



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA**

TEMA:
**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA FRUTERÍA CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA”**

*Tesis de grado previa a la obtención del
título de ingeniero en Administración de
Empresas*

AUTORES:

Wendy Yecenia Cuenca Zumba
Hernán Bolívar Guajala Quichimbo

DIRECTORA DE TESIS:

Ing. Mayra Díaz Calva

Loja – Ecuador

2011

Ing. Mayra Díaz Calva, Directora de tesis

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación realizado por los egresados en Ingeniería en Administración de Empresas Sra. WENDY YECENIA CUENCA ZUMBA, Sr. HERNÁN BOLIVAR GUAJALA QUICHIMBO, sobre el tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FRUTERIA CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA” 2011, ha sido cuidadosamente revisado por la suscrita, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, para esta clase de trabajos, por lo que autorizo su presentación.

Loja, Septiembre de 2011

Ing. Mayra Díaz Calva
DIRECTORA DE TESIS

DECLARACIÓN Y CESIÓN DE DERECHOS

Nosotros, WENDY YECENIA CUENCA ZUMBA y HERNÁN BOLIVAR GUAJALA QUICHIMBO, declaramos ser autores del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del estatuto orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del Patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f
Wendy Yecenia Cuenca Zumba

f
Hernán Bolívar Guajala Quichimbo

AUTORIA

Las ideas emitidas en el contenido de la presente investigación, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

f).....
Wendy Yecenia Cuenca Zumba

f).....
Hernán Bolívar Guajala Quichimbo

AGRADECIMIENTO

Nuestro profundo agradecimiento a la Ing. Mayra Díaz Calva, directora de nuestra tesis quien ha sido nuestra guía y amiga durante la investigación.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, a nuestros distinguidos maestros que durante la carrera universitaria nos supieron impartir sus conocimientos, orientaciones, apoyo y excelentes consejos.

Dejamos constancia de nuestro sincero agradecimiento a todos nuestros amigos y compañeros de trabajo quienes nos han brindado su apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir nuestro objetivo.

Y de manera muy especial a nuestro creador quien con su poder y amor nos ha bendecido y ayudado en todo momento que lo hemos necesitado.

Al concluir la presente investigación, queremos extender nuestro profundo y sincero agradecimiento a todos quienes nos apoyaron e hicieron posible la realización de esta tesis.

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico con todo mi amor a mis hijos, Juan Carlitos y Sebastián, porque son ellos quienes me han impulsado y me dieron las fuerzas necesarias para que pueda lograr esta meta tan importante.

A mi esposo Juan Carlos, quien a pesar de la distancia me dio siempre todo su apoyo en este objetivo.

WENDY YECENIA CUENCA ZUMBA

La presente investigación está dedicada especialmente a Dios, por haberme dado la oportunidad de vivir y regalarme una familia maravillosa.

A mis padres Ambrosio y Martha por haberme dado un ejemplo de trabajo y sacrificio constante.

A mi esposa Rosita, quien ha estado siempre a mi lado en las buenas y en las malas dándome ese aliento para llegar a culminar esta etapa de mi vida.

A mis queridas y adoradas hijas Paulita y Cinthya: con la sonrisa diaria me han dado el aliento necesario en mis momentos difíciles.

A mis hermanas: Paty, María, Miriam, a mis compañeros de trabajo, y en definitiva a todos mis familiares y amigos, quienes me apoyaron en este largo camino para alcanzar el éxito.

HERNÁN BOLÍVAR GUAJALA QUICHIMBO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	i
DECLARACION Y CESION DE DERECHOS.....	ii
AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPITULO 1: DIAGNÓSTICO DEL SECTOR	3
1.1 EL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR.....	4
1.1.1 Generación de Divisas.....	5
1.1.2 Empleo.....	6
1.2 SECTOR TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE LOJA.....	7
1.3 ANÁLISIS FODA DEL NEGOCIO.	8
CAPÍTULO 2: ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADO	11
2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO:.....	12
2.1.1 Objetivo General	12
2.1.2 Objetivos Específicos.....	12
2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	12
2.3 METODOLOGÍA	14
2.4 MERCADO OFERTA: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.	15
2.4.1 Competencia Directa.....	16
2.4.2 Competencia Indirecta.	16
2.5 MERCADO DEMANDA.....	17
2.5.1 Consumidores y sus Características.....	17
2.5.2 Comportamiento del consumidor.....	20
2.6 DEMANDA INSATISFECHA.....	22
CAPÍTULO 3: PLAN DE MARKETING	25
3.1 Mix de marketing.....	26
3.1.1 Productos y Servicios.....	26
3.1.2 Precio.....	29

3.1.3 Plaza.....	29
3.1.4 Promoción.....	30
3.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS	30
CAPÍTULO 4: PLAN DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN	32
4.1 ORGANIZACIÓN CORPORATIVA.....	33
4.1.1 Filosofía Empresarial.....	33
4.1.2 Organigrama Estructural	34
4.1.3 Manual de Funciones.....	34
4.2 POLÍTICAS INTERNAS.....	38
4.2.1 Aspectos Legales.....	39
4.2.2 Obligaciones Tributarias.....	39
CAPÍTULO 5: ESTUDIO TÉCNICO	41
5.1 LOCALIZACIÓN.....	42
5.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	43
5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	45
5.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	46
CAPÍTULO 6: ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO	47
6.1. Inversión Inicial	48
6.1.2 Activos fijos.-	48
6.1.3 Activos diferidos.....	48
6.1.4 Capital de trabajo.....	48
6.2 FINANCIAMIENTO	49
6.3. INGRESOS PROYECTADOS.....	49
6.4 COSTOS Y GASTOS.-.....	50
6.4.1 Costos Totales del Proyecto.	56
6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	57
6.5.1 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	58
6.6. FLUJO DE CAJA.....	59
6.7 INDICADORES FINANCIEROS.....	60
6.7.1 Cálculo de la Tasa de Descuento (TMAR)	60

6.7.2 Valor Actual Neto (VAN).....	60
6.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	61
6.7.4 Relación Beneficio – Costo	61
CONCLUSIONES	63
RECOMENDACIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	65
ANEXOS.....	67

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios es una herramienta fundamental que permite al inversionista determinar las potencialidades existentes y proyectarse hacia el futuro, y el caso de “Coffe & Fruit” no podrá ser la excepción, por lo que se procedió a elaborar el presente trabajo investigativo, con el objetivo de implementar una “Frutería-Café” en la ciudad de Loja, mediante un conocimiento real de las necesidades del mercado, evaluar las características de la oferta y demanda a fin de establecer estrategias de producción y venta de los productos, implementar una estrategia de negocio en los aspectos administrativos, técnicos y operativos y evaluar económica y financieramente el negocio, para de esa manera cumplir con la misión, visión y objetivos.

La razón de este proyecto, es que la mayoría de las personas llevan un ritmo de vida acelerado teniendo que realizar varias actividades, por lo que muchas de las veces no tienen tiempo para preparar en la casa sus desayunos o algún aperitivo.

En la ciudad de Loja el servicio de las cafeterías, tiene un porcentaje muy significativo, pero el servicio que actualmente éstas ofrecen no es el que el cliente espera, ya que según el estudio de mercado un 31% de los encuestados no están satisfechos con el mismo. Con la finalidad de brindar un servicio de primera, satisfaciendo las necesidades del consumidor se implementará “Coffe & Fruit”.

Este trabajo investigativo ha sido desarrollado de una manera sencilla, clara y transparente el mismo que se lo resume en seis capítulos.

En el primer capítulo se realiza un estudio y análisis general del sector turístico, en el Ecuador y en Loja, así como lo relacionado con el sector de las cafeterías, y un análisis FODA del negocio.

Posteriormente se desarrolla el capítulo II, en el cual se hace una descripción en forma completa del estudio y análisis del mercado, objetivos, diseño metodológico, segmentación del mercado, oferta, demanda y demanda insatisfecha en la cual se podría buscar ventaja y posicionamiento.

El tercer capítulo está orientado a diseñar tanto estrategias de marketing y ventas, presupuesto del plan de medios, utilizando la mejor logística que permitan su distribución y comercialización mediante una publicidad y promoción adecuada.

En el cuarto capítulo se hace referencia a la administración y organización empresarial es decir, lo referente a la filosofía empresarial, organigrama estructural, el manual de funciones para cada uno de los empleados, políticas internas, aspectos legales y obligaciones tributarias.

En el capítulo V se presenta la localización, distribución de la planta, análisis de la tecnología, y el proceso productivo que va desde que el cliente ingresa al local hasta pagar la cuenta de consumo.

En el capítulo sexto, se describe el análisis financiero y económico en el mismo que se llega a determinar que el presente proyecto requiere de una inversión de 15935,22 dólares para iniciar sus operaciones, el financiamiento que se obtendrá a través del aporte del inversionista y de un crédito productivo.

Los resultados de la investigación demuestran la factibilidad para poner en marcha el proyecto, toda vez que ofrece una conveniente rentabilidad y además brinda un desarrollo socio-económico y de servicio a la ciudad de Loja, desde el punto de vista financiero, debido a que se obtuvo un VAN positivo de 27758,29 dólares, una TIR del 47,45%, y en lo que se refiere al análisis beneficio-costos este es de 1,17 dólares y se puede confirmar que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá una ganancia de 0,17 centavos de dólar, cantidad aceptable, (pero que sin embargo puede aumentar cuando el precio por cada producto ofrecido al cliente se ajuste a la inflación anual correspondiente a cada periodo.

Finalmente se menciona las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado una vez realizado el presente trabajo de investigación, las mismas que servirán de guía para la toma de decisiones del inversionista.

Una vez desarrollados los cálculos pertinentes y la evaluación de los resultados obtenidos se concluye que el presente proyecto es factible de desarrollarlo.

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO DEL SECTOR

1.1 EL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR

El Ecuador es considerado como uno de los 17 países más mega diversos del mundo, por sus características naturales, según lo publicado por Conservación Internacional. El país alberga a 180.000 especies de plantas, de las cuales 4.200 son orquídeas, existiendo además 1.616 especies ocupando el cuarto lugar del mundo en esta categoría, posee un exquisito valor cultural demostrado por las nacionalidades indígenas y 16 pueblos que preservar sus costumbres, idioma y tradiciones. Todo esto acompañado de 24 ciudades patrimoniales donde se manifiestan cualidades gastronómicas culturales y artesanales.

Con lo expuesto, el Ecuador puede explotar su potencial en los segmentos de turismo como: ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo comunitario, parques temáticos, turismo cultural, turismo de deportes y aventura, turismo de salud, agroturismo, turismo de convenciones y congresos, y de sol y playa.

Los meses de mayor afluencia de turistas internacionales al Ecuador son enero, marzo, junio, julio, agosto y diciembre, se acentúan los meses de junio, julio y agosto por tratarse de temporada alta, de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Turismo.

Según información proporcionada por el Ministerio de Turismo durante el primer trimestre del 2011 tuvo un aumento del 4% con respecto al mismo periodo del año anterior.

En los tres primeros meses del presente año ingresaron 279.451 visitantes extranjeros, mientras que en este mismo tiempo en el 2010 sumaron 268.458. Entre los principales mercados emisores tenemos: Colombia (61.403), seguidos por los turistas Estadounidenses (58.531), Peruanos (46.615), Españoles (13.832), Chilenos (12.290) y Argentinos (12.153), mientras que el resto fue de otras nacionalidades.

Con respecto a la salida de ecuatorianos al exterior, el flujo es menor al percibido por las llegadas, registrándose al 2008 alrededor de 815 mil salidas, según reportes de la Dirección Nacional de Migración.

Los mercados claves son Estados Unidos, Colombia, Perú, España, Alemania, mientras que los que representan una oportunidad para incrementar el número de turistas son Venezuela, México, Panamá, Austria, Suiza, Bélgica, y Costa Rica.

El resultado se atribuye a la aplicación de un nutrido y sustancioso plan de capacitación; impulsó a los emprendimientos turísticos, una agresiva campaña de promoción turística a escala nacional internacional, así como la ejecución y participación en ferias turísticas coordinadas con otros ministerios en todo el país.

Alrededor del 97% de movimientos turísticos (entradas y salidas) se efectúan a través de cuatro puntos: los aeropuertos de Quito, Guayaquil y las fronteras terrestres de Rumichaca (Colombia) y Huaquillas (Perú). El ingreso de extranjeros en el Ecuador se hace en el 69% por vía aérea y el 28% vía terrestre.

CUADRO N.- 1
Extranjeros que ingresaron al Ecuador

	2006	2007	2008	2009	2010	VAR, % 2010/2009
ENE	78.856	84.070	92.378	87.719	96.092	9,55
FEB	63.408	69.534	74.174	74.211	89.912	21,16
MAR	63.504	74.929	77.946	73.724	82.421	11,80
ABR	62.108	67.788	67.557	74.552	70.538	-5,38
MAY	57.275	68.583	74.662	71.820	77.619	8,07
Subtotal	325.151	364.722	386.722	382.026	416.582	9,05
JUN	71.789	85.769	89.262	91.552	_____	_____
JUL	89.829	101.250	109.250	105.077	_____	_____
AGO	77.826	91.309	96.336	88.848	_____	_____
SEP	65.198	64.966	73.757	66.428	_____	_____
OCT	66.538	72.365	79.814	68.107	_____	_____
NOV	65.359	73.273	83.458	76.967	_____	_____
DIC	78.865	83.698	86.698	91.081	_____	_____
TOTAL	840.555	937.487	1'005.297	970.086	416, 582	9,05

Fuente: INEC 2009

1.1.1 Generación de Divisas.

La importancia del sector turístico, como un instrumento de captación de divisas, toma cada vez más fuerza dentro de la economía ecuatoriana, a pesar de no contar con cifras que demuestren su verdadero peso.

El sector turístico aparece como el tercer generador de divisas del país, dentro de la composición de las exportaciones no Petroleras del Ecuador con US\$ 760 millones captado al año 2008. Compite muy de cerca con los productos elaborados del Mar con US\$ 832 millones y supera a la industria de manufacturas de metal.

Esta cifra representa el 12% del total de las exportaciones no petroleras al cierre del 2008. Su compartimiento en la serie 2005-2008 demuestra una tasa de crecimiento acumulada del 45%, en lo que se refiere a generación de divisas, además, una tasa de crecimiento del 17% promedio anual.

1.1.2 Empleo

Al cierre del 2008, el sector turístico empleó al 4% de la Población económicamente activa (PEA) del Ecuador (entre directo e indirecto), actualmente se encuentran registrados, en el Catastro del Ministerio de Turismo, un total de 99.125 empleos directos. Adicionalmente existen cerca de 2.000 empleos que se generan gracias al turismo comunitario, pero que no se encuentran hasta la fecha de esta investigación registrados en el Catastro de Turismo. Esta cifra aumenta si consideramos el efecto indirecto de la actividad al tratarse de una prestación de servicios vincula a una cadena más grande de personas generadoras de productos y servicios en los sectores como el agrícola, industrial, manufacturero, farmacéutico, cosmetológico, metalmecánica, entre otros; para demostrar este efecto la Organización Mundial de Turismo (OMT) ha calculado que en promedio mundial la industria turística emplea a 3,2 personas adicionales por cada empleo directo generado, cifra que según empresarios del sector en Ecuador podría llegar hasta a 4 personas.

En los últimos años se observa que el turismo tiene un gran potencial para ayudar en la lucha contra la pobreza, es el sector que mayores oportunidades de trabajo brinda para crear nuevos puestos de empleo tanto en el área urbana como rural, tiene un potencial notable para generar comercio e inversiones directamente en el plano local y puede proteger las tradiciones culturales y el patrimonio del país.

CUADRO N.- 2
Empleo y actividad turística

Actividad Turística	Nº de Empresas	Total Empleo	Nº Empleo por Empresa
Comidas y Bebidas	9.426	56.501	6
Alojamiento	3.258	26.764	8
Agencias de Viaje	1.338	7.930	6
Recreación, Diversión	630	3.965	6
Transporte Turístico	370	2.974	8
Casinos	64	991	15
TOTAL	15.086	99.125	8

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo actualización abril del 2009

Cuando se compara el empleo generado por tipo de establecimiento turístico, se observa que la actividad Comidas y Bebidas abarca el 57% del empleo, luego está el Alojamiento con el 27%, y las Agencias de Viajes con el 8%.

Existen actualmente 15.086 empresas registradas, que concentran sus actividades en la categoría de Alimentos y Bebidas que abarca el 62,4% del total de

establecimientos y genera el 57% del total del empleo. Otra categoría relevante es la de alojamiento que agrupa al 21,5% de los establecimientos y el 27% del empleo.

1.2 SECTOR TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE LOJA.

Según información proporcionada por el departamento de información turística ITUR, el número de turistas que arribaron a la ciudad de Loja en el periodo 2006 – 2009 es como sigue 3.543; 4.541; 10.275 manteniéndose esta cifra debido la gripe AH1N1 y según proyecciones estimativas realizadas por este mismo organismo, para el 2011 ingresarán 25.252.

Los meses en los que viene una mayor cantidad de turistas ecuatorianos a nuestra ciudad son: agosto, septiembre (festividades de Loja) junio, abril y mayo respectivamente.

Los datos anteriormente mencionados, servirán de referencia para conocer la afluencia de turistas que tiene la ciudad y por ende la demanda que tendrá la frutería cafetería.

Los hermosos lugares turísticos que Loja posee son de extrema importancia para los habitantes de la ciudad, y han sido por décadas el imán para atraer turistas de todas partes de nuestro país así como del exterior, en los mismos que encontraran historia, cultura diversión y mucho más.

De acuerdo a la información recogida en el Ministerio del Turismo, la ciudad registra un total de 335 locales, distribuidos en siete subsectores con un grado porcentual de representatividad de la siguiente manera: alimentos y bebidas 62,86%, alojamientos 19,70%, agencias de viajes 8,35%, recreación diversión y esparcimiento 4,77%, transporte turístico terrestre 2,38%, salas de recepciones y banquetes 1,79%, casinos y salas de juegos 0,29%.

En el catastro de la ciudad de Loja se encuentran registrados un total de 210 locales de alimentos y bebidas, teniendo el sector de las cafeterías un grado de representatividad del 10,95% el cual se lo considera bajo con relación a los otros subsectores, como se lo demuestra en el cuadro No 3 es por ello que el presente proyecto está encaminado a la implementación de una frutería cafetería.

CUADRO No 3
Crecimiento del sector alimentos y bebidas

SUBSECTORES	%
Restaurantes	59,29
Fuentes de Soda	15,24
Bares	14,95
Cafeterías	10,95%

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo Loja 2009.

