



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE
MULTI ENTRETENIMIENTO FAMILIAR
(BOLOS, PISTA DE HIELO, MINI GOLF, PATIO
DE COMIDAS) PARA LA CIUDAD DE LOJA.

TESIS PREVIO A OPTAR EL
GRADO DE INGENIERO
COMERCIAL

Autor:

Manuel Eduardo Aguirre Vivanco

Director:

Ing. Galo Salcedo López

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN:

Ing. Galo Salcedo López

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICA:

Haber asesorado, revisado y orientado en todas sus partes, el desarrollo de la investigación: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE MULTI ENTRETENIMIENTO FAMILIAR (BOLOS, PISTA DE HIELO, MINI GOLF, PATIO DE COMIDAS) PARA LA CIUDAD DE LOJA.**, de la autoría del Sr. Manuel Eduardo Aguirre Vivanco, bajo mi dirección y asesoría y por estar sujeto a la normativa institucional, autorizo su presentación para la calificación privada.



Ing. Galo Salcedo López

DIRECTOR

Loja, Junio del 2015.

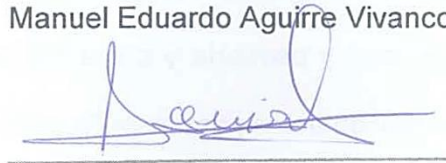
AUTORÍA

Yo, Manuel Eduardo Aguirre Vivanco declaro ser autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicional acepto y autorizo a la Universidad nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio institucional-biblioteca virtual.

Autor: Manuel Eduardo Aguirre Vivanco

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Manuel', is written over a horizontal line.

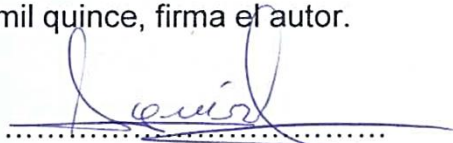
Cédula: 1101832838

Fecha: Loja, Junio del 2015

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

Yo, **Manuel Eduardo Aguirre Vivanco**, declaro ser el autor de la tesis intitulada: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE MULTI ENTRETENIMIENTO FAMILIAR (BOLOS, PISTA DE HIELO, MINI GOLF, PATIO DE COMIDAS) PARA LA CIUDAD DE LOJA**, como requisito para optar por el grado de Ingeniero Comercial; Autorizo al sistema de Biblioteca de la Universidad Nacional de Loja, para fines académicos muestren al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido, de la siguiente manera en el Repertorio Digital Institucional. Los Usuarios pueden consultar su contenido, de este trabajo en el RDI, en las redes de Información del país y del exterior, con las cuales tengan convenio la Universidad. La Universidad de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realiza un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a 14 de julio del dos mil quince, firma el autor.

Firma:



Autora: Manuel Eduardo Aguirre Vivanco

Cedula: 1101832838

Dirección: Av. Salvador Bustamante Celi y Madrid Cano

Celular: 0999699777

Correo: maquirreviv@gmail.com

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Mg. Ing. Galo Eduardo Salcedo López

Tribunal de Grado: Dr. Luis Quizhpe Salinas

Mg. Ing. Carlos Rodríguez Armijos

Mg. Ing. Edison Espinosa Bailón

AGRADECIMIENTO

A las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, de la Modalidad de Estudios a Distancia, a la Carrera de Administración de Empresas y al personal docente y administrativo, quienes impartieron valiosos conocimientos durante el proceso académico.

Una especial gratitud al Ing. Galo Salcedo López, Director de tesis, por su apoyo y orientación, lo que hizo posible la elaboración y culminación de este trabajo de investigación.

A mis compañeros y tutores de la Universidad que en estos años juntos hemos logrado nuestros objetivos.

El Autor

DEDICATORIA

A mis padres por todo el esfuerzo y sacrificio, a mi esposa e hijos por apoyarme a convertir este sueño en una realidad, a mi familia que fueron un pilar fundamental en cada momento de mi vida.

a. TITULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE MULTI ENTRETENIMIENTO FAMILIAR (BOLOS, PISTA DE HIELO, MINI GOLF, PATIO DE COMIDAS) PARA LA CIUDAD DE LOJA.

b. RESUMEN

CASTELLANO:

En la actualidad, las personas buscan actividades de entretenimiento que les permitan compartir y disfrutar momentos de esparcimiento con sus familiares. Una de esas alternativas se encuentra en el presente trabajo de investigación cuyo tema: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE MULTI ENTRETENIMIENTO FAMILIAR (BOLOS, PISTA DE HIELO, MINI GOLF, PATIO DE COMIDAS) PARA LA CIUDAD DE LOJA**. En el cual, mediante el estudio de mercado vamos a determinar la demanda potencial, así como las preferencias de los posibles clientes. Determinar la mejor localización del centro de multi entretenimiento de manera que se satisfaga la demanda. Se realiza un estudio técnico en el cual determinamos el área que se necesita para que las instalaciones sean del agrado y comodidad de los clientes, en este proyecto determinaremos las necesidades de activos y de recursos humanos necesarios para una excelente atención. Un estudio financiero que determine los ingresos, costos, mediremos la rentabilidad y la capacidad del negocio para ser sostenible para 10 años.

Los métodos que se utilizaron para la elaboración del presente proyecto de investigación fueron: el método analítico, deductivo, histórico, inductivo, científico y estadístico. La información para elaborar la presente investigación, se la obtuvo mediante la aplicación de técnicas como: la entrevista, la

encuesta, la observación directa y la información bibliográfica, la población y muestra está tomada en el segmento de las familias lojanas con un tamaño del universo de 48,031.00 familias.

Con los resultados obtenidos en la investigación se podrá determinar si el proyecto será óptimo para su creación e implementación, y si la rentabilidad que genere el mismo cubrirá la inversión y expectativas de sus inversionistas. El centro de entretenimiento tiene como objetivo brindar la oportunidad a las personas de pasar un agradable momento con sus familias y amigos, ofreciendo un centro de multi entretenimiento de calidad y gran diversión para la ciudad de Loja.

ABSTRAC:

Today, people seek entertainment that enable them to share and enjoy leisure time with their families. One such alternative is in the present research the theme: **PROJECT FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A SERVICE CENTER MULTI FAMILY ENTERTAINMENT (BOWLING, ICE RINK, MINI GOLF, FOOD COURT) FOR THE CITY OF LOJA.** In which it is proposed. Through market research we will determine the potential demand and preferences of potential customers. Determine the best location multi entertainment center so that demand is met. A technical study in which we determine the area needed for facilities are liked and convenience of customers, this project will determine the needs of assets and human resources needed for an excellent service is performed. A financial study to determine revenues, costs, profitability and will measure the ability of the business to be sustainable for 10 years.

The methods used for preparing this research project were: analytical, deductive, historical, inductive, scientific and statistical method. The information to develop this research, it is obtained by applying techniques such as interview, survey, direct observation and bibliographic information, population and sample is taken in the segment of lojanas families with a size of the universe of 48,031.00 families.

With the results of the investigation may determine whether the project will be

optimal for its creation and implementation, and if the cost to generate the same cover investment and expectations of investors. The entertainment center aims to provide an opportunity for people to spend some quality time with their families and friends, offering a multi center quality entertainment and great fun for the city of Loja.

C. INTRODUCCIÓN

En el siguiente proyecto se propone una alternativa en donde se podrá disfrutar divertidos juegos familiares, compartir con amigos y encontrar una alternativa en la rutina diaria de los lojanos.

Este proyecto busca determinar la factibilidad para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja. Para lo cual se requiere del cumplimiento de una serie de estudios, como lo son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y la evaluación financiera, los cuales nos ayudaran a determinar si el proyecto es rentable y ejecutable.

El centro de entretenimiento es una buena opción de inversión en la ciudad de Loja, en el siguiente proyecto se lo demuestra, el estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja en el cual se aplicaron 397 encuestas a las familias lojanas, tenemos que el 93.20% de los encuestados si frecuentan centros de entretenimiento, y el 98.92% estaría de acuerdo con ir a un nuevo centro de entretenimiento que les ofrezca calidad y un buen servicio.

En la evaluación financiera se obtuvieron los siguientes resultados: la inversión total ascenderá a \$ 939,796.43 de los cuales el 46.80 % será financiado por aportaciones de los socios y el 53.20 % restante por medio de una entidad financiera de la localidad.

Los principales indicadores financieros indican que el VAN llega a \$59,965.79 mientras que la TIR es de 16.21% que supera el 14.97% que es la tasa de nuestro crédito, lo que se demuestra que el proyecto es financieramente rentable. La Relación Beneficio Costo es de 2.41, quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá 1,41 dólares de ganancia. El proyecto pasa los análisis de sensibilidad y se cuenta con holgura ante eventuales cambios en el mercado.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO TEORICO

MARCO REFERENCIAL

Fig. 01
Centros de Entretenimiento Familiar



Los centros de entretenimiento son locales donde se desarrollan actividades deportivas, recreativas y culturales, dirigidas a niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores, propiciando una adecuada utilización de su tiempo libre.¹

El objetivo de estos centros es proporcionar un espacio de recreación, disfrutar de un ambiente diferente al cotidiano y compartir con la compañía de la familia y de otras personas de su misma edad.

Los Centros de Entretenimiento Familiar son la receta ideal. Son un destino único para el entretenimiento de toda la familia, con atracciones capaces de contemplar todas las edades.

¹ <http://emi15.blogspot.com/>

Tienen como característica especial, que son concebidos para la diversión de toda la familia, sin discriminación de edad. Hay diversión para todos: niños, jóvenes y adultos. Suelen instalarse en áreas considerables, pues algunas de ellas estarán bajo techo y otras no, es decir, que parte estará al aire.²

Para este fin, en la Ciudad de Loja se está realizando un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar el cual está compuesto de una sala de bolos, una pista de hielo, una sala de mini golf, una amplio patio de comidas y otros espacios para la recreación familiar.

Un centro de entretenimiento es un tipo de parque de ocio en el que se encuentran atracciones mecánicas, espectáculos, tiendas, restaurantes, y otros tipos de infraestructuras destinadas sobre todo al ocio y sin apenas especialización temática. Si están divididos en zonas temáticas definidas.

Pueden ser de varios tipos: desde los de pequeño tamaño y pocas atracciones, que tienen sobre todo atracciones que no involucran fuertes a grandes recintos con atracciones de todo tipo y tamaño, donde con frecuencia la principal atracción son las montañas rusas.

El sistema de pago puede variar. En algunos se paga por atracción disfrutada, a veces a través de sistemas de puntos (fichas) que en algunos parques tienen

² http://www.billarclub.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=16:magazin&catid=47:temas-corporativos

su propio nombre, y en otros se adquiere una entrada válida para todo un día o más de un día consecutivos o no, que permite el acceso al parque e incluye durante ese día, el uso ilimitado de todas o casi todas las atracciones y espectáculos. En ocasiones el sistema es mixto, permitiendo elegir el pago en cada atracción o el pago de acceso a todas las atracciones que suele resultar más económico si se pretende pasar el día en el parque disfrutando del mayor número posible de atracciones. También son frecuentes los pases de temporada que suelen ser válidos un número concreto de meses y dependiendo del parque, incluyen alguna ventaja más.

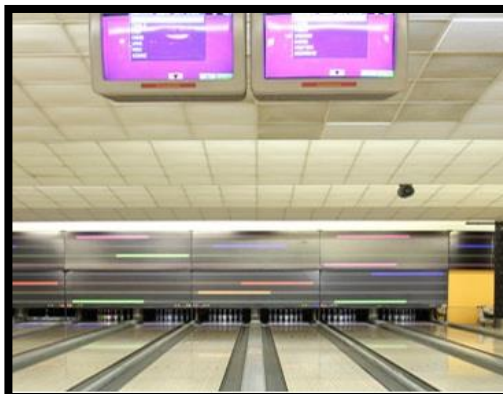
Atracciones para toda la familia

Muchos piensan que un centro de diversiones es un paraíso infantil. Pero la mayoría de ellos ofrecen atracciones para complacer a todos los miembros de la familia, sin importar la edad. Montañas rusas para los más grandes, coloridos espectáculos para los chiquitines y personajes por doquier son sólo alguno de los atractivos de los parques.

Olvida el estrés diario

Los centros son un mundo de fantasía, donde transportarás a otra galaxia donde las preocupaciones y los deberes diarios no existen. Después de todo, ¿en dónde más vas a poder sentirte como un súper héroe, ver desfiles con los personajes de las películas o “volar” a más de 100 millas por hora?

Fig. 02
Sala de Bolos



El continuo crecimiento de los bolos resulta de una suma de factores. El más influyente está en una característica que valoriza a los centros de bolos al convertirlos en Centros de Entretenimiento Familiar. En la agitada vida cotidiana en que viven hoy las personas, no siempre tienen tiempo suficiente para la convivencia familiar. Por otro lado, sienten una gran necesidad de disfrutar momentos agradables de ocio y entretenimiento.³

Los bolos es un deporte que se realiza en recintos cerrados, el que consiste en derribar un conjunto de piezas de madera (llamados bolos, pinos o palitroques) mediante el lanzamiento de una pesada bola contra ellos. A diferencia de otras modalidades de juegos de bolos, en ésta, la bola rueda o se desliza y no se lanza al aire. La pista tiene unas dimensiones de 19,20 metros de largo por 1,06 de ancho y una zona de aproximación como mínimo de 4,60 metros. La confección de la misma, era realizada con listones de

³ http://www.billarclub.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=16:magazin&catid=47:temas-corporativos

madera de arce americano con un ancho de 39 listones de 27,17 milímetros. Hoy en día se utilizan pistas sintéticas, simulando las líneas de los listones que sirven de referencia a los jugadores en sus lanzamientos. La bola es esférica y dispone de tres agujeros de forma que pueda ser tomada con poca fuerza. El peso de esta bola suele estar entre las 9 y las 16 libras (aproximadamente entre 4,08 y 7,25 kilogramos) y su diámetro es de 218,3 milímetros.⁴

Las bolas

Por razones evidentes, las bolas de bolos son el elemento fundamental del juego. Hay, literalmente, centenares de tipos de bolas diferentes, pero las glosamos en dos categorías principales:

- Las bolas de bolera o house
- Las bolas propias o de marca

Aunque muchas veces la vista engañe, todas las bolas de bolos tienen el mismo tamaño (un diámetro de 8.5 pulgadas o 21.6 cm) y lo que cambian son sus pesos.

Fig. 03
Bolas de bolos



⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Bowling>

Los zapatos

Los zapatos de bolos son una parte imprescindible de la equipación, pues las boleras no permiten jugar con calzado de calle. ¿Por qué? Porque la zona por la que se anda antes de tirar la bola a la pista (conocida como *approach*) es de una superficie diferente al del suelo del resto de la bolera o al de la calle. Es de madera o de un material sintético más delicado y es necesario un calzado especial con suelas apropiadas que no lo destrocen.

Fig. 04
Zapatos de bolos



Reglas generales de juego

Una partida de bolos consta de diez cuadros. El jugador lanza dos bolas en cada uno de los nueve primeros cuadros al menos que marque un pleno. En el décimo cuadro, el jugador lanza tres bolas si hace un pleno (strike) o semipleno (spare). Cada cuadro debe completarse por cada jugador siguiendo un orden regular.

Como se puntúa

Excepto cuando se marca un pleno, el número de bolos derribados en el primer lanzamiento del jugador se marcará en la casilla superior izquierda de

cada cuadro, y el número de bolos derribados en el segundo lanzamiento del jugador se marcará en la casilla superior derecha. Si ninguno de los bolos erguidos se derriban en el segundo lanzamiento, se marcará con un (-). La puntuación de los dos lanzamientos se registrará inmediatamente.

Fig. 05
Puntuación de bolos

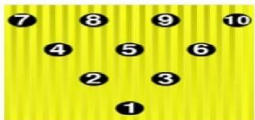
| Partida de bowling | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | | | | |
| X | 3 | / | 8 | 1 | X | X | X | 6 | - | X | X | 3 | / | X |
| 20 | 38 | 47 | 77 | 103 | 119 | 125 | 148 | 168 | 188 | | | | | |

Pleno.
La puntuación de un pleno es 10 más el número de bolos que se derriben en los próximos dos lanzamientos del jugador.

2 plenos consecutivos.
La puntuación del primer pleno es 20 más el número de bolos que se derriben en el primer lanzamiento a continuación del segundo pleno.

3 plenos consecutivos.
La puntuación del primer pleno es 30. Para hacer la puntuación máxima de 300, el jugador deberá lanzar 12 plenos consecutivos.

Semipleno.
La puntuación de un semipleno es 10 más el número de bolos que se derriben en el siguiente lanzamiento del jugador.



Pleno (strike)

Se hace un pleno cuando se derriban todos los bolos erguidos en el primer lanzamiento de un cuadro. Se marca una (X) en la casilla superior izquierda del cuadro en el que se derribaron. La puntuación de un pleno es 10 más el número de bolos que se derriben en los próximos dos lanzamientos del jugador.

Semipleno (Spare)

Se hace un semipleno cuando, con el segundo lanzamiento se derriban los bolos que siguen erguidos después del primer lanzamiento de ese cuadro. Se marca con un (/) en la casilla superior derecha del cuadro. La puntuación de un semipleno es 10 más el número de bolos que se derriben en el siguiente lanzamiento del jugador.

Cuadro abierto

Cuando un jugador no derriba los diez bolos tras los dos lanzamientos al menos que los bolos erguidos tras el primer lanzamiento constituyan un Split se llama cuadro abierto

Estilo de juego

Un juego se jugará sobre dos pistas (un par) colindantes. Los miembros de los equipos que estén compitiendo, tríos, parejas y jugadores individuales lanzarán un cuadro sucesivamente y en un orden regular sobre una pista y en el siguiente cuadro, alternarán y lanzarán sobre la otra pista hasta que se juegue cinco cuadros en cada pista del par.

Caída de bolos legal

Un lanzamiento es legal cuando la bola es liberada de la posesión del jugador y cruza la línea de falta dentro de la zona de juego. Cada lanzamiento cuenta, a menos que se declare bola muerta. Un lanzamiento debe ser realizado de forma manual. Ningún dispositivo o aparato podrá ser incorporado ni fijado a la bola, de forma que se libere o se desplace durante el lanzamiento.

NOTA: el jugador puede usar un dispositivo o equipo especial para ayudar en el agarre o lanzamiento de la bola si este sustituye a la mano o a una gran porción de ella debido a amputación ú otras razones.

Los bolos que se contabilizaran como derribados por un jugador tras un lanzamiento legal incluyen:

1. Los bolos derribados o sacados de la mesa (pin deck) por la bola o por otro bolo.

2. Los bolos derribados o sacados de la mesa (pin deck) por un bolo rebotado desde las paredes laterales (Kick-Backs) o desde el acolchado trasero.

3. Los bolos derribados o sacados de la mesa (pin deck) por un bolo rebotado en la barredora mientras permanecen en la mesa los bolos derribados.

4. Los bolos que toquen o se apoyen sobre el canal lateral o paredes laterales.

Todos estos bolos se consideran derribados (madera muerta) y deben ser retirados antes del siguiente lanzamiento.

Caída de bolos ilegal

Cuando ocurra algo de lo siguiente, el lanzamiento cuenta pero la caída de bolos resultante no.

1. La bola sale de la pista antes de llegar a los bolos.

2. La bola rebota sobre la pared de fondo

3. La bola rebota tras tomar contacto con un cuerpo, brazos o piernas de una persona.

4. El bolo es tocado por la maquinaria de colocación de los bolos.

5. El bolo es derribado mientras se está barriendo la madera muerta

6. El bolo es derribado por un colocador de bolos humano

7. El jugador comete una falta

8. Se lleva a cabo un lanzamiento mientras hay madera muerta sobre la pista o en la canaleta y la bola toca la madera muerta antes de salir de la pista.

Si ocurre una caída ilegal y el jugador tiene derecho a lanzamiento adicional en el mismo cuadro, el bolo o bolos derribados ilegalmente deberán volver a colocarse en el lugar en el que ocupaban originalmente.

Bolos - Mal colocados

En el primer o segundo lanzamiento, si se descubre inmediatamente después del lanzamiento que existe uno o más bolos mal colocados, pero no faltan, la caída de bolos resultante cuenta. Es la responsabilidad de cada jugador determinar si la colocación es correcta. El jugador deberá exigir que uno o más bolos mal colocados sean correctamente plantados antes del lanzamiento, de otro modo, se estima que la colocación será considerada válida.

No se puede alterar la posición de ningún bolo erguido tras un lanzamiento. Es decir, bolos movidos o mal colocados por la máquina permanecerán en el lugar que ocupan y no se corregirán manualmente.

Fig. 06
Pista de Hielo

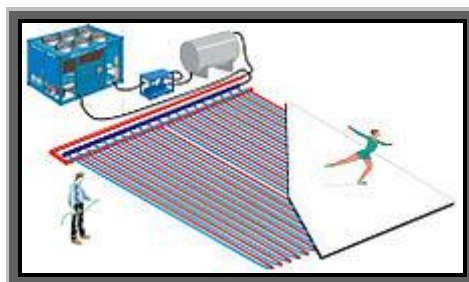


Una pista de hielo es un espacio en el que el suelo es una gruesa capa de hielo. Se pueden formar pistas de hielo naturales en superficies de agua donde el frío es muy intenso (lagos y ríos congelados) o bien artificiales, ya sea en recintos cerrados habilitados para mantener este hielo continuamente

o en el exterior empleando tecnología frigorífica para poder mantener el hielo al aire libre en óptimas condiciones.

Las pistas de hielo se emplean para entretenimiento (patinaje sobre hielo), o para practicar algunos deportes, como son el patinaje de velocidad, el patinaje artístico sobre hielo, el hockey sobre hielo.⁵

Fig. 07
Pistas de hielo artificiales



Componentes que fabrican la pista de hielo artificial

Una pista de hielo artificial es una superficie limitada por una valla perimetral en la cual se genera y se mantiene una capa de hielo de manera artificial, o sea, con la ayuda de una máquina enfriadora.

Para montar una pista de hielo, el primer requisito es tener un suelo plano, firme y nivelado. El suelo se cubre con lo que se llama la manta frigorífica que está constituida por una red de tuberías conectadas entre sí, formando un circuito cerrado. Esta manta frigorífica está conectada a unos colectores principales que se encuentren a uno de los dos lados de la pista de hielo. A

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Pista_de_hielo

su vez, los colectores principales estén conectados a una bomba de agua, un depósito (llamado el pulmón o buffertank) y finalmente a la máquina enfriadora. Todo ese conjunto forma un circuito cerrado que es la base de la futura pista de hielo.

Entonces, se llena el circuito con una mezcla de anticongelante (mono-etilenglicol o poli-propilenglicol) y agua y se enciende la máquina enfriadora. La bomba hace que el líquido circule continuamente por la red de tuberías de la pista de hielo y el buffertank permite expulsar el aire que si no se quedaría atrapado en el circuito. Poco a poco, lo que hace la máquina enfriadora es bajar la temperatura del líquido hasta llegar a unos -8 a -10 °C. A continuación y con una manguera de agua, se echa forma de spray la primera capa de agua encima de los tubos de la manta frigorífica y el agua se cristaliza de inmediato. Ese proceso se repite una vez tras otra y poco a poco se va formando la capa de hielo. El grosor ideal para una pista de hielo es de unos 6 a 8 cm.⁶

Usa la ropa adecuada

Cuando vayas a patinar, debes usar ropa en la que sea sencillo moverse y que no se ponga pesada cuando se moje. Quieres estar flexible y no demasiado caliente.

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Pista_de_hielo

Recuerda que patinar es un ejercicio, así que tu cuerpo se calentará cuando comiences a moverte.

Fig. 08
Ropa de Hielo



Busca unos Buenos patines

Los patines deben quedarte cómodos y los encuentras en casi todos los números de zapato. Es una buena idea medirte los dos pies, ya que un pie puede ser más grande que el otro. Además, mide el ancho de tu pie mientras estás sentado. Hay muchas marcas buenas que puedes comprar, pero también puedes rentar para empezar.

Fig. 09
Patines de hielo



Técnicas básicas

Las técnicas para trabajar la estabilidad y equilibrio que nos han permitido ir familiarizándonos con este deporte y acostumbrado a nuestro cuerpo a esta

actividad tan diferente a lo que lo teníamos acostumbrado. Vamos a comenzar a dar un paso adelante aprendiendo los pequeños trucos que nos van a hacer disfrutar de verdad.

Has aumentado tu estabilidad y equilibrio. Patinas con cierta velocidad y confianza, girando y esquivando al resto de personas que están patinando contigo. Pero en más de una ocasión te habrás visto en apuros al no poder detenerte ante un obstáculo al que no tenías tiempo de esquivar. Necesitas aprender a frenar. Aprender a detenerte es algo muy importante. Hay varios tipos de frenada.

Frenada

Si habías pensado o incluso habías caído ya en la tentación de frenar utilizando los dientes de sierra de las cuchillas, quítatelo de la cabeza. La serreta no se utiliza para frenar sino para apoyarse y dar impulso en ciertos saltos.

La primera técnica de frenada que se suele enseñar a los novatos, es la frenada en cuña. Si has esquiado alguna vez, te resultará muy familiar. Consiste en flexionar las rodillas y con las piernas separadas, girar ligeramente la punta de los patines hacia adentro formando una V y hacer fuerza con las piernas para que los patines derrapen ligeramente sobre el hielo hasta que se detengan. Ayúdate de los brazos, estirados hacia los lados, para guardar el equilibrio y recuerda que no tienes que echar el peso hacia adelante sino mantenerlo en la parte trasera de los patines.

Fig. 10
Sala de Mini Golf



El mini golf es una práctica derivada del golf convencional, la gran diferencia que este posee es que su práctica se hace en una escala mucho menor tanto en área como en campo activo de golf. Por lo general las reglas de este son las mismas, solo que el mini golf posee ciertas diferencias al momento de ejecutarlo y no hace falta tener conocimientos de golf ni un buen estado de forma para lograrlo.⁷

Objetivo del juego

El minigolf es un juego de habilidad similar al golf para varios jugadores cuyo objetivo es introducir la bola en el hoyo de cada pista en el menor número de golpes.

Gana el jugador (o pareja) que más puntos consiga. Cuanto menos golpes y menos el tiempo en finalizar una pista, mayor es la puntuación conseguida.

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Minigolf>

Cómo jugar al minigolf

Cada jugador dispone de un palo y una bola del mismo color, colocados de forma aleatoria al principio de la pista.

Si una bola toca el suelo fuera de la pista, se anulará el tiro y la bola volverá a la posición que tenía antes de tirar.

Cuando el primer jugador termina, el resto de jugadores disponen de un tiempo máximo para acabar. Este tiempo depende de la longitud de cada pista y del tiempo extra por pista definido en las opciones de mesa.

La ronda termina cuando todos los jugadores han conseguido llegar al hoyo o cuando finalice el tiempo. Al final de cada ronda se mostrará el número de golpes y el tiempo que ha hecho cada jugador, además de los puntos acumulados.

Fig. 11
El circuito/las pistas



Un circuito de minigolf regular tiene 18 pistas claramente marcadas, las cuales están numeradas. En el caso de tener sólo 9 pistas, se deberá jugar el circuito dos veces durante un torneo regular.

Cada pista contiene:

- Área de juego
- Barreras o bordes
- Área de golpeo inicial (*teeing-off area*)
- Uno o más obstáculos (opcional)
- El hoyo o “taza”.

Las medidas del área de juego están definidas por un sistema específico según cada circuito.

Si los límites de cada pista no están marcados por una barrera, hay que señalarlo de alguna manera, ya que los límites deben estar claramente visibles para el cumplimiento de los objetivos del juego.

Los obstáculos deben ser funcionales en construcción y diseño. Las partes movibles, sobre o a través de las cuales la bola deber pasar, no están permitidas. Los obstáculos no fijados deben ser marcados como tales. Cualquier decoración no debe impedir el juego. Cada obstáculo debe ser diferente de los otros en el mismo circuito, no sólo en la apariencia externa, sino también desde el punto de vista del juego.

La línea que limita los bordes determina cuánto de lejos puede ir la bola para permanecer en juego. Si el primer obstáculo ocupa todo el ancho del área de juego, el final del obstáculo serán los límites de dicho área.

El diámetro del hoyo debe ser del tamaño regular usado en campo de golf: 4" (pulgadas).

No está permitido hacer ningún tipo de cambio en las pistas, así como realizar marcas con los putters, pinturas u otros elementos. Sin embargo, se puede colocar un pequeño papel o aro de plástico en el área de golpeo inicial (*teeing-off area*) y en el área de reposicionamiento para evitar que la bola ruede antes del golpe.

Fig. 12
El palo/putter



El putter no puede tener ningún elemento de ayuda, sin embargo están permitidas las marcas en la cabeza del mismo.

El área de la superficie de la cabeza no debe exceder los 40 cm².

Fig. 13
La bola



El diámetro de la bola debe ser entre 37 m y 43 mm. Las bolas no deben botar más de 85 cm cuando se deja caer sobre cemento desde una altura de 1 m.

Fig. 14
Patio de Comidas



El patio de comidas tiene para sus visitantes, un sinnúmero de opciones gastronómicas para toda la familia. Quienes disfrutan de un ambiente informal, que reúna una amplia gama de establecimientos para poder escoger

En el centro de servicio de multi entretenimiento familiar de la Ciudad de Loja, se ofrecerá todos estos servicios de diversión familiar, en un solo lugar donde el cliente podrá escoger la diversión de su agrado, haciendo que las familias lojanas cuenten con un gran servicio en lo referente a la sana diversión.

MARCO COMCEPTUAL

PROYECTOS DE INVERSION

Un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico. Por lo general, se establece un período de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que se trata de un concepto muy similar a plan o programa.⁸

Una inversión, por otra parte, es la colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esto quiere decir que, al invertir, se resigna un beneficio inmediato por uno improbable.

Un proyecto de inversión, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos (Humanos, Materiales, Económicos) disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

1. Los objetivos, que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse; cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluadas y comparadas para seleccionar la mejor.
2. Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación MICRO Y MACRO y el mercado o región que afectara, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.

⁸ COHEN, E. (1992). Evaluación De Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México

3. Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente sus momentos iniciales y final, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.
4. Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quién cubrirá los costos, quienes enfrentarán las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto

EL CICLO DE LOS PROYECTOS

El ciclo de un proyecto se presenta algunas versiones originadas principalmente por el manejo de la terminología y cronología de actividades.

Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y en ellas debe estar involucrado todo el equipo proyectista y la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza sino en una lógica de progresión.

Fig. 15
Ciclo de vida de un proyecto



El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión

- Operación

Las etapas constituyen el orden cronológico de realización del proyecto, en las mismas que se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo.

PREINVERSION

Se constituye por la formulación y evaluación que se da, entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión.

Consiste en un proceso retroalimentado de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, ajusta, rediseña, etc.

La preinversión tiene por objeto definir y optimizar los aspectos técnicos, financieros, institucionales y logísticos de su ejecución con los que se pretende especificar los planes de inversión y montaje del proyecto destacando la necesidad de insumos, estimación de costos, necesidad de entrenamiento.

La etapa de preinversión se compone de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación. Estas fases son:

- Identificación de idea.
- Perfil.
- Prefactibilidad.
- Factibilidad.

Los estudios efectuados en cada fase de la etapa de pre - inversión se convertirán en insumos de la misma formulación y evaluación del proyecto, los resultados de la evaluación mostrarán el camino más indicado para el desarrollo del ciclo del proyecto, teniendo como alternativas:

- Continuar a la siguiente fase.

- Retroceder o detener dentro de la etapa de preinversión.
- Suspender la etapa de preinversión y descartar el proyecto.

INVERSION

Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores.

Proyectos de Ingeniería

En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de preinversión.

Para materializar un proyecto de inversión se elaboran programas arquitectónicos detallados, estudios de ingeniería y de especialidades del proyecto. Se programan las actividades específicas a realizar tomando como base los resultados de los estudios de las fases anteriores.

Negociación del Financiamiento

Determinados los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero, nacional y/o internacional; información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés, plazo de amortización, período de gracia, comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolsos, etc.

Implementación

Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o causen paralización a la planta.

Es importante que para esta fase se diseñe un cronograma de actividades, el mismo que deberá cumplirse secuencialmente, lo cual permitirá manejar los tiempos establecidos para cada actividad, este cronograma puede diseñarse gráfica mente contemplando por un lado las actividades a realizar y por otro el tiempo establecido para su cumplimiento.

Fig. 16
Gráfico de cumplimiento



OPERACIÓN

En ésta etapa del proyecto, cuando ya se ha desarrollado la obra física o programa estudiado en la pre inversión y ejecutado durante la inversión de

acuerdo a lo programado, se producen los beneficios específicos que fueron estimados durante la pre inversión.

Seguimiento y Control

Se refiere al conjunto de acciones que se aplican a un proyecto en la etapa de ejecución de las obras por cronograma y recursos empleados. Se busca encontrar posibles desviaciones respecto a la programación inicial del proyecto, las mismas que puedan ocasionar problemas en la ejecución, el fin primordial es adoptar medidas correctivas oportunas que minimicen los efectos que resulten en atrasos o costos incrementales por los problemas que se presenten.

ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Fig. 17



ESTUDIO DE MERCADO

Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción.⁹

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

Este estudio significa el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por lo tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.

Puede considerarse como un estudio de oferta, demanda, calidad, mercado y precios, tanto de los productos como de los insumos de un proyecto.

El estudio de mercado debe contener los siguientes elementos:

- Información base.
- Producto principal

⁹ <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>

- Productos secundarios.
- Productos sustitutos.
- Productos complementarios.
- Posibles demandantes.
- Estudio de demanda.
- Estudio de Oferta.

MERCADO

Para hablar de mercado es importante destacar que al mismo se lo considera como al lugar en que convergen las fuerzas de la oferta y demanda para llevar a efecto operaciones de traspaso de dominio de bienes o servicios cuyo valor está determinado por el precio. En cuanto a la demanda podemos decir que es la cantidad de bienes o servicios que requiere el mercado para satisfacer una necesidad específica; mientras que la oferta es la cantidad de bienes o servicios específicos que los productores están dispuestos a ofrecer en un mercado, en ambos casos teniendo como agente regular al precio; al mismo que se lo concibe como la cantidad de unidades monetarias a pagar por un bien o servicio.

Fig. 18
DEMANDA Y OFERTA



Demanda y oferta son las dos fuerzas que interactúan en los mercados, determinando la cantidad negociada de cada bien (o servicio) y el precio al que se vende.

DEMANDA

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

Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado.¹⁰

La existencia de una necesidad a satisfacer con el producto o servicio a ofrecer, refleja una oportunidad sobre la demanda potencial que debe cuantificar a través de fuentes primarias y/o secundarias, dependiendo de la etapa en que se encuentre el proyecto y sus características particulares.

Se denomina fuentes secundarias las provenientes de textos, estadísticas del gobierno, libros, revistas, datos de la propia empresa etc., con costos muy bajos en relación a la recolección de datos de fuentes primarias, mediante la aplicación de encuestas directas a los posibles usuarios que han mostrado interés por el producto y/o servicio; sin embargo ni siquiera la consulta directa garantizará la validez de las proyecciones. Lo importante es obtener una respuesta aproximada de valor para la definición e implementación de las estrategias de mercadeo.

¹⁰ <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>

Demanda Potencial

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

El hallar la demanda potencia para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio.

Demanda Real

La demanda real de un cierto producto o servicio a diferentes precios puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de consumidor, es decir, Es la población segmentada que realmente consume el producto.

Demanda Efectiva

Conjunto de bienes y servicios que los Consumidores realmente adquieren en el Mercado en un Tiempo determinado y a un Precio dado. La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un Bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

Demanda Insatisfecha

Se denomina demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, en la cual se ha determinado que ningún producto actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.¹¹

¹¹ BACA URBINA, G., Evaluación de Proyectos, Tercera Edición

OFERTA

La oferta determina la cantidad de un bien que los vendedores ofrecen al mercado en función del nivel de precio.

MARKETING

El marketing es una herramienta enfocada hacia una correcta toma de decisiones que ayuda a la empresa a tener éxito en alcanzar la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

Esta herramienta es importante para todo tipo de negocios puesto que nos permite ofrecer un producto más personalizado y acorde a las necesidades de los consumidores, que adicionalmente se llegue a posicionar en la mente del mercado y permita convertirse en una marca más conocida y aceptada en un corto periodo de tiempo.

PRODUCTO

En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo. El estudio del mercado debe abarcar no sólo las especificaciones técnicas de un producto sino todos los atributos del mismo. Entre estos atributos están su tamaño, la forma del empaque, su marca, su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y de calidad que deben cumplir, los colores del producto, la textura, entre otros.

El producto del proyecto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción.

Los productos pueden ser tangibles: un televisor, una nevera, etc., o intangibles: en general los servicios, tales como los seguros, el lavado de ropa en una lavandería, etc.

Clases de productos

Los productos se clasifican en tres grandes grupos:

1. Productos de consumo, Ejemplo: zapatos, trajes, etc.
 - a. Productos de conveniencia o de compra rápida: los alimentos, los periódicos, los cigarrillos, etc.
 - b. Productos de uso frecuente o de comparación: ropa en general, el mobiliario de una casa, los utensilios de cocina, etc.
 - c. Productos especializados; el televisor a color, equipo de sonido, equipo de video, programas de computador, etc.
2. Productos intermedios.- La mayoría de los insumos y materias primas industriales.
3. Productos de capital.- Ejemplo: un tractor agrícola, un tomo, etc.

Ciclo de vida de un producto

En la mayoría de los casos, el ciclo de vida de un producto es un proceso de cinco etapas: introducción, crecimiento, madurez, saturación y declinación.

Introducción

En esta etapa el producto exige una alta intensidad en promoción y publicidad, un precio de lanzamiento o penetración relativamente bajo, su volumen de ventas es bajo y normalmente se presentan pérdidas.

Crecimiento

Es el período de consolidación del producto en el mercado, caracterizado por la necesidad de conocer la reacción de la competencia y de efectuar ajustes a los precios, mejoras al producto y campañas efectivas de publicidad. En esta etapa se disminuyen los gastos totales de mercadeo y se hace indispensable revisar los canales de distribución; las ventas son más rápidas.

Madurez y saturación

En esta etapa, el producto tiene una alta aceptación y un excelente nivel de consumo, se reducen las utilidades, se incrementa la competencia y se estabilizan el crecimiento del mercado y las ventas.

Declinación

Se caracteriza esta etapa por la disminución en las ventas y utilidades, como consecuencia de una baja en los precios, seguida de una estabilización y posterior incremento; la demanda es baja y la competencia, aunque se reduce, es más fuerte y se presenta con innovaciones que hacen obsoleto el producto.

DISTRIBUCIÓN O PLAZA

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios. Una estrategia de comercialización adecuada debe

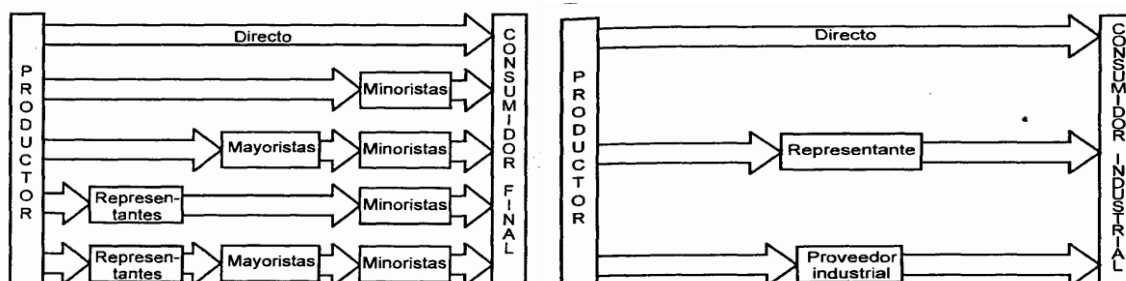
comprender los siguientes aspectos del mercado:

- Fijación de precios
- Medidas de promoción
- Organización de ventas
- Canales de distribución
- Comisiones y descuentos
- Costo de la distribución.

Canales básicos de distribución

En las siguientes figuras, se presentan los canales básicos de distribución para productos de consumo y para productos intermedios y de capital, respectivamente. En ellas se puede apreciar que el canal conduce directamente al consumidor desde el productor, canal directo, casos se da la existencia de agentes que se interponen entre el productor y el consumidor, canales indirectos; dichos agentes se denominan intermediarios. Estos se pueden definir en tres grupos:

Fig. 19
Canales de distribución



Representantes o agentes. No son dueños de los productos que distribuyen.

Ofrecen sus servicios a los productores, por lo cual reciben un pago o una comisión.

Mayoristas. Son comerciantes que compran los productos y los venden a los minoristas, a los consumidores industriales e institucionales y, en escasas oportunidades, al consumidor doméstico.

Minoristas. Son comerciantes dedicados a vender los productos al consumidor doméstico final.

La selección adecuada de los canales de distribución depende básicamente de:

- El tipo y naturaleza del producto: de consumo, intermedio, de capital.
- Las características de los clientes: número, localización, frecuencia de compra, cantidad promedio de compra, composición de clases sociales, estilo de vida que los caracteriza.
- Las características del intermediario.
- Las características de la competencia.
- Las características de la empresa: capacidad financiera y variedad de productos, principalmente.
- Las características del medio ambiente económico, las restricciones de orden legal y la disponibilidad tecnológica.

PRECIO

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos. La fijación del precio

es una labor extremadamente difícil, por lo que se recomienda fijar un rango dentro del cual puede estar y examinar el efecto que distintos valores de dicho rango tienen sobre la cuantía de la demanda futura, empleando para ello el concepto de elasticidad precio de la demanda.

Mecanismos de formación de los precios del producto

En el estudio de la formación del precio del producto se requiere tener un conocimiento amplio de los siguientes factores:

Precios de la competencia: precios de catálogos de la competencia, descuentos por ventas al por mayor, promedio de los márgenes de utilidad con los cuales cuentan los distribuidores, datos publicados sobre la tendencia de desarrollo de precios, precios del mercado mundial.

Precios de productos sucedáneos o sustitutivos.

Precios de productos complementarios.

Costos de producción y distribución.

Características de la propensión al ahorro por parte de los consumidores.

Reacciones de los intermediarios.

