable de la operación del proyecto, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. La evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inicio el proceso. “La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

1. Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrando en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.

---

<sup>11</sup> Círculo de Lectores, Curso Básico de Administración, Editorial Norma, Colombia, 1991.

2. Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar los proyectos futuros.”<sup>12</sup>

## **ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

Los componentes de un estudio de factibilidad son:

1. Estudio de mercado
2. Estudio Técnico
3. Estudio Administrativo, y
4. Estudio Financiero

El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

“Mercadeo es el proceso de planificar y llevar a cabo el diseño, la fijación de precios, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales ”.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Círculo de Lectores, Curso Básico de Administración, Editorial Norma, Colombia, 1991.

El estudio de mercado es considerado un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información, básicamente esta información corresponde a los clientes, competencia y el mercado que se desea incursionar.

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.

## **COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **MERCADO**

Mercado es cualquier conjunto de transacciones de procesos o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

### **DEMANDA Y OFERTA**

El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda

---

<sup>13</sup> Flores Laime Hugo. Componentes de un Estudio de Mercado. Mayo 2012.

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA:**

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en lugar establecido.

**Demanda potencial (Dp).**- “Es el consumo total de productos o servicios que pueden realizar a la empresa los clientes en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Esta cifra se determina según las proyecciones de crecimiento que manejará la empresa.”

**Demanda Real (Dr).**- La demanda real de mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia “definido”.<sup>14</sup>

**Demanda Efectiva.**- La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre demanda global y oferta global; es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores producción y empleo están en equilibrio.

---

<sup>14</sup> Ilpes. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. Guía para la presentación de Proyectos. México. 1998.

**Demanda Insatisfecha.-** Es la demanda a un producto que no está disponible en el mercado o que no satisface las expectativas del consumidor.

### **ANÁLISIS DE LA OFERTA:**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen a distintos precios en un momento determinado. Existen varios aspectos determinantes para establecer la oferta de un bien o servicios como lo son<sup>15</sup>:

- **El precio del bien:** Se establece que a medida que el precio aumenta, la cantidad ofrecida es mayor. Si el precio disminuye la cantidad es menor. Por lo tanto el precio y la cantidad tienen una relación directa todo el tiempo. El producto debe ser competitivo tanto en calidad como en precio, producir con el mínimo costo y que este sea por lo menos igual al de otras empresas que produzcan artículos semejantes en calidad y cualidades.
- **La tecnología:** A medida que la tecnología se perfecciona y evoluciona, la producción aumenta.
- **La oferta de los insumos:** La abundancia y escasez de los insumos limita la cantidad que ofrece al consumidor.
- **Condiciones meteorológicas:** Hay artículos que solo se producen en ciertas condiciones naturales de la temperatura, lluvia, grado de humedad, etc. La

---

<sup>15</sup> Caldas María Eugenia. Reyes Carrión Herráez. Empresa e iniciativa emprendedora. España 2009.



cantidad que se produzca depende de que las condiciones naturales sean las óptimas.

Al igual que en el caso de la demanda, la estructura del mercado está determinada por el número de clientes.<sup>16</sup>

## **MARKETING**

Lo más importante es reconocer que el marketing relacional es un proceso que en cada una de sus etapas cuenta con elementos analíticos, estratégicos, operacionales y colaborativos. “Posee elementos estratégicos en la medida en que realiza todo un análisis sistemático de la información del cliente y usa esta información como una plataforma de marketing y gestión donde el objetivo es lograr un cliente estable y leal. Su elemento analítico consiste justamente en el análisis concienzudo de la información disponible del cliente que se ha recogido previamente y que se analiza después con las mejores herramientas de la tecnología de la información. Cuenta con un elemento operacional, pues no descuida el servicio al cliente para la satisfacción de cualquier necesidad, y, por último, tiene elementos colaborativos, debido a su afán comunicacional con el cliente, mediante la ayuda de los diferentes canales de comunicación que la tecnología ofrece en la actualidad.

---

<sup>16</sup> Ilpes. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y social. Guía para la presentación de proyectos. México. 1998.

## **PRODUCTO**

El producto es una de las herramientas más importantes de la mezcla de mercadotecnia (4 p's) porque representa el ofrecimiento de toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no lucrativa) a su público objetivo, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y deseos, y de esa manera, lograr también los objetivos de la empresa u organización (utilidades o beneficios como resultado de un proyecto, se debe obtener una visión clara de las características del bien o servicio que se piensa colocar en el mercado.<sup>17</sup>

## **DISTRIBUCIÓN O PLAZA**

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.

## **PRECIO**

Aquí se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

**1. Mecanismo de formación:** existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado, se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:

- Precio dado por el mercado interno.
- Precio dado por similares importados

---

<sup>17</sup> Varela Rodrigo. Innovación Empresarial. Editorial McGraw Hill. Segunda Edición. Colombia 2006.

- Precios fijados por el gobierno
- Precio estimado en función del costo de producción
- Precio estimado en función de la demanda ( a través de los coeficientes de elasticidad)
- Precios del mercado internacional para productos de exportación

**2. Fijación del precio.-** se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

## **PUBLICIDAD**

Para que un producto o un servicio funcionen no depende sólo de la publicidad. Como vemos, en la oferta interviene un conjunto amplio de variables y, a la hora de que el consumidor se decida a elegir, el peso que concede a la publicidad cambia, entre otras razones, de acuerdo con el tipo de producto.<sup>18</sup>

## **ESTUDIO TÉCNICO:**

Dentro del estudio técnico se estudian factores influyentes como: factores que inciden para la compra de maquinaria y equipo, factores que determinan el

---

<sup>18</sup> Varela Rodrigo. Innovación Empresarial. Editorial McGraw Hill. Segunda Edición. Colombia 2006.

tamaño físico de la empresa o negocio, los métodos para su localización, así como los de su distribución, de igual manera tampoco se pueden dejar de lado los procesos de producción. En resumen el estudio técnico se concreta por saber dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué poder ejecutar un proyecto de inversión. Técnicamente pueden existir diversiones procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir en función de su grado de perfección financiera, normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser optima técnicamente, pero no serlo financieramente.<sup>19</sup>

Dentro del Estudio Técnico tenemos:

### **TAMAÑO DEL PROYECTO:**

Dependerá de la capacidad de producción de bienes y/o servicios, dentro de un tiempo considerado normal; así mismo considerando la naturaleza de las operaciones del negocio.

La determinación y análisis de este punto resulta de una importancia muy relevante, por cuanto se deberá tener un amplio conocimiento de la población involucrada en el proyecto de inversión.

---

<sup>19</sup> SAPAG CHAIN, Nassir; (2009); Preparación y Evaluación de Proyectos; Séptima Edición; Editorial McGraw Hill; México D. F.; Pág. 53.

- a. **Capacidad Instalada:** Es aquel factor que demuestra cual será la máxima capacidad de producción tanto de bienes como de servicios, la capacidad instalada funciona en relación a la demanda que se desea cubrir durante el tiempo de vida de la empresa.
- b. **Capacidad Utilizada:** Consiste en el rendimiento o nivel de producción de bienes o servicios, se determina por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un lapso de tiempo determinado.
- c. **Reservas:** Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de la producción.
- d. **Capacidad Financiera:** Como se mencionaba anteriormente, uno de los principales recursos a utilizar en la implementación del presente proyecto, se refiere a los recursos financieros, y el mismo requiere de un mínimo necesario que pretende la busca de un servicio de calidad.
- e. **Capacidad Administrativa:** “Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

Además la empresa, en caso de no estar constituida legalmente, deberá conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal

vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal.”<sup>20</sup>

## **LOCALIZACIÓN**

El estudio y análisis de la localización es un factor de vital importancia por cuanto determina el éxito o fracaso de un negocio, la decisión de la ubicación del proyecto no solo abarca criterios económicos sino también estratégicos e institucionales, técnicos, sociales entre otros.

**Factores de localización.-** Para determinar la localización de proyectos, dependiendo de los costos de los diversos factores económicos, se realiza una evaluación económica y se elige al conjunto que menores costos representen para la puesta en marcha del proyecto. Se recomienda los pasos siguientes:

- Especificar la alternativa de localización en zonas estratégicas.
- Determinar sobre la base al estudio de mercado la demanda anual en cantidades y valor para cada zona.
- Especificar la capacidad de la planta en cada zona.
- Determinar los costos de transporte, requerimiento de insumo, productos por cantidades, valor y kilometraje.
- Conocer las distancias de cada zona con la planta, costos de transporte y capacidad de producción.

---

<sup>20</sup> BACA URBINA Gabriel. Año: 2010. Catálogo USM.

## MACRO LOCALIZACIÓN

Le corresponde a la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

“Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son:

**Costo de Transporte de Insumos y Productos.-** Se trata de determinar si, la localización quedara cerca del insumo o del mercado. La comparación se debe hacer tomando en cuenta pesos, distancias y tarifas vigentes.

También se da el caso que el transporte de las materias primas es menor que el del producto terminado, entonces es necesario localizar la planta cerca del mercado.

**Disponibilidad y Costos de los Insumos.-** Considerando la cantidad de productos para satisfacer la demanda, se debe analizar las disponibilidades y costos de la materia prima en diferentes zonas.

**Recurso humano.-** Existen industrias, cuya localización se determina sobre la base de la mano de obra, esto es cuando se utilizan un gran porcentaje de esta y el costo es muy bajo.

**Políticas de Descentralización.-** Se hacen con el objeto de descongestionar ciertas zonas y aprovechar recursos de materia prima que ofrecen el lugar geográfico.”<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Baca Urbina Gabriel. Año: 2010. Evaluación de Proyectos. Catálogo USM.

## **MICRO LOCALIZACIÓN**

Se refiere a un lugar en específico o exacto, en el cual se implementara o desarrollara la empresa dentro de un mercado local.

“Entre los factores a considerar están:

**Vías de Acceso.-** Se estudian las diversas vías de acceso que tendrá la empresa.

**Transporte de Mano de Obra.-** Se analiza si será necesario facilitar transporte para la mano de obra a utilizar en los procesos productivos.

**Energía Eléctrica.-** Es uno de los factores más importantes para localizar la planta y es preferible ubicarla cerca de la fuente de energía.

**Agua.-** El agua en cantidad y calidad puede ser decisiva para la localización. Es un recurso que se utilizada para todas las actividades humanas. En una industria se usa para calderas, procesos industriales y enfriamientos.

**Valor Terreno.-** En proyectos agropecuarios, la calidad de la tierra juega un papel importante al lado de la disponibilidad de agua superficial del suelo.

**Calidad de mano de obra.-** Investigar si existe la mano de obra requerida de acuerdo a la industria.”<sup>22</sup>

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

“Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa.”<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Baca Urbina Gabriel. Año 2010. Evaluación de Proyectos. Catálogo USM



El objeto de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta.

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

Es la estructura administrativa de la empresa la cual está fundamentada con reglamento y normas, todos relacionados con la actividad empresarial, industrial y de producción, con el fin de cumplir sus objetivos.

Sea cual sea la naturaleza de las empresas o el giro propio del mismo, es importante que se disponga de una estructura para crecer y ser rentables.

“El diseño de una estructura organizacional ayuda a la alta gerencia a identificar el talento que necesita ser añadido a la empresa. La planificación de la estructura asegura que haya suficientes recursos humanos dentro de la empresa para lograr las metas establecidas en el plan anual de la compañía. También es importante que las responsabilidades estén claramente definidas. Cada persona tiene una descripción de las funciones de su trabajo y cada trabajo ocupa su propia posición en el organigrama de la empresa.”

---

<sup>23</sup> VARELA, Rodrigo, (2006). Innovación Empresarial, Segunda Edición; Editorial McGraw Hill; Bogotá, Colombia; Pág. 159.

## **BASE LEGAL**

La Base Legal son una serie de reglamentaciones locales, regionales y nacionales vigentes, para la instalación y puesta en marcha del proyecto, por lo tanto toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- 1. Acta constitutiva.** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- 2. La razón social o denominación.** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- 3. Domicilio.** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
- 4. Objeto de la sociedad.** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- 5. Capital social.** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

**6. Tiempo de duración de la sociedad.** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

**7. Administradores.** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.<sup>24</sup>

## **NIVELES JERÁRQUICOS.-**

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

**1. Nivel Legislativo-Directivo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

**2. Nivel Ejecutivo.-** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombra- do por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la

---

<sup>24</sup> Blanco Adolfo. Formulación y evaluación de Proyectos. Ediciones Torán. Cuarta Edición. España 1999.

gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

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

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

**5. Nivel Auxiliar o de Apoyo.-** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

**6. Nivel Descentralizado.-** Es "desconcentrar el poder de toma de decisiones". La descentralización no se aprecia en el organigrama, pues en éste sí se puede ver quién depende de quién, pero no alcanzamos a apreciar quién es quien toma las decisiones en la organización. Pues, además, en la toma de decisiones intervienen muchos aspectos informales. Por ejemplo, relaciones de parentesco, o el caso de directores de una misma línea jerárquica, pero que informalmente tienen distinto poder a la hora de tomar decisiones.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Byars Lloyd y Rue Leslie. Gestión de Recursos Humanos. Editorial Irwin. Quinta Edición. Madrid España 2008.

## ORGANIGRAMAS

El organigrama es un "modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización"<sup>26</sup>. Muestra las áreas o departamentos de una organización. El organigrama da una visión global de la organización, permite comparar ésta con otras y aclara rápidamente las incongruencias, como las fallas de control, duplicación de funciones, etc.

**Parámetros a respetar en el diseño de organigramas:** claridad, simplicidad y simetría (los niveles de igual jerarquía se ubican a la misma altura), teniendo siempre en cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas.

## CLASES DE ORGANIGRAMAS

**1. Estructural.-** Son aquellos que representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.

**2. Funcional.-** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones básicas de una unidad administrativa. Al detallar las

---

<sup>26</sup> BELL, Martín L., Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias., Edit. Continental S.A., México., 1971

funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia. En este tipo de organigrama se determina que es lo que se hace; pero no como se hace.

**3. Posición.-** También constituye una variación del organigrama estructural y sirve para representar, en forma objetiva, la distribución de personal en las diferentes unidades administrativas. Se indica el número de cargos, denominación del puesto, nombre del representante de cada uno y clasificación en el caso de haberla. En algunos casos se puede incluir la remuneración de cada puesto.<sup>27</sup>

## **MANUALES**

Es la descripción detallada de todos los puestos que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada trabajador cumplirá.

“Los trabajadores podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el periodo, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser

---

<sup>27</sup> Byars Lloyd y Rue Leslie. Gestión de Recursos Humanos. Editorial Irwin. Quinta Edición. Madrid España 2008.

evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión”<sup>28</sup>

## **CLASES DE MANUALES**

Ahora bien, otros aspectos que deben irse detallando y definiendo en ésta etapa del ámbito organizativo del proyecto son:

- “Manual de Organización.
- Manual de Procedimientos Administrativos.
- Manual de Descripción de Puestos.
- Canales de información y comunicación.
- Instrumentos y mecanismos de control (contable-financieros, de producción, etc.).”<sup>29</sup>

## **ESTUDIO FINANCIERO**

El objetivo principal para realizar el estudio financiero es la de identificar los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto así como también busca establecer los indicadores que sustenten la factibilidad del mismo.

Se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para el funcionamiento del

---

<sup>28</sup> BYARS LLOYD, L., y LESLIES W. Rue; (2008); Gestión de Recursos Humanos; Quinta Edición; Editorial Irwin; Madrid España.

<sup>29</sup> BACA URBINA Gabriel. Año: 2010. Catálogo USM.

local, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera.

## **LA INVERSIÓN DEL PROYECTO**

“La inversión son los recursos (sean estos materiales o financieros) necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando se habla de la inversión en un proyecto, se considera a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la ejecución del proyecto.”<sup>30</sup>

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles y,
- Capital de Trabajo

## **INVERSIONES FIJAS**

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.

---

<sup>30</sup> ALEGRE ELERA Jenner F., Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión



- a) **Terrenos y Recursos Naturales.-** Los terrenos son los bienes que no están sujetos a depreciación ni a agotamiento. Los recursos naturales son los que están sujetos a extinción del recurso o que se encuentran en agotamiento.
- b) **Edificios y Construcciones.-** Son los activos sujetos a depreciación porque son activos de vida limitada. Es importante porque es donde se da el proceso para la producción del producto.
- c) **Maquinaria y Equipos.-** Que son las maquinarias, edificios, muebles y enseres, vehículos, activos sujetos a depreciación porque son activos con vida limitada.
- d) **Otros Equipos.-** Son los activos sujetos a depreciación porque son activos de vida limitada.
- e) **Gastos de Instalación.-** Son los activos sujetos a depreciación porque al igual que las edificaciones y construcciones son activos de vida limitada. Estos valores se añaden al activo original.
- f) **Vehículos.-** Son los activos sujetos a depreciación porque son activos de vida limitada. Bienes necesarios para movilización y transporte del producto.
- g) **Muebles y Equipo de Oficina.-** Son los activos sujetos a depreciación porque son activos de vida limitada. Son herramientas específicas para la contabilización, control de producción y venta del producto.
- h) **Envases.-** Activos intangibles que se utilizan en la operación del negocio pero que no tiene sustancia física y no son corrientes.

- i) **Investigaciones Previas y Estudios.-** Activos intangibles que se utilizan en la operación del negocio pero que no tiene sustancia física y no son corrientes.
- j) **Organización y Patentes.-** Activos intangibles que se utilizan en la operación del negocio pero que no tiene sustancia física y no son corrientes.
- k) **Capacitación Personal.-** Activos intangibles, necesario para la preparación del personal para la puesta en marcha y la operación
- l) **Puesta en marcha.-** Activos intangibles que se utilizan en la operación del negocio pero que no tiene sustancia física y no son corrientes.
- m) **Intereses durante la Construcción.-** Activo nominal (intangible), considerado en los gastos de organización.
- n) **Imprevistos.-** Activo intangible, en general corresponde a un porcentaje de la inversión. En el lenguaje contable el término intangible se emplea con un sentido restringido para aquellos activos que producen beneficios parecidos a los que producen los bienes de uso o de renta y que no pueden materializarse físicamente. Se emplean en las actividades principales de la entidad (en la producción, en la gestión comercial o bien en la administrativa) o son contratados a terceros. Asimismo, su capacidad de servicio no se agota ni se consume en el corto plazo y mientras se usan no se transforman en otros bienes ni están destinados directamente a su venta.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> <sup>31</sup> ALEGRE ELERA Jenner F., Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión

## ACTIVOS INTANGIBLES

En el lenguaje contable el término intangible se emplea con un sentido restringido para aquellos activos que producen beneficios parecidos a los que producen los bienes de uso o de renta y que no pueden materializarse físicamente. Se emplean en las actividades principales de la entidad (en la producción, en la gestión comercial o bien en la administrativa) o son contratados a terceros. Asimismo, su capacidad de servicio no se agota ni se consume en el corto plazo y mientras se usan no se transforman en otros bienes ni están destinados directamente a su venta.

## CAPITAL DE TRABAJO O DE OPERACIÓN

Se llama capital circulante o de trabajo el patrimonio en cuenta corriente que requiere la empresa para atender las operaciones de producción y distribución de bienes o servicios. El capital de trabajo también se conoce como activo corriente. Es uno de los aspectos más importantes de un proyecto pero lamentablemente la mayor parte de las veces se lo descuida y en general existe una tendencia a subestimar el monto requerido e ignorar aspectos básicos.<sup>32</sup>

- a) **Efectivo en Caja y Bancos.-** Es un activo circulante, el de mayor liquidez con el que cuenta una organización para cubrir sus inmediatas obligaciones.

---

<sup>32</sup> BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos. Ediciones Torán. Cuarta Edición. España 1999.

**b) Cuentas por Cobrar.-** Son derechos legítimamente adquiridos por la empresa que, llegado el momento de ejecutar o ejercer ese derecho, recibirá a cambio efectivo o cualquier otra clase de bienes y servicios.

**c) Inventarios.-** La base de toda empresa comercial es la compra y venta de bienes o servicios; de aquí la importancia del manejo del inventario por parte de la misma. Este manejo contable permitirá a la empresa mantener el control oportunamente, así como también conocer al final del periodo contable un estado confiable de la situación económica de la empresa.

Ahora bien, el inventario constituye las partidas del activo corriente que están listas para la venta, es decir, toda aquella mercancía que posee una empresa en el almacén valorada al costo de adquisición, para la venta o actividades productivas.

Los inventarios comprenden, además de las materias primas, productos en proceso y productos terminados o mercancías para la venta, los materiales, repuestos y accesorios para ser consumidos en la producción de bienes fabricados para la venta o en la prestación de servicios; empaques y envases y los inventarios en tránsito.

**d) Materiales, Suministros y Repuestos.-** Los materiales, suministros y repuestos están incluidos en el inventario. Los materiales auxiliares, suministros y repuestos agrupa las cuentas divisionarias que representan los materiales diferentes de los insumos principales (materias primas) y los suministros que intervienen en el proceso de fabricación.

Los materiales auxiliares, suministros y repuestos se registrarán a su costo de adquisición, el mismo que incluye todos los costos necesarios para darle su condición y ubicación actual.

- e) Anticipos a Proveedoras y Gastos Pagados por Adelantado.-** En algunas oportunidades, una empresa se ve en la necesidad de hacer un anticipo a cuenta para garantizar el abastecimiento de mercancía o de la prestación del servicio. A esta empresa le surge, por lo tanto, un derecho que será cobrado en el momento en que sea recibida la mercancía o el servicio que ha comprado.

## **FINANCIAMIENTO**

“Si los recursos financieros no son suficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible. De igual forma, si los recursos económicos propios y ajenos permiten elegir entre varios tamaños para los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico para producciones similares, se aconsejará seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital.

Por supuesto, habrá que hacer un balance entre todos los factores mencionados para hacer una buena elección.

Por lo antes expuesto, el propósito del estudio de financiamiento es determinar la manera de captar recursos financieros a fin de destinarlos a la inversión que se analiza en el proyecto.

Esta fase debe estudiarse con sumo cuidado, ya que la ejecución depende en gran medida de que existan los recursos financieros suficientes para efectuar los pagos y adquisiciones en los plazos previstos.”<sup>33</sup>

### **PRIMERA FORMA**

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

**a. Fuentes Internas de Financiamiento.-** Se caracteriza por ser la aportación del socio o capitalistas directamente.

**b. Fuentes Externas de Financiamiento.-** Son todas aquellas gestiones realizadas a entidades financieras u otros organismos para inyectar el dinero necesario.

### **SEGUNDA FORMA**

Cuando el proyecto hará uso de recursos propios y créditos, bajo los siguientes aspectos:

---

<sup>33</sup> BACA URBINA Gabriel. Evaluación de Proyectos. México 2010. Catálogo USM.

**a) Recursos Propios.-** Con capital propio, el cual es aportado al inicio por medio de los capitalistas y responsables del proyecto.

**b) Créditos.-** El financiamiento se obtiene fuera del proyecto, a través de distintos mecanismos e instituciones. El financiamiento se lo puede obtener por medio de bancos, cooperativas de ahorro y crédito.

## **PRESUPUESTOS**

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.<sup>34</sup>

### **Funciones**

1. La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.
2. El control presupuestario es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.
3. Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización.

---

<sup>34</sup> BOLTEN Steven. Administración financiera. Editorial Limusa. Vol I. México 1981.

## **Importancia**

Los presupuestos son útiles en la mayoría de las organizaciones como: Utilitaristas (compañías de negocios), no-utilitaristas (agencias gubernamentales), grandes (multinacionales, conglomerados) y pequeñas empresas.

1. Los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización.
2. Por medio de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables.
3. Sirven como mecanismo para la revisión de políticas y estrategias de la empresa y direccionarlas hacia lo que verdaderamente se busca.

## **Objetivos**

1. Planear integral y sistemáticamente todas las actividades que la empresa debe desarrollar en un periodo determinado.
2. Controlar y medir los resultados cuantitativos, cualitativos y, fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la empresa para lograr el cumplimiento de las metas previstas.
3. Coordinar los diferentes centros de costo para que se asegure la marcha de la empresa en forma integral.
4. Planear los resultados de la organización en dinero y volúmenes.
5. Controlar el manejo de ingresos y egresos de la empresa.



## **DEPRECIACIONES**

Las depreciaciones son el desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos.

## **CÁLCULO DE COSTOS UNITARIOS**

“Cuando ya se han determinado los costos totales en que se incurrirá, para el desarrollo normal de las actividades en un periodo determinado (generalmente un año), es relevante establecer el costo unitario del bien a producir.

El costo unitario de un artículo cambia de acuerdo al nivel de producción. Para producir intervienen muchos gastos, por lo que es necesario clasificarlos en fijos y variables, de acuerdo a la relación que tengan con el volumen de producción.

Los gastos fijos son los que determinan el funcionamiento de la empresa y son independientes del volumen de producción, verbigracia, salarios de los empleados, alquiler de locales, etc.

Los gastos variables son aquellos que cambian de acuerdo al nivel de producción, por ejemplo: los insumos, mano de obra directa, etc.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> BOLTEN Steven. Administración financiera. Editorial Limusa. Vol I. México 1981.

Cuando se tienen clasificados todos los costos fijos y variables, éstos se pueden representar en una matriz como la que sigue:

### COSTOS FIJOS Y VARIABLES

(En miles de unidades monetarias)

DESCRIPCIÓN	Costos Fijos	Costos Variables
<i>Gastos de fabricación</i>		
<i>Gastos de administración</i>		
<i>Gastos de venta</i>		
<i>Gastos financieros</i>		
<b>TOTAL</b>		

Entonces, el **costo total** se puede expresar de la siguiente manera:

$$CT = CF + CV$$

Dónde:

**CT** = Costo Total

**CF** = Costo Fijo

**CV** = Costo Variable

Y si dividimos el Costo Variable Total entre el número de unidades producidas, obtendremos el Costo Variable Unitario, así:

$$CV_u = \frac{CVT}{n}$$

Dónde:

**CV<sub>u</sub>** = Costo Variable Unitario

**CVT** = Costo Variable Total

**n** = Total de unidades producidas.

Con esto, la ecuación anterior se puede volver a expresar de la siguiente forma:

$$CT = CF + CV_u(n)$$

Luego el **costo unitario** será: <sup>36</sup>

$$CU = \frac{CT}{n} \quad \text{ó} \quad CU = \frac{CF}{n} + CV_u$$

## **COSTOS**

Los costos de “WoK Sushi & Thai” están representados por los costos de operación. Estos costos están compuestos por los costos de fijos de operación y los costos variables de operación.

### **COSTO FIJOS**

“Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción”.<sup>37</sup>

### **COSTOS VARIABLES**

“Es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos”.

---

<sup>36</sup> Baca Urbina Gabriel. Año 2010. México. Catálogo USM.

<sup>37</sup> BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981

## **COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN**

El establecimiento de los costos totales, representa los egresos o gastos en que incurrirá la empresa en el desarrollo normal de sus operaciones.

Entre algunos gastos tenemos:

1. Costos y gastos de fabricación
  - a. Materia prima o materiales directos
  - b. Mano de obra
    - b.1. Mano de obra directa
    - b.2. Mano de obra indirecta
  - c. Otros gastos de fabricación
2. Gastos de venta
3. Gastos de administración
4. Gasto financiero

## **INGRESOS**

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto. Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa se determinan principalmente el precio unitario de venta ex – fábrica utilizando algunos criterios.

Los ingresos se establecen considerando las proyecciones de tamaño definido para los diferentes años o para la demanda proyectada, y el respectivo precio unitario de los productos actuales o determinados en el estudio. Entonces, el

pronóstico de ventas define el límite máximo al que puede aspirar el tamaño de planta, ya que no tiene mucho sentido que el tamaño de la misma sea superior a la capacidad de absorción que tiene el mercado de consumo.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio muestra una situación en la cual la empresa ni gana ni pierde, y se realiza para determinar los niveles más bajos de producción o ventas a los cuales puede funcionar un proyecto sin poner en peligro la viabilidad financiera.

Para este cálculo es necesario clasificar los costos en fijos y en variables, los mismos que se detallarán en un cuadro que lleve el nombre de costos fijos y variables, y los años de vida útil del proyecto.

Entre más bajo sea el punto de equilibrio, son mayores las probabilidades de que en el proyecto obtenga utilidades y menor el riesgo de que incurra en pérdida.

**Fórmula:**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo de Venta Unitario}}$$

## Método Gráfico

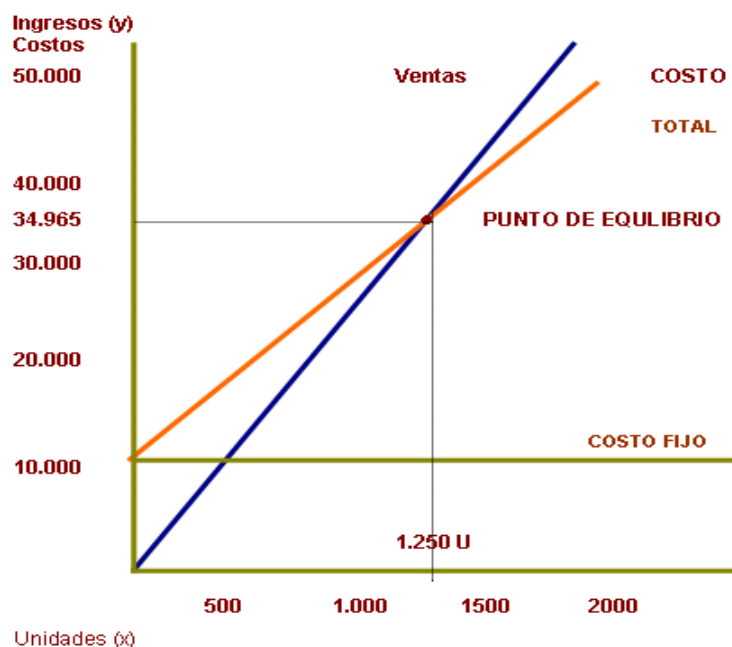


Figura 7: Ciclo de vida de un proyecto

Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos32/planificacion-presupuestos/Image2474.gif>

## FLUJO DE CAJA

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico organizacional, así como en el cálculo de los beneficios. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos

tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.<sup>38</sup>

## ELEMENTOS DEL FLUJO DE CAJA

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos:

- **Egresos iniciales de fondos.-** Corresponden al total de la inversión total requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo, si bien no implicará siempre un desembolso en su totalidad antes de iniciar la operación, se considera también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para que el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.
- **Los ingresos y egresos de operación.-** Constituyen todos los flujos de entradas y salidas reales de caja. Es usual encontrar cálculos de ingresos y egresos basados en los flujos contables en evaluaciones de proyectos, los cuales no necesariamente ocurren de forma simultánea con los flujos reales.
- **El momento en que ocurren los ingresos y egresos.-** Anteriormente habíamos visto que los ingresos y egresos de operación no necesariamente ocurren de forma simultánea con los flujos reales, lo cual constituye el concepto de devengado o causado, y será determinante el momento en que ocurran los ingresos y egresos para la evaluación del proyecto.

---

<sup>38</sup> Baca Urbina Gabriel. Año 2010. México. Catálogo USM.

- **El valor de desecho o salvamento del proyecto.-** Al evaluar la inversión normalmente la proyección se hace para un período de tiempo inferior a la vida útil del proyecto. Por ello, al término del período de evaluación deberá estimarse el valor que podría tener el activo en ese momento, ya sea suponiendo su venta, considerando su valor contable o estimando la cuantía de los beneficios futuros que podría generar desde el término del período de evaluación hacia delante. La inversión que se evalúa no solo entrega beneficios durante el período de evaluación, sino que durante toda su vida útil, esto obliga a buscar la forma de considerar estos beneficios futuros dentro de lo que se ha denominado el valor de desecho.

## **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

“El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto”<sup>39</sup>

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

---

<sup>39</sup> Folleto módulo X de la UNL, Carrera de Administración de Empresas, 2010, s/nro. Pág.



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.

$$\text{VAN} = \text{£FLUJO NETO} - \text{INVERSION SENSIBILIDAD}$$

### **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).**

“Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto”<sup>40</sup>

La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la Inversión Inicial del proyecto y cuáles serán los Flujos de Ingreso y Costo para cada uno de los períodos que dure el proyecto donde se considere los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{Dt} (\text{VAN Menor} / \text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor})$$

### **RELACIÓN BENEFICIO/COSTO**

“El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido”

<sup>40</sup> Folleto Módulo X de la UNL, Carrera de Administración de Empresas, 2010, s/nro. Pág.

$$RB/C = \text{INGRESOS ACTUALES} / \text{EGRESOS ACTUALES}$$

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

“Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital”<sup>41</sup>

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

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

Formula PRC

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Primeros flujos actualizados} - \text{inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

<sup>41</sup> Folleto Módulo X de la UNL, Carrera de Administración de Empresas, 2010, s/nro. Pág.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

“El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro”<sup>42</sup>

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 17% en los costos y una disminución del 13.5% en los ingresos.

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

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

---

<sup>42</sup> Folleto Módulo X de la UNL, Carrera de Administración de Empresas, 2010, s/nro. págs.

Formulas Análisis de Sensibilidad:

**DIFERENCIA = TIR DE PROYECTO – NUEVA TIR**

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR DEL PROYECTO}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{NUEVA TIR}}$$

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES**

Con la finalidad de efectuar el proceso investigativo de la forma más completa posible se tomó en consideración una serie de implementos, que facilitó el desarrollo del estudio del proyecto, entre estos se citan:

#### **Detalle de materiales:**

- Equipo de computación
- Calculadora
- Papel Bond A4
- Útiles de Oficina
- Material bibliográfico
- Material de imprenta

Para robustecer el desarrollo del proyecto se empleó una serie de procedimientos lógicos, para conseguir la determinación de los objetivos de la investigación se tuvo presentes aspectos sobresalientes en lo concerniente a métodos, técnicas e instrumentos investigativos.

## **MÉTODOS**

Método es el camino a seguir mediante una serie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano de manera voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que puede ser material o conceptual.

Los métodos empleados en el desarrollo del presente trabajo de investigación fueron:

**Método Inductivo.-** Este método se utilizó en la observación, es decir; en ver y escuchar hechos interrelacionados con la investigación, con la finalidad de conseguir información objetiva, la cual se empleó en el estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda existente y estudio técnico.

**Método Deductivo.-** Se empleó en el muestreo estadístico, en la obtención de datos por parte de los encuestados para determinar los aspectos relevantes en el fenómeno investigado con una muestra representativa del universo.

**Método Descriptivo.-** Se utilizó en la composición teórica del proyecto, fundamentalmente en la interpretación racional y el análisis objetivo de los hechos o fenómenos que se hallaron en la obtención de datos e información que fueron usados en la elaboración de las fases del proyecto. La caracterización de la presente investigación radica en que se efectúa la descripción de los hechos al igual que ocurren en el entorno.

**Método Estadístico.-** Sirvió para visualizar la información obtenida durante la técnica de encuesta en cuadros y en gráficos para que de esta manera poder tener una mejor interpretación de los resultados, esto en el estudio de mercado.

**Método Analítico-sintético:** Este método permitió estructurara las respectivas conclusiones y recomendaciones del presente trabajo investigativo.

**Método Matemático.-** Se utilizó en la parte numérica de todo el proceso investigativo, abarcó los números, cifras y ecuaciones que se analizaron en el desarrollo del proyecto. Se empleó para obtener el tamaño de la población; determinación de valores totales y en todo el estudio financiero.