El crecimiento del sector de las cafeterías en la ciudad, se detalla a continuación:

CUADRO N.- 4
Crecimiento de las Cafeterías en la ciudad de Loja

Año	Número	%
2006	13	23,08
2007	16	31,25
2008	21	9,52
2009	23	
2010	23	

Fuente: Catastro de Ministerio de Turismo de Loja 2010

Según información otorgada por el Ministerio de Turismo Loja, las 23 cafeterías se encuentran clasificadas de acuerdo a la asignación de una categoría según corresponda, la misma que se detalla a continuación:

CUADRO N.- 5
Clasificación de las cafeterías: año 2010

Categoría	Número	Porcentaje
Primera	2	8,70%
Segunda	10	43,47%
Tercera	11	47,83%

Fuente: Catastro Loja 2010

Con estos antecedentes se ha llegado a la conclusión de que en la ciudad de Loja, la mayor parte de cafeterías se encuentran en los alrededores de la ciudad, por lo que el presente proyecto se encamina a la creación de la cafetería-frutería en el sector céntrico de la ciudad.

1.3 ANÁLISIS FODA DEL NEGOCIO

Permite conocer el entorno en que se desarrollará la empresa y sus posibilidades de triunfo ante un mercado competitivo; así se determinará sus, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

FORTALEZAS:

Son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al proyecto de otros de igual clase.

- Ofertar productos nuevos, como es la empanada de morocho
- Excelente presentación y variedad de productos
- Servicio rápido y personalizado
- Ofrecer productos de calidad
- Instalaciones cómodas, modernas y limpias
- Ambiente agradable
- Horario de atención de Lunes a Sábado de 7H00 a 12H00 y de 15H00 a 20H00
- Ubicación en zona estratégica por ser un lugar comercial, financiero, y de instituciones gubernamentales.
- La diferenciación de los productos nos permitirá más adelante la apertura de nuevas sucursales en otros lugares importantes de la ciudad.

OPORTUNIDADES.

Son aquellas situaciones externas positivas, que se generan en el entorno, y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

- El clima frío de nuestra ciudad es óptimo para el consumo de café.
- Las condiciones climáticas favorecen para que se tenga una suficiente producción de materia prima.
- Gran cantidad de gente capacitada para desempeñar el trabajo.
- Recurso humano capacitado.
- Apoyo con créditos por parte del gobierno para la implementación de la empresa.

DEBILIDADES.

Se refieren a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la microempresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización.

- Falta de experiencia técnica por parte de la emprendedora.
- Insuficiente capital propio para la implementación del negocio.
- La posición en el mercado mínima.
- Proveedores de materia prima no definidos.

AMENAZAS:

Son situaciones negativas externas al proyecto que pueden atentar, contra este, por lo que llegado al caso puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada con el fin de cumplir el objetivo.

- Establecimientos similares dentro de la competencia.

- Elevadas tasas de interés en los créditos.
- Las ventas por parte de la competencia son altas debido a los varios años que operan en el mercado y a la vez pueden reaccionar aplicando estrategias agresivas.

CAPITULO II

ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO:

2.1.1 Objetivo General

- El objetivo General del estudio de mercado es conocer tanto la demanda como la oferta del mercado de las cafeterías en la ciudad de Loja para descubrir un nicho en el cual se pueda incursionar y posteriormente crear una cafetería que satisfaga dicha demanda.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Definir a los consumidores, sus características demográficas, preferencias, y gustos en cuanto a alimentos que adquirir en las cafeterías que prefieren.
- Delimitar el área geográfica a la que se le va ofrecer el servicio
- Definir las características de la cafetería.
- Establecer los precios que se ofrecerá en la cafetería, y al cual los clientes están dispuestos a adquirir los productos y servicios.
- Realizar un estudio del competidor, así como la situación en la que se encuentran en términos generales vista desde la perspectiva de los consumidores.

2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado se efectuó bajo los siguientes criterios:

a) Aspectos Geográficos

Está dirigido al mercado total de la ciudad de Loja, en el cual predomina el clima frío con sus cuatro parroquias urbanas como son: El Valle, Sucre, San Sebastián y El Sagrario, en especial al sector céntrico de la ciudad que es donde se encuentra la mayor parte de las instituciones gubernamentales, entidades financieras y el sector comercial.

b) Aspectos Demográficos

Se considera a la población económicamente activa (PEA) por ser ellos quienes tienen un poder de decisión de asistir o no a una cafetería, destacándose los que se encuentran entre los 21 a 40 años, dentro de los cuales están tanto hombres como mujeres con un elevado grado de cultura la ocupación de estos son empleados públicos, privados y comerciantes.

c) Aspectos Socioeconómicos

El nivel de ingreso de esta población va desde los \$101 - \$500 dólares mensuales, lo cual nos indica que hay un gran poder de adquisición en el mercado laboral.

Bajo estos **criterios se parte de la PEA** 2001 de la ciudad de Loja disponible en el INEC proyectada al año 2010 como se lo demuestra en el siguiente cuadro.

CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO

$$TC = \sqrt[n]{\frac{PEA2001}{PEA1990}} - 1 = \sqrt[11]{\frac{61701}{47943}} - 1 = 0,023200246$$

CÁLCULO DE LA PEA CUADRO N.- 6

P =	P(1+Tc)ⁿ	VAR. %
P2001	61.701,00	9,00
P2002	63.132,48	9,21
P2003	64.597,17	9,42
P2004	66.095,84	9,64
P2005	67.629,28	9,86
P2006	69.198,29	10,09
P2007	70.803,71	10,33
P2008	72.446,37	10,57
P2009	74.127,15	10,81
P2010	75.846,92	11,06
TOTAL =	685.578,20	100,00

Fuente: Investigación de Campo

2.3 METODOLOGÍA

La ejecución y puesta en marcha del presente proyecto está en función de algunas variables, la necesidad de crear nuevas alternativas de alimentación, las normativas legales, hacen necesaria la realización de un estudio descriptivo el cual implicó el uso de: métodos, técnicas e instrumentos.

a.- Métodos.

Debido a las características del proyecto que se propone, se aplicaron tanto el *método deductivo como inductivo* dependiendo de la fase de investigación.

El método *deductivo* se lo utilizó para la evaluación de la oferta debido a los aspectos analizados en el mercado alimenticio, y el estado actual de las cafeterías en la ciudad de Loja, con la utilización de fuentes primarias y secundarias, para llegar a obtener conclusiones lógicas a través de las cuales se pudo determinar los principales competidores del negocio permitiendo la aplicación de estrategias de comercialización y mercadeo de los productos a ofrecer, así como el cumplimiento de ciertas normas que deberán cumplir en la implementación de la cafetería

La aplicación del método *inductivo* se lo aplicó mediante las visitas a lugares que brinden un servicio similar en el sector céntrico de la ciudad.

b.- Técnicas

Las técnicas utilizadas comprenden: encuestas, entrevistas y la observación.

- **Encuesta.-** Consistió en la aplicación directa, para obtener información concreta relacionada con el sector de las cafeterías en Loja. Considerando que su principal objetivo es recopilar información complementaria.
- **Entrevista.-** En esta técnica se utilizó un listado de preguntas las mismas se las aplicó en algunas cafeterías a ciertos empleados, con la finalidad de obtener información relacionada con precios y el número de productos que éstas venden diariamente, para de esta manera realizar un estimativo de la competencia, tanto en ingresos como en volumen de ventas.
- **Observación.-** Esto se lo hizo en una forma directa la misma que consistió en la visita a ciertas cafeterías en calidad de clientes fantasmas, observando directamente la concurrencia de clientes, estrategias de venta y servicio y algunos otros aspectos de importancia para el análisis y comportamiento de la competencia actual.

c.- Instrumentos.

- El principal instrumento utilizado es el cuestionario, el cual contiene un total de 12 preguntas de tipo abiertas y cerradas, (Anexo N.-1). El número de encuestas aplicadas se realizó en función del cálculo de la muestra.

Cálculo de la muestra. Se utilizó un 95% de confianza que equivale a Z igual a 1,96, y un error del 5%.

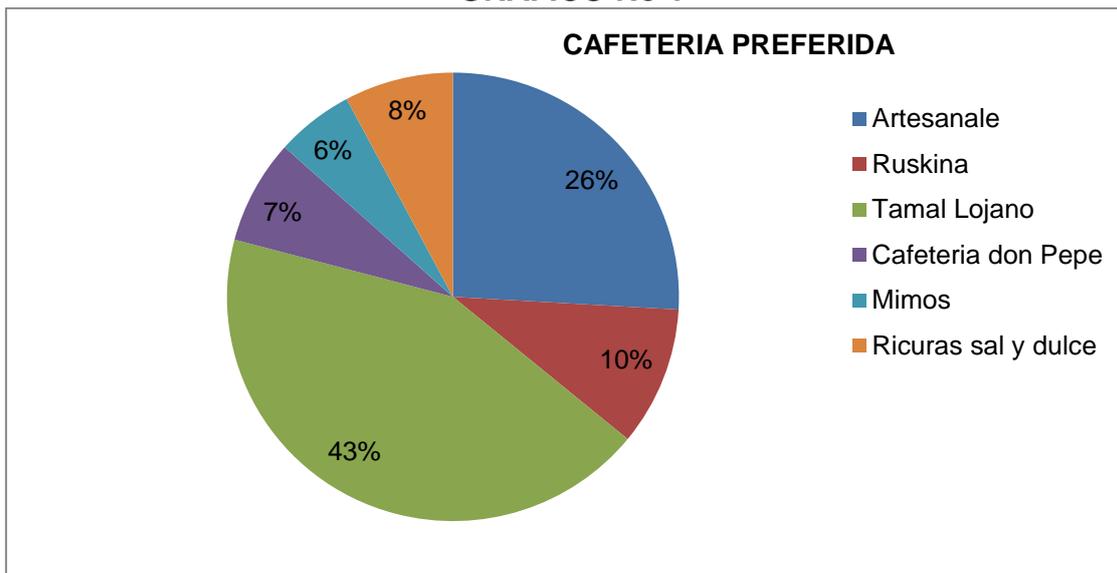
Z	= 1,96	$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$
P	= 0,5	
Q	= 0,5	$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5}{0,0025}$
N	= 75'846,92	
E	= 0,05	n = 384 encuestas

- La revisión de los catastros de la ciudad de Loja desde el año 2003 al 2010 obtenidos en el Ministerio de Turismo (Anexo N.- 2), constituyeron como parte de un instrumento de investigación.
- Adicionalmente se puede mencionar otros instrumentos como: fuentes bibliográficas, consultas en Internet, cuaderno de notas, fichas de campo, cámaras fotográficas, revistas con las cuales se complementa toda la información, para así una vez delimitado el campo de acción del proyecto desarrollar el presente plan de negocios el mismo que dará la pauta el funcionamiento del negocio.

2.4 MERCADO OFERTA: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

El mercado de oferta se realiza basados en la preferencia que las personas tienen por las cafeterías en la ciudad de Loja, como se puede observar la mayor parte de la población prefiere visitar el Tamal Lojano (43%) y el 26% Artesanal como se lo demuestra en el siguiente gráfico.

GRÁFICO No 1



Fuente: Investigación de campo

2.4.1 Competencia Directa

Son todos aquellos negocios que venden un producto o servicio igual o similar al del negocio y que incursionan en el mismo mercado, de ahí que los competidores directos según el presente estudio de mercado son: El Tamal Lojano como líder y El Artesanale como retador.

CUADRO No 7
Características del Competidor

Competidor	Producto	Precio	Plaza	Promoción
Tamal Lojano Aceptación 43%	Tradicional Variedad Buena Sazón	Accesibles	Utiliza canales de distribución directos e indirectos	Publicidad en los espacios deportivos radiales. Publicidad en prensa
Artesanal Aceptación 26%	Variedad Buena Sazón	Elevados	Utiliza un solo tipo de canal de distribución el directo es decir directamente al consumidor final	Publicidad en radio. Publicidad en prensa

Fuente: Investigación de Campo

2.4.2 Competencia Indirecta.

Son todos los negocios que intervienen en forma lateral en el mercado, y clientes que buscan satisfacer las mismas necesidades de una manera diferente y con productos sustitutos.

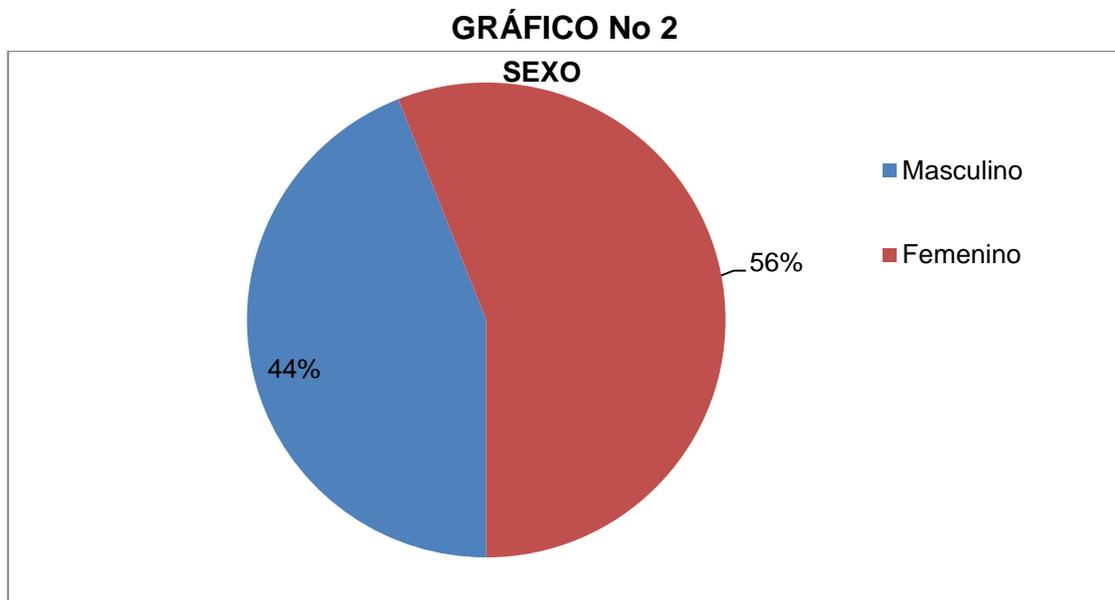
En el gráfico N° 1 queda demostrado que la competencia indirecta la conforma, 10% Ruskina, 8% Ricuras y de sal y dulce, 7% Cafetería Don Pepe, y 6% Mimos.

2.5 MERCADO DEMANDA.

El mercado de la demanda se realiza a partir de los resultados obtenidos de la encuesta abordando los aspectos de.

- Consumidores y sus características.
- Comportamiento del consumidor.

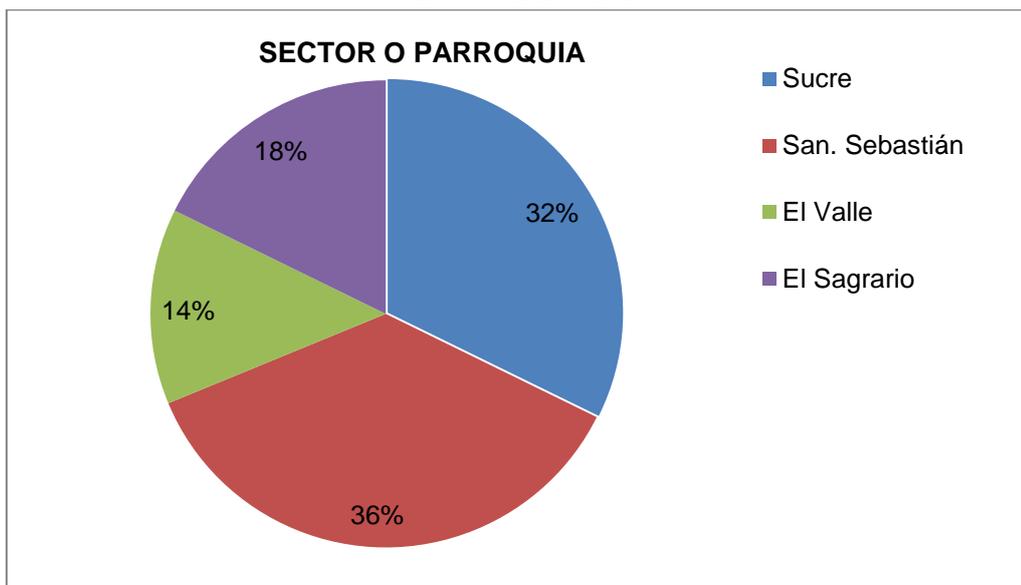
2.5.1 Consumidores y sus Características



Fuente: Investigación de Campo

La mayoría son mujeres el 56% pertenece al sexo femenino, y un 44% al masculino debido al ritmo de vida muy acelerado que diariamente llevan las mujeres, por la atención en el hogar y la concurrencia al trabajo no tienen tiempo de preparar un café o algún aperitivo.

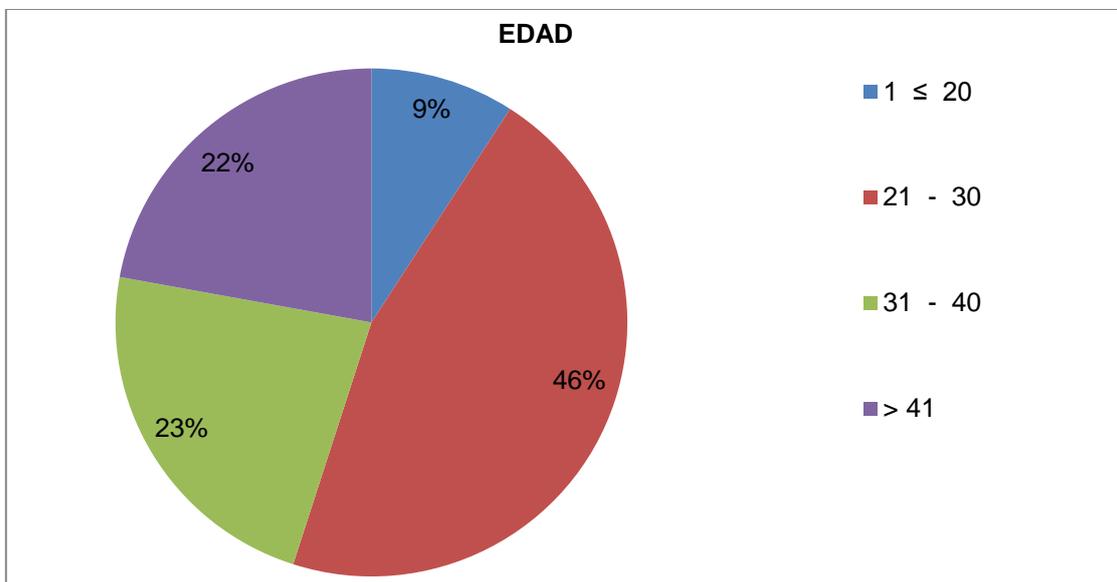
GRÁFICO No 3



Fuente: Investigación de Campo

En el gráfico No 3 se puede observar que el 36% de la población encuestada pertenece a la parroquia de San Sebastián, siendo el mayor porcentaje debido a que en este lugar se centra una gran actividad comercial, bancaria, educativa y gubernamental, el 32% a la parroquia Sucre, el 18% al Sagrario y el 14% a la parroquia El Valle.