Reacciones del consumidor.

Legislación comercial.

En teoría se manifiesta que como punto de partida para la fijación del precio se deben tomar los costos de operación y de financiación,

complementados con la estimación y el análisis de la demanda del producto.

Generalmente la fijación del precio se hace con base en el conocimiento que el empresario o empresarios tienen sobre el mercado.

PUBLICIDAD

Para determinar el costo en publicidad, existen ciertos indicadores de la magnitud del costo en publicidad por industrias, los cuales se pueden emplear en los estudios a nivel de pre factibilidad y, en algunos casos, a nivel de factibilidad. Generalmente, dichos costos se estiman como un porcentaje sobre el volumen de ventas proyectado. Cualquier tipo de propaganda siempre presenta tres elementos básicos: el anunciante, la agencia y los medios publicitarios.

El anunciante es la empresa que hace uso de la propaganda con el fin de incrementar sus negocios. La agencia es la empresa de publicidad que cuenta con personal especializado en técnicas de comunicación en masa.

Los medios publicitarios son los órganos a través de los cuales se transmite la propaganda. Los más comunes, entre otros, son los periódicos, la radio, las revistas, los afiches, el cine, los avisos en los vehículos de transporte, las vallas, la televisión, las campañas publicitarias, las ferias y exposiciones y el internet.

La selección de los medios publicitarios depende de la ubicación de los consumidores, del nivel de desarrollo del país, del grado de educación de los consumidores y del tipo de producto.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos ¿cuánto, dónde, cómo y con que producirá mi empresa? se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.

Objetivos Y Generalidades Del Estudio Técnico:

Los objetivos del análisis técnico - operativo del proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la realización de dar el servicio que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar el proyecto.

Lo que se pretende resolver con el estudio técnico del proyecto son preguntas referentes a donde, cuanto, cuando, como y con que producir lo que se desea, por lo que el estudio técnico comprende todo aquello que tiene que ver con el funcionamiento y operatividad del proyecto.¹²

¹² http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/949/11/Capitulo_3.pdf

Fig. 20



TAMAÑO

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

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.¹³

Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto, diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas. Si no se conocen estos elementos, el

¹³ NASSIR, SAPAG, CHAIN, "Formulación de Proyectos", Ed. Mc Graw Hill, p. 46, Bogota, 2006

diseño de la planta viene a ser más un arte que un acto de ingeniería.

Capacidad del proyecto

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto; la forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación servicio por unidad de tiempo si se trata, por ejemplo, de una fábrica de telas, entonces, el número de metros producidos en un mes o un año; si de un hospital, el número de camas disponibles; de un matadero, el número de sacrificios al día; de un banco, la magnitud de las transacciones diarias; de un supermercado, el nivel de ventas al día, etc.

Existen, además, algunas medidas que permiten complementar la apreciación del tamaño del proyecto, pueden ser entre otras: el monto de la inversión asignada al proyecto, el número de puestos de trabajo creados, el área física ocupada, la participación en el mercado o los niveles de ventas alcanzados. Por otro lado es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del proyecto, podemos distinguir tres situaciones:

a. Capacidad diseñada

Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio con el que son diseñados los equipos. Generalmente una empresa no debe trabajar al máximo su capacidad diseñada, por cuanto es difícil lograr unificar la capacidad de todas las máquinas que intervienen en el proceso de producción. Algunas tendrán una mayor capacidad de aporte al proceso productivo que otras.

b. Capacidad Instalada

Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente de la empresa. Aquí ya se ha hecho un proceso de armonización de todos los equipos y se llega a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo, estimado generalmente en ocho horas.

c. Capacidad Utilizada

Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente se estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salva que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas.¹⁴

d. Reservas

Se puede comentar que está estrechamente relacionadas con el margen de capacidad utilizada, representa, la capacidad ociosa, la diferencia entre la capacidad diseñada y la utilizada realmente.

e. Capacidad Financiera

Cuando la capacidad financiera está por debajo del tamaño mínimo posible, el proyecto no ofrece ninguna viabilidad y debe ser rechazado o, por lo menos, replanteado. Pero si los recursos financieros permiten

¹⁴ <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=capacidad%20del%20proyecto&source=web&cd=rja&ved=0CDIQFjAD&url=http%3A%2F%2Femprendimientoiiiadicionalfitec.wikispaces.com>

seleccionar entre varios tamaños alternos, se precisa escoger aquella escala que garantice costos mínimos, obviamente teniendo en cuenta las restricciones del mercado. Cuando coexisten restricciones financieras temporales, vale la pena estudiar, si los procesos técnicos lo permiten, su desarrollo por etapas.

f. Capacidad Administrativa

Se dice de la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, Además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes.

Capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente

LOCALIZACIÓN

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.

Dependiendo de las particularidades de cada proyecto, su localización puede ser objeto de detallados y prolijos estudios o, por el contrario, ésta puede ser predeterminada espontáneamente, ya que en muchos casos la razón misma del proyecto es el resultado de una ventajosa ubicación; como en el caso de las explotaciones de carbón o níquel; en consecuencia,

hay muchos proyectos para los cuales se evidencia su localización y no es preciso hacer estudio alguno en este sentido.

Proceso de localización.

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macrolocalización), hasta identificar una zona urbana o rural (microlocalización), para finalmente determinar un sitio preciso.

El estudio para la localización de un proyecto, puede hacerse en tres etapas principales:

- Selección de la región
- Escogencia de la localidad dentro de la región.
- Elección del sitio exacto dentro de la localidad.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta.¹⁵

Factores de localización

La decisión de localización tiene repercusiones de orden económico y social a largo plazo, por lo tanto su estudio supone un análisis integrado con las otras variables del proyecto tales como: mercado, transporte, políticas de estímulos, restricciones financieras.

¹⁵ http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/949/11/Capitulo_3.pdf

Proximidad y disponibilidad del mercado

El mercado, o sea la localización de los potenciales compradores o usuarios, es un factor de importancia y de interés decisivo que debe ser considerado de manera especial en la localización de la planta. Dependiendo del producto, el mercado puede estar concentrado o ampliamente disperso. Si está concentrado, el factor mercado puede influir en la localización de la planta. Desde luego cerca de esa concentración. Por el contrario, si está disperso, la influencia del mercado pierde importancia en su localización. El peso relativo de los factores de proximidad y aprovechamiento del mercado depende exclusivamente del tipo de industria que se desee establecer. Por ejemplo, la presión para localizar una planta en las cercanías de su mercado es muy importante cuando el producto es de carácter alimenticio (panadería, lechería); o cuando se trata de un servicio (lavandería, centro de mantenimiento), o cuando la habilidad profesional tiene importancia (fotografía, óptica, etc.). Tratándose de una planta de proceso, la cercanía del mercado tiene una gran influencia, ya que se evitan costos adicionales de transporte que pueden llegar a ser bien significativos.

Proximidad y disponibilidad de materias primas

De acuerdo a las características de los productos que se vayan a manufacturar, localizar la planta cerca de las materias primas o en las vecindades del área de mercado de los productos terminados, es una decisión estratégica bien importante. La ubicación de las materias primas es esencial para determinar la localización de una planta. Algunas

industrias por la naturaleza de su proceso, están forzadas a localizar sus plantas cerca de las fuentes de materia prima. Un caso tipo es el de la industria del acero, que ha construido tradicionalmente sus plantas cerca a las minas de carbón, ya que emplea este material en grandes cantidades; a pesar de que nuevas tecnologías para la refinación del acero han eliminado en buena parte la necesidad de cercanía de dicho material.

Medios de transporte

En los estudios económicos de operación, el costo de transporte de materias primas, suministros, productos terminados y de personal, se convierten a menudo en un factor decisivo tanto para la selección del sitio como para determinar la capacidad de la planta. Las facilidades de transporte y sus tarifas constituyen un factor de alta importancia en la localización de plantas. En las industrias de plásticos, por ejemplo, que deben distribuir a varios usuarios sus productos en muchos pequeños envíos en un mínimo de tiempo, resulta conveniente localizar la planta cerca de la mayor parte de los consumidores. Cuando se trata de materiales livianos, su incidencia en la localización de la planta no es considerable. Pero si se piensa elaborar productos pesados o voluminosos, debe seleccionarse un óptimo sistema de transporte, lo cual induce a señalar la ubicación de la planta cerca del mercado.

Disponibilidad y servicios públicos

La industria se desarrolla principalmente en aquellas zonas donde se cuenta con suficiente abastecimiento de energía y agua potable. Ninguna planta

industrial podría operar sin agua en cualquiera de sus usos; como medio de enfriamiento, a manera de prevención contra incendios, como insumo insustituible en el aseo, o como insumo básico en las diferentes etapas del proceso. El suministro suficiente de agua para una región debe estudiarse en detalle antes de que esta haya sido seleccionada como alternativa de localización. Por lo tanto se precisa hacer junto con el estudio del proceso un análisis suficiente de las necesidades de agua tanto presentes como futuras.

Influencia del clima

Las características del clima influyen en la eficiencia y en el comportamiento humano. Para las regiones o zonas que se encuentran bajo estudio, es bien importante reunir información histórica sobre el comportamiento del clima, temperaturas extremas, el grado de humedad, el nivel de las precipitaciones, la frecuencia de fenómenos como vientos, huracanes, inundaciones, temblores, etc.

Un clima muy frío o demasiado caliente afecta la operación de la planta y las oficinas administrativas, teniendo que utilizar procesos auxiliares de vapor en el primer caso o aire acondicionado en el segundo. Las exigencias de clima varían según el tipo de industria.

Mano de obra

A pesar de que las políticas de implantación de salarios mínimos trata de generalizarse en los países de la región, es preciso tener en cuenta el

clima laboral y la disponibilidad de cierta calificación en la mano de obra. En efecto, cada región precalificada para la localización de un proyecto debe ser estudiada en torno a la disponibilidad de mano de obra, los niveles salariales (prestaciones sociales y sus correspondientes reglamentaciones) y el grado de su calificación, y desde luego mecanismos de entrenamiento y capacitación a corto plazo. Es bien importante garantizar una mano de obra estable y calificada para todos los niveles operativos de la empresa: y más cuando se trata de labores poco agradables o peligrosas (trabajos de minería en socavón, plataformas marítimas, escoltas de personajes, etc.). En algunos proyectos cuando la mano de obra y sus prestaciones tiene un alto peso sobre los costos totales, vale la pena preseleccionar localizaciones que garanticen cargas salariales menores.

Otros factores

Con el fin de mejorar la relación inversión/rendimiento, los inversionistas suelen localizar sus empresas en zonas bien atendidas en términos de servicios públicos (agua, luz, gas, teléfono, etc.), de servicios de educación, salud, recreación, hospedaje, comercio, etc. Los megaproyectos de explotación minera como carbón, aluminio, petróleo, o de generación de energía lejos de los centros urbanos, se suelen instalar cerca de las fuentes, emprendiendo desde luego, los desarrollos en infraestructura necesarios para atender las necesidades de la comunidad laboral y sus familias; se instalan con cargo al mismo proyecto, para el suministro de agua potable e industrial, plantas eléctricas, vías de acceso, talleres, lo mismo que

campamentos para trabajadores, técnicos e ingenieros, escuelas, hospital, almacenes, parques, restaurantes y todo aquello que sea necesario para su plena convivencia durante la ejecución temporal del proyecto.

MACROLOCALIZACION

En este estudio primarán consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción y por lo tanto no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo.¹⁶

Tiene relación con 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.

MICROLOCALIZACION

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

La existencia de una gran cantidad de factores que influyen en la determinación de la localización, origina que varíen su importancia de una industria a otra y de cada región. Para cada empresa en particular, en función de sus estrategias y objetivos, se debe determinar los factores que tendrán que ser tomados en cuenta en cada nivel de análisis.¹⁷

¹⁶ BACA, Urbina, "Formulación y Evaluación", Ed. Norma, p. 35, Bogotá, 2003

¹⁷

<http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=microlocalizaci%C3%B3n.&source=web&cd=1&cad=rja&>

En ambos casos, la selección del sitio que representa la ubicación para el proyecto deberá realizarse siguiendo una serie de etapas que consisten en:

Identificar y definir los factores locacionales, fundamentales para que se pueda llevar a cabo el proyecto.

Identificar las alternativas de localización a nivel macro y micro, de acuerdo con los factores identificados. Es decir, aquí se establecen las regiones o localidades que cumplen con dichos parámetros. Como por ejemplo la *distancia* del proyecto con respecto a los trabajadores: Se requiere además del personal operativo, personal administrativo para atender los aspectos administrativos y de servicio al cliente, por lo cual deben acreditar suficientes conocimientos y experiencia para el desempeño de labores que requieren de algún grado de especialización en áreas de administración, aspectos legales, y suministros, mercadeo de productos y servicios, lo cual significa que la ubicación de la empresa debe contar con adecuadas vías de transporte urbano que faciliten el acceso de los trabajadores desde diferentes puntos de la ciudad.

Identificar los factores de tipo institucional que limitan o que alientan la localización, y con base en ellos descartar las alternativas que no sean viables. Se refiere a los requerimientos de carácter legal y operativo. En razón del crecimiento de los últimos años tanto poblacional, como de infraestructura en la ciudad

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

La transformación de insumos en productos mediante una técnica determinada de combinación de factores como mano de obra, equipo, insumos materiales, métodos y procedimientos, constituyen el proceso de producción; en consecuencia dependiendo de la forma como se haga esa transformación obtendremos distintos procesos.

El proceso técnico es una variable que está integrada a los demás estudios del proyecto, tiene que ver, obviamente, con las características del producto y del consumidor, lo mismo que con el mercado de los insumos requeridos para la producción. por otro lado, la selección del proceso está estrechamente vinculada con la definición del tamaño, teniendo en cuenta, como lo habíamos anotado, las restricciones financieras y de mercado.

Componente Tecnológico

Respecto de cualquier proyecto, el primer paso consiste en identificar la tecnología es decir el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio.

En los estudios de pre inversión se debe:

- Definir la tecnología requerida. Evaluar variantes tecnológicas.
- Seleccionar la tecnología apropiada n términos de la combinación

óptima de componentes de proyectos.

- Evaluar las diversas consecuencias de la adquisición de tal tecnología, incluidos los aspectos contractuales de las licencias de tecnología, cuando fuere necesario. Definir y separar del conjunto tecnológico general los servicios técnicos y de ingeniería concretos vinculados con la tecnología, en el caso de las licencias de tecnología.
- Identificar los organismos encargados de prestar tales servicios.
- Combinar la selección y adquisición de tecnología con la selección de maquinaria y equipos.

Infraestructura Física

Para la infraestructura física requerimos del terreno, especificando la tenencia de la tierra, tamaño, valor vía de acceso, adecuación para el tipo de actividad que se realizara, con la adecuación de servicios básicos (agua, luz, teléfono, etc.). Descripción de la infraestructura y construcción. Se detallara el área de administración y el área de producción.

Distribución de la Planta

La distribución física de la empresa y la planta se lo realiza con el objetivo de aprovechar de una mejor manera los recursos disponibles, en el diseño de la planta.

Para el diseño de la distribución de la planta, tomaremos en cuenta los siguientes aspectos:

- Integrar de la mejor manera a hombres, maquinarias, equipo auxiliar.

- Una distribución que logre minimizar los movimientos entre las operaciones.
- Tratar de arreglar las áreas de trabajo con el fin de lograr una secuencia apropiada de materiales y equipo. Evitar demoras.
- Tomaremos en consideración el espacio vertical y horizontal.
- Una distribución que logre seguridad y satisfacción para el trabajador.
- El diseño de la distribución tendrá que ajustarse o reordenarse a un costo mínimo.

Proceso de producción

Fases sucesivas, tareas o actividades inherentes a la ejecución de un producto, el objetivo de un proceso o sistema operativo es el uso de recursos de una organización, cuyo objetivo es obtener un valor. La fabricación de un producto o la prestación de un servicio, no serían factibles sin un proceso. Los procesos no pueden existir sin un producto o servicio. Los procesos son actividades de trabajo inmersos en toda organización que engendra actividades laborales y representan a esta en todas sus funciones. Los procesos son sistemas interconectados que forman cadenas de suministros en una organización. Se denomina así al conjunto de eslabones (conocida a veces como la cadena de valor), que se establece entre proveedores de materiales y servicios. Abarca los procesos de transformaciones mediante los cuales las ideas y las materias primas se convierten en bienes y servicios terminados para proveer a los clientes de una compañía.

Un proceso toma insumos para procesarlos mediante una serie de operaciones cuya secuencia y número se especifica para cada caso. Las

operaciones pueden ser simples o múltiples y asumen características diferentes según se desee: mecánica, química, de ensamblado, de inspección o control, de recepción¹⁸

Características de un proceso

En todo proceso o sistema operativo se involucran características como:

Capacidad: Característica que determina la tasa máxima disponible de producción por unidad de tiempo.

Eficiencia: Es la relación entre la generación total de los productos o servicios y los insumos en materiales, capital o mano de obra.¹⁹

$$\text{Eficiencia} = \text{producción} / \text{insumos} * 100$$

La utilización eficiente de los recursos (insumos) permitirá lograr una producción mayor con la misma cantidad de insumos. Esto permite lograr el uso racional de la materia prima, eliminar desperdicios, optimizar la mano de obra, estandarizar los tiempos adecuadamente, el diseño del proceso la distribución de planta, y otros factores relacionados.

Eficacia: Podemos definirla como una magnitud que nos permite medir el resultado real con lo planificado, mediante la comparación entre los dos. Eficacia es plantearse y establecer un plan estándar antes que el proceso comience a producir un resultado, implica fijar metas y mediciones de ejecutoria relativas a las metas propuestas.

Calidad: Condiciones que cumple el producto de acuerdo a las especificaciones de diseño dadas por el mercado. Las políticas sobre calidad se basan necesariamente en una evaluación de mercados. Tales políticas involucran interrogantes acerca de la forma en que los consumidores miden

¹⁸ SOLÓRZANO Carolina: Producción para Competir: El Análisis del Proceso, INCAE, México, Pág. 2

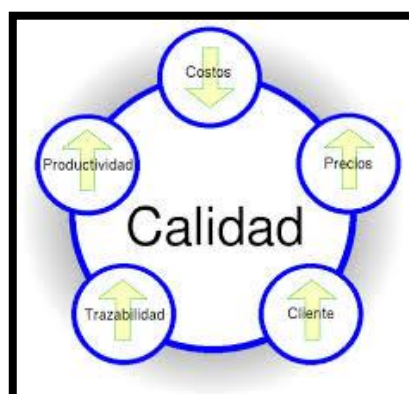
¹⁹ SOLÓRZANO Carolina: Producción para Competir: El Análisis del Proceso, INCAE, México, Pág. 2

realmente la calidad del producto: apariencia, diseño, aspereza, confiabilidad, larga duración u otros criterios.

Los niveles de calidad afectan el costo de producción y la inversión necesaria en la planta para cumplir con los requerimientos. De los objetivos de la empresa dependerán los niveles de calidad que se fijen al producto y estas consideraciones pueden determinar el sector de un mercado al que se dirija una empresa²⁰

Flexibilidad: Es la capacidad de acelerar o refrenar rápidamente la tasa de producción para lidiar con grandes fluctuaciones de la demanda. La flexibilidad del volumen es una importante capacidad de operación que a menudo ofrece un respaldo para el logro de otras prioridades competitivas.²¹

Fig. 21
Diseño del producto



El diseño de nuevos productos es crucial para la supervivencia de la mayoría de las empresas. Aunque existen algunas firmas que experimentan muy poco

²⁰ SOLÓRZANO Carolina: Producción para Competir: El Análisis del Proceso, INCAE, México, Pág. 9

²¹ KRAJEWSKI Lee – RITZMAN Larry: Administración de Operaciones, Editorial Person Educación, México, Pág.36

cambio en sus productos, la mayoría de las compañías deben revisarlas en forma constante. En las industrias que cambian con rapidez, la introducción de nuevos productos es una forma de vida y se han desarrollado enfoques muy sofisticados para presentar nuevos productos.

El diseño del producto casi nunca es responsabilidad única de la función de operaciones, sin embargo ésta se ve muy afectada por la introducción de nuevos productos y viceversa. La función de operaciones es el "receptor" de la introducción de nuevos productos. Al mismo tiempo, estos nuevos productos se ven limitados por las operaciones existentes y la tecnología. Por lo tanto, resulta extremadamente importante comprender el proceso de diseño de nuevos productos así como su interacción con las operaciones.

Las decisiones sobre el producto afectan a cada una de las áreas de toma de decisiones de operaciones, por lo tanto, las decisiones sobre los productos deben coordinarse de manera íntima con las operaciones para asegurarse de que esta área queda integrada con el diseño del producto. A través de una cooperación íntima entre operaciones y mercadotecnia, la estrategia del mercado y la estrategia del producto se pueden integrar con las decisiones que se relacionan con el proceso, la capacidad, inventarios, fuerza de trabajo y calidad.²²

Ciclo de vida de los productos

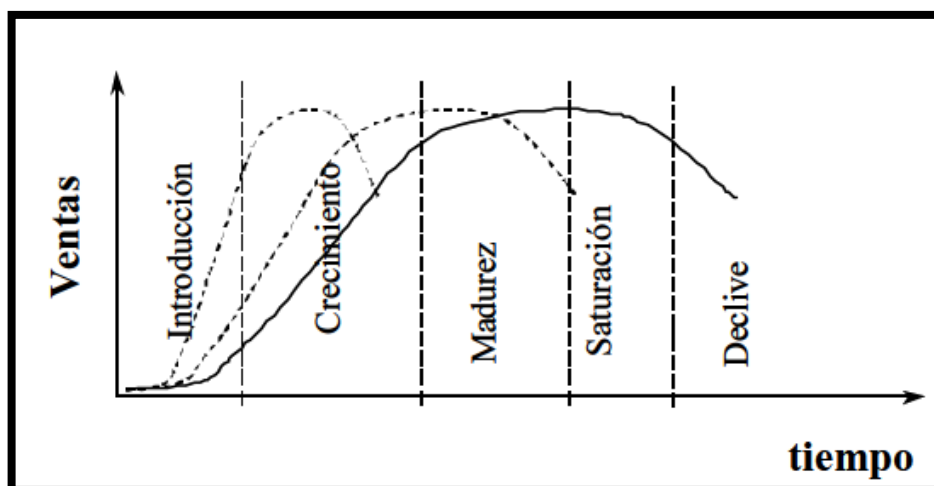
La respuesta del mercado a cada producto suele tender, genéricamente hablando, a seguir un patrón más o menos predecible, al cual se le denomina ciclo de vida del producto. Este ciclo pretende recoger el hecho de que la

²² Administración de Operaciones: Schroeder, Roger.

mayoría de los productos atraviesa, a lo largo del tiempo, una serie de etapas, que se diferencian entre sí por la forma de crecimiento de las ventas con relación al tiempo.

El concepto de ciclo de vida alude al hecho de que el patrón de la curva de ventas con respecto al tiempo pasa por 5 fases: Introducción, Crecimiento, Madurez, Saturación y Declive. El nivel de ventas varía con respecto del tiempo y por tanto debe variar el nivel de producción, y con ella los procesos. En cualquier caso, la característica más importante de los ciclos de vida en los últimos tiempos es que estos son cada vez más cortos, lo que obliga a estar permanentemente variando la oferta para adecuarnos al mercado.

Fig. 22
Ciclo de vida



La importancia de este hecho tiene tres vertientes. Por un lado hay que sacar más productos más rápidamente, lo que generalmente conduce a la pervivencia de diferentes modelos de modo simultáneo (diferenciándolo por precios, por marcas o por grados). Además las repercusiones de un retraso

en el lanzamiento son relevantes, puesto que el producto puede quedar obsoleto antes de salir. Por último, el tiempo disponible para obtener beneficios de un producto es menor (lo cual no implica necesariamente que los beneficios sea menores).

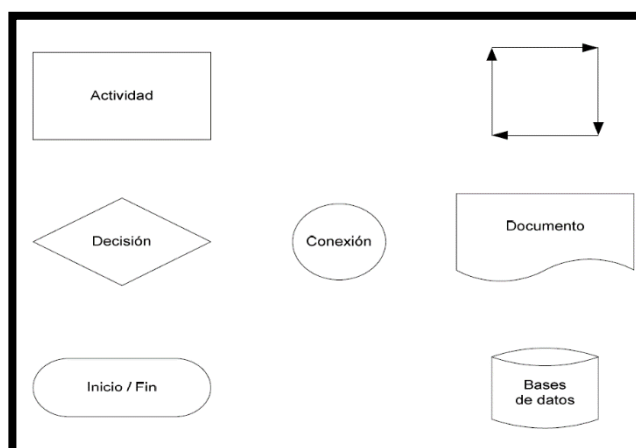
Flujograma de Proceso

EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

Generalidades de los flujogramas

La herramienta más apropiada para el diseño gráfico de procesos es el flujograma matricial que es una representación de la secuencias de pasos que se usan para alcanzar un resultado. Los símbolos clásicos que se utilizan en el flujograma son:

Fig. 23
Flujogramas



A partir de estos símbolos se pueden diseñar mapas de procesos que facilitan la identificación de todas las partes intervinientes y la forma en que participan. Los flujogramas son una de las principales herramientas de esquematización, análisis y mejora de procedimientos.

Tipos de Flujogramas

Según su forma:

- a. Formato Vertical: En él el flujo o la secuencia de las operaciones, va de arriba hacia abajo. Es una lista ordenada de las operaciones de un proceso con toda la información que se considere necesaria, según su propósito.
- b. Formato Horizontal: En él el flujo o la secuencia de las operaciones, va de izquierda a derecha.
- c. Formato Panorámico: El proceso entero está representado en una sola carta y puede apreciarse de una sola mirada mucho más rápidamente que leyendo el texto, lo que facilita su comprensión, aun para personas no familiarizadas. Registra no solo en línea vertical, sino también horizontal, distintas acciones simultáneas y la participación de más de un puesto o departamento que el formato vertical no registra.
- d. Formato Arquitectónico: Describe el itinerario de ruta de una forma o persona sobre el plano arquitectónico del área de trabajo. El primero de los flujogramas es eminentemente descriptivo, mientras que los últimos son fundamentalmente representativos.

Diseño y Elaboración de Flujogramas

Convención para trazar los diagramas:

- a. La información para identificar cada diagrama debe ser la siguiente:
 1. Nombre del proceso, indicando los puntos iniciales y finales.
 2. Nombre del departamento o los departamentos involucrados.
 3. Nombre de la persona que preparó el diagrama.
 4. Número de personas o puestos involucrados.
 5. Número de pasos.
- b. Identificar cada columna con el nombre de la persona o puestos que realiza cada uno de los pasos.
- c. Representar las formas o documentos, mediante rectángulos proporcionales a las formas o documentos representados. Sin embargo como lo principal es la claridad, esta convención puede eliminarse empleando solamente el buen juicio.
- d. Cada forma debe representarse siempre por un rectángulo de las mismas dimensiones.
- e. Cada vez que se crea una forma, se le pone en el original y copias un triángulo negro en la esquina inferior derecha.
- f. Cuando las dimensiones del rectángulo lo permitan, es conveniente poner el nombre de la forma en cada paso que aparezca.
- g. El original y las copias siempre deben ponerse en el mismo orden. Se coloca un número en la esquina superior derecha. Para el original siempre se colocará el número uno; y las siguientes copias tendrán numeraciones ascendentes.

- h. En cada paso deben presentarse todos los documentos que intervienen.
- i. Cuando se transportan dos o más papeles, que van unidos, ya sea con grapa o broche o en sobre, se reúnen los rectángulos identificando cada uno de ellos. El movimiento se presenta por una sola línea.
- j. Cuando se muevan juntos, pero no unidos, el transporte se representa por medio de líneas para cada forma o grupo de formas.
- k. La secuencia demuestra haciendo que las líneas de transportes tengan una ligera tendencia hacia abajo.
- l. El orden cronológico de los pasos se representa por el orden en que aparecen los rectángulos, de arriba hacia abajo.
- m. Debe identificarse cada paso con un número y hacer una pequeña descripción del mismo, mediante la escritura del verbo que identifica la acción.
- n. Si es posible hacer que lo firme el jefe del departamento o el empleado que ha proporcionado la información.²³

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

BASE LEGAL

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

²³ GOMEZ CEJAS, Guillermo. SISTEMAS ADMINISTRATIVOS, Análisis y Diseños. Editorial Mc Graw Gil. Año 1.997. Pág. 96 a la 103, 107 a la 117.

Acta constitutiva

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

La razón social o denominación

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

Domicilio

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

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.

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.

Tiempo de duración de la sociedad

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a

los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

Administradores

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma

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:

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.

Nivel ejecutivo

Este nivel está conformado por el gerente - administrador, el cuál será nombrado por nivel legislativo-directivo y será el responsable de la gestión operativa

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

Nivel asesor

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

Nivel 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.

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.

Nivel descentralizado

La descentralización puede entenderse bien como proceso o como forma de funcionamiento de una organización. Supone transferir el poder, de un gobierno central hacia autoridades que no están jerárquicamente subordinadas. La relación entre entidades descentrales son siempre horizontales no jerárquicas. Una organización tiene que tomar decisiones estratégicas y operacionales. La Centralización y la Descentralización son dos

maneras opuestas de transferir poder en la toma decisiones y de cambiar la estructura organizacional de las empresas de forma concordada.

ORGANIGRAMAS

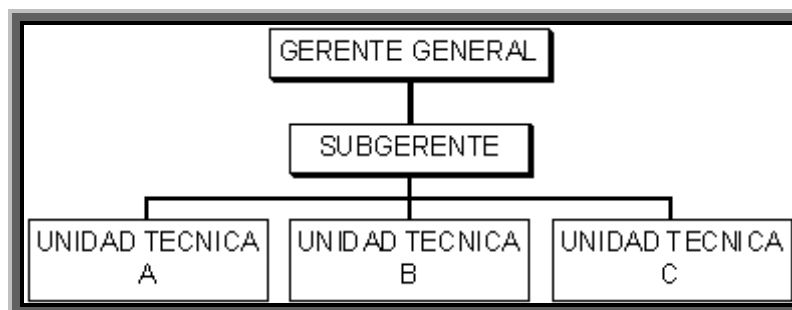
Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo.

Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.

Es importante tener en cuenta en el diseño de los organigramas los niveles de mando o jerarquías en la organización.

Los organigramas son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización.

Fig. 24
Organigramas



CLASES DE ORGANIGRAMAS

Estructurales. Consisten en cierto número de rectángulos que representan personas, puestos u otras unidades, los que están colocados y conectados por líneas, las cuáles indican la cadena de mando (la jerarquía de los empleados); de tal manera pueden expresar grados de autoridad y responsabilidad y clase de la relación que los liga.

Funcionales. Estos incluyen, además, un texto que expresa las principales funciones o labores de las unidades. Las etiquetas o descripciones de los rectángulos indican las diferentes funciones o áreas de responsabilidad. La gráfica indica el criterio con que se han dividido las actividades.

Posición o Personal. Estos representan, en forma objetiva la distribución del personal en sus diferentes áreas administrativas, donde se indica los números de cargos el nombre del puesto y la clasificación si la hubiera, en algunos casos se le puede poner el nombre del empleado y su remuneración.

MANUALES

El manual presenta sistemas y técnicas específicas. Señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo

De acuerdo con la clasificación y grado de detalle, los manuales administrativos permiten cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Instruir al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.
- b) Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.
- c) Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- d) Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.
- e) Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.

CLASES DE MANUALES

Los manuales constituyen una de las herramientas con que cuentan las organizaciones para facilitar el desarrollo de sus funciones administrativas y operativas.

Manual de Funciones

Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales. Tareas secundarias. Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo a información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo

Manuales de procedimientos

Una de las actividades de mayor trascendencia de organización y métodos, consiste en el análisis de los procedimientos administrativos vigentes o en la definición de los circuitos para nuevas empresas y/o nuevas actividades que encare una empresa constituida.

Un procedimiento administrativo implica la definición de:

- 1.- Funciones y tareas para cada área en que se halle estructurada una organización, con especificaciones claras y precisas del tratamiento o curso de acción a seguir ante cada alternativa factible de ocurrencia de cada variable constituida de un circuito administrativo.
- 2.- Formularios a utilizar, especificando. Emisor, oportunidad de emisión, cantidad de copias, instrucciones para el llenado de cada uno de los datos que lo integran, distribución de las copias, etc.
- 3.- Archivos a utilizar, en cuanto a: contenido, período de resguardo legal y operativo, clasificación de la información contenida, etc.

4.- Un esquema de control operativo y patrimonial.

ESTUDIO FINANCIERO

Consiste en determinar la inversión necesaria en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, analizando las fuentes de financiamiento, presupuestos y proyecciones de los estados financieros, que permitan alcanzar un funcionamiento de la empresa a largo plazo, también podemos evaluar el proyecto y su rentabilidad a través de indicadores financieros.

LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados Factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera Flujo de beneficios. Asimismo es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y/o servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de la Empresa.

Las Inversiones a través de Proyectos, tiene la finalidad de plasmar con las tareas de ejecución y de operación de actividades, los cuales se realizan previa evaluación del Flujo de costos y beneficios actualizados.

INVERSIONES FIJAS

La inversiones representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización

de un interés, dividiendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

a) Terrenos y Recursos Naturales

Incluye valor del terreno, impuestos, gastos notariales, pago único por servidumbre o derecho de paso, etc. Si se tiene un pago periódico por alquiler de terrenos o por servidumbre o derecho de paso, se contabiliza como un costo de operación, dentro de la partida gastos generales de administración.

b) Edificios y Construcciones

El costo global de las obras incluye ciertas erogaciones iniciales de preparación y adaptación para la construcción, tales como limpieza, replanteo, nivelación, drenajes, etc. Por su alto costo en proyectos de extensión agrícola estas labores de mejoramiento de suelo suelen ser independiente del costo del terreno.

c) Maquinaria y Equipos

Comprende las inversiones necesarias para la producción o prestación del servicio, así como los equipos que se utilizan en las instalaciones auxiliares.

d) Otros Equipos

Son aquellas inversiones diferidas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

e) Gastos de Instalación

La instalación del equipo se suele contratar con el mismo proveedor, por un precio que resulta de un porcentaje del valor del equipo, cuando la tecnología no es muy avanzada la empresa puede optar por contratar personal independiente al proveedor, buscando mejores condiciones de precios, sin descuidar obviamente la eficiencia técnica ofrecida por el vendedor y las garantías propias de los contratos.

f) Vehículos

Corresponde a todos los equipos de movilización interna y externa, tanto de pasajeros como de carga, ya sea para el transporte de insumos o de los productos destinados a los consumidores.

g) Muebles y Equipo de Oficina

Se trata de la dotación de las oficinas y bodegas previstas en la estructura administrativa.

h) Envases

Todos los gastos que implican la implantación de una estructura administrativa, ya sea para el período de instalación como para el período de operación, como: acuerdos de voluntades, registro de sociedad, matrícula mercantil, solicitud y tramites de crédito, etc.

i) Investigaciones Previas y Estudios

Estos estudios previos pueden ser de carácter técnico o jurídico. Se trata de estudios de suelos, selección de procesos, asesoría tributaria y de sociedades, titularizaciones y conceptos jurídicos.

j) Organización y Patentes

Por el uso de patentes, marcas, registros o derechos similares, se paga al principio una suma global, este valor constituye una inversión, y se podrá cargar como costo sin ser desembolso, en los cinco primeros años del proyecto, pero se acuerda un pago anual por su uso, este se cargara como un costo de operación, como cualquier otro.

k) Capacitación Personal

Todos los gastos ocasionados por el entrenamiento, capacitación, adiestramiento y mejoramiento del personal, tanto directivo, como ejecutivo, técnico y operativo, se cargaran a este rubro.

l) Puesta en marcha

En algunos proyectos se deben prever recursos para atender obras provisionales como campamentos, depósitos, oficinas, cuyo objetivo es prestar servicios durante la etapa preliminar mientras se adelantan las obras definitivas. Algunas de estas inversiones pueden recuperarse al final del período de instalación. Antes de comenzar la producción del bien o la prestación del servicio en forma regular, la organización deberá asumir

ciertos costos, como salarios de operarios, materias primas y materiales, honorarios de ingenieros y supervisores, con el fin de probar y auditar la calidad del producto y garantizar el óptimo funcionamiento del equipo.

m) Intereses durante la Construcción

El costo causado por el uso del capital ajeno, durante el período de instalación, que incluye intereses, costos de administración del crédito, lo mismo que las comisiones que se pagan en la emisión y colocación de nuevas acciones o para suscripción de valores.

n) Imprevistos

Todos aquellos gastos que no están presupuestados, ni considerados, pero surgen en el ejercicio, y por ende deben de ser provisionados como tal, para no tener inconveniente, en el futuro.

CAPITAL DE TRABAJO O DE OPERACIÓN

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos.

a) Efectivo en Caja y Bancos

Sirve para hacer pagos en efectivo, forman parte el disponible de efectivo que mantiene las cuentas corrientes y de ahorro.

b) Cuentas por Cobrar

Un crédito trae consigo costos y beneficios. Uno de los costos es la potencial falta de pago de sus deudas por algunos de sus clientes.

Sin embargo, una falta de liquidez en la empresa significa un medio para obtener efectivo con mayor facilidad, siempre que previo análisis de dichas faltas no se hayan considerado como incobrables y la gestión de cobro sea eficiente.

c) Inventarios

El inventario es una fuente de fondos inmediata para el empresario: si la venta se realiza oportunamente, se tiene el ingreso necesario para enfrentar sus costos y gastos.

d) Materiales, Suministros y Repuestos

Es la estimación de las existencias de materia prima y materiales, se debe prestar especial atención a las fuentes y modalidades de suministro y a los programas de producción, si los materiales se pueden obtener en la localidad o en proximidades de esta, y si su oferta es abundante y si el transporte es eficiente y confiable, se puede mantener inventarios relativamente bajos.

e) Anticipos a Proveedoras y Gastos Pagados por Adelantado

Los proveedores son los que suministran el capital de trabajo a un negocio o empresa. Esta es una fuente de financiamiento, porque las compras realizadas son otorgadas en su mayoría al crédito. Así, dan oportunidad de pagar posteriormente dicha obligación.

FINANCIAMIENTO

Para el funcionamiento de un proyecto necesitamos financiar los montos requeridos por activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo, para lo cual se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento.

PRIMERA FORMA

a. Fuentes Internas de financiamiento

Son todas aquellas que están más a la mano del empresario y que, por lo general, son las más baratas a la hora de evaluar sus costos financieros. Por ejemplo: la recuperación de sus cuentas por cobrar, realización de inventario retenido, fondos de depreciación, reinversión y capitalización de utilidades.

Recuperación de cuentas por cobrar

El otorgamiento de un crédito trae consigo costos y beneficios. Uno de los costos es la potencial falta de pago de sus deudas por algunos de sus clientes. Sin embargo, una falta de liquidez en la empresa significa un medio para obtener efectivo con mayor facilidad, siempre que previo análisis de dichas faltas no se hayan considerado como incobrables y la gestión de cobro sea eficiente.

Realización del inventario retenido

El inventario es una fuente de fondos inmediata para el empresario: si la venta se realiza oportunamente, se tiene el ingreso necesario para enfrentar sus costos y gastos.

Depreciación y generación de efectivo

La depreciación es una asignación al costo original de los activos, y que puede considerarse como efectivo.

Un activo puede convertirse en efectivo si el primero fuese vendido.

Capitalización de utilidades

La capitalización se da cuando la empresa no distribuye las utilidades obtenidas a sus accionistas o socios de la empresa; y, en cambio, decide aumentar el capital social, a través de dos formas:

- Al aumentar el valor nominal de las acciones
- Al aumentar el número de acciones emitidas

b. Fuentes Externas de Financiamiento

Las deudas de una empresa son una fuente de financiamiento que permite adquirir bienes de capital, inventarios, pago de nóminas, entre otros. Sin embargo, dicho financiamiento debe ser analizado cuidadosamente, pues compromete los recursos de la empresa a corto y a largo plazo, según sea el caso; y se obtiene generalmente de las siguientes fuentes:

- **Proveedores (crédito comercial)**

Los proveedores son los que suministran el capital de trabajo a un negocio o empresa. Esta es una fuente de financiamiento, porque las compras

realizadas son otorgadas en su mayoría al crédito. Así, dan oportunidad de pagar posteriormente dicha obligación.

- **Bancos comerciales**

Las instituciones bancarias son, en su mayoría, la primera opción donde acudirá el empresario, según la necesidad que tenga. Sin embargo, al adquirir una deuda con un banco, el propietario deberá ser más cuidadoso en su manejo: puede poner en riesgo los activos de su empresa.

- **Factoraje financiero**

Es un mecanismo de financiamiento a corto plazo mediante el cual una empresa comercial, industrial, de servicios o persona física, con actividad empresarial, promueve su crecimiento a partir de la venta de sus cuentas vigentes por cobrar, a una empresa de factoraje. Esta última actúa como intermediario a cambio de una comisión.

- **Instituciones Financieras No Bancarias (IFNB)**

Las IFNB funcionan como intermediarios financieros. Pueden captar depósitos del público y colocar créditos al sector de la micro, pequeña y mediana empresa por medio de las cooperativas, federaciones, cajas de crédito y sociedades de ahorro.

SEGUNDA FORMA

a. Recursos Propios

Los recursos propios son aportaciones que realizan los socios de una empresa. Estos recursos constituyen una parte del capital de la empresa. Son recursos permanentes que sirven para financiar el activo fijo (no corriente) de

la empresa y el fondo de rotación. Estos recursos no tienen que ser devueltos, salvo en caso de quiebra que la empresa deberá devolver a los accionistas el capital aportado.

Por recursos propios también se pueden entender aquellos recursos que la empresa genera durante el desarrollo de su actividad. Estos recursos los puede generar mediante el beneficio y también mediante los excedentes monetarios de las liquidaciones de activos obsoletos y no funcionales.

En una empresa cuanto mayor sean sus recursos propios, menor tendrá que ser su financiación ajena, por lo que la empresa tendrá menos deudas financieras. En esta situación el riesgo financiero de la empresa se reduce.

b. Créditos

El crédito es una operación por medio de la cual un acreedor presta cierta cantidad de dinero a un deudor por la garantía o confianza. El deudor, por su parte, debe estar en la posibilidad, voluntad y solvencia para cumplir a un plazo determinado con el reembolso total de la deuda contraída, más sus intereses.