## **TÉCNICAS**

De las técnicas e instrumentos que se encuentran al alcance de la investigación para conseguir información relevante y precisa en el presente proceso investigativo se indican:

**Observación:** Esta técnica permitirá la visualización directa de hechos y fenómenos que se desean estudiar, en donde como primer paso ayudará a la segmentación de la empresa.

**Encuesta:** Este instrumento se caracteriza por realizar una consulta por escrito de una serie de preguntar a personas previamente seleccionadas. Se utilizó en la

recolección de información de forma directa en la aplicación de sondeo previamente analizado y orientado a reunir argumentos, por medio de un cuestionario de interrogantes que se aplicó a los habitantes de la ciudad de Loja, las mismas que permitieron determinar los gustos y preferencias de los usuarios del servicio en estudio.

**Población:** La población centro de estudio está constituida por la población activa de la ciudad de Loja, que según información proporcionada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), según el censo de población del 2010, se cuenta con una población estimada en la ciudad de Loja de: 170,280 habitantes, el un índice de crecimiento del 1.39%; luego de realizar la proyección respectiva para el año 2015 se estima manejar un número de 182,200 habitantes.

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

**En donde:**

**Pf**= Población Futura

**Pa**= Población Actual

**r** = Tasa de Crecimiento poblacional para la provincia de Loja

**n** = Número de años

**Datos:**

Habitantes de Loja (2010):	170,280 hab.
Tasa de crecimiento poblacional provincial:	1.39 %
Número de años	5
Población 2015	?



$$Pf= 170,280 ( 1 + 0.0139 )^5$$

$$Pf= 170,280 ( 1.0139 )^5$$

$$Pf= 170,280 ( 1.07 )^5$$

$$Pf= \mathbf{182,200 \text{ hab.}}$$

### MUESTRA:

Para realizar el cálculo de la muestra se utiliza la población activa de la ciudad de Loja proyectada al 2015, siendo el objetivo de 182,200 habitantes, con este dato se procede a calcular la muestra utilizando la siguiente fórmula:

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

#### En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población actual

E = Margen de error 5%

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{182200}{1 + 0.05^2 \times 182200}$$

$$n = \frac{182200}{1 + 0.0025 \times 182200}$$

$$n = \frac{182200}{1 + 455.5}$$

$$n = \frac{182200}{456.5}$$

$$n = \mathbf{397 \text{ encuestas}}$$

Para desarrollar el estudio de mercado se aplicarán 397 encuestas en la ciudad de Loja.

## f. RESULTADOS

### COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

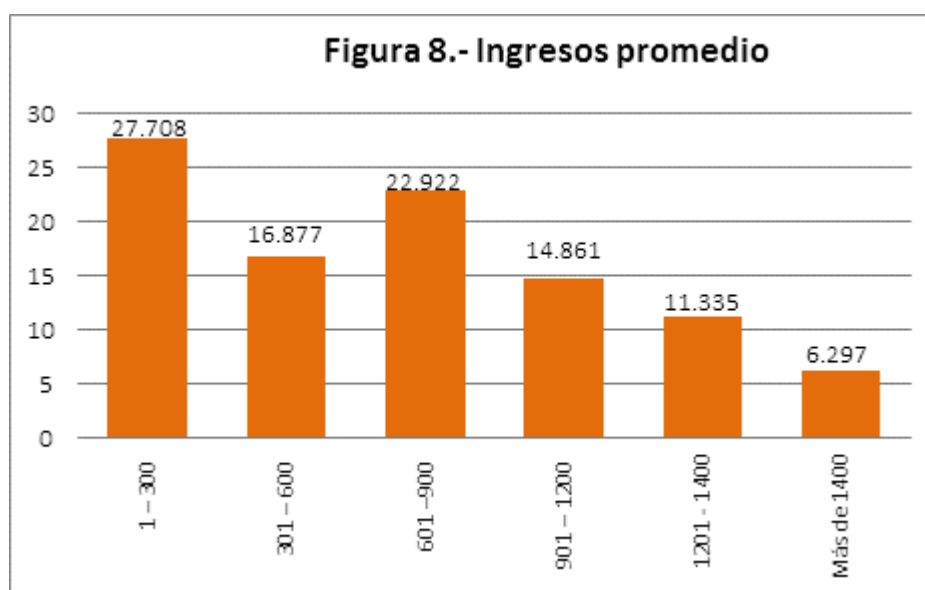
#### 1.- ¿Cuáles son sus ingresos promedio?

**Cuadro No. 1.- Ingresos promedio**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 300	110	27.708%
301 – 600	67	16.877%
601 –900	91	22.922%
901 – 1200	59	14.861%
1201 – 1400	45	11.335%
Más de 1400	25	6.297%
TOTAL	<b>397</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** Del total de las encuestas aplicadas se observa que los porcentajes más altos son de 27.71% y el 22.92% que representan a personas que tienen ingresos dentro de los rangos de 1 a 300 y de 601 a 900 dólares; lo cual indica claramente que la muestra que se ha tomado de la población percibe en su mayoría un ingreso mensual básico.

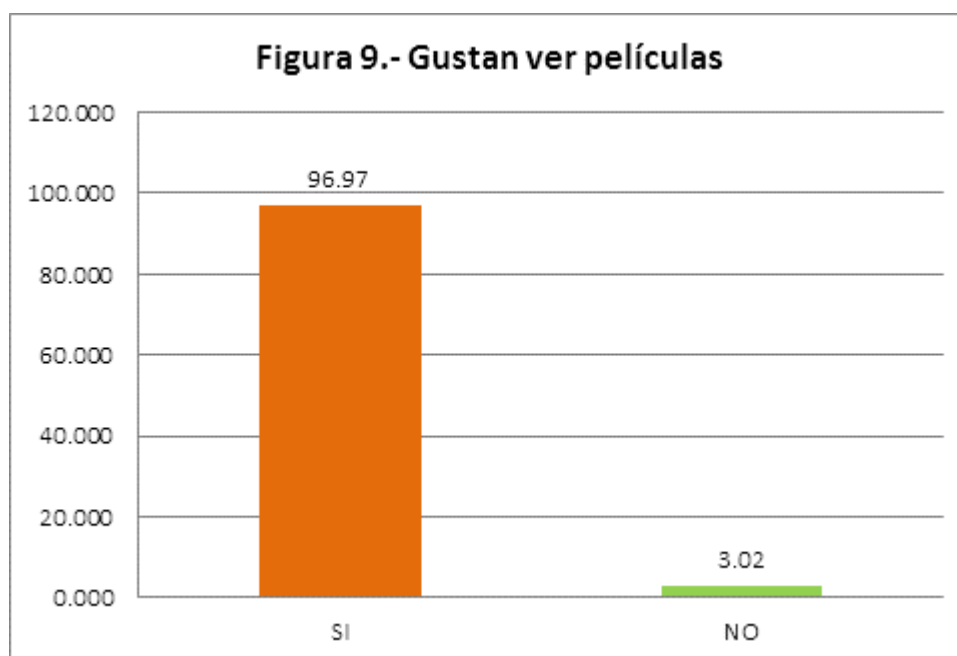
## 2.- ¿Ve usted películas?

**Cuadro No. 2.- Gusta de ver películas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	385	96.977%
NO	12	3.023%
TOTAL	397	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** De un total de 397 personas encuestadas el 96.98%, responde que si ve películas; lo que significan 385 personas y 12 personas contestaron que no ven películas representando 3.02%. Es importante mencionar que el 96.97% de las personas que gustan ver películas no necesariamente asisten a un cine.

### 3.- ¿Para ver una película, usted utiliza: ?

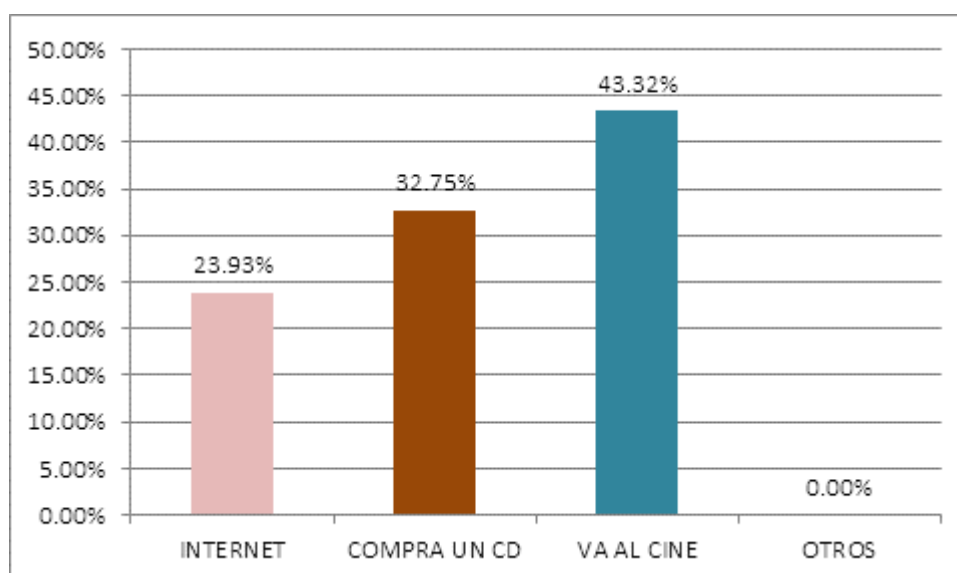
**Cuadro No. 3.- Medios utilizados para ver películas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
INTERNET	95	23,93%
COMPRA UN CD	130	32,75%
VA AL CINE	172	43,32%
OTROS	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo

**Figura 10.- Medios utilizados para ver películas**



**INTERPRETACIÓN:** El 43.32% de la población encuestada asiste al cine, sin embargo es importante notar que el 32.75%; prefiere ver películas comprando un Cd; con este resultado se entiende que la población generalmente no tiene una exclusiva preferencia por asistir al cine y prefiere ver películas considerando otras opciones.

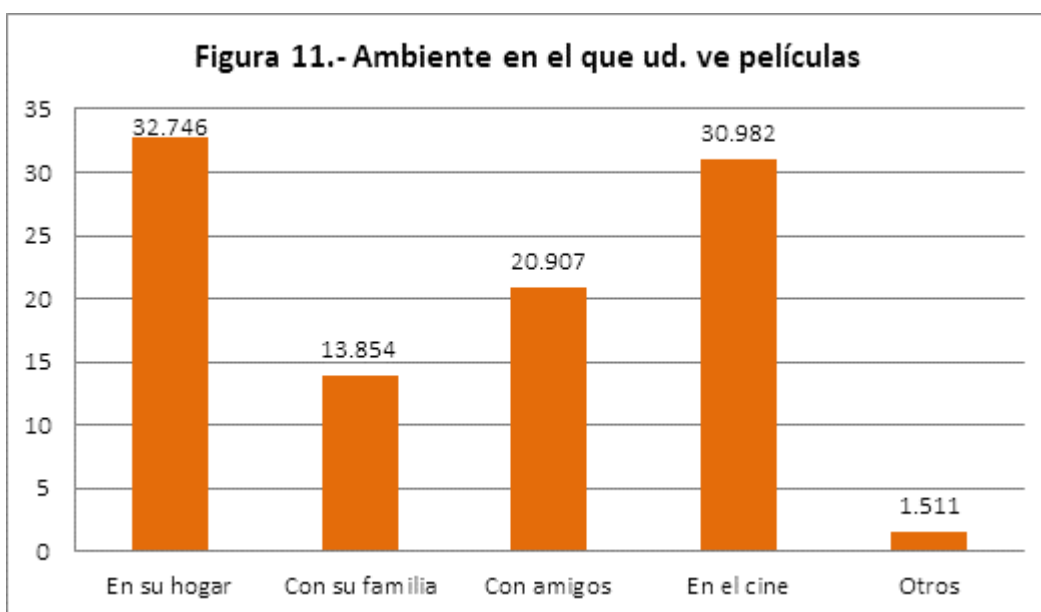
#### 4.- ¿Cuál es el tipo de ambiente en el que usted prefiere ver películas?

**Cuadro No. 4.- Ambiente en el que prefiere ver películas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
En su hogar	130	32.746%
Con su familia	55	13.854%
Con amigos	83	20.907%
En el cine	123	30.982%
Otros	6	1.511%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** El 32.75%, responde que prefiere ver películas dentro de su hogar, seguido del 30.98% que prefiere ver películas en el cine; mostrando una relación directa con el análisis de la pregunta anterior en donde se indica que no es preferencia de los encuestados asistir a un cine.

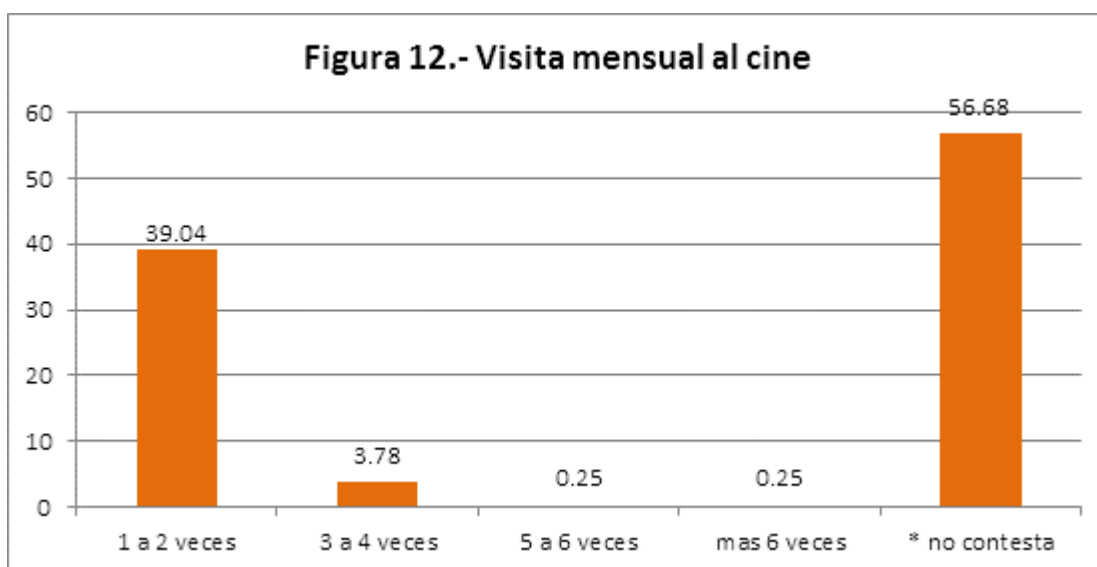
## 5.- ¿Visita un cine mensualmente?

**Cuadro No. 5.- Visitas mensuales al cine**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 veces	155	39.04%
3 a 4 veces	15	3.78%
5 a 6 veces	1	0.25%
mas 6 veces	1	0.25%
* no contesta	225	56.68%
TOTAL	397	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** Dentro de las 397 personas encuestadas; el 39.04% responden que de 1 a 2 veces visita mensualmente un cine; seguido de un 3.78% con una variable de 3 a 4 veces. Es importante mencionar un 56.68% que no contesta esta pregunta debido a que no gusta de películas o no asiste al cine por varios motivos.

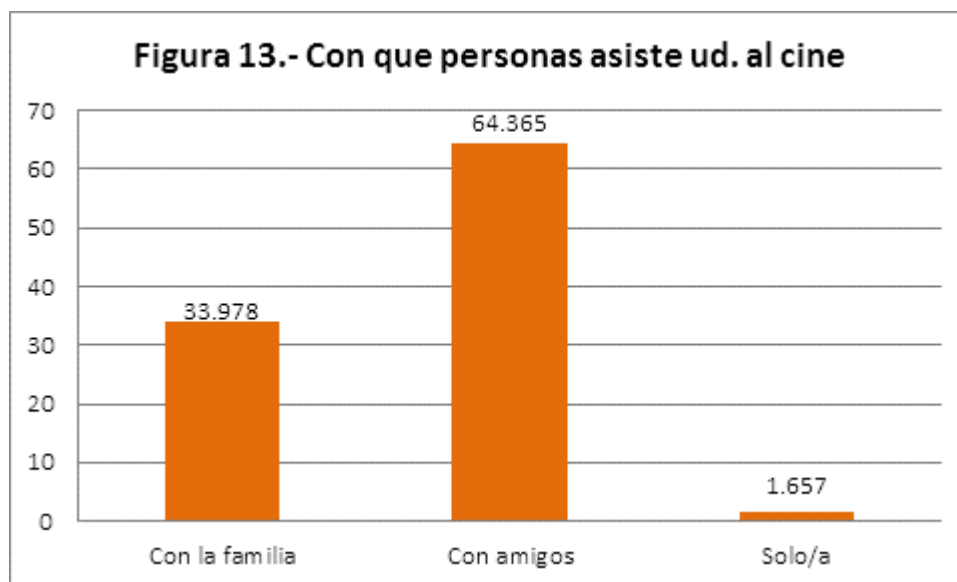
## 6.- ¿Con que personas asiste usted al cine?

**Cuadro No. 6.- Con que personas asiste usted al cine**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Con la familia	123	33.978%
Con amigos	233	64.365%
Solo/a	6	1.657%
TOTAL	362	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



\*Nota: la diferencia de 35 (en el total), son personas que no asisten al cine, por lo tanto no contestan ésta pregunta.

**INTERPRETACIÓN:** El 64.365%, asiste al cine en compañía de amigos, con la familia el 33.978% y solo(a) el 1.657%; cabe mencionar que 35 personas no contestan esta pregunta por cuanto no asisten al cine, por diferentes motivos por ejemplo los precios considerados altos o por la distancia.

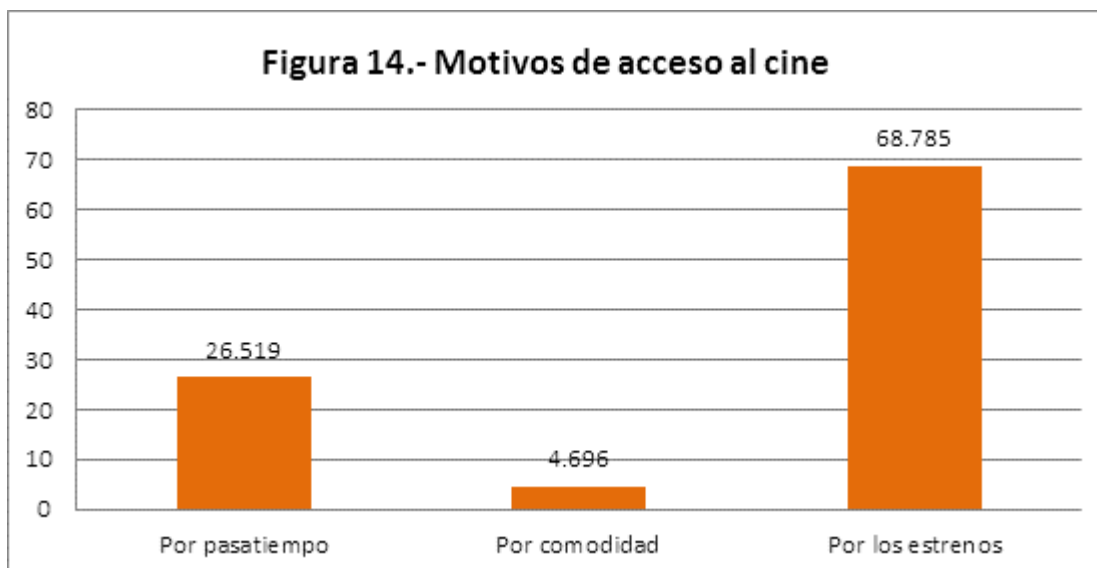
## 7.- ¿Por qué motivos accede al cine?

**Cuadro No. 7.- Motivos de acceso al cine**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Por pasatiempo	96	26.519%
Por comodidad	17	4.696%
Por los estrenos	249	68.785%
TOTAL	362	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



\*Nota: la diferencia de 35 (en el total), son personas que no asisten al cine, por lo tanto no contestan ésta pregunta.

**INTERPRETACIÓN:** Las personas que acceden o visitan un cine en su mayoría representando un 68.785% lo hace por lo estrenos que ofrece el cine, el 26.519% lo hace por pasatiempo y por la comodidad que ofrece el mismo representa el 4.696%. De igual manera hay 35 personas que no contestan esta pregunta asumiendo que lo hacen porque no visitan un cine.



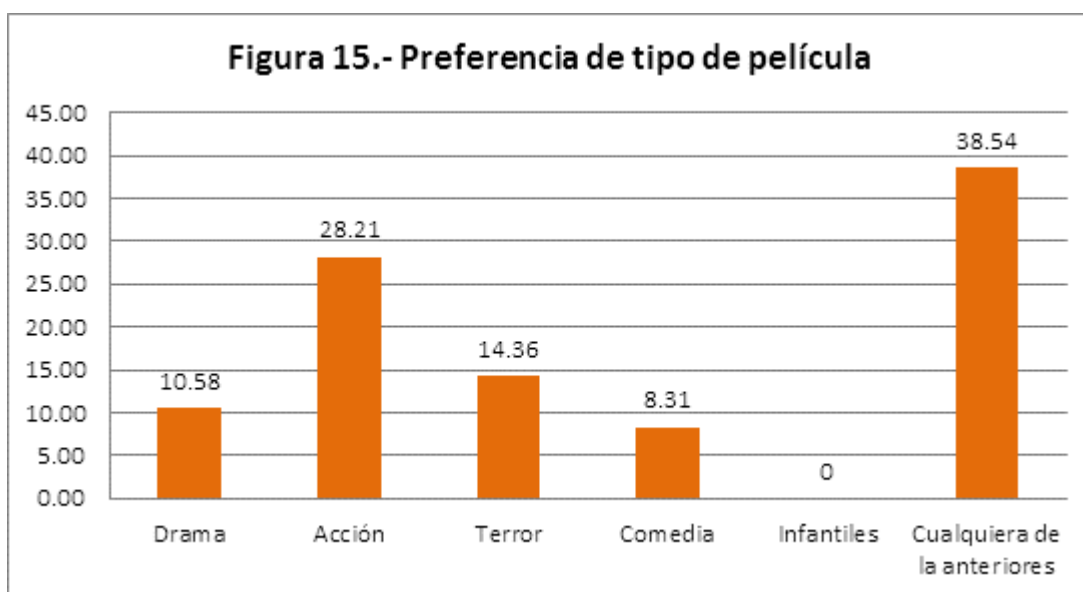
## 8.- ¿Qué tipo de película prefiere?

**Cuadro No. 8.- Preferencia de tipo de película**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Drama	42	10.58%
Acción	112	28.21%
Terror	57	14.36%
Comedia	33	8.31%
Infantiles	0	0%
Cualquiera de la anteriores	153	38.54%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



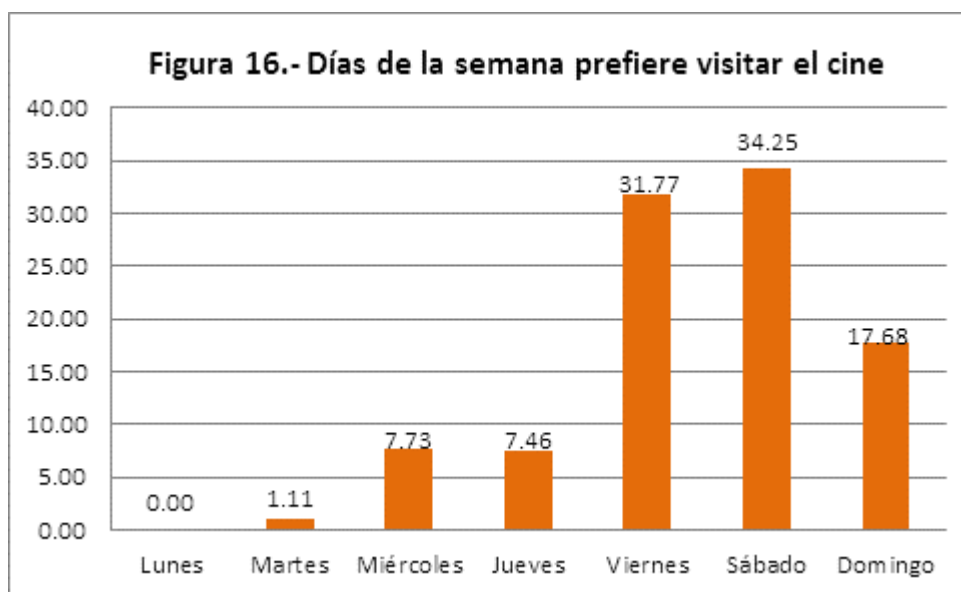
**INTERPRETACIÓN:** De las 397 encuestas realizadas el 38.54% (153 personas) indican su aceptación por cualquier tipo de película; incluyendo géneros de: drama, acción, terror, comedia. Este indicador va de la mano con las respuestas anteriores por cuanto los encuestados asisten al cine solo cuando hay películas de estreno independiente del tipo que ésta sea.

## 9.- ¿Qué días de la semana prefiere visitar el cine?

**Cuadro No. 9.- Días de la semana prefiere visitar el cine**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	0	0.00%
Martes	4	1.11%
Miércoles	28	7.73%
Jueves	27	7.46%
Viernes	115	31.77%
Sábado	124	34.25%
Domingo	64	17.68%
TOTAL	362	100.00%

Fuente: Encuestas  
Elaborado: Mayra Naranjo



\*Nota: la diferencia de 35 (en el total), son personas que no contestan ésta pregunta, por cuanto no asisten al cine.

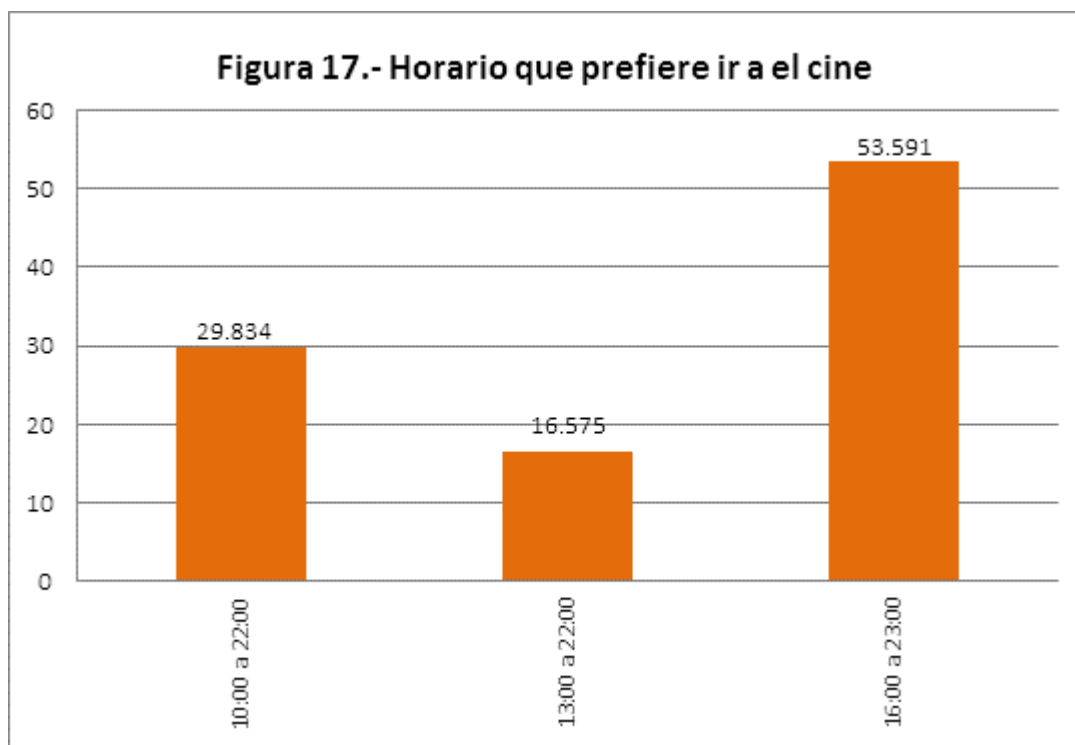
**INTERPRETACIÓN:** El día sábado representa el 34.25%, siendo el día preferido por los encuestados para visitar el cine, seguido del día viernes y domingo con un 31.77% y 17.68%. Estos resultados son debido a que durante la semana se dedica el tiempo a realizar actividades de trabajo, estudios entre otros y por lo tanto no se dispone de tiempo libre.

## 10.- ¿Cuál es el horario de su preferencia para ir al cine?

**Cuadro No. 10.- Horario que prefiere ir al cine**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Desde 10:00 a 22:00	108	29.834%
Desde 13:00 a 22:00	60	16.575%
Desde 16:00 a 23:00	194	53.591%
TOTAL	362	100.00%

Fuente: Encuestas  
Elaborado: Mayra Naranjo



\*Nota: la diferencia de 35 (en el total), son personas que no contestan ésta pregunta, por cuanto no asisten al cine.

**INTERPRETACIÓN:** El horario de preferencia para asistir al cine según la encuesta realizada es de 16:00 a 23:00 con un 53.59%; seguido del horario de 10:00 a 22:00 con el 29.83%.

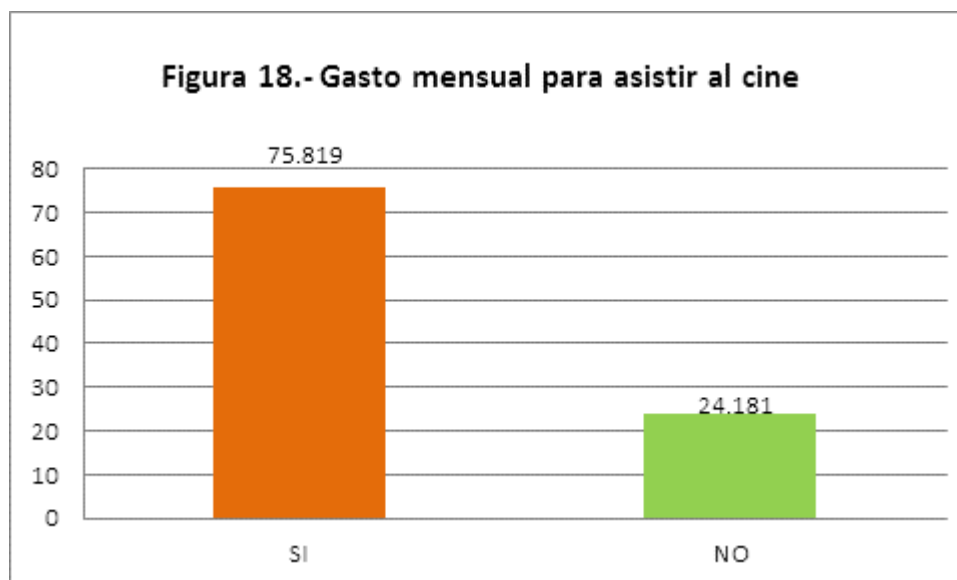
**11. ¿Estaría dispuesto a destinar parte de sus ingresos mensuales para asistir al cine?**

**Cuadro No. 11.- Gasto mensuales para asistir al cine**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	301	75.819%
NO	96	24.181%
TOTAL	<b>397</b>	<b>100.00%</b>

FUENTE: Encuestas

ELABORADO: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** El 75.819%, de la población encuestada está dispuesta a destinar parte de sus ingresos mensuales para asistir al cine y el 24.181% no está de acuerdo a destinar sus ingresos para asistir al cine. Las personas que destinan sus ingresos para asistir al cine, lo hacen con la finalidad de tener un momento de distracción familiar o con los amigos y además lo consideran más económico que salir de paseo fuera de la ciudad.

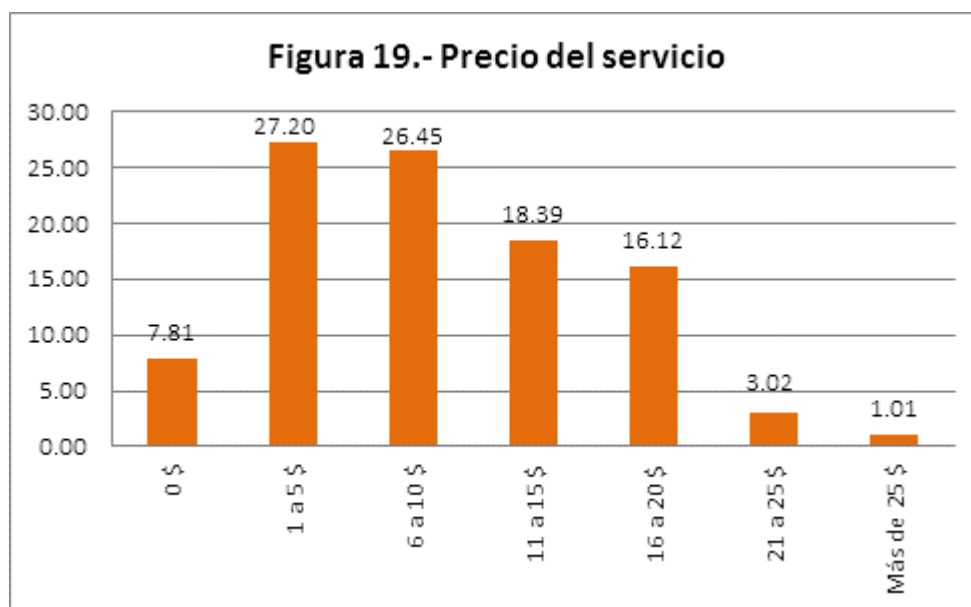
**12.- ¿Señale qué cantidad de dinero asignaría mensualmente para asistir a un cine?**

**Cuadro No. 12.- Precio del servicio**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0 \$	31	7.81%
1 a 5 \$	108	27.20%
6 a 10 \$	105	26.45%
11 a 15 \$	73	18.39%
16 a 20 \$	64	16.12%
21 a 25 \$	12	3.02%
Más de 25 \$	4	1.01%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** El 27.20% de las personas encuestadas indican que estarían dispuestas a destinar de 1 a 5 \$ para asistir al cine y en segundo lugar con un 26.45% la opción de 6 a 10\$. La opción de 1 a 5 dólares en realidad es la más económica y que está en función a los ingresos que percibe la mayoría de la población encuestada.

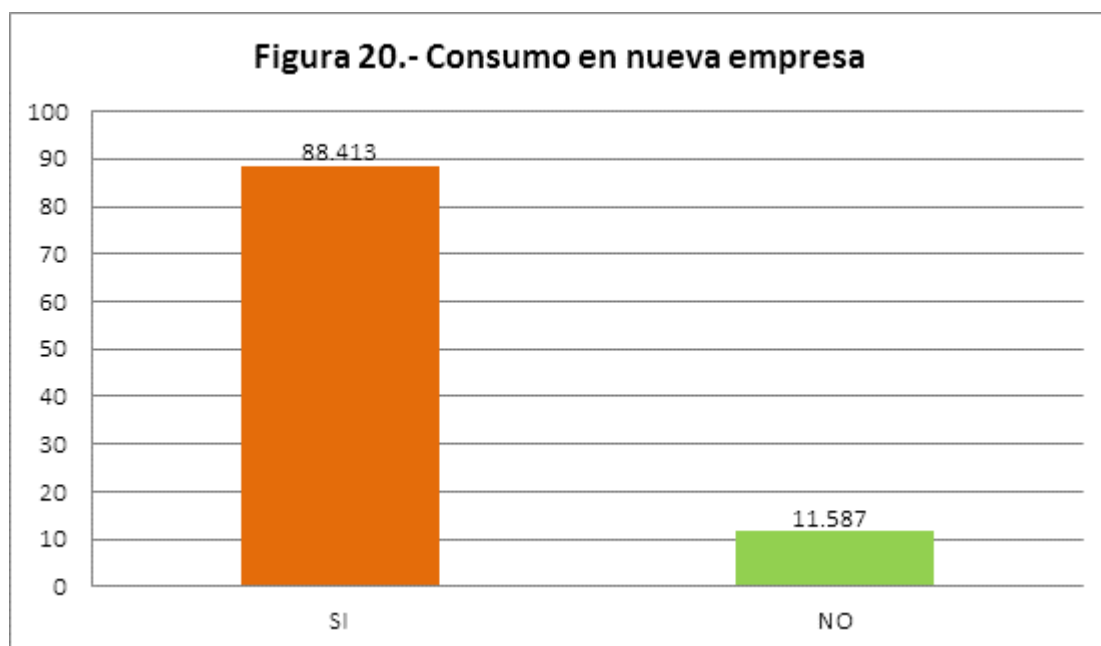
13. ¿Si se implementara/ en la ciudad de Loja, un cine, haría usted uso del mismo?