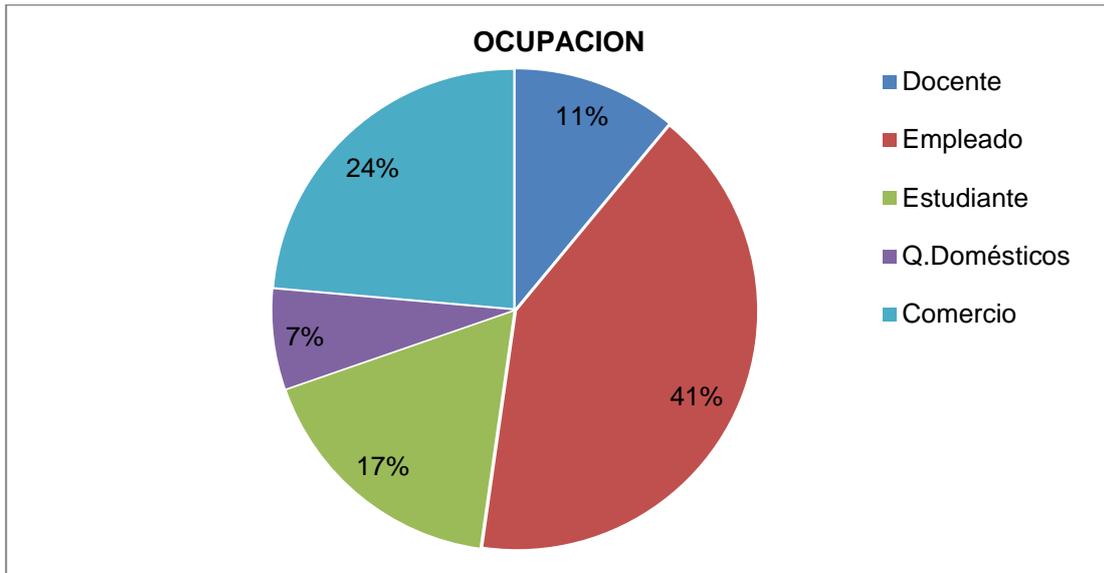
GRÁFICO No 4



Fuente: Investigación de Campo

La mayoría son aproximadamente jóvenes, representan el 46% y la edad oscila entre 21 y 30 años. Otro segmento importante es el de 31 años y más el mismo que alcanza el 45% como se lo presenta en el gráfico No 4.

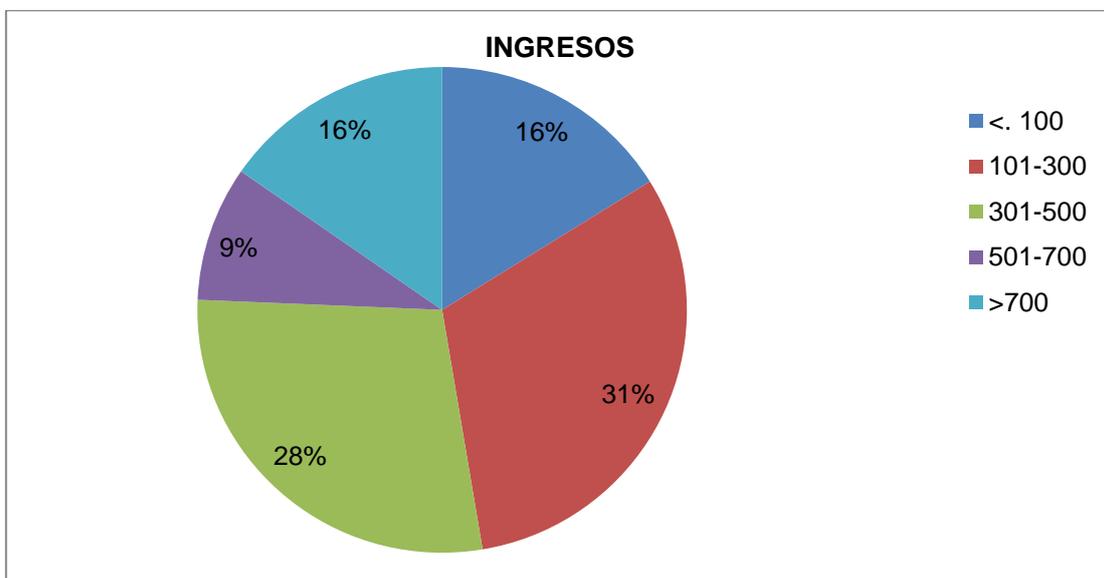
GRÁFICO No 5



Fuente: Investigación de Campo

El 41% son empleados, tanto públicos como privados, 24% comerciantes 17% estudiantes, y el 11% docentes como se observa en el gráfico No 5.

GRÁFICO No 6

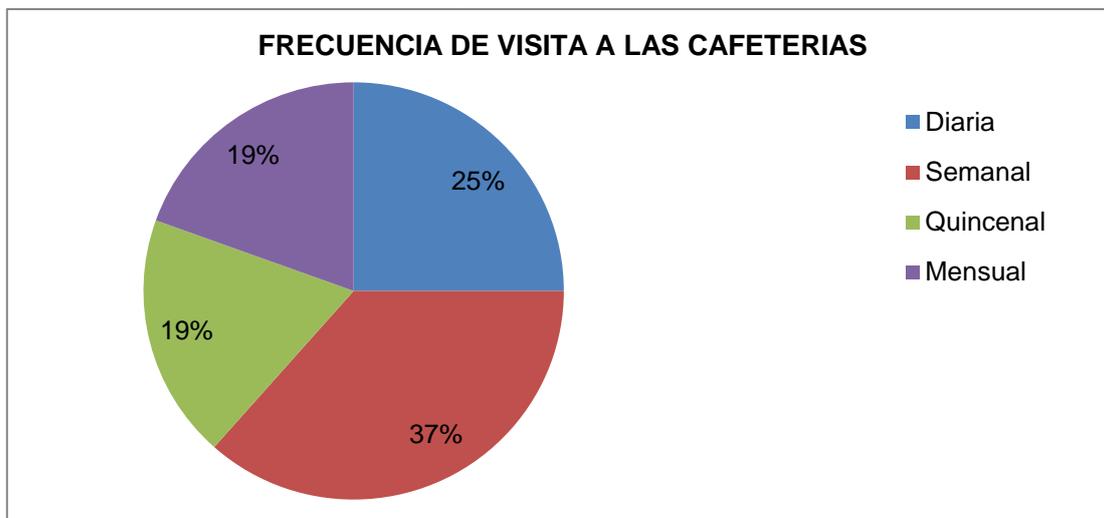


Fuente: Investigación de campo

Son de clase media y alta, es decir personas con un ingreso mensual que va de 101 a 500 lo que representa el 59% del total de los encuestados, y 16% los que tienen un ingreso mayor a 700 dólares así como los que tienen un ingreso menor a 100 dólares.

2.5.2 Comportamiento del consumidor.

GRÁFICO No 7



Fuente: Investigación de Campo

El 37% visitan una cafetería semanalmente esto es una 1/3 parte de los encuestados 29%, diariamente, y el 19% tanto quincenalmente como mensualmente esto sirve de referencia para saber un número aproximado de visitantes que se tendrá en frutería-cafetería, y por lo tanto las ventas diarias.

GRÁFICO No 8

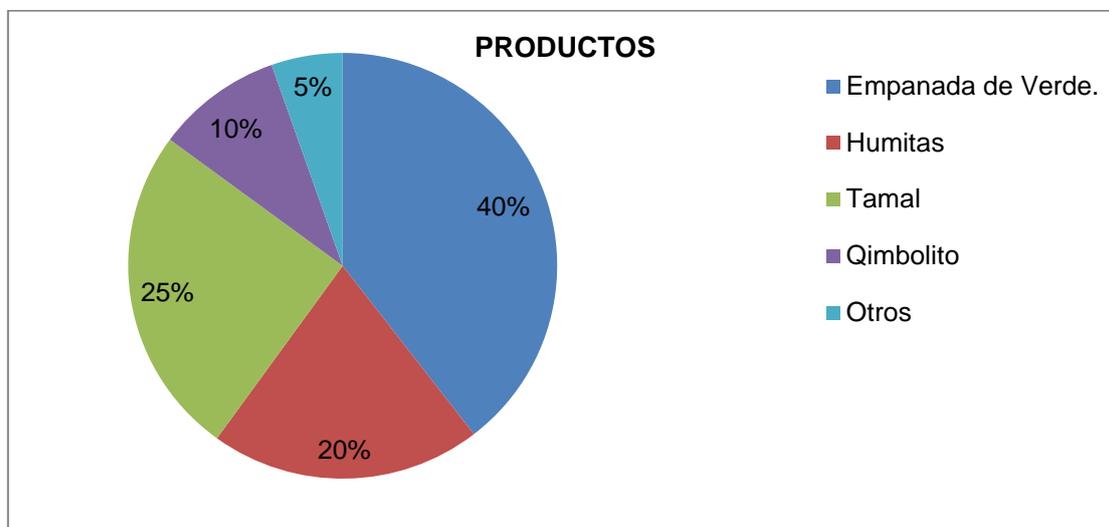


Fuente: Investigación de Campo

El 66% de los encuestados concurren a una cafetería en la tarde por cuanto en este horario los consumidores potenciales salen en busca de tranquilidad a una cafetería, después de salir de sus oficinas, consultorios, negocios y otros sitios de trabajo, para tomar o servirse algo antes de regresar a su casa, el

25% en la noche y un 9% en la mañana, con esto nos sirven para establecer el horario de atención en la frutería-cafetería, deduciendo que la mayor afluencia de clientes será en la tarde.

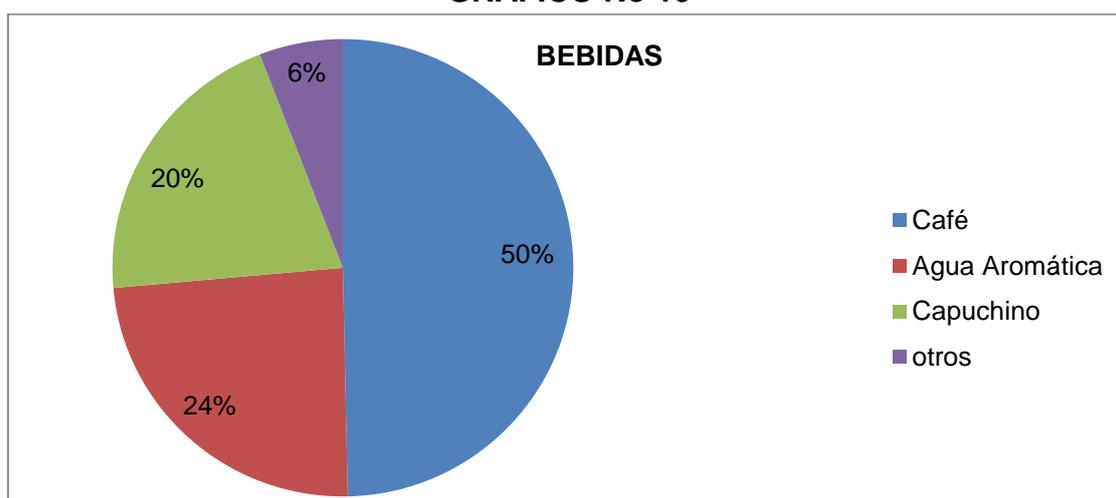
GRÁFICO No 9



Fuente: Investigación de Campo

Entre los productos que comúnmente demandan actualmente están: con el 40% las empanadas de verde, 25% tamales, 20% humitas, y 10% quimbolitos, con estos antecedentes el proyecto se encamina a diferenciar el Costo de Venta con el ofrecimiento de estos productos en mejor servicio y calidad de los mismos, y como nuevo producto ofreceremos el bolón de verde.

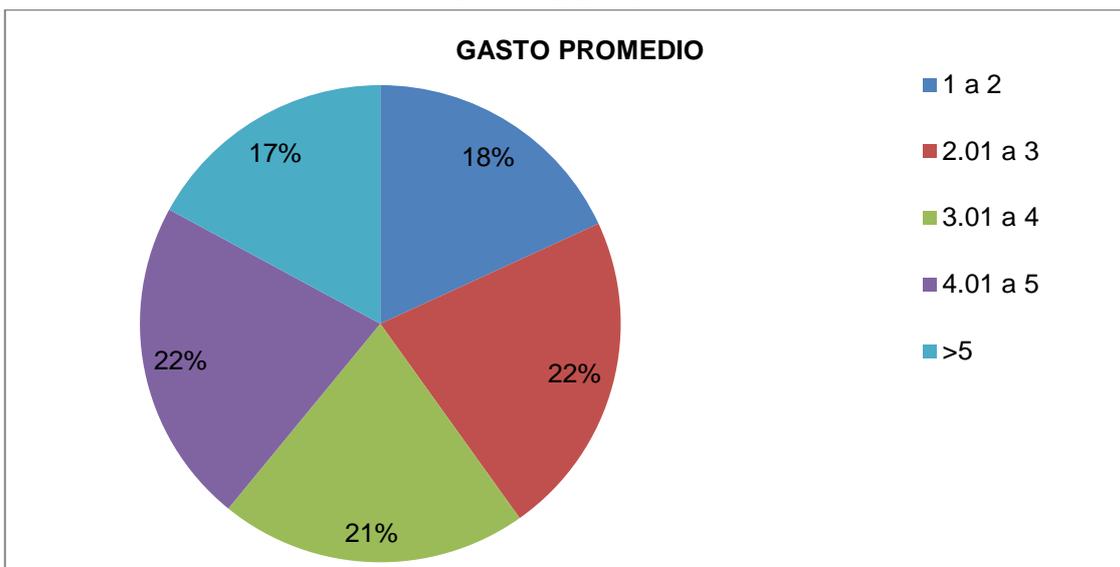
GRÁFICO No 10



Fuente: Investigación de Campo.

Entre las bebidas preferidas están: 50% el café, esto debido a que la mayor parte de los encuestados están en una edad joven entre 20 y 45 años, 24% agua aromática, y 20% capuchino, en este aspecto la empresa se enfocará en los jugos naturales como un producto nuevo.

GRÁFICO No 11



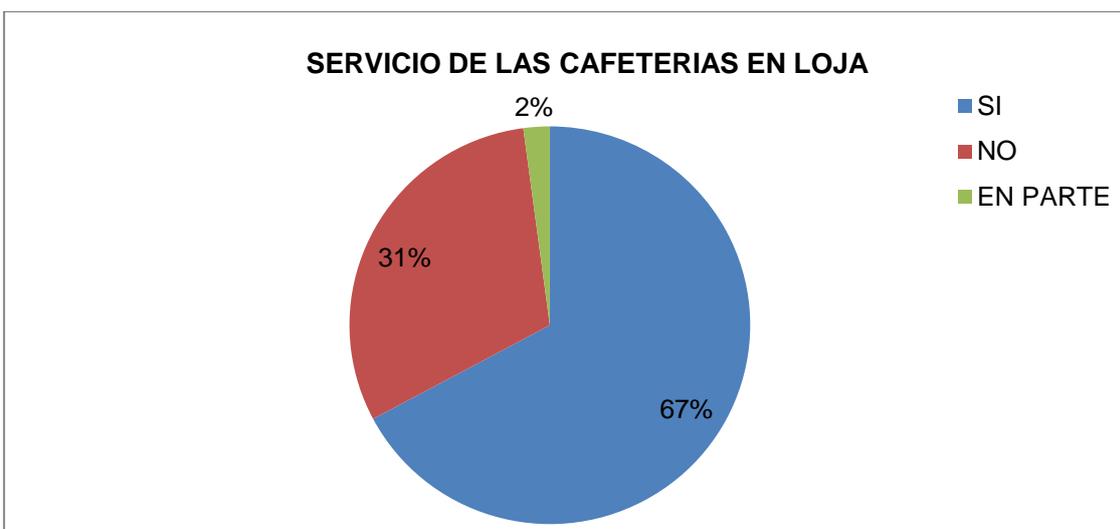
Fuente: Investigación de Campo

Al momento de concurrir a una cafetería el gasto que los consumidores realizan está en un promedio del 23% lo que en cifras es de 2 a 5 dólares, pero el 17% gasta un valor mayor a los 5 dólares, estos datos servirán en el momento del cálculo de las ventas diarias.

Luego de realizar el análisis de los consumidores y sus características, se pudo determinar que el mercado total de consumo en el sector urbano de la ciudad de Loja es de 75.846 personas, esto en base al cálculo de la PEA proyectada al año 2010 como está demostrada en el cuadro No 6.

2.6 DEMANDA INSATISFECHA

GRÁFICO No 12



Fuente: Investigación de Campo

Con el servicio que actualmente ofrecen las cafeterías en Loja, el 67% están satisfechos, el 31% no lo están, a este porcentaje de la población es al que se aspira llegar con el servicio de la cafetería.

Para el cálculo de la población insatisfecha, se tomó como referencia los resultados del gráfico anterior.

$$DI = PEA \times 31\%$$

$DI = 75.846 \times 31\% = 23.512 \text{ personas}$

En términos absolutos, esto significa que de las 75.846 personas que conforman la PEA, 23.512 no están conformes con el servicio actual de las cafeterías, es decir no cumplen con las expectativas que el cliente desea.

En tanto el mercado potencial para este servicio de cafetería en la ciudad de Loja se calculó considerando los siguientes criterios:

- Demanda Insatisfecha
- Población dispuesta a demandar los servicios de esta cafetería.

GRÁFICO N.- 13



Fuente: Investigación de Campo

En el gráfico N° 13 se demuestra que de la población encuestada, el 97% demandarán de los servicios de la cafetería esto, significa que se tendrá una excelente aceptación en el negocio.

Mercado Potencial	Demanda Insatisfecha	Demanda De Servicios	Total
MP	= 23.512	x 97% =	22.807 personas.

Con estos antecedentes, el presente negocio estará en capacidad de atender al 35% de la demanda insatisfecha que representa el 59% de la capacidad instalada esto es: 7982 personas (22807 x 35%).

CAPITULO III

PLAN DE MARKETING

3.1 Mix de marketing.

La Empresa “Coffe & fruit” utilizará un mix de marketing y un conjunto de estrategias, para la operatividad encaminadas a la satisfacción del cliente potencial mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y también las promociones y así poder dar un servicio que satisfaga completamente las necesidades del cliente.

3.1.1 Productos y Servicios.

“Coffe & fruit” ofrece a la clientela una variedad de productos que podrán ser degustados a cualquier hora del día independientemente de la variedad del tiempo, ya que se ofrecerá bebidas frías y calientes, así como bocaditos de sal y de dulce. A continuación detallamos cada uno de ellos.