Ante del otorgamiento, el acreedor deberá haber realizado un análisis sobre la seguridad, liquidez y conveniencia de ofrecer el dinero al deudor. Llamamos “acreedor” a quien proporciona el dinero y “deudor” a quien lo recibe.

Existe un tiempo limitado para el reembolso de lo adeudado más los intereses, llamado “plazo”.

Existe, además, una “garantía” de reembolso, resultado de la confianza en el deudor y del análisis financiero previo al otorgamiento del crédito.

PRESUPUESTOS

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Funciones

- La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.
- 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.
- Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización.

Importancia

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

- Los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización.
- Por medio de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables.
- Sirven como mecanismo para la revisión de políticas y estrategias de la empresa y direccionarlas hacia lo que verdaderamente se busca.
- Facilitan que los miembros de la organización
- Cuantifican en términos financieros los diversos componentes de su plan total de acción.
- Las partidas del presupuesto sirven como guías durante la ejecución de programas de personal en un determinado periodo de tiempo, y sirven como norma de comparación una vez que se hayan completado los planes y programas.
- Los procedimientos inducen a los especialistas de asesoría a pensar en las necesidades totales de las compañías, y a dedicarse a planear de modo que puedan asignarse a los varios componentes y alternativas la importancia necesaria
- Los presupuestos sirven como medios de comunicación entre unidades a determinado nivel y verticalmente entre ejecutivos de un nivel a otro. Una red de estimaciones presupuestarias se filtran hacia arriba a través de niveles sucesivos para su ulterior análisis.
- Las lagunas, duplicaciones o sobre posiciones pueden ser detectadas y tratadas al momento en que los gerentes observan su comportamiento en relación con el desenvolvimiento del presupuesto.

Objetivos

- Planear integral y sistemáticamente todas las actividades que la empresa debe desarrollar en un periodo determinado.
- 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.²⁴

DEPRECIACIONES

Se trata de la depreciación de activos fijos que tienen su origen en el área administrativa, tales como: muebles, equipos de cómputo y equipos de oficina.

CÁLCULO DE COSTOS UNITARIOS

Es un proceso que calcula el costo unitario correcto y lo actualiza en:

- Facturas
- Notas de Venta
- Salidas
- Ajustes
- Transferencias
- Consumos

Es necesario hacerlo por lo menos 1 vez al terminar el mes, con esto puede verificar las siguientes opciones de esta ventana.

COSTOS

Cuando una empresa produce un bien incurre en costos. Los costos de producción comprenden entre otros, los intereses, los salarios para los

²⁴ BURBANO, Jorge y ORTIZ, Alberto. Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Mc Graw Hill Bogotá. Segunda Edición.

trabajadores, los precios pagados por materia prima, la renta de la tierra, y así sucesivamente.

COSTO FIJOS

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

COSTOS VARIABLES

Son aquellos que se modifican por depender directamente del volumen de producción cambiando en el mismo sentido.

Estos son pagos que se originan en recursos cuya utilización depende de las unidades producidas. Comprenden los salarios totales, los pagos por materia prima, etc.

COSTO TOTAL DE PRODUCCION

Son los costos fijos más los costos variables. El costo promedio total, sirve para indicar al empresario el costo de producir una unidad del producto para cada nivel de producción.

Al analizar el comportamiento del costo promedio total, el empresario puede determinar la combinación más eficaz de los factores productivos. El costo

promedio total se obtiene dividiendo el costo total entre el número de unidades producidas a cada nivel de producción.²⁵

INGRESOS

El ingreso puede referirse a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios como también al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del proyecto.

FLUJO DE CAJA

Es el estado financiero básico que muestra cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente del efectivo de la empresa, así como

²⁵ MOCHON, Francisco, Economía Teoría y Política, Tercera Edición, Mc Graw – Hill.

previa información importante acerca de los ingresos y pagos de efectivo de un empresa durante un periodo determinado de acuerdo, con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

El Estado de Flujo de Efectivo reemplaza al Estado de Cambios en la posición financiera utilizado anteriormente.

La NEC Nro. 3 que establece lo relacionado con el Estado de Flujo de Efectivo, ha sido desarrollado con referencia a al NEC Nro. 7. Según se desprende del Registro Oficial Nro. 291 (martes 5 de octubre de 1999), la norma en mención se refiere a lo siguiente:

OBJETIVO

- Evaluar la habilidad de la empresa para generar flujo de caja neto positivo en el futuro.
- Evaluar la habilidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones, en el pago de sus dividendos y de sus necesidades de financiamiento externo.
- Evaluar las razones para las diferencias entre la utilidad entre la utilidad neta y los ingresos y pagos del afectivo relacionados; y
- Evaluar los efectos sobre la posición financiera de una empresa tanto de las transacciones de inversión y financiamiento que no requieren al efectivo durante un periodo determinado.

ELEMENTOS DEL FLUJO DE CAJA

Las matemáticas financieras manifiestan su utilidad en el estudio de las inversiones, puesto que su análisis se basa en el dinero y debe ser remunerado con una rentabilidad; y se le conoce como valor tiempo del dinero. En la evaluación de un proyecto las matemáticas financieras consideran a la Inversión como el menor consumo presente y a la cuantía de los flujos de caja.

El objetivo de descontar los flujos de caja futuros proyectados, es determinar si la inversión en estudio rinde mayores beneficios de dinero requerida por el proyecto.

Los principales elementos que se utiliza en el concepto de flujo de caja son; Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC). Análisis de Sensibilidad (AS), Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos.

- Si el VAN es positivo. Y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

Fórmula para obtener el van.

$$VAN = \frac{\sum FNC - I}{(1 + n)^{-1}}$$

VAN = Valor actual neto.

FNC = Flujo Neto de Caja.

n = Número de periodos,

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Conocida también como criterio de rentabilidad, se cita muy frecuentemente como base para evaluar criterios de inversión. La (TIR) se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. Por otra parte se la conoce como la tasa por la cual se expresa el lucro o beneficio neto, que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y, en consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero. Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios.

- Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si se agrega las expectativas de inflación las TIR, se modifica, pues si se evalúa un proyecto en función de la TIR surgen consideraciones que llevan a tratar la tasa nominal y el interés real.

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

Se basa en la relación entre los costos y beneficios asociados en un proyecto. Consiste en determinar cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son los gastos anticipados de construcción, operación. Mantenimiento etc. Es otro indicador financiero que permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egreso por (o que se considera el valor de actualización).

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- b. Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.
- c. Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

Formula:

$$R(B/C) = \frac{\text{Ingreso_Actualizad}}{\text{Costo_Actualizad}}$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. Mediante este criterio se determina el número de periodos necesarios para recaudar la inversión. Resultado que se compara con el número de periodos aceptables para la empresa. La fórmula para calcular el periodo de recuperación es la siguiente.

Formula:

$$PRC = \text{Año Anterior a Cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que Supera la Inversión}}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de insumos o de otras causas de tipo económico, en periodos de tiempo relativamente cortos obliga a los analistas considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia económica.

La manera de hacerlo es conociendo su sensibilidad o su resistencia a este tipo de variaciones se le conoce como desfases económicas a través de un incremento o decremento de los costos o de los Ingresos en función de cómo se prevea esta variación

Existen cuatro formas de aumentar la utilidad de un negocio a partir de la base dada por el punto de equilibrio:

- Buscar disminución de los costos fijos.
- Aumentar el precio unitario de la venta,
- Disminuir el costo variable por unidad.

- Aumentar el volumen producido.

En síntesis el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica se varían algunos factores.

En términos generales se debe considerar los siguientes aspectos.

1. Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios
2. Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno,
3. cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible.

Para construir el análisis de sensibilidad se requiere tomar en cuenta lo siguiente,

- Conocer la tasa interna de retomo del proyecto.
- Establecer los nuevos flujos netos de caja,
- Determinar las nuevas tasas internas de retorno
- Para luego establecer la sensibilidad del proyecto.

e.MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

Para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, demandó de la utilización de una serie de recursos tanto humanos como materiales, los cuales detallamos a continuación:

Recursos Humanos:

El recurso humano que intervino sea directa o indirectamente en la elaboración del proyecto de factibilidad para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, se lo detalla de la siguiente manera:

Directos:

- Director de tesis.
 - Ing. Galo Salcedo López
- Autor de la tesis.
 - Manuel Eduardo Aguirre Vivanco

Indirectos:

- Directivos de la Universidad Nacional de Loja
- Coordinadores del Proyecto

Recursos Materiales:

Los recursos materiales utilizados en la elaboración del proyecto de factibilidad para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, lo detallamos en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 01

| Recursos Materiales | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|
| Cantidad | Descripción | V. Unitario | V. Total |
| Suministros de oficina | | | |
| 4 | Resmas de papel bond | \$ 3.50 | \$ 14.00 |
| 150 | Fotocopias | \$ 0.02 | \$ 3.00 |
| 1 | Tóner | \$ 60.00 | \$ 60.00 |
| 1 | Útiles de oficina | \$30.00 | \$30.00 |
| Transporte y movilización | | | |
| 1 | Transporte y movilización | \$ 100.00 | \$ 100.00 |
| Otros gastos | | | |
| 50 | Internet (horas / alquiler) | \$ 0.50 | \$ 25.00 |
| 1 | Gastos de presentación | \$120.00 | \$120.00 |
| Equipos | | | |
| 1 | Computador portátil | \$ 800.00 | \$ 800.00 |
| 1 | Impresora láser | \$ 120.00 | \$ 120.00 |
| 1 | Flash memory | \$ 12.00 | \$ 12.00 |
| 1 | Calculadora | \$ 15.00 | \$ 15.00 |
| SUB TOTAL | | | \$1,299.00 |
| Imprevistos (10%) | | | \$129.90 |
| TOTAL | | | \$ 1,428.90 |

Elaborado por: Manuel Aguirre

Financiamiento:

El gastos estimados para la elaboración del presente proyecto tiene un valor de \$ 1,428.90 (mil cuatrocientos veinte y ocho 90/100 dólares americanos), el mismo que será cubierto en su totalidad por el autor.

MÉTODOS

Durante el proceso investigativo para la recolección de la información y el desarrollo del proyecto, la metodología empleada está de acuerdo a la consecución de los objetivos trazados, para obtener una información útil y necesaria para el desarrollo del presente trabajo se han considerado los siguientes métodos:

Método Analítico

La utilización de este método consiste en la división de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y sus efectos, en este proyecto de tesis ayudo a tener un mejor enfoque de la realidad empresarial que vivimos en la actualidad, con lo que se mostró, describió e interpreto los datos obtenidos en el trabajo investigativo.

Método Deductivo

La utilización del método deductivo en el proyecto de tesis permitió realizar el planteamiento de conclusiones y recomendaciones por medio del razonamiento lógico y de las suposiciones, este método consiste en un proceso sintético-analítico, en donde se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes generales, con las cuales se extrae conclusiones para ser aplicadas a casos particulares basados en afirmaciones generales.

Método Histórico

La utilización del método histórico en mi tesis, está vinculado al conocimiento de las distintas etapas en sucesión cronológica, conociendo la evolución y desarrollo obtenido por el objeto de investigación, las etapas de evolución del mercado, pude analizar a través de la aplicación del método histórico.

Método Inductivo

La utilización del método inductivo se caracteriza en un conocimiento particular hacia lo general, ayudo a realizar el estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige, se analizó detenidamente el desenvolvimiento del producto o servicio al ingresarlo al mercado, y poder hacer un planteamiento de la problemática, realización de la introducción, se analizó detenidamente en el transcurso del desarrollo de la investigación.

Método Científico

La utilización de este método en mi proyecto de tesis, ayudo a determinar cuáles son las principales causas que provocan los fenómenos y como se los resolvió, estableciendo las relaciones entre los hechos y los fenómenos físicos del mundo.

Método Estadístico

La utilización del método estadístico en el presente trabajo investigativo, recopile, elabore, interprete datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos, a través de las encuestas y entrevistas.

TÉCNICAS

Las técnicas son el conjunto de procedimientos y recursos que nos podemos valer para llegar a nuestro objetivo, para el desarrollo del presente trabajo investigativo recurrimos a la utilización de las siguientes técnicas:

La observación directa

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Es directa cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar.

La Entrevista

Es la práctica que permite al investigador obtener información de primera mano. La entrevista se puede llevar a cabo en forma directa, por vía telefónica, enviando cuestionarios por correo o en sesiones grupales. Esta técnica nos ayuda obtener datos mediante un diálogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado.

La Información Bibliográfica

Esta técnica consiste en la consulta que se realizó en diferentes fuentes bibliográficas las pueden ser libros, revistas, folletos, etc., a través de las cuales podremos alimentar ideas y reforzar la investigación principalmente en la elaboración del marco teórico.

La Encuesta

Es un proceso interrogativo que se le utiliza para conocer lo que opina la gente sobre una situación o problema que lo involucra, y puesto que la única manera de saberlo, es preguntándose, luego entonces se procede a encuestar a quienes involucra, pero cuando se trata de una población muy numerosa, sólo se le aplica este a un subconjunto, y aquí lo importante está en saber elegir a las personas que serán encuestadas para que toda la población esté representada en la muestra; otro punto a considerar y tratar cuidadosamente, son las preguntas que se les hará.

POBLACION Y MUESTRA

Para determinar el número de encuestas que se aplicaran para el desarrollo del presente trabajo de investigación, he considerado al segmento de las familias de la ciudad de Loja del año 2,015.

Tamaño del universo.

Para definir el tamaño del universo, lo segmentamos en las familias de la ciudad de Loja.

Cuadro N° 02

| Tamaño del Universo | | |
|---|--------------------|--------------------------------------|
| Población ciudad de Loja (2,010) | 180,617 habitantes | (Datos INEC, Censo 2,010) |
| Población ciudad de Loja (2,015) | 200,199 habitantes | (Proyección 2,010-2,015 Cuadro N°03) |
| Número de familias ciudad de Loja (2,015) | 50,050 familias | (4 personas promedio familia) |

Fuente: INEC (Censo 2,010)

Elaboración: Manuel Aguirre

Para determinar el cuadro N°02, según el censo del año 2,010 en la ciudad de Loja existen 180,617 habitantes, realizamos una proyección para el año 2,015(Ver cuadro N°03) en el cual determinamos que para el año 2,015 la ciudad de Loja contara con una población de 200,199 habitantes con una tasa de crecimiento del 2.08% anual.

$$\text{Proyeccion} = N(1 + r)^n$$

Dónde:

N = Población (ciudad de Loja)

r = tasa de crecimiento (2.08%)

n = años a proyectar

Cuadro N° 03

| Proyección poblacional de la ciudad de Loja 2,010-2,015 | | |
|---|-----------------------|----------------------|
| Año de proyección | Formula | Población proyectada |
| 2,010 | $N(1+r)^n$ | 180,617 |
| 2,011 | $180,617(1+0.0208)^1$ | 184,374 |
| 2,012 | $180,617(1+0.0208)^2$ | 188,209 |
| 2,013 | $180,617(1+0.0208)^3$ | 192,124 |
| 2,014 | $180,617(1+0.0208)^4$ | 196,120 |
| 2,015 | $180,617(1+0.0208)^5$ | 200,199 |

Fuente: INEC (Censo 2,010) – Tasa de crecimiento 2.08%

Elaboración: Manuel Aguirre

Para desarrollar nuestro proyecto de factibilidad tomamos la muestra base, la población de la ciudad de Loja del año 2,015 *ver cuadro N°02*

Para determinar cuántas familias hay en la ciudad de Loja, dividimos el número de la población de la ciudad de Loja de año 2,015 para 4 que es el número de personas que existe en una familia según el censo realizado en el año 2,010 por el INEC.

$$\text{Familias de la Ciudad de Loja} = \frac{200,199}{4} = 50,050 \text{ familias}$$

Tamaño de la Muestra:

Es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

Formula:

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

Donde

n = Tamaño de la muestra

N = Población = 50,050 familias de la ciudad de Loja.

e = margen de error (5%) = 0,05

Para desarrollar nuestro proyecto de factibilidad tomamos la muestra de la población de la proyección del año 2,015.

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

$$n = \frac{50,050}{1 + 50,050(0,05)^2}$$

$$n = \frac{50,050}{1 + 50,050(0,0025)}$$

$$n = \frac{50,050}{126.13}$$

$$n = 396.81$$

$$n = 397$$

Para la realización del análisis de la demanda de nuestro centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, realizaremos 397 encuestas dirigidas hacia las familias de la ciudad de Loja.

Oferentes

Para nuestro proyecto los oferentes son cero (0), ya que en nuestra ciudad no existen empresas que ofrecen el servicio propuesto.

f. ANALISIS DE RESULTADOS

Encuestas para determinar la Demanda:

La encuesta que aplicaremos será un cuestionario de 16 preguntas, para obtener información, lo cual nos ayudara a determinar el comportamiento de los consumidores.

DATOS GENERALES

a. ¿De cuántos miembros está compuesta su familia?:

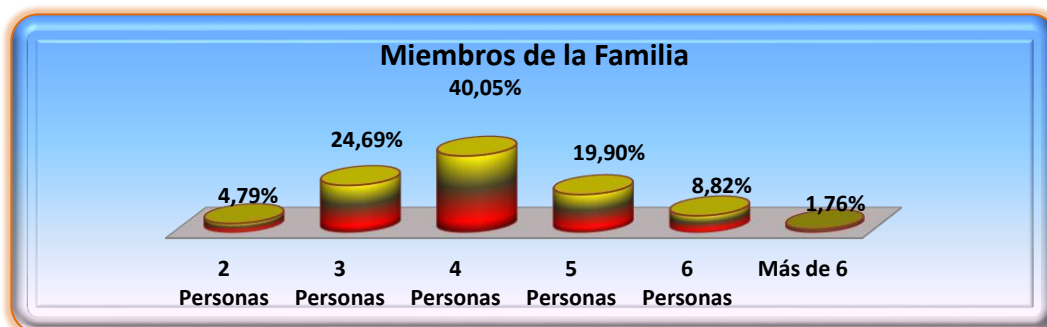
Cuadro N° 04

| Miembros de la Familia | | |
|------------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 2 Personas | 19 | 4.79% |
| 3 Personas | 98 | 24.69% |
| 4 Personas | 159 | 40.05% |
| 5 Personas | 79 | 19.90% |
| 6 Personas | 35 | 8.82% |
| Más de 6 | 7 | 1.76% |
| TOTAL | 397 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 01



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 4.79% están integradas por 2 personas, el 24.69% integradas por 3 personas, el 40.05% de los encuestados integradas por 4 personas, el 19.90% integradas por 5 personas, el 8.82% de los encuestados están integradas por 6 personas y el 1.76% están integradas por más de 6 personas. Podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja están integradas por 4 personas, con un porcentaje del 40.05%. Ver cuadro N°04

b. ¿El ingreso económico promedio mensual de su familia, es de?:

Cuadro N° 05

| Ingreso Mensual | | |
|---------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 100 a 300 dólares | 3 | 0.76% |
| 301 a 600 dólares | 46 | 11.59% |
| 601 a 1000 dólares | 104 | 26.20% |
| 1001 a 1300 dólares | 162 | 40.81% |
| 1301 a 1500 dólares | 60 | 15.11% |
| Más de 1501 | 22 | 5.54% |
| TOTAL | 397 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 02



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 0.76% tiene un sueldo promedio de 100 a 300 dólares mensuales, el 11.59% tiene un sueldo entre 301 a 600 dólares, el 26.20% tiene un sueldo entre 601 a 1,000 dólares, el 40.81% tiene un sueldo promedio entre los 1,001 a 1,300 dólares mensuales, el 15.11% tiene un sueldo promedio de entre los 1,301 a 1,500 dólares y el 5.54% tiene un sueldo de más de 1,501 dólares mensuales.

De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja tiene un sueldo promedio de 1,001 a 1,300 dólares mensuales, con un porcentaje del 40.81%. Ver cuadro N°05

DATOS ESPACÍFICOS

Pregunta N°2

¿Conoce usted de la existencia de centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja?

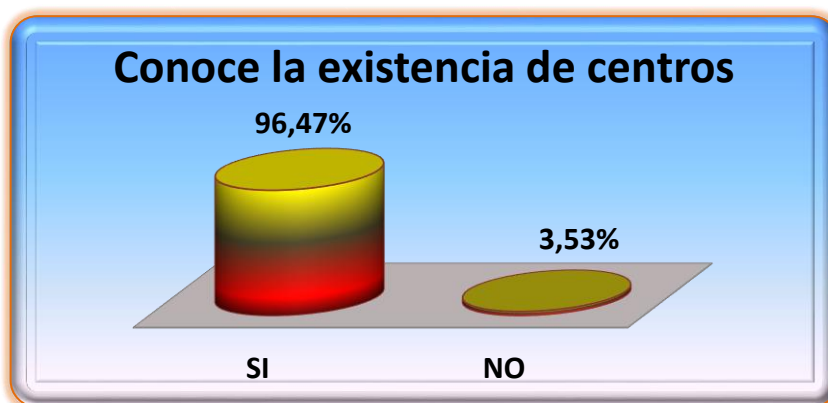
Cuadro N° 06

| Conoce la existencia de centros | | |
|---------------------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| SI | 383 | 96.47% |
| NO | 14 | 3.53% |
| TOTAL | 397 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 03



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 96.47% SI conoce de la existencia de centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja, mientras que el 3.53% manifiestan que NO conocen centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja.

De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja SI conocen de la existencia de centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja, con un porcentaje del 96.47%. Ver cuadro N°06

Pregunta N°3

¿Frecuenta usted y su familia centros de entretenimiento familiar?

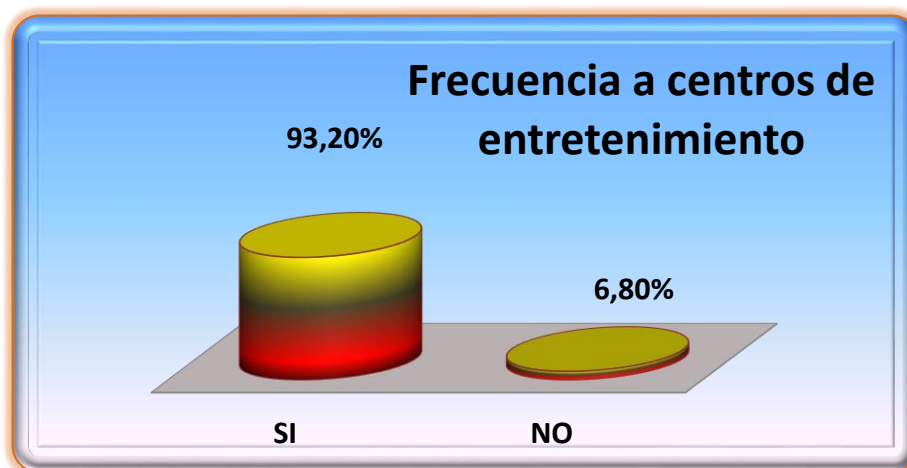
Cuadro N° 07

| Frecuencia a centros de entretenimiento | | |
|---|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| SI | 370 | 93.20% |
| NO | 27 | 6.80% |
| TOTAL | 397 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 04



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 93.20% SI frecuentan centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja, mientras que el 6.80% manifiestan que NO frecuentan centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja.

De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja SI frecuentan centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja, con un porcentaje del 93.20%. *Ver cuadro N°07*

Pregunta N°4

Si su respuesta a la pregunta anterior fue positiva, dé contestación a la siguiente interrogante ¿Los centros de entretenimiento que usted y su familia frecuentan, ofrece?

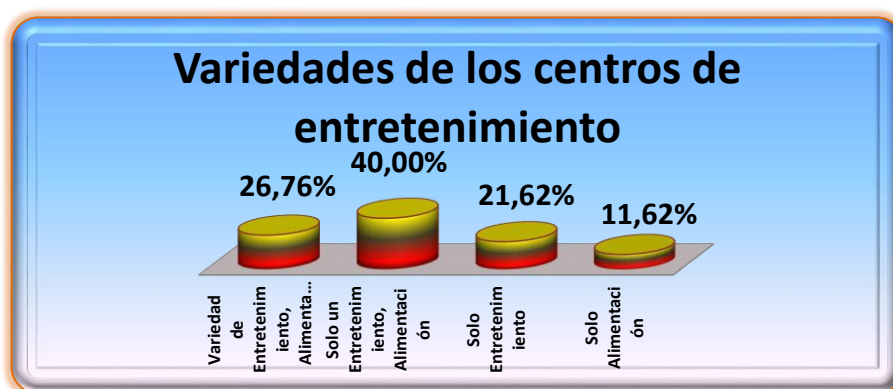
Cuadro N° 08

| Variedades de los centros de entretenimiento | | |
|--|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Variedad de Entretenimiento, Alimentación | 99 | 26.76% |
| Solo un Entretenimiento, Alimentación | 148 | 40.00% |
| Solo Entretenimiento | 80 | 21.62% |
| Solo Alimentación | 43 | 11.62% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 05



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 26.76% de los encuestados manifiestan que los centros de entretenimiento que frecuentan les ofrecen Variedad de Entretenimiento, Alimentación, el 40.00% manifiestan que los centros de entretenimiento que frecuentan les ofrecen Solo un Entretenimiento, Alimentación, el 21.62% de los encuestados manifiestan que les ofrecen Solo Entretenimiento, y el 11.62% manifiestan que les ofrecen Solo Alimentación. De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja manifiestan que los centros de entretenimiento que frecuentan les ofrecen Solo un Entretenimiento y Alimentación, con un porcentaje del 40.00%. Ver cuadro N°08

Pregunta N°5

¿Con qué frecuencia usted y su familia visitan un centro de entretenimiento familiar?

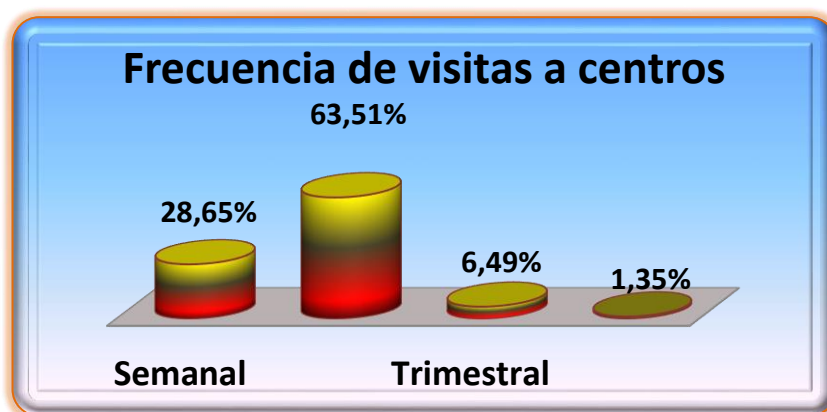
Cuadro N° 09

| Frecuencia de visitas a centros | | |
|---------------------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Semanal | 106 | 28.65% |
| Mensual | 235 | 63.51% |
| Trimestral | 24 | 6.49% |
| Anual | 5 | 1.35% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 06



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 28.65% de los encuestados manifiestan que frecuentan semanalmente centros de entretenimiento, el 63.51% lo realizan mensualmente, el 6.49% lo hacen trimestralmente, y el 1.35% manifiestan que frecuentan anualmente.

De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja frecuentan los centros de entretenimiento familiar semanalmente, con un porcentaje del 63.51%. *Ver cuadro N°09*

Pregunta N°6

¿Cómo se enteró usted de la existencia del centro de entretenimiento que visita?

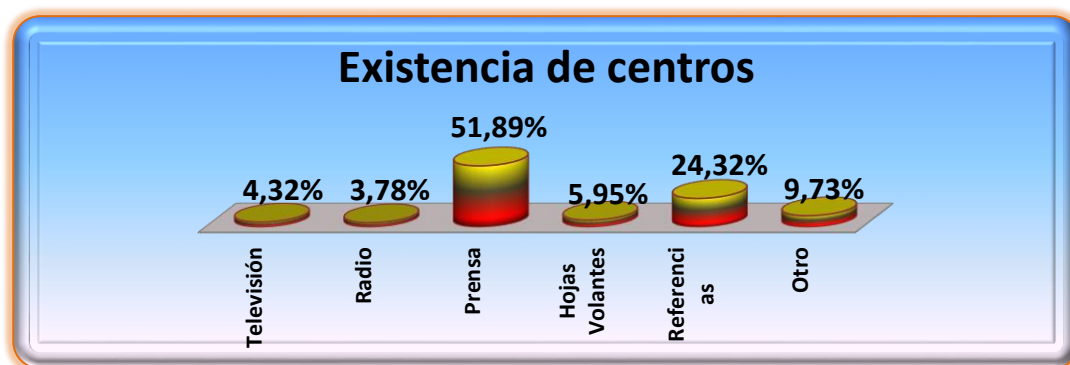
Cuadro N° 10

| Existencia de centros | | |
|-----------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Televisión | 16 | 4.32% |
| Radio | 14 | 3.78% |
| Prensa | 192 | 51.89% |
| Hojas Volantes | 22 | 5.95% |
| Referencias | 90 | 24.32% |
| Otro | 36 | 9.73% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 07



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 4.32% de los encuestados manifiestan que se enteraron de la existencia del un centro de entretenimiento familiar por la televisión, el 3.78% por la radio, el 51.89% se enteró de la existencia por la prensa escrita, el 5.95% por hojas volantes, el 24.32% se enteró por referencias y el 9.73% se enteró por otro medio.

De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja se enteraron de la existencia del un centro de entretenimiento familiar por la prensa escrita, con un porcentaje del 51.89%.

Ver cuadro N°10

Pregunta N°7

¿Cuál es su promedio de consumo (pago) mensual dentro del centro de entretenimiento visitado?

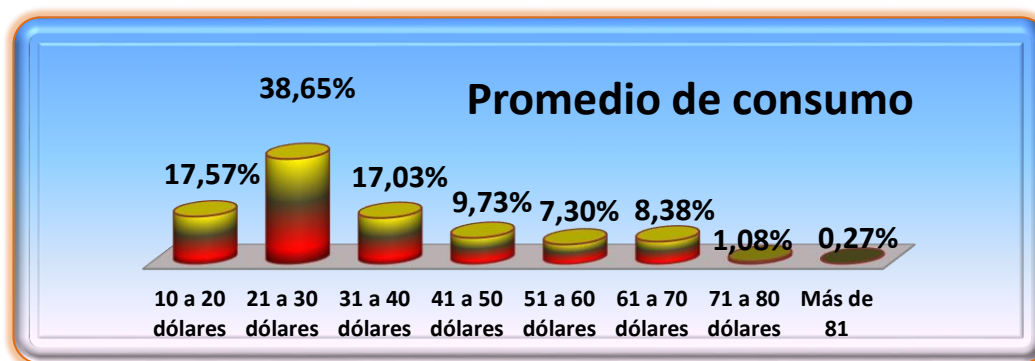
Cuadro N° 11

| Promedio de consumo | | |
|---------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| 10 a 20 dólares | 65 | 17.57% |
| 21 a 30 dólares | 143 | 38.65% |
| 31 a 40 dólares | 63 | 17.03% |
| 41 a 50 dólares | 36 | 9.73% |
| 51 a 60 dólares | 27 | 7.30% |
| 61 a 70 dólares | 31 | 8.38% |
| 71 a 80 dólares | 4 | 1.08% |
| Más de 81 | 1 | 0.27% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 08



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De las encuestas manifestaron que el 17.57% de los encuestados manifiestan que su promedio de consumo mensual en un centro de entretenimiento familiar es de 10 a 20 dólares, el 38.65% su promedio es de 21 a 30 dólares, el 17.03% es de 31 a 40 dólares mensuales, el 9.73% es de 41 a 50 dólares, el 7.30% su promedio es de 51 a 60 dólares mensuales, el 8.38% es de 61 a 70 dólares mensuales, el 1.08% tiene un promedio de 71 a 80 dólares y el 0.27% tiene un promedio mensual de más de 81 dólares. Podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, el promedio de consumo mensual en un centro de entretenimiento familiar es de 21 a 30 dólares, con un porcentaje del 38.65%. Ver cuadro N°11

Pregunta N°8

¿Los precios de consumo dentro del centro de entretenimiento, son: ?

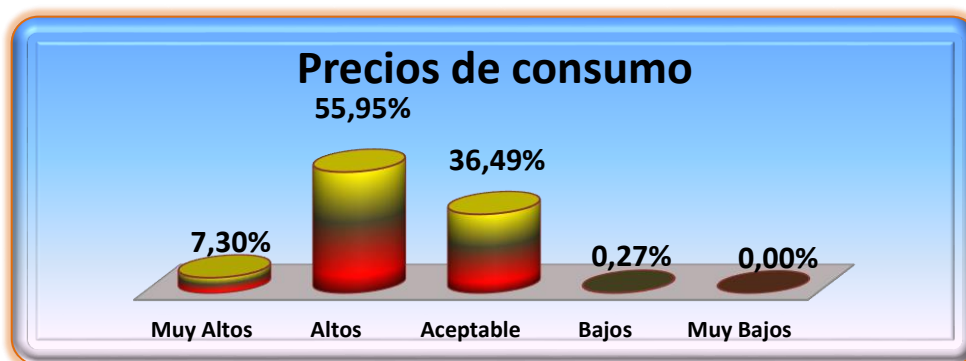
Cuadro N° 12

| Precios de consumo | | |
|--------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Muy Altos | 27 | 7.30% |
| Altos | 207 | 55.95% |
| Aceptable | 135 | 36.49% |
| Bajos | 1 | 0.27% |
| Muy Bajos | 0 | 0.00% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 09



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que el 7.30% de los encuestados manifiestan que los precios en los centros de entretenimiento familiar que frecuentan son muy altos, el 55.95% manifiesta que los precios son Altos, el 36.49% los precios son aceptables, el 0.27% manifiestan que son bajos y el 0.00% que son muy bajos.

De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, manifiestan que los precios en los centros de entretenimiento familiar que frecuentan son altos, con un porcentaje del 55.95%. Ver cuadro N°12

Pregunta N°9

En la actualidad en nuestra Ciudad existen los siguientes centros de entretenimiento familiar: ¿Cuál de ellos prefieren visitar usted y su familia?

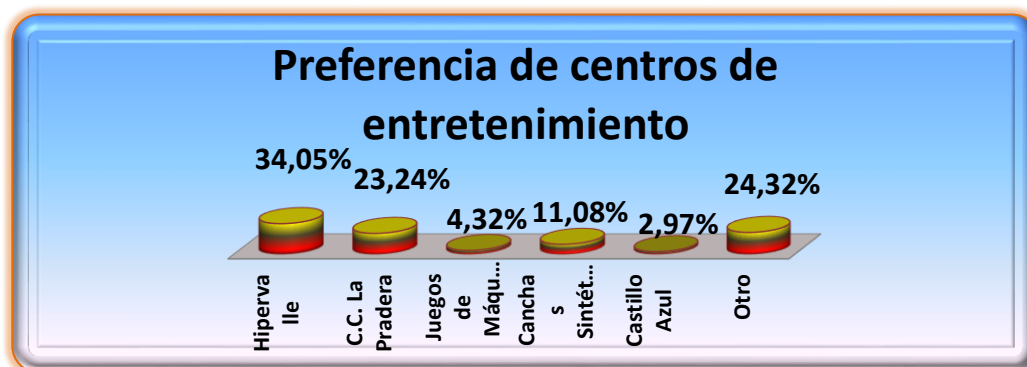
Cuadro N° 13

| Preferencia de centros de entretenimiento | | |
|---|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Hipervalle | 126 | 34.05% |
| C.C. La Pradera | 86 | 23.24% |
| Juegos de Máquinas | 16 | 4.32% |
| Canchas Sintéticas | 41 | 11.08% |
| Castillo Azul | 11 | 2.97% |
| Otro | 90 | 24.32% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 10



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 34.05% de los encuestados manifiestan su preferencia por el Hipervalle como centro de entretenimiento familiar, el 23.24% al Centro comercial la Pradera, el 4.32% prefieren los juegos de máquinas, el 11.08% a las canchas sintéticas, el 2.97% al Castillo Azul, y el 24.32% prefieren otros centros. De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, manifiestan su preferencia de visita como centro de entretenimiento familiar al Hipervalle, con un porcentaje del 34.05%. Ver cuadro N°13

Pregunta N° 10

¿Estaría usted de acuerdo con que se implemente en la ciudad de Loja un centro de multi entretenimiento familiar que le ofrezca entre otros servicios los siguientes: bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas?

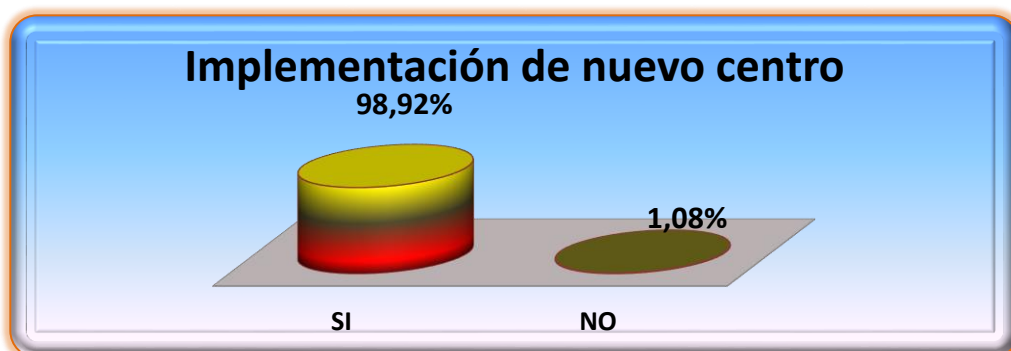
Cuadro N° 14

| Implementación de nuevo centro | | |
|--------------------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| SI | 366 | 98.92% |
| NO | 4 | 1.08% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 11



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 98.92% de los encuestados están de acuerdo en la implementación de un nuevo centro de multi entretenimiento familiar que le ofrezca entre otros servicios los siguientes: bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas y el 1.08% No están de acuerdo con esta implementación.

De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, manifiestan su aceptación por la creación e implementación de un nuevo centro de multi entretenimiento familiar que le ofrezca entre otros servicios los siguientes: bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas, con un porcentaje del 98.92%. Ver cuadro N°14

Pregunta N°11

¿Estaría dispuesto a destinar parte de sus ingresos económicos en este nuevo centro de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas)?

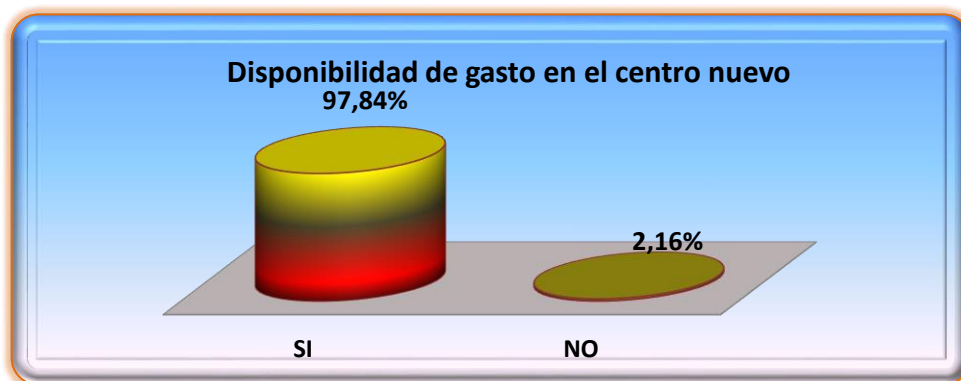
Cuadro N° 15

| Disponibilidad de gasto en el centro nuevo | | |
|--|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| SI | 362 | 97.84% |
| NO | 8 | 2.16% |
| TOTAL | 370 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 12



Elaboración: El Autor

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 97.84% de los encuestados están dispuestos a destinar parte de sus ingresos en el nuevo centro de multi entretenimiento familiar que le ofrezca entre otros servicios los siguientes: bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas y el 2.16% No están dispuestos. De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, manifiestan que están dispuestos a destinar parte de sus ingresos en el nuevo centro de multi entretenimiento familiar que le ofrezca entre otros servicios los siguientes: bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas, con un porcentaje del 97.84%. Ver cuadro N°15

Pregunta N°12

¿Con qué frecuencia y cuánto estaría dispuesto a destinar en este nuevo centro de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas)?