**Cuadro No. 13.- Consumo en la nueva empresa**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	351	88,413%
NO	46	11,587%
TOTAL	397	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** Del total de las personas encuestadas indican un 88.41% que si harían uso si se implementara un nuevo cine, por el contrario el 11.58% indica que no visitaría el nuevo cine. La población encuestada indica que si le gustaría un nuevo cine por cuanto considera que es un a diversión sana y de fácil acceso económico.

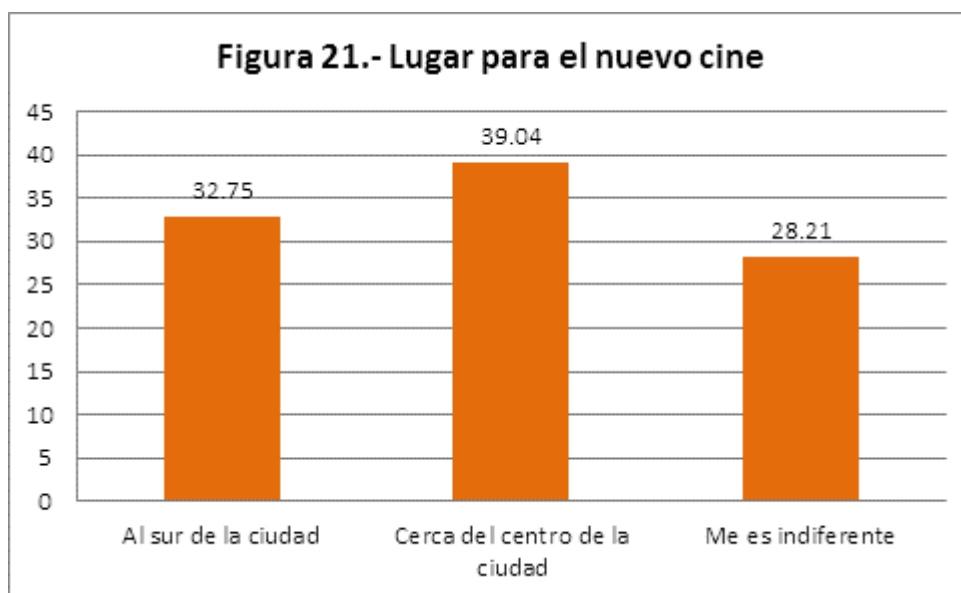
#### 14.- ¿Dónde le gustaría que se implemente este servicio de Cine?

**Cuadro No. 14.- Lugar para el nuevo cine**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Al sur de la ciudad	130	32,75%
Cerca del centro de la ciudad	155	39,04%
Me es indiferente	112	28,21%
<b>TOTAL</b>	<b>396</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado: Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** Con un 39.04% los encuestados indican la preferencia de la implementación del Cine en el centro de la ciudad; así mismo el 32.75% indica por el contrario que le gustaría que este servicio de entretenimiento se implemente en el sur de la ciudad, y el 28.21% es indiferente a esta pregunta puede ser porque no gusta del cine o definitivamente no le interesa el lugar.

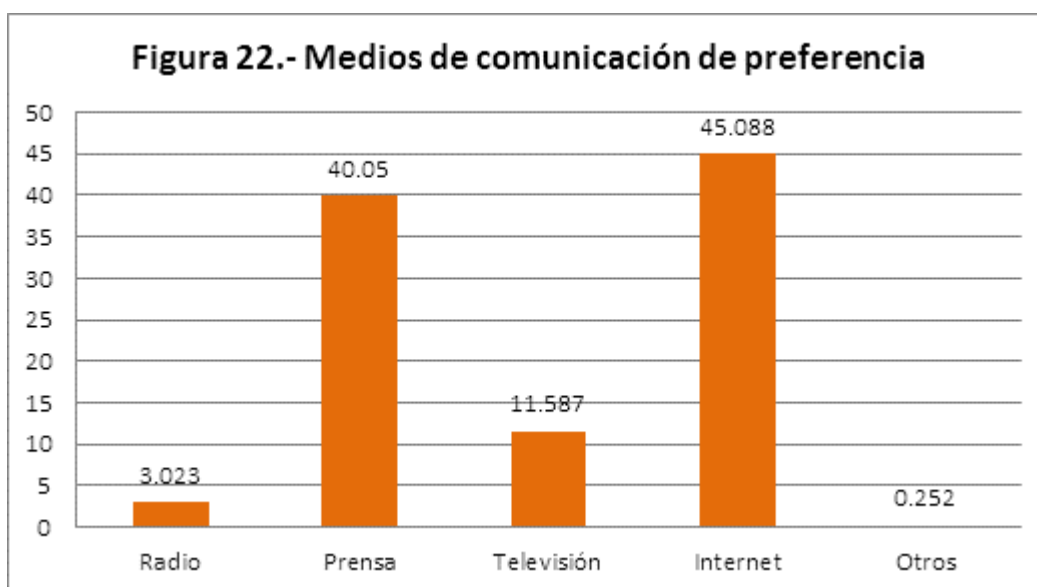
**15.- ¿Por qué medio de que publicidad conoce usted la cartelera de películas en el cine?**

**Cuadro No. 15.- Medios de comunicación de preferencia**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	12	3.02%
Prensa	159	40.05%
Televisión	46	11.59%
Internet	179	45.09%
Otros	1	0.25%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado:** Mayra Naranjo



**INTERPRETACIÓN:** El medio de publicidad de mayor aceptación o de fácil acceso es el internet con un 45.08% seguido de la prensa con un 40.05%, son considerados los medios de publicidad de más uso dentro de las población encuestada.



## **ENTREVISTA REALIZADA AL OFERENTE DEL SERVICIO DE CINE EN LA CIUDAD DE LOJA.**

En la ciudad de Loja existe 1 oferente de este tipo de servicio, denominado CINEMAS IN, misma que brinda el servicio de proyectar películas (denominadas normal y 3D). Por lo expuesto se realizó una entrevista a sus directivos, en donde se obtuvo la siguiente información:

### **1. ¿Usted hace que tiempo inicio con esta empresa?**

Hace 8 años, se inició en abril del año 2006.

### **2. ¿Qué cantidad se recibe en el mes por concepto de entradas?**

Más o menos se recibe un promedio mensual de tres mil dólares, tanto en publicidad como en entradas para las salas de cine.

### **3. ¿Cuáles son sus consumidores potenciales?**

Los consumidores potenciales son los habitantes de la ciudad de Loja que poseen la tarjeta de afiliación Cinemas In.

### **4. ¿Qué cantidad de entradas se vende al mes?**

Actualmente se cuenta con el siguiente historial de ventas de tickets:

- Semanal: 366 tickets
- Mensual: 1,567 tickets
- Anual: 18,804 tickets

### **5. ¿Cómo se ofrece el servicio de cine?**

Las películas se proyectan en formatos 2D (normal) y en 3D (tres dimensiones)

### **6. ¿A qué precio se vende una entrada para ver una película?**

Película 2D (normal): \$ 5.00

Película estreno y en 3D: \$ 7.50

Películas los fines de semana: \$ 7.50

**7. ¿Su local de funcionamiento es propio?**

Sí, gracias a los recursos propios y al financiamiento de entidades bancarias.

**8. ¿Utiliza algún tipo de promoción en el producto?**

Si, se usa promociones en la venta de snacks, y en la venta de entradas al cine martes y miércoles en películas 2D (normales) y 3D, con el combo 2 x 1, que significa que con una entrada pueden acceder dos personas a la misma función.

**9. ¿Qué medios de difusión utiliza para promocionar la cartelera?**

Los medios de publicidad que la gente prefiere son la prensa y nuestra página de internet.

**10. ¿Qué tipo de financiamiento hace uso para operar?**

No se ha realizado ningún crédito, se ha iniciado con capital propio y se lo va reinvertiendo nuevamente.

## g. DISCUSIÓN

### ESTUDIO DE MERCADO.

#### DEMANDA POTENCIAL:

La determinación la demanda potencial se estableció utilizando el total de la población de la ciudad del Loja en el año 2010 proyectada para el año 2015, con una tasa de crecimiento poblacional del 1.39%, dividida para 4 miembros por integrante de las familias, independientemente de la situaciones económicas familiares y de las preferencias para ver películas.

Los datos se proyectan para los diez años de vida útil del proyecto. Para el estudio de mercado la demanda potencial es de 182,200 asistentes, calculando se tienen los siguientes datos:

**Cuadro No. 16.-: Proyección de la Demanda Potencial**

Año	TCA %	Demanda Potencial
0	1.39	182,200
1	1.39	184,733
2	1.39	187,301
3	1.39	189,904
4	1.39	192,544
5	1.39	195,220
6	1.39	197,934
7	1.39	200,685
8	1.39	203,475
9	1.39	206,303
10	1.39	209,171

**Fuente:** Población inicial del INEC – Censo del año 2010,  
**ELABORADO:** Mayra Naranjo

## DEMANDA REAL:

Según los resultados obtenidos luego de la aplicación de la encuesta, se determina en la pregunta No. 3, el 43.32% de los encuestados indican que si asisten al cine, según cuadro No.3; con la demanda potencial de 182,448 se determina 78,929 asisten al cine.

**Cuadro No. 17.- Demanda Real**

<b>Año</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Asisten al cine 43.32%</b>	<b>Demanda Real</b>
0	182,200	43.32	78,929
1	184,733	43.32	80,026
2	187,301	43.32	81,139
3	189,904	43.32	82,266
4	192,544	43.32	83,410
5	195,220	43.32	84,569
6	197,934	43.32	85,745
7	200,685	43.32	86,937
8	203,475	43.32	88,145
9	206,303	43.32	89,370
10	209,171	43.32	90,613

**Fuente.-** % asistencia pregunta No. 03 de la encuesta  
**Elaborado:** Mayra Naranjo

## CONSUMO PER CÁPITA

Se calcula el consumo Per cápita (indicador que se utiliza para estimar la cantidad promedio de consumo anual del producto).

**Cuadro No. 18.- Consumo Real Per Cápita**

Alternativa	Frecuencia	Xm	FXm
1 a 2 veces	155	1.5	232.5
3 a 4 veces	15	3.5	52.5
5 a 6 veces	1	5.5	5.5
más 6 veces	1	6	6
No asiste	225	0	0
	<b>397</b>		<b>296.5</b>

**Fuente.-** Datos tomados del Cuadro No. 05

**Elaborado:** Mayra Naranjo

Se aplica la siguiente formula:

$$X = \frac{\sum f \cdot X_m}{N}$$

En Donde:

X= Consumo promedio mensual

f= Frecuencia

Xm= Punto medio

N= Universo

Σ= Sumatoria Total

$$X = \frac{296.5}{397} = 0.75 \text{ asistencias mensuales (9 asistencias anuales)}$$

El promedio mensual es de 0.75 visitas al cine, por lo tanto el consumo anual será de 9 veces.

**Cuadro No. 19.- Demanda Real Per Cápita**

Año	Demanda Real	Consumo Per cápita	Demanda Real de visitas al cine
0	78,929	9	710,361
1	80,026	9	720,234
2	81,139	9	730,251
3	82,266	9	740,394
4	83,410	9	750,690
5	84,569	9	761,121
6	85,745	9	771,705
7	86,937	9	782,433
8	88,145	9	793,305
9	89,370	9	804,330
10	90,613	9	815,517

Fuente.- Cuadro No. 5 y No. 18

Elaborado: Mayra Naranjo

**Demanda Efectiva:** Según las encuestas aplicadas, en la pregunta No.13, se obtiene el 88.41% de las personas que les gusta ver películas estarían dispuestos a consumir el servicio, lo cual significa:

**Cuadro No. 20.- Demanda Efectiva**

Año	Demanda Real de visitas al cine	Visitaría nuevo cine (%)	Demanda Efectiva
0	710,361	88.41	628,030
1	720,234	88.41	636,759
2	730,251	88.41	645,615
3	740,394	88.41	654,582
4	750,690	88.41	663,685
5	761,121	88.41	672,907
6	771,705	88.41	682,264
7	782,433	88.41	691,749
8	793,305	88.41	701,361
9	804,330	88.41	711,108
10	815,517	88.41	720,999

Fuente.- Cuadro 19 y % pregunta No. 13 de la encuesta

Elaborado: Mayra Naranjo

Para el año 2015 la demanda efectiva es de 628,030 visitas al nuevo cine - **Cineloja**.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta constituye la cantidad de productos, bienes o servicios que se ofrece en el mercado al consumidor con la finalidad de satisfacer necesidades o cumplir expectativas.

## **OFERTA ACTUAL**

Para establecer la oferta de la creación de un nuevo Cine para la ciudad de Loja, se tomó como datos la información de 397 encuestas aplicadas. Donde con seguridad se toman datos como que el 43,32% de la población visita el cine, estas personas prefieren asistir al cine a ver cualquier tipo de película (38.54% del cuadro No.8); por los estrenos de las películas, normalmente asisten al cine de 1 a 2 veces mensualmente. Los días de mayor concurrencia al cine son los días sábados. Estos son algunos de los indicadores con mayor relevancia y que son considerados para el proyecto de creación de un cine en la ciudad de Loja.

### **OFERTA ACTUAL:**

Semanal: 366 tickets vendidos

Mensual: 1,567 tickets vendidos

Anual: 18,804 tickets vendidos

**Cuadro No. 21.- Proyección de la oferta**

Año	TCA %	Oferta
0	1.39	18,804
1	1.39	19,065
2	1.39	19,330
3	1.39	19,599
4	1.39	19,871
5	1.39	20,147
6	1.39	20,427
7	1.39	20,711
8	1.39	20,999
9	1.39	21,291
10	1.39	21,587

**Fuente.-** TCA Censo del 2010 y encuesta realizada a la empresa local Cinemas In.  
**Elaborado:** Mayra Naranjo

### **BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA**

Se conoce como balance de oferta y demanda a la diferencia entre estas la misma que permite conocer la relación existente, y se caracteriza porque cuando la diferencia es a favor de la demanda, viene a constituir la **demanda insatisfecha**, con respecto al servicio.

Demanda Efectiva - Oferta

Oferta: 18,804 tickets

Demanda Efectiva: 628,030 tickets

DI: 628,030 – 18,804

DI: 609,226 personas que no asisten al cine



**Cuadro No. 22.- Demanda Insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Oferta Real</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
0	628,030	18,804	609,226
1	636,759	19,065	617,694
2	645,615	19,330	626,285
3	654,582	19,599	634,983
4	663,685	19,871	643,814
5	672,907	20,147	652,760
6	682,264	20,427	661,837
7	691,749	20,711	671,038
8	701,361	20,999	680,362
9	711,108	21,291	689,817
10	720,999	21,587	699,412

**Fuente.-** Cuadro No. 20 y 21  
**Elaborado:** Mayra Naranjo

La demanda insatisfecha anual es de 609,226 personas que no acceden al servicio de cines para el año base; para el quinto año serán 652,760, y para el año 10 serán 699,412 visitas al cine, para poder satisfacer esta demanda se deberán considerar acoger medidas o estrategias alternativas convenientes con la finalidad de captar el mayor número de usuarios .

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Actualmente el servicio de cine es brindado por una sola empresa en la ciudad de Loja, que se localiza al norte de la ciudad en el Centro Comercial Plaza del Valle, por lo tanto el servicio está monopolizado no existiendo otra opción más para el entretenimiento, pero al no existir competencia en este servicio, el producto vendido no será efectivamente el mejor. Si existiera competencia los proveedores de cada empresa tratarían de ofrecer el mejor producto con un estándar de

calidad excelente, capaz de captar al máximo número de usuarios de la localidad y sus alrededores.

## PRODUCTO

El servicio proyecto del presente estudio, tiene por objeto satisfacer las exigencias y preferencias de los clientes. Consecuentemente el servicio del presente proyecto es ofrecer siempre amabilidad, responsabilidad, seriedad, seguridad y confiabilidad para satisfacer las exigencias y gustos de los clientes. Con trato adecuado, proporcionando al mercado un servicio de calidad para la obtención de servicio de entretenimiento que permita satisfacer los requerimientos de los clientes, teniendo como característica principal la cordialidad con los visitantes al centro de entretenimiento. Además es necesario contar con un logotipo para darse a conocer en el mercado lo que le permitirá identificarse.

**NOMBRE:** El nombre de la empresa de cines es **Cineloja S.A.**

**ESLOGAN:** *La máxima diversión está en Cineloja.*

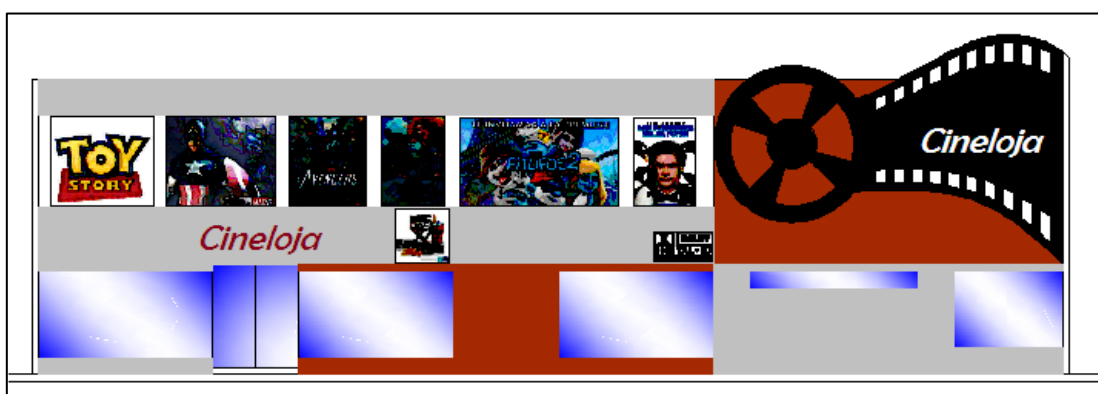
**LOGOTIPO:**



**Figura 23.-** Logotipo **Cineloja S.A.**  
**Elaborado:** Mayra Naranjo

## SERVICIOS:

- Entretenimiento visual.
- Información comunitaria y Anuncios comerciales.



**Figura 24.-**Fachada Principal de *Cineloja S.A.*  
**Elaborado:** Mayra Naranjo

## PRECIO

El precio es uno de los elementos más significativos dentro de la estrategia comercial por cuanto este factor lograra determinar el nivel de los ingresos y por ende la rentabilidad o factibilidad del proyecto.

Para poder considerar un precio se toma en cuenta aspectos como: competencia, aceptación de la población, los costos y gastos incurridos por la empresa.

En nuestro caso específico es necesario considerar un precio bajo; “precio de introducción”. De esta manera se llamará la atención de la población y se logra la entrar en el mercado, para luego aumentar el precio por un: “precio medio” logrando una ventaja competitiva por tener precios cómodos.

## **Políticas de Precios**

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa junto con el producto, la distribución y la promoción. Por un lado, tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto, con unos atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costes y objetivos de rentabilidad fijados. Por eso deberá ser la empresa la encargada, en principio, de fijar el precio que considere más adecuado.

Para el cliente potencial, el valor del producto se manifiesta en términos objetivos y subjetivos, ya que tiene una escala muy particular a la hora de computar los diferentes atributos de los que está compuesto, de ahí la denominación de caro o barato que les da.

Para establecer el precio del producto, se tomaron en consideración los siguientes aspectos:

- Precios actuales en el mercado de productos similares.
- Precios actuales en el mercado de productos sustitutos.
- Obtención de ganancias suficientes para cubrir los compromisos adquiridos.

Pero debe tomarse en cuenta que si el producto que se está proyectando ya se encuentra circulando en el mercado, el precio de venta deberá ser el de mercado en el momento de la evaluación del proyecto.

Sin duda, la industria cinematográfica en el Ecuador ha ido aumentando notablemente con el pasar de los años, pues se tienen dos grandes empresas a nivel nacional que como son: Multicines, y Cinemark,

**Cuadro N° 23.- Tarifas de Cines a nivel local y nacional**

DETALLE	PRECIO UNITARIO FORMATO 2D(USD)		PRECIO UNITARIO FORMATO 3D(USD)	
	NIÑOS	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS
CineMark – Quito D.M., Guayaquil, Ambato y Latacunga.	\$ 4.60	\$ 4.70	\$ 6.00	\$ 6.00
Multicines – Quito D. M. Y Cuenca.	\$ 4.50	\$ 5,00	\$ 5.50	\$ 6.50
Cinemas In – Loja	\$ 4.60	\$ 6.50	\$ 5.50	\$ 7.25
<b>Precio de introducción <i>Cineloja</i></b>	<b>\$ 4.50</b>	<b>\$ 5,50</b>	<b>\$ 5.50</b>	<b>\$ 6.60</b>

**Fuente:** Proveedores del servicio de entretenimiento

**Elaborado:** Mayra Naranjo

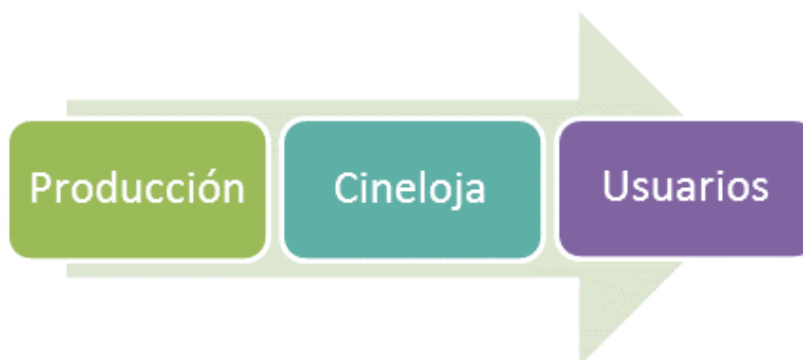
La determinación de los precios que se encontró en el presente análisis, está establecido por el precio actual para ingresar a una sala de cine ya sea en Cinemark o en Multicines a nivel nacional, y a nivel local en Cinemas In; se estableció que una persona que pertenece a la población económicamente activa (PEA) de la zona urbana de la ciudad de Loja, está dispuesta a gastar cuando se abran salas de cine en la ciudad, tiene la mayor predisposición de pagar hasta entre \$ 5 y \$ 10 dólares por el servicio ofertado (según consta en el Cuadro No. 12).

El precio de introducción del servicio, fue definido por la capacidad y requerimientos de la empresa, considerando que al crear un nuevo centro de entretenimiento en la ciudad de Loja, se debe ingresar con un precio competitivo y accesible para el potencial cliente; en tal virtud el precio considerado el adecuado.

## **PLAZA**

Debido a la naturaleza del servicio, específicamente se dirige en primera instancia a la población de la ciudad de Loja. Este proyecto será realizado en un lugar cómodo y agradable.

**Canal de distribución.-** Se comprarán los derechos de reproducción a las empresas productoras de películas con la debida anticipación para poder presentar los estrenos mundiales simultáneamente como el resto de ciudades del país, y se procederá con el siguiente canal de distribución del producto:



**Figura 25.-** Canal de distribución de las películas a los usuarios del servicio  
**Elaborado:** Mayra Naranjo

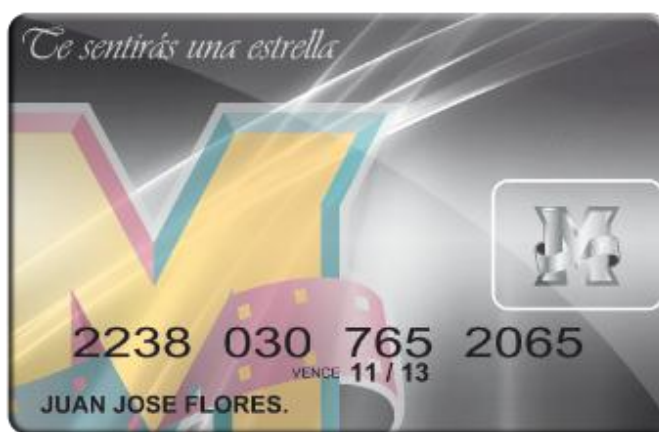
## PROMOCIÓN

La promoción tiene tres fines básicos que son informar, persuadir y recordar. Dar énfasis en la utilización de promociones, rifas y descuentos para atraer cada vez más usuarios de este servicio, de esta manera convertir a la empresa en un ente reconocido a nivel local y nacional.

La promoción del servicio incluirá un conjunto de actividades de comunicación con los usuarios de la ciudad, cantón y provincia de Loja, y con los habitantes de la vecina provincia de Zamora Chinchipe ya que ésta no cuenta con este servicio de entretenimiento. La promoción del producto se desarrollará en cuatro actividades principales:

- 1. La promoción de ventas.-** Se aplicarán descuentos especiales a los clientes que concurran a los cines en días de menor concurrencia. También se realizará un descuento a los clientes que cuenten con la tarjeta de afiliado al servicio de *Cineloja*. Se realizará convenios con instituciones bancarias para los clientes de las tarjetas de crédito, quienes serán favorecidos con un precio especial por ser socio de dicha tarjeta. Se realizará la promoción de funciones en matiné de las películas que presenten mayor taquilla, con un precio especial a los asistentes. Se difundirán todas estas promociones en todos los medios de comunicación local y regional.

- 2. Venta personal.-** Se efectuará una masiva campaña publicitaria para la venta de las tarjetas de afiliación, algunas se regalaran al inicio por apertura del servicio. Se establecerá un enlace permanente entre el usuario y el establecimiento de las redes sociales y la página electrónica de la empresa. Se establecerá en la página electrónica de la empresa un icono para la compra electrónica directa de las entradas, en la fecha, hora y precio que el cliente le sea más aceptable.



**Figura 26.-** Tarjeta de afiliación a Multicines.  
**Fuente:** Página electrónica de Multicines.

- 3. La publicidad.-** todas las promociones irán acompañadas de la respectiva campaña publicitaria en los medios de comunicación locales y regionales.
- 4. Relaciones públicas.-** serán todas actividades que el personal de mercadeo de la empresa lo realice con las diferentes entidades e instituciones a fin de dar a conocer el servicio y todas las ventajas y servicios que este ofrece.

**Estrategias de Publicidad.-** La publicidad se desarrollará tanto como para las películas que se proyectaran en los cines, como también la publicidad de la empresa *Cineloja*.



1. **La publicidad de las producciones cinematográficas.-** Se estimulará a los clientes para que asistan a ver las películas, especialmente a los estrenos que a nivel nacional se realizan, dando al cliente la oportunidad de ser partícipe de la primicia de observar dichos films. Se promoverán a través de los medios el acceso de los usuarios a los diferentes descuentos que la empresa realiza cada temporada.



**Figura 27.-** Promoción de la nueva película en estreno “Una noche en el Museo, Parte 3”  
**Fuente:** Página electrónica de CineMark.

2. **La publicidad institucional de la empresa.-** Se difundirá el nombre de la empresa por todos los medios de comunicación locales y regionales, a fin de dar a conocer el nombre de la empresa, y crear un ambiente pleno de aceptación por parte de los usuarios. Se estimulará a los usuarios con la imagen de los cines con un ambiente familiar y de disfrute de buenos momentos con amigos. Se presentarán en las portadas publicitarias imágenes de las instalaciones con los servicios óptimos para el cliente que decide visitar las salas de cine, y así mismo en la realidad se conservarán todos los

ambientes del cine. En los cines se presentarán anuncios de carácter social y benéfico, que estimulen a la comunidad a vivir en un ambiente sano y digno.

### **ESTUDIO TÉCNICO.**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieran, y que adicionalmente permita verificar la factibilidad técnica de cada una de ellos. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

### **TAMAÑO DE LA EMPRESA.**

En este punto se busca determinar el tamaño óptimo del proyecto de acuerdo a los diversos factores de mercado que lo condicionan. En el caso en particular el tamaño del proyecto está referido al número de horas por semana que se pueden brindar funciones de cine.

Para el presente estudio, el tamaño está supeditado a maximizar la rentabilidad del proyecto, para el cual se tratará:

- ✓ "Tamaño en proporción al mercado

- ✓ Tamaño en función a la capacidad de inversión
- ✓ Tamaño en función a la tecnología <sup>43</sup>

En tal virtud por los requerimientos de los clientes y los recursos disponibles de las salas de cine que se encuentran disponibles para su ejecución, se podrá brindar el servicio al 60% del total de la demanda insatisfecha de la población económicamente activa de la zona urbana de Loja que requiere la apertura de nuevas salas de cine en la localidad. Se implementarán 3 salas de Cine, y se requiere de un área aproximada de 1,000 m<sup>2</sup>.

#### **CAPACIDAD INSTALADA.**

La capacidad máxima de producción acorde a las condiciones de equipos e instalaciones físicas y tecnológicas es de 3 salas de cine cada una con una capacidad para 90 personas, que de acuerdo al número funciones, que podrían efectuarse 2 matines y 3 nocturnas, teniéndose una capacidad de brindar el servicio de cines a 1,350 personas por día, al mes serían 40,500 personas, y anualmente su taquilla puede llegar a 486.000 visitas a los cines.

---

<sup>43</sup> LÓPEZ ALTAMIRANO, Alfredo. ¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las Investigaciones de Mercado? Editorial CECSA. Primera Edición. Méjico 2001, Pág. 14

**Cuadro No. 24.- Proyección de la Capacidad Instalada**

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Capacidad instalada</b>	<b>% cobertura instalada</b>
0	609,226	486,000	80%
1	617,694	492,755	80%
2	626,285	499,604	80%
3	634,983	506,548	80%
4	643,814	513,589	80%
5	652,760	520,728	80%
6	661,837	527,966	80%
7	671,038	535,305	80%
8	680,362	542,746	80%
9	689,817	550,290	80%
10	699,412	557,939	80%

**Fuente:** Cuadro No. 22

**Elaborado:** Mayra Naranjo

### **CAPACIDAD UTILIZADA.**

Se iniciará con una capacidad utilizada del 80% ya que únicamente se operara con las 3 salas de cine en 4 funciones 2 matinales y 2 nocturnas, lo que equivale a 388,800 visitas al año, logrando cubrir el 63.82% de la demanda insatisfecha total que actualmente se encuentra en 609,226 visitas al año, luego de posicionarse en el mercado se incrementará el uso de la capacidad acorde al crecimiento de la demanda con el pasar del tiempo.

**Cuadro No. 25.- Proyección de la Capacidad Utilizada**

Año	Capacidad instalada	% capacidad utilizada	Capacidad utilizada
0	486,000	80%	388,800
1	492,755	80%	394,204
2	499,604	80%	399,683
3	506,548	80%	405,239
4	513,589	80%	410,872
5	520,728	80%	416,583
6	527,966	80%	422,374
7	535,305	80%	428,245
8	542,746	80%	434,198
9	550,290	80%	440,233
10	557,939	80%	446,352

**Fuente:** Cuadro No. 24

**Elaborado:** Mayra Naranjo

## **LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

La localización adecuada de la empresa determina en gran medida el éxito o el fracaso de un negocio. Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no sólo de criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias emocionales.

## **FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

En términos prácticos, el ámbito de elección no es tan amplio, pues las restricciones propias del proyecto descartan muchas de ellas. La selección previa de una macro-localización permitirá reducir el número de soluciones posibles. Sin embargo, debe tenerse presente que el estudio de la micro-localización no

corregirá los errores en que se pudo haber incurrido en la macro-localización, sólo indicará cual es la mejor alternativa de instalación.

## **FACTORES GEOGRÁFICOS**

**Cercanía al centro de la ciudad.-** El proyecto deberá estar localizado cerca al centro de la ciudad con el fin de captar el mayor número posible de usuarios, y sea fácil la movilización de los usuarios. En el sitio que se ha establecido la ubicación del cine se encuentra a 1.2 Km de la Iglesia la Catedral, es decir que la gente que vive en el casco céntrico de la ciudad pueden moverse caminando hasta el cine.

**Infraestructura.-** Los establecimientos en la zona de Investigación y alrededores, cuentan con energía eléctrica, adecuada; sistema y comunicaciones como: teléfono, fax y otros servicios necesarios para la instalación de la sala de cine.

## **FACTORES INSTITUCIONALES**

**Licencias.-** Es factible la apertura de establecimientos cuyo giro sea "proyección de películas" en el área de Zonificación ZO2 – S01, ya que por el lugar es una zona comercial, donde se localizan bares, discotecas, locales comida rápida, restaurants, hoteles, etc. Para el funcionamiento del establecimiento deberá solicitarse al GAD Municipal de Loja el permiso correspondiente.

**Permisos.-** Se debe solicitar un permiso especial para anuncios y publicidad en la Municipalidad de la ciudad de Loja, ya que el local contara con un aviso luminoso con el nombre del mismo. También deberá tramitarse los permisos del Cuerpo de Bomberos de Loja y de la Dirección Provincial de Salud de Loja.

## **FACTORES ECONÓMICOS**

**Compra del terreno y construcción del edificio.-** Para el proyecto será recomendable considerar los costos y gastos de una construcción propia, que a un inicio resultarán muy elevados, pero por la plusvalía del sector esta inversión no perderá su valor. Además que para el funcionamiento del establecimiento y de acuerdo a las necesidades físicas en infraestructura, no se tiene una edificación de alquiler en la ciudad.

**Competencia.-** En la ciudad de Loja se puede confirmar la existencia de un solo cine hasta el momento, el mismo que no ofrece las mejores facilidades de servicio a los habitantes de la ciudad de Loja y a los visitantes, y la oferta existe como para poder competir con un mejor servicio en lo que significativa a las proyecciones de producciones cinematográficas.

## PONDERACIÓN DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

**Cuadro No. 26.- Factores de ponderación de localización**

Factor de Localización	Ponderación del Factor (%)	Alternativas		
		A	B	C
<b>MACROLOCALIZACIÓN</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>35</b>
Transporte - cercanía a la ciudad	15	15	15	10
Disponibilidad y costos insumos	15	15	15	15
Recurso Humano	10	10	10	10
<b>MICROLOCALIZACIÓN</b>	<b>60</b>	<b>49</b>	<b>52</b>	<b>50</b>
Vías de acceso	10	10	10	10
Transporte de mano de obra	10	10	10	10
Servicios Básicos	15	10	10	10
Valor del terreno	15	9	12	10
Calidad de mano de obra	10	10	10	10
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>89</b>	<b>92</b>	<b>85</b>

**Nota:** La alternativa B corresponde al terreno ubicado en la calle Ilinizas en la Urbanización "El Rincón".

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboró:** Mayra Naranjo

### MACRO LOCALIZACIÓN.

El proyecto funcionará en el centro de la ciudad de Loja perteneciente a la provincia de Loja; misma que se encuentra ubicada en la parte centro-este de la geografía de la provincia, y en la capital de provincia.