CUADRO N.- 10
Productos y Bebidas de “Coffe & Fruit”

BEBIDAS	
BEBIDAS CALIENTES	BEBIDAS FRÍAS
Café	Jugos naturales de frutas: fresa, coco, manzana, mango,
Chocolate con Leche	Batidos de leche y frutas
Agua aromática	Jugo de mango, leche, papaya, pera, fresa, naranja, piña.
APERITIVOS	
APERITIVOS DE SAL	APERITIVOS DE DULCE
Bolón de verde con queso, humitas	Ensalada de frutas
Empanadas de verde, tamales, quimbolitos	Frutilla con crema

Fuente: Investigación de Campo

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, se puede determinar que los factores más importantes en la elección de los consumidores al momento de elegir una cafetería son: la imagen del local, la rapidez, limpieza y la calidad en los productos, es por ello que “Coffe & fruit” ofrecerá a sus clientes la mejor atención en los mismos, 100% naturales, preparados mediante un estricto control de calidad desde su elaboración hasta llegar a manos del consumidor.

a) Nombre de la marca

Con la finalidad de identificar los productos y servicios, y diferenciarse de la competencia se ha creado la marca cuyo nombre es la siguiente.



Se escogió esta marca por cuanto tiene relación directa con los productos que se va ofrecer como son el café y la ensalada de frutas.

b) Slogan.

El Slogan establecido para la empresa "Coffe & fruit" es:

"Aroma y Sabor"

Se ha escogido este slogan porque refleja dos cosas indispensables para los clientes como son "**Aroma**", que es el olor fragante del café de la región, y, "**Sabor**" lo que el cliente degustara, y a través de él se sentirá parte importante de un grupo de consumidores especiales e importantes para la empresa.

c) Logotipo

Es el dibujo que la empresa "Coffe & fruit" utilizará para representarse. Es la carta de presentación ante los ojos del público, el mismo que trasmite un mensaje, y concentra un poder de significación. Es un elemento indispensable y de mayor importancia en la conformación de la imagen corporativa, de la empresa.

El logotipo de “Coffe & fruit” está constituido por:



Una taza humeante.- Representa el recipiente que se va utilizar para servir la principal bebida caliente que “Coffe & fruit” va ofrecer a todo el mercado consumidor como es el café.

Hoja verde.-La hoja de color verde representa la frescura de la naturaleza que es de donde salen todas las frutas para las ensaladas, así como el plátano para el bolón de verde. Este color en el ambiente diario ayuda a las personas a crear un equilibrio de tranquilidad a su alrededor.

Color Mostaza.- Es el color apropiado para realizar hermosas ambientaciones, representa el color ideal para que “Coffe & fruit” llegue a la mayor cantidad de consumidores.

Color Anaranjado.-Significa pasión, color que despierta el apetito de alimentación estimula a la creatividad, favorece el crecimiento, la conversación el sentido del humor, es el color más llamativo.

Al consolidar, la marca, slogan y logotipo de la empresa “Coffe & fruit” se constituye la imagen



d) Empaque o Envase

La presentación impecable, es la característica de cada uno de nuestros productos que se ofrecerá en la Frutería Cafetería, por ello con el fin de preservar y facilitar la entrega al consumidor el diseño de nuestros empaques tiene las siguientes características:

- Conservación del producto
- Buena manipulación de los alimentos y bebidas, lo que evita mancharse, derramamientos y quemaduras.
- Nuestro empaque se adapta a la funcionalidad del producto.
- No retornable
- Dentro de los empaques o envases se encuentran, fundas, y terrinas las mismas que serán utilizadas para llevar los bolones, las ensaladas de frutas o cualquier otro producto.

e) Servicio

- Dar facilidades, contar con lo indispensable para que las personas con discapacidad puedan utilizar los bienes y servicios que ofreceremos.
- Ofrecer servicio en el que haya rapidez, eficacia, honradez y confiabilidad
- Atención personalizada
- Buenas instalaciones físicas, y presentación del personal que transmiten imágenes del servicio de calidad a los clientes.

3.1.2 Precio

La decisión de fijar precios para competir con los oferentes está sujeta a los siguientes factores:

- De acuerdo al costo de producción.
- Tomar como referencia los precios de la competencia
- Utilizar la psicología de los precios, ya que el consumidor utiliza el precio como indicador de calidad.

El precio de venta al público está basado en los factores antes mencionados y están en un rango de uno y dos dólares. En el anexo N.- 7 esta detallado los precios de cada producto.

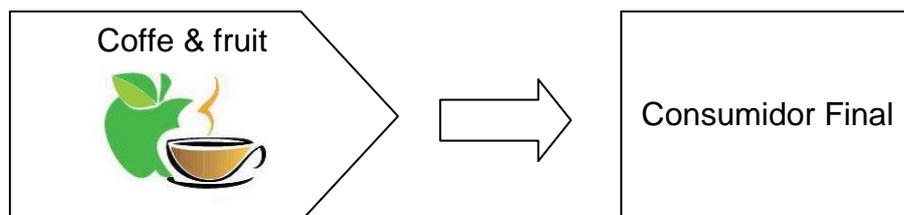
3.1.3 Plaza.

Según la población encuestada, el 36% desea que la nueva frutería cafetería este ubicada en el sector céntrico de Loja, considerando que es allí donde existe el mayor movimiento, comercial, financiero, así como gubernamental.

“Coffe & fruit” se beneficiará de la afluencia de las personas que asistan al centro de Loja en busca de otros bienes y servicios”.

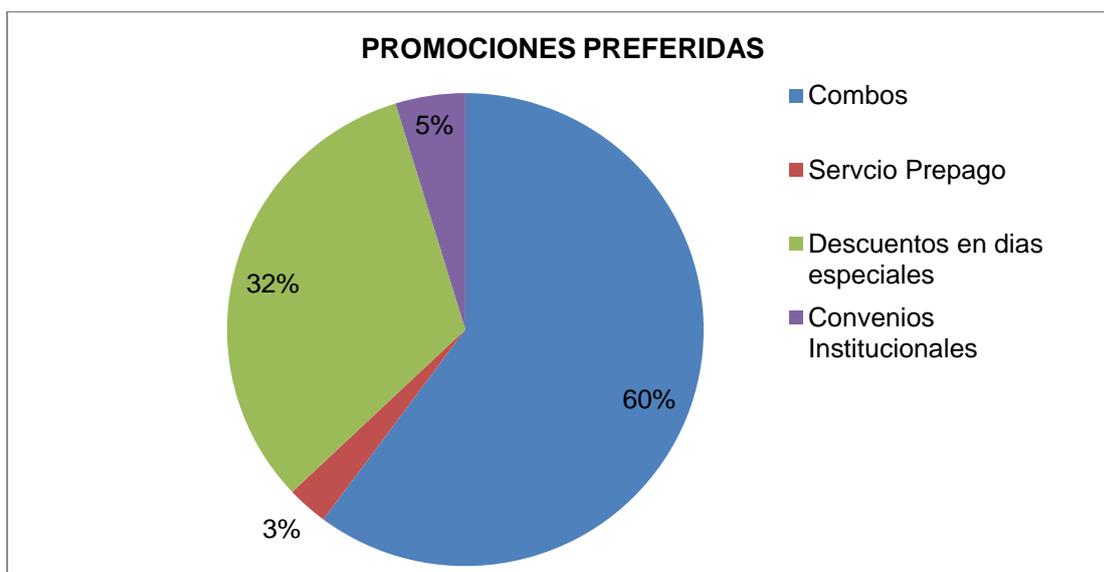
Canales de Distribución.

El canal de distribución que utilizará “Coffe & fruit” tanto en las bebidas como en los aperitivos es el directo, por cuanto éste llevará el producto directamente al consumidor y se lo presenta a continuación:



3.1.4 Promoción

GRÁFICO N.- 14



Fuente: Investigación de campo

Referente al gráfico No 14, se puede apreciar que del total de personas encuestadas, el 60% desea combos, 32% descuentos en días especiales, el 5% convenios institucionales, y el 3% servicio prepago.

“Coffe & Fruit” utilizará las siguientes estrategias de promoción:

Degustaciones.- Esta promoción se la aplicará única y exclusivamente en el día de la inauguración del local, la cual consiste en la degustación gratuita de

los productos a todos quienes concurren a la misma, los mismos que tendrán el 50% menos del tamaño real, el mismo que será a partir de las 14H00

Combos.- En los días de menor concurrencia: por la compra de 3 cafés más aperitivo el cliente tendrá opción a llevar gratis cualquiera de los siguientes productos: Bolón de verde, humitas, tamales, quimbolitos, y empanadas de morocho.

Con respecto a la publicidad, ésta se la realizará bajo los siguientes medios:

- Radio se realizará durante los primeros meses hasta hacer conocer el negocio.
- Hojas volantes, se entregarán quince días antes de la inauguración.
- Spot Publicitario pregrabado, se utilizará el día de la inauguración.
- Impresión de logotipo en todas las fundas para llevar los productos.

**CUADRO No 11
PRESUPUESTO DE PLAN DE MEDIOS.**

MEDIOS	FRECUENCIA	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL
Radio: Satelital 100.9	3 veces al día	Mañana, tarde y noche de lunes a sábado	\$72,00
Hojas volantes	2000 hojas volantes	Papel couche full color	\$36,00
TOTAL			\$108,00

Fuente: Investigación de Campo

3.2 Estrategias de Marketing y Ventas.

Las estrategias de marketing y ventas se basan en desarrollar una clara identificación entre lo que es una frutería-cafetería y su mercado meta para esto designar un presupuesto. La publicidad será dirigida directamente al consumidor, ya que se debe concentrar los pocos recursos para dirigirlo al mercado objetivo informando sobre los productos, de una manera efectiva creando así una imagen de prestigio sobre la calidad de la frutería-cafetería tales como:

- Un letrero luminoso que tenga una buena visibilidad, y que esté acorde a los productos que se ofrecerá
- Excelente cartilla de presentación de los productos con sus respectivos precios, y en el caso de los productos nuevos, irá impresa la foto.
- El uniforme del personal a utilizarse, estará acorde con el puesto que cada cual desempeña.

CAPITULO IV

PLAN DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN CORPORATIVA.

La organización corporativa de “Coffe & fruit” es la manera como la empresa trasmite, quien es, que es, que hace y como lo hace. Es su carta de presentación, su cara frente al público; de esta identidad dependerá la imagen que la sociedad se formara de nuestra organización.

La organización corporativa es la personalidad de la empresa, lo que simboliza, dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa, para posicionar a ésta en el mercado. En un mercado tan competitivo y cambiante la organización corporativa es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

4.1.1 Filosofía Empresarial.

El estudio del presente tema está encaminado al análisis de la misión y visión de lo que es y será “Coffe & fruit”

❖ MISIÓN

“Gracias al entusiasmo, al trabajo en equipo y a nuestros valores, queremos deleitar a todos aquellos que, en el mundo, aman la calidad de vida a través del mejor “café con bolón y ensaladas de frutas”

❖ VISIÓN

“Coffe & fruit” espera consolidarse en un negocio líder en el mercado del mejor aroma del café y un excelente sabor en jugos y ensaladas de frutas”

❖ Principios y Valores

▪ Liderazgo

Organización a la vanguardia de las exigencias del cliente

▪ Transparencia

Honestidad y seriedad en todas las actividades del servicio.

▪ Seguridad

Instalaciones confortables, y ambiente acogedor para todos los visitantes.

▪ Innovación

Ofrecer un servicio de calidad, tomando en cuenta los avances tecnológicos para satisfacción del cliente.

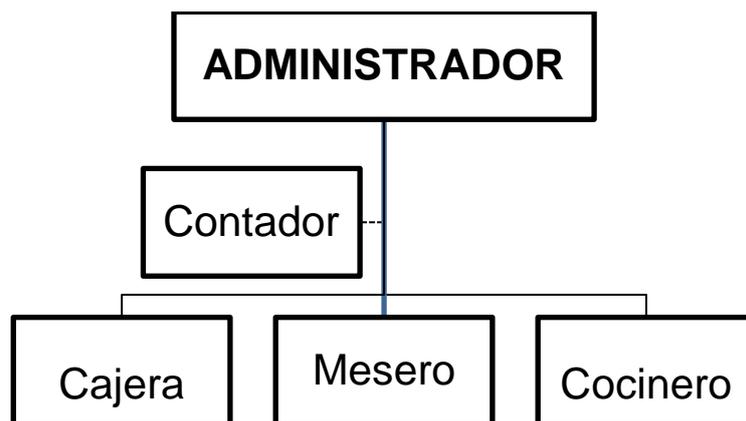
Objetivos Estratégicos

- Realizar una campaña de promoción y publicidad, tanto de los productos como del servicio.
- Lograr un rendimiento sobre la inversión del 10%.
- Impulsar nuestro servicio con promociones y descuentos en días especiales.
- Definir la situación financiera más apropiada para la empresa, fijando políticas y normas respecto de amortizaciones, reinversiones, utilidades mínimas.
- Establecer de manera continua, los más altos estándares de satisfacción del cliente en nuestra empresa, a través de servicios innovadores.
- Mantener los sistemas tecnológicos actualizados, integrados y propiciar la utilización intensiva de los mismos.
- Ser una organización, que permita establecer cursos de capacitación y entrenamiento de personal para un mejor desempeño en el trabajo.

4.1.2 Organigrama Estructural

Para un correcto funcionamiento y desarrollo de las operaciones de la empresa, “Coffe & fruit” presenta a continuación su organigrama estructural el mismo que está distribuido de la siguiente manera:

Organigrama Estructural de la Empresa “Coffe & fruit”



4.1.3 Manual de Funciones.

Este manual define las funciones precisando actividades, responsabilidades, y autoridades relacionadas con la organización del negocio con el propósito de cumplir con las políticas, objetivos y normas.

Está dirigido a todas las personas que bajo cualquier modalidad se encuentren vinculados a “Coffe & fruit” y se constituye en un elemento de apoyo útil para el cumplimiento de las responsabilidades asignadas.

Sus contenidos aprobados, deben ser de cumplimiento obligatorio para todo el personal profesional, técnico o administrativo actuante.

Personal Necesario.

Para el inicio del negocio se va necesitar de 3 personas distribuidas en 1 jefatura, 2 subordinados y 1 por servicios contratados.

MANUAL DE FUNCIONES ADMINISTRADOR

EMPRESA “Coffe & fruit”	
CARGO	Administrador
PERFIL	Egresado en Área Administrativa
SALARIO	Un salario mínimo vigente
PRESTACIONES LABORABLES	Experiencia mínima un año en cargos similares
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es el representante legal de la empresa ▪ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. ▪ Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. ▪ Evaluar mensualmente el desempeño de los empleados ▪ Crear un ambiente en que el personal pueda lograr las metas de grupo, con la menor cantidad de: tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles ▪ Elaborar el presupuesto trimestral. ▪ Elaborar un cronograma de capacitaciones de los empleados de acuerdo a la actividad que desempeña. ▪ Pago a los proveedores y al personal.

Fuente: Investigación de Campo.

MANUAL DE FUNCIONES CONTADOR

EMPRESA "Coffe & fruit"	
CARGO	Contador
PERFIL	Licenciado (a) en Contabilidad y Auditoria
SALARIO	Pago por prestaciones de servicios
PRESTACIONES LABORABLES	Experiencia mínima un año en cargos similares
REPORTA	Administrador
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">▪ Llevar la contabilidad de la empresa.▪ Presentar reportes financieros mensuales al administrador o cuando éste lo solicitare

Fuente: Investigación de Campo

MANUAL DE FUNCIONES CAJERA

EMPRESA "Coffe & fruit"	
CARGO	Cajera
PERFIL	Bachiller en el área administrativa
SALARIO	Un salario mínimo vigente
PRESTACIONES LABORABLES	Experiencia mínima un año en cargos similares
REPORTA	Administrador
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">▪ Inicio y cierre de caja.▪ Cobrar la cuenta a los clientes.▪ Hacer la entrega del dinero y el reporte diario de lo recaudado al administrador.

Fuente: Investigación de Campo.

MANUAL DE FUNCIONES MESEROS

EMPRESA “Coffe & fruit”	
CARGO	Mesero
PERFIL	Técnico profesional en mesa y bar
SALARIO	Un salario mínimo vigente
PRESTACIONES LABORABLES	Básicas
REPORTA	Administrador
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar, lavar e higienizar utensilios y equipos ▪ Recepción y despedida de los clientes. ▪ Almacenar y organizar utensilios. ▪ Cuidar de la seguridad alimentaria. ▪ Apoyar en los inventarios de utensilios. ▪ Cuidar el área de trabajo. ▪ Cuidar de la presentación personal. ▪ Apoyar a todo el equipo. ▪ Dejar limpio todo el local para el inicio de la nueva jornada del siguiente día.

Fuente: Investigación de Campo

MANUAL DE FUNCIONES COCINEROS

EMPRESA “Coffe & fruit”	
CARGO	Cocinero
PERFIL	Auxiliar de cocina
SALARIO	Un salario mínimo vigente
PRESTACIONES LABORABLES	Especialidad en cocina, certificado de servicio al cliente y manipulación de alimentos.
REPORTA	Administrador
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar y controlar la cocina en compañía del propietario. ▪ Elaborar menú o carta diariamente. ▪ Preparación de alimentos y bebidas. ▪ Mantener la cocina en perfecto orden. ▪ Realizar sus labores en forma ordenada e higiénica. ▪ Dejar limpio todo el sector de la cocina, al terminar su jornada de trabajo.

Fuente: Investigación de Campo.

4.2 POLITICAS INTERNAS.

Políticas Internas del empleado.

- El horario será señalado por la empresa y puede ser modificado según las circunstancias.
- El personal administrativo contará un horario regular de trabajo, que será desde las 9H00 a 12H00 y de 15H00 a 20H00.
- El personal operativo realizará su trabajo en turnos previamente establecidos por la administración: de 7H00 a 12H00 y de 15H00 a 20H00 de lunes a viernes, el día sábado de 7H00 a 13H00.
- La empresa requiere que todo su personal mantenga una asistencia regular y puntual al trabajo. El control de asistencia y puntualidad lo llevará el administrador.
- Todo el personal que pertenezca a la empresa tendrá la obligación de presentarse correctamente vestido usando el uniforme que le será suministrado, sin cambiar o adicionar prendas que lo alteren.
- Todos los empleados operativos deberán lavar las manos usando jabón después de ir al baño, manejar alimentos crudos, manejar dinero, limpiar los mesones, o comer.
- Las remuneraciones serán pagadas directamente a los empleados con depósito a sus cuentas de ahorros, se lo realizará mensualmente.
- En caso que el día de pago coincida con día feriado, se pagará el último día laborable anterior a las fechas señaladas.
- Los beneficios mensuales que gozarán los empleados de la “frutería-cafetería” son los siguientes:
 - **Sueldo básico.**- \$264,00
 - **Horas extras.**- Las horas extras que laboren los empleados después del horario establecido, se consideraran horas extras, por lo que se pagará un incremento según el porcentaje que corresponda del valor por hora.
- Los descuentos mensuales para cada empleado, serán los siguientes.
 - 9,35% de aporte al IESS.
- **Uniformes.**- En el caso de haber extraviado el uniforme proporcionado inicialmente al empleado.
- **Otros descuentos.**-Estos valores corresponderán a multas, o atrasos.
- Por otra parte todos los empleados participarán de beneficios sociales anuales establecidos por la ley como son:

- Décimo tercer sueldo.
- Décimo cuarto sueldo.
- Utilidades.
- Vacaciones.