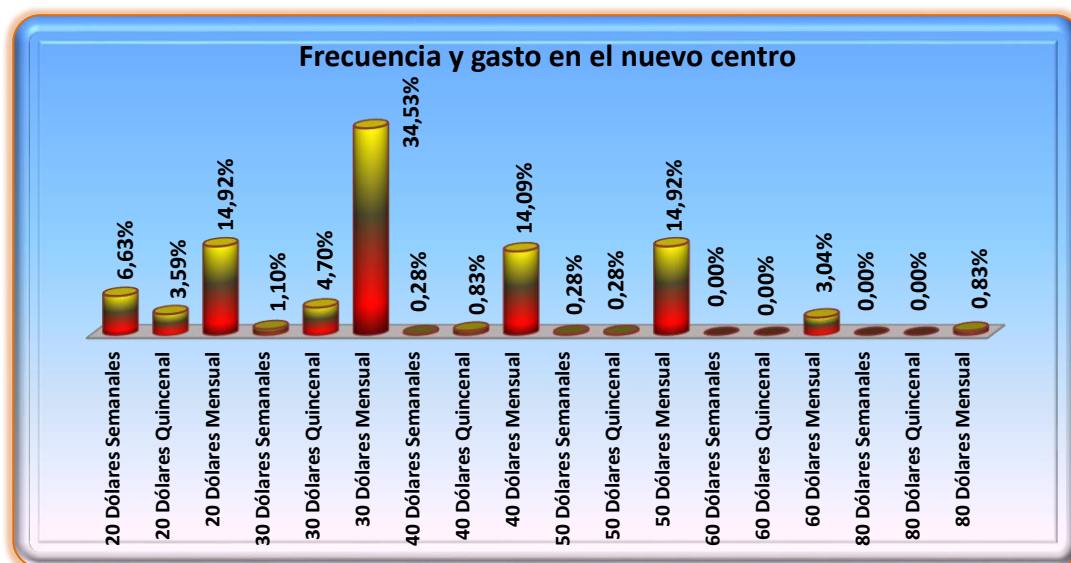
Cuadro N° 16

| Frecuencia y gasto en el nuevo centro | | | |
|---------------------------------------|------------|-----------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | CONSUMO MENSUAL | PORCENTAJE |
| 20 Dólares Semanales | 24 | 96 | 6.63% |
| 20 Dólares Quincenal | 13 | 26 | 3.59% |
| 20 Dólares Mensual | 54 | 54 | 14.92% |
| 30 Dólares Semanales | 4 | 16 | 1.10% |
| 30 Dólares Quincenal | 17 | 34 | 4.70% |
| 30 Dólares Mensual | 125 | 125 | 34.53% |
| 40 Dólares Semanales | 1 | 4 | 0.28% |
| 40 Dólares Quincenal | 3 | 6 | 0.83% |
| 40 Dólares Mensual | 51 | 51 | 14.09% |
| 50 Dólares Semanales | 1 | 4 | 0.28% |
| 50 Dólares Quincenal | 1 | 2 | 0.28% |
| 50 Dólares Mensual | 54 | 54 | 14.92% |
| 60 Dólares Semanales | 0 | 0 | 0.00% |
| 60 Dólares Quincenal | 0 | 0 | 0.00% |
| 60 Dólares Mensual | 11 | 11 | 3.04% |
| 80 Dólares Semanales | 0 | 0 | 0.00% |
| 80 Dólares Quincenal | 0 | 0 | 0.00% |
| 80 Dólares Mensual | 3 | 3 | 0.83% |
| TOTAL | 362 | 486 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 13



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 6.63% de los encuestados manifiestan que estarán dispuestos a consumir 20 dólares semanales en el nuevo centro de multi entretenimiento familiar, el 3.59% 20 dólares quincenales, el 14.92% 20 dólares mensuales, el 1.10% 30 dólares semanales, el 4.70% 30 dólares quincenales, el 34.53% 30 dólares mensuales, el 0.28% 40 dólares semanales, el 0.83% 40 dólares quincenales, el 14.09% 40 dólares mensuales, el 0.28% 50 dólares semanales, el 0.28% 50 dólares quincenales, el 14.92% 50 dólares mensuales, el 0.00% 60 dólares semanales, el 0.00% 60 dólares quincenales, el 3.04% 60 dólares mensuales, el 0.00% 80 dólares semanales, el 0.00% 80 dólares quincenales, y el 0.83% 80 dólares mensuales. Por lo tanto, se puede determinar que de los 362 encuestados visitaran el centro 486 veces al mes. De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, manifiestan que estarán dispuestos a consumir 30 dólares mensuales en el nuevo centro de multi entretenimiento familiar, con un porcentaje del 34.53%. *Ver cuadro N°16*

Para determinar el promedio del consumo mensual tenemos:

$$\text{Promedio} = 486 \cdot 12 / 362$$

$$\text{Promedio} = 16.11 \text{ anual} / 12 \text{ meses} = 1.3 \text{ visita mensual por familia}$$

Pregunta N°13

¿Cuál sería el servicio que a Usted le gustaría frecuentar más en el nuevo centro de multi entretenimiento familiar?

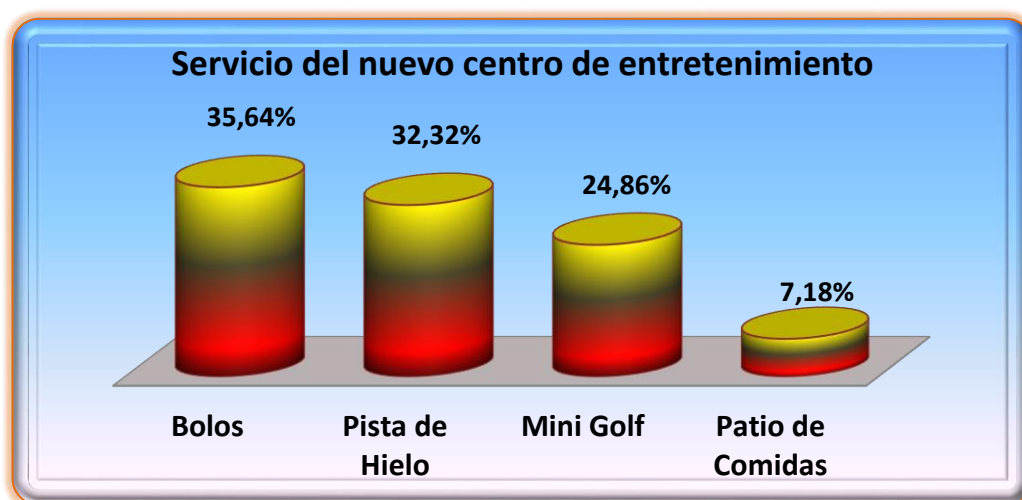
Cuadro N° 17

| Servicio del nuevo centro de entretenimiento | | |
|--|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Bolos | 129 | 35.64% |
| Pista de Hielo | 117 | 32.32% |
| Mini Golf | 90 | 24.86% |
| Patio de Comidas | 26 | 7.18% |
| TOTAL | 362 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 14



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 35.64% de los encuestados manifiestan su interés en frecuentar el servicio de bolos que ofrecerá el nuevo centro de multi entretenimiento familiar, el 32.32% el servicio de pista de hielo, el 24.86% prefieren el servicio de mini golf y el 7.18% lo que sería el patio de comidas. De lo citado anteriormente podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, manifiestan su interés en frecuentar el servicio de bolos que ofrecerá el nuevo centro de multi entretenimiento familiar, con un porcentaje del 35.64%. *Ver cuadro N°17*

Pregunta N°14

¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por sus visitas?

Cuadro N° 18

| Promociones | | |
|---|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Descuentos | 75 | 20.72% |
| Tarjeta de Afiliado | 80 | 22.10% |
| 50% Descuento Cumpleañoero | 26 | 7.18% |
| Un día a la semana la mitad de precio | 97 | 26.80% |
| Martes a Jueves el 25% descuento | 64 | 17.68% |
| Un juego gratis por acumulación de puntos | 20 | 5.52% |
| TOTAL | 362 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 15



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 20.72% de los encuestados les gustaría obtener descuentos en los consumos del nuevo centro de multi entretenimiento familiar, el 22.10% le gustaría tener una tarjeta de afiliación, el 7.18% le gustaría que el día de su cumpleaños tener el 50% de descuento en consumos, el 26.80% prefieren que un día a la semana sea la mitad de precio en consumos, el 17.68% le gustaría que de martes a jueves un descuento del 25% y el 5.52% que se dé un juego gratis por acumular puntos. Podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, les gustaría obtener un día a la semana sea la mitad de precio en consumos en el nuevo centro de multi entretenimiento familiar, con un porcentaje del 26.80%. Ver cuadro N°18

Pregunta N°15

¿Dónde le gustaría a usted que se ubique este nuevo centro de entretenimientos familiar en la ciudad de Loja?

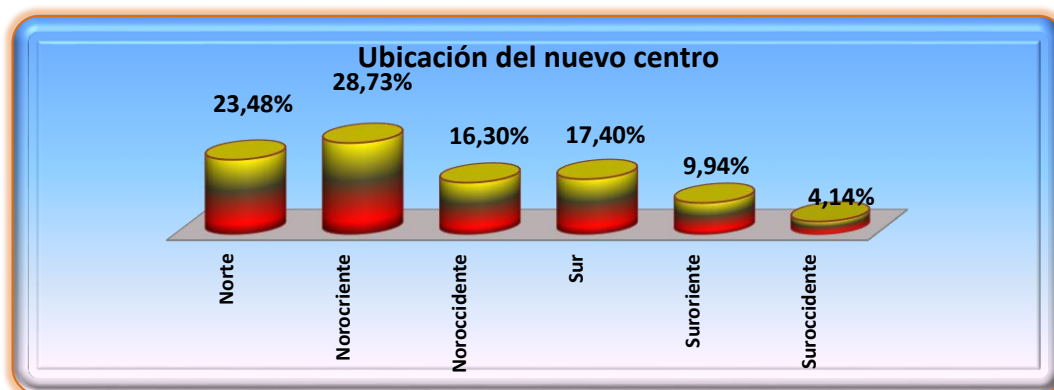
Cuadro N° 19

| Ubicación del nuevo centro | | |
|----------------------------|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Norte | 85 | 23.48% |
| Nororiente | 104 | 28.73% |
| Noroccidente | 59 | 16.30% |
| Sur | 63 | 17.40% |
| Suroriente | 36 | 9.94% |
| Suroccidente | 15 | 4.14% |
| TOTAL | 362 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 16



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 23.48% de los encuestados les gustaría que el nuevo centro de multi entretenimiento familiar este ubicado en el sector norte de la ciudad de Loja, el 28.73% le gustaría que este en el sector nororiente, el 16.30% le gustaría en el noroccidente, el 17.40% prefieren en el sur de la ciudad, el 9.94% le gustaría en el suroriente y el 4.14% en la parte suroccidente de la ciudad de Loja. Podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, les gustaría que el nuevo centro de multi entretenimiento familiar este ubicado en el sector noroccidente de la ciudad de Loja, con un porcentaje del 28.73%. Ver cuadro N°19

Pregunta N°16

¿Por qué medio de comunicación estaría usted de acuerdo con que la empresa publicite sus servicios de entretenimientos (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas)?

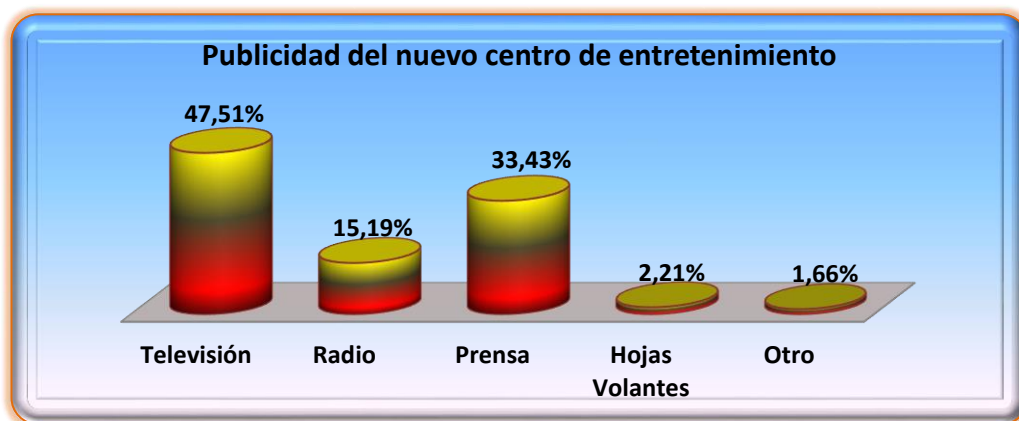
Cuadro N° 20

| Publicidad del nuevo centro de entretenimiento | | |
|--|------------|----------------|
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
| Televisión | 172 | 47.51% |
| Radio | 55 | 15.19% |
| Prensa | 121 | 33.43% |
| Hojas Volantes | 8 | 2.21% |
| Otro | 6 | 1.66% |
| TOTAL | 362 | 100.00% |

Fuente: Investigación directa (encuesta)

Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 17



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis e Interpretación: De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja manifestaron que, el 47.51% de los encuestados les gustaría que los servicios que preste el nuevo centro de multi entretenimiento familiar sea publicitado por la televisión, el 15.19% le gustaría que sea por la radio, el 33.43% le gustaría que sea por la prensa escrita, el 2.21% por hojas volates y el 1.66% que se por otro medio. Podemos concluir, que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, les gustaría que los servicios que preste el nuevo centro de multi entretenimiento familiar sea publicitado por la televisión, con un porcentaje del 47.51%. Ver cuadro N°20

g.DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado define la cuantía de la demanda e ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitas. El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Metodológicamente, tres son los aspectos que se deben estudiar: el consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, la competencia y las ofertas del mercado y del proyecto y, la comercialización del producto.²⁶

Para la creación de nuestra empresa dedicada al entretenimiento, brindaremos los servicios de bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas, se quiere que, las personas que utilicen los servicios de nuestra empresa sea de su agrado ofreciendo una buena atención, calidad, variedad, un ambiente agradable al consumidor, una infraestructura adecuada y cómoda para su diversión, que se encuentre con un lugar seguro para él y su familia, que los precios estén de acuerdo a su economía, es decir que se satisfaga la necesidad del cliente.

En el presente proyecto realizare un estudio de mercado en el cual, me permita analizar la oferta y la demanda para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.

²⁶ MALHOTRA, Naresh K. Investigación de mercados un enfoque aplicado. 4. ed. México, Pearson Educación, 2004. Pág.30.

Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo General

- Determinar un Estudio de Mercado para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Conocer la situación del mercado determinando las necesidades de los clientes potenciales.
- Conocer el grado de aceptación que podría tener un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.
- Determinar el análisis de la demanda (potencial, real, uso percapita y efectiva), del centro de servicio de multi entretenimiento familiar en una proyección de 10 años.
- Determinar un plan de comercialización (producto, nombre, eslogan, logotipo, servicios, precios, plaza, promociones) para el nuevo centro de servicio de multi entretenimiento familiar de la ciudad de Loja en una proyección de 10 años.

Proyección poblacional de la ciudad de Loja 2,015-2,025

Cuadro N° 21

| Proyección poblacional de la ciudad de Loja 2,015-2,025 | | |
|---|---------------------------|----------------------|
| Año de Proyección | Formula | Población proyectada |
| 2,015 | $N(1+r)^n$ | 200,199 |
| 2,016 | $200,199 (1+0.0208)^1$ | 204,364 |
| 2,017 | $200,199 (1+0.0208)^2$ | 208,614 |
| 2,018 | $200,199 (1+0.0208)^3$ | 212,954 |
| 2,019 | $200,199 (1+0.0208)^4$ | 217,383 |
| 2,020 | $200,199 (1+0.0208)^5$ | 221,905 |
| 2,021 | $200,199 (1+0.0208)^6$ | 226,520 |
| 2,022 | $200,199 (1+0.0208)^7$ | 231,232 |
| 2,023 | $200,199 (1+0.0208)^8$ | 236,041 |
| 2,024 | $200,199 (1+0.0208)^9$ | 240,951 |
| 2,025 | $200,199 (1+0.0208)^{10}$ | 245,962 |

Fuente: Cuadro N°.03 y INEC (Censo 2,010) – Tasa de crecimiento 2.08%

Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis de la demanda

Demanda potencial

Es toda la población de estudio segmentada, realizamos una proyección para 10 años.

Cuadro N° 22

| Demanda potencial proyección para 10 años | | | | |
|---|-----------|-------------------------------|-------------------|-------------------------------------|
| Años | Población | Nº de Integrantes por Familia | Demanda Potencial | Demanda Potencial de Estudio 96.47% |
| 0 | 200,199 | 4 | 50,050 | 48,283 |
| 1 | 204,364 | 4 | 51,091 | 49,287 |
| 2 | 208,614 | 4 | 52,154 | 50,313 |
| 3 | 212,954 | 4 | 53,239 | 51,360 |
| 4 | 217,383 | 4 | 54,346 | 52,428 |
| 5 | 221,905 | 4 | 55,476 | 53,518 |
| 6 | 226,520 | 4 | 56,630 | 54,631 |
| 7 | 231,232 | 4 | 57,808 | 55,767 |
| 8 | 236,041 | 4 | 59,010 | 56,927 |
| 9 | 240,951 | 4 | 60,238 | 58,112 |
| 10 | 245,962 | 4 | 61,491 | 59,320 |

Fuente: Cuadro N°06 y Cuadro N° 03

Elaboración: Manuel Aguirre

Demanda Real

Es la población segmentada que realmente consume el producto.

Cuadro N° 23

| Demanda real proyección para 10 años | | | |
|--------------------------------------|------------------------------|-----------------------|--------------|
| Años | Demanda Potencial de estudio | Demanda Real (93,20%) | Demanda Real |
| 0 | 48,283 | 93.20% | 45,000 |
| 1 | 49,287 | | 45,935 |
| 2 | 50,313 | | 46,891 |
| 3 | 51,360 | | 47,868 |
| 4 | 52,428 | | 48,863 |
| 5 | 53,518 | | 49,879 |
| 6 | 54,631 | | 50,916 |
| 7 | 55,767 | | 51,975 |
| 8 | 56,927 | | 53,056 |
| 9 | 58,112 | | 54,160 |
| 10 | 59,320 | | 55,286 |

Fuente: Cuadro N°02 y Cuadro N° 07

Elaboración: Manuel Aguirre

Consumo Per cápita

Es la cantidad de visitas que se va a tener cada familia anualmente a nuestro centro de entretenimiento.

Cuadro N° 24

| Per cápita proyección para 10 años | | | |
|------------------------------------|--------------|------------------------------------|---------------------------|
| Años | Demanda Real | Consumo Promedio Anual por persona | Demanda Real vistas anual |
| 0 | 45,000 | 16.11 | 724,950 |
| 1 | 45,935 | | 740,013 |
| 2 | 46,891 | | 755,414 |
| 3 | 47,868 | | 771,153 |
| 4 | 48,863 | | 787,183 |
| 5 | 49,879 | | 803,551 |
| 6 | 50,916 | | 820,257 |
| 7 | 51,975 | | 837,317 |
| 8 | 53,056 | | 854,732 |
| 9 | 54,160 | | 872,518 |
| 10 | 55,286 | | 890,657 |

Fuente: Cuadro N°16 y Cuadro N° 23

Elaboración: Manuel Aguirre

Demanda Efectiva

Es toda la población segmentada que en la práctica son requeridos el producto por el mercado.

Cuadro N° 25

| Demanda Efectiva proyección para 10 años | | | |
|--|--------------|-----------------------|------------------|
| Años | Demanda Real | D. efectiva. (97,84%) | Demanda efectiva |
| 0 | 724,950 | 97,84% | 709,291 |
| 1 | 740,013 | | 724,029 |
| 2 | 755,414 | | 739,097 |
| 3 | 771,153 | | 754,496 |
| 4 | 787,183 | | 770,180 |
| 5 | 803,551 | | 786,194 |
| 6 | 820,257 | | 802,539 |
| 7 | 837,317 | | 819,231 |
| 8 | 854,732 | | 836,270 |
| 9 | 872,518 | | 853,672 |
| 10 | 890,657 | | 871,419 |

Fuente: Cuadro N°24 y Cuadro N° 15

Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis de la oferta

En la ciudad de Loja, no existen centros de entretenimiento familiar como los de nuestro proyecto, por lo que la oferta es cero (0)

Estudio de la oferta

Al no existir un estudio de oferta del servicio, ya que en la ciudad de Loja no existen empresas que ofrecen este servicio, se trabajara con como oferta el valor de las familias existente en la ciudad. Nos permite conocer a las empresas que ofrecen el servicio de entretenimiento y tiene como finalidad determinar la cantidad o volumen de la oferta en un tiempo determinado.

Oferta Projectada

Cuadro N° 26

| Oferta Projectada | | | | | |
|---------------------------|---|---------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| Centro de entretenimiento | % | Ofrecen el servicio | Familias asisten/Mes | Familias asisten/Año | Oferta Familias Año |
| 0 | 0 | 0% | 0 | 0 | 0 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Cuadro N° 27

| Oferta Projectada para 10 años | | |
|--------------------------------|--------------------|------------|
| Años | Formula | Projectada |
| 0 | $N(1+r)^n$ | 0 |
| 1 | $0(1+0,0216)^1$ | 0 |
| 2 | $0(1+0,0216)^2$ | 0 |
| 3 | $0(1+0,0216)^3$ | 0 |
| 4 | $0(1+0,0216)^4$ | 0 |
| 5 | $0(1+0,0216)^5$ | 0 |
| 6 | $0(1+0,0216)^6$ | 0 |
| 7 | $0(1+0,0216)^7$ | 0 |
| 8 | $0(1+0,0216)^8$ | 0 |
| 9 | $0(1+0,0216)^9$ | 0 |
| 10 | $0(1+0,0216)^{10}$ | 0 |

Fuente: SRI – Tasa de crecimiento 2.16% y Cuadro N° 26

Elaboración: Manuel Aguirre

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha la medimos por la diferencia entre la Demanda efectiva la oferta.

Cuadro N° 28

| Demanda Insatisfecha proyección para 10 años | | | |
|--|-------------|--------|----------------------|
| Años | D. Efectiva | Oferta | Demanda Insatisfecha |
| 0 | 709,291 | 0 | 709,291 |
| 1 | 724,029 | 0 | 724,029 |
| 2 | 739,097 | 0 | 739,097 |
| 3 | 754,496 | 0 | 754,496 |
| 4 | 770,180 | 0 | 770,180 |
| 5 | 786,194 | 0 | 786,194 |
| 6 | 802,539 | 0 | 802,539 |
| 7 | 819,231 | 0 | 819,231 |
| 8 | 836,270 | 0 | 836,270 |
| 9 | 853,672 | 0 | 853,672 |
| 10 | 871,419 | 0 | 871,419 |

Fuente: Cuadro N°25 y Cuadro N° 27

Elaboración: Manuel Aguirre

Plan de comercialización

Para la comercialización del centro de servicio de multi entretenimiento familiar se tomara una estrategia de trabajo directa con el cliente ya que el producto brindado es el servicio de entretenimiento para lo cual se contara con máquinas y equipos de bolos, pista de hielo, mini golf y un patio de comidas, para lo cual se hará una promoción y publicidad de las instalaciones nuevas y modernas con las que contará este centro de entretenimiento donde el cliente sentirá la calidez y calidad del servicio.

Producto

El producto que se ofrece es el de multi entretenimiento que estará dividido en bolos, pista de hielo, mini golf y un patio de comidas en los cuales se podrá compartir con toda la familia.

Sala de Bolos:



Fig.25

Se contara con una sala adecuada para su práctica, la cual tendrá 4 pistas totalmente automatizadas, con las medidas estándares, seguridades e implementos adecuados.



Máquina GSX Pinsetter

- Es una máquina automatizada que facilita el ordenamiento de los pines o bolos para que el jugador no tenga que esperar son modernas y fiables.



Ball Returns

- Con este equipo haremos que la bola retorne hacia el lanzador, Puede contener hasta 20 bolas



Mesa con 8 sillas

- Se contara con 4 juegos una para cada pista la cual brindara comodidad a los usuarios de cada pista.



Monitores

- Se contara con 4 monitores de 32 pulgadas en los cueles se proyectaran videos musicales y cuando este activa la pista se visualiza la puntuación y los participantes que estén en el juego



Bolas de bolos

- Está hecha de poliéster y plástico con un núcleo de tres piezas. La bola está disponible en color rojo, amarillo o naranja y pesa entre 6 y 16 libras (2,72 y 7,26 kg).



Zapatos

Los zapatos de bolos son una parte imprescindible del equipamiento, las pistas suelen ser delicadas y se podrían estropear. tienen una suela especial que permite el deslizamiento del pie para no resbalar.

Pista de Hielo:



Fig.26

Se contara con una pista de hielo artificial limitada por una valla perimetral en la cual se genera y se mantiene una capa de hielo de manera artificial, con la ayuda de una máquina enfriadora, en la cual se podrá practicar, patinaje, o deportes como son el patinaje de velocidad, el patinaje artístico, o el hockey

Sistema de Congelación



- El sistema de congelacion es el que mantendra congelado el hielo se contara con una maquina menos ruidosas y de menor tamaño, es sumamente flexible, lo que permite montar pistas de cualquier forma y cualquier tamaño.



Zomboni

- Maquina que reacondiciona el hielo. Es un vehículo especial, utilizado como pulidora/niveladora de hielo, es ta maquina se la utiliza varias veces al día.



Patines de hielo

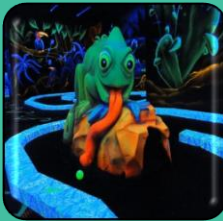
- Los patines son ecenciales para este juego lo que se contara con gran variedad de tallas y en perfecto estado.

Sala de Mini Golf:



Fig.27

Se contara con una sala de mini golf, que estará compuesta de 18 hoyos o pistas donde se debe seguir una secuencia de hoyos del 1 al 18 y sortear obstáculos de divertidas temáticas.



Estructuras

- Se contara con 18 estructuras de madera tratada y hierba artificial, las cuales contaran con obstaculos y diferentes modelos de parques temáticos.



Palos de Golf

- Un palo de golf consta de un eje con una sección de agarre o mango, y una superficie amplia denominada "cabeza" en el lado opuesto, se contara con una gran cantidad de palos de todos los tamaños y pesos.



Pelota de Mini Golf

- Cada jugador contara con una pelota de diferente color las cuales tienen una capa externa sólida, y una interna más blanda con las cuales se podrá jugar en todos los trucos con el palo de golf adecuado para su estatura y edad.

Patio de comidas:

Fig.28

El patio de comidas contara con una variada gama de gastronomía, se contara con locales de comida rápida, cafetería, heladería, frutería, marisquería, carnes.

**Patio de Comidas**

- Se adecuara 5 locales para el expendio de comidas las cuales serán variadas y comidas rápidas se contara con gran variedad estos locales serán arrendados a conocidas cadenas de comidas de la ciudad.

**Mesas de Servicio**

- Contaremos con un espacio adecuado para el servicio de alimentos cómodo funcional y amplio, estar compuesto por 22 mesas de 4 sillas y 4 mesas de 6 sillas distribuidas en el patio de comidas.

**Cafetería**

- La cafetería será administrada por el local, contara con el servicio de cafetería, heladería, frutería, adicional se ofrecerá picaditas para las personas que deseen en los juegos especialmente los bolos.

Nombre

El centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) de la ciudad de Loja, tendrá como nombre:

Fig. 29
Nombre del centro

ZONA JUEGOS
de

Eslogan

El eslogan es muy importante ya que se va a caracterizar al centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas), este deberá ser conciso lo cual va a permitir que al centro de entretenimiento se posicione en la mente de los consumidores. El eslogan que se propone es:

Fig. 30
Eslogan



Logotipo.

El logo es muy importante ya que forma parte de la empresa, porque ayuda a que viendo el logo sabemos de qué empresa se trata, por ese motivo he diseñado el siguiente log o para nuestra empresa de entretenimiento familiar de la Ciudad de Loja.

Fig. 31
LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Servicios.

El servicio que se brindará a la ciudadanía será

Cuadro N° 29

| Horas de Atención por día | | | | |
|---------------------------|---------|--------|-------------------|---------------------|
| | Entrada | Salida | Horas de Atención | Minutos de Atención |
| Lunes | 11:00 | 19:00 | 8 | 480 |
| Martes | 10:00 | 20:00 | 10 | 600 |
| Miércoles | 10:00 | 20:00 | 10 | 600 |
| Jueves | 10:00 | 20:00 | 10 | 600 |
| Viernes | 10:00 | 23:00 | 13 | 780 |
| Sábado | 10:00 | 23:00 | 13 | 780 |
| Domingo | 10:00 | 21:00 | 11 | 660 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Precio.

Cuadro N° 30

| Precios de las Salas de Juegos | | | | |
|---|--------|----------------|-----------|--------------|
|  | Bolos | Pista de Hielo | Mini Golf | Precio Combo |
| Lunes | \$3.50 | \$3.50 | \$3.50 | \$ 8.00 |
| Martes | \$3.50 | \$3.50 | \$3.50 | \$ 8.00 |
| Miércoles | \$3.50 | \$3.50 | \$3.50 | \$ 8.00 |
| Jueves | \$3.50 | \$3.50 | \$3.50 | \$ 8.00 |
| Viernes | \$3.50 | \$3.50 | \$3.50 | \$ 8.00 |
| Sábado | \$3.50 | \$3.50 | \$3.50 | \$ 8.00 |
| Domingo | \$3.50 | \$3.50 | \$3.50 | \$ 8.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Políticas de precios.

Se contara con un solo precio de ingreso en el cual se tendrá la opción de escoger dos juegos con una duración de 60 minutos por juego y un refrigerio (una porción de papas o un hotdog con un vaso de gaseosa) el precio será de \$ 8.00 dólares por persona.

Plaza.

El centro de entretenimiento familiar Zona de Juegos estará ubicado en el noroccidente de la ciudad de Loja, contara con un nuevo y moderno local el cual brindara comodidad y seguridad de todos sus clientes, se contara con una amplia zona de parqueos, accesos amplios, oficinas de administración, un patio de comidas, una sala de bolos, una pista de hielo, una sala de mini golf, baños, todos los accesos y baños tendrá facilidades para discapacitados.

Canal de comercialización.

Promoción.

El centro de entretenimiento familiar Zona de Juegos utilizara instrumentos publicitarios que permitan difundir su servicio en el mercado local, se tiene previsto realizar anuncios televisados ya que a los consumidores encuestados en un gran porcentaje prefiere la televisión, también se harán anuncios en la prensa escrita y la radio, se utilizaran gigantografías en las diferentes vallas de publicidad que existen en la Ciudad, con la ayuda de estas herramientas publicitarias se pretende dar a conocer a la empresa y sus servicios en el entretenimiento familiar a la ciudadanía lojana.

Estrategias de publicidad.

Como estrategias de publicidad optaremos por:

Volantes: Para la repartición de volantes habrá una persona que cumplirá el papel de impulsadora entregando las volantes en puntos estratégicos de la ciudad.

Gráfico N° 20
Publicidad



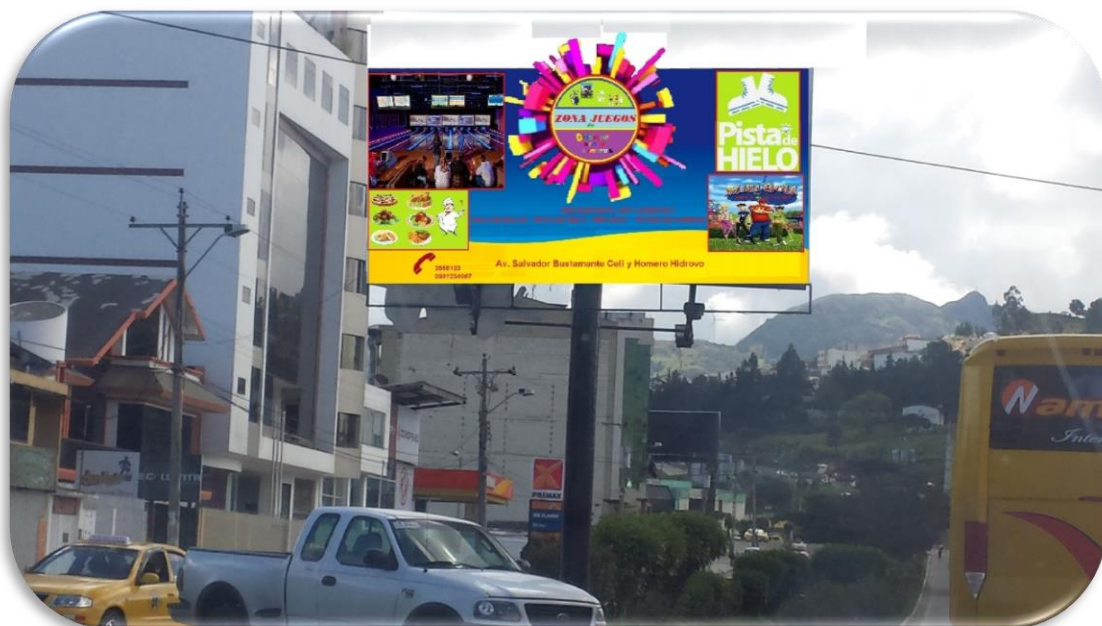
Prensa Escrita: Se realizarán publicaciones en los diarios locales dos veces a la semana.

Radio: Este será uno de los medios poco utilizados se lo incluirá cuando se transmitan partidos de fútbol de equipos locales en radios de la ciudad.

Televisión: Se realizarán propagandas diarias las cuales serán pasadas en los programas estelares en canales de la localidad en programas de entretenimiento se sortearán promociones para los participantes.

Vallas: Se tendrán algunas vallas de publicidad en diferentes sitios estratégicos de la ciudad publicitando el local, promociones, descuentos.

Gráfico N° 21
Vallas de Publicidad



ESTUDIO TECNICO.

El estudio técnico nos permite realizar un análisis de la estructura de la empresa, nos indica el proceso de producción o servicio brindado, la infraestructura, los recursos humanos.

Describiremos el proceso que vamos a utilizar, cuanto costara el proceso, que necesitamos para brindar el servicio de entreteniendo a las familias Lojanas.

Objetivo del Estudio Técnico.

- Conocer toda la información requerida de la ingeniería del proyecto con lo que nos dará a conocer la magnitud de los costos que se deberán efectuar en la implementación del proyecto.
- Determinación de la capacidades instalada y utilizada de la empresa, así como la de todos los costos involucrados en los servicio brindados.

Tamaño y Localización.

Tamaño de la empresa.

Para determinar el tamaño de la empresa y su correcta distribución consideramos elementos importantes que influyen en la rentabilidad del proyecto. Para lo cual la utilización eficiente y el máximo de la capacidad de los equipos.

Para realizar un adecuado diseño del local donde funcionara nuestro centro de entretenimiento debemos considerar los siguientes factores:

- Optima utilización del espacio.
- Estado de los equipos.
- Un ambiente adecuado para los clientes y los trabajadores.

- Un sistema eficiente de los juegos.

También debemos considerar las diferentes áreas de juegos que debemos diseñar y destinar para los espacios requeridos para su normal funcionamiento:

- Área para bolos.
- Área para pista de hielo.
- Área para sala de mini golf
- Área para patio de comidas
- Baños para los clientes
- Área administrativa.

Factores condicionantes del proyecto.

La creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, se lo realizará con la finalidad de brindar un servicio de entretenimiento para las familias lojanas donde encontraran variedad, precios convenientes y un servicio de calidad.

Los juegos que se instalaran en el centro serán nuevos y modernos, este tipo de juegos no se han instalado en la Ciudad de Loja donde se espera que tengan una gran acogida ya que estarán concentrados en un solo lugar con una alternativa de un patio de comida donde existirá una gran variedad de alimento.

Capacidad Instalada

La determinamos por la capacidad máxima de servicio que podemos ofrecer en la pista de hielo, la sala de bolos, en el mini golf y en el patio de comidas, con los cuales realizamos el siguiente análisis:

La capacidad de la pista de hielo es de 65 patinadores simultáneamente en una área de 253.30 metros de pista está planificado que la duración de cada boleto o turno será de 120 minutos (100 minutos de patinaje y 20 minutos de mantenimiento de la pista y equipos). Para el cálculo de la capacidad de la pista tomamos el tiempo que permanecerá abierta la pista según el día ver Cuadro N° 29

Tenemos que el lunes se atenderá 8 horas lo que equivale a 480 minutos, lo dividimos por 120 minutos lo que dura el turno y tenemos que la pista esta para ser usada en 4 turnos el día lunes, se multiplica el valor del turno, número de patinadores y los turnos día y tenemos el valor que nos representaría diariamente la capacidad de la pista, para el valor mensual lo multiplicaríamos por cuatro (un mes tiene cuatro lunes) y obtenemos el valor mensual de la capacidad de la pista.

Cuadro N° 31

| Pista de Hielo | | | | | | | |
|----------------|-----------------|---------------------------------------|-----------|---------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| | Precio turno | Capacidad Patinadores simultáneamente | Turno día | Capacidad Diaria personas | Valor por turno | Valor diario | Valor mensual |
| Lunes | \$3.50 | 65 | 4 | 260 | \$ 227.50 | \$ 910.00 | \$ 3,640.00 |
| Martes | \$3.50 | 65 | 5 | 325 | \$ 227.50 | \$ 1,137.50 | \$ 4,550.00 |
| Miércoles | \$3.50 | 65 | 5 | 325 | \$ 227.50 | \$ 1,137.50 | \$ 4,550.00 |
| Jueves | \$3.50 | 65 | 5 | 325 | \$ 227.50 | \$ 1,137.50 | \$ 4,550.00 |
| Viernes | \$3.50 | 65 | 6 | 390 | \$ 227.50 | \$ 1,365.00 | \$ 5,460.00 |
| Sábado | \$3.50 | 65 | 6 | 390 | \$ 227.50 | \$ 1,365.00 | \$ 5,460.00 |
| Domingo | \$3.50 | 65 | 5 | 325 | \$ 227.50 | \$ 1,137.50 | \$ 4,550.00 |
| TOTAL | \$ 24.50 | 455 | 36 | 2,340 | \$ 1,592.50 | \$ 8,190.00 | \$ 32,760.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

La capacidad de la sala de bolos es de 8 personas por cada línea se tendrá 4 líneas nos da 32 personas el juego promedio por línea es de 90 minutos. Para el cálculo de la capacidad de la pista tomamos el tiempo que permanecerá abierta la sala de bolos según el día ver Cuadro N° 29

Tenemos que el lunes se atenderá 8 horas lo que equivale a 480 minutos, lo dividimos por 90 minutos lo que dura la línea de juego y tenemos que el día lunes se podrá tener 5.33 líneas de juegos, se multiplica el valor de la línea, número de personas y las líneas día, y tenemos el valor que nos representaría diariamente la capacidad de la sala de bolos, para el valor mensual lo multiplicaríamos por cuatro (un mes tiene cuatro lunes) y obtenemos el valor mensual de la capacidad de la sala de bolos.

Cuadro N° 32

| Sala de Bolos | | | | | | | |
|------------------|-----------------|-----------------------------------|-----------|---------------------------|------------------|--------------------|---------------------|
| | Precio línea | Capacidad Bolos 4 líneas personas | Línea día | Capacidad Diaria personas | Valor por línea | Valor diario | Valor mensual |
| Lunes | \$3.50 | 32 | 5 | 160 | \$ 112.00 | \$ 560.00 | \$ 2,240.00 |
| Martes | \$3.50 | 32 | 6 | 192 | \$ 112.00 | \$ 672.00 | \$ 2,688.00 |
| Miércoles | \$3.50 | 32 | 6 | 192 | \$ 112.00 | \$ 672.00 | \$ 2,688.00 |
| Jueves | \$3.50 | 32 | 6 | 192 | \$ 112.00 | \$ 672.00 | \$ 2,688.00 |
| Viernes | \$3.50 | 32 | 8 | 256 | \$ 112.00 | \$ 896.00 | \$ 3,584.00 |
| Sábado | \$3.50 | 32 | 8 | 256 | \$ 112.00 | \$ 896.00 | \$ 3,584.00 |
| Domingo | \$3.50 | 32 | 7 | 224 | \$ 112.00 | \$ 784.00 | \$ 3,136.00 |
| TOTAL | \$ 24.50 | 224 | 46 | 1,472 | \$ 784.00 | \$ 5,152.00 | \$ 20,608.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

La capacidad de la sala de mini golf está calculada de la siguiente manera se tiene 18 obstáculos, está planificado 4 personas por obstáculos lo que nos da 72 personas podrán jugar en la sala, la duración se estima de 120 minutos. Para el cálculo de la capacidad de la pista tomamos el tiempo que permanecerá abierta la sala de mino golf según el día ver Cuadro N° 29

Tenemos que el lunes se atenderá 8 horas lo que equivale a 480 minutos, lo dividimos por 120 minutos lo que dura una secuencia de juego y tenemos que

el día lunes se podrá tener 4 secuencias de juegos, se multiplica el valor de la secuencia, el número de personas y las secuencias por día, y tenemos el valor que nos representaría diariamente la capacidad de la sala de mini golf, para el valor mensual lo multiplicaríamos por cuatro (un mes tiene cuatro lunes) y obtenemos el valor mensual de la capacidad de la sala.

Cuadro N° 33

| Sala de Mini Golf | | | | | | | |
|-------------------|------------------|------------------------------------|---------------|---------------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| | Precio secuencia | Capacidad 4 personas 18 obstáculos | secuencia día | Capacidad Diaria personas | Valor por secuencia | Valor diario | Valor mensual |
| Lunes | \$3.50 | 72 | 4 | 288 | \$ 252.00 | \$ 1,008.00 | \$ 4,032.00 |
| Martes | \$3.50 | 72 | 5 | 360 | \$ 252.00 | \$ 1,260.00 | \$ 5,040.00 |
| Miércoles | \$3.50 | 72 | 5 | 360 | \$ 252.00 | \$ 1,260.00 | \$ 5,040.00 |
| Jueves | \$3.50 | 72 | 5 | 360 | \$ 252.00 | \$ 1,260.00 | \$ 5,040.00 |
| Viernes | \$3.50 | 72 | 6 | 432 | \$ 252.00 | \$ 1,512.00 | \$ 6,048.00 |
| Sábado | \$3.50 | 72 | 6 | 432 | \$ 252.00 | \$ 1,512.00 | \$ 6,048.00 |
| Domingo | \$3.50 | 72 | 5 | 360 | \$ 252.00 | \$ 1,260.00 | \$ 5,040.00 |
| TOTAL | \$ 24.50 | 504 | 36 | 2,592 | \$ 1,764.00 | \$ 9,072.00 | \$ 36,288.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

La capacidad del patio de comida es de 112 personas, se tiene 22 mesas para 4 personas y 4 mesas para 6 personas, se estima que cada persona ocupara un promedio de 40 minutos la mesa y se estima un consumo mínimo por persona de \$ 2.00 dólares.

En nuestra empresa se arrendara los cinco locales de comida a empresas seleccionadas sean locales o nacionales, a un valor de \$ 1,500.00 dólares mensuales por un contrato de un año, el primer año y después se podrá expandir los contratos.

La cafetería heladería será administrada por la empresa para lo cual tenemos que de lunes a jueves se atenderá 4 horas lo que equivale a 240 minutos, y de viernes a domingo 5 horas, dividimos por 40 minutos y tenemos que el día lunes se podrá tener 6 secuencias en el uso de la mesa, las mesas asignadas a la cafetería son 6 con una capacidad para 24 personas, se multiplica el valor

promedio de consumo, el número de personas y las secuencias por día, y tenemos el valor que nos representaría diariamente la capacidad del patio de comidas, para el valor mensual lo multiplicaríamos por cuatro (un mes tiene cuatro lunes) y obtenemos el valor mensual de la capacidad del patio.