Figura 28.- Mapas turísticos del Ecuador IGM.

Fuente: IGM, <http://www.lojanos.com/Joomla/lojanos/images/stories/cantones/mapa.jpg>

### MICRO LOCALIZACIÓN.

El cine se ubicará en el sector centro oriental de la ciudad de Loja, en la Ciudadela Zamora, Urbanización El Rincón, cerca al Hotel Howard Johnson. Este sector brinda todos los requerimientos básicos como son:

- Buena ubicación cerca del centro de la ciudad (1.2 Km. de la Iglesia La Catedral), aproximadamente a 5 min. en vehículo y a 11 min. caminando.
- Seguridad.
- Servicios básicos (agua potable, alcantarillado, electricidad, telefonía, e internet).

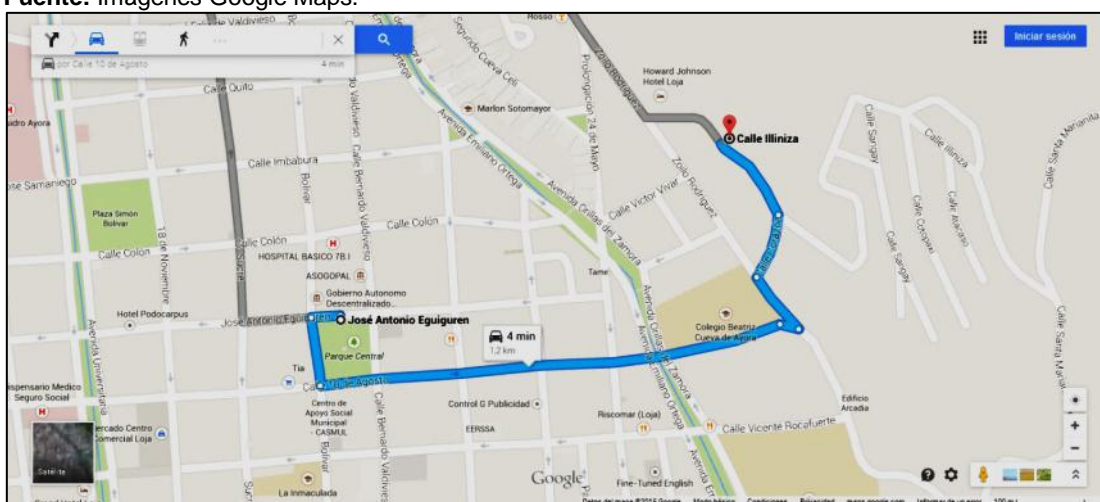
- Facilidad de transporte.
- Cercanía a lugares turísticos y el mejor Hotel de la ciudad.
- En la zona de locales de diversiones de la ciudad (bares, karaokes, discotecas, etc.).
- Cercano a zonas de comida rápida.
- Una de las mejores zonas de plusvalía de la ciudad.
- Desde este lugar se tiene una de las mejores vistas de la ciudad.

### Lugar a implementarse el proyecto.



**Figura 29.-** Fotografía con la ubicación del proyecto en la ciudad de Loja.

**Fuente:** Imágenes Google Maps.



**Figura 30.-** Recorrido para llegar a los cines desde el centro de la ciudad de Loja.

**Fuente:** Google Maps.

### **Características Físicas**

El sector de la Urbanización El Rincón presenta en sus características topográficas un terreno quebrado, y el sitio donde se implantará el cine está en la parte baja de la ladera. El material que conforma el suelo natural es de buenas características ya que en su gran parte está compuesto por conglomerado, y los taludes no fallan con facilidad porque la estructura del suelo es buena. En la parte alta se encuentra otra nueva urbanización (Atamer), con un gran crecimiento habitacional. Para poder ejecutar la construcción del Cine deberá realizarse un importante movimiento de tierras, pero la ventaja es que el material extraído puede ser vendido como material de relleno porque está formado de material de conglomerado (canto rodado aluvial), material propio para mejoramiento de suelos.

### **PROCESO**

El proceso contemplado para la distribución de la planta se basa en identificar cada una de las áreas físicas destinadas al uso de Salas de Cine, bar, parqueo, baños y área administrativa que permitan ofrecer un servicio de calidad a los usuarios que visitarán las instalaciones, siendo áreas que brinden confort, buena iluminación, ambientes limpios y seguros.

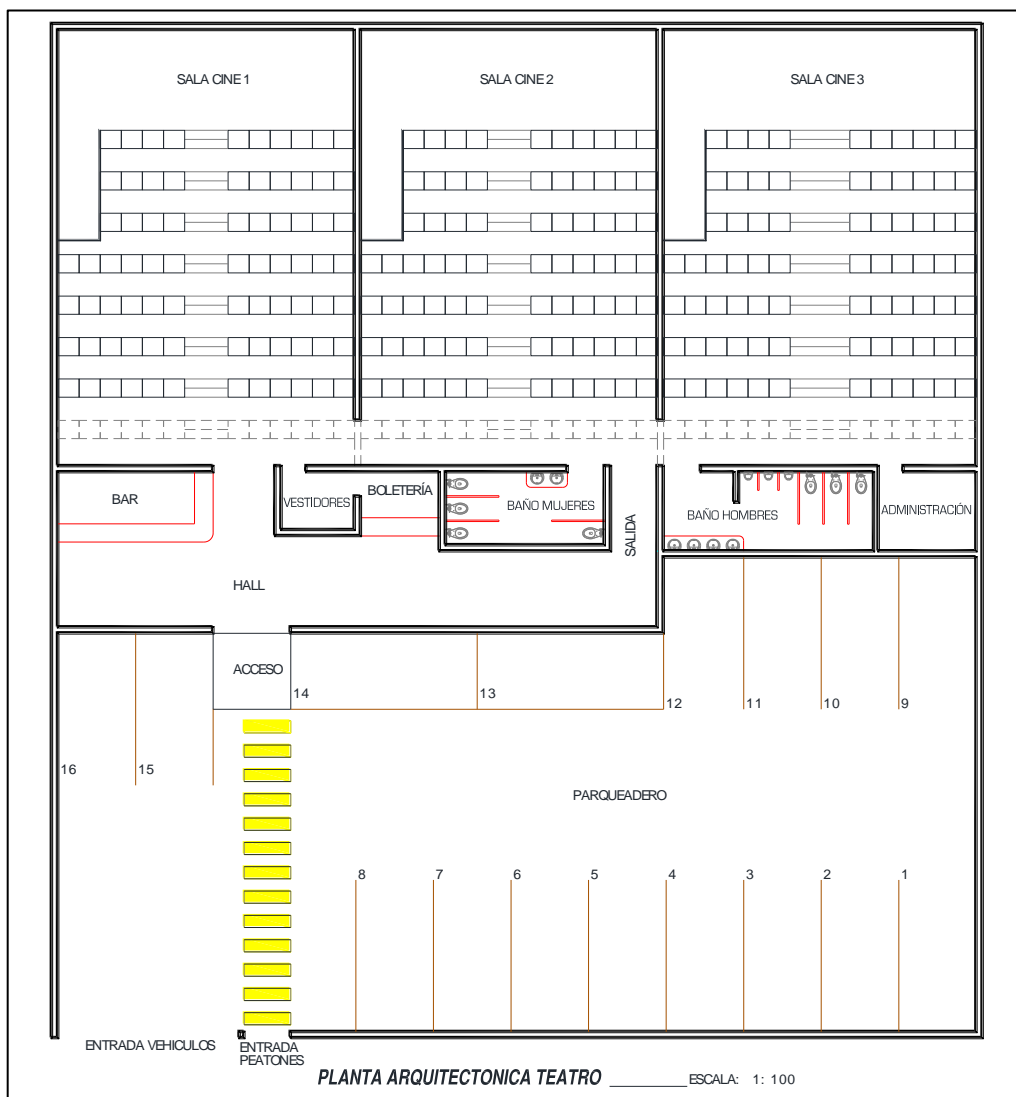


**Figura 34.-** Proceso productivo de la Empresa de Cines  
**Elaboró:** Mayra Naranjo

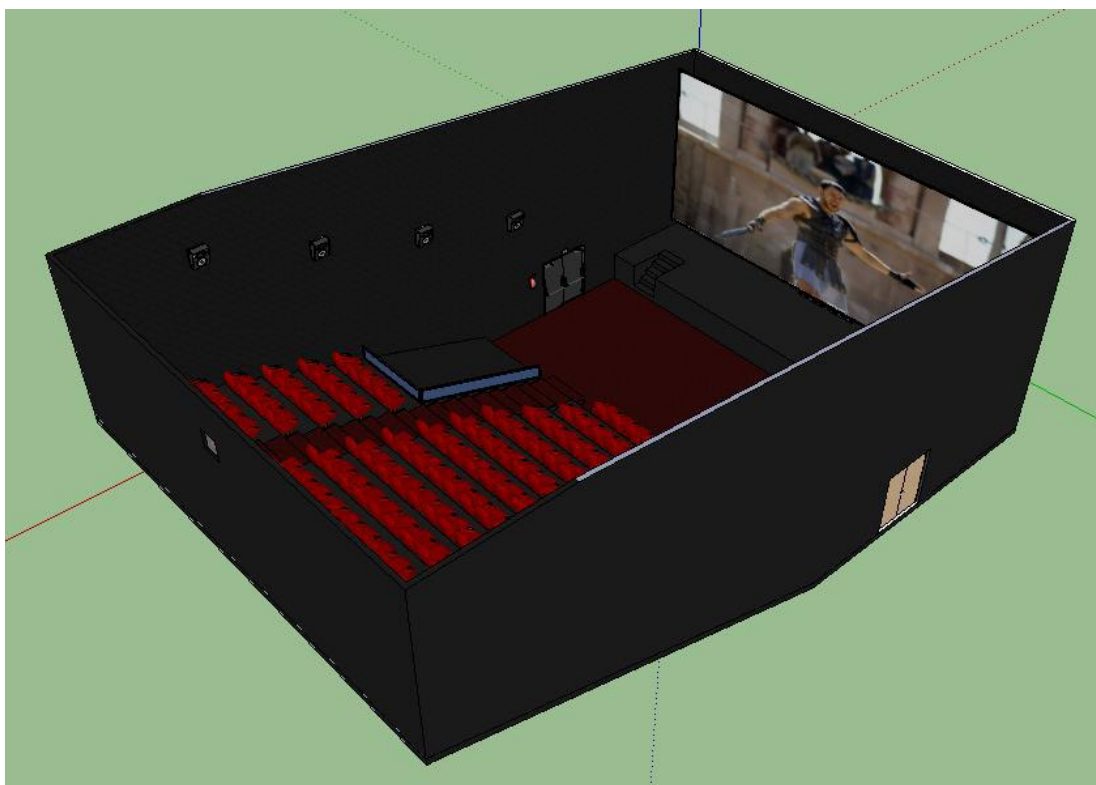
## **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

El edificio de está conformado por las siguientes áreas físicas:

- Área de parqueos.
- Área de boletería.
- Área de bar.
- Área de baños.
- Área administrativa.
- Área salas de cine.
- Área técnica de proyección de los films.



**Figura 31.-** Planta Arquitectónica del Cine  
**Elaboró:** Mayra Naranjo



**Figura 32.-** Vista 3D de la sala de cine.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

### **Cuadro No. 27.- Resumen Áreas de Construcción**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ÁREA</b>
Terreno	1.000,00 m <sup>2</sup>
Planta Baja	581,26 m <sup>2</sup>
Planta Alta	184,30 m <sup>2</sup>
Parqueadero	418,74 m <sup>2</sup>
<b>Área Total de Construcción</b>	<b>1.184,30 m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Diseños arquitectónicos

**Elaboró:** Mayra Naranjo

**Cuadro No. 28.- Especificaciones Técnicas del Cine**

<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MATERIALES</b>
Estructura	Hormigón armado + acero estructural
Paredes	Mampostería de bloque + aislante acústico
Cubierta	Estructura metálica + plancha galvanizada termo-acústica
Enlucidos	Cemento + empaste
Recubrimiento vertical	Porcelanato – baños – alucobond (en exteriores)
Contrapisos	Hormigón simple + replantillo de piedra
Pisos interiores	Porcelanato y alfombra
Pisos exteriores	Adoquín rustico de colores
Cielo raso	Cielo raso con paneles reflectantes acústicos
Puertas interiores	Madera
Puertas exteriores	Vidrio y metálicas corredizas
Ventanas	Aluminio y vidrio templado
Mesones	Granito + estructura de madera y aglomerado
Piezas sanitarias	Porcelana
Llaves sanitarias	Niquelados
Gradas	Hormigón armado
Instalaciones eléctricas, electrónicas y mecánicas.	Empotradas en paredes
Pintura paredes	Látex vinil acrílico.

**Fuente:** Diseños arquitectónicos

**Elaboró:** Mayra Naranjo

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

“En particular, en este estudio se determinarán los requerimientos de equipos para la operación y el monto de la inversión correspondiente del análisis de las características y especificaciones técnicas de los equipos, se precisará su disposición de la planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación.

El análisis de estos mismos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera, deberán deducirse los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de los equipos.

La descripción del proceso de servicio posibilitará, además, conocer el requerimiento de materias primas y los restantes insumos que demandará el servicio.”<sup>44</sup>

La sala de cine proporcionará excelentes comodidades como son:

- Una disposición de asientos en grada, con un desnivel de 18 pulgadas para asegurar una visión sin obstrucciones.
- Sonidos surround digital que envuelve al público con un ambiente sonoro multidimensional.
- Los asientos con reposabrazos abatibles, estilo Love Seat®.
- Programa de fidelización "Movie Watcher" para clientes asiduos.
- Las zonas de Atención al cliente, que proporcionan un mejor servicio.
- Reserva de entradas anticipadas mediante servicio telefónico.
- Facilidad en las formas de pago de las entradas y más servicios que se brindará en los Cines

---

<sup>44</sup> Kinneer/Taylor. Investigación de mercados Pág. 129, 131.



Como antes ya se ha mencionado, en el ámbito local como ya existe la presencia de salas de cine en un centro comercial de la localidad, por lo tanto deberá tomarse muy en cuenta que el servicio debe ser de excelente calidad y de acuerdo al costo del servicio, el mismo que será accesible a una demanda de posibles visitantes a las nuevas salas de cine, ofreciendo al cliente nitidez tanto en audio y sonido, calidad con el nivel de las principales ciudades de nuestro país, que ofrezcan confort, comodidad, satisfacción de este servicio, y sobre todo se ofrecerá seguridad y el contacto diario y directo con el cliente como parte de la nueva empresa.

## **SERVICIO**

**“Cineloja”** S.A. es una empresa lojana que se dedicará a brindar entretenimiento mediante la proyección de películas, las mismas que se las entregarán mediante equipos de calidad a la sociedad a la cual está enfocada, para lograr la llenar las expectativas del cliente.

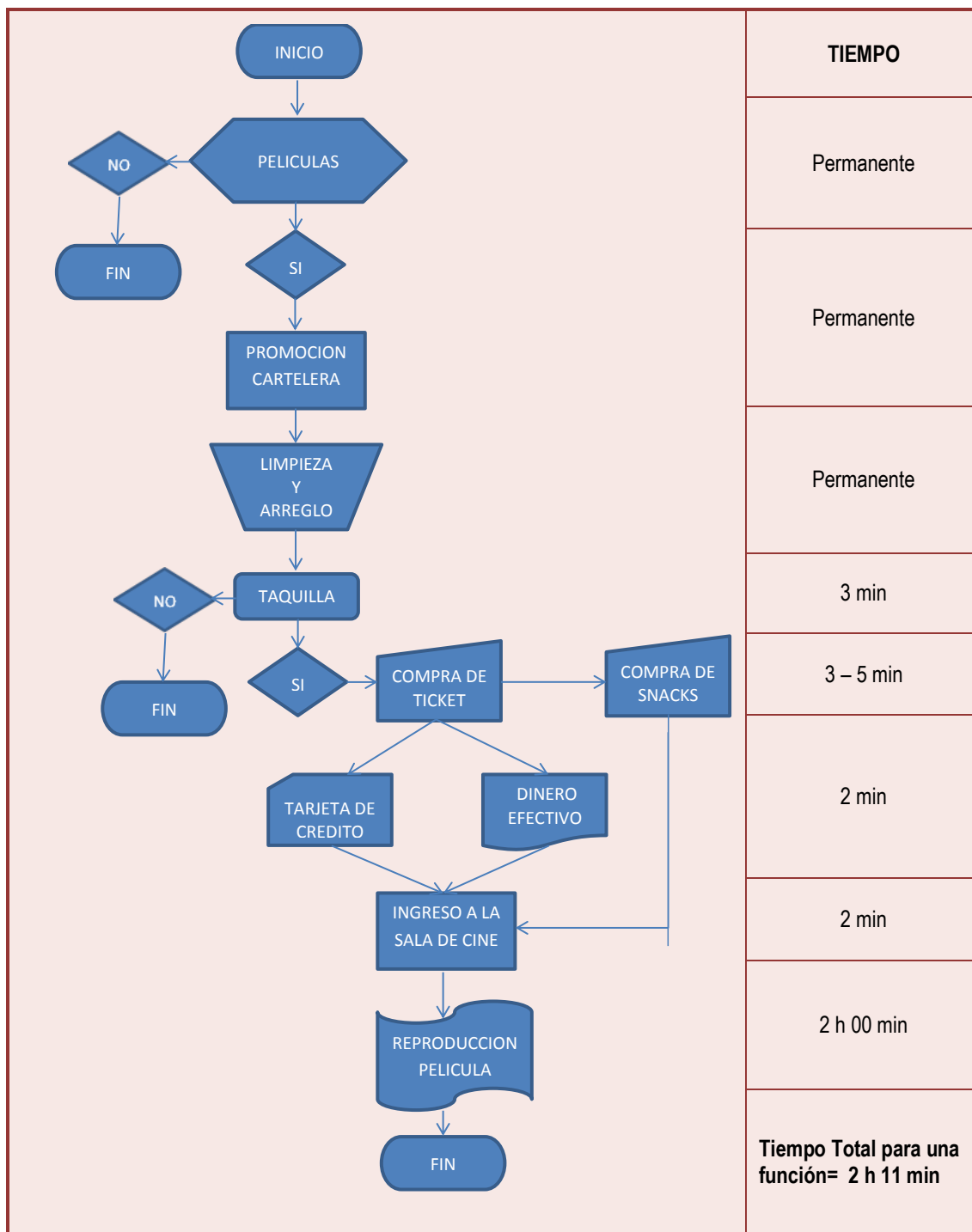
## **PROCESO OPERATIVO**

- 1. Películas:** Primeramente de adquiere la materia prima, que en este caso son la películas, para lo cual se comprará lo derechos de reproducción a las distribuidoras cinematográficas del mundo, y de manera especial se solicitará la dotación del material cinematográfico de estreno a las fechas que son presentadas en todo el territorio nacional.

- 2. Promoción de la cartelera:** Se difundirá en todos los medios locales y regionales la cartelera con la suficiente anticipación, y en todos los sistemas de comunicación radio, prensa, televisión, internet, redes sociales, etc. También en el cine se colocara imágenes gigantes y a todo color con la propaganda de cada una de las películas que se estarán presentando, con lo horarios respectivos para cada película.
- 3. Limpieza y ordenamiento del establecimiento.-** Previo al inicio de cada presentación y al final del día de labores el personal encargado realizará la limpieza de cada una de las áreas del cine, de manera que el cliente se sienta en un ambiente agradable, limpio y sin contaminación.
- 4. Taquilla:** El cliente llega a los cines observa la cartelera y la hora de presentación de las películas y compra su ticket. Para el pago de las entradas al cliente se dará la facilidad de hacerlo en efectivo o mediante tarjetas de crédito.
- 5. Provisión de Snack's, bebidas y golosinas:** Luego que el cliente adquiera su entrada, de acuerdo a su gusto realizará su dotación de los productos que se expenden en el bar del cine para evitar perderse escenas de la película con una salida intermedia cuando la película ya se esté reproduciendo.
- 6. Ingreso a la sala de cine:** Una vez que el cliente este provisionado de los productos del bar, se colocara en la cola de ingreso a la sala de cine respectiva, para de manera ordenada acceder y ubicarse en el sitio que el estime más confortable para visualizar la película.

- 7. Reproducción de la película:** A la hora prevista en la cartelera se iniciará con la reproducción de la cinta. Al inicio se reproducirán avisos comerciales y se difundirán los tráilers de los próximos estrenos. De ser necesario y si el tiempo y las condiciones de los asistentes así lo ameritan se utilizará el aire acondicionado o la calefacción según se requiera.
- 8. Fin de la función:** Una vez terminada la reproducción de la película se encenderán las luces y se emitirá un anuncio agradeciendo la asistencia al cine. El personal asignado asistirá a los clientes para la salida de la sala de cine y brindará la respectiva ayuda para verificar que no queden objetos olvidados de los asistentes, y asistirá en lo que sea posible a los requerimientos del cliente. El personal controlará que todos los clientes salgan y no quede ningún rezagado.

**FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO**



**Figura 33.-** Flujograma del proceso  
 Elaboró: Mayra Naranjo

## REQUERIMIENTO DE MATERIALES Y PERSONAL

### REQUERIMIENTO DE MATERIALES

Respecto a maquinaria y equipo tenemos los siguientes:

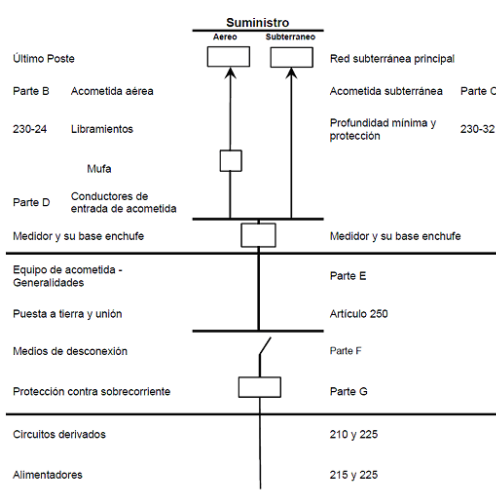
#### – Iluminación.-



**Figura 38.-** Iluminación de cines – Shudee Technology.

**Fuente:** [http://www.5dmovietheater.com/photo/pl2086594-cine\\_de\\_hd\\_5d\\_con\\_las\\_sillas.jpg](http://www.5dmovietheater.com/photo/pl2086594-cine_de_hd_5d_con_las_sillas.jpg)

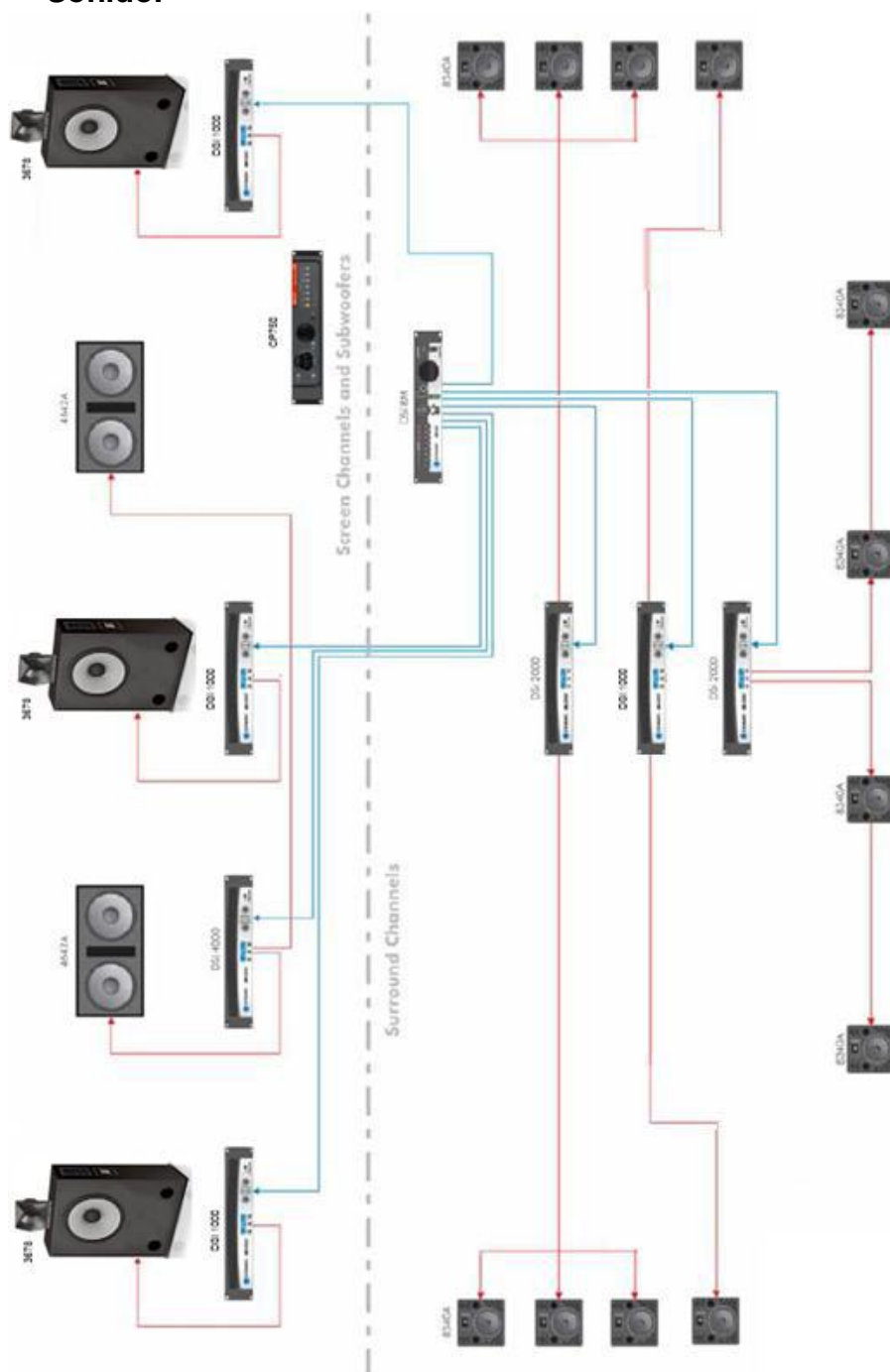
#### – Electrificación.-



**Figura 39.-** Diseño eléctrico para acondicionamiento acústico y electroacústico de sala de cine 3D.

**Fuente:** Diseño y acondicionamiento acústico y electroacústico de sala de cine- Autor: Raúl Arribas Pérez.

– Sonido.-



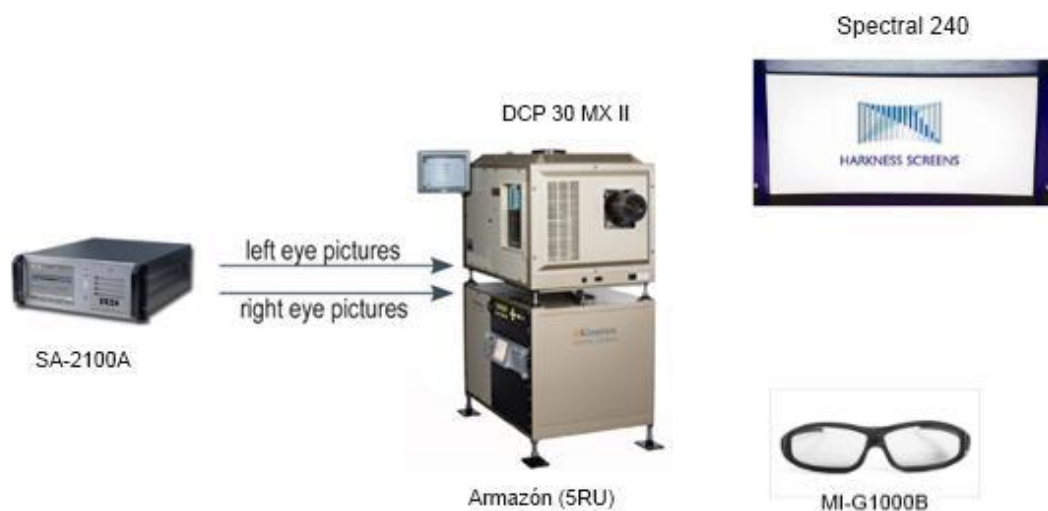
Analógico: \_\_\_\_\_

Cable de alta voz: \_\_\_\_\_

**Figura 40.-** Diseño y acondicionamiento acústico y electroacústico de sala de cine 3D.

**Fuente:** Diseño y acondicionamiento acústico y electroacústico de sala de cine - Autor: Raúl Arribas Pérez.

– **Equipo reproductor de cinta cinematográfica**



**Figura 41.-** Esquema conexión para reproducción de imagen de cine.

**Fuente:** Diseño y acondicionamiento acústico y electroacústico de sala de cine - Autor: Raúl Arribas Pérez.

– **Butacas.-**



**Figura 42.-** Butacas Tango Tip-up.

**Fuente:** Diseño y acondicionamiento acústico y electroacústico de sala de cine - Autor: Raúl Arribas Pérez.

- **Equipos y accesorios de bar.-** Son todos los implementos que se utilizaran en el bar como son canguilera, nevera, refrigeradora, juguera, algodонера de azúcar, despachador de gaseosas, etc.

## **REQUERIMIENTO DE PERSONAL**

Los recursos humanos acorde para ofrecer el servicio: mano de obra del personal de operación: 1 persona para adquisición de films, 1 para venta de tickets, 3 de seguridad, 1 para venta en bar, 1 servicio al cliente, 1 para control de calidad de las películas, 1 reparador de equipos de proyección, 3 para limpieza y arreglo de salas de cine, y 1 bartender. Personal administrativo como son: un gerente, una contadora-secretaría contadora, un asesor jurídico, un gerente de administración y finanzas, y un administrador de control de calidad y mantenimiento. Con este personal se podrá poner en marcha la empresa y lograr su desarrollo.



## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

**“Cineloja”** es una empresa que organizada a través departamentos funcionales, acordes a sus funciones y actividades que desempeñan. Para su correcto funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.

### **BASE LEGAL**

La empresa de cines para su organización jurídica ha previsto la constitución de una Compañía Anónima, de conformidad con el Art. 143 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.”<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> LEY DE COMPAÑÍAS, Codificación No. 000.RO/ 312 del 5 de Noviembre de 1999

La Compañía Anónima iniciará el negocio con la participación de 2 accionistas que responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones.

### **La Razón Social o Denominación**

Bajo estas disposiciones legales y otras pertinentes a una Compañía Anónima, será preparará una minuta del contrato de constitución de la compañía. La razón social de la empresa de cines será ***“Cineloja” S. A.***

***“Cineloja” S. A.***, por ser una empresa del sector de servicios y entretenimiento se fundará en las leyes básicas como es lo relacionado en las Patentes y Permisos Municipales y cumplirá con las obligaciones señaladas por la Superintendencia de Compañías y del Sistema de Rentas Internas, dispondrá de la ley de compañías, ley de régimen tributaria interno, código de trabajo.

### **Domicilio**

La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Loja, provincia de Loja, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.

### **Objeto Social**

La empresa como tal, tendrá su objeto social como un centro de entretenimiento de reproducciones cinematográficas, las mismas que se las proyectarán mediante equipos de calidad en un ambiente cómodo y seguro, a fin de satisfacer las expectativas de los usuarios que requieran del servicio.

### **Capital Social**

El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. \$ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de QUINIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. \$ 500,00) cada una.

### **Duración de la Sociedad**

El plazo de duración de la sociedad será de diez años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.

### **Número de socios**

El número de socios que participan de Sociedad Anónima “**Cineloja**”, es de dos. La nominación de gerente y presidente será en la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que indica la Ley, y para el tiempo máximo que en esta se establece.

## **MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA**

### **ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA DE ENTRETENIMIENTO CINELOJA**

#### **S.A.**

En la ciudad de Loja, provincia de Loja, a los catorce días del mes de enero del año 2015, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Norman Pardo, se reúne un grupo de personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía Anónima, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto dedicarse a brindar entretenimiento mediante la proyección de material cinematográfico, para esparcimiento de los habitantes de la ciudad de Loja y sus alrededores.

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE ENTRETENIMIENTO**

#### **CINELOJA S.A.**

#### **SEÑOR NOTARIO:**

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES.-** MAYRA LUCÍA NARANJO SOTOMAYOR, ecuatoriana portadora de la cédula 1103520944, y JOSE MIGUEL ESPARZA CRUZ, ecuatoriano portador de la cédula 1102133481, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa CINELOJA S.A.

**SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-** Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a brindar entretenimiento mediante la proyección de material cinematográfico, para esparcimiento de los habitantes de la ciudad de Loja y sus alrededores, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

### **TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA**

#### **TÍTULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN.-**

**Art. 1.-** La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se registrará de acuerdo a este estatuto se denomina CINELOJA S.A.

**Art. 2.- (DOMICILIO).-** La compañía tendrá su domicilio principal en la ciudad de Loja, provincia de Loja, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.-

**Art. 3.- (OBJETO).-** El objeto de la compañía es brindar entretenimiento mediante la proyección de material cinematográfico, para esparcimiento de los habitantes de la ciudad de Loja y sus alrededores.- Asimismo, la sociedad podrá ejercer actividades directamente relacionadas, afines o conexas a la actividad empresarial descrita en el párrafo anterior.- La empresa podrá realizar toda clase

de actos, contratos importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-

**Art. 4.- (PLAZO, DURACIÓN).**- El plazo de duración de la sociedad será de diez años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.-

#### **TÍTULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.-**

**Art. 5.- (CAPITAL).**- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. \$ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de QUINIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. \$ 500,00) cada una.-

**Art. 6.- (TÍTULOS DE ACCIONES).**- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por la firma del Gerente General de la Empresa.-

**Art. 7.- (DERECHOS).**- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.-

**Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).**- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías.

Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.-

**Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).**- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

**Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).**- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probará con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.-

### **TÍTULO TERCERO.- EJERCICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS.-**

**Art. 11.- (EJERCICIO ECONÓMICO).**- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas , el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores a la sesión de junta tal

informe y balances podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la empresa.-

**Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).**- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregara el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna causa y de él se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

#### **TÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.-**

**Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).**- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.-

**Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).**- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio



económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.-

**Art. 15.- (CONVOCATORIA).**- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.-

**Art. 16.- (REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS).**- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

**Art. 17.- (QUÓRUM).**- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General de instalar con el número de accionistas presentes o que concurren, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

**Art. 18.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).-** La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prórroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) Conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar las dietas que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.-

**Art. 19.- (JUNTA UNIVERSAL).-** La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo

dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

**Art. 20.- (CONVOCATORIA).**- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-

**Art. 21.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).**- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta

General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.-

**Art. 22.- (RESOLUCIONES).**- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

**Art. 23.- (ACTAS).**- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.-

**Art. 24.- (DEL GERENTE GENERAL).**- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.-

**Art. 25.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).**- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por

concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informe de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

**Art. 26.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).**- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

**Art. 27.- (DISPOSICIÓN GENERAL).**- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-

**Art. 28.- (AUDITORÍA).**- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

#### **TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL**

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual.

#### **TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES**

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Gerente General a la Ing. Mayra Lucía Naranjo Sotomayor. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Dr. Norman Pardo, Abogado, Matrícula CAL-733. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

En una empresa, su organización tiene relación con su fisonomía física la que se denomina Organigrama Estructural, es decir, como está organizado jerárquicamente, cuales son los principales estamentos, dependencias y entre ellos que grado de coordinación tienen.

Es necesario determinar un modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente.