4.2.1 Aspectos Legales.

Para llevar a cabo el presente proyecto es necesario primero cumplir con los requisitos que la ley exige para garantizar el correcto funcionamiento y posterior desempeño de la empresa, por lo cual es necesario realizar un informe sobre los pasos a seguir en cada organismo regulador.

- **Constitución legal de la Empresa.**

Para la constitución legal de la empresa, primeramente se ha tenido que reservar un nombre “Coffe & fruit”. Debido a que la empresa se constituirá como persona natural, se requiere cumplir con algunos requisitos para obtener los permisos necesarios, en los organismos competentes.

4.2.2 Obligaciones Tributarias.

a.- Registro Único del Contribuyente.

Como requisito principal debe realizarse la obtención del RUC para personas naturales, en las oficinas del Servicio de Rentas Internas de Loja, y para ello se debe cumplir con lo siguiente:

- Original y copia a color de la cédula de ciudadanía, y presentación del último certificado de votación.
- Del lugar donde se realiza la actividad.
- Copia de la planilla de agua, luz, teléfono, impuesto predial. Las planillas deben corresponder a cualquiera de los 3 últimos meses anteriores a la fecha de inscripción o actualización,
- Del domicilio.
- Presentación de las planillas de agua, luz teléfono impuesto predial.
- Original y copia del pago de la patente municipal, en la que deben constar las mismas actividades que constaran en el RUC.

b.- Patente Municipal.

Los requisitos son los siguientes:

- Formulario para patente Municipal (adquirir en la ventanilla N.- 12 de recaudaciones).
- Copia de la cédula.
- Copia del RUC.

- Copia de la declaración del impuesto a la renta o declaración del IVA del ejercicio económico 2010.

c.- Otros.

Permiso de Funcionamiento de los Bomberos.

Se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia del RUC.
- Copia del pago de la patente.
- Comprar un extintor de incendios de acuerdo al tamaño del local.
- Pago de 0,50 centavos por el adhesivo que va en el extintor de incendios.

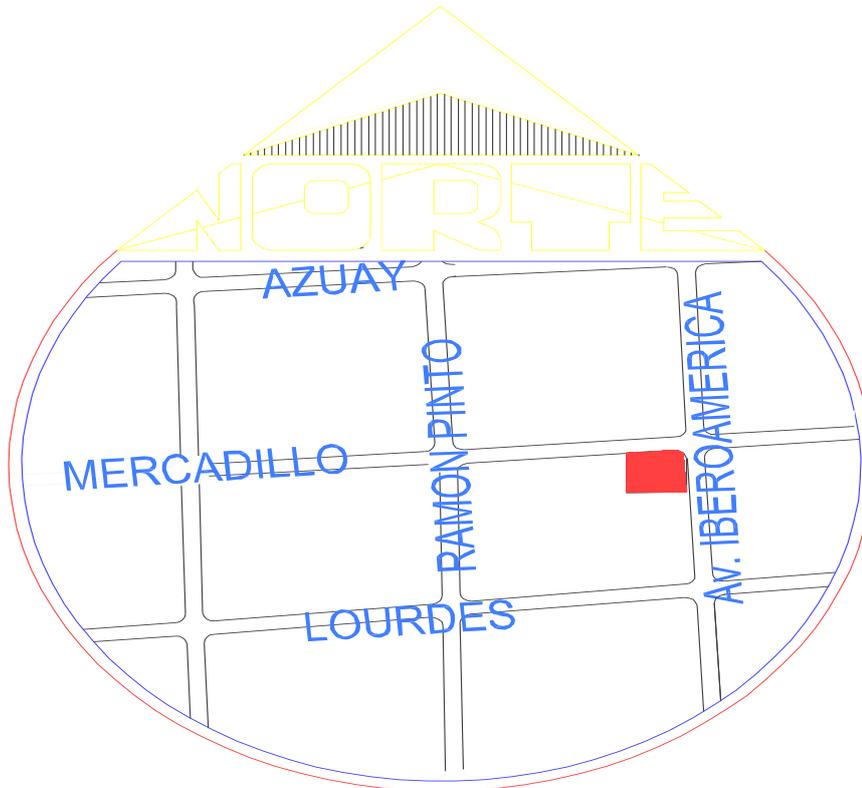
Permisos de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud.

- Solicitud dirigida a la Directora Provincial de Salud de Loja para la inspección del establecimiento.
- Formulario de la inspección del establecimiento permiso del año anterior.
- Original y copia del RUC.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación.
- Certificado del Cuerpo de Bomberos (copia).
- Certificado médico emitido por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública.

CAPITULO V

ESTUDIO TÉCNICO

5.1 LOCALIZACIÓN.

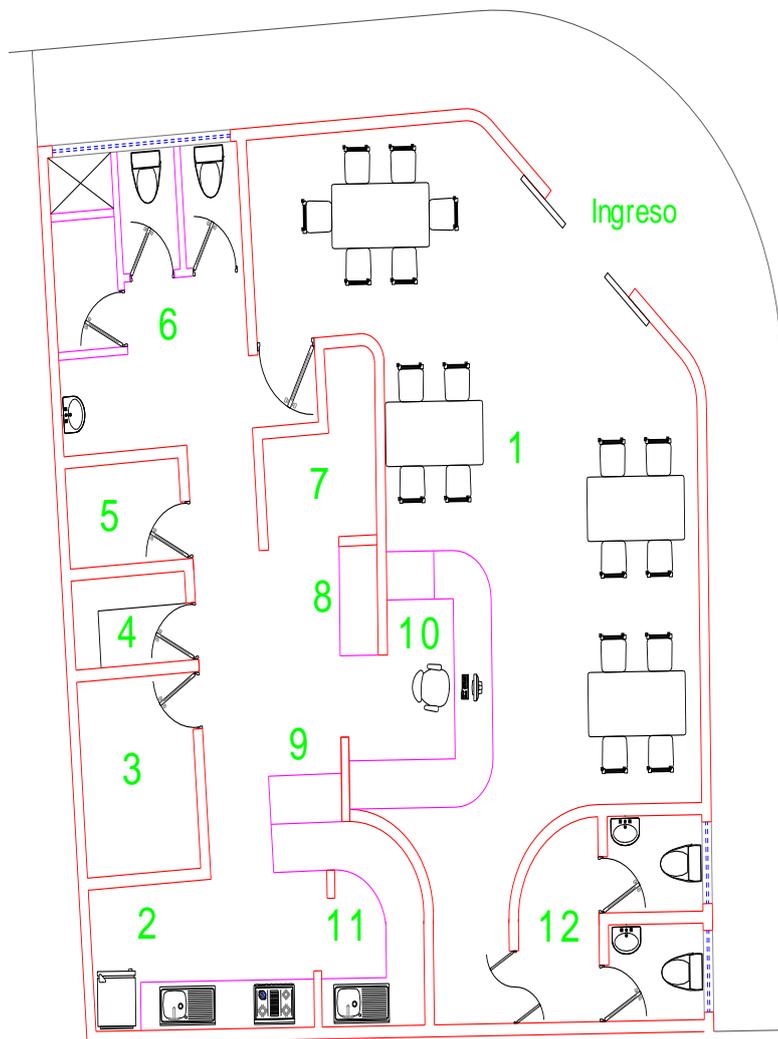


La ubicación del negocio es fundamental tener en cuenta para obtener una buena afluencia de clientes, en la investigación de campo, el 55% de los encuestados dijeron que deseaban que la nueva cafetería este ubicada en el sector céntrico de la ciudad, por el gran movimiento dentro del sector comercial, financiero, educativo, por ello estará ubicado en la Parroquia San Sebastián en el sector céntrico de la ciudad de Loja, provincia de Loja, República del Ecuador.

5.2. Distribución de la Planta de “Coffe & fruit”

La distribución de “Coffe & fruit” se la ha realizado tomando en consideración el servicio a ofrecer, distribuidas en las distintas aéreas destinadas a cada sección, además se considera que es la más idónea y adecuada para satisfacción del cliente.

DISTRIBUCIÓN DE “COFFE & FRUIT”



La distribución física contempla: en un área total de 90.90 metros cuadrados que están distribuidos de la siguiente manera:

CUADRO N.- 12

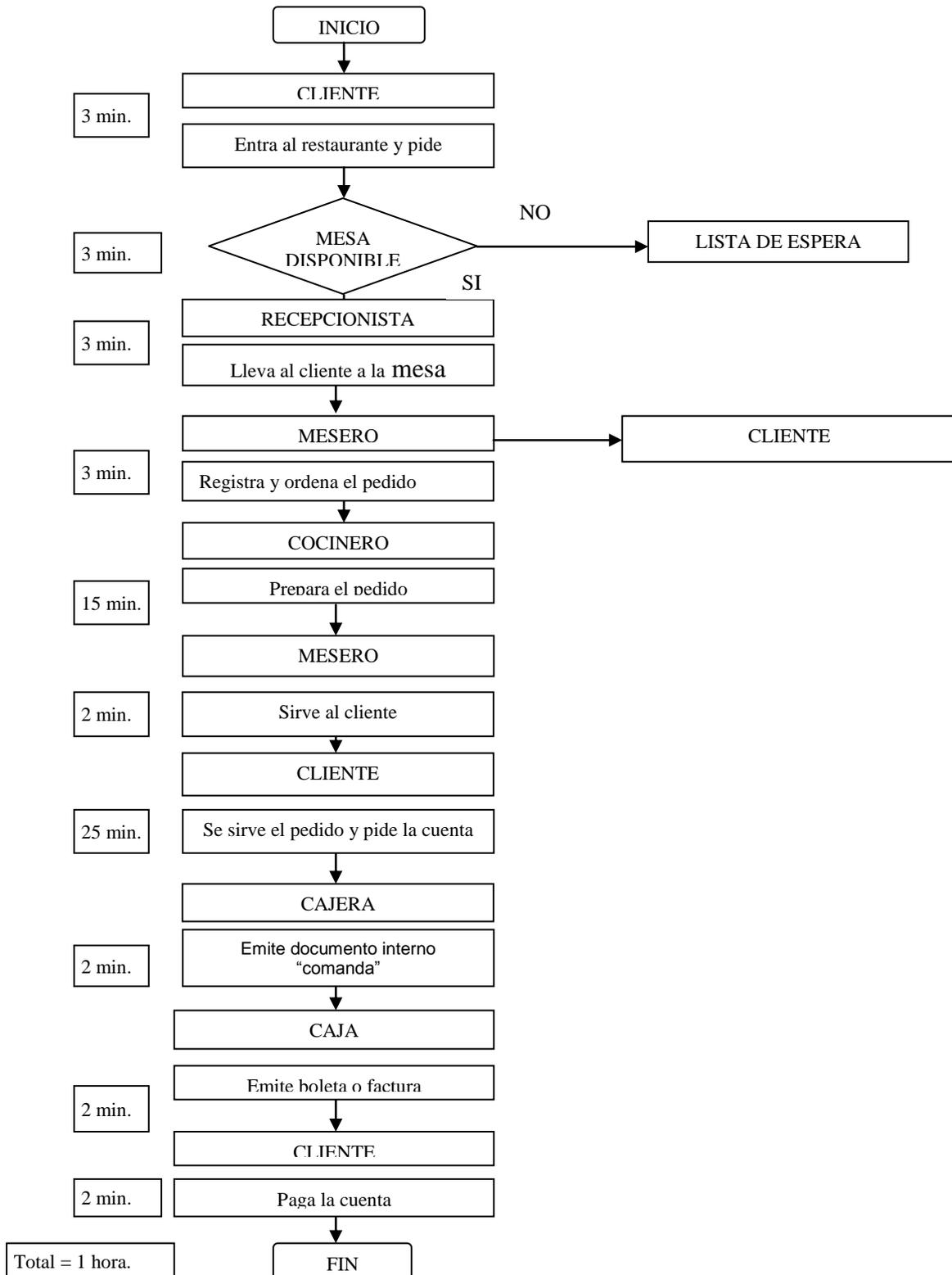
Descripción	Área en metros cuadrados
Comedor	36,00
Cocina	6,50
Bodega	4.40
Almacenaje vajilla	2.00
Cámara fría	2.25
Ducha vestidor y baño de empleados	14,00
Basureros	3,00
Pelado y limpieza	2,00
Preparación	2,00
Caja	6.25
Limpieza vajilla	3.50
Baño público	9,00
TOTAL =	90.90

Fuente: Investigación de Campo 2011

5.3 Descripción del proceso.

En el siguiente flujo grama se demuestra el proceso total de atención al cliente, desde el momento que este ingresa a la cafetería, hasta cuando cancela la cuenta del consumo.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS



5.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad instalada de “Coffe & fruit” se determinó en función de los siguientes parámetros.

- Infraestructura: En relación al mobiliario se tiene: 3 mesas para 4 personas y 1 para 6 personas, esto significa que se dispondrá de 18 puestos
- Horario de atención de: 7H00 a 12h00 y de 15H00 a 20h00, es decir 10 horas diarias.
- Permanencia del cliente: desde que ingresa a la cafetería y paga la cuenta: generalmente 1 hora.

Capacidad Total Instalada	Infraestructura.	Horario de atención.	Perma. Cliente.	TOTAL
C.T.I	= 18	X 10	X 1	180 personas

Como se puede observar, para determinar la capacidad de instalada se tomó en cuenta la infraestructura (18 puestos) el horario de atención (10 horas diarias) y la permanencia del cliente en la cafetería (1 hora) dando un total de 180 personas, esto es el 100% de capacidad instalada.

Capacidad total	Capacidad instalada	TOTAL
Capacidad a cubrir: = 180	X 59%	106 personas diarias

Sin embargo “Coffe & fruit” considera iniciar sus operaciones con el 59% de su capacidad instalada esto es 106 personas diarias (180 x 59% = 106 personas). Con lo cual cubre el 35% de la demanda insatisfecha.

CAPITULO VI

ANALISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO

6.1. Inversión Inicial

La inversión inicial son todos aquellos gastos en los que tiene que incurrir la empresa para que esta pueda tener el máximo crecimiento económico y productivo. Realizado el análisis para la implementación de la empresa “Coffe & fruit” la inversión del proyecto se contempla en tres grupos:

6.1.2 Activos fijos.- Es el equipo de cocina, mobiliario, herramientas, equipo de computación, adecuaciones.

6.1.3 Activos diferidos.- Se incluyen los estudios preliminares, impuestos y tasas municipales.

6.1.4 Capital de trabajo.- Dentro de este rubro se cuenta la materia prima, la mano de obra directa, gastos de administración, costos de operación, uniformes del personal, insumos, útiles de aseo, gastos de venta, utensilios de cocina.

A continuación se detalla la inversión

CUADRO N° 13

INVERSIONES	
DETALLE	SUBTOTAL
Activos Fijos	
Equipo de cocina	2.414,89
Mobiliario	1.270,00
Herramientas	340,00
Equipo de computación	3.550,00
Adecuaciones	660,50
Total Activos Fijos	8.235,39
Activos Diferidos	
Estudios preliminares	600,00
Impuestos y tasas municipales	313,12
Total Activos Diferidos	913,12
Activo Circulante (Capital de trabajo)	
Materia prima	2.753,64
Mano de obra	907,15
Gastos de administración	85,86
Costos de operación	1.295,00
Uniformes personal	176,00
Insumos	172,00
Útiles de aseo	99,27
Gastos de Venta	492,30
Utensilios	805,49
Total Capital de Trabajo	6.786,71
TOTAL DE INVERSION	15.935,22

Fuente: Investigación de campo

El presente proyecto tendrá una inversión de \$15.935,22 dólares.

6.2 FINANCIAMIENTO

CUADRO N° 14

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	VALOR	% DE PARTICIPACION
Inversionista	5.934,22	37
COOPMEGO	10.000,00	63
TOTAL	15.934,22	100

Fuente: Investigación de campo

La implementación de la frutería-café, se financiará mediante fuentes externas e internas, donde la promotora de la idea de negocio aportará con \$5.935,22 que corresponde al 37,25% del total de la inversión.

El financiamiento externo será a través de una institución financiera de la localidad como es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Manuel Esteban Godoy Ortega COOPMEGO cuyo monto es de \$10.000 equivalente al 62,75%.

Las condiciones del financiamiento son:

Monto: \$10.000

Tasa de interés anual: 11,23%

Plazo: 5 años.

6.3. INGRESOS PROYECTADOS

CUADRO N° 15
INGRESOS ANUALES DEL PROYECTO EN DÓLARES

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ensalada de fruta	17318	18889	20601	22469	24506
Frutilla con crema	15652	17071	18620	20310	22152
Bolón de verde	9979	10884	11871	12948	14123
Empanada de morocho	11309	12335	13454	14675	16006
Empanada de verde	9979	10884	11871	12948	14123
Humita	3603	3930	4287	4675	5099
Tamal	4633	5053	5511	6011	6556
Quimbolitos	1887	2058	2245	2448	2671
Agua aromática	5174	5643	6155	6714	7323
Jugo de frutas	8118	8854	9657	10532	11487
Batido de frutas	4546	4958	5408	5898	6432
Café	5177	5646	6158	6717	7326
Chocolate con leche	5987	6530	7123	7769	8473
TOTAL INGRESOS	103362	112735	122961	134114	146277

Fuente: Investigación de campo

En el cuadro N° 15 se demuestra los ingresos anuales que se obtendrá por las ventas de los productos. Se inicia con una producción para 106 personas que representa el 59% de la capacidad instalada, con un incremento del 5% anual de la misma; y el precio de los productos aumentó en base a la inflación, la misma que a abril del 2011 es del 3,88%. (Anexo N.- 5)

6.4 COSTOS Y GASTOS.-

Los costos y gastos que se ocasionarán en el presente proyecto, en cada uno de los procesos de producción de los productos se muestran a continuación:

- **Materia Prima**

**CUADRO N.- 16
COSTO DE MATERIA PRIMA ANUAL**

DETALLE	PRODUCCION	VALOR UNITARIO	TOTAL
Ensalada de fruta	8.448	1,08	9.123,84
Frutilla con crema	12.936	0,97	12.547,92
Bolón de verde	11.088	0,50	5.544,00
Empanada de morocho	13.464	0,28	3.769,92
Empanada de verde	11.088	0,50	5.544,00
Humita	5.544	0,45	2.494,80
Tamal	7.128	0,45	3.207,60
Quimbolito	2.904	0,45	1.306,80
Agua aromática	12.936	0,22	2.845,92
Jugo de frutas	6.600	0,60	3.960,00
Batido de frutas	5.544	0,60	3.326,40
Café	13.992	0,11	1.539,12
Chocolate con leche	11.088	0,28	3.104,64
TOTAL	122.760		58.314,96

Fuente: Investigación de campo

El costo unitario de cada producto se los obtuvo en base a los cálculos realizados según la materia prima empleada en cada uno de ellos como se lo demuestra en el anexo N° 6, dando como resultado 58.314,96 dólares para el primer año.

Para los siguientes cuatro años se consideró los gastos de la Materia Prima con un incremento del 5% de la capacidad instalada, y los precios en función de la inflación anual desde abril del 2010- abril del 2011 que es del 3,88%.