Cuadro N° 34

| Patio de comidas | | | | | | | |
|------------------|------------------|-----------------|---------------|---------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| | Promedio consumo | Capacidad mesas | secuencia día | Capacidad Diaria personas | Valor por secuencia | Valor diario | Valor mensual |
| Lunes | \$2.00 | 24 | 6 | 144 | \$ 48.00 | \$ 288.00 | \$ 1,152.00 |
| Martes | \$2.00 | 24 | 6 | 144 | \$ 48.00 | \$ 288.00 | \$ 1,152.00 |
| Miércoles | \$2.00 | 24 | 6 | 144 | \$ 48.00 | \$ 288.00 | \$ 1,152.00 |
| Jueves | \$2.00 | 24 | 6 | 144 | \$ 48.00 | \$ 288.00 | \$ 1,152.00 |
| Viernes | \$2.00 | 24 | 7 | 168 | \$ 48.00 | \$ 336.00 | \$ 1,344.00 |
| Sábado | \$2.00 | 24 | 7 | 168 | \$ 48.00 | \$ 336.00 | \$ 1,344.00 |
| Domingo | \$2.00 | 24 | 7 | 168 | \$ 48.00 | \$ 336.00 | \$ 1,344.00 |
| TOTAL | \$ 14.00 | 168 | 45 | 1,080 | \$ 336.00 | \$ 2,160.00 | \$ 8,640.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Por el arriendo de los locales se tendrá \$ 7,500.00 dólares mensuales.

Cuadro N° 35

| Capacidad | | | | |
|------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------|
| Juego | Capacidad Semanal Personas | Capacidad Mensual Personas | Capacidad Mensual Familias | Valor Mensual |
| Pista de Hielo | 2,340 | 9,360 | 2,340 | \$ 32,760.00 |
| Sala de Bolos | 1,472 | 5,888 | 1,472 | \$ 20,608.00 |
| Mini Golf | 2,592 | 10,368 | 2,592 | \$ 36,288.00 |
| Patio de Comidas | 1,080 | 4,320 | 1,080 | \$ 8, 640.00 |
| TOTAL | 7,484 | 29,936 | 7.484 | \$ 98,296.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Por lo tanto la capacidad instalada del centro es de 29,936 personas mensuales, en el año tenemos 359,232 personas lo dividimos para 4 que es el numero promedio de una familia y tenemos que la capacidad instalada en el centro de entretenimiento familiar Zona de Juegos es de 89,808 familias anuales.

Determinación de la Capacidad Instalada

Cuadro N° 36

| Capacidad Instalada | | |
|---------------------------------|--------|---------------------|
| Demanda insatisfecha 1er año | % | Capacidad Instalada |
| 709,291 | 12.66% | 89,808 |

Fuente: Cálculos de producción y Cuadro N° 28

Elaboración: Manuel Aguirre

Capacidad Utilizada

De los resultados obtenidos del estudio de mercado y el programa de producción a implementarse para el presente proyecto dependerá de la evolución prevista en el mercado consumidor, por lo que se ha decidido iniciar el proyecto utilizando el 50% de la capacidad instalada, lo que significa una capacidad de servicio de 44,904 familias en el primer año.

La capacidad utilizada se incrementara en un 5% cada dos años, hasta alcanzar el nivel del 95% como nivel máximo. El 5% restante de la capacidad instalada lo reservamos para mantenimiento del local y los equipos.

Determinación de la Capacidad Utilizada

Cuadro N° 37

| Capacidad Utilizada proyección para 10 años | | | |
|---|---------------------|----|---|
| Año | Capacidad Instalada | % | Capacidad Utilizada (Servicio anual) |
| 1 | 89,808 | 50 | 44,904.00 |
| 2 | 89,808 | 55 | 49,394.40 |
| 3 | 89,808 | 60 | 53,884.80 |
| 4 | 89,808 | 65 | 58,375.20 |
| 5 | 89,808 | 70 | 62,865.60 |
| 6 | 89,808 | 75 | 67,356.00 |
| 7 | 89,808 | 80 | 71,846.40 |
| 8 | 89,808 | 85 | 76,336.80 |
| 9 | 89,808 | 90 | 80,827.20 |
| 10 | 89,808 | 95 | 85,317.60 |

Fuente: Cuadro N° 36

Elaboración: Manuel Aguirre

Localización del Proyecto

El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficios.

Los factores locacionales son los elementos que influyen en el análisis de localización. Actúan como parámetro orientador, determinante o restrictivo de la decisión. La siguiente es una relación de los más comunes:

- Ubicación de la población objetivo.
- Existencias de vías de comunicación y de medios de transporte.
- Facilidades de infraestructuras y de servicios públicos, agua, teléfono, luz alcantarillado, etc.
- Condiciones topográficas y calidad de suelos.
- Otras condiciones por ejemplo cerca de personas para trabajar. Fácil acceso a la mano de obra.
- Control Ecológico
- Planes reguladores municipales
- Precios de la tierra.
- Políticas locales.
- Tamaño
- Tecnología

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

Para determinar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa tomaremos en cuenta la Macrolocalización y Microlocalización.

Factores de localización

Ponderación de los factores de localización

Cuadro N° 38

| Ponderación de los factores de localización | | | | | | | |
|---|----------------------------|--------------|-------------|----|-------------|----|-------------|
| Factor de Localización | Ponderación del Factor (%) | Alternativas | | | | | |
| | | A | | B | | C | |
| Competencia | 0.25 | 7 | 1.75 | 6 | 1.50 | 8 | 2 |
| Demanda | 0.15 | 8 | 1.20 | 9 | 1.35 | 8 | 1.20 |
| Transporte | 0.05 | 8 | 0.40 | 9 | 0.45 | 8 | 0.40 |
| Accesibilidad | 0.05 | 10 | 0.50 | 9 | 0.45 | 8 | 0.40 |
| Congestión Vehicular | 0.04 | 10 | 0.40 | 5 | 0.20 | 9 | 0.36 |
| Disponibilidad de Local | 0.15 | 10 | 1.50 | 5 | 0.75 | 8 | 1.20 |
| Ambiente Social | 0.05 | 8 | 0.40 | 10 | 0.50 | 8 | 0.40 |
| Limpieza del entorno | 0.08 | 8 | 0.64 | 8 | 0.64 | 8 | 0.64 |
| Estacionamiento | 0.1 | 10 | 1 | 2 | 0.20 | 10 | 1 |
| Seguridad | 0.08 | 8 | 0.64 | 8 | 0.64 | 8 | 0.64 |
| Total | 1.00 | | 8.43 | | 6.68 | | 8.24 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Alternativa A: Norte de la Ciudad de Loja

Alternativa B: Centro de la Ciudad de Loja

Alternativa C: Sur de la Ciudad de Loja

Como se aprecia en el análisis cualitativo por puntos, el sitio más conveniente para ubicar el centro de servicio de multi entretenimiento familiar en la Ciudad de Loja es en el sector Norte.

Macrolocalización

La empresa estará ubicada en la Región Sur del Ecuador, Provincia de Loja, Cantón Loja, Ciudad de Loja como el área más adecuada, de acuerdo a estos factores:

- Mayor concentración de demandantes
- La infraestructura en el área urbana es favorable.

Macro Ubicación:

Gráfico N° 22
Provincia de Loja



Gráfico N° 23
Cantón de Loja

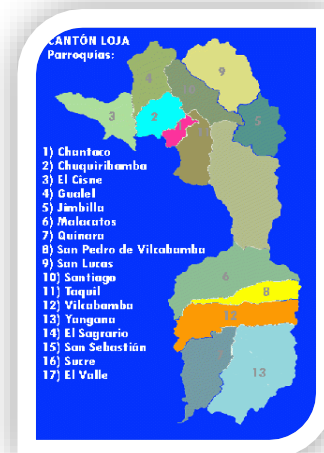
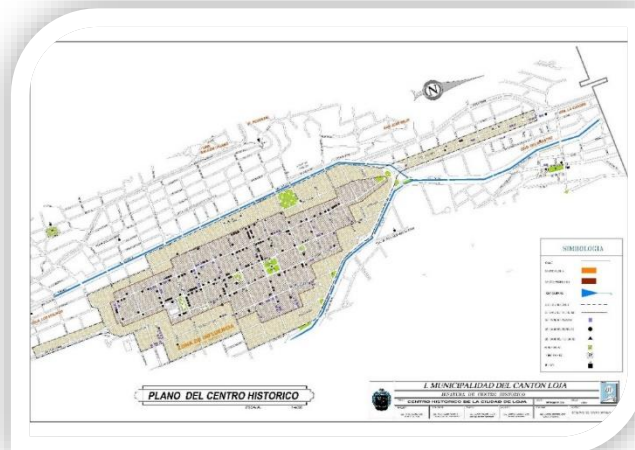


Gráfico N° 24
Ciudad de Loja



Microlocalización

Una vez elegido la Ciudad de Loja como la mejor alternativa de la macrolocalización, la ubicación final dependerá de los siguientes factores:

- **Mano de Obra.-** La mano de obra para brindar un excelente servicio requiere de personal especializado en sus fases por lo que con una capacitación adecuada la mano de obra no es un problema para conseguir el servicio deseado.
- **Servicios generales.-** La empresa se ubicara en un sector donde existan todos los servicios básicos como son energía eléctrica, agua, teléfono, alcantarillado, accesos directos a la empresa.

Por los factores anteriormente determinados, la empresa se ubica en:

Fig. 32
Microlocalización



Micro Ubicación:

Gráfico N° 25

Micro localización



Distribución física de la Empresa.

La distribución física del centro de servicios de multi entretenimiento familiar se lo realiza con el objetivo de aprovechar de una mejor manera los recursos disponibles.

Para el diseño de la distribución del centro, tomaremos en cuenta los siguientes aspectos:

- Integrar de la mejor manera a hombres, maquinarias, equipo auxiliar.
- Una distribución que logre minimizar los movimientos entre las operaciones.

- Tratar de arreglar las áreas de juegos con el fin de lograr una secuencia apropiada. Evitar demoras.
- Tomaremos en consideración el espacio vertical y horizontal.
- Una distribución que logre seguridad y satisfacción para el cliente.
- El diseño de la distribución tendrá que ajustarse o reordenarse a un costo mínimo.

El espacio físico del centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja será de 3,386.26 m², las dimensiones de 53.47 m de frente, por 63.33 m de fondo, los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades de cada área.

El terreno será de 3,200.00 m² estarán distribuidos de la siguiente forma:

La planta tendrá una construcción de 2,200.00 m²

El parqueadero será de 1,000.00 m²

Centro de Entretenimiento:

- Área de Parqueo
- Administración
- Recepción
- Área de Juegos

Administración:

- Gerencia y Sala de Juntas.
- Secretaria.
- Contabilidad.
- Ventas.
- Sala de espera

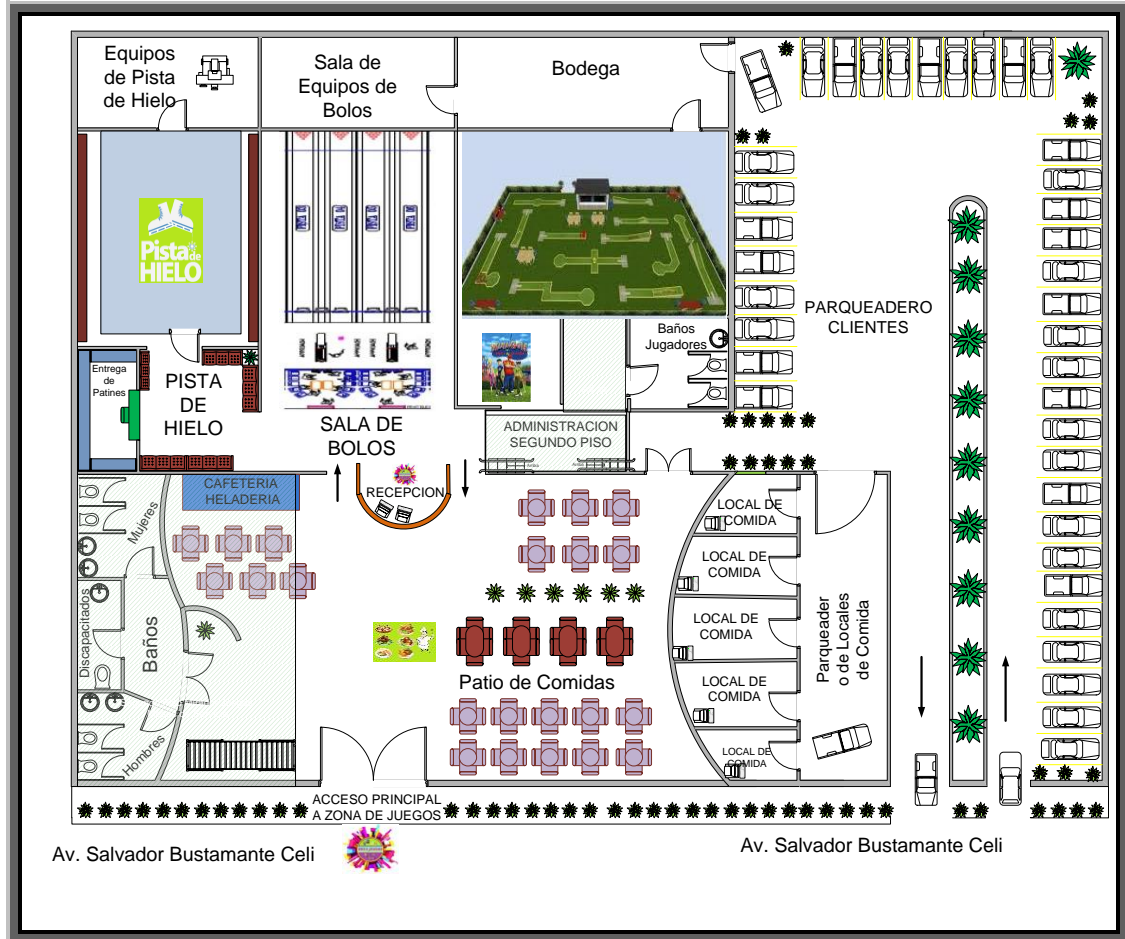
Recepción:

- Mostrador / Recepción Juegos / Información.
- Patio de Comidas.
- Cafetería.
- Locales de Comidas.
- Baños.

Área de Juegos

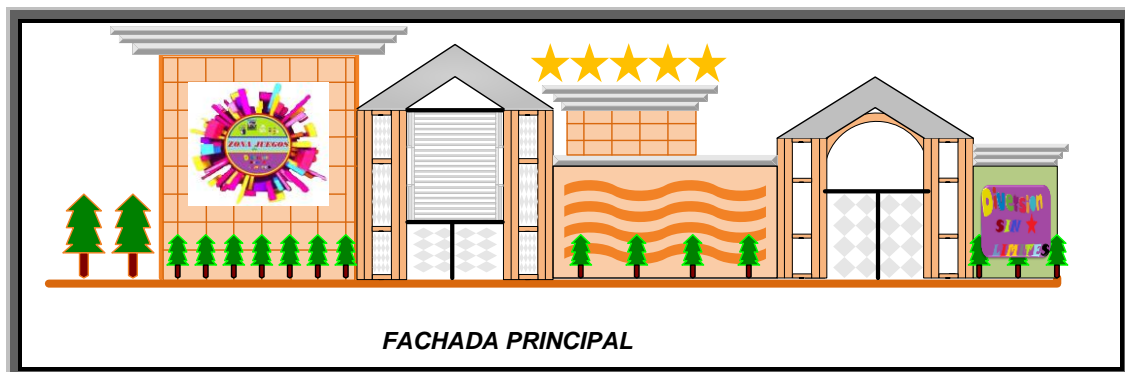
- Sala de Bolos.
- Pista de Hielo.
- Entrega de Patines.
- Sala de Mini Golf.
- Baños.
- Bodegas.

Gráfico N° 26
Distribución física



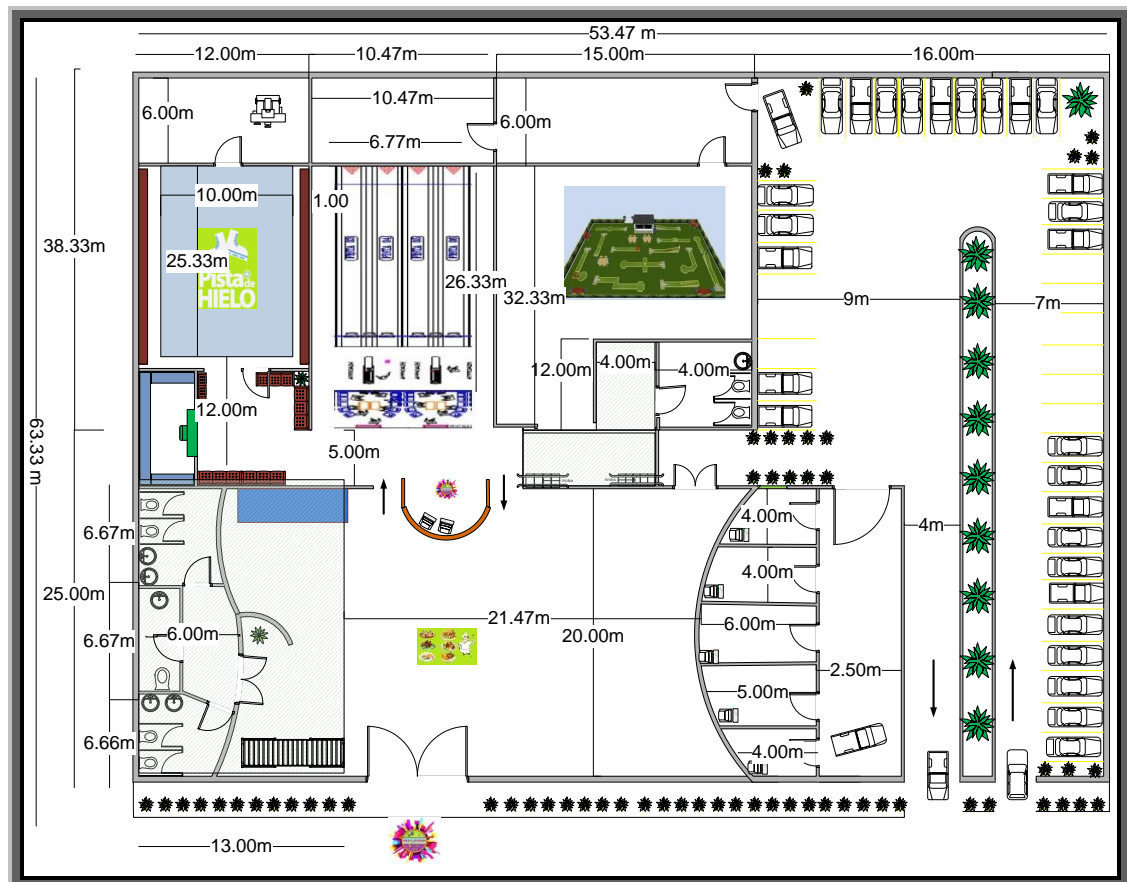
Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 27
Fallada principal



Elaboración: Manuel Aguirre

Gráfico N° 28
Distribución física en metros



Elaboración: Manuel Aguirre

Ingeniería del Proyecto.

Para que la ingeniería de proyectos tenga una funcionalidad eficaz tenemos que considerar todos los recursos necesarios para que lo concerniente a la instalación y el buen funcionamiento de los servicios.

Servicio.

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente.

Para llevar a cabo un servicio son necesarias las bases fundamentales, es decir, los principios del servicio, los cuales pueden servir de guía para adiestrar o capacitar a los empleados encargados de esta vital actividad económica, así como proporcionar orientación de cómo mejorar. Los principios del servicio se dividen en principios básicos del servicio y principios del servicio al cliente.

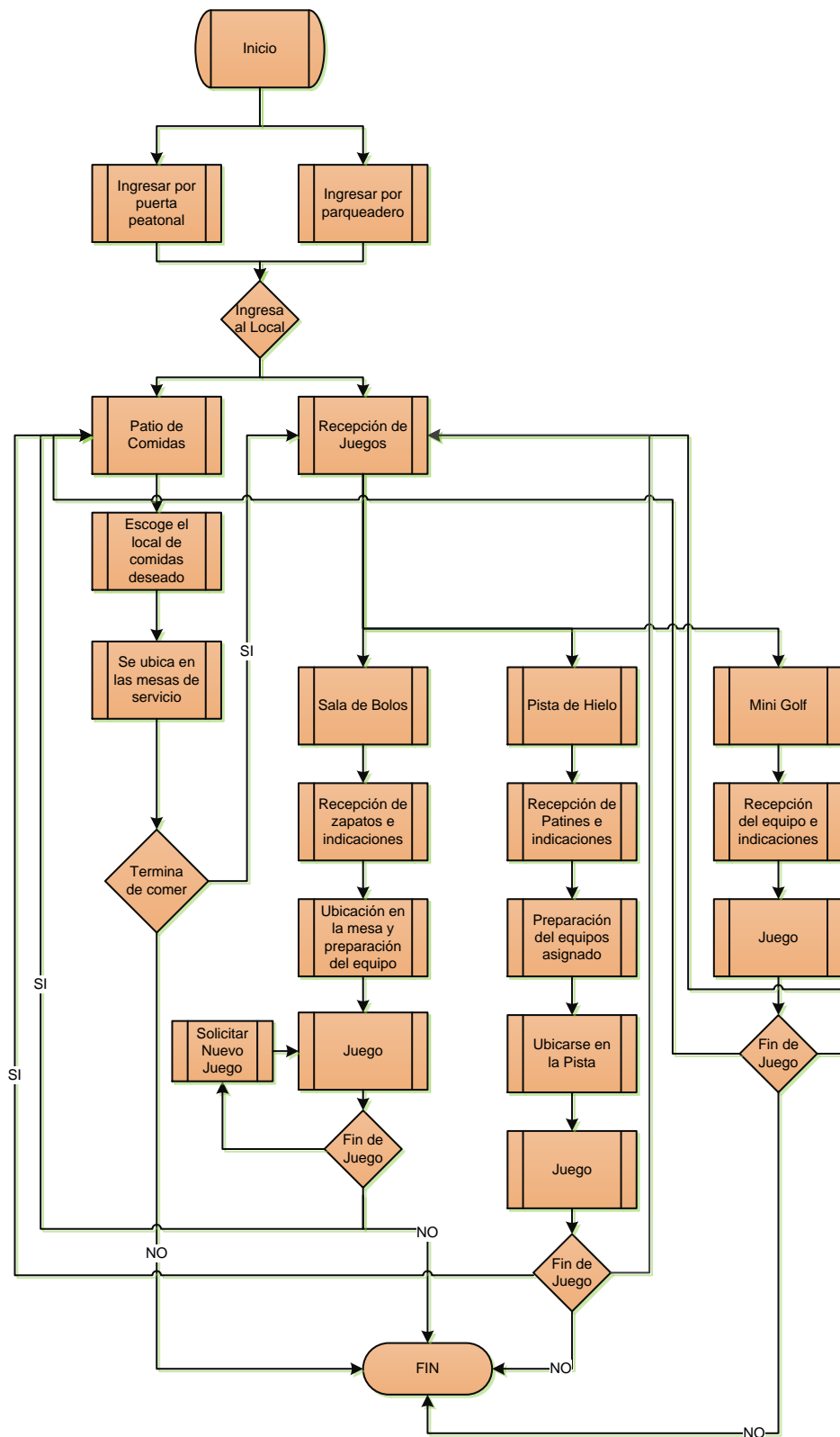
Esta empresa estará orientada al servicio del entretenimiento el cual ofrecerá una sala de bolos, pista de hielo, sala de mini golf y un patio de comidas.

Proceso Operativo.

Es un conjunto de actividades relacionadas entre sí, para que nuestra empresa ejecute una secuencia determinada con el objetivo de producir un servicio, de tal manera que satisfagan las necesidades de los clientes.

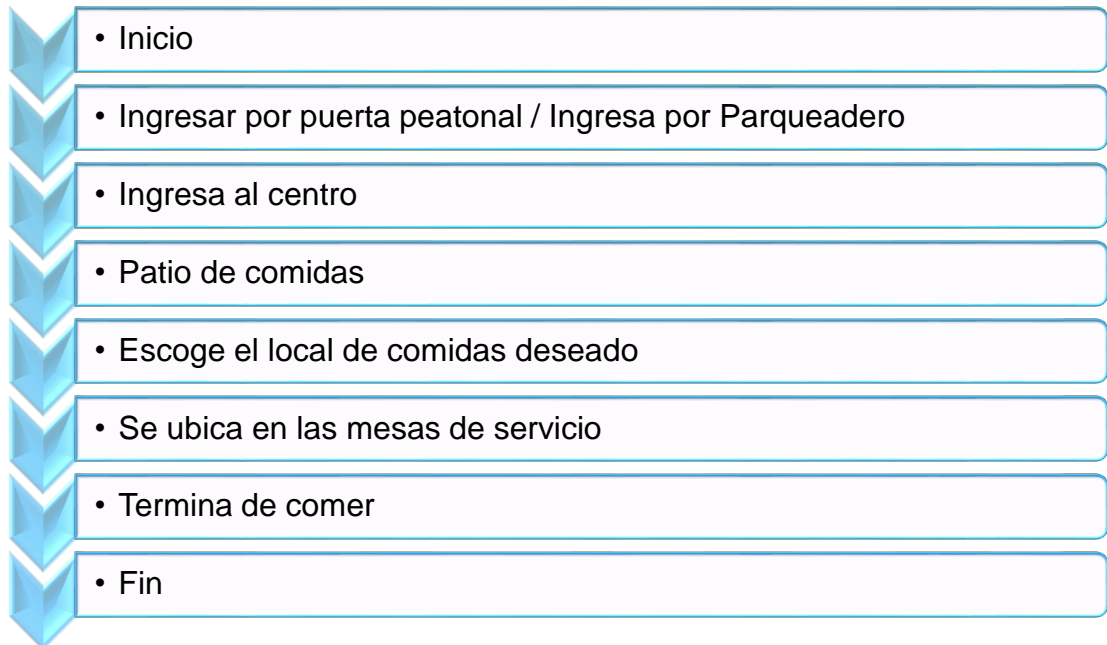
El proceso operativo, debe ser lo suficientemente adecuado para que la calidad del servicio del entretenimiento que brindará nuestra empresa llegue a gustar a los clientes.

Diagrama del Proceso.

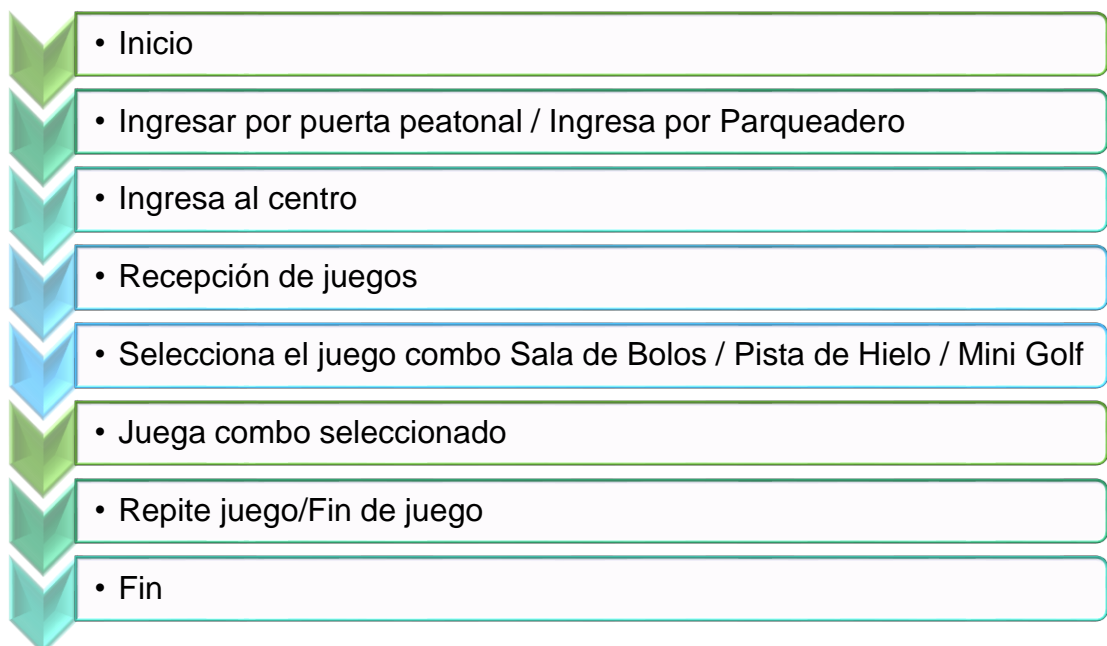


Descripción del Proceso Operativo.

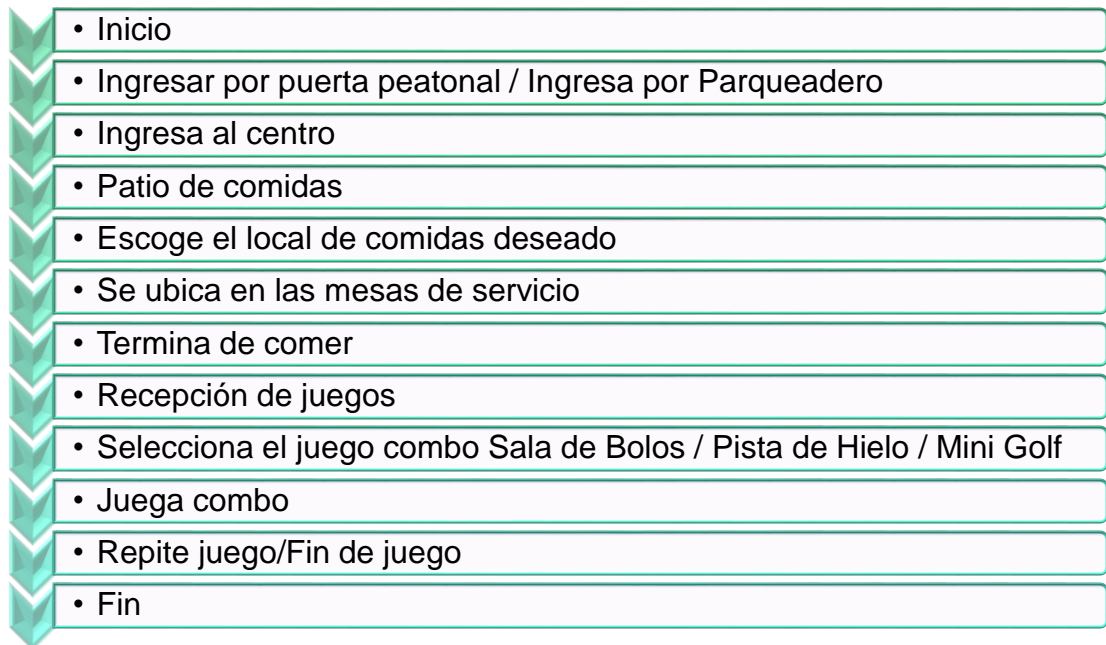
Proceso Uno.



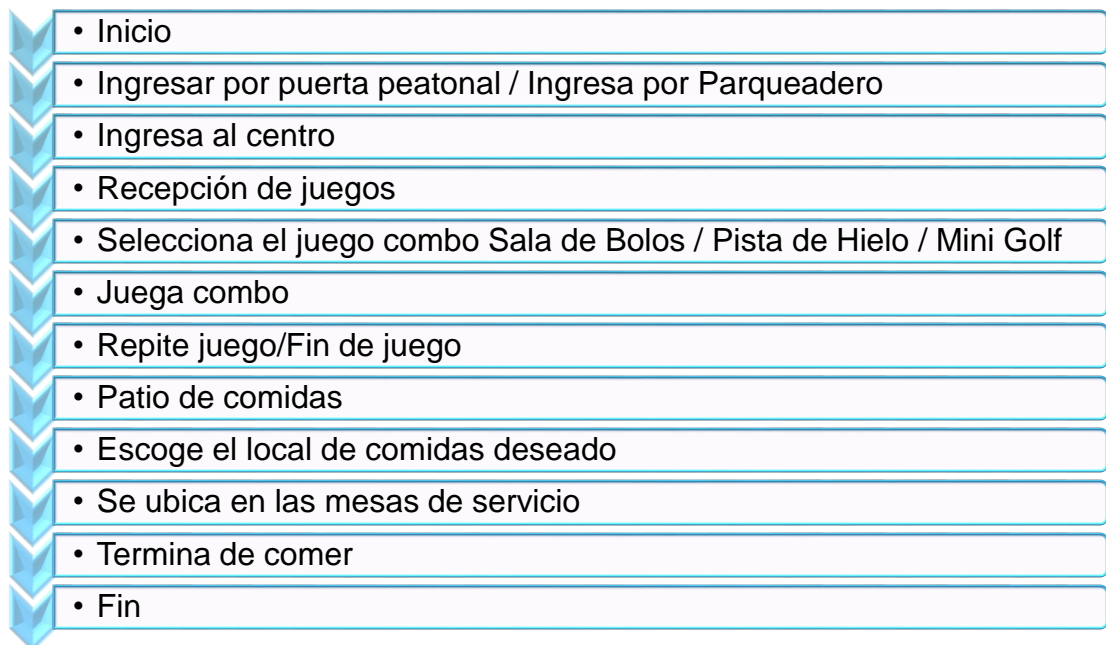
Proceso Dos.



Proceso Tres.



Proceso Cuatro.



Estructura Organizacional de la Empresa.

El estudio organizacional de la empresa tiene como objetivo combinar la forma más adecuada, los recursos humanos e integrarlos con los recursos

financieros, con el fin de conseguir las metas propuestas, para lo cual su diseño debe ser de la manera más clara y concisa para que todos los integrantes de la empresa lo conozcan y así poder alcanzar los objetivos y metas de la empresa.

Base Legal.

Para la realización del proyecto analizamos la base legal que requerimos para la realización del mismo, es necesario conocer y contar con todas las leyes, códigos y normas vigentes requeridas, para cumplir y tener la certeza de que se está actuando conforme a la ley.

Para que la Empresa MAVAR S.A. con su centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) (ZONA DE JUEGO) para la ciudad de Loja. Debe cumplir con los siguientes requerimientos que exige la ley para su óptimo funcionamiento:

1. Registrarse en la Superintendencia de Compañías.
2. Obtener el Registro Único de Contribuyentes R.U.C. en el Servicio de Rentas Internas con la finalidad de poder emitir facturas.
3. Obtener la Patente Municipal, requisito que se aplica a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial.
4. Permiso de construcción por parte del Municipio de la ciudad de Loja, puesto que se va adecuar las instalaciones donde funcionará el centro de entretenimiento familiar.

5. Permiso Sanitario, el cual permite expender un producto certificado como apto para el consumo humano bajo excelentes condiciones sanitarias.

La Razón Social o Denominación.

La constitución del centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, se la realizara aplicando la mejor opción de acuerdo a las modalidades de inversión, es por esa razón se constituirá como una sociedad anónima, por la que se la hará mediante escritura pública que se oficiara posteriormente en la Cámara de Comercio, para cumplir con todos los requerimientos legales establecidos, por lo que la razón de la empresa será: MAVAR S.A. y su nombre comercial será ZONA de JUEGOS

Requisitos Legales para constituir una Sociedad Anónima.

La empresa deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el art. 147 de la ley de compañías, sustituido por el artículo 68 de la ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada. Ver Anexo 02

La presentación al Superintendente de Compañías o su delegado tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntara la solicitud, suscrita por abogado, requiere la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Domicilio.

La empresa estará ubicada en:

Cuadro N° 39

| | |
|------------------|--------------------------------|
| Provincia | • Loja |
| Cantón | • Loja |
| Parroquia | • El Valle |
| Barrio | • La Paz |
| Calle Principal | • Av. Salvador Bustamante Celi |
| Calle Secundaria | • Homero Hidrovo |

Elaboración: Manuel Aguirre

Objetivo de la Sociedad.

El objeto social de la empresa será la del entretenimiento el cual será un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.

Capital Social.**Tiempo de Duración de la Sociedad.**

El tiempo de duración de la empresa será de 10 años, término del cual podrá ser renovado si así lo deciden los socios.

Número de Socios.

La empresa contará con 4 socios en partes iguales los cuales harán una aportación del 46.80% de inversión.

Estructura Administrativa.

La estructura administrativa en nuestra empresa permitirá asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los trabajadores del centro de servicio de multi entretenimiento familiar, con ello conseguiremos una administración eficaz y eficiente para optimizar y aprovechar de mejor manera los recursos humanos y materiales de la empresa. La estructura administrativa será representada por organigramas y para el recurso humano se hará sus respectivos manuales de funciones de todos los cargos.

Niveles Jerárquicos.

La estructura administrativa de la EMPRESA MAVAR S.A para su centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, estará establecida en cinco niveles jerárquicos, los cuales permitirán un buen funcionamiento de la empresa.

a. Nivel Directivo.

Está integrado por la Junta General de Socios, tiene la función de legislar sobre políticas, que se tienen que cumplir en la empresa, establecer reglamentos y resoluciones.

b. Nivel Ejecutivo.

Está compuesto por el Gerente de la Empresa, el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y comerciales de la empresa, también es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma.

c. Nivel Asesor.

Es el Asesor Jurídico, que está encargado de manejar los asuntos judiciales de la empresa. Para la empresa este será ocasional.

d. Nivel de Apoyo.

Está conformado por el puesto de Contador, la cual tiene relación directa con las actividades contables de la empresa.

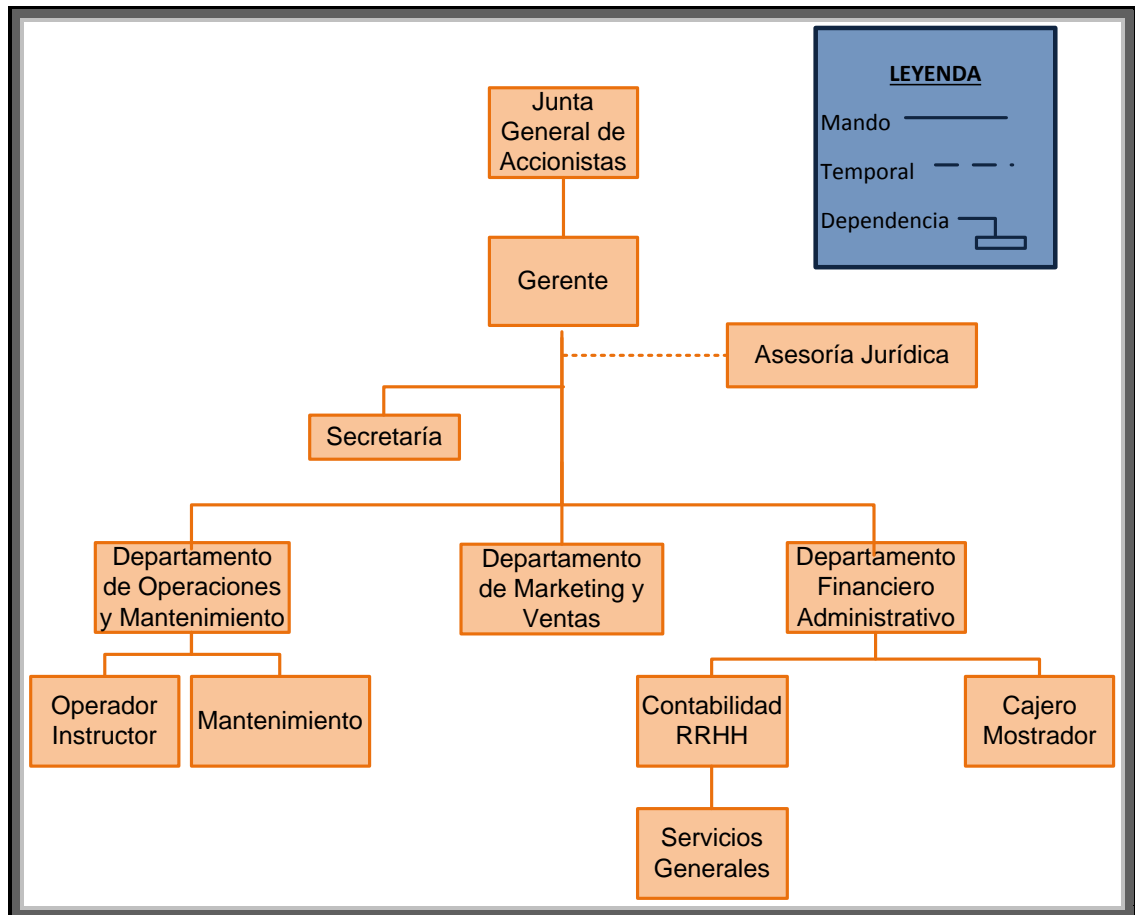
e. Nivel Operativo.

Son todas las personas o trabajadores que realizan un proceso para generar entretenimiento dentro de la empresa.

Organigramas.