## **NIVELES JERÁRQUICOS DE LA EMPRESA**

En el diagrama estructural de la empresa, podemos notar diferentes niveles jerárquicos, entre los cuales se distinguen los siguientes:

### **NIVEL DIRECTIVO**

- ✓ Junta General de Accionistas

### **NIVEL EJECUTIVO**

- ✓ Gerencia General

### **NIVEL ASESOR**

- ✓ Asesor Jurídico

## **NIVEL ADMINISTRATIVO**

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. La estructura de la empresa está conformada por diferentes niveles jerárquicos, entre los cuales se distinguen los siguientes.

- ✓ Gerencia de Administración y Finanzas.
- ✓ Contadora – Secretaria.
- ✓ Administrador de Control de Calidad y Mantenimiento.

## **NIVEL OPERATIVO**

- ✓ Servicio al cliente.
- ✓ Control de calidad de los filmes.
- ✓ Reparación de equipos de proyección.
- ✓ Venta de tickets.
- ✓ Seguridad.

## **RECURSO HUMANO.-**

El recurso humano estará conformado de la siguiente manera:

### **Personal administrativo:**

- Gerente General: 1
- Asesor Jurídico: 1
- Gerente Administrativo – Financiero: 1

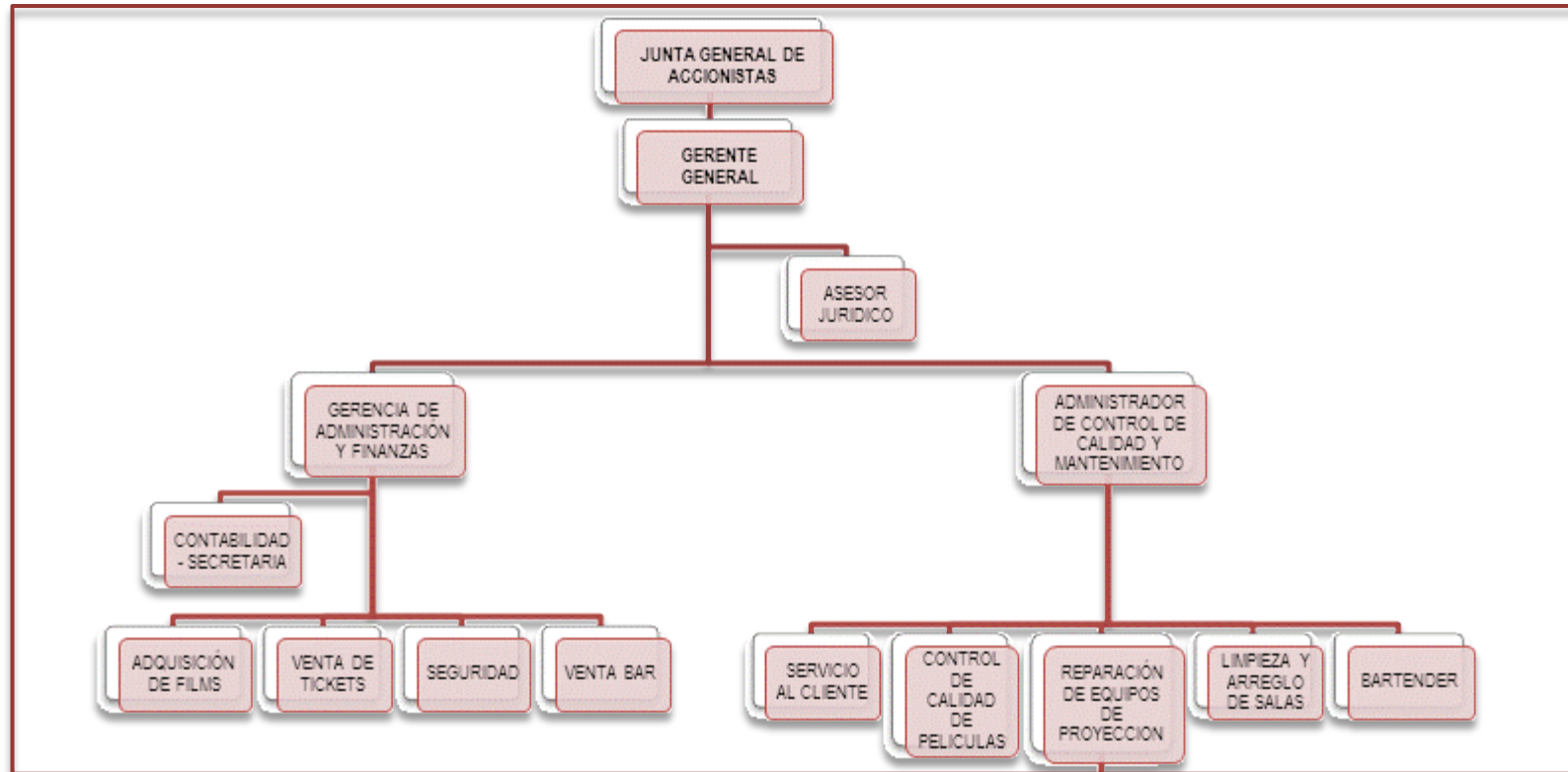


- Contadora – Secretaria: 1
- Administrador de Control de Calidad y Mantenimiento: 1

**Personal de mano de obra:**

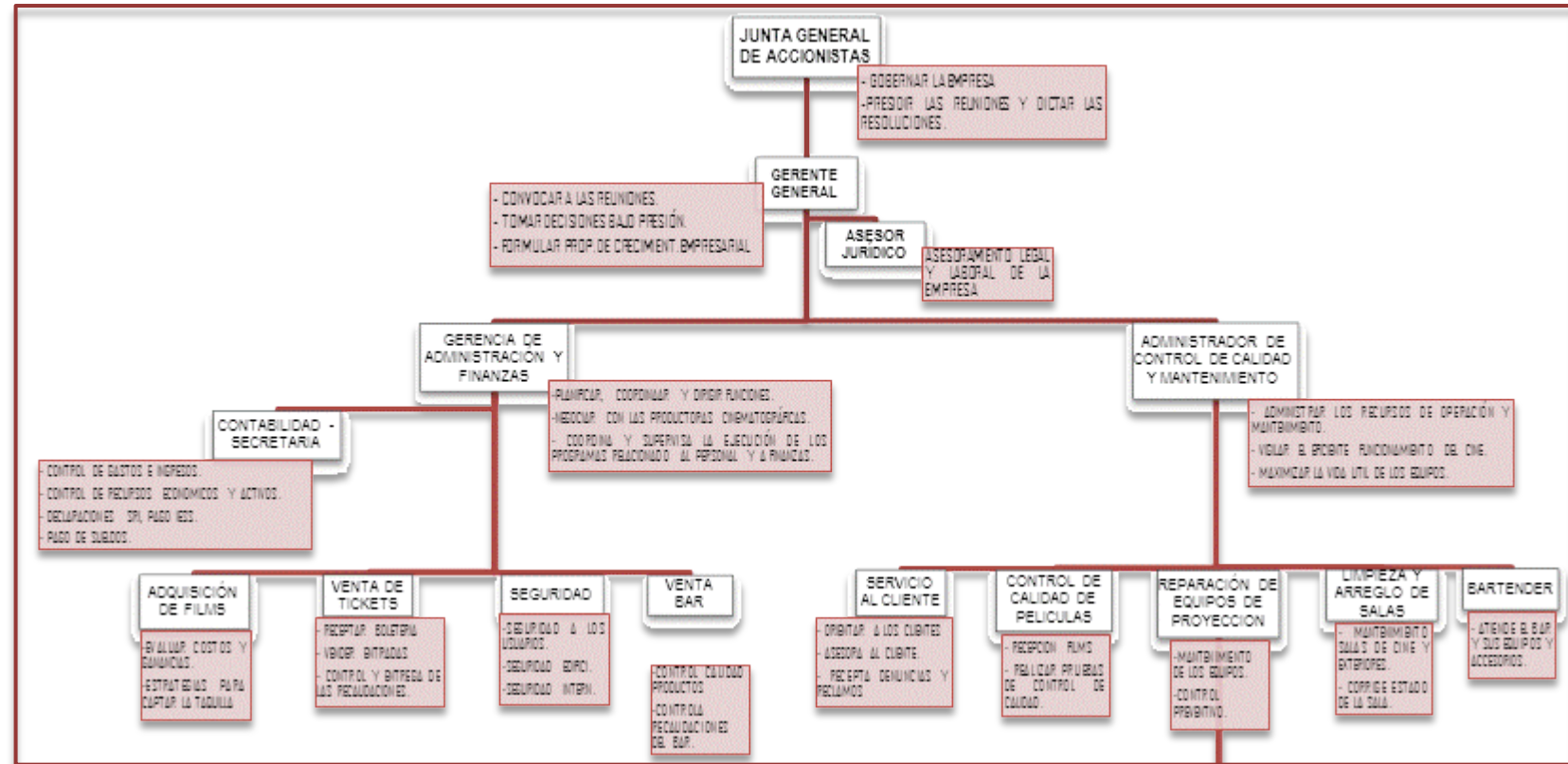
- Venta de tickets: 1
- Bar tender: 2
- Técnico de control de filmes y reparador de equipos de proyección: 2
- Asistente de servicio al cliente: 2
- Seguridad: 2
- Auxiliar de limpieza: 2

Figura 35.- Organigrama Estructural de “Cineloja” S.A.



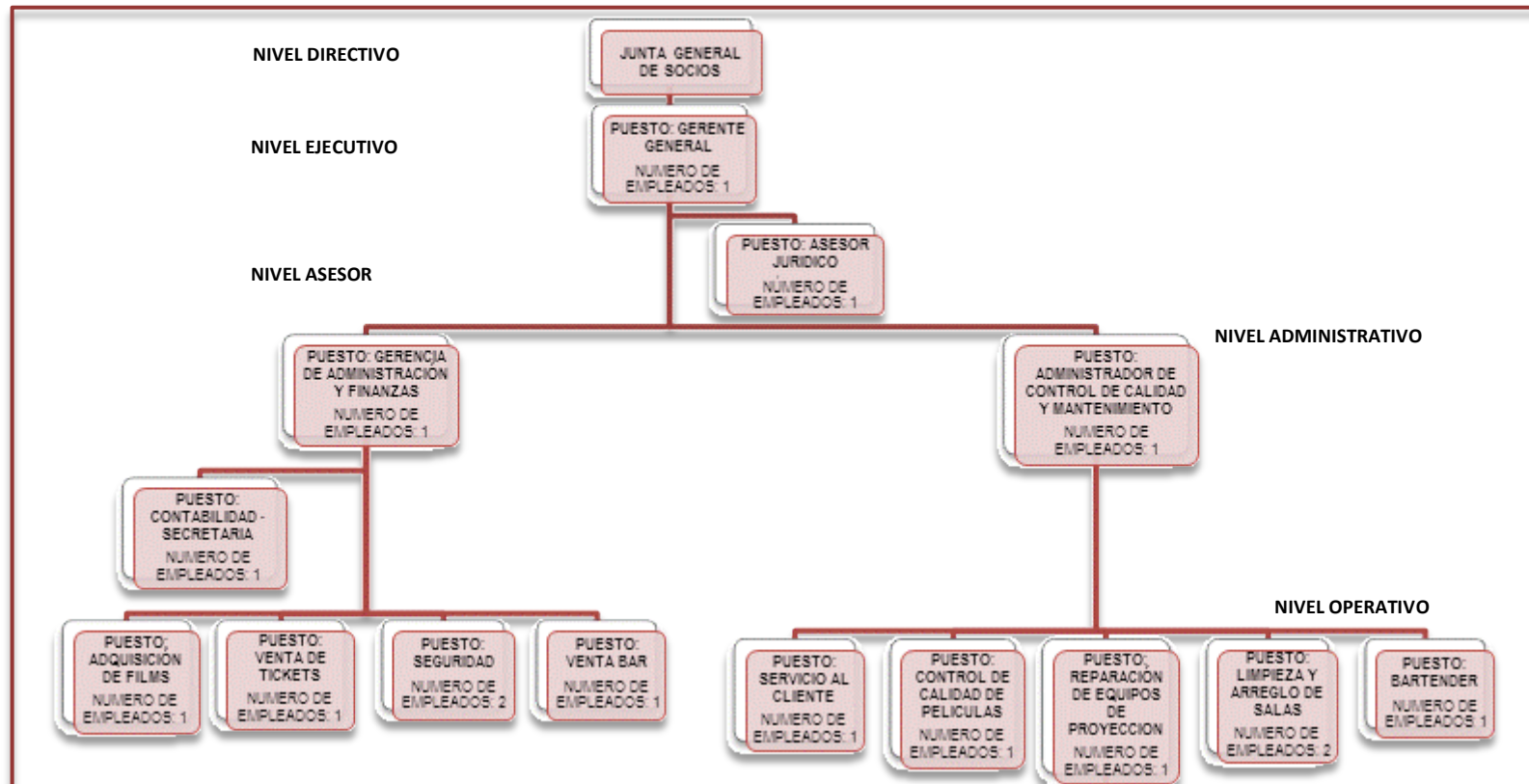
Elaboró: Mayra Naranjo

Figura 36.- Organigrama Funcional de “Cineloja” S.A.



Elaboró: Mayra Naranjo

Figura 37.- Organigrama Posicional de “Cineloja” S.A.



Elaboró: Mayra Naranjo

## **MANUAL DE FUNCIONES**

El Manual de Funciones contiene la información para el futuro empleado, de manera que este cumpla en forma apropiada su trabajo. A continuación se presente la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento organizacional óptimo de la empresa.

---

**CÓDIGO:** 01

**TITULO DEL PUESTO:** GERENCIA GENERAL

**NIVEL JERÁRQUICO:** NIVEL EJECUTIVO

### **NATURALEZA DEL TRABAJO:**

El Gerente General es la persona contratada por la compañía, en decisión de los accionistas de la empresa, el cual puede ser uno de los antes mencionados, o una persona ajena, que cumpla con los requisitos necesarios para ocupar este puesto que entre otros son:

- ✓ Título Profesional En Economía, Ingeniero Comercial, Administración o afines.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en Comercio Exterior.
- ✓ Excelente presencia, y trabajo por logro de objetivos.

Las funciones que desempeñará el Gerente General serán:

- ✓ Coordinar y Administrar las funciones emprendidas por los diferentes departamentos de la compañía.

- ✓ Establecer cronogramas de trabajo en función de períodos de tiempo determinados, a fin de cumplir con la producción necesaria.
- ✓ Presentar reportes e informes sobre las actividades de los diferentes departamentos que funcionan en la Compañía, así como también de las dificultades significativas ante el Presidente.
- ✓ Diseñar nuevas estrategias para el logro de objetivos, a fin de fomentar el crecimiento de la institución.
- ✓ Elaborar el presupuesto de ingresos y egresos a fin de presentarlo ante la Junta de accionistas.
- ✓ Verificar la disposición de todos los materiales e insumos a fin de no detener el proceso productivo.
- ✓ Ser un ente comunicador entre sus empleados y la Junta General de Accionistas por medio del Presidente.

---

**CÓDIGO:** 02

**TITULO DEL PUESTO:** ASESOR JURÍDICO

**NIVEL JERÁRQUICO:** NIVEL EJECUTIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

El Asesor Jurídico es la persona contratada por la compañía, y es quien se encargará de asesorar lo concerniente a la parte legal y laboral de la empresa.

Los requisitos necesarios para ocupar este puesto que entre otros son:

- ✓ Título Profesional de Abogado en Derecho.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en Asesoramiento legal empresarial.
- ✓ Excelente presencia, y trabajo por logro de objetivos.

Las funciones que desempeñará el Asesor Jurídico serán:

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

---

**CÓDIGO:** 03

**TÍTULO DEL PUESTO:** GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

**NIVEL JERÁRQUICO:** ADMINISTRATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

La unidad administrativa financiera fomenta la interacción con otras unidades de la empresa que establece los controles eficaces y óptimos para generar recursos y permite la fluidez administrativa financiera para la consecución de los objetivos establecidos al sistema empresarial.

Que cumpla con los requisitos necesarios para ocupar este puesto que entre otros son:

- ✓ Título Profesional: Ingeniero Comercial, Administración o afines.
- ✓ Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ Excelente presencia, y trabajo por logro de objetivos.

Las funciones que realizará la gerencia administrativa son:

- ✓ Dar seguimiento e informar periódicamente al Gerente general de los convenios y/o contratos que se suscriban con terceras personas.
- ✓ Entrega de los Estados Financieros de la empresa al final de cada período debidamente validados.
- ✓ Preparar los informes del presupuesto.
- ✓ Cumplir con las políticas, normas y procedimientos establecidos en materia administrativa.
- ✓ Atender la demanda que en el campo administrativo, sean planteadas a la dirección y presentar las recomendaciones pertinentes.



- ✓ Experiencia en mercadotecnia.
- ✓ Organizar y mantener actualizados los registros del Recursos Humanos asignado a la Gerencia, mediante un expediente individual por funcionario.

---

**CÓDIGO:** 04

**TÍTULO DEL PUESTO:** CONTADORA - SECRETARIA

**NIVEL JERÁRQUICO:** ADMINISTRATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Este departamento se concentrará únicamente en la situación financiera y de archivo de la empresa, para lo cual la persona encargada de esta área tendrá que cumplir con el siguiente perfil.

- ✓ Ingeniero en Finanzas y Auditoria entre 24 a 28 años.
- ✓ Experiencia de 2 años en cargos similares
- ✓ Amplios conocimientos de Evaluación Financiera y Contabilidad.
- ✓ Excelente manejo del idioma inglés.

Las funciones que realiza la contadora - secretaria son:

- ✓ Elaborar los Estados Financieros de la empresa al final de cada período.
- ✓ Realizar las declaraciones de los impuestos ante el Servicio de Rentas Internas.
- ✓ Realizar las gestiones del Seguro Social de los empleados de la empresa.
- ✓ Diseñar un sistema de cancelaciones de Sueldos y Salarios a los empleados de la empresa conjuntamente con sus bonificaciones.

---

**CÓDIGO:** 05

**TÍTULO DEL PUESTO:** ADMINISTRADOR DE CONTROL DE CALIDAD Y  
MANTENIMIENTO

**NIVEL JERÁRQUICO:** ADMINISTRATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

La labor principal del Administrador de control de calidad y mantenimiento, estará relacionada muy estrechamente en la prevención de accidentes y lesiones en el trabajo, así como la responsabilidad de mantener en buenas condiciones el equipo, herramientas provistas por la empresa, para brindar el mejor servicio al usuario.

Esta área tendrá que cumplir con el siguiente perfil.

- ✓ Experiencia mínima 3 años.
- ✓ Profesional en Ingeniería industrial con manejo de las normas ISO 9001:2000.
- ✓ Capacidad para identificar, analizar y resolver problemas.
- ✓ Profesional calificado por sólidos conocimientos científicos y tecnológicos en las áreas de mantenimiento y seguridad industrial (mecánico, eléctrico).

Las funciones del departamento de control de calidad y mantenimiento son:

- ✓ Optimizar la disponibilidad del equipo disponible.
- ✓ Disminuir los costos de mantenimiento.
- ✓ Maximizar la vida útil del equipo disponible
- ✓ Manejar rutinas de control de calidad.
- ✓ Mantener stock de repuestos.
- ✓ Programar jornadas de mantenimiento preventivo.

---

**CÓDIGO:** 06

**TITULO DEL PUESTO:** ADQUISICIÓN DE FILMES

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

La labor principal del encargado de adquisición de filmes, estará relacionada muy estrechamente en la búsqueda, negociación y adquisición de las películas, se interesará por los estrenos y programas actuales que generen la atención de los espectadores. Inicialmente esta función la cumplirá el Gerente de Administración y Finanzas.

Esta área tendrá que cumplir con el siguiente perfil.

- ✓ Experiencia mínima 2 años.
- ✓ Profesional en Ingeniería en Mercadotecnia y/o Administración, con conocimiento de manejo de procesos, capacidad para identificar, analizar y resolver problemas.
- ✓ Profesional que debe tener destrezas en un conjunto de técnicas, métodos y procedimientos sistemáticos, que le permitan determinar las necesidades del cliente, y su satisfacción oportuna y confiable, tomando en cuenta su reacción a futuro, tomando en cuenta sus requerimientos.
- ✓ Inglés 80 %.

Las funciones de esta sección de adquisición son:

- ✓ Provisionar de material filmico, y ayudar a propender excelentes relaciones entre proveedor y empresa.
- ✓ Disminución los tiempos de respuesta en la adquisición de los filmes

- ✓ Maximización de la relación costo/beneficio de la negociación proveedor-empresa.
- ✓ Manejar técnicas de negociación adecuadas para llegar a la sinopsis ganar/ganar.
- ✓ Realizar planes de Mercadeo y Publicidad a fin de dar a conocer el servicio.

---

**CÓDIGO:** 07

**TÍTULO DEL PUESTO:** VENTAS DE TIKETS

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Esta sección será el responsable de las ventas de los boletos para las funciones de los largometrajes, deberá además encargarse la todo el proceso de ventas hasta llegar al cliente final, para lo cual el perfil para este puesto será el siguiente.

- ✓ Hombre o mujer con conocimientos contables y financieros.
- ✓ Buenas relaciones humanas.
- ✓ Estar pendiente constantemente de la demanda del mercado.
- ✓ Responsabilidad, puntualidad y constancia en el trabajo.
- ✓ Experiencia en Ventas

Las funciones que se desarrollará en esta sección son:

- ✓ Planificar y realizar el seguimiento del proceso de ventas hasta que el servicio llegue al consumidor final.
- ✓ Realizar los contactos con los clientes.
- ✓ Presentar los informes de ventas al Contador y Gerente Administrativo Financiero.

---

**CÓDIGO:** 08

**TÍTULO DEL PUESTO:** SEGURIDAD

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Es la persona encargada de mantener una seguridad y cuidado estricto tanto de los recursos que posee la empresa como, aquellos provenientes de terceras personas que se encuentran en relación directa con la Organización para lo cual el perfil para este puesto será el siguiente:

- ✓ Hombre edad mínima 20 años, que tenga conocimiento en defensa personal y manejo de armas.
- ✓ Preferentemente que haya cumplido el servicio militar.

Las funciones que se desarrollará en esta sección son:

- ✓ Analizar las necesidades en materia de seguridad y vigilancia de la Organización, así como la puesta en marcha y coordinación de programas de seguridad y vigilancia.
- ✓ Supervisar continuamente la labor del servicio de seguridad con el fin de asegurar el estricto cumplimiento de los términos acordados.
- ✓ Crear una cultura de seguridad entre los funcionarios, incluida la elaboración de instrumentos para informar asuntos elementales de seguridad.
- ✓ Realizar vigilancia permanente dentro de la sala del cine.
- ✓ Controlar los excesos dentro de la sala de cine.

---

**CÓDIGO:** 09

**TÍTULO DEL PUESTO:** VENTAS DEL BAR

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Esta sección será el responsable de las ventas de los snacks y golosinas durante las funciones de cine, deberá además encargarse la todo el proceso de ventas hasta llegar al cliente final, para lo cual el perfil para este puesto será el siguiente.

- ✓ Hombre o mujer con conocimientos de ventas.
- ✓ Buenas relaciones humanas.
- ✓ Estar pendiente constantemente de la demanda de los usuarios.
- ✓ Responsabilidad, puntualidad y constancia en el trabajo.
- ✓ Experiencia en Ventas

Las funciones que se desarrollará en esta sección son:

- ✓ Planificar y realizar el seguimiento del proceso de ventas hasta que el servicio llegue al consumidor final.
- ✓ Provisión permanente de los productos del bar, verificar calidad y la vigencia de los mismos.
- ✓ Realizar los contactos con los clientes.
- ✓ Presentar los informes de ventas al Contador y Gerente Administrativo Financiero.



---

**CÓDIGO:** 10

**TÍTULO DEL PUESTO:** SERVICIO AL CLIENTE

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Es la persona encargada del manejo de los clientes dentro de la sala de cine, mediante la ubicación correcta de acuerdo a los requerimientos de los clientes y la capacidad de la sala, en las butacas existentes; el perfil para este puesto será el siguiente:

- ✓ Hombre o mujer.
- ✓ De buena presencia.
- ✓ Atento/a y cordial

Las funciones que se desarrollará en esta sección son:

- ✓ Ubicar a los clientes en las butacas de acuerdo a sus necesidades y capacidad existente en la sala de cine.
- ✓ Mantener un ambiente adecuado y jovial en la sala de cine.
- ✓ Periódicamente tendrá que realizar encuestas a los usuarios respecto a la conformidad del servicio brindado por los cines.
- ✓ Es el encargado de recibir los comentarios y quejas de los usuarios del cine y comunicar a la Gerencia Administrativa Financiera los problemas detectados, para dar pronta solución.

---

**CÓDIGO:** 11

**TITULO DEL PUESTO:** CONTROL DE CALIDAD DE LOS FILMES

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Es la persona encargada del control de calidad de los filmes mediante técnicas de control y verificación de audio y video de acuerdo a normas y estatutos estandarizados a nivel internacional; el perfil para este puesto será el siguiente:

- ✓ Hombre o mujer entre 24 y 32 años de edad.
- ✓ Título profesional: Ingeniero de sonido y video
- ✓ Conocimiento de manejo de consolas y software de audio y video.

Las funciones que se desarrollará en esta sección son:

- ✓ Realizar la verificación pertinente de los filmes que sean adquiridos por la empresa, observando los requerimientos solicitados y determinar el cumplimiento de las normas estandarizadas a nivel internacional de audio y video.
- ✓ Crear informes de las cualidades, atributos y defectos de cada una de las películas que en un tiempo prudencial y anticipado.
- ✓ Formular peticiones en cuanto a los requerimientos que según sus conocimientos necesiten las películas para el beneficio de la empresa.

---

**CÓDIGO:** 12

**TÍTULO DEL PUESTO:** REPARACIÓN DE EQUIPOS DE PROYECCIÓN

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Este tipo de actividad es muy importante para la sala de cine ya que si sus equipos de proyección se encuentran en pésimas y deterioradas condiciones no se puede cumplir con los requerimientos de los clientes, en tal virtud el profesional encargado de este aspecto debe mantener a dichos equipos en perfectas condiciones para su manejo. La persona que tendrá que encargarse de esta actividad debe ser:

- ✓ Hombre o mujer entre 24 y 28 años de edad.
- ✓ Título profesional: Ingeniero Electrónico o Electrónico.
- ✓ Conocimiento en mantenimiento y reparación de equipos de proyección.
- ✓ Manejo de circuitos

Las funciones que se desarrollará en esta sección son:

- ✓ Mantener en condiciones idóneas a los equipos de proyección de audio y video de la sala.
- ✓ Realizar controles permanentes del funcionamiento de los equipos de proyección.
- ✓ Establecer jornadas de mantenimiento preventivo de los equipos.

---

**CÓDIGO:** 13

**TÍTULO DEL PUESTO:** MANTENIMIENTO DE HARDWARE

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

El profesional encargado de este aspecto debe conocer el funcionamiento de los equipos de proyección de la sala de cine en lo referente a sistema tangible para su control adecuado y el manejo de los recursos disponibles para su reparación.

La persona que tendrá que encargarse de esta actividad debe ser:

- ✓ Hombre o mujer entre 24 y 28 años de edad.
- ✓ Título profesional: Ingeniero en Sistemas e informática
- ✓ Conocimiento en mantenimiento y reparación de equipos de proyección.

Las funciones que se desarrollará:

- ✓ Mantener en condiciones idóneas a los equipos de proyección de audio y video de la sala.
- ✓ Realizar controles permanentes del funcionamiento de los equipos de proyección.
- ✓ Establecer jornadas de mantenimiento preventivo de los equipos.

---

**CÓDIGO:** 14

**TÍTULO DEL PUESTO:** MANTENIMIENTO DE SOFTWARE

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

El profesional encargado de este aspecto debe conocer el funcionamiento de los equipos de proyección de la sala de cine en lo referente a sistemas intangibles (paquetes de información) para su control adecuado y el manejo de los recursos disponibles para su reparación. La persona que tendrá que encargarse de esta actividad debe ser:

- ✓ Hombre o mujer entre 24 y 28 años de edad.
- ✓ Título profesional: Ingeniero en Sistemas e informática
- ✓ Conocimiento en mantenimiento y reparación de equipos de proyección.

Las funciones que se desarrollará:

- ✓ Mantener en condiciones idóneas a los equipos de proyección de audio y video de la sala.
- ✓ Realizar controles permanentes del funcionamiento de los equipos de proyección.
- ✓ Establecer jornadas de mantenimiento preventivo de los equipos.

---

**CÓDIGO:** 15

**TÍTULO DEL PUESTO:** LIMPIEZA Y REPARACIÓN DE LAS SALAS DE  
CINE

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Es la persona encargada de la presentación adecuada de la sala de cine manteniendo el sentido de orden y aseo del interior de la misma; el perfil para este puesto será el siguiente:

- ✓ Hombre o mujer.
- ✓ Conocimiento del manejo de desechos
- ✓ Conocimiento de carpintería metálica y de madera.
- ✓ Atento/a y cordial

Las funciones que se desarrollará:

- ✓ Mantener un ambiente agradable y presentable a la sala de cine manteniendo el sentido de orden y aseo del interior de la misma.
- ✓ Mantener en buenas condiciones las butacas de la sala de cine reparándolas si es de hacerlo o sustituyéndolas si éste es el caso.

---

**CÓDIGO:** 16

**TÍTULO DEL PUESTO:** BARTENDER

**NIVEL JERÁRQUICO:** OPERATIVO

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Es la persona encargada de la preparación y despacho de los snacks y golosinas que se venden en el bar del cine

El perfil a cumplir en este cargo es:

- ✓ Hombre o mujer.
- ✓ Excelentes relaciones humanas.
- ✓ Conocimiento en la preparación de bebidas y alimentos de preparación rápida.
- ✓ Haber terminado la secundaria, y facilidad de trato con los clientes.

Las funciones que se desarrollará:

- ✓ Despacho de los productos preparados en el bar.
- ✓ Informar pronta y cordialmente al cliente de los productos a vender.
- ✓ Mantener en buenas condiciones el bar incluida el área de circulación.

---

**Elaboró:** Mayra Naranjo

## **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero se refiere a la perspectiva económica del proyecto, cuyo objetivo es establecer el costo total de la operación de la empresa, mediante la elaboración de cuadros analíticos y una serie de indicadores que servirán como base para la evaluación financiera, que es la que permitirá determinar si es rentable la implementación del proyecto.

Además, determinará contablemente, la dimensión de la inversión que se estableció en el Estudio Técnico, mismo que facilitará la integración con el control de los presupuestos, de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se utilizarán durante la instalación y operación de la empresa.

## **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

### **INVERSIÓN.**

La inversión son los recursos (materiales o financieros) necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando se habla de la inversión del proyecto, se considera a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la ejecución del proyecto. Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos fijos



- Activos intangibles
- Capital de trabajo

### **ACTIVOS FIJOS.**

Los 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. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes: Terreno, edificios, instalaciones, maquinaria y equipo, vehículo, equipo de oficina, muebles y enseres, que son necesarios para la ejecución del proyecto.

- **CONSTRUCCIONES:**

En construcciones se tomará en cuenta la inversión necesaria para la compra del terreno y construcción del edificio de cines.

**Cuadro No. 29.- Inversiones en Construcciones**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNIT. (USD)</b>	<b>COSTO TOTAL (USD)</b>
Terreno	M2	\$ 1,000.00	\$ 200.00	\$ 200,000.00
Edificación	M2	\$ 1,184.30	\$ 202.56	\$ 239,891.81
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 439,891.81</b>

**Fuente:** Bienes Raíces Cobijos  
**Elaboró:** Mayra Naranjo

• **MAQUINARIA Y EQUIPO**

Cuadro No. 30.- Inversiones de Maquinaria y Equipos

ITEM	DESCRPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
<b>ILUMINACIÓN</b>					<b>\$ 81,439.32</b>
1	PC. 100W PLS (10 viseras) 760 9.120	U	36.00	836.00	\$ 30,096.00
2	PC. COEMAR 650W. 3 VISERAS (6 viseras)	U	18.00	495.00	\$ 8,910.00
3	FRESNEL STRAND LIGHT 650W	U	18.00	404.80	\$ 7,286.40
4	RECORTES PRELUDE 16-30-650W	U	18.00	38.50	\$ 693.00
5	RECORTES TEATRO 22-35-650W	U	18.00	198.00	\$ 3,564.00
6	PANORAMAS SIMÉTRICOS 500W	U	24.00	226.13	\$ 5,427.12
7	PAR 64 N°1	U	24.00	35.20	\$ 844.80
8	CANALES DIMMER 2 KW	U	30.00	495.00	\$ 14,850.00
9	MESA STONEX 2000	U	6.00	1,364.00	\$ 8,184.00
10	SINAL ANALÓXICA	U	6.00	264.00	\$ 1,584.00
<b>ELECTRIFICACIÓN</b>					<b>\$ 20,669.30</b>
11	VARA FIJA A 4,50m. DE ESCENARIO DE 3,50m. DE ALTURA (8 circuitos)	U	18.00	49.50	\$ 891.00
12	VARAS MÓVILES DE ESCENARIO CON 8 CIRCUITOS POR VARA	U	6.00	47.30	\$ 283.80
13	CABLEADO SUFICIENTE, TRIPLES, CIRCUITOS	U	3.00	374.00	\$ 1,122.00
14	GENERADOR ELÉCTRICO DIESEL 30 KVA	U	1.00	18,372.50	\$ 18,372.50
<b>SONIDO</b>					<b>\$ 26,202.00</b>
15	MESA SONIDO:106W (6 CANALES, 2 SUBGRUPOS, 2 AUXILIARES)	U	6.00	1,804.00	\$ 10,824.00
16	REPRODUCTOR CD. DENON	U	6.00	1,353.00	\$ 8,118.00
17	REPRODUCTOR CD. DUMARK	U	6.00	1,210.00	\$ 7,260.00
<b>CINE</b>					<b>\$ 35,743.50</b>
18	PANTALLA FIJA O FONDO DE ESCENARIO: (altura desde: 3,50m/dimensións. 5,50m. x 3,50m.)	U	6.00	990.00	\$ 5,940.00
19	PROYECTOR: XENON 2 500W. SON: DOLBY-CP 45/3 ETAPAS 2 x 200W	U	6.00	1,716.00	\$ 10,296.00
20	BUTACAS IMPERIUM LS-14602	U	270.00	72.25	\$ 19,507.50
<b>MECANICOS</b>					<b>\$ 17,078.26</b>
21	DUCTOS DE TOL GALVANIZADO DE 0,5MM AISLADOS CON DUCT WRAP	Kg	650.00	6.25	\$ 4,062.50
22	MANGA FLEXIBLE DIAM. 10" CON AISLAMIENTO	M	30.00	32.30	\$ 969.00
23	DIFUSOR DE 4 VIAS CON DAMPER DE 12"X12"	U	20.00	49.33	\$ 986.60
24	REJILLA DE EXTRACCIÓN DE 24"X24" INCLUYE CAJA DE ACOPLÉS	U	7.00	70.78	\$ 495.46
25	SUMINISTRO E INSTALACIÓN LOUVERS DE 12"X12"	U	5.00	56.10	\$ 280.50
26	LOUVER 20" X 10"; ALUMINIO CON MALLA ANTIPAJAROS, Y DÁMPER DE REGULACIÓN	U	2.00	68.10	\$ 136.20
27	SPLIT CONSOLA PARED 30000 BTU	U	3.00	1,934.42	\$ 5,803.26
28	UNIDAD PAQUETE 48000BTU CON REFRIGERANTE R410A	U	1.00	2,354.42	\$ 2,354.42
29	TUBERÍA DE COBRE ACR 3/8 CON AISLAMIENTO	M	20.00	10.22	\$ 204.40
30	TUBERÍA DE COBRE ACR 1/2 CON AISLAMIENTO	M	20.00	10.28	\$ 205.60
31	SOPORTE DE TUBERIAS AEREAS	U	30.00	22.75	\$ 682.50
32	FILTROS DE 24"X24"X2" EFICIENCIA 30%	U	7.00	128.26	\$ 897.82
<b>BAR</b>					<b>\$ 6,090.00</b>
33	NEVERA	U	1.00	450.00	\$ 450.00
34	CAFETERA PRODUCTORA CAPUCHINO, CAFÉ, ETC.	U	1.00	3,000.00	\$ 3,000.00
35	REFRIGERADORA	U	1.00	300.00	\$ 300.00
36	LICUADORA	U	1.00	80.00	\$ 80.00
37	DESPACHADOR DE REFRESCOS 2 TAZONES	U	1.00	800.00	\$ 800.00
38	DESPACHADOR DE GASEOSAS Y HIELO	U	1.00	1,000.00	\$ 1,000.00
39	MAQUINA CANGUILERA	U	1.00	270.00	\$ 270.00
40	MAQUINA DE HOT DOD	U	1.00	190.00	\$ 190.00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 187,222.38</b>
<b>12% IVA</b>					<b>\$ 22,466.69</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 209,689.07</b>

Fuente: Estudio de Equipos de Iluminación, Sonido Electrónico, Climatización y Bar para el Cine.  
Elaboró: Mayra Naranjo

- **MUEBLES Y ENSERES**

**Cuadro No. 31.- Inversiones de Muebles y Enceres**

ITEM	DESCRPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIT. (USD)	VALOR TOTAL (USD)
1	Escritorios	U	3.00	66.00	\$ 198.00
2	Sillas personales de escritorio	U	10.00	50.60	\$ 506.00
3	Sillas de espera	U	18.00	27.50	\$ 495.00
4	Mesa de reuniones	U	1.00	132.00	\$ 132.00
5	Persianas	M2	6.93	27.24	\$ 188.77
6	Cuadros	U	6.00	27.50	\$ 165.00
7	Anaqueles de oficina	U	1.00	74.80	\$ 74.80
8	Rodapiés	U	5.00	31.90	\$ 159.50
9	Archivadores	U	2.00	77.00	\$ 154.00
10	Basureros	U	4.00	40.70	\$ 162.80
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 2,235.87</b>
<b>12% IVA</b>					<b>\$ 268.30</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 2,504.17</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

- **EQUIPO DE OFICINA**

**Cuadro No. 32.- Inversiones de Muebles de Oficina**

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIT. (USD)	VALOR TOTAL (USD)
1	Adaptador	U	1.00	25.30	\$ 25.30
2	Comunicador	U	1.00	19.80	\$ 19.80
3	Caja fuerte	U	1.00	198.00	\$ 198.00
4	Máquina sumadora - facturadora	U	1.00	55.00	\$ 55.00
5	telefax	U	1.00	66.00	\$ 66.00
6	Bauchera electrónica	U	1.00	1,320.00	\$ 1,320.00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 1,684.10</b>
<b>12% IVA</b>					<b>\$ 202.09</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 1,886.19</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

- EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Estos son los equipos que se requieren tanto en oficina como en la boletería y el bar.