**CUADRO N.- 17
INSUMOS**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Gas	24,00	86,00	2.064,00
TOTAL			2.064,00

Fuente: Proformas locales

En cuanto a insumos se utilizará 2 cilindros de gas industrial mensual, dando un total de 2064 dólares al año.

- **Sueldos.**

**CUADRO N.- 18
SUELDOS**

CARGO	SUELDO	HORAS EXTRAS	ALIMENTACION	XIII SUELDO	XIV SUELDO	TOTAL INGRESO	A. PER. AL IESS (9.35%)	A PAGAR MENSUAL	A PAGAR ANUAL
ADMINIST-CAJERO	264	29,70	52,80	26,40	22	394,90	24,68	370,22	4.442,59
MESERO 1	264	29,70		22,00	22	337,70	24,68	313,02	3.756,19
COCINERA 1	264	29,70		22,00	22	337,70	24,68	313,02	3.756,19
TOTAL	792	89,10	52,80	70,40	66	1.070,30	74,05	996,25	11.954,98

Fuente: Código de Trabajo.

Para el cálculo del sueldo de los empleados se consideró el salario mínimo vital y los beneficios vigente a la presente fecha según el código del trabajo dando un valor de 11.756,98 dólares al primer año, cabe indicar que a partir del segundo año se aumentará un empleado más por lo que el valor total aumenta, y es aquí desde donde se empieza a pagar los fondos de reserva y vacaciones, tomando en cuenta el incremento de la inflación por lo que el valor de sueldos en el segundo año es de 17.804,52 dólares.

- **Uniformes Personal.**

**CUADRO N.- 19
UNIFORMES DEL PERSONAL OPERATIVO (Dólares)**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Camisa chef	1	18,00	18,00
Camisa algodón	2	13,00	26,00
Chaleco teterón	2	25,00	50,00
Pantalón teterón	3	21,00	63,00
Delantal doble con bolsillo	1	7,00	7,00
Gorro malla	3	2,00	6,00
Bordado de logotipo por prenda	3	2,00	6,00
TOTAL			176,00

Fuente: Proformas locales

- Dentro de este rubro se ha considerado el uniforme que se proporcionará a cada empleado de la Frutería & Cafetería, dando un total de 176 dólares al primer año.
- Utensilios

**CUADRO N.- 20
UTENSILIOS (DÓLARES⁹)**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Pocillo para fruta	24	2,33	55,92
Copa ensalada de Fruta	24	4,46	107,04
Copa frutilla con crema	24	1,65	39,60
Vasos para jugo	24	0,53	12,72
Vasos para batido	24	2,90	69,60
Juego de tazas con platillo	24	4,25	102,00
Plato postre (humitas)	24	3,08	73,92
Cucharilla café	24	0,40	9,60
tenedor (postre) tramontina	24	0,73	17,52
cuchillo (postre) tramontina	24	1,55	37,20
Azucarero	6	8,40	50,40
Salero	6	1,50	9,00
Ajicero	6	1,25	7,50
salsero	6	0,43	2,58
Set de coladores y escurridores	1	3,50	3,50
Set de decoración (Manga pastelera 6 boquillas, 1 adapt)	1	12,39	12,39
Organizador de cubiertos	2	15,00	30,00
Bandejas de servicio	6	4,00	24,00
Olla porcelana	6	23,50	141,00
TOTAL			805,49

Fuente: Proformas locales

Aquí están contemplados todos los utensilios para la preparación de los diferentes productos, con una inversión en el primer año de 805,49 dólares.

- **Útiles de aseo.**

**CUADRO N.- 21
UTILES DE ASEO (Dólares)**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Escoba Plástica	3	2,50	7,50
Trapeador	3	5,00	15,00
Cubo para trapeador	1	10,00	10,00
Recogedor de basura	1	4,00	4,00
Basurero mediano	2	12,00	24,00
Desinfectante y cloro	12	10,00	120,00
Utensilios de limpieza para cocina	1	10,00	10,00
Dispensador de jabón	1	24,00	24,00
Jabón de manos	12	3,25	39,00
Toalla de mano	4	3,20	12,80
Papel Higiénico	12	3,32	39,84
TOTAL			306,14

Fuente: Proformas locales

Dentro del rubro, útiles de aseo se ha tomado en cuenta los que son necesarios para el mantenimiento del local considerando un valor de 306,14 dólares anuales.

- **Alquiler y servicios Básicos**

**CUADRO N.- 22
SERVICIOS BASICOS (Dólares)**

DETALLE	VALOR	MESES	TOTAL
Agua	35,00	12	420,00
Luz	30,00	12	360,00
Teléfono	30,00	12	360,00
TOTAL			1.140,00

Fuente: Promedio básico de consumo normal

Para el cálculo, agua, luz y teléfono se tomó como referencia un valor promedio de consumo por año de 1.140 dólares, y por el arriendo del local a 1.200 dólares mensuales dando un total de 14.400 dólares anuales

- **Permiso e impuestos municipales.**

**CUADRO N.- 23
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

DETALLE	TOTAL
Patente municipal	120,00
Permiso de funcionamiento municipal	129,00
Permiso de sanidad	19,12
Inscripción Ministerio de Turismo	45,00
TOTAL	313,12

Fuente: Impuestos municipales- Ministerio de turismo

Se contemplan los valores correspondientes a Patente municipal, permiso de funcionamiento, el permiso de sanidad y un valor que hay que pagar por la inscripción en el Ministerio de Turismo estos valores anuales dan un total de 313,12 dólares en el primer año de funcionamiento.

- **Gastos administrativos.**

**CUADRO 24
GASTOS ADMINISTRATIVOS**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Depreciación. de muebles y equipos de computo	662,27
Suministros	116,88
Gastos contadora	251,16
Aporte patronal	1.154,74
TOTAL	2.185,05

Fuente: Proformas locales

En el valor de gastos administrativos se ha incluido el valor de la depreciación tanto de los muebles de oficina como el de los equipos de cómputo, también están contemplados el valor de los suministros de oficina, salario de la contadora, y el aporte patronal al IESS dando un valor de 2185,05.

- **Gastos de venta**

**CUADRO N.- 25
GASTOS DE VENTA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTO MENSUAL	TOTAL
Publicidad en radio	72	1,00	72,00	432,00
Publicidad Volante (15cmx 20cm)full color papel couche	1000	0,08	80,00	80,00
Diseño Gráfico (matriz logotipo fundas)	1	230,00	230,00	230,00
Cartas de presentación	10	5,00	50,00	50,00
Fundas Grandes	1000	0,04	35,00	420,00
Fundas Medianas	1000	0,02	18,00	216,00
Fundas Bolón	100	0,00	0,30	3,60
Recipiente plástico para llevar ensalada de fruta	100	0,07	7,00	84,00
TOTAL				1.515,60

Fuente: Proformas Locales

Dentro de los gastos de venta, se encuentran contemplados todos los valores que servirán para la promoción de los productos de Coffe & fruit, esto es publicidad radial, escrita, volante, así como los recipientes para llevar, en las mismas que estará impreso el logotipo y marca, valor que asciende a 1515,60 al primer año.

- **Depreciaciones**

CUADRO Nº 26

ESPECIFICACIONES	VALOR	%	Dep año 1	Dep año 2	Dep. año 3	Dep. año 4	Dep. año 5	VALOR EN LIBROS
MUEBLES Y ENSERES	1.270,00	10,00	114,30	114,30	114,30	114,30	114,30	698,50
HERRAMIENTAS	340,00	20,00	54,40	54,40	54,40	54,40	54,40	68,00
EQUIPO DE COCINA	2.414,89	10,00	217,34	217,34	217,34	217,34	217,34	1.328,19
EQUIPO DECOMPUTO	1.870,00	33,33	415,57	415,57	415,57	200,01	200,01	223,27
TOTAL	5.894,89	--	801,61	801,61	801,61	586,05	586,05	2.317,96

Fuente: Investigación de Campo.

En este rubro están contemplados los valores de las depreciaciones de todos los activos fijos, dando un total de los tres primeros años de 801,61 dólares, a partir del cuarto año este valor tiene un incremento debido a la revalorización del equipo de cómputo por 586,05 dólares.

- **Amortización activos diferidos**

Dentro de este rubro se contempla el valor de la amortización de los activos diferidos que asciende a 62,62 dólares para el primer año.

6.4.1 Costos Totales del Proyecto.

**CUADRO N.- 27
COSTOS Y GASTOS ANUALES DEL PROYECTO (Dólares)**

RUBRO	Incremento en la producción el 5% de la capacidad Instalada				
	1	2	3	4	5
Incremento anual = 3,88% en los costos (tasa de inflación abril 2011)					
COSTOS OPERACIONALES					
materia Prima	58.314,96	60.577,58	62.927,99	65.369,60	67.905,94
Insumos	2.064,00	2.144,08	2.227,27	2.313,69	2.403,46
Mano de obra: sueldos	11.954,98	18.081,79	18.783,36	19.512,16	20.269,23
Uniformes del personal	176,00	182,83	189,92	197,29	204,95
Utensilios	805,49	836,74	869,21	902,93	937,97
Útiles de aseo	306,14	318,02	330,36	343,18	356,49
Dep. Activos Fijos Operacionales	801,61	801,61	801,61	586,04	586,04
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	74.423,18	82.942,65	86.129,73	89.224,89	92.664,07
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Gastos administrativos	2.185,05	2.269,83	2.357,90	2.449,39	2.544,42
Alquiler y servicios básicos	15.540,00	16.142,95	16.769,30	17.419,95	18.095,84
Permiso e impuestos municipales	313,12	325,27	337,89	351,00	364,62
Amortización activos diferidos	182,62	189,71	173,62	173,62	173,62
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	18.220,79	18.927,76	19.638,71	20.393,95	21.178,50
COSTOS VENTA Y PUBLICIDAD					
Publicidad en radio	432,00				
Publicidad Volante (15cmx 20cm)	80,00				
Diseño Gráfico (matriz logotipo funda)	230,00				
Cartas de presentación	50,00	51,94	53,96	56,05	58,22
Fundas Grandes	420,00	436,30	453,22	470,81	489,08
Fundas Medianas	216,00	224,38	233,09	242,13	251,53
Fundas Bolón	3,60	3,74	3,88	4,04	4,19
Recipiente plástico llevar ensalada fruta	84,00	87,26	90,64	94,16	97,82
TOTAL COSTOS VENTA Y PUBLICID.	1.515,60	803,62	834,80	867,19	900,83
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses	1.625,49	1.267,58	909,68	551,77	193,87
TOTAL COSTOS FINANCIEROS	1.625,49	1.267,58	909,68	551,77	193,87
COSTOS TOTALES	95.785,06	103.941,61	107.512,91	111.037,80	114.937,28

Fuente: Estudio financiero

Los costos anuales proyectados del presente proyecto se realizó considerando la tasa de inflación a abril del 2011 que es del 3,88%, a excepción de los costos operacionales de la materia prima con incremento del 5% anual. (Anexo N.- 5)

6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró en primera instancia la clasificación de los costos fijos y costos variables.

**CUADRO N.- 28.
COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES**

RUBROS	AÑOS	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS						
Uniformes personal		176,00	182,83	189,92	197,29	204,95
Mano de Obra: Sueldos		11.954,98	18.081,79	18.783,36	19.512,16	20.269,23
Utensilios		805,49	836,74	869,21	902,93	937,97
Utensilios de aseo		306,14	318,02	330,36	343,18	356,49
Depreciación activos fijos y operacionales		801,61	801,61	801,61	586,04	586,04
Gastos administrativos		2.185,05	2.269,83	2.357,90	2.449,39	2.544,42
Permiso e impuestos municipales		313,12	325,27	337,89	351,00	364,62
Amortización activos diferidos		182,62	189,71	197,07	204,71	212,66
Intereses		1.625,49	1.267,58	909,68	551,77	193,87
Publicidad en radio		432,00				
Publicidad hojas volantes		80,00				
Diseño gráfico		230,00				
Cartas de presentación		50,00	51,94	53,96	56,05	58,22
TOTAL COSTOS FIJOS		19.142,50	24.325,31	24.830,95	25.154,52	25.728,46
COSTOS VARIABLES						
Materia prima		58.314,96	60.577,58	62.927,99	65.369,60	67.905,94
Insumos gas		2.064,00	2.144,08	2.227,27	2.313,69	2.403,46
Alquiler y servicios Básicos		15.540,00	16.142,95	16.769,30	17.419,95	18.095,84
Fundas Grandes		420,00	436,30	453,22	470,81	489,08
Fundas medianas		216,00	224,38	233,09	242,13	251,53
Fundas Bolón		3,60	3,74	3,88	4,04	4,19
Recipiente de plástico (llevar ensaladas)		84,00	87,26	90,64	94,16	97,82
TOTAL COSTOS VARIABLES		76.642,56	79.616,29	82.705,40	85.914,37	89.247,85

Fuente: Estudio financiero

6.5.1 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Fórmula: $PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo variable}}$

$$PE1 = \frac{19142,50}{103362 - 76642,56} = 72 \%$$

$$PE2 = \frac{24325,31}{112735 - 79616,26} = 73\%$$

$$PE3 = \frac{24830,95}{122961 - 82705,40} = 62\%$$

$$PE4 = \frac{25154,52}{134114 - 85914,37} = 52\%$$

$$PE5 = \frac{25728,46}{146277 - 89247,85} = 45\%$$

**CUADRO N.- 29
PUNTO DE EQUILIBRIO EN %**

AÑOS	%
AÑO 1	72
AÑO 2	73
AÑO 3	62
AÑO 4	52
AÑO 5	45

Fuente: Estudio financiero

Analizando el punto de equilibrio se puede mencionar que vendiendo el 72% (\$72000) del total de las ventas en el primer año se está cubriendo tanto los costos fijos como los costos variables, y de esta manera igualar los ingresos a los costos, el 73% (\$73000) en el segundo año, el 62% (\$62000) en el tercer año, el 52% (\$52000) el cuarto año y el 45%(\$45000) en el quinto año.

6.6. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un método de mucha importancia para la evaluación económica de proyectos debido a que de sus resultados dependerá la conveniencia o no de invertir en el mismo, la inversión inicial es de 15.935,22 dólares.

Se ha realizado el flujo de caja en base a los ingresos, gastos, reparto de utilidades, impuestos, depreciaciones, amortizaciones y un valor del salvamento, obteniendo de esta manera el flujo neto de efectivo de cada año.

**CUADRO N° 30
FLUJO DE CAJA**

	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas (+)		103.362,00	112.735,00	122.961,00	134.114,00	146.277,00
Costos operacionales (-)		74.423,18	82.942,65	86.129,73	89.224,89	92.664,07
Costos administrativos (-)		18.220,79	18.927,76	19.638,71	20.393,95	21.178,50
Costos de Venta y Publicidad (-)		1.515,60	803,62	834,80	867,19	900,84
Costos Financieros (-)		1.020,06	795,46	570,86	346,26	121,66
Depreciación (-)		801,61	801,61	801,61	586,04	586,04
Amortización Activos Diferidos (-)		182,62	189,71	197,07	204,71	212,66
UA DE REPARTIR UTILIDADES		7.198,00	8.274,19	14.788,22	22.490,96	30.613,23
Utilidades trabajadores 15% (-)		1.079,72	1.241,13	2.218,23	3.373,64	4.591,98
UA DE IMPUESTOS		6.118,42	7.033,06	12.569,99	19.117,32	26.021,25
Impuestos (-)		0,00	0,00	1.257,00	2.867,60	3.903,19
UTILIDAD NETA		6.118,42	7.033,06	11.312,99	16.249,72	22.118,06
Depreciación (+)		801,61	801,61	801,61	586,04	586,04
Amortización Activos Diferidos (+)		182,62	189,71	197,07	204,71	212,66
Amortización de Préstamo (-)		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Inversiones (-)	-15.935,22					
Valor salvamento (+)						2.319,69
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-15.935,22	5.102,65	6.024,38	10.311,66	15.040,47	23.023,79

Fuente: Estudio financiero

6.7 INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros nos sirven para saber si la inversión propuesta será económicamente rentable, los siguientes análisis nos ayudarán a comprobar la rentabilidad económica del proyecto.

6.7.1 Cálculo de la Tasa de Descuento (TMAR)

CUADRO N.- 31
TASA DE DESCUENTO (TMAR)

	APORTE	TASA DE INTERES	PONDERACION
INVERCIONISTA	0,37	0,05	0,02
COOMEMGO	0,63	0,11	0,07
			0,09
TASA			8,75

Fuente: Tasa de Interés COOPMEGO y tasa pasiva Banco Central.

La tasa de descuento o costo de capital promedio ponderado es de 8,75%, el mismo que se calculó tomando en cuenta el porcentaje de participación en la inversión, es decir el 37,25% el inversionista a una tasa de interés del 4,58% que es la tasa pasiva del Banco Central, y el 62,75% la COOPMEGO a un interés del 11,23% que es la entidad financiera que otorgará el crédito.

6.7.2 Valor Actual Neto (VAN)

Para calcular el valor actual neto se ha considerado una inversión inicial de 15935,22 dólares, y un flujo de caja a cinco años, aplicando la fórmula calcular el VAN a través del tiempo nos da un resultado positivo de 27758,39 dólares, lo que significa que el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero siendo este un proyecto rentable.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{Flujo_{año_1}}{(1+i)^1} + \frac{Flujo_{año_2}}{(1+i)^2} + \frac{Flujo_{año_3}}{(1+i)^3} + \frac{Flujo_{año_4}}{(1+i)^4} + \frac{Flujo_{año_5}}{(1+i)^5} - Inv. Inicial$$

$$VAN = \frac{5102,65}{(1+8,75\%)^1} + \frac{6024,38}{(1+8,75\%)^2} + \frac{10311,66}{(1+8,75\%)^3} + \frac{15040,47}{(1+8,75\%)^4} + \frac{23023,79}{(1+8,75\%)^5} - 15935,22$$

$$VAN = 43693,61 - 15935,22$$

$$VAN = 27758,39$$

6.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

CUADRO N.- 32
CALCULO DE LA TIR

PERIODOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACION 8,75%	FNE. ACTUALIZADO	0,47,45%	VAN ACTUALIZADO 47,45%
Periodo 0 (momento actual)	15.935,22		-15.935,22		-15.935,22
Periodo 1	5.102,65	1,09	4.692,09	1,47	3.460,60
Periodo 2	6.024,38	1,18	5.093,94	2,17	2.770,91
Periodo 3	10.311,66	1,29	8.017,54	3,21	3.216,58
Periodo 4	15.040,47	1,40	10.753,36	4,73	3.181,87
Periodo 5	23.023,79	1,52	15.136,68	6,97	3.303,34
TOTAL			27.758,39		-1,93

Fuente: Estudio Financiero

Luego del cálculo de la TIR del presente proyecto se ha obtenido un valor del 47,45% anual esto indica que el proyecto es viable financieramente, por cuanto es mayor que la TMAR.

$$TIR = \frac{Flujo_{año_1}}{(1+i)^1} + \frac{Flujo_{año_2}}{(1+i)^2} + \frac{Flujo_{año_3}}{(1+i)^3} + \frac{Flujo_{año_4}}{(1+i)^4} + \frac{Flujo_{año_5}}{(1+i)^5} - Inv. Inicial$$

$$TIR = \frac{5102,65}{(1+47,45\%)^1} + \frac{6024,38}{(1+47,45\%)^2} + \frac{10311,66}{(1+47,45\%)^3} + \frac{15040,47}{(1+47,45\%)^4} + \frac{23023,79}{(1+47,45\%)^5} - 15935,22$$

$$0 = 15935,22 - 15935,22$$

$$0 = 0$$

$$TIR = 47,45\%$$

6.7.4 Relación Beneficio – Costo

CUADRO N.- 33
CALCULO BENEFICIO / COSTO

PERIODOS	INGRESOS	COSTOS	VALOR ACTUAL 8,75%	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	103.362	95.785,06	1,09	112.406,18	104.166,25
2	112.735	103.945,61	1,18	133.326,75	122.931,93
3	122.961	107.512,91	1,29	158.144,90	138.276,51
4	134.114	111.037,80	1,40	187.582,01	155.305,88
5	146.277	114.937,28	1,52	222.496,08	174.826,49
TOTAL				813.955,92	695.507,07

Fuente: Estudio Financiero.