Nuestro centro de servicio de multi entretenimiento familiar estará representada a través de un organigrama, en el cual se mostrara la estructura de las diferentes áreas, se definirá las tareas y funciones que tendrán los empleados en cada uno de los cargos asignados dentro del centro de entretenimiento, el cual lo detallamos a continuación:

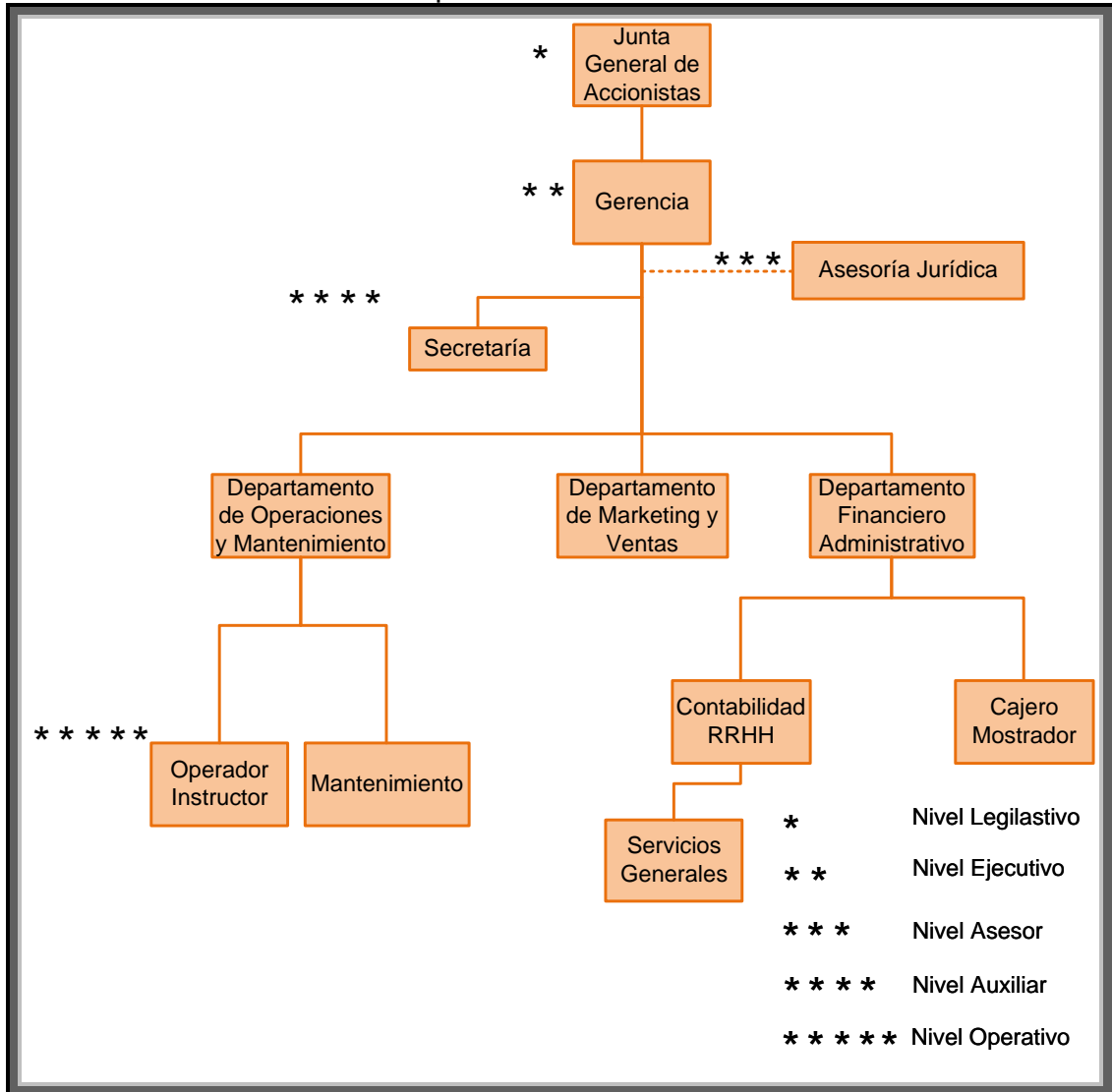
Gráfico N° 29
Organigrama Empresa MAVAR S.A.



Como podemos observar la organización de la empresa se encuentra conformada por: Junta General de Accionistas, Gerencia, Secretaría, y los departamentos de Operaciones y Mantenimiento, integrado por personal de mantenimiento y operador instructor, el departamento de Marketing y Ventas y el departamento Financiero Administrativo integrado por contabilidad Recursos Humanos, Cajero Mostrador y Servicios Generales

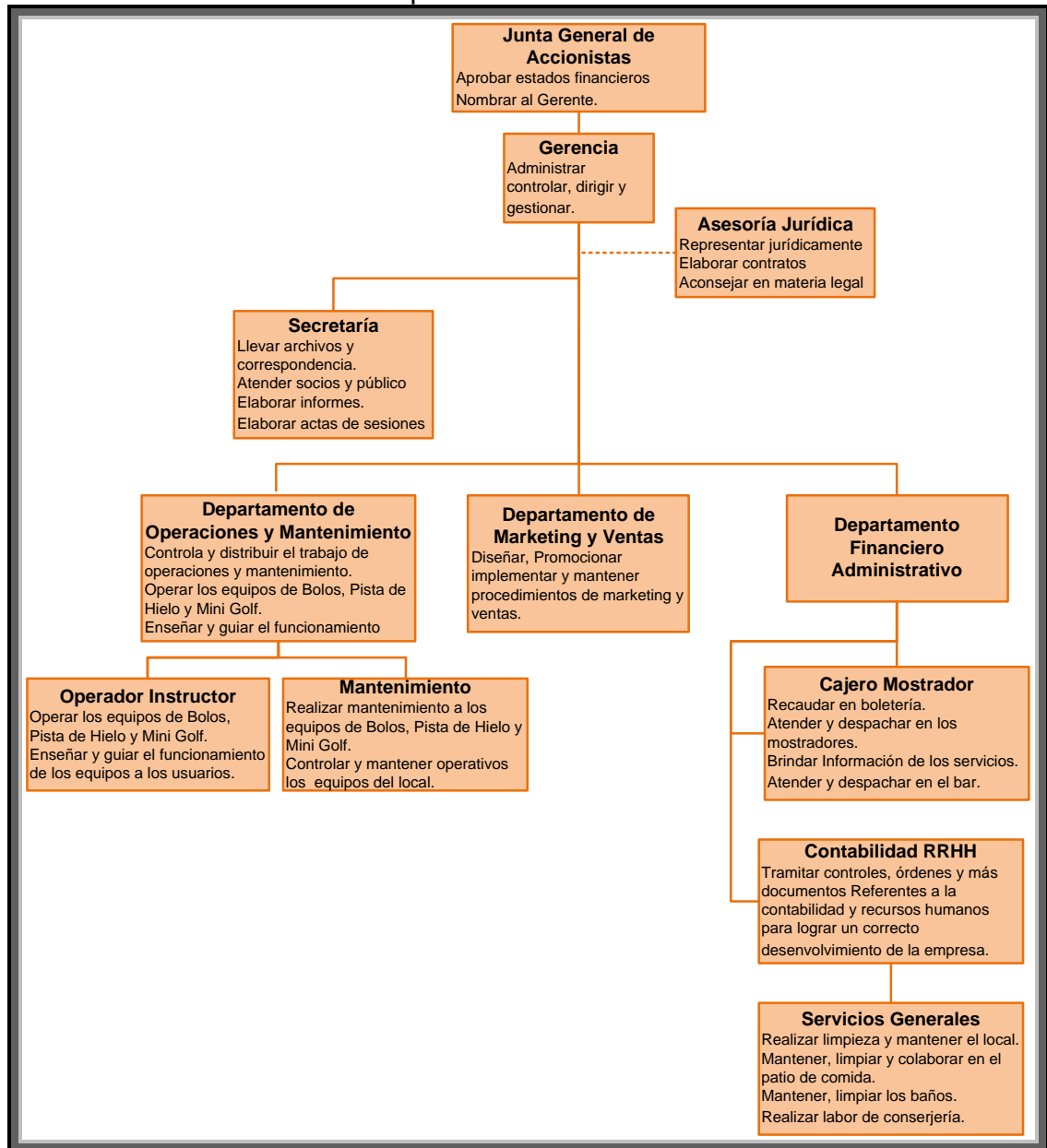
Organigrama Estructural.

Gráfico N° 30
Organigrama Estructural.
Empresa MAVAR S.A.



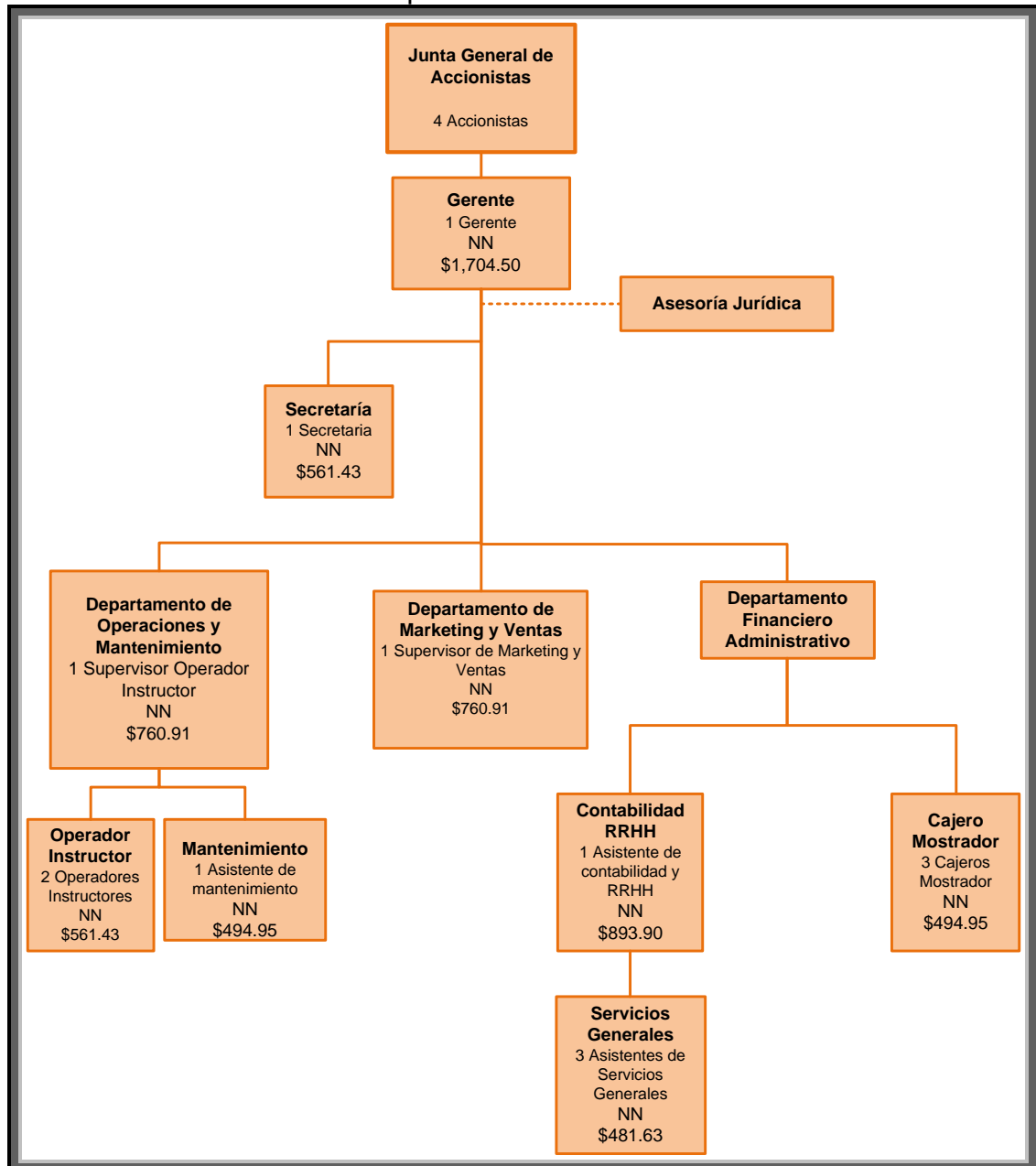
Organigrama Funcional.

Gráfico N° 31
Organigrama Funcional.
Empresa MAVAR S.A.



Organigrama Posicional.

Gráfico N° 32
Organigrama Posicional.
Empresa MAVAR S.A.



Manual de Funciones.

El manual de funciones de nuestro centro de servicio de multi entretenimiento familiar, está definido por la información de las tareas que deben cumplir cada trabajador, con la ayuda de este manual se tendrá que cada trabajador cumpla sus funciones específicas, para los diferentes cargos de la empresa, y el personal seleccionado será el adecuado para dicho cargo.

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. JUNTA GENERAL DE SOCIOS | |
|---|---|
| NATURALEZA DE TRABAJO | Legislar y normar los aspectos de mayor importancia, como también velar por los intereses de la misma. |
| FUNCIONES | <ul style="list-style-type: none"> • Discutir y aprobar los aspectos de mayor trascendencia en la vida de la empresa. • Deliberar y aprobar los montos de los dividendos o porcentajes de utilidades que le corresponde a cada socio. • Normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones. • Velar por el progreso de la empresa • Emitir criterios |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | <ul style="list-style-type: none"> • Legislar las políticas de la organización, para ello debe tener la calidad de socio legalmente reconocido. |
| REQUISITOS MÍNIMOS | <ul style="list-style-type: none"> • Ser accionista de la empresa |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|---|---|
| CÓDIGO | : 01 |
| DEPENDENCIA | : Gerencia |
| TITULO DEL PUESTO | : Gerente |
| DEPENDE DE | : Junta de Socios |
| SUPERVISA A | : Todo el Personal |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa. | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante de la empresa. • Cumplir con las disposiciones de la Junta de Socios. • Representar legalmente a la empresa y celebrar los contratos y operaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa. • Presentar la planificación de su gestión a la Junta de Socios. • Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos propuestos. • Programar las diferentes actividades de la empresa con los jefes de cada departamento. • Coordinar, dirigir y supervisar todas las actividades de la empresa. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general. | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Ingeniero Comercial |
| EXPERIENCIA | : 3 años de experiencia en Administración |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|---|---|
| CÓDIGO | : 02 |
| DEPENDENCIA | : Gerencia |
| TÍTULO DEL PUESTO | : Secretaria |
| DEPENDE DE | : Gerencia |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| Realizar labores de asistencia directa a la Administración de la Empresa. | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia directa a los clientes • Mantenimiento de los archivos de la empresa • Coordinar eventos, juntas de socios | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| El puesto requiere de alta iniciativa y capacidad para coordinar y controlar los bienes de la empresa, Agilidad en la ejecución de los tramites | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Secretariado |
| EXPERIENCIA | : 1 años de experiencia en funciones afines |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|---|---|
| CÓDIGO | : 03 |
| DEPENDENCIA | : Operaciones y Mantenimiento |
| TITULO DEL PUESTO | : Supervisor Operador Instructor |
| DEPENDE DE | : Gerencia |
| SUPERVISA A | : Operador Instructor y Mantenimiento |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar el trabajo de operaciones y mantenimiento. | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar, dirigir y supervisar todas las actividades de operaciones y mantenimiento. • Operar los equipos de Bolos, Pista de Hielo y Mini Golf. • Enseñar y guiar al cliente la metodología y funcionamiento de los diferentes juegos del centro de entretenimiento. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| El puesto requiere de alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, responsabilidad para trabajar directamente con el cliente ser amable y cortés. | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Bachiller |
| EXPERIENCIA | : 1 años de experiencia en trabajos similares |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|---|---|
| CÓDIGO | : 04 |
| DEPENDENCIA | : Operaciones y Mantenimiento |
| TITULO DEL PUESTO | : Operador Instructor |
| DEPENDE DE | : Supervisor Operador Instructor |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| <p>Esta encargado de operar e instruir a los clientes el funcionamiento de los equipos del centro de entretenimiento supervisando el buen uso de los mismos su limpieza e higiene e informar de cualquier deterioro en la infraestructura, equipo y maquinaria de la empresa.</p> | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Operar los equipos de Bolos, Pista de Hielo y Mini Golf. • Enseñar y guiar al cliente la metodología y funcionamiento de los diferentes juegos del centro de entretenimiento. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| <p>El puesto requiere de alta iniciativa y capacidad en el trabajo directo con el cliente, ser amable y cortés conocimiento en los equipos y maquinaria que va a operar</p> | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Bachiller |
| EXPERIENCIA | : 1 años de experiencia en trabajos similares |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|---|---|
| CÓDIGO | : 05 |
| DEPENDENCIA | : Operaciones y Mantenimiento |
| TITULO DEL PUESTO | : Asistente de mantenimiento |
| DEPENDE DE | : Supervisor Operador Instructor |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| <p>Esta encargado del mantenimiento y limpieza de los equipos y maquinas del área de juegos debe informar de cualquier deterioro en la infraestructura o en la maquinaria o equipo de la empresa.</p> | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Realizar mantenimiento a los equipos de Bolos, Pista de Hielo y Mini Golf. • Controlar y mantener operativos los equipos del local. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| <p>El puesto requiere de alta iniciativa, capacidad, honradez, responsabilidad y colaborativo en el trabajo, conocimiento en los equipos y maquinaria que va a operar</p> | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Bachiller |
| EXPERIENCIA | : 1 años de experiencia en trabajos similares |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|---|--|
| CÓDIGO | : 06 |
| DEPENDENCIA | : Marketing y Ventas |
| TITULO DEL PUESTO | : Supervisor de Marketing y Ventas |
| DEPENDE DE | : Gerencia |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan Marketing y Ventas. | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, Promocionar implementar y mantener procedimientos de marketing y ventas. • Crear, mantener y desarrollar un contingente de Marketing con habilidad y motivación para realizar los objetivos de la organización. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| El puesto requiere de formación en administración de empresas y ventas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades de ventas, y publicitar y promocionar a la empresa. | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Ingeniero Comercial o Marketing |
| EXPERIENCIA | : 2 años de experiencia en Administración y Ventas |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|--|---|
| CÓDIGO | : 07 |
| DEPENDENCIA | : Financiero Administrativo |
| TITULO DEL PUESTO | : Cajero Mostrador |
| DEPENDE DE | : Gerencia |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| <p>Tiene bajo su responsabilidad el cobro de las entradas a los juegos, así como también el cobro del consumo en el bar, atender y entregar los patines en el mostrador brindar información.</p> | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Recaudar en boletería. • Atender y despachar en los mostradores. • Brindar Información de los servicios. • Atender y despachar en el bar. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| <p>El puesto requiere de alta iniciativa, capacidad, honradez, responsabilidad y colaboración con el cliente, conocimiento en los equipos y maquinaria del centro de entretenimiento.</p> | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Bachiller |
| EXPERIENCIA | : 1 años de experiencia en trabajos similares |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|---|---|
| CÓDIGO | : 08 |
| DEPENDENCIA | : Financiero Administrativo |
| TITULO DEL PUESTO | : Asistente de contabilidad y RRHH |
| DEPENDE DE | : Gerencia |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa. | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar y presentar a la Gerencia los estados financieros de la empresa. • Autorizar comunicaciones, transferencias contables, notas de ingreso, egreso y demás documentos. • Realizar seguimiento y control de los movimientos transaccionales. • Controlar y actualizar los activos fijos y calcular su respectiva depreciación. • Mantener un adecuado sistema de control interno contable. • Realizar roles de pago, controles de asistencia, pagos, decimos, vacaciones y todo lo que representa la documentación de recursos humanos. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| El puesto requiere de formación en contabilidad general y recursos humanos, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para, coordinar y controlar las actividades del personal. | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Contabilidad General |
| EXPERIENCIA | : 3 años de experiencia en Contabilidad |

Elaboración: Manuel Aguirre

| MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL EMPRESA MAVAR S.A. | |
|--|-------------------------------------|
| CÓDIGO | : 09 |
| DEPENDENCIA | : Financiero Administrativo |
| TITULO DEL PUESTO | : Asistentes de Servicios Generales |
| DEPENDE DE | : Gerencia |
| NATURALEZA DEL TRABAJO. | |
| Realizar un control, limpieza y mantenimiento de las instalaciones de la empresa. | |
| FUNCIONES TÍPICAS | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Realizar limpieza y mantener el local. • Mantener, limpiar y colaborar en el patio de comida. • Mantener, limpiar los baños. • Realizar labor de conserjería. | |
| CARACTERÍSTICAS DE CLASE | |
| El puesto requiere de iniciativa, capacidad, honradez, responsabilidad y colaboración. | |
| REQUISITOS MÍNIMOS | |
| EDUCACIÓN | : Bachiller |
| EXPERIENCIA | : No requiere de experiencia |

Elaboración: Manuel Aguirre

Estudio Financiero.

Consiste en determinar la inversión necesaria en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, analizando las fuentes de financiamiento, presupuestos y proyecciones de los estados financieros, que permitan alcanzar un funcionamiento de la empresa a largo plazo, también podemos evaluar el proyecto y su rentabilidad a través de indicadores financieros.

Objetivos.

Determinar el valor requerido para la inversión inicial del proyecto, así como el tiempo necesario para recuperar la inversión y la tasa que se requiere para que el proyecto sea rentable.

Inversiones y financiamiento.

Inversiones.

Las inversiones representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

La Empresa MAVAR S.A. Tiene previsto una inversión dividida en tres tipos de activos: activos fijos, activos diferidos, y capital de trabajo. Estas inversiones son necesarias para dar inicio a las operaciones de la empresa.

Activos Fijos.

La inversión en activos fijos es aquella que se destina para la adquisición de bienes tangibles que servirán para garantizar la operación de nuestro negocio.

Son aquellas inversiones de bienes tangibles las cuales son propiedad de la empresa, son utilizados en la 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:

a. Construcciones:

Cuadro N° 40

| Construcciones | | | | |
|----------------|----------|----------------|-------------|----------------------|
| Descripción | Cantidad | Unidad | V. Unitario | V. Total |
| Terreno | 3,200.00 | m ² | \$ 100.00 | \$ 320,000.00 |
| Edificio | 2,200.00 | m ² | \$ 175.00 | \$ 385,000.00 |
| TOTAL | | | | \$ 705,000.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

b. Maquinaria y equipo: Son los elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades de la empresa.

Cuadro N° 41

| Maquinaria y equipo | | | |
|-------------------------------|----------|--------------|----------------------|
| Descripción | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
| Sistema de congelación | 1 | \$ 40,000.00 | \$ 40,000.00 |
| Zomboni | 1 | \$ 2,300.00 | \$ 2,300.00 |
| Patines de Hielo | 100 | \$ 38.00 | \$ 3,800.00 |
| Superficie de Goma | 28 m2 | \$ 21.00 | \$ 588.00 |
| Máquina GSX Pinsetter (bolos) | 4 | \$ 22,000.00 | \$88,000.00 |
| Ball Returns | 2 | \$ 1,000.00 | \$ 2,000.00 |
| Mesa con 8 sillas | 4 | \$ 350.00 | \$ 1,400.00 |
| Ultra Cosmic Light S&V System | 1 | \$ 6,000.00 | \$ 6,000.00 |
| Monitores de 32" | 4 | \$ 650.00 | \$ 2,600.00 |
| Zapatos de Bolos | 100 | \$ 23.00 | \$ 2,300.00 |
| Bolas de bolos | 40 | \$ 45.00 | \$ 1,800.00 |
| Campo de minigolf Estructuras | 15 | \$ 300.00 | \$ 4,500.00 |
| Palos de Golf | 100 | \$ 7.00 | \$ 700.00 |
| Bolas de Golf | 100 | \$ 2.00 | \$ 200.00 |
| TOTAL | | | \$ 156,188.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

- c. Muebles y enseres:** En este rubro detallaremos lo que corresponde a los muebles y enseres utilizados en nuestra empresa.

Cuadro N° 42

| Muebles y enseres | | | |
|---------------------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Descripción | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
| Escritorios | 3 | \$ 120,00 | \$ 360.00 |
| Sillón para escritorio | 3 | \$ 45,00 | \$ 135.00 |
| Sillas | 10 | \$ 25,00 | \$ 250.00 |
| Archivador | 4 | \$ 90,00 | \$ 360.00 |
| Sala de espera | 1 | \$ 350,00 | \$ 350.00 |
| Mesa de reuniones | 1 | \$ 250,00 | \$ 250.00 |
| Armario | 1 | \$ 100,00 | \$ 100.00 |
| Mostrador Recepción | 1 | \$ 250.00 | \$ 250.00 |
| Mostrador Cafetería | 1 | \$ 250.00 | \$ 250.00 |
| Mostrador Patines | 1 | \$ 150.00 | \$ 150.00 |
| Rack para patines | 2 | \$ 150.00 | \$ 300.00 |
| Bancas sofá Patines | 15 | \$ 25.00 | \$ 375.00 |
| Estanterías | 10 | \$ 30.00 | \$ 300.00 |
| Mesa Cuadrada con 4 silla | 22 | \$ 150.00 | \$ 3,300.00 |
| Mesa Ovalado con 6 silla | 4 | \$ 200.00 | \$ 800.00 |
| Ball Racks Bolos | 4 | \$ 100.00 | \$ 400.00 |
| TOTAL | | | \$ 7,930.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

- d. Equipo de oficina:** Son los instrumentos que vamos a utilizar en el área administrativa.

Cuadro N° 43

| Equipo de oficina | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------------|------------------|
| Descripción | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
| Teléfonos | 5 | \$ 20.00 | \$ 100.00 |
| Fax | 1 | \$ 40.00 | \$ 40.00 |
| Sumadora Casio DR T220 | 1 | \$ 130.00 | \$ 130.00 |
| TOTAL | | | \$ 270.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

- e. Equipo de computación:** Son los equipos que vamos a utilizar en el área administrativa, ventas y controles.

Cuadro N° 44

| Equipo de computación | | | |
|------------------------------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Descripción | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
| Computadoras | 6 | \$ 650.00 | \$ 3.900.00 |
| Impresora multifunción láser color | 1 | \$ 400.00 | \$ 400.00 |
| Impresora matricial | 3 | \$ 170.00 | \$ 510.00 |
| Cámaras de Vigilancia IP | 6 | \$ 200.00 | \$ 1,200.00 |
| Router inalámbrico | 3 | \$ 75.00 | \$ 225.00 |
| TOTAL | | | \$ 6,235.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

- f. Utilería, lencería y menaje:** Son los equipos que vamos a utilizar en el área administrativa, ventas y controles.

Cuadro N° 45

| Utilería, lencería y menaje | | | |
|--|-----------------|--------------------|--------------------|
| Descripción | Cantidad | V. Unitario | V. Total |
| Cafetera industrial | 1 | \$ 500.00 | \$ 500.00 |
| Microondas | 1 | \$ 150.00 | \$ 150.00 |
| Waflera | 1 | \$ 40.00 | \$ 40.00 |
| Congelador | 1 | \$ 800.00 | \$ 800.00 |
| Refrigerador | 1 | \$ 600.00 | \$ 600.00 |
| Freidora cocina acero inoxidable 8 servicios | 1 | \$ 350.00 | \$ 350.00 |
| Secador de mano eléctrico baños | 5 | \$ 65.00 | \$ 325.00 |
| Dispensadores de jabón baños | 5 | \$ 20.00 | \$ 100.00 |
| Basureros ecológicos | 5 | \$ 30.00 | \$ 150.00 |
| Porta papel de baño | 8 | \$ 10.00 | \$ 80.00 |
| Aspiradora industrial | 1 | \$ 350.00 | \$ 350.00 |
| Pulidora piso | 1 | \$ 140.00 | \$ 140.00 |
| TOTAL | | | \$ 3,585.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Resumen Activos Fijos:

Cuadro N° 46

| Resumen Activos Fijos | |
|------------------------------|----------------------|
| Descripción | Valor |
| Construcciones | \$ 705,000.00 |
| Maquinaria y equipo | \$ 156,188.00 |
| Muebles y enseres | \$ 7,930.00 |
| Equipo de oficina | \$ 270.00 |
| Equipo de computación | \$ 6,235.00 |
| Utilería, lencería y menaje | \$ 3,585.00 |
| SUBTOTAL | \$ 879,208.00 |
| 5% Imprevistos | \$ 43,960.40 |
| TOTAL | \$ 923,168.40 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Activos Intangibles o diferidos.

La inversión en activos diferidos es aquella que se requiere para la constitución de la empresa, así como su instalación y adecuación.

Cuadro N° 47

| Activos Diferidos | |
|------------------------------------|--------------------|
| Descripción | Valor Total |
| Gastos de Constitución | \$ 400,00 |
| Gastos de Legalización | \$ 1,670.00 |
| Gastos de instalación y adecuación | \$ 1,500.00 |
| Registros | \$ 120.00 |
| SUBTOTAL | \$ 3,690.00 |
| 5% Imprevistos | \$ 184.50 |
| TOTAL | \$ 3,874.50 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Cuadro N° 48

| Gastos de Legalización | | |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| Trámite | Plazo | Costo |
| Registro de la S.I.C | Dentro de los 30 primeros días de iniciada la actividad | \$ 50.00 |
| R.U.C | Dentro de los 30 primeros días de iniciada la actividad | \$ 10.00 |
| Patente Municipal | Dentro de los 15 días hábiles de iniciada la actividad | \$ 80.00 |
| Permiso de construcción | Antes de empezar la construcción o remodelación | \$ 960.00 |
| Permiso sanitario de funcionamiento | Antes de iniciar las actividades de la empresa | \$ 220.00 |
| Registro Sanitario | Antes de iniciar las actividades y vender el producto | \$ 350.00 |
| TOTAL | | \$ 1,670.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Activo Corriente o Capital de Trabajo.

El capital de trabajo representa el dinero necesario para mantener la funcionalidad de las actividades de la empresa en un determinado tiempo establecido.

a. Mano de Obra Directa.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra directa total durante un mes asciende a \$ 2,378.72 dólares.

Cuadro N° 49

| Costo Mano de Obra Directa | | | | | | | | | |
|---|--------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Nomina | Sueldo Básico Unificado | Décimo Tercero 1/12 | Décimo Cuarto SBU 1/12 | Aporte IESS 11.15% | Aporte IECE 0.50% | Aporte SECAP 0.50% | Fondos de Reserva 1/12 | Vacaciones a Pagar 1/24 | Total a Pagar |
| Supervisor Operador Instructor | \$ 550.00 | \$ 45.83 | \$ 29.50 | \$ 61.33 | \$ 2.75 | \$ 2.75 | \$ 45.83 | \$ 22.92 | \$ 760.91 |
| Operador Instructor | \$ 400.00 | \$ 33.33 | \$ 29.50 | \$ 44.60 | \$ 2.00 | \$ 2.00 | \$ 33.33 | \$ 16.67 | \$ 561.43 |
| Operador Instructor | \$ 400.00 | \$ 33.33 | \$ 29.50 | \$ 44.60 | \$ 2.00 | \$ 2.00 | \$ 33.33 | \$ 16.67 | \$ 561.43 |
| Asistente de mantenimiento | \$ 350.00 | \$ 29.17 | \$ 29.50 | \$ 39.03 | \$ 1.75 | \$ 1.75 | \$ 29.17 | \$ 14.58 | \$ 494.95 |
| TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA | | | | | | | | | \$ 2,378.72 |
| TOTAL ANUAL | | | | | | | | | \$ 28,544.64 |

Elaboración: Manuel Aguirre

b. Sueldos de Administración.

Son todos los sueldos del personal que trabaja en el área administrativa.

Cuadro N° 50

| Sueldos Administrativo | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|---------------------|------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|
| Nomina | Sueldo Básico Unificado | Décimo Tercero 1/12 | Décimo Cuarto SBU 1/12 | Aporte IESS 11.15% | Aporte IECE 0.50% | Aporte SECAP 0.50% | Fondos de Reserva 1/12 | Vacaciones a Pagar 1/24 | Total a Pagar |
| Gerente | \$ 1,2000.00 | \$ 100.00 | \$ 29.50 | \$ 133.80 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$100.00 | \$ 50.00 | \$1,704.50 |
| Secretaria | \$ 400.00 | \$ 33.33 | \$ 29.50 | \$ 44.60 | \$ 2.00 | \$ 2.00 | \$ 33.33 | \$ 16.67 | \$ 561.43 |
| Asistente de Contabilidad y RRHH | \$ 650.00 | \$ 54.17 | \$ 29.50 | \$ 72.48 | \$ 3.25 | \$ 3.25 | \$ 54.17 | \$ 27.08 | \$ 893.90 |
| Supervisor de Marketing y Ventas | \$ 550.00 | \$ 45.83 | \$ 29.50 | \$ 61.33 | \$ 2.75 | \$ 2.75 | \$ 45.83 | \$ 22.92 | \$ 760.91 |
| Cajero Mostrador | \$ 350.00 | \$ 29.17 | \$ 29.50 | \$ 39.03 | \$ 1.75 | \$ 1.75 | \$ 29.17 | \$ 14.58 | \$ 494.95 |
| Cajero Mostrador | \$ 350.00 | \$ 29.17 | \$ 29.50 | \$ 39.03 | \$ 1.75 | \$ 1.75 | \$ 29.17 | \$ 14.58 | \$ 494.95 |
| Cajero Mostrador | \$ 350.00 | \$ 29.17 | \$ 29.50 | \$ 39.03 | \$ 1.75 | \$ 1.75 | \$ 29.17 | \$ 14.58 | \$ 494.95 |
| Asistente de Servicios Generales | \$ 340.00 | \$ 28.33 | \$ 29.50 | \$ 37.91 | \$ 1.70 | \$ 1.70 | \$ 28.33 | \$ 14.16 | \$ 481.63 |
| Asistente de Servicios Generales | \$ 340.00 | \$ 28.33 | \$ 29.50 | \$ 37.91 | \$ 1.70 | \$ 1.70 | \$ 28.33 | \$ 14.16 | \$ 481.63 |
| Asistente de Servicios Generales | \$ 340.00 | \$ 28.33 | \$ 29.50 | \$ 37.91 | \$ 1.70 | \$ 1.70 | \$ 28.33 | \$ 14.16 | \$ 481.63 |
| TOTAL MENSUAL COSTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS | | | | | | | | | \$ 6,850.48 |
| TOTAL ANUAL | | | | | | | | | \$ 82,205.76 |

Elaboración: Manuel Aguirre

c. Servicios Básicos:

Cuadro N° 51

| Servicios Básicos | | |
|---------------------|--------------------|---------------------|
| Descripción | Valor Mensual | Valor Anual |
| Energía Eléctrica | \$ 1,430.00 | \$ 17,160.00 |
| Servicio Telefónico | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |
| Internet | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |
| Agua Potable | \$ 74.00 | \$ 888.00 |
| TOTAL | \$ 1,704.00 | \$ 20,448.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Energía Eléctrica.

Para el consumo de energía se tiene estimado un promedio mensual de 20,000 Kilowatios lo que a un valor de \$ 0.11 el Kw/hora se estima que el valor a pagar es de \$ 2,200.00 mensuales.

Cuadro N° 52

| Energía Eléctrica | | | | |
|-------------------|---------------|----------------|---------------|--------------|
| Detalle | Cantidad Kw/h | Valor Unitario | Valor Mensual | Valor Anual |
| Consumo energía | 13,000 | \$0.11 | \$1,430.00 | \$ 17,160.00 |

Fuente: EERSSA

Elaboración: Manuel Aguirre

Servicio Telefónico.

Para el servicio telefónico se tiene un estimado de \$ 100.00 dólares mensuales lo que anualmente nos da un valor de \$ 1,200.00 dólares.

Cuadro N° 53

| Servicio Telefónico | | |
|---------------------|---------------|-------------|
| Detalle | Valor Mensual | Valor Anual |
| Consumo telefónico | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Agua Potable.

El consumo de agua potable que consideramos es para el área de administración, baños y servicios generales.

Cuadro N° 54

| Consumo de Agua | | | | |
|-----------------|-------------|----------------|---------------|-------------|
| Detalle | Cantidad m3 | Valor Unitario | Valor Mensual | Valor Anual |
| Consumo agua | 100 | \$0.74 | \$ 74.00 | \$ 888.00 |

Fuente: emaalep

Elaboración: Manuel Aguirre

d. Gasto de Publicidad: Aquí detallaremos los gastos generados por la publicidad, promociones

Cuadro N° 55

| Gasto de Publicidad | | |
|---------------------|------------------|---------------------|
| Descripción | Valor Mensual | Valor Anual |
| Vallas | \$ 250.00 | \$ 3,000.00 |
| Televisión | \$ 300.00 | \$ 3,600.00 |
| Prensa | \$ 140.00 | \$ 1,680.00 |
| Radio | \$ 200.00 | \$ 2,400.00 |
| Hojas Volantes | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |
| TOTAL | \$ 990.00 | \$ 11,880.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Publicidad.

La publicidad que aplicaremos será por:

Vallas: Se hará un contrato por año, la empresa contratada deberá rotar la publicidad cada tres meses por sus diferentes vallas en la ciudad, se tendrá que rotar en cuatro puntos diferentes en el año con un valor de \$3,000.00 los cuales se pagaran mensualmente lo que corresponde al mes \$ 250.00

Televisión: Sera por los canales locales en los cuales se pasaran 1 spot publicitarios de 15 segundos tres días a la semana con un valor de \$ 400.00 mensuales.

Prensa: Se tendrán una publicidad por la prensa local los días viernes, sábados y domingos un espacio de 20 x 25 cm a colores, con un costo de \$ 140.00 dólares mensuales.

Radio: Se tendrán 10 cuñas en tres diferentes radios de lunes a viernes de 07:00 a 20:00 por un valor de \$230.00 dólares mensuales.

Hojas Volante: Tendremos hojas volantes las cuales serán dejadas en instituciones públicas, centros educativos, restaurantes, almacenes, bodegas donde se nos permita difundir a la empresa el valor que se tiene previsto en las hojas volantes es de \$ 100.00 mensuales.

Promoción.

La empresa aplicara promociones según la temporada, se planificara promociones en temporada escolar (promociones para escuelas y colegios, día del niño, términos del quimestre, etc.), y la temporada de vacaciones y feriados largos para lo cual la empresa invertirá \$ 3,000.00 dólares anuales lo que equivale a \$ 250.00 dólares mensuales.

e. Gasto de Suministro de Limpieza: Aquí detallaremos los gastos generados por los implementos para la limpieza diaria de los equipos, y de toda la empresa en general.

Cuadro N° 56

| Gasto de Suministro de Limpieza | |
|--|----------------------|
| Descripción | Valor Mensual |
| Papel Higiénico | \$ 70.00 |
| Jabón líquido galón | \$ 20.00 |
| Desinfectante caneca | \$ 24.00 |
| Varios | \$ 10.00 |
| TOTAL | \$ 124.00 |

Elaboración: Manuel Aguirre

El costo mensual se considera en \$ 124.00 dólares mensuales ya que existen un sin números de elementos como las escobas, trapeadores, franelas, etc. Que son de larga duración y no es necesario realizar una adquisición mensual, el costo de este rubro es de \$ 10.00 dólares mensuales los cuales serán distribuidos durante el año.

f. Gasto de Suministro de Oficina:

Cuadro N° 57

| Gasto de Suministro de Oficina | |
|---------------------------------------|--------------------|
| Descripción | Valor Total |
| Esferos caja 12 Unidades | \$ 2.10 |
| Papel Bond A4 Resma | \$ 3.30 |
| Facturas bloque | \$ 100.00 |
| Grapas | \$ 5.00 |
| Carpetas | \$ 5.00 |
| Cintas | \$ 5.00 |
| TOTAL | \$ 115.40 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Para el gasto de suministro de oficina se realiza un estimativo de \$115.40 dólares mensuales lo que incluye Papel bond, facturas, notas de venta, tinta impresoras, esferos, etc. Este costo mensualmente nos da un valor de \$ 1384.80 dólares.

Resumen Activos Circulante:

Cuadro N° 58

| Resumen Activos Circulante | |
|-----------------------------------|---------------------|
| Descripción | Valor |
| Mano de obra directa | \$ 2,374.04 |
| Sueldos de administración | \$ 6,838.78 |
| Servicios básicos | \$ 1,704.00 |
| Gastos de publicidad | \$ 990.00 |
| Gastos de suministros de limpieza | \$ 124.00 |
| Gastos de suministros de oficina | \$ 115.40 |
| SUBTOTAL | \$ 12,146.22 |
| 5% Imprevistos | \$ 607.31 |
| TOTAL | \$ 12,753.53 |

Elaboración: Manuel Aguirre

El monto mensual que se requiere para el capital de operaciones es de \$ 13,302.22 dólares, en este valor no está incluido las depreciaciones ya que es un valor que se lo calcula anualmente.

Total de la Inversión.

El proyecto nos permite crea fuentes de trabajo, directos e indirectos, en el siguiente cuadro detallamos la inversión requerida para que se ponga en marcha el proyecto de la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.

Cuadro N° 59

| Total de las Inversiones | |
|-------------------------------------|----------------------|
| Activos Fijos | |
| Rubro | Monto |
| Construcciones | \$ 705,000.00 |
| Maquinaria y equipo | \$ 156,188.00 |
| Muebles y enseres | \$ 7,930.00 |
| Equipo de oficina | \$ 270.00 |
| Equipo de computación | \$ 6,235.00 |
| Utillería, lencería y menaje | \$ 3,585.00 |
| SUBTOTAL | \$ 879,208.00 |
| 5% Imprevistos | \$ 43,960.40 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | \$ 923,168.40 |
| Activos Diferidos | |
| Rubro | Monto |
| Gastos de Constitución | \$ 400.00 |
| Gastos de Legalización | \$ 1,670.00 |
| Gastos de instalación y adecuación | \$ 1,500.00 |
| Registros | \$ 120.00 |
| SUBTOTAL | \$ 3,690.00 |
| 5% Imprevistos | \$ 184.50 |
| TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS | \$ 3,874.50 |
| Capital de Operaciones | |
| Rubro | Monto |
| Mano de obra directa | \$ 2,374.04 |
| Sueldos de administración | \$ 6,838.78 |
| Servicios básicos | \$ 1,704.00 |
| Gastos de publicidad | \$ 990.00 |
| Gastos de suministros de limpieza | \$ 124.00 |
| Gastos de suministros de oficina | \$ 115.40 |
| SUBTOTAL | \$ 12,146.22 |
| 5% Imprevistos | \$ 607.31 |
| TOTAL CAPITAL DE OPERACIONES | \$ 12,753.53 |
| TOTAL INVERSIÓN | \$ 939,796.43 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Depreciaciones.

La depreciación de los activos de la empresa se considera lo que se establece en Rentas Internas. VER ANEXO 03

Cuadro N° 60

| Depreciaciones SRI | | |
|-------------------------------|---------|------|
| Detalle | % anual | Años |
| Inmuebles | 5 % | 20 |
| Maquinaria, equipos y muebles | 10 % | 10 |
| Equipo de computo | 33 % | 3 |

Fuente: S.R.I

Elaboración: Manuel Aguirre

Cuadro N° 61

| Depreciación de Activos Fijos | | | | |
|-------------------------------|----------------|---------------|---------------------|---------------------|
| Descripción | % Depreciación | Costo Total | Valor Residual | Depreciación Anual |
| Construcciones | 5% | \$ 705,000.00 | \$ 35,250.00 | \$ 33,487.50 |
| Maquinaria y equipo | 10% | \$ 156,188.00 | \$ 15,618.00 | \$ 14,056.20 |
| Muebles y enseres | 10% | \$ 7,930.00 | \$ 793.00 | \$ 713.70 |
| Equipo de oficina | 10% | \$ 270.00 | \$ 27.00 | \$ 24.30 |
| Equipo de computación | 33% | \$ 6,235.00 | \$ 2,057.55 | \$ 1,378.56 |
| Utilería, lencería y menaje | 10% | \$ 3,585.00 | \$ 358.50 | \$ 322.65 |
| TOTAL | | | \$ 54,104.05 | \$ 49,982.91 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Financiamiento.