**Cuadro No. 33.- Inversiones de Equipos de Computo**

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNIT. (USD)	VALOR TOTAL (USD)
1	Computador de Escritorio Intel Core I5, 4 Gb, 750 Gb	U	1.00	660.00	\$ 660.00
2	Impresora L355 Epson + Sist Tinta Continua Original, Wireles	U	1.00	281.59	\$ 281.59
3	Impresora Epson De Rollo Par Facturas Tmu 220 653 Paralela	U	1.00	275.00	\$ 275.00
4	Antena Wifi Ganancia 8 Dbi , 2.4 Ghz Con Base Iman-tp Link	U	1.00	20.89	\$ 20.89
5	Router Cisco	U	1.00	38.50	\$ 38.50
6	Data center 58U-RACK 80 / 46U horizontales + 12U verticales / 100 MB	U	1.00	1,227.52	\$ 1,227.52
7	Ups Vanguard 10kva Online Powercom	U	1.00	5,830.00	\$ 5,830.00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 8,333.50</b>
<b>12% IVA</b>					<b>\$ 1,000.02</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 9,333.52</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

- UTILERÍA LENCERÍA Y MENAJE**

**Cuadro No. 34.- Inversiones de Utilería, Lencería y Menaje**

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (USD)	VALOR TOTAL (USD)
1	Útiles de limpieza (escob., trap.- baldes)	U	1.00	80.00	\$ 80.00
2	Utilería del bar	U	1.00	150.00	\$ 150.00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>\$ 230.00</b>
<b>12% IVA</b>					<b>\$ 27.60</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 257.60</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

**Cuadro No. 35.- Resumen de Activos Fijos**

<b>ACTIVOS</b>	<b>COSTO (USD)</b>
A. CONSTRUCCIONES	\$ 439,891.81
B. MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 209,689.07
C. MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,504.17
D. EQUIPO DE OFICINA	\$ 1,886.19
E. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 9,333.52
F. UTILERÍA LENCERÍA Y MENAJE	\$ 257.60
<b>SUBTOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 663,562.36</b>
IMPREVISTOS 5%	\$ 33,178.12
<b>SUBTOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 696,740.48</b>

**Fuente:** Cuadros No. 29, 30, 31, 32, 33 y 34.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

## **ACTIVO DIFERIDO**

**Cuadro No. 36.- Activos Diferidos**

<b>ACTIVOS</b>	<b>COSTO (USD)</b>
Elaboración del proyecto	\$ 3,000.00
Constitución de la Sociedad	\$ 2,500.00
Patente y Marca	\$ 600.00
<b>SUBTOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 6,100.00</b>
IMPREVISTOS 5%	\$ 305.00
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 6,405.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

## **ACTIVO CIRCULANTE**

A este activo lo conforman todos los rubros que son necesarios para el proceso de producción del proyecto durante el ciclo productivo, y lo comprende: mano de obra directa, costos generales de producción, gastos de administración, e imprevistos.

A continuación se detalla los valores correspondientes al Activo Circulante:

**Cuadro No. 37.- Capital de Operación**

ITEM	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL (USD)
1	Mano de Obra	\$ 88,195.69
2	Costos de Producción	\$ 8,270.00
3	Gastos de Administración	\$ 63,685.92
4	Gastos de Ventas	\$ 11,869.09
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 172,020.70</b>
5	Imprevistos 5%	\$ 8,601.04
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 180,621.74</b>

**Nota:** no están consideradas las depreciaciones y amortizaciones

**Fuente:** Presupuesto del primer año (Anexo 3).

**Elaboró:** Mayra Naranjo

**Cuadro No. 38.- Resumen de Inversiones**

ACTIVOS	COSTO PARCIAL (USD)	COSTO TOTAL (USD)	%
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		\$ 696,740.48	78.84
Construcciones	\$ 439,891.81		
Maquinaria y equipo	\$ 209,689.07		
Muebles y enseres	\$ 2,504.17		
Equipo de oficina	\$ 1,886.19		
Equipo de computación	\$ 9,333.52		
Utilería lencería y menaje	\$ 257.60		
Imprevistos 5%	\$ 33,178.12		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		\$ 6,405.00	0.72
Elaboración del proyecto	\$ 3,000.00		
Constitución de la Sociedad	\$ 2,500.00		
Patente y Marca	\$ 600.00		
Imprevistos 5%	\$ 305.00		
<b>CAPITAL DE OPERACIÓN</b>		\$ 180,621.74	20.44
Mano de Obra	\$ 88,195.69		
Costos de Producción	\$ 8,270.00		
Gastos de Administración	\$ 63,685.92		
Gastos de Ventas	\$ 11,869.09		
Imprevistos 5%	\$ 8,601.04		
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 883,767.22</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Presupuesto del primer año (Anexo 3).

**Elaboró:** Mayra Naranjo

Las inversiones totales del proyecto suman un valor de \$ 883,767.22 USD. De este total el activo fijo significa el 78.84%, el diferido representa el 0.72% y el capital de trabajo corresponde el 20.44%.

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Para el financiamiento del proyecto se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento.

## FUENTES INTERNAS

Se ha previsto que una parte del proyecto se financiará con recursos propios, con aportes de los dos socios de la empresa que alcanzan los \$ 500,000.00 USD (QUINIENTOS MIL CON 00/100 DÓLARES AMERICANOS), que representan el 56.58% del total a invertirse. Cada socio aportará con \$ 250,000.00 USD (DOS CIENTOS CINCUENTA MIL CON 00/100 DÓLARES AMERICANOS)

Cuadro No. 39.- Financiamiento del Proyecto

ITEM	CONCEPTO	CAPITAL PROPIO	%	CRÉDITO	%	INVERSIÓN TOTAL	%
1	ACTIVOS FIJOS	\$ 312,973.26	62.59	\$ 383,767.22	100.00	\$ 696,740.48	78.84
2	ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 6,405.00	1.28	\$ 0.00	0.00	\$ 6,405.00	0.72
3	CAPITAL DE OPERACIÓN	\$ 180,621.74	36.12	\$ 0.00	0.00	\$ 180,621.74	20.44
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 500,000.00</b>	<b>99.99</b>	<b>\$ 383,767.22</b>	<b>100.00</b>	<b>\$ 883,767.22</b>	<b>100.00</b>
	<b>% FINANCIAMIENTO</b>	<b>56.58</b>		<b>43.42</b>		<b>TOTAL</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Cuadro No. 38

Elaboró: Mayra Naranjo

## FUENTES EXTERNAS

En vista que los recursos propios de la sociedad empresarial no alcanzan a cubrir el costo total del proyecto, es necesario solicitar un crédito a la Corporación Financiera Nacional, por lo que es necesario aperturar una cuenta bancaria de la empresa y proceder con la solicitud de crédito. El monto del crédito a solicitarse es de \$ 383,767.22 (TRES CIENTOS OCHENTA Y TRES MIL SETECIENTOS SESENTA Y SIETE CON 22/100 DÓLARES AMERICANOS), que corresponde al 43.42%, para un plazo de 10 años con amortizaciones por periodos de seis meses, y una tasa de interés anual del 11.02%. Con el crédito se realizará la construcción del edificio de Cineloja S.A., la maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento del centro de entretenimiento.

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
	<b>BENEFICIARIO</b>	CINELOJA			
	<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	S.A.			
	<b>MONTO EN USD</b>	CFN			
		383,767.22			
	<b>TASA DE INTERÉS</b>	10.50%	T.	EFFECTIVA 11.0203%	
	<b>PLAZO</b>	10 años			
	<b>GRACIA</b>	1 año			
	<b>FECHA DE INICIO</b>	26/01/2015			
	<b>MONEDA</b>	DOLARES			
	<b>AMORTIZACION CADA</b>	30 días			
	<b>Número de períodos</b>	108 para amortizar capital			
		Hoja 1			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		383,767.22			
1	25-feb-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
2	27-mar-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
3	26-abr-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
4	26-may-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
5	25-jun-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
6	25-jul-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
7	24-ago-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
8	23-sep-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96



<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
	<b>BENEFICIARIO</b>	CINELOJA			
	<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	S.A.			
	<b>MONTO EN USD</b>	CFN			
		383,767.22			
	<b>TASA DE INTERÉS</b>	10.50%	T.	EFFECTIVA	11.0203%
	<b>PLAZO</b>	10 años			
	<b>GRACIA</b>	1 año			
	<b>FECHA DE INICIO</b>	26/01/2015			
	<b>MONEDA</b>	DÓLARES			
	<b>AMORTIZACIÓN CADA</b>	30 días			
	<b>Número de períodos</b>	108 para amortizar capital			
		Hoja 2			
<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
9	23-oct-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
10	22-nov-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
11	22-dic-2015	383,767.22	3,357.96		3,357.96
12	21-ene-2016	383,767.22	3,357.96		3,357.96
13	20-feb-2016	381,617.79	3,357.96	2,149.43	5,507.39
14	21-mar-2016	379,449.56	3,339.16	2,168.23	5,507.39
15	20-abr-2016	377,262.35	3,320.18	2,187.21	5,507.39
16	20-may-2016	375,056.01	3,301.05	2,206.34	5,507.39
17	19-jun-2016	372,830.36	3,281.74	2,225.65	5,507.39
18	19-jul-2016	370,585.23	3,262.27	2,245.12	5,507.39
19	18-ago-2016	368,320.46	3,242.62	2,264.77	5,507.39
20	17-sep-2016	366,035.88	3,222.80	2,284.59	5,507.39
21	17-oct-2016	363,731.30	3,202.81	2,304.58	5,507.39
22	16-nov-2016	361,406.56	3,182.65	2,324.74	5,507.39
23	16-dic-2016	359,061.48	3,162.31	2,345.08	5,507.39
24	15-ene-2017	356,695.88	3,141.79	2,365.60	5,507.39
25	14-feb-2017	354,309.57	3,121.09	2,386.30	5,507.39
26	16-mar-2017	351,902.39	3,100.21	2,407.18	5,507.39
27	15-abr-2017	349,474.15	3,079.15	2,428.24	5,507.39
28	15-may-2017	347,024.66	3,057.90	2,449.49	5,507.39
29	14-jun-2017	344,553.73	3,036.47	2,470.92	5,507.39
30	14-jul-2017	342,061.19	3,014.85	2,492.54	5,507.39
31	13-ago-2017	339,546.83	2,993.04	2,514.35	5,507.39
32	12-sep-2017	337,010.48	2,971.03	2,536.36	5,507.39
33	12-oct-2017	334,451.93	2,948.84	2,558.55	5,507.39
34	11-nov-2017	331,870.99	2,926.45	2,580.94	5,507.39
35	11-dic-2017	329,267.48	2,903.87	2,603.52	5,507.39
36	10-ene-2018	326,641.18	2,881.09	2,626.30	5,507.39
37	09-feb-2018	323,991.90	2,858.11	2,649.28	5,507.39
38	11-mar-2018	321,319.43	2,834.93	2,672.46	5,507.39

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
	<b>BENEFICIARIO</b>	CINELOJA			
	<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	S.A.			
	<b>MONTO EN USD</b>	CFN			
		383,767.22			
	<b>TASA DE INTERÉS</b>	10.50%	T.	EFFECTIVA	11.0203%
	<b>PLAZO</b>	10 años			
	<b>GRACIA</b>	1 año			
	<b>FECHA DE INICIO</b>	26/01/2015			
	<b>MONEDA</b>	DÓLARES			
	<b>AMORTIZACIÓN CADA</b>	30 días			
	<b>Número de períodos</b>	108 para amortizar capital			
		Hoja 3			
<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
39	10-abr-2018	318,623.59	2,811.55	2,695.85	5,507.39
40	10-may-2018	315,904.16	2,787.96	2,719.43	5,507.39
41	09-jun-2018	313,160.93	2,764.16	2,743.23	5,507.39
42	09-jul-2018	310,393.70	2,740.16	2,767.23	5,507.39
43	08-ago-2018	307,602.25	2,715.94	2,791.45	5,507.39
44	07-sep-2018	304,786.38	2,691.52	2,815.87	5,507.39
45	07-oct-2018	301,945.87	2,666.88	2,840.51	5,507.39
46	06-nov-2018	299,080.51	2,642.03	2,865.36	5,507.39
47	06-dic-2018	296,190.07	2,616.95	2,890.44	5,507.39
48	05-ene-2019	293,274.34	2,591.66	2,915.73	5,507.39
49	04-feb-2019	290,333.10	2,566.15	2,941.24	5,507.39
50	06-mar-2019	287,366.13	2,540.41	2,966.98	5,507.39
51	05-abr-2019	284,373.19	2,514.45	2,992.94	5,507.39
52	05-may-2019	281,354.07	2,488.27	3,019.12	5,507.39
53	04-jun-2019	278,308.53	2,461.85	3,045.54	5,507.39
54	04-jul-2019	275,236.34	2,435.20	3,072.19	5,507.39
55	03-ago-2019	272,137.26	2,408.32	3,099.07	5,507.39
56	02-sep-2019	269,011.07	2,381.20	3,126.19	5,507.39
57	02-oct-2019	265,857.53	2,353.85	3,153.54	5,507.39
58	01-nov-2019	262,703.99	2,326.25	3,181.14	5,507.39
59	01-dic-2019	259,522.85	2,298.66	3,208.73	5,507.39
60	31-dic-2019	256,314.12	2,270.82	3,236.57	5,507.39
61	30-ene-2020	253,077.56	2,242.75	3,264.64	5,507.39
62	29-feb-2020	249,812.91	2,214.43	3,292.96	5,507.39
63	30-mar-2020	246,519.95	2,185.86	3,321.53	5,507.39
64	29-abr-2020	243,198.43	2,157.05	3,350.34	5,507.39
65	29-may-2020	239,848.09	2,127.99	3,379.40	5,507.39
66	28-jun-2020	236,468.68	2,098.67	3,408.72	5,507.39
67	28-jul-2020	233,059.96	2,069.10	3,438.29	5,507.39
68	27-ago-2020	229,621.67	2,039.27	3,468.12	5,507.39

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
<b>BENEFICIARIO</b>	CINELOJA				
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	S.A.				
<b>MONTO EN USD</b>	CFN				
	383,767.22				
<b>TASA DE INTERÉS</b>	10.50%	T.		EFFECTIVA	11.0203%
<b>PLAZO</b>	10 años				
<b>GRACIA</b>	1 año				
<b>FECHA DE INICIO</b>	26/01/2015				
<b>MONEDA</b>	DÓLARES				
<b>AMORTIZACIÓN CADA</b>	30 días				
<b>Número de períodos</b>	108 para amortizar capital	Hoja 4			
<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
69	26-sep-2020	226,153.56	2,009.19	3,498.20	5,507.39
70	26-oct-2020	222,655.36	1,978.84	3,528.55	5,507.39
71	25-nov-2020	219,126.81	1,948.23	3,559.16	5,507.39
72	25-dic-2020	215,567.65	1,917.36	3,590.03	5,507.39
73	24-ene-2021	211,977.62	1,886.22	3,621.17	5,507.39
74	23-feb-2021	208,356.45	1,854.80	3,652.59	5,507.39
75	25-mar-2021	204,703.87	1,823.12	3,684.27	5,507.39
76	24-abr-2021	201,019.59	1,791.16	3,716.23	5,507.39
77	24-may-2021	197,303.36	1,758.92	3,748.47	5,507.39
78	23-jun-2021	193,554.89	1,726.40	3,780.99	5,507.39
79	23-jul-2021	189,773.91	1,693.61	3,813.78	5,507.39
80	22-ago-2021	185,960.12	1,660.52	3,846.87	5,507.39
81	21-sep-2021	182,113.26	1,627.15	3,880.24	5,507.39
82	21-oct-2021	178,233.02	1,593.49	3,913.90	5,507.39
83	20-nov-2021	174,319.12	1,559.54	3,947.85	5,507.39
84	20-dic-2021	170,371.27	1,525.29	3,982.10	5,507.39
85	19-ene-2022	166,389.17	1,490.75	4,016.64	5,507.39
86	18-feb-2022	162,372.53	1,455.91	4,051.48	5,507.39
87	20-mar-2022	158,321.04	1,420.76	4,086.63	5,507.39
88	19-abr-2022	154,234.41	1,385.31	4,122.08	5,507.39
89	19-may-2022	150,112.33	1,349.55	4,157.84	5,507.39
90	18-jun-2022	145,954.49	1,313.48	4,193.91	5,507.39
91	18-jul-2022	141,760.58	1,277.10	4,230.29	5,507.39
92	17-ago-2022	137,530.30	1,240.41	4,266.98	5,507.39
93	16-sep-2022	133,263.31	1,203.39	4,304.00	5,507.39
94	16-oct-2022	128,959.31	1,166.05	4,341.34	5,507.39
95	15-nov-2022	124,617.97	1,128.39	4,379.00	5,507.39
96	15-dic-2022	120,238.98	1,090.41	4,416.98	5,507.39
97	14-ene-2023	115,822.00	1,052.09	4,455.30	5,507.39
98	13-feb-2023	111,366.70	1,013.44	4,493.95	5,507.39

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>					
<b>BENEFICIARIO</b>	CINELOJA				
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	S.A.				
<b>MONTO EN USD</b>	CFN				
	383,767.22				
<b>TASA DE INTERÉS</b>	10.50%	T.		EFFECTIVA 11.0203%	
<b>PLAZO</b>	10 años				
<b>GRACIA</b>	1 año				
<b>FECHA DE INICIO</b>	26/01/2015				
<b>MONEDA</b>	DÓLARES				
<b>AMORTIZACIÓN CADA</b>	30 días				
<b>Número de períodos</b>	108 para amortizar capital				Hoja 5
<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
99	15-mar-2023	106,872.75	974.46	4,532.93	5,507.39
100	14-abr-2023	102,339.82	935.14	4,572.25	5,507.39
101	14-may-2023	97,767.56	895.47	4,611.92	5,507.39
102	13-jun-2023	93,155.65	855.47	4,651.92	5,507.39
103	13-jul-2023	88,503.72	815.11	4,692.28	5,507.39
104	12-ago-2023	83,811.44	774.41	4,732.98	5,507.39
105	11-sep-2023	79,078.46	733.35	4,774.04	5,507.39
106	11-oct-2023	74,304.42	691.94	4,815.45	5,507.39
107	10-nov-2023	69,488.97	650.16	4,857.23	5,507.39
108	10-dic-2023	64,631.74	608.03	4,899.36	5,507.39
109	09-ene-2024	59,732.38	565.53	4,941.86	5,507.39
110	08-feb-2024	54,790.52	522.66	4,984.73	5,507.39
111	09-mar-2024	49,805.79	479.42	5,027.97	5,507.39
112	08-abr-2024	44,777.81	435.80	5,071.59	5,507.39
113	08-may-2024	39,706.22	391.81	5,115.58	5,507.39
114	07-jun-2024	34,590.64	347.43	5,159.96	5,507.39
115	07-jul-2024	29,430.68	302.67	5,204.72	5,507.39
116	06-ago-2024	24,225.96	257.52	5,249.87	5,507.39
117	05-sep-2024	18,976.09	211.98	5,295.41	5,507.39
118	05-oct-2024	13,680.67	166.04	5,341.35	5,507.39
119	04-nov-2024	8,339.32	119.71	5,387.68	5,507.39
120	04-dic-2024	2,951.64	72.97	5,434.42	5,507.39
		<b>251,997.23</b>	<b>383,096.46</b>	<b>635,093.69</b>	

**Fuente:** Tabla de amortización de crédito, genera Corporación Financiera Nacional

**Elaboró:** Mayra Naranjo

## **PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

### **PRESUPUESTO DE COSTOS**

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico. Estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable, en donde se calculan estos valores.

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, desglosando los rubros parciales. Los datos son agrupados en función de evaluación, para el trabajo durante la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, pero tomando en cuenta la tasa de inflación del 2015, que corresponde al 2.60% (dato del FMI).

Para el primer año de actividad del proyecto el presupuesto de operación suma un valor de \$ 299,421.97 USD.; y para el quinto año el valor asciende a \$ 324,887.94 USD.

Cuadro No. 41.- Presupuesto de Operación (Costos Totales)

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTO PRIMO</b>										
Mano de obra	88,195.69	96,322.12	98,826.51	101,395.98	104,032.26	106,737.09	109,512.24	112,359.55	115,280.91	118,278.21
<b>SUMAN</b>	<b>88,195.69</b>	<b>96,322.12</b>	<b>98,826.51</b>	<b>101,395.98</b>	<b>104,032.26</b>	<b>106,737.09</b>	<b>109,512.24</b>	<b>112,359.55</b>	<b>115,280.91</b>	<b>118,278.21</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
Construcciones	43,989.00	45,132.71	46,306.16	47,510.12	48,745.38	50,012.76	51,313.09	52,647.23	54,016.06	55,420.48
Maquinaria y Equipos	20,969.00	21,514.19	22,073.56	22,647.47	23,236.30	23,840.44	24,460.29	25,096.26	25,748.76	26,418.23
Depreciación maquinaria y equipos	18,872.02	18,872.02	18,872.02	18,872.02	18,872.02	18,872.02	18,872.02	18,872.02	18,872.02	18,872.02
Depreciación equipo de computación	2,240.05	2,240.05	2,240.05	2,240.05						
Depreciación muebles y enseres de administración	225.38	225.38	225.38	225.38	225.38	225.38	225.38	225.38	225.38	225.38
Depreciación equipo de oficina	169.76	169.76	169.76	169.76	169.76	169.76	169.76	169.76	169.76	169.76
Amortización Activo Diferido	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50
Gastos Varios	8,270.00	8,485.02	8,705.63	8,931.98	9,164.21	9,402.48	9,646.95	9,897.77	10,155.12	10,419.14
<b>SUMAN</b>	<b>95,375.71</b>	<b>97,279.63</b>	<b>99,233.06</b>	<b>101,237.28</b>	<b>101,053.55</b>	<b>103,163.34</b>	<b>105,327.99</b>	<b>107,548.92</b>	<b>109,827.60</b>	<b>112,165.51</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos y Salarios	61,235.92	66,898.42	68,637.77	70,422.35	72,253.32	74,131.90	76,059.32	78,036.87	80,065.83	82,147.54
Suministros de Oficina	185.00	189.80	194.74	199.80	205.00	210.33	215.79	221.39	227.13	233.03
Gastos Generales	2,265.00	2,323.89	2,384.31	2,446.31	2,509.93	2,575.18	2,642.14	2,710.84	2,781.32	2,853.63
<b>SUMAN</b>	<b>63,685.92</b>	<b>69,412.11</b>	<b>71,216.82</b>	<b>73,068.46</b>	<b>74,968.25</b>	<b>76,917.41</b>	<b>78,917.25</b>	<b>80,969.10</b>	<b>83,074.28</b>	<b>85,234.20</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Sueldo y Salario vendedor	5,664.09	6,175.44	6,336.00	6,500.74	6,669.76	6,843.17	7,021.09	7,203.64	7,390.93	7,583.09
Publicidad	6,205.00	6,366.33	6,531.85	6,701.69	6,875.94	7,054.70	7,238.11	7,426.31	7,619.40	7,817.51
<b>SUMAN</b>	<b>11,869.09</b>	<b>12,541.77</b>	<b>12,867.85</b>	<b>13,202.43</b>	<b>13,545.70</b>	<b>13,897.87</b>	<b>14,259.20</b>	<b>14,629.95</b>	<b>15,010.33</b>	<b>15,400.60</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Intereses Préstamo	40,295.56	39,017.34	36,033.98	32,721.85	31,288.18	24,632.22	20,104.76	15,082.85	9,512.50	3,307.99
<b>SUMAN</b>	<b>40,295.56</b>	<b>39,017.34</b>	<b>36,033.98</b>	<b>32,721.85</b>	<b>31,288.18</b>	<b>24,632.22</b>	<b>20,104.76</b>	<b>15,082.85</b>	<b>9,512.50</b>	<b>3,307.99</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>299,421.97</b>	<b>314,572.97</b>	<b>318,178.22</b>	<b>321,626.00</b>	<b>324,887.94</b>	<b>325,347.93</b>	<b>328,121.44</b>	<b>330,590.37</b>	<b>332,705.62</b>	<b>334,386.51</b>

Fuente: Anexos No. 3.1 – 3.2 – 3.3 – 3.4

Elaboró: Mayra Naranjo

## CALCULO DEL COSTO UNITARIO DEL SERVICIO

El costo unitario se obtiene al dividir el presupuesto de operación de cada periodo, para el volumen de asistentes al cine. Para calcular el costo unitario en el primer año, se sigue utilizan el siguiente procedimiento.

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Presupuesto de operación año 1}}{\text{Numero de Asistentes al cine año 1}}$$

$$\text{Costo Unitario} = \frac{306,751.90}{131,401}$$

$$\text{Costo Unitario} = \$ 2.28 \text{ USD}$$

El costo unitario de prestación del servicio es de \$ 2.28 USD. Para el primer año. Es muy relevante manifestar que todo el proyecto se encamina en un servicio estudiado para la ciudad.

A continuación se presenta los costos unitarios para la vida útil del proyecto.

**Cuadro No. 42.- Costos unitarios de Producción**

DENOMINACIÓN	AÑO	COSTO TOTAL	ASISTENTES (SALA LLENA)	ASISTENTES (1/3 SALA)	VALOR UNITARIO
Asistentes al cine	1	299,421.97	394,204	131,401	2.28
Asistentes al cine	2	314,572.97	399,683	133,228	2.36
Asistentes al cine	3	318,178.22	405,239	135,080	2.36
Asistentes al cine	4	321,626.00	410,872	136,957	2.35
Asistentes al cine	5	324,887.94	416,583	138,861	2.34
Asistentes al cine	6	325,347.93	422,374	140,791	2.31
Asistentes al cine	7	328,121.44	428,245	142,748	2.30
Asistentes al cine	8	330,590.37	434,198	144,733	2.28
Asistentes al cine	9	332,705.62	440,233	146,744	2.27
Asistentes al cine	10	334,386.51	446,352	148,784	2.25
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>3,229,838.97</b>	<b>4,197,983</b>	<b>1,399,327</b>	

**Fuente:** Cuadro No. 41.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

El costo unitario de prestar servicio a los asistentes al cine para el primer año es de \$ 2.28 USD y en el décimo año será de \$ 2.25, tomando en cuenta que las salas se llenen en cada función hasta un tercio de su capacidad, todos los días y en las cuatro funciones diarias que se presentan.

### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

Los costos totales generalmente se los clasifican o subdivide en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos se definen como aquellos que permanecen sin variación, aunque aumente o disminuya el volumen de producción. En cambio los costos variables varían de acuerdo con el aumento o disminución de la producción y/o servicio, en los cuadros siguientes se presentan los costos fijos y variables del proyecto.

**Cuadro No. 43.- Resumen de Costos Fijos y Costos Variables**

<b>AÑO</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>COSTOS TOTALES</b>
1	137,998.28	161,423.69	299,421.97
2	143,118.93	171,454.04	314,572.97
3	142,266.36	175,911.86	318,178.22
4	141,140.45	180,485.55	321,626.00
5	139,709.79	185,178.15	324,887.94
6	135,355.16	189,992.77	325,347.93
7	133,188.87	194,932.57	328,121.44
8	130,589.56	200,000.81	330,590.37
9	127,504.77	205,200.85	332,705.62
10	123,850.45	210,536.06	334,386.51

**Fuente:** Cuadros No. 25 y 41.

**Elaboró:** Mayra Naranjo



**Cuadro No. 44.- Costos Fijos y Variables del Primero al Quinto Año**

DENOMINACIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
<b>COSTO PRIMO</b>										
Mano de obra		88,195.69		96,322.12		98,826.51		101,395.98		104,032.26
<b>SUMAN</b>		<b>88,195.69</b>		<b>96,322.12</b>		<b>98,826.51</b>		<b>101,395.98</b>		<b>104,032.26</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
Construcciones		43,989.00		45,132.71		46,306.16		47,510.12		48,745.38
Maquinaria y Equipos		20,969.00		21,514.19		22,073.56		22,647.47		23,236.30
Gastos Varios		8,270.00		8,485.02		8,705.63		8,931.98		9,164.21
<b>SUMAN</b>		<b>73,228.00</b>		<b>75,131.92</b>		<b>77,085.35</b>		<b>79,089.57</b>		<b>81,145.89</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos y Salarios	61,235.92		66,898.42		68,637.77		70,422.35		72,253.32	
Amortización Activo Diferido	640.50		640.50		640.50		640.50		640.50	
Depreciación Activo Fijo	21,507.21		21,507.21		21,507.21		21,507.21		19,267.16	
Suministros de Oficina	185.00		189.80		194.74		199.80		205.00	
Gastos Generales	2,265.00		2,323.89		2,384.31		2,446.31		2,509.93	
<b>SUMAN</b>	<b>85,833.63</b>		<b>91,559.82</b>		<b>93,364.53</b>		<b>95,216.17</b>		<b>94,875.91</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Sueldo y Salario vendedor	5,664.09		6,175.44		6,336.00		6,500.74		6,669.76	
Publicidad	6,205.00		6,366.33		6,531.85		6,701.69		6,875.94	
<b>SUMAN</b>	<b>11,869.09</b>		<b>12,541.77</b>		<b>12,867.85</b>		<b>13,202.43</b>		<b>13,545.70</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Intereses Préstamo	40,295.56		39,017.34		36,033.98		32,721.85		31,288.18	
<b>SUMAN</b>	<b>40,295.56</b>		<b>39,017.34</b>		<b>36,033.98</b>		<b>32,721.85</b>		<b>31,288.18</b>	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS/VARIABLES</b>	<b>137,998.28</b>	<b>161,423.69</b>	<b>143,118.93</b>	<b>171,454.04</b>	<b>142,266.36</b>	<b>175,911.86</b>	<b>141,140.45</b>	<b>180,485.55</b>	<b>139,709.79</b>	<b>185,178.15</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>299,421.97</b>		<b>314,572.97</b>		<b>318,178.22</b>		<b>321,626.00</b>		<b>324,887.94</b>	

Fuente: Cuadro No. 41.

Elaboró: Mayra Naranjo

**Cuadro No. 45.- Costos Fijos y Variables del Sexto al Décimo Año**

DENOMINACIÓN	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
<b>COSTO PRIMO</b>										
Mano de obra		106,737.09		109,512.24		112,359.55		115,280.91		118,278.21
<b>SUMAN</b>		<b>106,737.09</b>		<b>109,512.24</b>		<b>112,359.55</b>		<b>115,280.91</b>		<b>118,278.21</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
Construcciones		50,012.76		51,313.09		52,647.23		54,016.06		55,420.48
Maquinaria y Equipos		23,840.44		24,460.29		25,096.26		25,748.76		26,418.23
Gastos Varios		9,402.48		9,646.95		9,897.77		10,155.12		10,419.14
<b>SUMAN</b>		<b>83,255.68</b>		<b>85,420.33</b>		<b>87,641.26</b>		<b>89,919.94</b>		<b>92,257.85</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos y Salarios	74,131.90		76,059.32		78,036.87		80,065.83		82,147.54	
Amortización Activo Diferido	640.50		640.50		640.50		640.50		640.50	
Depreciación Activo Fijo	19,267.16		19,267.16		19,267.16		19,267.16		19,267.16	
Suministros de Oficina	210.33		215.79		221.39		227.13		233.03	
Gastos Generales	2,575.18		2,642.14		2,710.84		2,781.32		2,853.63	
<b>SUMAN</b>	<b>96,825.07</b>		<b>98,824.91</b>		<b>100,876.76</b>		<b>102,981.94</b>		<b>105,141.86</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Sueldo y Salario vendedor	6,843.17		7,021.09		7,203.64		7,390.93		7,583.09	
Publicidad	7,054.70		7,238.11		7,426.31		7,619.40		7,817.51	
<b>SUMAN</b>	<b>13,897.87</b>		<b>14,259.20</b>		<b>14,629.95</b>		<b>15,010.33</b>		<b>15,400.60</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Intereses Préstamo	24,632.22		20,104.76		15,082.85		9,512.50		3,307.99	
<b>SUMAN</b>	<b>24,632.22</b>		<b>20,104.76</b>		<b>15,082.85</b>		<b>9,512.50</b>		<b>3,307.99</b>	
<b>TOTAL COSTOS FIJOS/VARIABLES</b>	<b>135,355.16</b>	<b>189,992.77</b>	<b>133,188.87</b>	<b>194,932.57</b>	<b>130,589.56</b>	<b>200,000.81</b>	<b>127,504.77</b>	<b>205,200.85</b>	<b>123,850.45</b>	<b>210,536.06</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>325,347.93</b>		<b>328,121.44</b>		<b>330,590.37</b>		<b>332,705.62</b>		<b>334,386.51</b>	

Fuente: Cuadro No. 41.