La relación beneficio costo se obtiene de dividir todos los ingresos actualizados para los costos actualizados por lo que se obtuvo como resultado un índice de 1,17 dólares lo que indica que el proyecto ofrece viabilidad debido a que la política financiera establece que un índice superior a 1 es aceptable. Esto revela que por cada dólar invertido se ganara 0,17 centavos.

El cálculo del costo-beneficio se lo realizó de la siguiente manera:

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{813.955,92}{695.507,07}$$

$$\frac{B}{C} = 1,17$$

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo investigativo y con los resultados expuestos en todo el contexto del documento se procede a mencionar las siguientes conclusiones:

- El turismo para el Ecuador es una de las fuentes de ingreso más significativas, ya que anualmente tiene un incremento de turistas del 4 al 6%, con la posibilidad de incrementar este porcentaje para finales del 2011 a un 9% con la aplicación del plan de marketing turístico aplicado por el gobierno nacional al año 2014, bajo estas premisas, existen condiciones atractivas para emprender un negocio en este sector.
- La aplicación del mix de marketing, de “Coffe & fruit” permitirá desarrollar las mejores estrategias de marketing y ventas, así como, el análisis de los productos de la oferta, por medio de la combinación de los mejores recursos e ideas.
- El plan de organización y administración está dado en función de la filosofía empresarial, un organigrama estructural, manual de funciones, y políticas internas las mismas que serán aplicadas al personal de la empresa con el fin de conseguir los objetivos propuestos.
- La ubicación de “Coffe & fruit” es la más adecuada e idónea por tratarse de un lugar de gran concurrencia comercial, financiera y educativa, por lo que tanto el servicio como los productos tendrán una aceptable demanda, empezando a operar con un 59% de la capacidad instalada, y un 35% de la demanda insatisfecha, es decir 106 personas diarias.
- De conformidad con los resultados de la evaluación financiera se determinó que el Valor Actual Neto es de 27758,29 dólares; siendo un valor positivo y garantiza la recuperación de la inversión y la ganancia y por tanto el proyecto es aceptable. La TIR es de 47,45% siendo mayor que el costo de oportunidad del capital que es 8,75%, concluyendo de que la inversión ofrece un alto rendimiento y por tanto el proyecto es económicamente rentable. “Coffe & fruit” por cada dólar que invierte en el negocio percibe 0.17 centavos de dólar de rentabilidad o ganancia.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos se pone a consideración las siguientes recomendaciones:

- Poner en marcha el proyecto con la finalidad de dar oportunidades de autoempleo así como para ofrecer nuevas alternativas con todo lo que esté relacionado con “Frutería & Cafetería”.
- Innovar nuevos productos de productos de manera constante y así ofrecer variedad al cliente.
- Poner más atención a las necesidades del cliente, mayor atención a la competencia y un mejor acercamiento para con ellos.
- Capacitación continua a todo el personal del negocio, actualizándolos con las nuevas tecnologías en cada una las áreas de trabajo
- Buscar asesoramiento financiero en forma constante para tener alternativas de autofinanciamiento en lo económico.
- Conseguir los mejores resultados con el menor costo posible.
- Ejecutar el plan de Plan de negocios propuesto, ya que es una herramienta indispensable para lograr la introducción y posicionamiento adecuado de los productos en el mercado, y consecuentemente en la consecución de los objetivos del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS:

- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos. Colombia: Mc Graw-Hill Sexta edición.
- Emery, D. R.; Finnerty, J. D.; Stowe, J. D. (2000). Fundamentos de administración financiera. México: Edit. Prencite Hall.
- Freyre, A, (2007). Pasión por emprender de la idea a la cruda realidad Bogotá, Barcelona: Grupo editorial Norma.
- Fisher, L.; Espejo, J. (2004). Mercadotecnia. México: Mc Graw – Hill Tercera edición.
- Jany Castro, J. N. (2005). Investigación de mercados. Colombia: Mc Graw-Hill. Sexta edición.
- Palepu, K. G.; Healy, P. M.; Bernard, V. L. (2002).Análisis y Valuación de Negocios mediante estados financieros. México: Thomson Learning.
- Pelton, L. E.; Strutton, D.; Lumpking, J. R. (2002). Canales de marketing y Distribución Comercial, Un enfoque de administración de relaciones. Santa fe de Bogotá: Mc Graw-Hill. Segunda edición.
- Van Horne, J. (2002). Fundamentos de administración financiera. México: Pearson. Decima primera edición
- Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J.(2002). Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa. México: Mc Graw-Hill. Segunda edición.

INTERNET

Disponible en:

- Plan de Negocios:
[http:// www.plandenegocios](http://www.plandenegocios.com) .com. (Consulta 8- 02-2011).
- Administración y Finanzas:
http://www.monografias.com/administracion_y_Finanzas/Marketing.
(Consulta 10-11-2010)
- Banco Central del Ecuador:
http://www.bce.fin.ec/resumen_tiker.php?ticker_value=pasiva.
(Consulta 20-05-2011).
- Estadísticas Ministerio de Turismo
[www.grupovisiting.com//estadisticas-de](http://www.grupovisiting.com//estadisticas-de_turismo-a-nivel) turismo-a-nivel
(Consulta el 18-03-2011)

ANEXOS

ANEXO 1

FORMULARIO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULARA DE LOJA

Objetivo: Determinar la demanda insatisfecha para la implementación de una Frutería-Café en la ciudad de Loja.

I Datos Generales:

1. Sexo: 1.1 M () 1.2 F ()
2. Edad:.....
3. Lugar de residencia:.....
4. Sector:.....
5. Ocupación:.....
6. Lugar de Trabajo:.....
7. Ingresos
7.1. Menos de 100 U\$D () 7.2. De 501 a 700 U\$D ()
7.3. De 101 a 300 U\$D () 7.4. Más de 700 U\$D ()
7.5. De 301 a 500 U\$D ()

II Datos Específicos:

1. ¿Con qué frecuencia requiere los servicios de una cafetería?

- 1.1. Diariamente () 1.4. Mensualmente ()
1.2. Semanalmente () 1.5. Anualmente ()
1.3. Quincenalmente () 1.6. Nunca ()

2. ¿Está satisfecho con el servicio que le brindan las cafeterías de la ciudad?

- 2.1. Si () 2.2. No ()

¿Por qué?.....

3. ¿Cuál cafetería es su preferida?

- 3.1. ARTESANALE: 10 de Agosto E/ Bolívar y Sucre ()
3.2. RUSKINA: Sucre y 10 de Agosto ()
3.3 TAMAL LOJANO: 18 de Noviembre e Imbabura ()
3.4. CAFETERIA DON PEPE: Bernardo Valdivieso y M Riofrío ()
3.5. CAFETERÍA SINAÍ: Rocafuerte E/ Bolívar y Bernardo ()
3.6. MIMOS CAFÉ DE LA CASA: Bolívar y 10 d Agosto ()
3.7. OTROS.....

4. ¿Por qué la prefiere? Señale la más importante.

- 4.1. Atención Personalizada () 4.4.Sazón ()
4.2. Variedad de productos () 4.5.Tradición ()
4.3. Higiene () 4.6. Precios accesibles ()

5. ¿En qué horario acostumbra asistir a la cafetería de su predilección?

- 5.1. Mañana () 5.2. Tarde () 5.3. Noche ()

6. Señale los productos que comúnmente demanda:

- | MENÚ | | BEBIDAS | |
|------------------------|-----|---------------------|-----|
| 6.1. Empanada de Verde | () | 6.5. Café | () |
| 6.2. Humita | () | 6.6. Agua Aromática | () |
| 6.3. Tamal | () | 6.7. Capuchino | () |
| 6.4. Quimbolito | () | 6.8. Otros..... | |

7. ¿Cuál es el gasto promedio de consumo cada vez que frecuenta a una cafetería?

- 7.1. De \$1 a \$2 ()
 7.2. De \$2 a \$3 ()
 7.4. De \$3 a \$4 ()
 7.5. De \$4 a \$5 ()
 7.6. De \$5 en adelante ()

8. ¿Le gustaría contar con un nuevo servicio de Frutería-Café en la ciudad de Loja?

- 8.1. Si () 8.2. No () 8.3. Es indiferente ()

9. De haber la apertura de una Frutería-Café. ¿Estaría interesado en demandar los servicios?

- 9.1. Si () 9.2. No ()

10. ¿Qué lugar de la ciudad le gustaría que este ubicada?

- 10.1. Centro () 10.3. Sur ()
 10.2. Norte () 10.4. Cualesquier sitio ()

11. Señale el tipo de promoción preferido.

- 11.1. Combo () 11.4. Descuentos en días especiales ()
 11.2. Servicio prepago () 11.5. Convenios institucionales ()
 11.3. Otros especifique

12. Del siguiente listado; señale su menú preferido:

DETALLE	GRADO DE PREFERENCIA				
	Alto	Medio	Bajo	Poco	Nada
Ensalada de frutas					
Espumilla con frutas					
Flan de café					

Flan de manzanas y nueces					
Frutilla con crema					
Mandarinas con yogurt					
Bolones de verde con queso					
Empanadas de morocho con carne					
Empanadas de queso					
Empanadas de yuca					
Emborrajados					
Prensados sencillos					
Prensados mixtos					
Porción de cake					
Bebidas aromáticas					
Café expreso					
Café canelado					
Chocolate					
Chocolate con leche					
Café con leche					
Mocachino					
Café con leche					
Otros (indique).....					
Jugos naturales de frutas					
Jugo de fresa-coco-manzana					
Jugo de mango-piña-coco					
Jugo de mango-leche-papaya					
Jugo de pera-fresa-naranja					
Batidos de leche y frutas					
Milkshake					
Otros (indique).....					

15. Observaciones y sugerencias que desee realizar.

.....

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO Nº 2
CATASTROS DE LA CIUDAD DE LOJA

CATASTRO PROVINCIA DE LOJA 2003								
CANTON: Loja								
CABECERA CANTONAL: Loja								
N.-	REGISTRO CEITUR	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	RUC	TELEFONO
115	11-498	1101500106	CAFÉ AZUL	DAISE EDITH CUENCA SOTO	JOSE ANTONIO EGUIGUREN Y BOLIVAR	PRIMERA	1102226600001	570230
116		1101500359	CAMPIÑA LOJANA	ALICIA MARIA JARAMILLO FEBRES	JOSE ANTONIO EGUIGUREN Y BERNARDO	PRIMERA	1102661350001	588304
117		1101500343	PUERTA DE LA CIUDAD	FRANCISCO GORDILLO	LATACUNGA 16-28 Y GRAN COLOMBIA		1102913637001	570882
118	11-317	1101500107	ALTILLO EL	CELIA AMADA JARAMILLO VIVANCO	JOSE A. EGUIGUREN (EDIFICIO GARCIA)	TERCERA	1101769139001	571056
119	11-128	1101500108	AMAZONAS	MERCEDES CADENA TORRES	CUXIBAMBA 11-128 Y GUARANDA	TERCERA	100022703301	576099
120	11-482	1101500109	AROMA EL	MERCEDES BRICEÑO SALAZAR	JOSE A. EGUIGUREN Y SUCRE	TERCERA	1102408463001	583361
121	11-493	1101500110	B Y B	ALICIA BEATRIZ BARRAZUETA	IMBABURA BOLIVAR Y	TERCERA	1101837134001	584767
122	11-480	1101500111	BOSQUE EL	BETTY MINGA	AV. UNIVERSITARIA Y JOSÉ FELIX D. VAL.	TERCERA	1101426623001	
123	11-594	1101500113	CAFETERIA YOGURT Y HELADOS	LUIS REIBAN VALLEJO	24 DE MAYO Y VICTOR VIVAR	TERCERA	1101920351001	583043
124	11-129	1101500114	CHONTA LA	DORA MELANIA ARPI ANDRADE	OLMEDO 07-65 Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	1100615846001	571816
125	11-505	1101500115	D'CARPIO	HECTOR CARPIO	BERNARDO VALDIVIESO 08-77 Y ROCAFUERTE	TERCERA	1103707814001	582432
126	11-156	1101500116	DON PEPE	JOSE MIGUEL RIVAS CORONEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	TERCERA	1100012564001	571130
127	11-453	1101500117	FRANKS	FRANKLIN REINALDO MAURAD	BERNARDO Y 10 AGOSTO	TERCERA	1102091657001	
128	11-421	1101500118	GURGUER D'CAR	AMPARITO CALDERON CUEVA	BOLIVAR Y JOSE A. EGUIGUREN	TERCERA	1102731112001	
129	11-494	1101500119	LINBURGUER	LINO JIMENEZ GRANDA	10 DE AGOSTO 06-08 Y JUAN J PENA	TERCERA	1103054357001	583488
130	11-496	1101500120	PORTON BURGUER	ORDÓÑEZ MALLA MARIA LORENA	JUAN DE SALINAS 1551 Y 18 NOVIEMBRE	TERCERA	1102901384001	578005
131	11-360	1101500121	SINAI	JULIO CESAR TELLO CANO	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	TERCERA	1102542543001	575827
132	11-486	1101500122	TAMAL LOJANO	GLORIA ESPERANZA MEDINA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA	TERCERA	1101897492001	582977
133	11-131	1101500123	VIEJO MINERO	MAXIMILIANO ADOLFO FALLER TINOCO	SUCRE 10-76 Y AZUAY	TERCERA	1102059993001	585878
134		1101500348	TAZAS LAS	LUZ EMERITA VILLALTA MIJAS	BERNARDO 11-13 Y AZUAY	TERCERA	1028122154001	578946

**CATASTRO PROVINCIA DE
LOJA 2004**

**CANTON: Loja
CABECERA CANTONAL:
Loja**

N.-	REGISTRO CEITUR	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANT E LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	RUC	TELEFONO
115	11-498	1101500106	CAFÉ AZUL	CUENCA SOTO DAISE EDITH	JOSE ANTONIO EGUIGUREN Y BOLIVAR	PRIMERA	1102226600001	570230
116		1101500359	CAMPIÑA LOJANA	JARAMILLO FEBRES ALICIA MARIA	JOSE ANTONIO EGUIGUREN Y BERNARDO	PRIMERA	1102661350001	588304
117		1101500343	PUERTA DE LA CIUDAD	FRANGOR S.A.	LATACUNGA 16-28 Y GRAN COLOMBIA	SEGUNDA	1102913637001	570882
118	11-317	1101500107	ALTILLO EL	JARAMILLO VIVANCO CELIA AMADA	JOSE A. EGUIGUREN (EDIFICIO GARCIA)	TERCERA	1101769139001	571056
119	11-128	1101500108	AMAZONA S	CADENA TORRES MERCEDES	CUXIBAMBA 11-128 Y GUARANDA	TERCERA	100022703301	576099
120	11-482	1101500109	AROMA EL	BRICENO SALAZAR MERCEDES	JOSE A. EGUIGUREN Y SUCRE	TERCERA	1102408463001	583361
121	11-493	1101500110	B Y B	BARRAZUETA ALICIA BEATRIZ	IMBABURA BOLIVAR	TERCERA	1101837134001	584767
122	11-480	1101500111	BOSQUE EL	MINGA BETTY	AV. UNIVERSITARIA Y JOSÉ FELIX D. VAL.	TERCERA	1101426623001	
123	11-594	1101500113	CAFETERIA YOGURT Y HELADOS	REIBAN VALLEJO LUIS	24 DE MAYO Y VICTOR VIVAR	TERCERA	1101920351001	583043
124	11-129	1101500114	CHONTA LA	ARPI ANDRADE DORA MELANIA	OLMEDO 07-65 Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	1100615846001	571816
125	11-505	1101500115	D'CARPIO	CARPIO MOROCHO HECTOR PATRICIO	BERNARDO VALDIVIESO 08-77 Y ROCAFUERTE	TERCERA	1103707814001	582432
126	11-156	1101500116	DON PEPE	RIVAS CORONEL JOSE MIGUEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	TERCERA	1100012564001	571130
127	11-453	1101500117	FRANKS	MAURAD AREVALO FRANKLIN REINALDO	BERNARDO Y 10 AGOSTO (PALACIO EPISCOPAL)	TERCERA	1102091657001	
128	11-421	1101500118	GURGUE R D'CAR	CALDERON CUEVA MIRA AMPARITO	BOLIVAR Y JOSE A. EGUIGUREN	TERCERA	1102731112001	
129	11-494	1101500119	LINBURG UER	JIMENEZ GRANDALINO	10 DE AGOSTO 06-08 Y JUAN J PENA	TERCERA	1103054357001	583488
130	11-496	1101500120	PORTON BURGUER	ORDONEZ MALLA MARIA LORENA	JUAN DE SALINAS 1551 Y 18 NOVIEMBRE	TERCERA	1102901384001	578005
131	11-360	1101500121	SINAI	TELLO CANO JULIO CESAR	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	TERCERA	1102542543001	575827
132	11-486	1101500122	TAMAL LOJANO	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA ESQ.	TERCERA	1101897492001	582977
133	11-131	1101500123	VIEJO MINERO	FALLER TINOCO MAXIMILIANO ADOLFO	SUCRE 10-76 Y AZUAY	TERCERA	1102059993001	585878
134		1101500348	TAZAS LAS	VILLALTA MIJAS LUZ EMERITA	BERNARDO 11-13 Y AZUAY	TERCERA	1028122154001	578946