Para el funcionamiento de nuestro proyecto necesitamos financiar los montos requeridos por activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo, para lo cual se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Fuentes Internas.

Corresponde a las aportaciones de los socios los cuales harán una aportación del 46.80% lo que representa un valor de \$ 439,796.43, cada socio hará una aportación de \$ 109,949.11 dólares

Fuentes Externas.

Para completar el valor que nos falta para la realización del proyecto se hará un crédito a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Loja CACPE-Loja, el cual cubrirá el valor de \$ 500,000.00 que representa el 53.20% con un plazo a diez años y un interés del 14.97% anual, para lo cual se debe pagar 120 cuotas de \$ 8,120.60 dólares

Cuadro N° 62

| Financiamiento | | |
|-----------------------|-----------------|----------------------|
| Fuente | % | Monto |
| Capital Propio | 46.80 % | \$ 439,796.43 |
| Crédito CACPE-Loja | 53.20 % | \$ 500,000.00 |
| TOTAL | 100.00 % | \$ 939,796.43 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Cuadro de Amortización.

Cuadro N° 63

CACPE LOJA

Nº. RUC. 1100075539001

PAGINA: 1

FECHA: 06Jun2014

TABLA DE AMORTIZACION SIMULACION

Sucursal: OFICINA LOJA

CLIENTE: 0 MANUEL AGUIRRE VIVANCO CED. RIF/PASAP:
 GRUPO:
 DIRECCION: TELEFONO:

DATOS DE LA OPERACION

| | | | |
|--------------------|------------------------------------|--------------------|------------|
| Nº. OPERACION: | 67705 | FECHA LIQUIDACION: | 05/06/2014 |
| TIPO OPERACION: | CREDITOS CONSUMO | FECHA VENCIMIENTO: | 04/14/2024 |
| MONTO: | 500.000.00 MONEDA: DOLAR | MES DE GRACIA: | 0 |
| PLAZO: | 10 ANUAL TASA INTERES: 14.97 % TEA | GRACIA MORA: | 0 dias |
| TIPO AMORTIZACION: | PAGO CAPITAL: 1 | GRACIA CAPITAL: | 0 |
| CUOTA: | MENSUAL PAGO INTERES: 1 | GRACIA INTERES: | 0 |

| DIV. | FECHA PAG | SALDO CAPITAL | CAPITAL | INTERES | OTROS | ABONO | CUOTA | ESTADO |
|------|------------|---------------|----------|----------|-------|-------|----------|------------|
| 1 | 07/07/2014 | 500.000.00 | 1.612.59 | 5.445.52 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 2 | 08/05/2014 | 498.387.42 | 2.047.80 | 5.010.25 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 3 | 09/02/2014 | 496.710.67 | 1.992.40 | 4.181.70 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 4 | 10/05/2014 | 494.473.17 | 1.478.26 | 6.579.84 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 5 | 11/04/2014 | 492.994.91 | 2.113.10 | 5.945.00 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 6 | 12/03/2014 | 490.881.81 | 2.138.33 | 5.919.77 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 7 | 01/02/2015 | 488.743.48 | 1.980.90 | 6.697.20 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 8 | 02/02/2015 | 486.782.58 | 1.783.08 | 6.375.02 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 9 | 03/03/2015 | 484.999.50 | 2.209.30 | 5.848.72 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 10 | 04/03/2015 | 482.700.12 | 2.035.30 | 6.622.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 11 | 05/04/2015 | 480.754.82 | 1.660.98 | 6.387.12 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 12 | 06/01/2015 | 479.093.84 | 2.479.94 | 5.578.16 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 13 | 07/01/2015 | 478.813.90 | 2.112.40 | 5.945.70 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 14 | 07/31/2015 | 474.501.50 | 2.138.80 | 5.919.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 15 | 08/31/2015 | 472.362.70 | 1.989.08 | 6.089.02 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 16 | 09/29/2015 | 470.390.62 | 2.385.41 | 5.672.69 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 17 | 10/29/2015 | 468.008.21 | 2.218.80 | 5.838.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 18 | 11/28/2015 | 465.788.41 | 2.247.40 | 5.810.70 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 19 | 12/28/2015 | 463.541.01 | 2.275.30 | 5.782.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 20 | 01/27/2016 | 461.269.71 | 2.303.80 | 5.754.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 21 | 02/26/2016 | 459.561.91 | 2.332.80 | 5.725.50 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 22 | 03/28/2016 | 458.629.31 | 2.171.82 | 5.886.28 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 23 | 04/27/2016 | 454.467.49 | 3.577.68 | 5.480.42 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 24 | 05/26/2016 | 451.879.81 | 2.420.80 | 5.837.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 25 | 06/27/2016 | 449.459.01 | 2.077.30 | 5.980.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 26 | 07/25/2016 | 447.381.71 | 2.848.98 | 5.259.12 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 27 | 08/24/2016 | 444.532.73 | 2.512.60 | 5.945.90 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 28 | 09/23/2016 | 442.020.13 | 2.543.80 | 5.914.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 29 | 10/24/2016 | 439.476.33 | 2.362.85 | 5.695.25 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 30 | 11/08/2016 | 437.993.19 | 3.797.74 | 4.770.74 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 31 | 12/22/2016 | 434.296.13 | 2.840.40 | 5.417.70 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 32 | 01/21/2017 | 431.655.73 | 2.673.10 | 5.385.00 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 33 | 02/20/2017 | 428.982.63 | 2.705.40 | 5.351.70 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 34 | 03/22/2017 | 426.276.23 | 2.740.30 | 5.317.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 35 | 04/21/2017 | 423.535.93 | 2.774.50 | 5.283.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 36 | 05/21/2017 | 420.761.43 | 2.809.00 | 5.249.10 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 37 | 06/19/2017 | 411.952.43 | 3.099.10 | 5.114.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 38 | 07/20/2017 | 415.108.33 | 2.879.50 | 5.178.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 39 | 08/18/2017 | 412.228.83 | 2.915.90 | 5.142.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 40 | 09/18/2017 | 409.313.33 | 2.951.80 | 5.108.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 41 | 10/18/2017 | 406.361.53 | 2.988.70 | 5.089.40 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 42 | 11/17/2017 | 403.372.83 | 3.025.90 | 5.033.20 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 43 | 12/17/2017 | 400.346.93 | 3.063.70 | 4.994.40 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 44 | 01/16/2018 | 397.283.23 | 3.102.10 | 4.956.00 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 45 | 02/15/2018 | 394.181.13 | 3.140.80 | 4.917.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 46 | 03/17/2018 | 391.040.53 | 3.179.80 | 4.878.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 47 | 04/16/2018 | 387.860.53 | 3.219.40 | 4.838.70 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 48 | 05/16/2018 | 384.641.13 | 3.259.60 | 4.798.90 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 49 | 06/15/2018 | 381.381.53 | 3.300.40 | 4.757.70 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 50 | 07/15/2018 | 378.081.13 | 3.341.50 | 4.716.60 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 51 | 08/14/2018 | 374.739.63 | 3.383.20 | 4.674.90 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 52 | 09/13/2018 | 371.356.43 | 3.425.60 | 4.632.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 53 | 10/13/2018 | 367.930.83 | 3.468.10 | 4.590.00 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |
| 54 | 11/12/2018 | 364.462.83 | 3.511.30 | 4.546.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.60 | NO VIGENTE |

Banco Crecer Tercer

Dirección: SUCRE N. 06-40 Y COLON ESQUINA, PROVINCIA DE LOJA, C
 Ciudad: LOJA Teléfono: 033073077008

CACPE LOJA

No. RUC. 1180075539001

PAGINA: 2

FECHA: 08/Jun/2014

Sucursal: OFICINA LOJA

TABLA DE AMORTIZACION SIMULACION

CLIENTE: 0 MANUEL AGUIRRE VMANCO CED./RIF/PASAP:

GRUPO:

TELEFONO:

DIRECCION:

DATOS DE LA OPERACION

| | | | |
|--------------------|---------------------|-------------------|-------------|
| NO. OPERACION | 57/US | FECHA LIQUIDACION | 00/00/00 |
| TIPO OPERACION | OPERACION ORDINARIA | FECHA VENCIMIENTO | 00/00/00 |
| MONTO: | 500,000.00 | MONEDA: | DOLAR |
| PLAZO: | 10 ANUAL | TASA INTERES: | 14.97 % TEA |
| TIPO AMORTIZACION: | | PAGO CAPITAL: | 1 |
| CUOTA: | MENSUAL | PAGO INTERES: | 1 |
| | | MES DE GRACIA: | 0 |
| | | GRACIA MORA: | 0 días |
| | | GRACIA CAPITAL: | 0 |
| | | GRACIA INTERES: | 0 |

| Div. | FECHA PAG | SALDO CAPITAL | CAPITAL | INTERES | OTROS | ABONO | CUOTA | ESTADO |
|------|------------|---------------|----------|----------|-------|-------|----------|------------|
| 55 | 12/12/2018 | 360,951.53 | 3,555.10 | 4,503.00 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 56 | 01/11/2019 | 347,109.43 | 3,499.50 | 4,458.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 57 | 02/10/2019 | 333,796.93 | 3,444.50 | 4,413.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 58 | 03/10/2019 | 320,168.18 | 3,389.99 | 4,368.99 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 59 | 04/11/2019 | 306,462.63 | 3,336.00 | 4,322.10 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 60 | 05/11/2019 | 292,726.63 | 3,282.50 | 4,275.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 61 | 06/10/2019 | 278,944.13 | 3,229.99 | 4,228.20 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 62 | 07/10/2019 | 265,114.23 | 3,177.50 | 4,180.50 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 63 | 08/09/2019 | 251,236.63 | 3,125.99 | 4,132.20 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 64 | 09/08/2019 | 237,310.73 | 3,074.80 | 4,083.30 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 65 | 10/08/2019 | 223,339.93 | 3,024.80 | 4,033.50 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 66 | 11/07/2019 | 209,311.53 | 2,974.75 | 3,983.30 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 67 | 12/07/2019 | 195,236.63 | 2,924.40 | 3,932.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 68 | 01/06/2020 | 181,111.23 | 2,873.99 | 3,881.10 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 69 | 02/05/2020 | 166,934.23 | 2,822.20 | 3,828.90 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 70 | 03/05/2020 | 152,705.03 | 2,770.10 | 3,776.10 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 71 | 04/04/2020 | 138,423.03 | 2,717.40 | 3,722.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 72 | 05/05/2020 | 124,087.63 | 2,664.00 | 3,668.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 73 | 06/04/2020 | 109,696.23 | 2,610.10 | 3,614.10 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 74 | 07/04/2020 | 95,254.23 | 2,555.50 | 3,558.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 75 | 08/03/2020 | 80,754.73 | 2,500.50 | 3,502.50 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 76 | 09/02/2020 | 66,199.13 | 2,445.00 | 3,445.50 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 77 | 10/02/2020 | 51,588.53 | 2,388.40 | 3,387.90 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 78 | 11/01/2020 | 36,918.13 | 2,330.40 | 3,329.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 79 | 12/01/2020 | 22,187.93 | 2,271.20 | 3,270.90 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 80 | 12/31/2020 | 7,400.73 | 2,211.20 | 3,211.20 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 81 | 01/30/2021 | 252,553.83 | 4,907.50 | 3,150.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 82 | 03/01/2021 | 247,646.33 | 4,868.70 | 3,089.40 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 83 | 03/31/2021 | 242,677.63 | 4,829.50 | 3,027.30 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 84 | 04/30/2021 | 237,646.63 | 4,789.50 | 2,964.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 85 | 05/30/2021 | 232,553.33 | 4,748.50 | 2,901.00 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 86 | 06/29/2021 | 227,396.23 | 4,706.50 | 2,836.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 87 | 07/29/2021 | 222,174.63 | 4,664.00 | 2,771.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 88 | 08/28/2021 | 216,888.63 | 4,620.50 | 2,705.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 89 | 09/27/2021 | 211,530.13 | 4,576.50 | 2,638.99 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 90 | 10/27/2021 | 206,116.83 | 4,532.00 | 2,571.30 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 91 | 11/26/2021 | 200,630.03 | 4,487.00 | 2,502.90 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 92 | 12/26/2021 | 195,074.83 | 4,441.50 | 2,433.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 93 | 01/25/2022 | 189,450.33 | 4,395.50 | 2,363.40 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 94 | 02/24/2022 | 183,755.60 | 4,349.00 | 2,292.30 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 95 | 03/23/2022 | 177,989.80 | 4,302.00 | 2,220.30 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 96 | 04/22/2022 | 172,152.00 | 4,254.50 | 2,147.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 97 | 05/21/2022 | 166,241.63 | 4,206.50 | 2,073.90 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 98 | 06/20/2022 | 160,257.43 | 4,158.00 | 1,999.20 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 99 | 07/19/2022 | 154,198.53 | 4,109.00 | 1,923.60 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 100 | 08/18/2022 | 148,064.03 | 4,059.50 | 1,847.10 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 101 | 09/17/2022 | 141,853.03 | 4,009.50 | 1,769.70 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 102 | 10/17/2022 | 135,564.63 | 3,959.00 | 1,691.10 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 103 | 11/16/2022 | 129,197.63 | 3,908.00 | 1,611.80 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 104 | 12/15/2022 | 122,751.13 | 3,856.50 | 1,531.20 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 105 | 01/14/2023 | 116,224.23 | 3,804.50 | 1,449.90 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 106 | 02/13/2023 | 109,619.63 | 3,752.00 | 1,367.40 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 107 | 03/12/2023 | 102,925.33 | 3,699.00 | 1,284.00 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |
| 108 | 04/10/2023 | 96,151.23 | 3,645.50 | 1,199.40 | 62.50 | 0.00 | 8,120.60 | NO VIGENTE |

Dirección: SUITE N. 06-45 Y COLON ESQUINA, PROVINCIA DE LOJA, C
 Loja - Ecuador

Dirección Cliente: T. 074 222 222

CACPE LOJA

No. RUC: 1190575539001

PAGINA: FECHA:

TABLA DE AMORTIZACION SIMULACION

Sucursal: CLIENTE: CED./RIF/PASA.P:

GRUPO:

DIRECCION:

TELEFONO:

DATOS DE LA OPERACION

| | | | |
|--------------------|---|--------------------|--|
| No. OPERACION: | <input type="text" value="67705"/> | FECHA LIQUIDACION: | <input type="text" value="06/06/2014"/> |
| TIPO OPERACION: | <input type="text" value="CREDITOS CONSUMO"/> | FECHA VENCIMIENTO: | <input type="text" value="04/14/2024"/> |
| MONTÓ: | <input type="text" value="500.000.00"/> | MES DE GRACIA: | <input type="text" value="0"/> |
| PLAZO: | <input type="text" value="10"/> ANUAL | GRACIA MORA: | <input type="text" value="0"/> días |
| TIPO AMORTIZACION: | | PAGO CAPITAL: | <input type="text" value="1"/> |
| CUOTA: | <input type="text" value="MENSUAL"/> | PAGO INTERES: | <input type="text" value="1"/> |
| | | GRACIA CAPITAL: | <input type="text" value="0"/> |
| | | GRACIA INTERES: | <input type="text" value="0"/> |
| | | TASA INTERES: | <input type="text" value="14.97"/> % TEA |
| | | MÓNEDA: | <input type="text" value="DÓLAR"/> |

| Div. | FECHA PAG | SALDO CAPITAL | CAPITAL | INTERES | OTROS | ABONO | CUOTA | ESTADO |
|---------|------------|---------------|------------|------------|----------|-------|------------|------------|
| 109 | 05/20/2023 | 89.292.53 | 6.944.20 | 1.113.90 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 110 | 08/19/2023 | 82.348.33 | 7.030.90 | 1.027.20 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 111 | 07/19/2023 | 75.317.43 | 7.118.90 | 939.60 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 112 | 08/18/2023 | 68.198.93 | 7.207.30 | 850.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 113 | 09/17/2023 | 60.991.63 | 7.297.30 | 760.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 114 | 10/17/2023 | 53.004.00 | 7.388.88 | 669.88 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 115 | 11/16/2023 | 45.306.13 | 7.480.30 | 577.80 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 116 | 12/16/2023 | 38.826.83 | 7.573.00 | 484.50 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 117 | 01/15/2024 | 31.252.23 | 7.666.10 | 390.00 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 118 | 02/14/2024 | 23.584.13 | 7.763.80 | 294.30 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 119 | 03/15/2024 | 15.820.33 | 7.860.70 | 197.40 | 62.50 | 0.00 | 8.120.80 | NO VIGENTE |
| 120 | 04/14/2024 | 7.959.63 | 7.959.63 | 99.30 | 62.50 | 0.00 | 8.121.43 | NO VIGENTE |
| TOTALES | | 0.00 | 500.000.00 | 468.972.83 | 7.500.00 | 0.00 | 974.472.83 | |

Elaborado por:

Aprobado por:

Cliente:

Estructura de Costos.

Son todos los desembolsos realizados durante un año o el ejercicio económico, estos son muy importantes para garantizar la rentabilidad del proyecto.

Cuadro N° 64

| Presupuesto de Costos Totales para los Diez Años | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Rubros | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Costo | | | | | |
| Mano de Obra Directa | 28,544.64 | 29,075.57 | 29,616.38 | 30,167.24 | 30,728.35 |
| Total costo | 28,544.64 | 29,075.57 | 29,616.38 | 30,167.24 | 30,728.35 |
| Costo de producción | | | | | |
| Depreciación de Utillería, lencería y menaje | 322.65 | 328.65 | 334.76 | 340.99 | 347.33 |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 14,056.20 | 14,317.65 | 14,583.95 | 14,855.22 | 15,131.52 |
| Total carga proceso de fabricación | 14,378.85 | 14,646.30 | 14,918.72 | 15,196.21 | 15,478.86 |
| GASTOS DE OPERACIÓN | | | | | |
| Gastos de Administración | | | | | |
| Remuneraciones (Sueldos Adm.) | 82,205.76 | 83,734.76 | 85,292.25 | 86,878.69 | 88,494.63 |
| Suministros de Oficina | 115.40 | 117.55 | 119.73 | 121.96 | 124.23 |
| Energía Eléctrica | 17,160.00 | 17,479.18 | 17,804.29 | 18,135.45 | 18,472.77 |
| Agua Potable | 888.00 | 904.52 | 921.34 | 938.48 | 955.93 |
| Internet | 1,200.00 | 1,222.32 | 1,245.06 | 1,268.21 | 1,291.80 |
| Servicio Telefónico | 1,200.00 | 1,222.32 | 1,245.06 | 1,268.21 | 1,291.80 |
| Suministros de Limpieza | 124.00 | 126.31 | 128.66 | 131.05 | 133.49 |
| Depreciación de Equipo de Oficina | 24.30 | 24.75 | 25.21 | 25.68 | 26.16 |
| Depreciación de Muebles y Enseres | 713.70 | 726.97 | 740.50 | 754.27 | 768.30 |
| Depreciación Equipo de Computación | 1,378.56 | 1,404.20 | 1,430.32 | 1,456.92 | 1,484.02 |
| Total Gastos Administrativos | 105,009.72 | 106,962.90 | 108,952.41 | 110,978.93 | 113,043.13 |
| Gastos de Venta | | | | | |
| Publicidad | 11,880.00 | 12,100.97 | 12,326.05 | 12,555.31 | 12,788.84 |
| Promoción | 3,000.00 | 3,055.80 | 3,112.64 | 3,170.53 | 3,229.50 |
| Total Gastos de Venta | 14,880.00 | 15,156.77 | 15,438.68 | 15,725.84 | 16,018.34 |
| Gastos Financieros | | | | | |
| Intereses | 73,311.10 | 69,542.31 | 65,190.62 | 60,126.30 | 54,259.80 |
| Total Gastos Financieros | 73,311.10 | 69,542.31 | 65,190.62 | 60,126.30 | 54,259.80 |
| Otros gastos | | | | | |
| Amortización del Activo Diferid. | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 |
| Total Otros Gastos | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 |
| TOTAL COSTOS TOTALES | 236,504.31 | 235,763.85 | 234,496.81 | 232,574.52 | 229,908.48 |

Fuente: Cuadros de inversiones, depreciaciones, amortizaciones y proyecciones

Elaboración: Manuel Aguirre

Cuadro N° 64

| Presupuesto de Costos Totales para los Diez Años | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Rubros | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Costo | | | | | |
| Mano de Obra Directa | 31,299.90 | 31,882.08 | 32,475.08 | 33,079.12 | 33,694.39 |
| Total costo | 31,299.90 | 31,882.08 | 32,475.08 | 33,079.12 | 33,694.39 |
| Costo de servicio | | | | | |
| Depreciación de Utillería, lencería y menaje | 353.79 | 360.37 | 367.08 | 373.90 | 380.86 |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 15,412.97 | 15,699.65 | 15,991.66 | 16,289.11 | 16,592.09 |
| Total carga proceso de fabricación | 15,412.97 | 16,060.02 | 16,358.74 | 16,663.01 | 16,972.94 |
| GASTOS DE OPERACIÓN | | | | | |
| Gastos de Administración | | | | | |
| Remuneraciones (Sueldos Adm.) | 90,140.63 | 91,817.25 | 93,525.05 | 95,264.62 | 97,036.54 |
| Suministros de Oficina | 126.54 | 128.89 | 131.29 | 133.73 | 136.22 |
| Energía Eléctrica | 18,816.36 | 19,166.35 | 19,522.84 | 19,885.96 | 20,255.84 |
| Agua Potable | 973.71 | 991.82 | 1,010.27 | 1,029.06 | 1,048.20 |
| Internet | 1,315.83 | 1,340.30 | 1,365.23 | 1,390.63 | 1,416.49 |
| Servicio Telefónico | 1,315.83 | 1,340.30 | 1,365.23 | 1,390.63 | 1,416.49 |
| Suministros de Limpieza | 135.97 | 138.50 | 141.07 | 143.70 | 146.37 |
| Depreciación de Equipo de Oficina | 26.65 | 27.14 | 27.65 | 28.16 | 28.68 |
| Depreciación de Muebles y Enseres | 782.59 | 797.15 | 811.97 | 827.08 | 842.46 |
| Depreciación Equipo de Computación | 1,511.62 | 1,539.74 | 1,568.38 | 1,597.55 | 1,627.27 |
| Total Gastos Administrativos | 115,145.74 | 117,287.45 | 119,468.99 | 121,691.12 | 123,954.57 |
| Gastos de Venta | | | | | |
| Publicidad | 13,026.71 | 13,269.01 | 13,515.81 | 13,767.21 | 14,023.28 |
| Promoción | 3,289.57 | 3,350.76 | 3,413.08 | 3,476.57 | 3,541.23 |
| Total Gastos de Venta | 16,316.29 | 16,619.77 | 16,928.90 | 17,243.77 | 17,564.51 |
| Gastos Financieros | | | | | |
| Intereses | 47,451.30 | 39,552.30 | 30,385.50 | 19,417.08 | 7,405.50 |
| Total Gastos Financieros | 47,451.30 | 39,552.30 | 30,385.50 | 19,417.08 | 7,405.50 |
| Otros gastos | | | | | |
| Amortización del Activo Diferid. | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 |
| Total Otros Gastos | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 | 380.00 |
| TOTAL COSTOS TOTALES | 226,359.98 | 182,229.32 | 215,997.21 | 208,474.10 | 199,971.91 |

Fuente: Cuadros de inversiones, depreciaciones, amortizaciones y proyecciones

Elaboración: Manuel Aguirre

Calculo del costo unitario del servicio

Para el cálculo del costo unitario del servicio resulta de la relación entre el costo total y la cantidad de servicios ofrecidos durante el periodo.

$$CU = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Servicio ofrecido}}$$

Costo Total = \$ 236,504.31

Servicio ofrecido = 44,904

$$CU = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Servicio ofrecido}} = \frac{236,504.31}{44,904} = 5.27$$

Cuadro N° 65

| Cálculo del costo unitario | | | | |
|----------------------------|----------------|------------------------|--------------------|------------------|
| Servicio Ofrecido | Costo Servicio | Margen de Utilidad 50% | Precio de Servicio | Ingresos Totales |
| 44,904 | 5.27 | 2.63 | 8.00 | 359,232.00 |

Fuente: Cuadro N°37

Elaboración: Manuel Aguirre

Presupuesto de ingresos

Los ingresos, son el producto de la venta de nuestros servicios Bolos, Pista de hielo, Minigolf y Patio de comidas

En el primer año el margen de utilidad está marcado en el 50% y para cada año proyectado se hará un incremento del 5% anual.

El precio del servicio será de \$ 8,00 dólares

Cuadro N° 66

| Proyección de Ingresos totales | | | | |
|--------------------------------|-----------------|--------------------|---------------------|---------------|
| Año | Servicios Total | Margen de Utilidad | Precio del Servicio | Ingreso Total |
| 1 | 44,904.00 | 50% | 8.00 | 359,232.00 |
| 2 | 49,394.40 | 55% | 8.15 | 402,564.36 |
| 3 | 53,884.80 | 60% | 8.42 | 453,710.02 |
| 4 | 58,375.20 | 65% | 8.68 | 506,696.74 |
| 5 | 62,865.60 | 70% | 8.94 | 562,018.46 |
| 6 | 67,356.00 | 75% | 9.21 | 620,348.76 |
| 7 | 71,846.40 | 80% | 9.47 | 680,385.41 |
| 8 | 76,336.80 | 85% | 9.73 | 742,757.06 |
| 9 | 80,827.20 | 90% | 9.99 | 807,463.73 |
| 10 | 85,317.60 | 95% | 10.26 | 875,358.58 |

Fuente: Cuadro N° 37

Elaboración: Manuel Aguirre

Determinación de Costos

Costos Fijos

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

Costos Variables

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen del servicio.

Cuadro N° 67

| Presupuesto Proformado de Costo | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|
| Descripción | Año 1 | | Año 5 | | Año 10 | |
| | Costos Fijos | Costos Variables | Costos Fijos | Costos Variables | Costos Fijos | Costos Variables |
| Costos Directos | | | | | | |
| Mano de Obra Directa | | 28,544.64 | | 30,728.35 | | 33,694.39 |
| Costos de Servicios | | | | | | |
| Depreciaciones | 16,495.41 | | 17,757.34 | | 19,471.35 | |
| Gastos Administrativos | | | | | | |
| Personal Administrativo | 82,205.76 | | 88,494.63 | | 97,036.54 | |
| Gastos Generales de Administración | 29,927.40 | | 32,216.93 | | 35,326.64 | |
| Amortización Activo Diferido | 380.00 | | 380.00 | | 380.00 | |
| Costos de Ventas | | | | | | |
| Publicidad | 11,880.00 | | 12,788.84 | | 14,023.28 | |
| Promociones | 3,000.00 | | 3,229.51 | | 3,541.23 | |
| Gastos Financieros | | | | | | |
| Intereses | 73,311.10 | | 54,259.80 | | 380.00 | |
| TOTAL | 217,199.67 | 28,544.64 | 209,127.05 | 30,728.35 | 170,159.04 | 33,694.39 |

Fuente: Cuadro N° 64

Elaboración: Manuel Aguirre

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Podemos decir que se produce un punto de equilibrio cuando los ingresos y los gastos son iguales, lo que quiere decir que no hay pérdidas ni ganancias, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio tendremos ganancias.

Calculo del Punto de Equilibrio.

Para poder realizar el cálculo del punto de equilibrio tenemos que tener clasificados los costos fijos y variables.

Método Matemático

Primer año

$$CF = 217,199.67$$

$$VT = 359,232.00$$

$$CV = 28,544.64$$

a. En función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{217,199.67}{359,232.00 - 28,544.64} \times 100$$

$$PE = \frac{217,199.67}{330,687.36} \times 100$$

$$PE = 0.656812739609 \times 100$$

$$PE = 65.63\%$$

b. En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

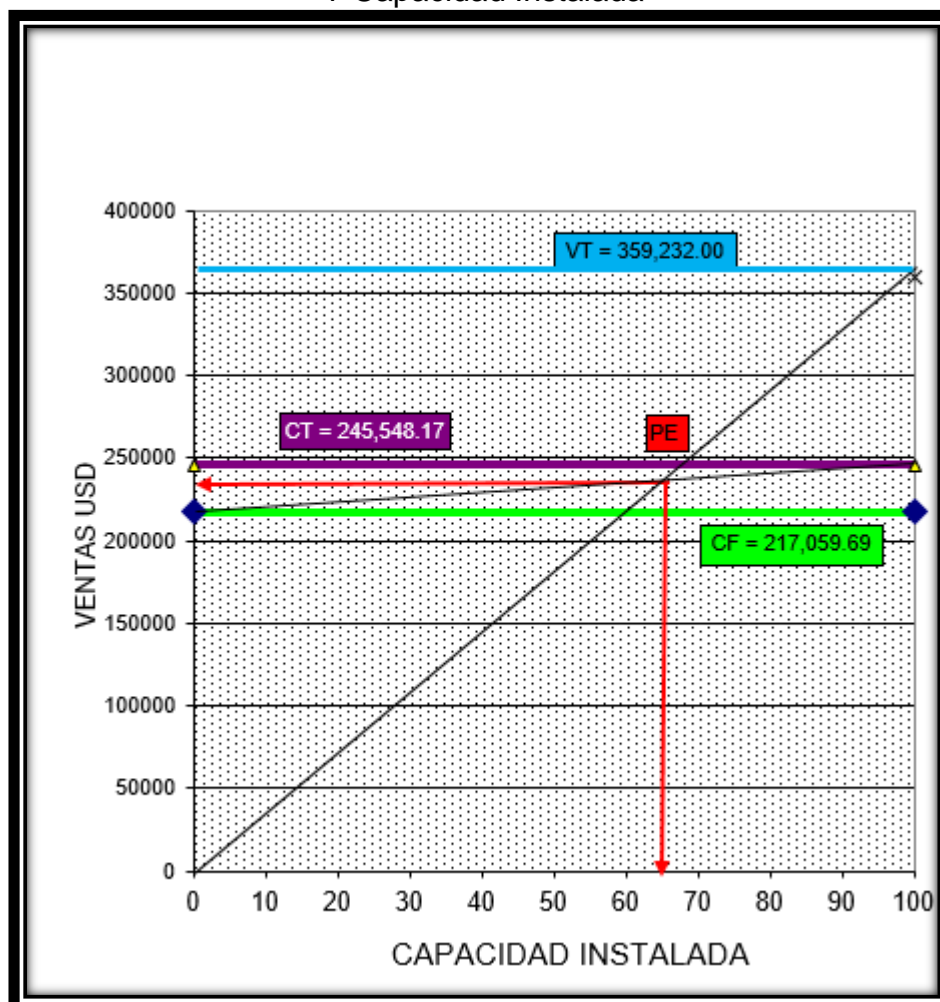
$$PE = \frac{217,199.67}{1 - \frac{28,544.64}{359,232.00}}$$

$$PE = \frac{217,199.67}{1 - 0.079303842095136} = \frac{217,199.67}{0.920696157904864}$$

$$PE = 235,756.05 \text{ dólares}$$

Método Gráfico

Gráfico N° 33
Punto de Equilibrio en función de las Ventas
Y Capacidad Instalada



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 65,63% y tiene unas ventas de \$ 235,756.05 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- Cuando la empresa trabaja con menos del 65,63% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a de \$ 235,756.05 dólares, la empresa comienza a perder.

- Cuando la empresa trabaja más del 65,63% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a de \$ 235,756.05 dólares, la empresa comenzará a ganar.

Quinto año

$$CF = 209,127.05$$

$$VT = 562,018.46$$

$$CV = 30,728.35$$

a. En función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} X 100$$

$$PE = \frac{209,127.05}{562,018.46 - 30,728.35} X 100$$

$$PE = \frac{209,127.05}{531,350.56} X 100$$

$$PE = 0.393292808958907 X 100$$

$$PE = 39.33\%$$

b. En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

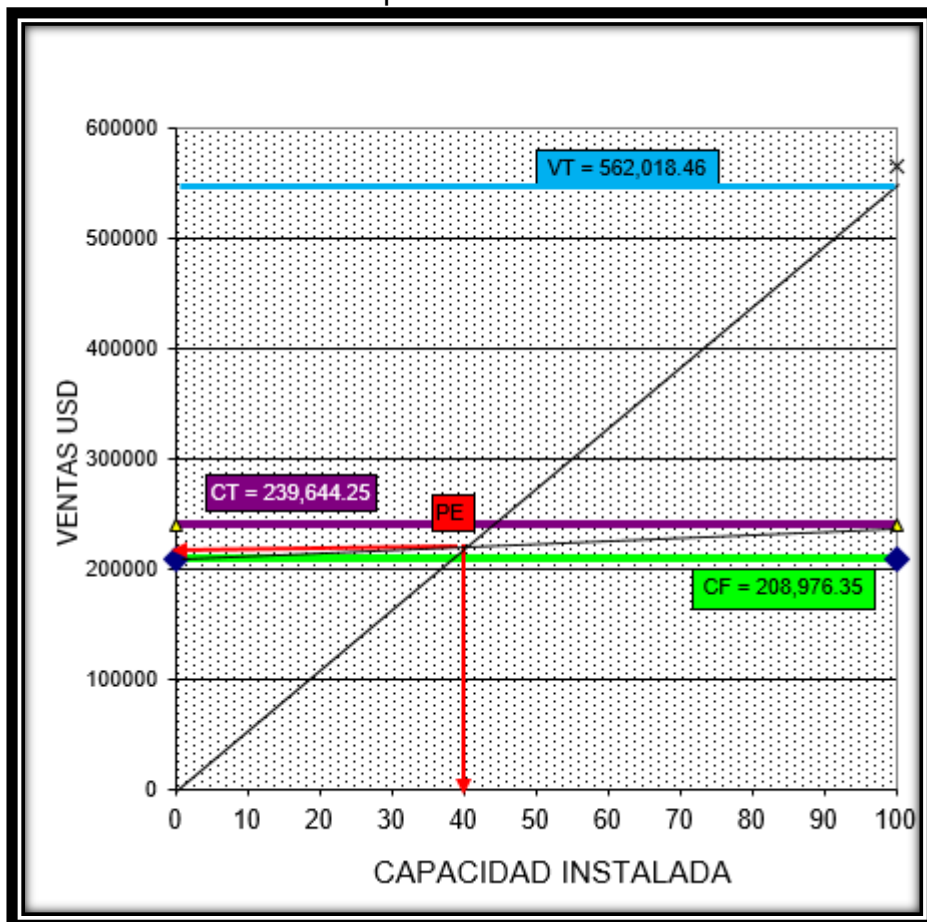
$$PE = \frac{209,127.05}{1 - \frac{30,728.35}{562,018.46}}$$

$$PE = \frac{209,127.05}{1 - 0.054567427070105} = \frac{209,127.05}{0.945432572929895}$$

$$PE = 221,037.81 \text{ dólares}$$

Método Gráfico

Gráfico N° 34
Punto de Equilibrio en función de las Ventas
Y Capacidad Instalada



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 39,33% y tiene unas ventas de \$ 221,037.81 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- Cuando la empresa trabaja con menos del 39,33% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a de \$ 221,037.81 dólares, la empresa comienza a perder.
- Cuando la empresa trabaja más del 39,33% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a de \$ 221,037.81 dólares, la empresa comenzará a ganar.

Décimo año

$$CF = 170,159.04$$

$$VT = 875,358.58$$

$$CV = 33,694.39$$

a. En función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{170,159.04}{875,358.58 - 33,694.39} \times 100$$

$$PE = \frac{170,159.04}{841,729.93} \times 100$$

$$PE = 0.201957629056633 \times 100$$

$$PE = 20.20\%$$

b. En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

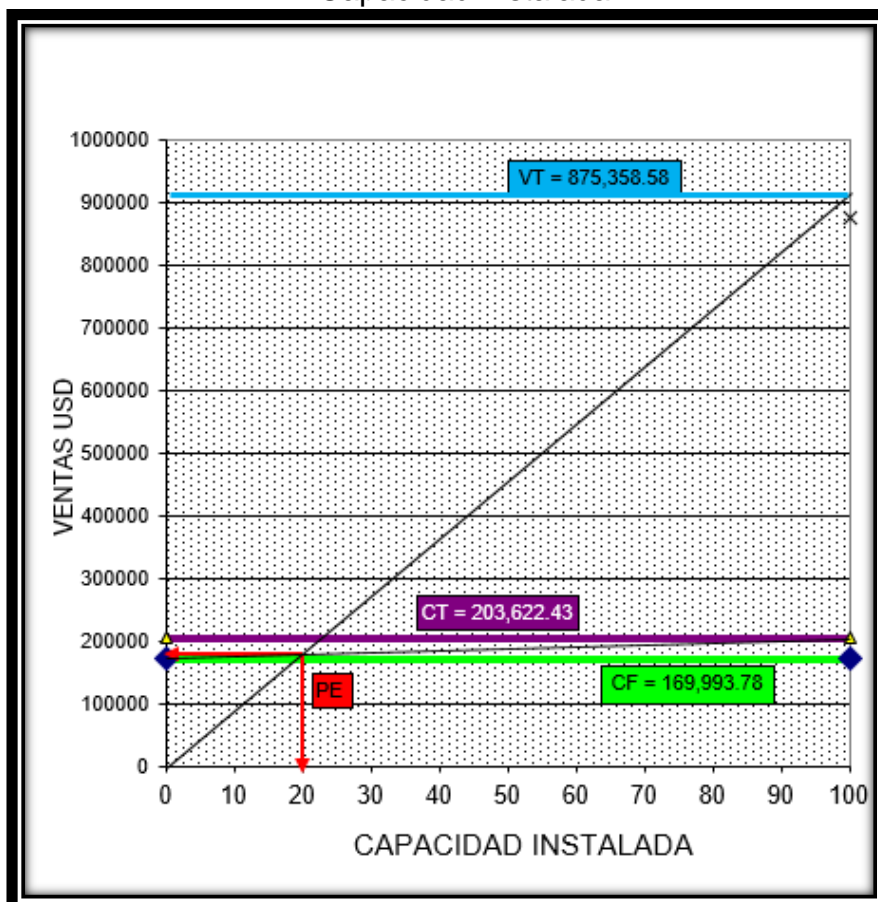
$$PE = \frac{170,159.04}{1 - \frac{33,694.39}{875,358.58}}$$

$$PE = \frac{170,159.04}{1 - 0.03841699351283} = \frac{170,159.04}{0.96158300648717}$$

$$PE = 175,745.39 \text{ dólares}$$

Método Gráfico

Gráfico N° 35
Punto de Equilibrio en función de las Ventas
Y Capacidad Instalada



Elaboración: Manuel Aguirre

Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 20,20% y tiene unas ventas de \$ 175,745.39 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- Cuando la empresa trabaja con menos del 20,20% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a de \$ 175,745.39 dólares, la empresa comienza a perder.
- Cuando la empresa trabaja más del 20,20% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a de \$ 175,745.39 dólares, la empresa comenzará a ganar.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Este documento contable nos muestra los resultados obtenidos en un periodo económico, sean estos de pérdidas o ganancias, con cuales podremos realizar comparaciones entre los periodos.

También es conocido como estado de resultados nos muestra cual ha sido la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un periodo económico y como se ha producido, para lo cual nos sirve para obtener análisis de cómo está nuestro centro de entretenimiento para hacer proyecciones para el futuro.

Ingresos.

Son los que están compuestos por el resultado de las ventas u otros ingresos.

Egresos.

Se forman por la sumatoria del costo primo, los gastos de proceso de producción, gastos de operación y gastos financieros.

Cuadro N°68

| Estado de Pérdidas y Ganancias | | | | | |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Periodo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos por Ventas | 359,232.00 | 402,564.36 | 453,710.02 | 506,696.74 | 562,018.46 |
| (-) Costo Total | 236,504.31 | 235,763.85 | 234,496.81 | 232,574.52 | 229,908.48 |
| (=) Utilidad bruta Ventas | 122,727.69 | 166,800.51 | 219,213.21 | 274,122.22 | 332,109.98 |
| (-) 15% Utilidad de Trabajadores | 18,409.15 | 25,020.08 | 32,881.98 | 41,118.33 | 49,816.50 |
| (=) Utilidad Ante Impuesto a la renta | 104,318.54 | 141,780.43 | 186,331.23 | 233,003.89 | 282,293.48 |
| (-) 25% Impuesto a la renta | 26,079.63 | 35,445.11 | 46,582.81 | 58,250.97 | 70,573.37 |
| (=)Utilidad Neta | 78,238.90 | 106,335.33 | 139,748.42 | 174,752.92 | 211,720.11 |

Fuente: Cuadro N° 64 y Cuadro N° 66

Elaboración: Manuel Aguirre

Cuadro N°69

| Estado de Pérdidas y Ganancias | | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Periodo | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Ingresos por Ventas | 620,348.76 | 680,385.41 | 742,757.06 | 807,462.73 | 875,358.58 |
| (-) Costo Total | 226,359.98 | 182,229.32 | 215,997.21 | 208,474.10 | 199,971.91 |
| (=) Utilidad bruta Ventas | 393,988.78 | 498,156.09 | 526,759.85 | 598,988.63 | 675,386.67 |
| (-) 15% Utilidad de Trabajadores | 59,098.32 | 74,723.41 | 79,013.98 | 89,848.29 | 101,308.00 |
| (=) Utilidad Ante Impuesto a la renta | 334,890.46 | 423,432.68 | 447,745.87 | 509,140.34 | 574,078.67 |
| (-) 25% Impuesto a la renta | 83,722.62 | 105,858.17 | 111,936.47 | 127,285.08 | 143,519.67 |
| (=)Utilidad Neta | 251,167.85 | 317,574.51 | 335,809.40 | 381,855.25 | 430,559.00 |

Fuente: Cuadro N° 64 y Cuadro N° 66

Elaboración: Manuel Aguirre

EVALUACIÓN FINANCIERA.

Para el desarrollo de nuestro proyecto es necesario realizar la evaluación financiera ya que analizaremos, si nuestra inversión se recupera, y en qué tiempo se lo hará, y si vamos a obtener ganancias de la misma.