Elaboró: Mayra Naranjo

## INGRESOS

Los ingresos que tendrá el proyecto serán generados por la prestación del servicio de entretenimiento, de cuatro funciones diarias, con dos en la matiné y dos en la noche.

El precio del servicio ha sido estimado adicionando al costo unitario de producción el 141.20% de margen de utilidad, considerando que este margen brindará una rentabilidad admisible para el capital invertido en el proyecto.

**Cuadro No. 46.- Determinación del precio de venta del servicio**

DENOMINACIÓN	AÑO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	MARGEN UTILIDAD (141.20 %)	COSTO TOTAL
Asistentes al cine	1	2.28	3.22	5.50
Asistentes al cine	2	2.36	3.21	5.57
Asistentes al cine	3	2.36	3.21	5.57
Asistentes al cine	4	2.35	3.20	5.55
Asistentes al cine	5	2.34	3.18	5.52
Asistentes al cine	6	2.31	3.14	5.45
Asistentes al cine	7	2.30	3.13	5.43
Asistentes al cine	8	2.28	3.10	5.38
Asistentes al cine	9	2.27	3.09	5.36
Asistentes al cine	10	2.25	3.06	5.31

**Fuente:** Cuadro No. 42.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

Los ingresos se determinan multiplicando los precios de venta del servicio a nivel de empresa por los volúmenes de servicio de cada período. Los

ingresos de cada período se aprecian en el cuadro que se indica a continuación:

**Cuadro No. 47.- Presupuesto de ingresos por servicio (ventas)**

DENOMINACIÓN	AÑO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	RECAUDACIÓN TOTAL
Asistentes al cine	1	131,401	5.50	722,705.50
Asistentes al cine	2	133,228	5.57	742,079.96
Asistentes al cine	3	135,080	5.57	752,395.60
Asistentes al cine	4	136,957	5.55	760,111.35
Asistentes al cine	5	138,861	5.52	766,512.72
Asistentes al cine	6	140,791	5.45	767,310.95
Asistentes al cine	7	142,748	5.43	775,121.64
Asistentes al cine	8	144,733	5.38	778,663.54
Asistentes al cine	9	146,744	5.36	786,547.84
Asistentes al cine	10	148,784	5.31	790,043.04
<b>TOTAL</b>				<b>7,641,492.14</b>

**Fuente:** Cuadro No. 46.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias presenta la proyección de los ingresos y deducciones como costos, reparto de utilidades, impuestos, reserva legal, entre otros. En el presente proyecto el procedimiento para determinarse las ganancias o utilidades en cada uno de los años es el siguiente:

### INGRESOS POR VENTAS

(-) Costo Primo                      (-) Costo de Operación                      (=) Utilidad Bruta  
 (-) 15% Reparto Trabajadores                      (=) Utilidad antes de Impuestos

(-) 25% Impuesto a la Renta

(=) Utilidad antes de la Reserva Legal

(-) 10% Reserva Legal

### **UTILIDAD NETA**

En el siguiente cuadro se puede observar la determinación de las ganancias del proyecto.

**Cuadro No. 48.- Estado de Pérdidas y Ganancias**

DESCRIPCIÓN	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5	TOTAL AÑO 6	TOTAL AÑO 7	TOTAL AÑO 8	TOTAL AÑO 9	TOTAL AÑO 10
VENTAS	722,705.50	742,079.96	752,395.60	760,111.35	766,512.72	767,310.95	775,121.64	778,663.54	786,547.84	790,043.04
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	137,998.28	143,118.93	142,266.36	141,140.45	139,709.79	135,355.16	133,188.87	130,589.56	127,504.77	123,850.45
(-) GASTOS DE OPERACIÓN	161,423.69	171,454.04	175,911.86	180,485.55	185,178.15	189,992.77	194,932.57	200,000.81	205,200.85	210,536.06
UTILIDAD BRUTA	423,283.53	427,506.99	434,217.38	438,485.35	441,624.78	441,963.02	447,000.20	448,073.17	453,842.22	455,656.53
(-) 15% REPARTO TRABAJADORES	63,492.53	64,126.05	65,132.61	65,772.80	66,243.72	66,294.45	67,050.03	67,210.98	68,076.33	68,348.48
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	359,791.00	363,380.94	369,084.77	372,712.55	375,381.06	375,668.57	379,950.17	380,862.19	385,765.89	387,308.05
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	79,154.02	79,943.81	81,198.65	81,996.76	82,583.83	82,647.09	83,589.04	83,789.68	84,868.50	85,207.77
(=) UTILIDAD NETA	280,636.98	283,437.13	287,886.12	290,715.79	292,797.23	293,021.48	296,361.13	297,072.51	300,897.39	302,100.28
(-) 10% RESERVA LEGAL	28,063.70	28,343.71	28,788.61	29,071.58	29,279.72	29,302.15	29,636.11	29,707.25	30,089.74	30,210.03
<b>(=) UTILIDAD LÍQUIDA</b>	<b>252,573.28</b>	<b>255,093.42</b>	<b>259,097.51</b>	<b>261,644.21</b>	<b>263,517.51</b>	<b>263,719.33</b>	<b>266,725.02</b>	<b>267,365.26</b>	<b>270,807.65</b>	<b>271,890.25</b>

**Fuente:** Cuadros No. 44, 45, y 47.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

## ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de ingresos o de operación en el cual la empresa no tiene utilidades ni pérdidas, es decir los ingresos son iguales a los costos. El punto de equilibrio se calcula mediante dos métodos: matemáticamente y gráficamente.

### CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

#### 1) MÉTODO MATEMÁTICO

##### Datos:

Punto de Equilibrio	(PE)	=	?
Costos Fijos Totales	(CFT)	=	137,998.28
Costos Variables Totales	(CVT)	=	161,423.69
Costos Totales	(CT)	=	299,421.97
Ventas Totales	(VT)	=	722,705.50

##### → PE EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

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

$$PE = \frac{137,998.28}{1 - \frac{161,423.69}{722,705.50}}$$

$$PE = \frac{137,998.28}{1 - 0.22}$$

$$PE = \frac{137,998.28}{0.78}$$

$$PE = 176,920.87$$

→ PE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

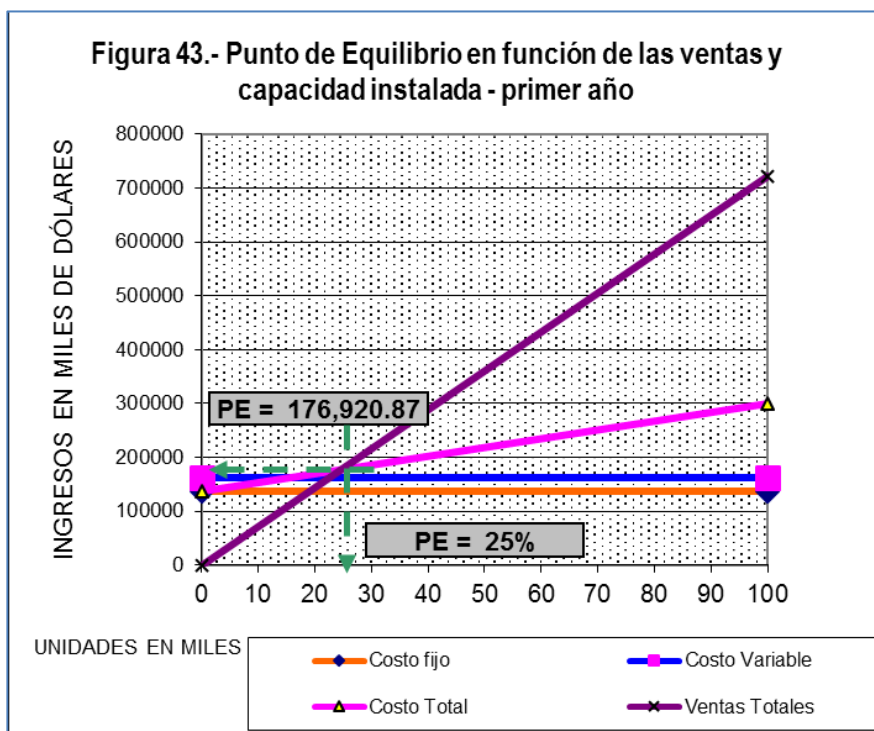
$$PE = \frac{137,998.28}{722,705.50 - 161,423.69} * 100$$

$$PE = \frac{137,998.28}{561,281.81} * 100$$

$$PE = 0.25 * 100.00$$

$$PE = 25.00 \%$$

## 2) MÉTODO GRÁFICO



**Fuente:** Cuadro No. 48.  
**Elaboró:** Mayra Naranjo

Con estos resultados se interpretan que en el primer año la empresa deberá trabajar al menos con el 25% de su capacidad productiva para que los



ingresos provenientes de la prestación de servicio permitan cubrir los costos. Con una taquilla del cine del 25% (esto significa 32,850 asistencias de clientes al año, o 90 clientes a diario para observar las películas) anual, se tendrá un ingreso de \$ 176,920.87 USD, con lo que se logra que la empresa no gane ni pierda.

## CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

### 1) MÉTODO MATEMÁTICO

#### Datos:

Punto de Equilibrio	(PE)	=	?
Costos Fijos Totales	(CFT)	=	139,709.79
Costos Variables Totales	(CVT)	=	185,178.15
Costos Totales	(CT)	=	324,887.94
Ventas Totales	(VT)	=	766,512.72

#### → PE EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

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

$$PE = \frac{139,709.79}{1 - \frac{185,178.15}{766,512.72}}$$

$$PE = \frac{139,709.79}{1 - 0.24}$$

$$PE = \frac{139,709.79}{0.76}$$

$$PE = 183,828.68$$

→ PE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

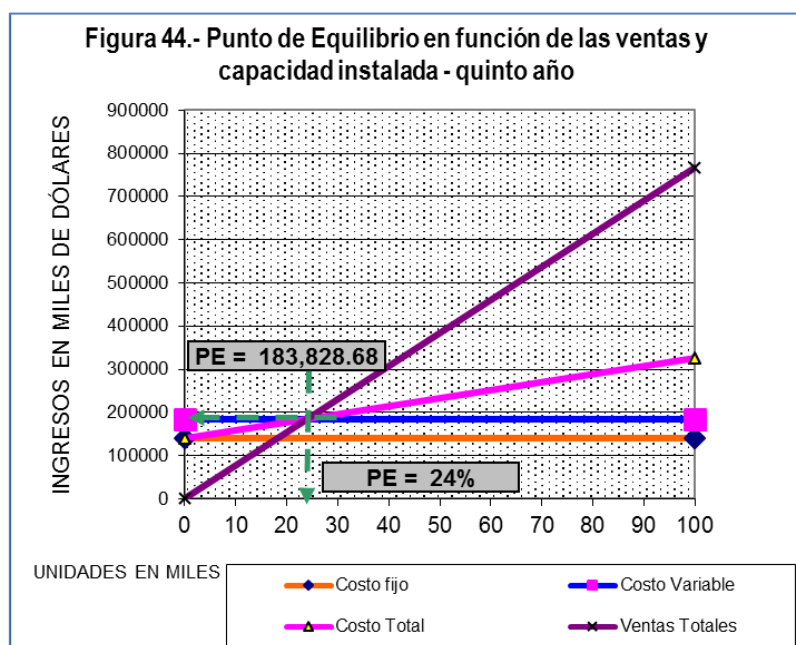
$$PE = \frac{139,709.79}{766,512.72 - 185,178.15} * 100$$

$$PE = \frac{139,709.79}{581,334.57} * 100$$

$$PE = 0.24 * 100.00$$

$$PE = 24.00 \%$$

## 2) MÉTODO GRÁFICO



**Fuente:** Cuadro No. 48.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

De acuerdo a los resultados se interpreta que en el quinto año la empresa deberá trabajar al menos con el 24% de su capacidad productiva para que

los ingresos provenientes de la prestación de servicio permitan cubrir los costos. Con una taquilla del cine del 24% (significa que 31,536 clientes al año asistirán al cine, o también 86 clientes a diario) anual, se tendrá un ingreso de \$ 183,828.68 USD, lográndose que la empresa no gane ni pierda.

## CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL DÉCIMO AÑO

### 1) MÉTODO MATEMÁTICO

#### Datos:

Punto de Equilibrio	(PE)	=	?
Costos Fijos Totales	(CFT)	=	123,850.45
Costos Variables Totales	(CVT)	=	210,536.06
Costos Totales	(CT)	=	334,386.51
Ventas Totales	(VT)	=	790,043.04

#### → PE EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

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

$$PE = \frac{123,850.45}{1 - \frac{210,536.06}{790,043.04}}$$

$$PE = \frac{123,850.45}{1 - 0.27}$$

$$PE = \frac{123,850.45}{0.73}$$

$$PE = 169,658.15$$

→ PE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

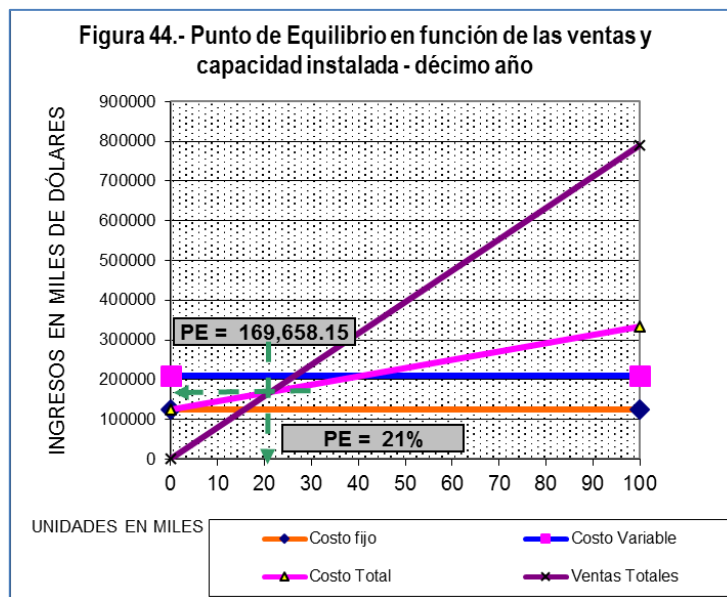
$$PE = \frac{123,850.45}{790,043.04 - 210,536.06} * 100$$

$$PE = \frac{123,850.45}{579,506.98} * 100$$

$$PE = 0.21 * 100.00$$

$$PE = 21.00 \%$$

## 2) MÉTODO GRÁFICO



**Fuente:** Cuadro No. 48.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

Según estos resultados se interpreta que el décimo año la empresa deberá trabajar al menos con el 21% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de la prestación de servicio permitan cubrir los costos.

Con una taquilla del cine del 21% (significa que 27,594 clientes al año asistirán al cine, o también 76 clientes a diario) anual, se tendrá un ingreso de \$ 169,658.15 USD, lográndose que la empresa no gane ni pierda.

### **FLUJO DE FONDOS O DE CAJA**

Esta información económica permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante los diez años futuros de gestión, en donde se asocian las fuentes de acuerdo al origen de los fondos como son el capital propio, los respaldos bancarios realizados, el valor de rescate de las inversiones. Los usos corresponden a las inversiones fijas efectuadas, los costos productivos, el servicio de la deuda, las utilidades distribuibles, las amortizaciones y el pago de los impuestos.

Los flujos de caja para cada año se calculan de la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales de cada año. Los ingresos representan la prestación del servicio y el valor residual al término de la vida útil de los activos fijos; los egresos en cambio serán el presupuesto de operación (menos las depreciaciones, la amortización de los activos diferidos y el capital), el reparto de utilidades, impuesto a la renta y la reserva legal. El flujo de caja para el primer año es de \$ 251,695.40 USD., en el décimo año será de \$ 330,287.77 USD.

**Cuadro No. 49.- Estado de Fuentes y Usos de Fondos (Flujo de Caja Proyecto)**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0 TOTAL ANUAL	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
<b>INGRESOS</b>											
CAPITAL PROPIO	500,000.00										
PRÉSTAMO BANCO DE LOJA	383,767.22										
POR VENTAS		722,705.50	742,079.96	752,395.60	760,111.35	766,512.72	767,310.95	775,121.64	778,663.54	786,547.84	790,043.04
POR VALOR RESIDUAL				373.34			460.93			569.06	14,996.22
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>883,767.22</b>	<b>722,705.50</b>	<b>742,079.96</b>	<b>752,768.94</b>	<b>760,111.35</b>	<b>766,512.72</b>	<b>767,771.88</b>	<b>775,121.64</b>	<b>778,663.54</b>	<b>787,116.90</b>	<b>805,039.26</b>
<b>EGRESOS</b>											
ACTIVOS FIJOS	696,740.48										
REINVERSIÓN					460.93			539.86			599.85
ACTIVOS DIFERIDOS	6,405.00										
CAPITAL DE OPERACIÓN	180,621.74										
COSTOS DE PRODUCCIÓN		137,998.28	143,118.93	142,266.36	141,140.45	139,709.79	135,355.16	133,188.87	130,589.56	127,504.77	123,850.45
COSTOS DE OPERACIÓN		161,423.69	171,454.04	175,911.86	180,485.55	185,178.15	189,992.77	194,932.57	200,000.81	205,200.85	210,536.06
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>883,767.22</b>	<b>299,421.97</b>	<b>314,572.97</b>	<b>318,178.22</b>	<b>321,626.00</b>	<b>324,887.94</b>	<b>325,347.93</b>	<b>328,121.44</b>	<b>330,590.37</b>	<b>332,705.62</b>	<b>334,386.51</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>0.00</b>	<b>423,283.53</b>	<b>427,506.99</b>	<b>434,590.72</b>	<b>438,485.35</b>	<b>441,624.78</b>	<b>442,423.95</b>	<b>447,000.20</b>	<b>448,073.17</b>	<b>454,411.28</b>	<b>470,652.75</b>
15% UTILIDAD DE TRABAJADORES		63,492.53	64,126.05	65,132.61	65,772.80	66,243.72	66,294.45	67,050.03	67,210.98	68,076.33	68,348.48
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		359,791.00	363,380.94	369,084.77	372,712.55	375,381.06	375,668.57	379,950.17	380,862.19	385,765.89	387,308.05
22% DE IMPUESTO A LA RENTA		79,154.02	79,943.81	81,198.65	81,996.76	82,583.83	82,647.09	83,589.04	83,789.68	84,868.50	85,207.77
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>0.00</b>	<b>280,636.98</b>	<b>283,437.13</b>	<b>288,259.46</b>	<b>290,715.79</b>	<b>292,797.23</b>	<b>293,482.41</b>	<b>296,361.13</b>	<b>297,072.51</b>	<b>301,466.45</b>	<b>317,096.50</b>
<b>DEVOL. ACTIVOS DIFERIDOS</b>		640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50	640.50
DEVOL. DEPRECIACIÓN		21,507.21	21,507.21	21,507.21	21,507.21	22,032.73	22,032.73	22,032.73	22,032.73	23,207.06	23,207.06
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		40,295.56	39,017.34	36,033.98	32,721.85	31,288.18	24,632.22	20,104.76	15,082.85	9,512.50	3,307.99
<b>FLUJO REAL DE CAJA</b>	<b>0.00</b>	<b>262,489.13</b>	<b>266,567.51</b>	<b>274,373.19</b>	<b>280,141.65</b>	<b>284,182.27</b>	<b>291,523.42</b>	<b>298,929.61</b>	<b>304,662.89</b>	<b>315,801.50</b>	<b>337,636.07</b>

Fuente: Cuadros No. 41, 44, 45 y 48.

Elaboró: Mayra Naranjo

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Para evaluar el proyecto se aplican algunos indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

Según los resultados obtenidos se podrán determinar la rentabilidad o viabilidad financiera del proyecto, estableciéndose conclusiones definitivas que permitirán adoptar decisiones sobre la puesta en marcha del proyecto.

Esta fase del proyecto es una de las más importantes y decisivas, por lo que deberá realizarse un análisis preciso de cada uno de los indicadores.

### **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

El Valor Actual Neto (VAN) es la sumatoria de los flujos netos actualizados menos la inversión inicial. Para la obtención del valor actual neto se necesita principalmente un factor de actualización que se obtiene de la aplicación de la siguiente fórmula:

#### **Simbología:**

**i** = tasa de rendimiento

**n** = período de actualización

La tasa de rendimiento del proyecto se la obtiene del costo de la inversión promedio ponderada más el riesgo del país:

**En donde:**

$$\text{CIPP} = \frac{\text{K} * \text{tp} + \text{C} * \text{ta}}{\text{I}} * 100$$

**CIPP=** costo de la inversión promedio ponderada

**K=** capital propio = 500,000.00 USD

**C=** crédito del proyecto = 383,767.22 USD

**tp=** Tasa de interés pasiva = 2.50% (dato CFN)

**ta=** Tasa de interés activa = 11.00% (dato CFN)

**I=** Inversión del proyecto = 883,767.22 USD

$$\text{CIPP} = \frac{500,000.00 * 2.50\% + 383,767.22 * 11.00\%}{883,767.22} * 100$$

$$\text{CIPP} = \frac{12,500.00 + 42,214.39}{883,767.22} * 100$$

$$\text{CIPP} = \frac{54,714.39}{883,767.22} * 100$$

$$\text{CIPP} = 0.06 * 100$$

<b>CIPP=</b>	<b>6.00 %</b>
--------------	---------------

El costo de oportunidad entonces se tiene:

**En donde:**

**CO=** Costo de oportunidad

**CIPP=** Costo de inversión Promedio Ponderada = 6.00 %



$R_p$  = Riesgo del país = 5.69 % (dato BCE)

$CO = CIPP + R_p$

$CO = 6.00 + 5.69$

**CO = 11.69 %**

El criterio de aceptación del valor actual neto (VAN) es el siguiente:

- ✓ Si el VAN es positivo el proyecto se acepta,
- ✓ Si el VAN es cero el proyecto es indiferente, y
- ✓ Si el VAN es negativo el proyecto se rechaza.

En los resultados del presente proyecto el valor actual neto es de \$684,962.03 USD, por lo tanto se acepta el proyecto.

**Cuadro No. 50.- Valor Anual Neto**

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN (11.69%)	FLUJO ACTUAL
			883,767.22
1	262,489.13	0.89533530	235,015.79
2	266,567.51	0.80162530	213,687.26
3	274,373.19	0.71772344	196,924.07
4	280,141.65	0.64260313	180,019.90
5	284,182.27	0.57534527	163,502.93
6	291,523.42	0.51512693	150,171.57
7	298,929.61	0.46121133	137,869.72
8	304,662.89	0.41293878	125,807.12
9	315,801.50	0.36971867	116,757.71
10	337,636.07	0.33102218	111,765.03
		<b>ΣFA=</b>	<b>1,631,521.10</b>
		<b>VAN</b>	<b>747,753.88</b>

**Fuente:** Cuadro No. 49.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

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

$$VAN = \sum FA - INVERSIÓN INICIAL$$

## RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Este indicador se refiere a la comparación de la relación de los ingresos y egresos actualizados del proyecto. El criterio de evaluación de esta razón financiera es:

- ✓ Si el resultado es mayor que la unidad se acepta el proyecto.
- ✓ Si la relación beneficio/costo es igual a la unidad es indiferente.
- ✓ Si es menor a la unidad se rechaza el proyecto.

**Cuadro No. 51.- Relación Beneficio / Costo**

AÑO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN (11.69%)	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN (11.69%)	INGRESO ACTUALIZADO
	883,767.22			883,767.22		
1	299,421.97	0.89533530	268,083.06	722,705.50	0.89533530	647,063.75
2	314,572.97	0.80162530	252,169.65	742,079.96	0.80162530	594,870.07
3	318,178.22	0.71772344	228,363.97	752,395.60	0.71772344	540,011.96
4	321,626.00	0.64260313	206,677.87	760,111.35	0.64260313	488,449.93
5	324,887.94	0.57534527	186,922.74	766,512.72	0.57534527	441,009.47
6	325,347.93	0.51512693	167,595.48	767,310.95	0.51512693	395,262.53
7	328,121.44	0.46121133	151,333.32	775,121.64	0.46121133	357,494.88
8	330,590.37	0.41293878	136,513.58	778,663.54	0.41293878	321,540.37
9	332,705.62	0.36971867	123,007.48	786,547.84	0.36971867	290,801.42
10	334,386.51	0.33102218	110,689.35	790,043.04	0.33102218	261,521.77
	<b>TOTAL</b>		<b>1,831,356.50</b>	<b>TOTAL</b>		<b>4,338,026.15</b>

**Fuente:** Cuadro No. 49.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

Con los datos del Cuadro No. 51 se procede al cálculo de la Relación B/C:

R B/C=	Ingresos Actuales
	Egresos Actuales
R B/C=	4,338,026.15
	1,831,356.50
<b>R B/C=</b>	<b>2.37</b>

La Relación Beneficio/Costo es > 1, por lo tanto este indicador sustenta que se realice del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibirá 1.37 dólares de utilidad, por lo tanto el proyecto es ejecutable.

### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Con la aplicación de este indicador se puede determinar el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión inicial del proyecto. La Recuperación de Capital es la sumatoria de los flujos actualizados hasta cuando se supera la inversión, menos la inversión del proyecto dividido para el último flujo del año en donde se recupera el capital.

**Cuadro No. 52.- Periodo de Recuperación de Capital**

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN (11.69%)	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
			883,767.22	
1	262,489.13	0.89533530	235,015.79	235,015.79
2	266,567.51	0.80162530	213,687.26	448,703.05
3	274,373.19	0.71772344	196,924.07	645,627.12
4	280,141.65	0.64260313	180,019.90	825,647.02
5	284,182.27	0.57534527	163,502.93	989,149.95
6	291,523.42	0.51512693	150,171.57	1,139,321.52
7	298,929.61	0.46121133	137,869.72	1,277,191.24

8	304,662.89	0.41293878	125,807.12	1,402,998.36
9	315,801.50	0.36971867	116,757.71	1,519,756.07
10	322,639.85	0.33102218	106,800.95	1,626,557.02

**Fuente:** Cuadro No. 51.

**Elaboró:** Mayra Naranjo

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

$$\text{PRC} = 4 + \frac{989,149.95 - 883,767.22}{156,758.52}$$

$$\text{PRC} = 4 + \frac{105,382.73}{156,758.52}$$

$$\text{PRC} = 4 + 0.67$$

<b>PRC= 4.67</b>
------------------

$$\begin{aligned} & 4 \text{ años} \\ 0.67 * 12 & = 8.04 \text{ Meses} \\ 0.04 * 30 & = 1 \text{ Día} \end{aligned}$$

Por lo tanto el periodo de recuperación de la inversión será de 4 años, 8 meses y 1 día.

## TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es cuando la sumatoria del flujo neto actualizado, es igual a la inversión del proyecto. Para calcular la tasa de rentabilidad interna se debe realizar una interpolación de la tasa de descuento, que es el proceso que consiste en hallar un valor deseado entre

otros dos valores. Llamada también como rentabilidad o de rendimiento, es la tasa de descuento (tasa de interés) con la que el valor presente de los egresos (incluida la inversión) es igual al valor presente de los ingresos netos. Representa por así decirlo, la rentabilidad media del dinero invertido durante la vida útil de la empresa.

Los criterios para la toma de decisiones son los siguientes:

- ✓ Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse del proyecto.
- ✓ Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- ✓ Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

**Cuadro No. 53.- Tasa Interna de Retorno (TIR)**

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN (29%)	VALOR ACTUAL Tasa Menor	FACTOR DESCUENTO (30%)	FLUJO ACUMULADO Tasa Mayor
0	883,767.22				
1	262,489.13	0.77519380	203,479.95	0.76923077	201,914.72
2	266,567.51	0.60092543	160,187.19	0.59171598	157,732.25
3	274,373.19	0.46583366	127,812.27	0.45516614	124,885.38
4	280,141.65	0.36111137	101,162.34	0.35012780	98,085.38
5	284,182.27	0.27993129	79,551.51	0.26932907	76,538.55
6	291,523.42	0.21700100	63,260.87	0.20717621	60,396.72
7	298,929.61	0.16821783	50,285.29	0.15936632	47,639.31
8	304,662.89	0.13040142	39,728.47	0.12258947	37,348.46
9	315,801.50	0.10108637	31,923.23	0.09429960	29,779.96
10	337,636.07	0.07836153	26,457.68	0.07253815	24,491.50
			<b>81.58</b>		<b>-24,954.99</b>

**Fuente:** Cuadro No. 52.  
**Elaboró:** Mayra Naranjo

$$\text{TIR} = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

**Tm**= Tasa menor de descuento para actualización= 29%

**Dt**= Diferencia de tasas de descuento para actualización= 1%

$$\text{TIR} = 29.00 + 1.00 \frac{81.58}{81.58 - 24,954.99}$$

$$\text{TIR} = 29.00 + 1.00 \frac{81.58}{25,036.57}$$

$$\text{TIR} = 29.00 + 1.00 * 0.00330000$$

$$\text{TIR} = 29.00 + 0.0033$$

<b>TIR= 29.00 %</b>
---------------------

De los resultados obtenidos, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del presente proyecto es de 29%, que si se compara con el costo de la inversión promedio ponderada (CO) de 11,69% es superior, lo que demuestra que la inversión ofrece un rendimiento aceptable por lo tanto el proyecto es conveniente implementarlo.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este es otro de los indicadores frecuentemente utilizados, el mismo que determina la solidez o fortaleza del proyecto desde el punto de vista

financiero, evalúa los resultados al modificar el valor de una variable considerada como susceptible de cambio en el período de evaluación, es decir mide hasta qué punto afectan los incrementos en los costos y la disminución en los ingresos, afectados por los precios, para tal efecto se requiere de modificar los flujos de caja. Para evaluar los coeficientes de sensibilidad se debe considerar los siguientes criterios:

- a) Si el coeficiente es menor que 1, el proyecto no es sensible.
- b) Si el coeficiente es igual a 1, no existe ningún cambio en el proyecto.
- c) Si el coeficiente es mayor que 1, el proyecto es sensible.

#### **Incremento del 65% en los Costos**

En el Cuadro No. 54 se señala que con un incremento en los costos del 65% con una tasa de oportunidad del 21% el proyecto posee un coeficiente de sensibilidad de 0,99; por lo que se establece al mismo, como punto de quiebre del proyecto.

#### **Disminución del 27.40% en los Ingresos**

El Cuadro No. 55 del Análisis de Sensibilidad con una disminución en los ingresos del 27.40% con una tasa de oportunidad del 21% el proyecto tiene un coeficiente de sensibilidad de 0.99 que indica que el proyecto no es sensible hasta dicha disminución en los ingresos.





**Cuadro No. 55.- Análisis de Sensibilidad, con una disminución en los ingresos del 27.40%**

AÑO	INGRESO TOTAL ORIGINAL	VALOR QUE DISMINUYE	INGRESO TOTAL DISMINUIDO	COSTO TOTAL ORIGINAL	NUEVO FLUJO DE CAJA	ACTUALIZACIÓN		ACTUALIZACIÓN		
						FACTOR	FLUJO ACTUAL	FACTOR	FLUJO ACTUAL	
		27.40%				21.00%	883,767.22	22.00%	883,767.22	
1	722,705.50	198,021.31	524,684.19	299,421.97	225,262.22	0.82644628	186,167.12	0.81967213	184,641.16	
2	742,079.96	203,329.91	538,750.05	314,572.97	224,177.08	0.68301346	153,115.96	0.67186240	150,616.15	
3	752,395.60	206,156.39	546,239.21	318,178.22	228,060.99	0.56447393	128,734.48	0.55070689	125,594.76	
4	760,111.35	208,270.51	551,840.84	321,626.00	230,214.84	0.46650738	107,396.92	0.45139909	103,918.77	
5	766,512.72	210,024.49	556,488.23	324,887.94	231,600.29	0.38554329	89,291.94	0.36999925	85,691.93	
6	767,310.95	210,243.20	557,067.75	325,347.93	231,719.82	0.31863082	73,833.08	0.30327808	70,275.54	
7	775,121.64	212,383.33	562,738.31	328,121.44	234,616.87	0.26333125	61,781.95	0.24858859	58,323.08	
8	778,663.54	213,353.81	565,309.73	330,590.37	234,719.36	0.21762914	51,081.77	0.20376114	47,826.68	
9	786,547.84	215,514.11	571,033.73	332,705.62	238,328.11	0.17985879	42,865.41	0.16701733	39,804.92	
10	790,043.04	216,471.79	573,571.25	334,386.51	239,184.74	0.14864363	35,553.29	0.13689945	32,744.26	
<b>TOTAL</b>								<b>46,054.70</b>		<b>15,670.03</b>

Fuente: Cuadro No. 51  
 Elaboró: Mayra Naranjo

<i>Tm</i> =	21%		
<i>Dt</i> =	1%		
<b>VAN</b>			
<i>menor</i> =	46,054.70		
<b>VAN</b>			
<i>mayor</i> =	15,670.03		
<b>NTIR</b> =	21.00 + 1.00	<u>46,054.70</u>	
		46,054.70 - 15,670.03	
<b>NTIR</b> =	21.00 + 1.00	<u>46,054.70</u>	
		30,384.67	
<b>NTIR</b> =	21.00 + 1.00	* 1.52	
<b>NTIR</b> =	21.00 + 1.52		
<b>NTIR</b> =	<b>22.52 %</b>		

<b>DIFERENCIA DE TIR</b>	
DIF.	
TIR=	TIR PROY - NTIR
DIF.	
TIR=	29.00 - 22.52
DIF.	
TIR=	6.48
<b>PORCENTAJE DE VARIACIÓN</b>	
% VAR=	$\frac{DIF. TIR}{TIR PROY} * 100$
% VAR=	$\frac{6.48}{29.00} * 100$
% VAR=	22.35

<b>SENSIBILIDAD</b>	
SENSIBILIDAD=	$\frac{\% VAR}{NTIR}$
SENSIBILIDAD=	$\frac{22.35}{22.52}$
SENSIBILIDAD=	0.99

## **h. CONCLUSIONES**

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones, las mismas que a continuación se detallan:

- De acuerdo a la capacidad instalada en el primer año de vida de la empresa, se espera recibir en sus instalaciones a 388,800 asistentes anualmente a observar las películas que reproducirán en Cineloja S.A. Con esta capacidad se cubrirá el 63.82% de la demanda insatisfecha total que actualmente presenta este servicio.
- Las salas de cine de Cineloja se ubicarán en la ciudad de Loja, Urbanización El Rincón, en la calle Illiniza entre Zoilo Rodríguez y Corazón, aproximadamente a 1.2 Km, del centro histórico de la ciudad.
- Se contará con un local amplio, confortable y un ambiente agradable, utilizando la mejor tecnología para la reproducción de las cintas cinematográficas.
- De acuerdo a la demanda del servicio se logró establecer que el área de terreno básico para la construcción de los cines será de 1,000 m<sup>2</sup>. La infraestructura física se conformará por: 3 salas de cine (capacidad 90 personas cada una), 1 bar, 1 vestidor, 1 boletería, 1 área de baños de mujeres, 1 área de baños para hombres, 1 oficina administrativa, 3 cuartos de proyección y bodega, y 16 parqueaderos vehiculares. El área arquitectónica de construcción del establecimiento es de 1,184.30 m<sup>2</sup>.

- En el diagrama estructural de la empresa, se determinó cuatro niveles jerárquicos, que son:
  - Nivel Directivo
  - Nivel Gerencial
  - Nivel Asesor
  - Nivel Administrativo
  - Nivel Operativo
- El proyecto iniciará su ejecución mediante la suscripción de acciones de capital, ya sea en activos fijos o en dinero en efectivo. La empresa de entretenimiento Cineloja S.A., contará con dos socios los cuales aportarán con el 56.58% del total de la inversión y el resto mediante el financiamiento de la Corporación Financiera Nacional (CFN). El costo total del proyecto de Cineloja S.A. es de \$ 883,767.22 USD.
- El financiamiento del presente proyecto será con un crédito de \$ 383,767.22 USD y la diferencia con recursos propios (\$ 500,000.00 USD).
- El precio del servicio se determinó de acuerdo a los precios actuales del mercado local y nacional, dando como resultado que en el primer año se tendrá un ingreso de \$ 722,705.50 USD.
- La utilidad líquida el primer año alcanzará un valor de \$ 262,489.13 USD, y en el décimo año de \$ 337,636.07 USD.

- En función a las ventas y la producción se estableció que el punto de equilibrio se lo consigue cuando se obtenga un ingreso de \$ 176,920.87 USD, y un nivel de servicio del 25%.
- Para establecer la factibilidad del proyecto, se utilizó la evaluación financiera tomando en consideración los diferentes indicadores económicos de acuerdo a los siguientes datos:
  - VAN = Es positivo ya que es mayor a cero.
  - B/C = Es mayor a uno, por lo tanto se puede realizar el proyecto.
  - TIR = Es mayor al costo del capital, por lo tanto el valor es satisfactorio.
  - Periodo de Recuperación = La inversión se la recupera en 4 años, 8 meses y 1 día.
- La sensibilidad soporta un incremento en los costos del 65% y la sensibilidad con disminución en los ingresos del 27.40%. Esto indica que el proyecto no sufre ninguna sensibilidad ante los cambios en las variables analizadas.
- Por todas las razones antes expuestas, se concluye que es factible la creación de un cine para la ciudad de Loja, ya que no existe el riesgo de pérdida económica por la inversión a realizarse.

## **i. RECOMENDACIONES**

- ✓ El presente proyecto está encaminado a la inversión privada dado que existe beneficios económicos y sociales para el adelanto de los servicios de entretenimiento que ofrece la ciudad de Loja a quienes la habiten o estén de paso por esta urbe.
- ✓ Mediante la factibilidad: financiera, económica y técnica del presente proyecto, permite la ejecución del mismo brindando de esta manera la creación de fuentes de trabajo, aliviando el problema de escases de fuentes de trabajo.
- ✓ Es necesario que las financieras estatales ayuden a los empresarios con el otorgamiento de líneas de crédito con intereses bajos a los inversionistas que presenten proyectos viables técnica y financieramente, y promover de esta manera el desarrollo del país.
- ✓ Se debe realizar una buena campaña publicitaria con el fin de dar a conocer el producto que ofrece la empresa y obtener aceptación en el mercado.
- ✓ Para este tipo de proyecto es necesario ofrecer al cliente productos de calidad con la finalidad de poseer liderazgo en el mercado local y regional.
- ✓ Al GAD Municipal de Loja se recomienda dar especial atención a este tipo de proyectos, que pretende realizar la empresa privada como inversión, por lo tanto se deberá otorgar todos los permisos para ejecutar la obra y brindar mejoras urbanísticas de la ciudad, mismas que se logran con la construcción de avenidas y

calles, aceras y bordillos, dotación de servicios básicos, señalización, y el mantenimiento de los espacios públicos, entre otros aspectos, consiguiéndose así captar la atención de los turistas para que visiten nuestra ciudad.

- ✓ Es necesario que los proyectos de factibilidad que se realizan por los estudiantes universitarios, sean tomados en cuenta para su ejecución, logrando así beneficios para los inversionistas y la sociedad.

## j. BIBLIOGRAFÍA

- ALEGRE ELERA Jenner F., **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión**, Editorial América, Cuarta Edición, Lima – Perú, 1997.
- ANDRADE Simón, **Diccionario de Economía**, Tercera Edición, Editorial Andrade, 2005.
- ARRIBAS PÉREZ Raúl y GARCÍA LOBATO María José, **Diseño y acondicionamiento acústico y electro-acústico de una sala de proyecciones en 3D**, Proyecto Fin de Carrera / Trabajo Fin de Grado, E.U.I.T. Telecomunicación, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, 2012.
- BACA URBINA Gabriel, **Evaluación de Proyectos**, McGraw-Hill, Sexta Edición, México, 2010.
- BELL Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**, Editorial Continental S.A., México, 1971.
- BLANCO Adolfo, **Formulación y Evaluación de Proyectos**, Ediciones Torán, Cuarta Edición, España, 1999.
- BOLTEN Steven, **Administración Financiera**, Editorial Limusa, Vol. I., México., 1981.
- BYARS LLOYD, L., y LESLIES W. Rue, **Gestión de Recursos Humanos**, Editorial Irwin, Quinta Edición, Madrid - España, 2008.

- CALDAS, María Eugenia; REYES CARRIÓN, Herráez; y HERAS FERNÁNDEZ, Antonio, **Empresa e Iniciativa Emprendedora**, Primera Edición, Editorial Editex S.A., España, 2009.
- CÍRCULO DE LECTORES, **Curso Básico de Administración**. Editorial Norma. Colombia, 1991.
- GRANDA Wilma, **Cronología del Cine Ecuatoriano 1874 - 2006**, en "El Cine ecuatoriano: aquí y ahora", Revista Nacional de Cultura "Encuentros", Consejo Nacional de Cultura Ecuador, No. 10, 2007.
- GRUPO OCÉANO, **Enciclopedia del Ecuador**, Editorial Océano, 2013.
- H. CONGRESO NACIONAL, **Ley de Compañías**, Registro Oficial Codificación No. 000.RO/ 312 del 5 de Noviembre de 1999, Quito - Ecuador.
- ILPES (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social), **Guía para la Presentación de Proyectos**. Siglo XXI Editores. 14 edición, México, 1998.
- INEC, **VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010**, Catálogo de Datos, Ecuador, 2011.
- PIEDRA Gastón. **El boom del Cine Ecuatoriano ¿Mito o Realidad?**. Agosto 2014.
- SAPAG CHAIN Nassir, **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Editorial McGraw Hill, Séptima Edición, México D. F., 2009.
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, **Folleto módulo X de la UNL**, Carrera de Administración de Empresas, 2010.



- VARELA Rodrigo, **Innovación Empresarial**, Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, Colombia, 2006.

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO 1**

#### **PROYECTO DE TESIS**

##### **1. TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CINE PARA LA CIUDAD DE LOJA”**

##### **2. PROBLEMÁTICA**

En la actualidad, la falta de tiempo, debido a las diferentes ocupaciones tanto de trabajo, así como la mala organización, la rutina, la situación económica; entre otros aspectos, nos causa algunos inconvenientes con el normal desarrollo de nuestras actividades.

Todas las situaciones anteriormente descritas nos llevan al estrés que es una consecuencia directa de las exigencias o presiones que se debe enfrentar en el día a día. Una manera de encontrar un escape de la realidad, además de pasar momentos divertidos con la familia o amigos es asistir a los diferentes centros de diversión, uno de ellos se constituye las salas de cine, en donde las familias actualmente lo consideran una opción inmediata y económica para salir de la rutina; además de tener su propio espacio para la diversión y socialización. El asistir a éste centro de diversión se ha convertido en una importante opción, en comparación con otras expectativas donde la inversión es más fuerte como por ejemplo paseos.

En la ciudad de Loja, se cuenta con un cine en el norte de la ciudad, y por ser el único en la ciudad no cubre con todas las necesidades de los consumidores, por

cuanto la ciudad ha crecido en extensión y población; éste factor, hace que las familias o los consumidores se movilicen invirtiendo mucho más tiempo y dinero, por cuanto carecen de este servicio en un sector más céntrico de la ciudad.

Por todo lo expuesto anteriormente he considerado que la problemática para la realización del presente trabajo investigativo es: ***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CINE PARA LA CIUDAD DE LOJA”***.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. GENERAL**

Realizar un Proyecto de Factibilidad para la creación de un cine para la ciudad de Loja.

#### **3.2. ESPECÍFICOS**

- ✓ Desarrollar un Estudio de Mercado para determinar la Demanda y Oferta de este tipo de servicio en la ciudad de Loja.
- ✓ Realizar un Estudio Técnico, y la ingeniería del proyecto.
- ✓ Diseñar un Estudio Administrativo, que determine la estructura organizacional y tipo de empresas a constituir.
- ✓ Realizar un Estudio Económico Financiero, para establecer la inversión total, así como los costos e ingresos del proyecto.
- ✓ Determinar la evaluación financiera del proyecto, a través de los indicadores del VAN, TIR, PRC, RBC, Sensibilidad.

## 4. METODOLOGÍA

Para la ejecución del presente proyecto de tesis utilizaré métodos y técnicas, que facilitaran su realización.

### 4.1. MÉTODOS

**Método Deductivo.-** Su procedimiento pasará de lo general a lo particular, en base a este método se determinara la muestra, con datos generales y reales de la población.

**Método Inductivo.-** Es aquel proceso que va de lo particular a lo general, éste método dará el inicio para la determinación de las conclusiones generales del proyecto de investigación.

**Método Analítico-sintético:** El juicio analítico implica la descomposición del fenómeno, en sus partes constitutivas. Es una operación mental por la que se divide la representación totalizadora de un fenómeno en sus partes.

El método sintético se usará en lo que respecta a las ciencias administrativas ya que mediante ésta se despegará las leyes generalizadoras para la constitución de una empresa.

Todos los métodos no son independientes uno del otro; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis.

**Método Estadístico:** Se usara con la finalidad de reunir, organizar y analizar los datos numéricos de la aplicación de la encuesta, al mismo tiempo de representar gráficamente, se medirán también los resultados de la encuesta.

**Método Matemático:** Se refiere a la parte numérica de todo el proceso investigativo, comprende los números y cifras que se estudiaran en el desarrollo del proyecto de investigación. Se usará para obtener el tamaño de la población, determinación de valores totales en el estudio financiero.

#### 4.2. TÉCNICAS

En el presente trabajo utilizaré las siguientes:

**Técnica de la Observación:** La que me permitirá conocer los lugares cercanos al centro histórico de la ciudad de Loja, y determinar el terreno que cumpla con las mejores características de implantación de la obra.

**Técnica Bibliográfica:** La misma que maneja información de Internet, folletos, revistas y otras publicaciones que sirven para armar el enfoque técnico en lo que concierne al marco teórico. Lo utilizare en el marco teórico.

**Técnica de la Encuesta:** Para obtener datos confidenciales, información útil y necesaria en éste proceso de investigación para el estudio de mercado aplicaré la técnica de la encuesta la misma que se dirigirá a personas aleatoriamente seleccionadas para así obtener información valida que permitirá analizar, interpretar y detallar los datos más representativos en este proceso de estudio.

**Técnica de la Entrevista:** Para obtener datos particulares, básicamente de las autoridades y personas entendidas y/o relacionadas con el sector de entretenimiento.

**Técnica del Fichaje:** la misma que me permitirá introducir toda la información destacada y siempre a mi alcance en el momento oportuno.

### 4.3. POBLACIÓN DE MUESTRA

Para realizar el cálculo de la muestra se utiliza la población activa de la ciudad de Loja proyectada al 2015, siendo el objetivo de 182,200 habitantes, con este dato se procede a calcular la muestra utilizando la siguiente fórmula:

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

**En donde:**

n = Tamaño de la muestra

N = Población actual

E = Margen de error 5%

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{182200}{1 + 0.05^2 \times 182200}$$

$$n = \frac{182200}{1 + 0.0025 \times 182200}$$

$$n = \frac{182200}{1 + 455.5}$$

$$n = \frac{182200}{456.5}$$

$$n = \mathbf{397 \text{ encuestas}}$$

Para desarrollar el estudio de mercado se aplicarán 397 encuestas en la ciudad de Loja.

**ANEXO 2**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro desarrollando un “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CINE EN LA CIUDAD DE LOJA**”, para lo cual le solicito de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

**1. ¿Cuáles son sus ingresos promedio?**

*Marque con una (X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

- |             |        |
|-------------|--------|
| 1 – 300     | (    ) |
| 301 – 600   | (    ) |
| 601 –900    | (    ) |
| 901 – 1200  | (    ) |
| 1201 – 1400 | (    ) |
| Más de 1400 | (    ) |

**2. ¿Ve usted películas?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- |    |        |
|----|--------|
| SI | (    ) |
| NO | (    ) |

**3. ¿Va usted al cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- |    |        |
|----|--------|
| SI | (    ) |
| NO | (    ) |

Por qué.....

.....  
.....

**4. ¿Cuál es el tipo de ambiente en el que usted prefiere ver películas?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- En su hogar ( )  
Con su familia ( )  
Con amigos ( )  
En el cine ( )  
Otros ( )

**5. ¿Vista un cine mensualmente?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

- 1 a 2 veces ( )  
3 a 4 veces ( )  
5 a 6 veces ( )  
Más de 6 veces ( )

**6. ¿Con qué personas asiste usted al cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- Con la familia ( )  
Con amigos /as ( )  
Solo / a ( )

**7. ¿Por qué motivos accede al cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*



Por pasatiempo ( )

Por comodidad ( )

Por los estrenos ( )

**8. ¿Qué tipo de película prefiere?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Drama ( )

Acción ( )

Terror ( )

Comedia ( )

Infantiles ( )

Cualquiera de las anteriores ( )

**9. ¿Qué días de la semana prefiere visitar el cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Lunes ( )

Martes ( )

Miércoles ( )

Jueves ( )

Viernes ( )

Sábado ( )

Domingo ( )

**10. ¿Cuál es el horario de su preferencia para ir al cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Desde 10H00 – 22H00 ( )

Desde 13H00 – 22H00 ( )

Desde 16H00 – 23H00 ( )

**11. ¿Estaría dispuesto a destinar parte de sus ingresos mensuales para asistir al cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI ( )

NO ( )

**12. ¿Señale qué cantidad de dinero asignaría mensualmente para asistir a un cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

1 -5 \$	( )
6 – 10 \$	( )
11 -15 \$	( )
16 – 20 \$	( )
21 – 25 \$	( )
Más de 25 \$	( )

**13. ¿Si se implementara en la ciudad de Loja, un cine, haría usted uso del mismo?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI ( )

NO ( )

Por qué ( )

**14. ¿Dónde le gustaría que se implemente este servicio de Cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Al sur de la ciudad (    )

Cerca del centro de la ciudad (    )

Me es indiferente (    )

**15. ¿Por qué medio de que publicidad conoce usted la cartelera de películas en el cine?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Radio (    )

Prensa (    )

Televisión (    )

Internet (    )

Otros.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**GUÍA DE ENTREVISTA A COMPETENCIA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENTREVISTA REALIZADA AL OFERENTE DEL SERVICIO DE CINE EN LA CIUDAD DE LOJA.**

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro desarrollando un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CINE EN LA CIUDAD DE LOJA”**, para lo cual le solicito de la manera más comedida y respetuosa se digne dar contestación a las preguntas de la siguiente entrevista:

**DATOS INFORMATIVOS**

**Fecha:** .....

**Nombre del Establecimiento:** .....

**Dirección:** .....

**CUESTIONARIO:**

**1. ¿Usted hace qué tiempo inicio con esta empresa?**

.....  
.....  
.....

**2. ¿Qué cantidad se recibe en el mes por concepto de entradas?**

.....  
.....

**3. ¿Cuáles son sus consumidores potenciales?**

.....  
.....

**4. ¿Qué cantidad de entradas se vende al mes?**

.....  
.....

**5. ¿Cómo se ofrece el servicio de cine?**

.....  
.....

**6. ¿A qué precio se vende una entrada para ver una película?**

.....  
.....  
.....

**7. ¿Su local de funcionamiento es propio?**

.....  
.....

**8. ¿Utiliza algún tipo de promoción en el producto?**

.....  
.....  
.....

**9. ¿Qué medios de difusión utiliza para promocionar la cartelera?**

.....  
.....  
.....

**10. ¿Qué tipo de financiamiento hace uso para operar?**

.....  
.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### ANEXO 3.- CAPITAL DE OPERACIÓN

DENOMINACIÓN	ANEXO	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
M.O.D. (PERSONAL OPERACIÓN)	3.1	88,195.69	96,322.12	98,826.51	101,395.98	104,032.26	106,737.09	109,512.24	112,359.55	115,280.91	118,278.21
Costos de Producción	3.4	8,270.00	8,485.02	8,705.63	8,931.98	9,164.21	9,402.48	9,646.95	9,897.77	10,155.12	10,419.14
Gastos de Administración	3.2	63,685.92	69,412.11	71,216.82	73,068.46	74,968.25	76,917.41	78,917.25	80,969.10	83,074.28	85,234.20
Gastos de Ventas	3.3	11,869.09	12,541.77	12,867.85	13,202.43	13,545.70	13,897.87	14,259.20	14,629.95	15,010.33	15,400.60

### ANEXO 3.1.- MANO DE OBRA - SUELDOS PERSONAL DE OPERACIÓN

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

No.	DENOMINACIÓN	INGRES. GENER. AL AÑO	OTROS RUBROS MASA SALAR.	TOTAL ANUAL UNIT.	CANT. PERS.	AÑO 1 TOTAL ANUAL	FONDOS RESERVA LUEGO 1ER AÑO	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
1	Adquisición del films	5,858.40	1,731.49	7,589.89	1.00	7,589.89	488.00	8,287.92	8,503.41	8,724.50	8,951.34	9,184.07	9,422.86	9,667.85	9,919.21	10,177.11
2	Venta de tickets	6,607.20	1,907.38	8,514.58	1.00	8,514.58	550.38	9,300.65	9,542.47	9,790.57	10,045.12	10,306.29	10,574.25	10,849.18	11,131.26	11,420.67
3	Seguridad	5,858.40	1,731.49	7,589.89	2.00	15,179.78	976.01	16,575.84	17,006.81	17,448.99	17,902.66	18,368.13	18,845.70	19,335.69	19,838.42	20,354.22
4	Venta de bar	6,607.20	1,907.38	8,514.58	1.00	8,514.58	550.38	9,300.65	9,542.47	9,790.57	10,045.12	10,306.29	10,574.25	10,849.18	11,131.26	11,420.67
5	Servicio al cliente	6,266.40	1,827.56	8,093.96	1.00	8,093.96	521.99	8,839.96	9,069.80	9,305.61	9,547.56	9,795.80	10,050.49	10,311.80	10,579.91	10,854.99
6	Control de Calidad de las Películas	6,607.20	1,907.38	8,514.58	1.00	8,514.58	550.38	9,300.65	9,542.47	9,790.57	10,045.12	10,306.29	10,574.25	10,849.18	11,131.26	11,420.67
7	Reparación de Equipos de Proyección	6,607.20	1,907.38	8,514.58	1.00	8,514.58	550.38	9,300.65	9,542.47	9,790.57	10,045.12	10,306.29	10,574.25	10,849.18	11,131.26	11,420.67
8	Limpieza y Arreglo de Salas de Cine	5,858.40	1,731.49	7,589.89	2.00	15,179.78	976.01	16,575.84	17,006.81	17,448.99	17,902.66	18,368.13	18,845.70	19,335.69	19,838.42	20,354.22
9	Bartender	6,266.40	1,827.56	8,093.96	1.00	8,093.96	521.99	8,839.96	9,069.80	9,305.61	9,547.56	9,795.80	10,050.49	10,311.80	10,579.91	10,854.99
<b>TOTAL GENERAL</b>						<b>88,195.69</b>	<b>5,685.52</b>	<b>96,322.12</b>	<b>98,826.51</b>	<b>101,395.98</b>	<b>104,032.26</b>	<b>106,737.09</b>	<b>109,512.24</b>	<b>112,359.55</b>	<b>115,280.91</b>	<b>118,278.21</b>

**ANEXO 3.1.1.- SUELDOS Y OTROS RUBROS SALARIALES DEL PERSONAL DEL ÁREA OPERATIVA**

No.	DENOMINACIÓN	INGRESOS MENSUALES		TOTAL INGRESO MENSUAL	TOTAL INGRESO ANUAL	OTROS RUBROS SALARIALES						
		SUELDO BÁSICO	SOBRETIEDO HORAS 50%			VACACIÓN.	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	APORTE PATRONAL 11.15%	APORTE SECAB 0.05%	APORTE IECE 0.05%	TOTAL ANUAL
1	Adquisición del films 1	355.00	133.20	488.20	5,858.40	177.50	354.00	488.20	653.21	29.29	29.29	1,731.49
2	Venta de tickets 1	400.00	150.60	550.60	6,607.20	200.00	354.00	550.60	736.70	33.04	33.04	1,907.38
3	Seguridad 1	355.00	133.20	488.20	5,858.40	177.50	354.00	488.20	653.21	29.29	29.29	1,731.49
4	Seguridad 2	355.00	133.20	488.20	5,858.40	177.50	354.00	488.20	653.21	29.29	29.29	1,731.49
5	Venta de bar 1	400.00	150.60	550.60	6,607.20	200.00	354.00	550.60	736.70	33.04	33.04	1,907.38
6	Servicio al cliente 1	380.00	142.20	522.20	6,266.40	190.00	354.00	522.20	698.70	31.33	31.33	1,827.56
7	Control de Calidad de las Películas 1	400.00	150.60	550.60	6,607.20	200.00	354.00	550.60	736.70	33.04	33.04	1,907.38
8	Reparador de Equipos de Proyección 1	400.00	150.60	550.60	6,607.20	200.00	354.00	550.60	736.70	33.04	33.04	1,907.38
9	Limpieza y Arreglo de Salas de Cine 1	355.00	133.20	488.20	5,858.40	177.50	354.00	488.20	653.21	29.29	29.29	1,731.49
10	Limpieza y Arreglo de Salas de Cine 2	355.00	133.20	488.20	5,858.40	177.50	354.00	488.20	653.21	29.29	29.29	1,731.49
11	Bartender 1	380.00	142.20	522.20	6,266.40	190.00	354.00	522.20	698.70	31.33	31.33	1,827.56

### ANEXO 3.2.- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

DENOMINACIÓN	ANEXO	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
Sueldos del Personal Administrativo	3.2.1	61,235.92	66,898.42	68,637.77	70,422.35	72,253.32	74,131.90	76,059.32	78,036.87	80,065.83	82,147.54
Suministros de Oficina	3.2.2	185.00	189.80	194.74	199.80	205.00	210.33	215.79	221.39	227.13	233.03
Gastos Generales	3.2.3	2,265.00	2,323.89	2,384.31	2,446.31	2,509.93	2,575.18	2,642.14	2,710.84	2,781.32	2,853.63
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>63,685.92</b>	<b>69,412.11</b>	<b>71,216.82</b>	<b>73,068.46</b>	<b>74,968.25</b>	<b>76,917.41</b>	<b>78,917.25</b>	<b>80,969.10</b>	<b>83,074.28</b>	<b>85,234.20</b>

### ANEXO 3.2.1.- SUELDOS PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

No.	DENOMINACIÓN	INGRESOS GENERADO AL AÑO	OTROS RUBROS MASA SALARIAL	TOTAL ANUAL UNITARIO	CANT. PERS.	AÑO 1 TOTAL ANUAL	FONDOS RESERVA LUEGO 1ER AÑO	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
1	Gerente General	9,240.00	2,631.66	11,871.66	1.00	11,871.66	769.69	12,970.03	13,307.25	13,653.24	14,008.22	14,372.43	14,746.11	15,129.51	15,522.88	15,926.47
2	Asesor Jurídico	6,000.00	1,834.00	7,834.00	1.00	7,834.00	499.80	8,550.48	8,772.79	9,000.88	9,234.90	9,475.01	9,721.36	9,974.12	10,233.45	10,499.52
3	Contadora - Secretaria	6,415.20	1,893.05	8,308.25	1.00	8,308.25	534.39	9,072.55	9,308.44	9,550.46	9,798.77	10,053.54	10,314.93	10,583.12	10,858.28	11,140.60
4	Gerencia de Administración y Finanzas	8,691.60	2,439.33	11,130.93	2.00	22,261.86	1,448.02	24,326.34	24,958.82	25,607.75	26,273.55	26,956.66	27,657.53	28,376.63	29,114.42	29,871.39
5	Administrador de Control de Calidad y Mantenimiento	8,587.20	2,372.95	10,960.15	1.00	10,960.15	715.31	11,979.02	12,290.47	12,610.02	12,937.88	13,274.26	13,619.39	13,973.49	14,336.80	14,709.56
<b>TOTAL GENERAL</b>						<b>61,235.92</b>	<b>3,967.21</b>	<b>66,898.42</b>	<b>68,637.77</b>	<b>70,422.35</b>	<b>72,253.32</b>	<b>74,131.90</b>	<b>76,059.32</b>	<b>78,036.87</b>	<b>80,065.83</b>	<b>82,147.54</b>



### ANEXO 3.2.1.1.- SUELDOS DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN

No.	DENOMINACIÓN	INGRESOS MENSUALES		TOTAL INGRESO MENSUAL	TOTAL INGRESO ANUAL	OTROS RUBROS SALARIALES						
		SUELDO BÁSICO	SOBRETIEDPO HORAS 50%			VACACIONES	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	APORTE PATRONAL 11.15%	APORTE SECAB 0.05%	APORTE IECE 0.05%	TOTAL ANUAL
1	Gerente General	770.00	0.00	770.00	9,240.00	385.00	354.00	770.00	1,030.26	46.20	46.20	2,631.66
2	Asesor Jurídico	500.00	0.00	500.00	6,000.00	250.00	355.00	500.00	669.00	30.00	30.00	1,834.00
3	Contadora - Secretaria	450.00	84.60	534.60	6,415.20	225.00	354.00	534.60	715.29	32.08	32.08	1,893.05
4	Gerencia de Administración y Finanzas	610.00	114.30	724.30	8,691.60	305.00	354.00	724.30	969.11	43.46	43.46	2,439.33
5	Administrador de Control de Calidad y Mantenimiento	520.00	195.60	715.60	8,587.20	260.00	354.00	715.60	957.47	42.94	42.94	2,372.95

### ANEXO 3.2.2.- GASTOS DE EDIFICACIÓN Y EQUIPOS DE REPRODUCCIÓN

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VIDA UTIL	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
Construcciones	total	439,891.81	10.00	43,989.00	45,132.71	46,306.16	47,510.12	48,745.38	50,012.76	51,313.09	52,647.23	54,016.06	55,420.48
Maquinaria y Equipos	total	209,689.07	10.00	20,969.00	21,514.19	22,073.56	22,647.47	23,236.30	23,840.44	24,460.29	25,096.26	25,748.76	26,418.23
<b>TOTAL GENERAL</b>				64,958.00	66,646.90	68,379.72	70,157.59	71,981.68	73,853.20	75,773.38	77,743.49	79,764.82	81,838.71

### ANEXO 3.2.3.- SUMINISTROS DE OFICINA

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
Tinta para impresora	U	25.00	3.00	75.00	76.95	78.95	81.00	83.11	85.27	87.49	89.76	92.09	94.48
Papel para impresión	Resma	4.50	4.00	18.00	18.47	18.95	19.44	19.95	20.47	21.00	21.55	22.11	22.68
Archivadores	U	3.80	5.00	19.00	19.49	20.00	20.52	21.05	21.60	22.16	22.74	23.33	23.94
Cuaderno Académico	U	2.00	7.00	14.00	14.36	14.73	15.11	15.50	15.90	16.31	16.73	17.16	17.61
Marcadores	U	1.00	4.00	4.00	4.10	4.21	4.32	4.43	4.55	4.67	4.79	4.91	5.04
Bolígrafos	U	0.50	25.00	13.00	13.34	13.69	14.05	14.42	14.79	15.17	15.56	15.96	16.37
Agendas	U	6.00	7.00	42.00	43.09	44.21	45.36	46.54	47.75	48.99	50.26	51.57	52.91
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>185.00</b>	<b>189.80</b>	<b>194.74</b>	<b>199.80</b>	<b>205.00</b>	<b>210.33</b>	<b>215.79</b>	<b>221.39</b>	<b>227.13</b>	<b>233.03</b>

### ANEXO 3.2.4.- GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

DENOMINACIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
Agua Potable	mes	4.50	12.00	54.00	55.40	56.84	58.32	59.84	61.40	63.00	64.64	66.32	68.04
Energía Eléctrica	mes	58.75	12.00	705.00	723.33	742.14	761.44	781.24	801.55	822.39	843.77	865.71	888.22
Telefonía Celular	mes	60.00	12.00	720.00	738.72	757.93	777.64	797.86	818.60	839.88	861.72	884.12	907.11
Telefonía fija	mes	18.00	12.00	216.00	221.62	227.38	233.29	239.36	245.58	251.97	258.52	265.24	272.14
Internet	mes	40.00	12.00	480.00	492.48	505.28	518.42	531.90	545.73	559.92	574.48	589.42	604.74
Combustible	gal.	7.50	12.00	90.00	92.34	94.74	97.20	99.73	102.32	104.98	107.71	110.51	113.38
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>2,265.00</b>	<b>2,323.89</b>	<b>2,384.31</b>	<b>2,446.31</b>	<b>2,509.93</b>	<b>2,575.18</b>	<b>2,642.14</b>	<b>2,710.84</b>	<b>2,781.32</b>	<b>2,853.63</b>

### ANEXO 3.3.- GASTOS DE VENTAS

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

DENOMINACIÓN	ANEXO	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
Sueldos del Personal de Ventas	3.3.1	5,664.09	6,175.44	6,336.00	6,500.74	6,669.76	6,843.17	7,021.09	7,203.64	7,390.93	7,583.09
Promoción y publicidad	3.3.2	6,205.00	6,366.33	6,531.85	6,701.69	6,875.94	7,054.70	7,238.11	7,426.31	7,619.40	7,817.51
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>11,869.09</b>	<b>12,541.77</b>	<b>12,867.85</b>	<b>13,202.43</b>	<b>13,545.70</b>	<b>13,897.87</b>	<b>14,259.20</b>	<b>14,629.95</b>	<b>15,010.33</b>	<b>15,400.60</b>

### ANEXO 3.3.1.- SUELDOS PERSONAL DE VENTAS

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

No.	DENOMINACIÓN	INGRESOS GENERADO AL AÑO	OTROS RUBROS MASA SALARIAL	TOTAL ANUAL UNITARIO	CANTIDAD PERSONAS	AÑO 1 TOTAL ANUAL	FONDOS RESERVA LUEGO 1ER AÑO	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
1	Vendedor	4,260.00	1,404.09	5,664.09	1.00	5,664.09	354.86	6,175.44	6,336.00	6,500.74	6,669.76	6,843.17	7,021.09	7,203.64	7,390.93	7,583.09
<b>TOTAL GENERAL</b>						<b>5,664.09</b>	<b>354.86</b>	<b>6,175.44</b>	<b>6,336.00</b>	<b>6,500.74</b>	<b>6,669.76</b>	<b>6,843.17</b>	<b>7,021.09</b>	<b>7,203.64</b>	<b>7,390.93</b>	<b>7,583.09</b>

### ANEXO 3.3.2.- PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
Publicación periódico 1/4 pagina	U	33.00	30.00	990.00	1,015.74	1,042.15	1,069.25	1,097.05	1,125.57	1,154.83	1,184.86	1,215.67	1,247.28
Vallas	U	60.00	12.00	720.00	738.72	757.93	777.64	797.86	818.60	839.88	861.72	884.12	907.11
Afiches	Ciento	20.00	4.00	80.00	82.08	84.21	86.40	88.65	90.95	93.31	95.74	98.23	100.78
Radio	Cuña	2.50	730.00	1,825.00	1,872.45	1,921.13	1,971.08	2,022.33	2,074.91	2,128.86	2,184.21	2,241.00	2,299.27
Televisión	Cuña	15.00	96.00	1,440.00	1,477.44	1,515.85	1,555.26	1,595.70	1,637.19	1,679.76	1,723.43	1,768.24	1,814.21
Página electrónica internet	U	1.00	1,150.00	1,150.00	1,179.90	1,210.58	1,242.06	1,274.35	1,307.48	1,341.47	1,376.35	1,412.14	1,448.86
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>6,205.00</b>	<b>6,366.33</b>	<b>6,531.85</b>	<b>6,701.69</b>	<b>6,875.94</b>	<b>7,054.70</b>	<b>7,238.11</b>	<b>7,426.31</b>	<b>7,619.40</b>	<b>7,817.51</b>

### ANEXO 3.4.- GASTOS VARIOS DE PRODUCCIÓN

TASA DE INFLACIÓN ANUAL (2015)= 2.60% (Fuente: FMI)

DENOMINACIÓN	VALOR CUOTA	CANTIDAD	# MESES	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL	AÑO 6 TOTAL ANUAL	AÑO 7 TOTAL ANUAL	AÑO 8 TOTAL ANUAL	AÑO 9 TOTAL ANUAL	AÑO 10 TOTAL ANUAL
Derechos de películas (5% ventas)	165.00	3.00	12.00	5,940.00	6,094.44	6,252.90	6,415.48	6,582.28	6,753.42	6,929.01	7,109.16	7,294.00	7,483.64
Viáticos	80.00	1.00	6.00	480.00	492.48	505.28	518.42	531.90	545.73	559.92	574.48	589.42	604.74
Pasajes	90.00	2.00	6.00	1,080.00	1,108.08	1,136.89	1,166.45	1,196.78	1,227.90	1,259.83	1,292.59	1,326.20	1,360.68
Uniformes personal de operación	70.00	11.00	1.00	770.00	790.02	810.56	831.63	853.25	875.43	898.19	921.54	945.50	970.08
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>8,270.00</b>	<b>8,485.02</b>	<b>8,705.63</b>	<b>8,931.98</b>	<b>9,164.21</b>	<b>9,402.48</b>	<b>9,646.95</b>	<b>9,897.77</b>	<b>10,155.12</b>	<b>10,419.14</b>

### ANEXO 3.5.- DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y equipos	209,689.07	20,968.91	10.00	188,720.16	10	18,872.02
Equipo de computación	9,333.52	373.34	25.00	8,960.18	4	2,240.05
Muebles y enseres de administración	2,504.17	250.42	10.00	2,253.75	10	225.38
Equipo de oficina	1,886.19	188.62	10.00	1,697.57	10	169.76
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>223,412.95</b>	<b>21,781.29</b>				<b>21,507.21</b>

#### ANEXO 3.5.1.- DEPRECIACIÓN A FUTURO

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de computación al quinto año	11,523.19	460.93	25.00	11,062.26	4	2,765.57
Equipo de computación al noveno año	14,226.56	569.06	25.00	13,657.50	4	3,414.38



# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	6
c. INTRODUCCIÓN .....	10
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	13
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	63
f. RESULTADOS .....	68
g. DISCUSIÓN.....	85
h. CONCLUSIONES .....	204
i. RECOMENDACIONES .....	207
j. BIBLIOGRAFÍA .....	209
k. ANEXOS.....	212
INDICE .....	233