El objetivo es de conocer la rentabilidad económica financiera y social, de manera que resuelva una necesidad, en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuenta, para invertir se requiere de un proyecto bien estructurado y evaluado, que indique la pauta a seguirse como la correcta asignación de recursos, igualar el valor adquisitivo de la moneda presente en la moneda futura y estar seguros de que la inversión será realmente rentable, lo que se decidirá si se acepta o rechazo el proyecto.

La evaluación consiste en la proyección del flujo de caja incremental generado por el proyecto, estimación de la tasa de descuento apropiada, cálculo de indicadores financieros, y análisis de sensibilidad.

Los datos para la aplicación de la evaluación financiero de nuestro centro de entretenimiento los obtuvimos de los cuadros N° 70 flujo de caja, N° 59 total de la inversión, N° 63 cuadro de amortización, N° 64 estructura de los costos, los cuales tenemos en nuestro estudio financiero.

Flujo de caja

Cuadro N°70

| Flujo de Caja | | | |
|------------------|----------------------|------------------------|------------|
| PERIODO | COSTO TOTAL ORIGINAL | INGRESO TOTAL ORIGINAL | FLUJO NETO |
| INVERSIÓN | 939,796.43 | | |
| 1 | 236,504.31 | 359,232.00 | 78,238.90 |
| 2 | 235,763.85 | 402,564.36 | 106,335.33 |
| 3 | 234,496.81 | 453,710.02 | 139,748.42 |
| 4 | 232,574.52 | 506,696.74 | 174,752.92 |
| 5 | 229,908.48 | 562,018.46 | 211,720.11 |
| 6 | 226,359.98 | 620,348.76 | 251,167.85 |
| 7 | 182,229.32 | 680,385.41 | 317,574.51 |
| 8 | 215,997.21 | 742,757.06 | 335,809.40 |
| 9 | 208,474.10 | 807,463.73 | 381,855.25 |
| 10 | 199,971.91 | 875,358.58 | 430,559.00 |

Fuente: Cuadro N° 64 y Cuadro N° 66

Elaboración: Manuel Aguirre

Valor Actual Neto.

El valor actual neto definido como el valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros.

Para obtener el Valor Actual Neto de nuestro proyecto debemos considerar la tasa de descuento que equivale a la tasa del interés de nuestro préstamo que lo obtuvimos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Loja CACPE-Loja al 14.97%, por lo que nuestro factor de actualización está en el 14.97%.

Para realizar nuestro análisis tendremos que fijarnos en los siguientes parámetros para ver si a nuestro proyecto la aceptamos o rechazamos.

Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta.

Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente.

Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza.

Cuadro N°71

| Valor Actual Neto | | | |
|-------------------|------------|--------------------------------|-------------------|
| PERIODO | FLUJO NETO | FACTOR ACTUALIZACIÓN 14.97% | VALOR ACTUALIZADO |
| 0 | 939,796.43 | | |
| 1 | 78,238.90 | 0.8697921196833957 | 68,051.58 |
| 2 | 106,335.33 | 0.7565441065214102 | 80,447.37 |
| 3 | 139,748.42 | 0.6580246101204185 | 91,957.90 |
| 4 | 174,752.92 | 0.5723443223443223 | 100,018.84 |
| 5 | 211,720.11 | 0.4978344202718176 | 105,401.56 |
| 6 | 251,167.85 | 0.4330129037845328 | 108,758.92 |
| 7 | 317,574.51 | 0.3766336484501525 | 119,609.25 |
| 8 | 335,809.40 | 0.3275895957544388 | 110,007.67 |
| 9 | 381,855.25 | 0.2849327558696148 | 108,803.07 |
| 10 | 430,559.00 | 0.2478314745972739 | 106,706.07 |
| | | | 999,762.22 |
| | | | 939,796.43 |
| | | | 59,965.79 |

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: Manuel Aguirre

$VAN = \text{Sumatoria del Flujo Neto} - \text{Inversión}$

$VAN = 999,762.22 - 939,796.43$

$VAN = 59,965.79$

Análisis:

Por tanto, el proyecto es aceptado, debido a que su VAN es positivo mayor a 1.

Para calcular el Factor de Actualización aplicamos la siguiente Formula

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

$$i = 14.97\% = 0.1497$$

Cuadro N°72

| Tabla del Cálculo del Factor de Actualización | | | | |
|---|---------|-------------------------|-------------------|--------------------|
| PERIODO | FORMULA | | CAMBIANDO VALORES | FACTOR ACT 14.97% |
| 1 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^1$ | 1/ 1.1497 | 0.8697921196833957 |
| 2 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^2$ | 1/ 1.3218 | 0.7565441065214102 |
| 3 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^3$ | 1/ 1.5197 | 0.6580246101204185 |
| 4 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^4$ | 1/ 1.7472 | 0.5723443223443223 |
| 5 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^5$ | 1/ 2.0087 | 0.4978344202718176 |
| 6 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^6$ | 1/ 2.3094 | 0.4330129037845328 |
| 7 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^7$ | 1/ 2.6551 | 0.3766336484501525 |
| 8 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^8$ | 1/ 3.0526 | 0.3275895957544388 |
| 9 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^9$ | 1/ 3.5096 | 0.2849327558696148 |
| 10 | FA = | $1 / (1 + 0.1497)^{10}$ | 1/ 4.0350 | 0.2478314745972739 |

Elaboración: Manuel Aguirre

Tasa Interna de Retorno TIR.

La tasa interna de retorno es un promedio que calculamos de los rendimientos futuros que esperamos de nuestra inversión.

Para realizar nuestro análisis nos fijaremos en los siguientes parámetros para ver si a nuestro proyecto la aceptamos o rechazamos.

Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Cuadro N°73

| Tasa Interna de Retorno | | | | | |
|-------------------------|-------------------|---------------|-------------------|-------------|-------------------|
| PERIODO | FLUJO NETO | ACTUALIZACIÓN | | | |
| | | FACTOR ACT | VAN MENOR | FACTOR ACT | VAN MAYOR |
| | | 16.20% | | 16.21% | |
| 0 | 939,796.43 | | | | |
| 1 | 78,238.90 | 0.860585198 | 67,331.24 | 0.860511144 | 67,325.45 |
| 2 | 106,335.33 | 0.740606883 | 78,752.68 | 0.740479428 | 78,739.12 |
| 3 | 139,748.42 | 0.637355321 | 89,069.40 | 0.6371908 | 89,046.41 |
| 4 | 174,752.92 | 0.548498555 | 95,851.72 | 0.548309784 | 95,818.74 |
| 5 | 211,720.11 | 0.472029738 | 99,938.19 | 0.471826679 | 99,895.20 |
| 6 | 251,167.85 | 0.406221805 | 102,029.86 | 0.406012115 | 101,977.19 |
| 7 | 317,574.51 | 0.349588473 | 111,020.39 | 0.34937795 | 110,953.53 |
| 8 | 335,809.40 | 0.300850665 | 101,028.48 | 0.300643619 | 100,958.95 |
| 9 | 381,855.25 | 0.258907629 | 98,865.24 | 0.258707184 | 98,788.70 |
| 10 | 430,559.00 | 0.222812073 | 95,933.74 | 0.222620415 | 95,851.22 |
| | | | 939,820.93 | | 939,354.50 |
| | | | 939,796.43 | | 939,796.43 |
| | | | 24.50 | | -441.93 |

Fuente: Cuadro N° 70
Elaboración: Manuel Aguirre

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 16.20 + 0.01 \left(\frac{24.50}{24.50 - (-441.93)} \right)$$

$$TIR = 16.20 + 0.01 \left(\frac{286.22}{466.43} \right)$$

$$TIR = 16.20 + 0.01 \left(0.6136397744570461 \right)$$

$$TIR = 16.206\%$$

Análisis:

Por lo tanto el proyecto es aceptado ya que la TIR (16.21%) es mayor al costo de capital del proyecto que es del 14.97%

Relación Beneficio Costo R.B.C

La relación beneficio costo, es la relación entre los costos y beneficios asociados de nuestro proyecto. Consiste en determinar cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios, en cambio que los costos son los gastos anticipados de construcción, operación, mantenimiento etc.

Es otro indicador financiero que permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, lo determinamos actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egresos.

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.

Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.

Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

Cuadro N°74

| Relación Beneficio Costo | | | | | | |
|--------------------------|---------------------------|-------------|-------------------|-----------------------|-------------|---------------------|
| PERIODO | ACTUALIZACION COSTO TOTAL | | | ACTUALIZACION INGRESO | | |
| | COSTO TOTAL ORIGINAL | FACTOR ACT | COSTO ACTUALIZADO | INGRESO ORIGINAL | FACTOR ACT | INGRESO ACTUALIZADO |
| | | 14.97% | | | 14.97% | |
| 1 | 236,504.31 | 0.86979212 | 205,709.59 | 359,232.00 | 0.86979212 | 312,457.16 |
| 2 | 235,763.85 | 0.756538331 | 178,364.39 | 402,564.36 | 0.756538331 | 304,555.37 |
| 3 | 234,496.81 | 0.658031079 | 154,306.19 | 453,710.02 | 0.658031079 | 298,555.29 |
| 4 | 232,574.52 | 0.572350247 | 133,114.08 | 506,696.74 | 0.647064049 | 327,865.24 |
| 5 | 229,908.48 | 0.497825735 | 114,454.36 | 562,018.46 | 0.497825735 | 279,787.25 |
| 6 | 226,359.98 | 0.433004901 | 98,014.98 | 620,348.76 | 0.433004901 | 268,614.05 |
| 7 | 182,229.32 | 0.376624251 | 68,631.98 | 680,385.41 | 0.376624251 | 256,249.65 |
| 8 | 215,997.21 | 0.327584805 | 70,757.40 | 742,757.06 | 0.327584805 | 243,315.93 |
| 9 | 208,474.10 | 0.284930682 | 59,400.67 | 807,463.73 | 0.284930682 | 230,071.19 |
| 10 | 199,971.91 | 0.247830462 | 49,559.13 | 875,358.58 | 0.247830462 | 216,940.52 |
| | | | 1,132,312.77 | | | 2,738,411.66 |

Fuente: Cuadro N° 64 y Cuadro N° 66
Elaboración: Manuel Aguirre

$$RBC = \frac{\text{IngresoActualizado}}{\text{GastoActualizado}}$$

$$RBC = \frac{2,738,411.66}{1,132,312.77}$$

$$RBC = 2.41$$

Análisis:

Si la Relación Beneficio Costo es mayor a uno, se acepta el proyecto, si es igual a uno, es indiferente, y si es menor a uno se rechaza el proyecto.

Podemos decir que al ser 2.41 es mayor a uno debe aceptarse el proyecto, ya que por cada dólar invertido se recibirá 1.41 dólares de ganancia.

Periodo de Recuperación de Capital.

El periodo de recuperación de capital, consiste en medir el tiempo en el que se podrá recuperar la inversión de nuestro proyecto, para lo cual se requiere del flujo neto y de la inversión que realizamos, para realizar un análisis correcto y obtener un tiempo exacto para la recuperación de nuestro capital invertido, es importante identificar la unidad de tiempo utilizada en la proyección de los flujos netos de efectivo. Esta unidad de tiempo la daremos en años, meses y días.

En el siguiente cuadro demostraremos el tiempo que nuestra empresa requiere para recuperar el capital invertido.

Cuadro N°75

| Periodo de Recuperación de Capital | | | |
|------------------------------------|------------|------------|-----------------|
| PERIODO | INVERSIÓN | FLUJO NETO | FLUJO ACUMULADO |
| 0 | 939,796.43 | | |
| 1 | | 78,363.94 | 78,363.94 |
| 2 | | 106,462.67 | 184,826.61 |
| 3 | | 139,878.14 | 321,704.75 |
| 4 | | 174,885.34 | 496,590.09 |
| 5 | | 211,854.69 | 708,444.78 |
| 6 | | 251,530.15 | 959,974.93 |
| 7 | | 317,713.81 | 1,277,688.74 |
| 8 | | 335,951.30 | 1,613,640.04 |
| 9 | | 381,999.80 | 1,995,639.84 |
| 10 | | 430,706.24 | 2,426,346.08 |

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: Manuel Aguirre

$$PRC = \text{Año Anterior a Cubrir} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo de año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 6 + \frac{939,796.43 - 708,444.78}{251,530.15}$$

$$PRC = 6 + \frac{231,351.65}{251,530.15}$$

$$PRC = 6.92$$

$$PRC = .92 \times 12 (\text{meses}) = 11.04$$

$$PRC = 0.40 \times 30 (\text{días}) = 12$$

$$\text{Años} = 6$$

$$\text{Meses} = 11$$

$$\text{Días} = 12$$

Análisis:

Podemos decir que para recuperar nuestro capital se lo hará en 6 años 11 mes y 12 días.

Análisis de Sensibilidad.

Los análisis de sensibilidad de nuestro proyecto de inversión tienen por finalidad mostrar los efectos que sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) tendría una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto, y, a la vez, mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

Un proyecto de inversión puede ser aceptable bajo las condiciones previstas en el mismo, pero podría no serlo si en el mercado las variables de costo variaran significativamente al alza o si las variables de ingreso cambiaran significativamente a la baja.

Con el objeto de facilitar la toma de decisiones dentro de la empresa, puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indicará las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.

Se realizara el análisis de sensibilidad con el incremento del 35% en los costos y con una disminución del 15% en los ingresos.

Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible, si es igual a uno es indiferente, si es menor que uno el proyecto no es sensible.

Cuadro N°76

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 35% EN LOS COSTOS | | | | | | | | |
|--|----------------------|----------------------|------------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| PERIODO | COSTO TOTAL ORIGINAL | COSTO TOTAL ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL | ACTUALIZACIÓN | | | | |
| | | | | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL |
| | | 35.00% | | | 19% | | 20% | |
| 1 | 236,504.31 | 319,280.82 | 359,232.00 | 39,951.18 | 0.840336134 | 33,572.42 | 0.833333333 | 33,292.65 |
| 2 | 235,763.85 | 318,281.20 | 402,564.36 | 84,283.16 | 0.706164819 | 59,517.80 | 0.694444444 | 58,529.97 |
| 3 | 234,496.81 | 316,570.69 | 453,710.02 | 137,139.33 | 0.593415814 | 81,380.65 | 0.578703704 | 79,363.04 |
| 4 | 232,574.52 | 313,975.60 | 506,696.74 | 192,721.14 | 0.498668751 | 96,104.01 | 0.482253086 | 92,940.36 |
| 5 | 229,908.48 | 310,376.45 | 562,018.46 | 251,642.01 | 0.419049371 | 105,450.43 | 0.401877572 | 101,129.28 |
| 6 | 226,359.98 | 305,585.97 | 620,348.76 | 314,762.79 | 0.352142329 | 110,841.30 | 0.334897977 | 105,413.42 |
| 7 | 182,229.32 | 246,009.58 | 680,385.41 | 434,375.83 | 0.295917923 | 128,539.59 | 0.279081647 | 121,226.32 |
| 8 | 215,997.21 | 291,596.23 | 742,757.06 | 451,160.83 | 0.248670524 | 112,190.40 | 0.232568039 | 104,925.59 |
| 9 | 208,474.10 | 281,440.04 | 807,463.73 | 526,023.70 | 0.208966827 | 109,921.50 | 0.193806699 | 101,946.92 |
| 10 | 199,971.91 | 269,962.08 | 875,358.58 | 605,396.50 | 0.175602375 | 106,309.06 | 0.161505583 | 97,774.91 |
| | | | | | | 943,827.17 | | 896,542.47 |
| | | | | | | 939,796.43 | | 939,796.43 |
| | | | | | | 4,030.74 | | -43,253.96 |

Fuente: Cuadro N° 64 y Cuadro N° 66

Elaboración: Manuel Aguirre

1. Diferencia de TIR

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

$$NTIR = 19 + 1 \left(\frac{4,030.74}{4,030.74 - (-43,253.96)} \right)$$

$$NTIR = 19 + 1 \left(\frac{4,030.74}{47,284.76} \right)$$

$$NTIR = 19 + 1(0.08524395980743)$$

$$NTIR = 19 + 0.085243959807431$$

$$NTIR = 19.08\%$$

$$Diferencia TIR = 19.08\% - 16.21\%$$

$$Diferencia TIR = 2.87\%$$

2. Porcentaje de Variación

$$\%deVariación = \frac{Diferencia\ entre\ TIR}{TIR\ del\ Proyecto}$$

$$\%deVariación = \frac{2.87\%}{16.21\%}$$

$$\%deVariación = 0.177$$

$$\%deVariación = 17.70\%$$

3. Sensibilidad

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

$$Sensibilidad = \frac{17.70\%}{19.08\%}$$

$$Sensibilidad = 0.93$$

Análisis: Realizando el análisis podemos decir que este proyecto no es sensible ya que si realizamos un incremento del 35% a los costos la sensibilidad es de 0.93 es decir menos que 1.

Cuadro N°77

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 15% EN LOS INGRESOS | | | | | | | | |
|---|----------------------|------------------|------------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| PERIODO | COSTO TOTAL ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL | ACTUALIZACIÓN | | | | |
| | | | | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL |
| | | | 15.00% | | 19% | | 20% | |
| 1 | 236,504.31 | 359,232.00 | 305,347.20 | 68,842.89 | 0.840336134 | 57,851.17 | 0.833333333 | 57,369.08 |
| 2 | 235,763.85 | 402,564.36 | 342,179.71 | 106,415.86 | 0.706164819 | 75,147.13 | 0.694444444 | 73,899.90 |
| 3 | 234,496.81 | 453,710.02 | 385,653.52 | 151,156.71 | 0.593415814 | 89,698.78 | 0.578703704 | 87,474.95 |
| 4 | 232,574.52 | 506,696.74 | 430,692.23 | 198,117.71 | 0.498668751 | 98,795.11 | 0.482253086 | 95,542.88 |
| 5 | 229,908.48 | 562,018.46 | 477,715.69 | 247,807.21 | 0.419049371 | 103,843.46 | 0.401877572 | 99,588.16 |
| 6 | 226,359.98 | 620,348.76 | 527,296.45 | 300,936.47 | 0.352142329 | 105,972.47 | 0.334897977 | 100,783.01 |
| 7 | 182,229.32 | 680,385.41 | 578,327.60 | 396,098.28 | 0.295917923 | 117,212.58 | 0.279081647 | 110,543.76 |
| 8 | 215,997.21 | 742,757.06 | 631,343.50 | 415,346.29 | 0.248670524 | 103,284.38 | 0.232568039 | 96,596.27 |
| 9 | 208,474.10 | 807,463.73 | 686,344.17 | 477,870.07 | 0.208966827 | 99,858.99 | 0.193806699 | 92,614.42 |
| 10 | 199,971.91 | 875,358.58 | 744,054.79 | 544,082.88 | 0.175602375 | 95,542.25 | 0.161505583 | 87,872.42 |
| | | | | | | 947,206.31 | | 902,284.85 |
| | | | | | | 939,796.43 | | 939,796.43 |
| | | | | | | 7,409.88 | | -37,511.58 |

Fuente: Cuadro N° 64

Elaboración: Manuel Aguirre

1. Diferencia de TIR

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

$$NTIR = 19 + 1 \left(\frac{7,409.88}{7,409.88 - (-37,511.58)} \right)$$

$$NTIR = 19 + 1 \left(\frac{7,409.88}{44,921.46} \right)$$

$$NTIR = 19 + 1(0.1649518\cancel{5}0425596)$$

$$NTIR = 19 + 0.1649518\cancel{5}0425596$$

$$NTIR = 19.16\%$$

$$Diferencia TIR = 19.16\% - 16.21\%$$

$$Diferencia TIR = 2.95\%$$

2. Porcentaje de Variación

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

$$\% \text{ de Variación} = \frac{2.95\%}{16.21\%}$$

$$\% \text{ de Variación} = 0.1819\%$$

$$\% \text{ de Variación} = 18.19\%$$

3. Sensibilidad

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{18.19\%}{19.16\%}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0.94$$

Análisis:

Realizando el análisis podemos decir que este proyecto no es sensible ya que si realizamos una disminución del 15% de los ingresos la sensibilidad es de 0.94 es decir menos que 1.

h. CONCLUSIONES

- Podemos concluir que la ciudad de Loja es apto para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas, ya que el resultado del estudio de mercado obtuvimos que el 97.84% de la población encuestada estaría dispuesta a destinar parte de sus ingresos económicos en este nuevo centro de multi entretenimiento familiar.
- En la ciudad de Loja no existen centros de entretenimientos como el de nuestro proyecto, pero en los establecimientos existentes en la ciudad tienen una frecuencia de visitas del 93.20%.
- Existe en el mercado de la ciudad de Loja una demanda insatisfecha de 48,031 familias, lo que hace factible la creación de la nueva empresa.
- La empresa cuenta con la maquinaria y equipos adecuados para que el centro de servicio de multi entretenimiento familiar, garantice un servicio de calidad y un aprovechamiento de sus recursos.
- El centro contara con una instalación idónea y moderna para garantiza un servicio de calidad, además de brindar comodidad y eficiencia en sus trabajadores.
- El proyecto tiene una inversión de \$ 939,796.43 donde el 46.80% (\$439,796.43) es del aporte de los socios y el 53.20% (\$500,000.00) será con un crédito en la CACPE-Loja.
- El proyecto es rentable como lo demostramos en el estudio financiero realizado:

- El valor Actual Neto (VAN) es positivo (\$59,965.79)
- La tasa Interna de Retorno (TIR) tiene un valor de 16.21% y es mayor a la tasa mínima atractiva de retorno que es del 14.97%.
- En la relación beneficio costo el coeficiente es mayor a uno lo que quiere decir que por cada dólar invertido tendremos \$1.41 de ganancia.
- El análisis de sensibilidad nos indica que nuestro proyecto soporta un incremento en los costos del 35%, y una disminución en sus ingresos del 15%.

i. RECOMENDACIONES

- Los socios deberán implementar este proyecto por la factibilidad y rentabilidad demostrada.
- El centro debe mantener la calidad del servicio, los precios accesibles.
- El centro deberá realizar capacitaciones con normas de calidad, y que su servicio vaya creciendo diariamente, para que el consumidor final perciba la calidad del servicio.
- Se puede realizar estudios de mercado que permitan establecer un análisis para poder generar un valor agregado al producto, lo que le permitirá abrir nuevas puertas de negocio a la empresa.
- El centro debe mantener todos sus equipos y maquinas en buen estado para la que el servicio ofrecido sea de la mejor calidad.

j. BIBLIOGRAFÍA

- COHEN, E. (1992). Evaluación De Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México
- BACA URBINA, G., Evaluación de Proyectos, Tercera Edición
- NASSIR, SAPAG, CHAIN, “Formulación de Proyectos”, Ed. Mc Graw Hill, p. 46, Bogota, 2006
- NASSIR, SAPAG, CHAIN, “Formulación de Proyectos”, Ed. Mc Graw Hill, p. 46, Bogota, 2006
- BACA, Urbina, “Formulación y Evaluación”, Ed. Norma, p. 35, Bogotá, 2003
- SOLÓRZANO Carolina: Producción para Competir: El Análisis del Proceso,.INCAE, México, Pág. 2
- SOLÓRZANO Carolina: Producción para Competir: El Análisis del Proceso, INCAE, México, Pág. 9
- KRAJEWSKI Lee – RITZMAN Larry: Administración de Operaciones, Editorial Person Educación, México, Pág.36
- Administración de Operaciones: Scrhoeder, Roger.
- GOMEZ CEJAS, Guillermo. SISTEMAS ADMINISTRATIVOS, Análisis y Diseños. Editorial Mc Graw Gil. Año 1.997. Pág. 96 a la 103, 107 a la 117.
- BURBANO, Jorge y ORTIZ, Alberto. Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Mc Graw Hill Bogotá. Segunda Edición.

- MOCHON, Francisco, Economía Teoría y Política, Tercera Edición, Mc Graw – Hill.

Internet

- <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=capacidad%20del%20proyecto&source=web&cd=rja&ved=0CDIQFjAD&url=http%3A%2F%2Femprendimientoiiiadicionalfit.ec.wikispaces.com>
- http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/949/11/Capitulo_3.pdf
- http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=microlocalizaci%C3%B3n.&source=web&cd=1&cad=rja&d0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.itescam.edu.mx%2Fprincipal%2Fsylabus%2Fpdb%2Frecursos%2Fr2582.DOC&ei=2wI5UO_sClqQ9gTK8oH4Dw&usg=AFQjCNFylhs6YCGuNqyTCZtRvELISz9ZkA
- <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>
- http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/949/11/Capitulo_3.pdf
- <http://emi15.blogspot.com/>
- http://www.billarclub.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=16:magazin&catid=47 temas-corporativos
- http://www.billarclub.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=16:magazin&catid=47 temas-corporativos
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Bowling>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Pista_de_hielo
- http://es.wikipedia.org/wiki/Pista_de_hielo
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Minigolf>

k. ANEXOS

Anexo 01 Ficha Resumen Anteproyecto

a. TEMA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE MULTI ENTRETENIMIENTO FAMILIAR (BOLOS, PISTA DE HIELO, MINI GOLF, PATIO DE COMIDAS) PARA LA CIUDAD DE LOJA.

b. PROBLEMÁTICA

La creación de nuevas empresas, en la ciudad de Loja, ha sido evidente por su acelerado desarrollo en varios negocios como el de la construcción, transporte, comercial, turismo, pero el de servicios de entretenimiento familiar ha sido prácticamente nulo debido a la carencia de inversionistas, y de nuevos proyectos que llamen la atención de los consumidores, en nuestra ciudad esto si es posible ya que contamos con recursos, tanto naturales como recursos humanos capaces de crear, implementar, evaluar nuevas empresas y oportunidades de inversiones las cuales serán de gran beneficio para la región y el país, ya que se está fomentando plazas de empleo directa e indirectamente, el crecimiento de los mercados, la innovación de nuevas tecnologías.

Actualmente en las ciudades grandes del Ecuador como Quito, Guayaquil, Cuenca existen centros de entretenimiento familiar los cuales han tenido una excelente acogida, en ciudades consideradas pequeñas como Ibarra, Ambato, Riobamba, Manta, Machala están adoptando estos centros de entretenimiento familiar ya que se ha crecido cultural, económica y socialmente, donde la población actual lo exige, por lo que creo que es una buena oportunidad para explotar este mercado en nuestra ciudad. Loja aún no cuenta con un servicio de este tipo, por esto se hace necesario crear una empresa innovadora, en entretenimiento familiar en la que ofrezca nuevas alternativas de diversión a las familias lojanas.

Por lo que se ha descrito en el párrafo anterior en la ciudad de Loja, se plantea la creación de un *centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja*, lo cual no existe en la actualidad.

De acuerdo a los antecedentes citados en los párrafos anteriores, delimitamos la problemática de la siguiente manera:

Problema:

“La ausencia de centros de servicios de multi entretenimiento familiar, que incluyan varios espacios de diversión para personas de todas las edades desde niños hasta adultos en la ciudad de Loja, hace necesario la creación e implementación de un proyecto de factibilidad para implementar un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.”

c. JUSTIFICACIÓN

Para la elaboración del presente proyecto lo justificaremos de la siguiente manera:

1. Justificación Académica:

El presente trabajo de investigación se justifica académicamente porque en su elaboración pondré en práctica los conocimientos adquiridos durante estos años como estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia de la Universidad Nacional de Loja. Por lo que espero que el presente proyecto sea un aporte para las futuras generaciones como una fuente de consulta en la elaboración de proyectos de factibilidad.

2. Justificación Económica:

El presente trabajo de investigación se justifica económicamente porque al diseñar e implementar un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, se contara con una empresa nueva, novedosa, variada en entretenimiento familiar, el cual tendrá una gran acogida en la ciudad tanto para las personas residentes como para los visitantes, los cuales tendrán una forma más de sano entretenimiento, lo que permitirá el crecimiento de la empresa, la cual podrá incrementar sus servicios lo que generara un nivel de ingresos aceptable para la empresa y así aumentar sus recursos económicos.

Al implementar un centro de servicio de multi entretenimiento familiar, se está contribuyendo al crecimiento y fomentando el turismo, creando plazas de trabajo directa e indirectamente, lo que genera el desarrollo económico de la región.

3. Justificación Social:

El presente trabajo de investigación se justifica socialmente porque al implementar un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, se está satisfaciendo una necesidad a la sociedad, que es de brindar un lugar de sano entretenimiento familiar donde se tiene varias opciones de pasar un agradable momento, por lo que se está brindando un servicio único y variado a toda la sociedad de la región sur del país.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

- Determinar la factibilidad para la creación de un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar un Estudio de Mercado para un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.
- Determinar un Estudio Técnico para un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.
- Determinar un Estudio Organizacional para un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.
- Determinar un Estudio Financiero para un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.
- Evaluar el proyecto con los factores financieros para un centro de servicio de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja.

f. METODOLOGÍA

Durante el proceso investigativo para la recolección de la información y el desarrollo del proyecto, la metodología a emplearse estará de acuerdo a la consecución de los objetivos trazados, para obtener una información útil y necesaria para el desarrollo del presente trabajo se han considerado los siguientes métodos:

Método Analítico: Este método consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

La aplicación del método analítico en nuestro trabajo de investigación nos permite analizar con mayor profundidad el mercado en el que nuestra empresa se debe desenvolver.

Método Deductivo: Consiste en un proceso sintético-analítico, en donde se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes generales, con las cuales se extrae conclusiones para ser aplicadas a casos particulares basados en afirmaciones generales.

El método deductivo nos permite en nuestra investigación deducir la problemática por la cual atraviesa la empresa y el mercado en el cual se desea incurrir.

Método Histórico: Método vinculado al conocimiento de las distintas etapas en sucesión cronológica, conociendo la evolución y desarrollo obtenido por el objeto de investigación.

El análisis histórico y las etapas de evolución del mercado en cuanto a los competidores y demandantes, podrá analizar a través de la aplicación del método histórico.

Método Inductivo: Este método nos ayuda a realizar el estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige.

Con el método inductivo se podrá analizar detenidamente el desenvolvimiento que puede obtener el producto investigado al ingresarlo al mercado, y así poder obtener conclusiones a partir de un antecedente.

Método Científico: Este método es un proceso en el cual nos explicara los fenómenos, establecerá las relaciones entre los hechos y nos va ayudar a enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre.

La utilización del método científico nos ayuda al sustento teórico acerca de un proyecto de factibilidad, la cual permitirá el desarrollo práctico y la estructuración de la presente investigación.

Método Estadístico.- Este método consiste en recopilar, elaborar, interpretar datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos, a través de las encuestas y entrevistas podremos recopilar, elaborar, interpretar datos numéricos.

El método estadístico nos permitirá poder interpretar de manera clara y precisa, a través de la utilización de gráficos, los resultados obtenidos a través de la ejecución del estudio de campo.

TÉCNICAS:

Las técnicas son el conjunto de procedimientos y recursos que nos podemos valer para llegar a nuestro objetivo, para el desarrollo del presente trabajo investigativo recurrimos a la utilización de las siguientes técnicas:

La observación directa: Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Es directa cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar.

La Entrevista: Es la práctica que permite al investigador obtener información de primera mano. La entrevista se puede llevar a cabo en forma directa, por vía telefónica, enviando cuestionarios por correo o en sesiones grupales. Esta técnica nos ayuda obtener datos mediante un diálogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado.

La Información Bibliográfica: Está técnica consiste en la consulta que realizaremos en diferentes fuentes bibliográficas las pueden ser libros, revistas,

folletos, etc., a través de las cuales podremos alimentar ideas y reforzar la investigación principalmente en la elaboración del marco teórico.

La Encuesta: Es un proceso interrogativo que se le utiliza para conocer lo que opina la gente sobre una situación o problema que lo involucra, y puesto que la única manera de saberlo, es preguntándose, luego entonces se procede a encuestar a quienes involucra, pero cuando se trata de una población muy numerosa, sólo se le aplica este a un subconjunto, y aquí lo importante está en saber elegir a las personas que serán encuestadas para que toda la población esté representada en la muestra; otro punto a considerar y tratar cuidadosamente, son las preguntas que se les hará.

Población y muestras:

Para determinar el número de encuestas a ser aplicadas hemos definido la población de estudio, la cual comprende el segmento de las familias Lojanas de la ciudad de Loja, para determinar el tamaño de la muestra la determinamos de la siguiente manera:

Cuadro N° 01

| | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| Población ciudad de Loja (2010) | 180,617 (Datos INEC) |
| Población ciudad de Loja (2012) | 188,209 (Proyección 2011-2015) |
| Número de familias ciudad de Loja | 47,052 (4 personas promedio familia) |

Fuente: INEC (Censo2010)

Elaboración: Manuel Aguirre

Para determinar cuántas familias hay en la ciudad de Loja, dividimos el número de la población de la ciudad de Loja para 4 que es el número de personas que existe en una familia según el censo realizado en el año 2010 por el INEC.

Promedio de personas por familia = 3.8 = 4 miembros por familia.

Los datos del análisis de la demanda se obtuvieron de la publicación del INEC, del último censo de población y vivienda realizado en el 2010.

Proyección poblacional de la ciudad de Loja.

Cuadro N° 02

| AÑO DE PROYECCIÓN | FORMULA | POBLACIÓN PROYECTADA |
|-------------------|----------------------|----------------------|
| 2010 | $N(1+r)^n$ | 180,617 |
| 2011 | $180617(1+0,0208)^1$ | 184,374 |
| 2012 | $180617(1+0,0208)^2$ | 188,209 |
| 2013 | $180617(1+0,0208)^3$ | 192,124 |
| 2014 | $180617(1+0,0208)^4$ | 196,120 |
| 2015 | $180617(1+0,0208)^5$ | 200,199 |

Fuente: INEC (Censo2010) – Taza de crecimiento 2.08%

Elaboración: Manuel Aguirre

Dónde:

N = Población (ciudad de Loja)

r = tasa de crecimiento (2.08%)

n = años a proyectar

Para desarrollar nuestro proyecto de factibilidad tomamos la muestra de la población de la proyección del año 2012.

Tamaño de la muestra:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población = 47,052 familias de la ciudad de Loja.

e = margen de error (5%) = 0,05

$$n = \frac{47,052}{1 + 47,052(0.05)^2}$$
$$n = \frac{47,052}{1 + 47,052(0.0025)}$$
$$n = \frac{47,052}{118.63}$$
$$n = 396.62$$
$$n = 397 \text{ encuestas}$$

Para la realización del análisis de los demandantes para la ciudad de Loja realizaremos 397 encuestas dirigidas hacia las familias Lojanas.

Anexo 02

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA



Universidad Nacional de Loja- MED
 PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE MULTI
 ENTRETENIMIENTO FAMILIAR (BOLOS, PISTA DE HIELO, MINI GOLF, PATIO DE COMIDAS)
 PARA LA CIUDAD DE LOJA.

La siguiente encuesta tiene por objetivo recolectar información para elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de un centro de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas) para la ciudad de Loja, desarrollado por un estudiante en calidad de egresado de la Universidad Nacional de Loja-MED de la carrera de Administración de Empresas.

DATOS GENERALES

a. ¿De cuántos miembros está compuesta su familia?:

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

2 personas 3 personas 4 personas 5 personas 6 personas más de 6

b. ¿El ingreso económico promedio mensual de su familia, es de?:

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

100 a 300 dólares 601 a 1000 dólares 1301 a 1500 dólares
 301 a 600 dólares 1001 a 1300 dólares más de 1501 dólares

DATOS ESPECÍFICOS

2. ¿Conoce usted de la existencia de centros de entretenimiento familiar en la ciudad de Loja?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

SI NO

3. ¿Frecuenta usted y su familia centros de entretenimiento familiar?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

SI NO

Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 10

4. Si su respuesta a la pregunta anterior fue positiva, dé contestación a la siguiente interrogante ¿Los centros de entretenimiento que usted y su familia frecuentan, ofrece?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

Variedad de Entretenimiento, Alimentación Solo Entretenimiento
 Solo un Entretenimiento, Alimentación Solo Alimentación

5. ¿Con qué frecuencia usted y su familia visitan un centro de entretenimiento familiar?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

Semanal Mensual Trimestral Anual

6. ¿Cómo se enteró usted de la existencia del centro de entretenimiento que visita?

Televisión Radio Prensa Hojae volantee Referenciae Otro:.....

7. ¿Cuál es su promedio de consumo (pago) dentro del centro de entretenimiento visitado?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

10 a 20 dólares 21 a 30 dólares 31 a 40 dólares 41 a 50 dólares
 51 a 60 dólares 61 a 70 dólares 71 a 80 dólares más de 81

8. ¿Los precios de consumo dentro del centro de entretenimiento, son: ?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

Muy altos Altos Aceptable Bajos Muy Bajos

CONTINÚA AL OTRO LADO ➡

9. En la actualidad en nuestra Ciudad existen los siguientes centros de entretenimiento familiar: ¿Cuál de ellos prefieren visitar usted y su familia?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

Hipervalle C.C. La Pradera Juegos de maquinas
 Canchas sintéticas Castillo Azul Otro.....

Por qué lo visita:.....

10. ¿Estaría usted de acuerdo con que se implemente en la ciudad de Loja un centro de multi entretenimiento familiar que le ofrezca entre otros servicios los siguientes: bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

SI NO

11. ¿Estaría dispuesto a destinar parte de sus ingresos económicos en este nuevo centro de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas)?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

SI NO

12. ¿Con qué frecuencia y cuánto estaría dispuesto a destinar en este nuevo centro de multi entretenimiento familiar (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas)?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

| | | |
|---|---|---|
| 20 Dólares Semanales <input type="checkbox"/> | 30 Dólares Semanales <input type="checkbox"/> | 40 Dólares Semanales <input type="checkbox"/> |
| 20 Dólares Quincenal <input type="checkbox"/> | 30 Dólares Quincenal <input type="checkbox"/> | 40 Dólares Quincenal <input type="checkbox"/> |
| 20 Dólares Mensual <input type="checkbox"/> | 30 Dólares Mensual <input type="checkbox"/> | 40 Dólares Mensual <input type="checkbox"/> |
| 50 Dólares Semanales <input type="checkbox"/> | 60 Dólares Semanales <input type="checkbox"/> | 80 Dólares Semanales <input type="checkbox"/> |
| 50 Dólares Quincenal <input type="checkbox"/> | 60 Dólares Quincenal <input type="checkbox"/> | 80 Dólares Quincenal <input type="checkbox"/> |
| 50 Dólares Mensual <input type="checkbox"/> | 60 Dólares Mensual <input type="checkbox"/> | 80 Dólares Mensual <input type="checkbox"/> |

13. ¿Cuál sería el servicio que a Usted le gustaría frecuentar más en el nuevo centro de multi entretenimiento familiar?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

Bolos (Novedoso y nuevo para disfrutar con toda la familia en gratos momentos)
 Pista de Hielo (Novedoso y nuevo para disfrutarlo en una pista de mucha diversión)
 Mini Golf (Novedoso y nuevo donde demostraras tu destreza y habilidad divirtiéndote)
 Patio de Comidas (Tendrás variedad y comodidad para disfrutar de tu plato preferido)

14. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por sus visitas?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

Descuentos Un día a la semana la mitad de precio
 Tarjeta de afiliado Martes a jueves el 25% descuento
 50% Descuento Cumpleaños Un juego gratis por acumular puntos

15. ¿Dónde le gustaría a usted que se ubique este nuevo centro de entretenimientos familiar en la ciudad de Loja?

Norte Nororient Noroccidente Sur Surorient Suroccidente

16. ¿Por qué medio de comunicación estaría usted de acuerdo con que la empresa publicite sus servicios de entretenimientos (bolos, pista de hielo, mini golf, patio de comidas)?

Marque con una (X) en el casillero que usted estime necesario:

Televisión Radio Prensa Hojas volantes Otro

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 03

DEPRECIACIONES

438 Depreciación de activos fijos.- Ref. Art. 21, numeral 6 R-LRTI. Registrar según los porcentajes reglamentarios:

COSTOS O GASTOS DE DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS

3

| ACTIVOS FIJOS | % ANUAL |
|--|---------|
| Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares | 5 % |
| Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles | 10 % |
| Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil. | 20 % |
| Equipos de cómputo y software | 33 % |



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

[Inicio](#) [Sector Societario](#) [Centro Mediación](#) [Mercado Valores](#) [Ley Transparencia](#) [Enlaces](#) [Mapa del Sitio](#) [NIIF](#)

www.supercias.gov.ec / Home / **Noticias**

SUPERINTENDENTE DE COMPAÑÍAS DISPONE NUEVAS REFORMAS PARA LAS COMPAÑÍAS CON UN SOLO SOCIO O ACCIONISTAS

El Superintendente de Compañías, Econ. Fabián Albuja Chaves, mediante comunicado público dio a conocer las nuevas reformas que sufrirá la Ley de Compañías una vez aprobada la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada.

El Eco. Fabián Albuja enfatizó que una vez publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero de 2006 la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, se introducen reformas a la Ley de Compañías y consecuentemente a la estructura societaria y empresarial que deberán aplicarse de nuestro medio en los siguientes aspectos:

1. Se reformaron los artículos 92 y 147 de la Ley de Compañías, **prohibiendo** que las compañías de responsabilidad limitada y las compañías anónimas puedan constituirse y subsistir **con menos de dos socios o accionistas**, respectivamente, salvo aquellas en que su capital total o mayoritario pertenezca a una entidad del sector público.
2. Se reformaron las causales de disolución sustituyendo el numeral 8 del artículo 361 de la Ley de Compañías con el siguiente texto:

INDICE

| | |
|---|-----|
| • Portada..... | I |
| • Certificación..... | II |
| • Autoría..... | III |
| • Carta de Autorización..... | IV |
| • Agradecimiento..... | V |
| • Dedicatoria..... | VI |
| • Esquema de contenidos | |
| a. Título..... | 1 |
| b. Resumen (Summary)..... | 2 |
| c. Introducción..... | 6 |
| d. Revisión de Literatura..... | 8 |
| e. Materiales y Métodos..... | 95 |
| f. Análisis de Resultados..... | 104 |
| g. Discusión..... | 122 |
| h. Conclusiones..... | 221 |
| i. Recomendaciones..... | 223 |
| j. Bibliografía..... | 224 |
| k. Anexos..... | 226 |
| ○ Proyecto de investigación aprobado..... | 226 |
| ○ Encuesta de la Demanda..... | 235 |
| ○ Índice..... | 238 |