CATASTRO DE LA PROVINCIA DE LOJA 2005

CANTON: Loja

CABECERA CANTONAL: Loja

N.-	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	RUC	TELEFONO
103	1101500113	CAFÉ AZUL	CUENCA SOTO DAISE EDITH	JOSE ANTONIO EGUIGUREN Y BOLIVAR	PRIMERA	1102226600001	2570230
104	1101500359	CAMPIÑA LOJANA	JARAMILLO FEBRES ALICIA MARIA	JOSE ANTONIO EGUIGUREN Y BERNARDO	PRIMERA	1102661350001	2588304
126	1101500112	KIGMAN	MONTEROS MOLINA JOSE MARIA	BERNARDO VALDIVIESO Y COLON	PRIMERA	1101500115001	571672
128	1101500386	MR. KING	DAVID HUGO MOROCHO PAUTA	BOLIVAR Y 14-32 Y LOURDES	SEGUNDA	1103830210001	
105	1101500441	AROMA Y CAFÉ	LUDENA BUSTAN ELIZABETH PATRICIA	BOLIVAR E/ AZUAY Y MIGUEL RIOFRIO	SEGUNDA	1103513105001	2587860
106	1101500427	ARTESANALE	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	10 DE AGOSTO E/ BOLIVAR Y SUCRE	SEGUNDA	1102770912001	2562253
107	1101500419	BOSSA NOVA CAFÉ	CABRERA CELI ALBA ELIZABETH	SUCRE E/ 10 DE AGOSTO Y JOSE ANTONIO E.	SEGUNDA	1102892062001	2561936
108	1101500449	BURGUES EL	OCHOA CHIRIBOGA LUIS ANTONIO	BOLIVAR 08-51 Y 10 DE AGOSTO	SEGUNDA	1100178019001	2574624
109	1101500373	PUERTA DE LA CIUDAD	FRANGOR S.A.	LATACUNGA 16-28 Y GRAN COLOMBIA	SEGUNDA	1102913637001	2570882
130	1101500114	ALTILLO EL	JARAMILLO VIVANCO CELIA AMADA	JOSE A. EGUIGUREN (EDIFICIO GARCIA)	TERCERA	1101769139001	571056
110	1101500115	AMAZONAS	CADENA TORRES MERCEDES	CUXIBAMBA 11-128 Y GUARANDA	TERCERA	100022703301	2576099
	1101500459	APETITTO CAFÉ	MIZHUERO JARAMILLO SORAYA GEOVANA	18 DE NOVIEMBRE 15-20 Y CARIAMANGA	TERCERA	1103786800001	2578919
111	1101500116	AROMA EL	BRICEÑO SALAZAR MERCEDES	JOSE A. EGUIGUREN Y SUCRE	TERCERA	1102408463001	2583361
133	1101500117	B Y B	BARRAZUETA ALICIA BEATRIZ	IMBABURA Y BOLIVAR	TERCERA	1101837134001	584767
134	1101500118	BOSQUE EL	MINGA BETTY	AV. UNIVERSITARIA Y JOSÉ FELIX D. VAL.	TERCERA	1101426623001	
135	1101500119	BRAVISSIMO	TELLO CANO VICTOR LEONARDO	18 DE NOVIEMBRE 16-01 Y AZUAY	TERCERA	1101895165001	
112	1101500120	CAFETERIA YOGURT Y HELADOS	REIBAN VALLEJO LUIS	24 DE MAYO Y VICTOR VIVAR	TERCERA	1101920351001	2583043
113	1101500121	CHONTA LA	ARPI ANDRADE DORA MELANIA	OLMEDO 07-65 Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	1100615846001	2571816
9	1101500122	D'CARPIO	CARPIO MOROCHO HECTOR PATRICIO	BERNARDO VALDIVIESO 08-77 Y ROCAFUERTE	TERCERA	1103707814001	582432
114	1101500425	D'CARPIO	CARPIO JARAMILLO HÉCTOR LEONIDAS	BERNARDO VALDIVIESO Y ROCAFUERTE	TERCERA	1703856516001	2582432
115	1101500123	DON PEPE	RIVAS CORONEL JOSE MIGUEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	TERCERA	1100012564001	2571130
140	1101500124	FRANKS	MAURAD AREVALO FRANKLIN REINALDO	BERNARDO Y 10 AGOSTO (PALACIO EPISCOPAL)	TERCERA	1102091657001	
141	1101500125	KENNYS	CALDERON CUEVA MIRA AMPARITO	BOLIVAR Y JOSE A. EGUIGUREN	TERCERA	1102731112001	
116	1101500126	LINBURGUER	JIMENEZ GRANDALINO	10 DE AGOSTO 06-08 Y JUAN J PENA	TERCERA	1103054357001	2583488
143	1101500127	PORTON BURGUER	ORDÓÑEZ MALLA MARIA LORENA	JUAN DE SALINAS 1551 Y 18 NOVIEMBRE	TERCERA	1102901384001	578005
117	1101500128	SINAI	TELLO CANO JULIO CESAR	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	TERCERA	1102542543001	2575827
118	1101500129	TAMAL LOJANO	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA ESQ.	TERCERA	1101897492001	2582977
119	1101500130	VIEJO MINERO	FALLER TINOCO MAXIMIL	SUCRE 10-76 Y AZUAY	TERCERA	1102059993001	2585878
120	1101500348	TAZAS LAS	VILLALTA MIJAS LUZ EMERITA	BERNARDO 11-13 Y AZUAY	TERCERA	1028122154001	2578946

**CATASTRO DE LA PAROVINCIA DE LOJA
2006**

CANTON: Loja

CABECERA CANTONAL: Loja

N.-	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	RUC	TELEFONO
96	1101500427	ARTESANALE	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	10 DE AGOSTO E/ BOLIVAR Y SUCRE	SEGUNDA	1102770912001	2562253
97	1101500373	PUERTA DE LA CIUDAD	FRANGOR S.A.	LATACUNGA 16-28 Y GRAN COLOMBIA	SEGUNDA	1102913637001	2570882
	1101500511	THE EVATION	VALAREZO POPOVA NATALIA ANDREA	BERNARDO VALDIVIESO Y MERCADILLO	SEGUNDA	1103086201001	92108792
	1101500512	SENDERO EL	MARTINEZ CABRERA DAVID	BOLÍVAR MERCADILLO LOURDES	SEGUNDA	1706361944001	2578602
98	1101500115	AMAZONAS	CADENA TORRES MERCEDES	CUXIBAMBA 11-128 Y GUARANDA	TERCERA	100022703301	2576099
99	1101500459	APETITTO CAFÉ	MIZHUERO JARAMILLO SORAYA GEOVANA	18 DE NOVIEMBRE 15-20 Y CARIAMANGA	TERCERA	1103786800001	2578919
100	1101500116	AROMA EL	BRICENO SALAZAR MERCEDES	JOSE A. EGUIGUREN Y SUCRE	TERCERA	1102408463001	2583361
101	1101500425	D'CARPIO	CARPIO JARAMILLO HÉCTOR LEONIDAS	BERNARDO VALDIVIESO Y ROCAFUERTE	TERCERA	1703856516001	2582432
102	1101500123	DON PEPE	RIVAS CORONEL JOSE MIGUEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	TERCERA	1100012564001	2571130
103	1101500126	LINBURGUER	JIMENEZ GRANDALINO	10 DE AGOSTO 06-08 Y JUAN J PENA	TERCERA	1103054357001	2583488
104	1101500128	SINAI	TELLO CANO JULIO CESAR	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	TERCERA	1102542543001	2575827
105	1101500129	TAMAL LOJANO	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA ESQ.	TERCERA	1101897492001	2582977
106	1101500130	VIEJO MINERO	FALLER TINOCO MAXIMILIANO ADOLFO	SUCRE 10-76 Y AZUAY	TERCERA	1102059993001	2585878

**CATASTRO DE LA PROVINCIA DE
LOJA 2007**

CANTON: Loja

CABECERA CANTONAL: Loja

N.-	REGISTRO CEITUR	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGOR IA	RUC	TELEFONO
106		1101500547	ARTESANALE SUC. 1	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	18 DE NOVIEMBRE Y AV. GOBERNACIÓN M.	Primera	1102770912001	2576775
107		1101500427	ARTESANALE	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	10 DE AGOSTO E/ BOLIVAR Y SUCRE	Segunda	1102770912001	2562253
108		1101500548	ARTESANALE SUC. 2	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	JOSE ANTONIO E. 15-69 Y 18 DE NOVIEMBRE	Segunda	1102770912001	2562253
109		1101500556	ARTESANALE SUC. 3	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	AV. ORILLAS DEL ZAMORA Y GUAYAQUIL	Segunda	1102770912001	
110		1101500373	PUERTA DE LA CIUDAD	FRANGOR S.A.	LATACUNGA 16-28 Y GRAN COLOMBIA	Segunda	1102913637001	2570882
111	11-486	1101500129	TAMAL LOJANO	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA ESQ.	Segunda	1101897492001	2582977
112		1101500511	THE EVATION	VALAREZO POPOVA NATALIA ANDREA	BERNARDO VALDIVIESO Y MERCADILLO	Segunda	1103086201001	92108792
113		1101500512	SENDERO EL	MARTINEZ CABRERA DAVID	BOLIVAR E/ MERCADILLO Y LOURDES	Segunda	1706361944001	2578602
114	11-131	1101500130	VIEJO MINERO	FALLER TINOCO MAXIMILIANO ADOLFO	SUCRE 10-76 Y AZUAY	Tercera	1102059993001	2585878
115		1101500459	APETITTO CAFÉ	MIZHUERO JARAMILLO SORAYA GEOVANA	18 DE NOVIEMBRE 15-20 Y CARIAMANGA	Tercera	1103786800001	2578919
116	11-482	1101500116	AROMA EL	BRICEÑO SALAZAR MERCEDES	JOSE EGUIGUREN A. SUCRE Y	Tercera	1102408463001	2583361
117	11-505	1101500425	D'CARPIO	CARPIO JARAMILLO HÉCTOR LEONIDAS	BERNARDO VALDIVIESO Y ROCAFUERTE	Tercera	1703856516001	2582432
118	11-156	1101500123	DON PEPE	RIVAS CORONEL JOSE MIGUEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	Tercera	1100012564001	2571130
119	11-494	1101500126	LINBURGUER	JIMENEZ GRANDALINO	10 DE AGOSTO 06- 08 Y JUAN J PENA	Tercera	1103054357001	2583488
120	11-360	1101500128	SINAI	TELLO CANO JULIO CESAR	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	Tercera	1102542543001	2575827
121		1101500515	QUILLA HUASI	CORDERO HIDALGO BLANCA OLIVA	BERNARDO VALDIVIESO Y COLÓN	Cuarta	1102741145001	2564105

CATASTRO PROVINCIA DE LOJA 2008

CANTON: Loja

CABECERA CANTONAL: Loja

N.-	REGISTRO CEITUR	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	RUC	TELEFONO
119		1101500547	ARTESANALE SUC. 1	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	18 DE NOVIEMBRE Y AV. GOBERNACIÓN M.	Primera	1102770912001	2576775
120		1101500427	ARTESANALE	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	10 DE AGOSTO E/ BOLIVAR Y SUCRE	Segunda	1102770912001	2562253
121		1101500548	ARTESANALE SUC. 2	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	JOSE ANTONIO E. 15-69 Y 18 DE NOVIEMBRE	Segunda	1102770912001	2562253
122		1101500556	ARTESANALE SUC. 3	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	AV. ORILLAS DEL ZAMORA Y GUAYAQUIL	Segunda	1102770912001	
123		1101500680	CAFÉ DEL MUSEO DE LA MÚSICA EL	CORPORACIÓN CULTURAL PIO JARAMILLO ALVARADO	BERNARDO VALDIVIESO 09-14 Y ROCAFUERTE	Segunda	1191702103001	2561342
124		1101500630	COFEE HOUSE	CARRIÓN BERRÚ YENNY MAGALI	SUCRE 10-06 Y MIGUEL RIOFRÍO ESQUINA	Segunda	1103675268001	94801378
125		1101500592	CUNA DE ARTISTAS	VILLAVICENCIO PAZMIÑO MANUEL ANDRÉS	BOLÍVAR Y MIGUEL RIOFRÍO	Segunda	1103229397001	94280390
126		110500608	FAUSTINA	GONZÁLEZ RODRÍGUEZ ELDA JULIETA	QUITO Y 18 DE NOVIEMBRE	Segunda	1103141295001	2578338
127		1101500373	PUERTA DE LA CIUDAD	FRANGOR S.A.	LATACUNGA 16-28 Y GRAN COLOMBIA	Segunda	1102913637001	2570882
128		1101500696	RETRO EXCLUSIVE COFFEE	LUCERO TORRES LUÍS ANTONIO	ROCAFUERTE 05-42 E/ MACARÁ Y 24 DE MAYO	Segunda	1103920359001	90859498
128	11-486	1101500512	SENDERO EL	MARTINEZ CARRERA DAVID	BOLIVAR E/ MERCADILLO Y LOURDES	Segunda	1706361944001	2578602
129		1101500129	TAMAL LOJANO	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA ESQ.	Segunda	1101897492001	2582977
130		1101500511	THE EVATION	VALAREZO POPOVA NATALIA ANDREA	BERNARDO VALDIVIESO Y MERCADILLO	Segunda	1103086201001	92108792
131	11-482	1101500459	APETITTO CAFÉ	MIZHUERO JARAMILLO SORAYA GEOVANA	18 DE NOVIEMBRE 15-20 Y CARIAMANGA	Tercera	1103786800001	2578919
132	11-505	1101500116	AROMA EL	BRICEÑO SALAZAR MERCEDES	JOSE A. EGUIGUREN Y SUCRE	Tercera	1102408463001	2583361
133		1101500425	D'CARPIO	CARPIO JARAMILLO HÉCTOR LEONIDAS	OLMEDO 10-85 Y AZUAY	Tercera	1703856516001	2582432
134	11-494	1101500123	DON PEPE	RIVAS CORONEL JOSE MIGUEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	Tercera	1100012564001	2571130
135	11-360	1101500126	LINBURGUER	JIMENEZ GRANDALINO	10 DE AGOSTO 06-08 Y JUAN J PENNA	Tercera	1103054357001	2583488
136	11-131	1101500128	SINAÍ	TELLO CANO JULIO CESAR	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	Tercera	1102542543001	2575827
137		1101500130	VIEJO MINERO	ULDA VERÓNICA FALLER TINOCO	SUCRE 10-76 Y AZUAY	Tercera	1102857008001	2585878
138		1101500515	QUILLA HUASI	CORDERO HIDALGO BLANCA OLIVA	BERNARDO VALDIVIESO Y COLÓN	Cuarta	1102741145001	2564105

CATASTRO DE LA PROVINCIA DE LOJA 2009

CANTON: Loja

CABECERA CANTONAL: Loja

N.-	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	RUC	TELEFONO
119	1101500547	ARTESANALE SUC. 1	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	18 DE NOVIEMBRE Y AV. GOBERNACIÓN M.	Primera	1102770912001	2576775
120	1101500715	RUSKINA	LARREA GUERRERO GORKI RODRIGO	SUCRE 07-56 Y 10 DE AGOSTO	Primera	1100001005001	2562053
120	1101500427	ARTESANALE	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	10 DE AGOSTO E/ BOLIVAR Y SUCRE	Segunda	1102770912001	2562253
121	1101500548	ARTESANALE SUC. 2	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	JOSE ANTONIO E. 15-69 Y 18 DE NOVIEMBRE	Segunda	1102770912001	2562253
122	1101500556	ARTESANALE SUC. 3	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	AV. ORILLAS DEL ZAMORA Y GUAYAQUIL	Segunda	1102770912001	2570050
123	1101500680	CAFÉ DEL MUSEO DE LA MÚSICA EL	CORPORACIÓN CULTURAL PIO JARAMILLO ALVARADO	BERNARDO VALDIVIESO 09-14 Y ROCAFUERTE	Segunda	1191702103001	2561342
124	1101500630	COFEE HOUSE	CARRIÓN BERRÚ YENNY MAGALI	SUCRE 10-06 Y MIGUEL RIOFRÍO ESQUINA	Segunda	1103675268001	94801378
125	1101500592	CUNA DE ARTISTAS	VILLAVICENCIO PAZMIÑO MIGUEL ANDRÉS	BOLÍVAR Y MIGUEL RIOFRÍO	Segunda	1103229397001	94280390
126	1101500708	MIMO'S CAFÉ DE LA CASA	VIVANCO CAMPOVERDE EUNICIE GEORGINA	BOLIVAR 07-77 Y 10 DE AGOSTO	Segunda	1102122825001	2587083
127	1101500373	PUERTA DE LA CIUDAD	FRANGOR S.A.	LATACUNGA 16-28 Y GRAN COLOMBIA	Segunda	1102913637001	2570882
128	1101500512	SENDERO EL	MARTINEZ CARRERA DAVID	BOLÍVAR MERCADILLO LOURDES	Segunda	1706361944001	2578602
129	1101500129	TAMAL LOJANO	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA ESQ.	Segunda	1101897492001	2582977
130	1101500755	TAMAL LOJANO (SUCURSAL)	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	AV. 24 DE MAYO 11-74 E/AZUAY Y MERCADILLO	Segunda	1101897492001	2582977
132	1101500116	AROMA EL	BRICEÑO SALAZAR MERCEDES	JOSE A. EGUIGUREN Y SUCRE	Tercera	1102408463001	2583361
133	1101500425	D'CARPIO	CARPIO MOROCHO PAOLA ALEXANDRA	MIGUEL RIOFRÍO 12-15 Y OLMEDO	Tercera	1104747850001	2582432
134	1101500123	DON PEPE	RIVAS CORONEL JOSE MIGUEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	Tercera	1100012564001	2571130
135	1101500126	LINBURGUER	JIMENEZ GRANDALINO	10 DE AGOSTO 06-08 Y JUAN J PENA	Tercera	1103054357001	2583488
135	1101500764	LUZ VICTORIA	VILLAVICENCIO VALLEJO ÁNGEL PATRICIO	LAURO GUERRERO 14-15 Y VENEZUELA	Tercera	1103583033001	2561788
135	1101500738	PUNTO PARÍS	GUTIERREZ ULLOA ROSA HERMELINDA	PARÍS Y PRAGA	Tercera	1101398863001	2564082
136	1101500702	SABOR DE LA OLLA CRIOLLA EL	MEDINA BENÍTEZ JOSÉ LEONIDAS	BOLÍVAR E/ MIGUEL RIOFRÍO Y AZUAY	Tercera	1101412482001	98114462
136	1101500128	SINAI	TELLO CANO JULIO CESAR	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	Tercera	1102542543001	2575827
137	1101500130	VIEJO MINERO	ULDA VERÓNICA FALLER TINOCO	SUCRE 10-76 Y AZUAY	Tercera	1102857008001	2585878
138	1101500515	QUILLA HUASI	CORDERO HIDALGO BLANCA OLIVA	BERNARDO VALDIVIESO Y COLÓN	Cuarta	1102741145001	2564105

CATASTRO DE LA PROVINCIA DE LOJA 2010							
CANTON: Loja							
CABECERA CANTONAL: Loja							
N.-	REGISTRO M.T	RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	CATEGORIA	RUC	TELEFONO
126	1101500547	ARTESANALE SUC. 1	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	JOSE ANTONIO E. 15-69 Y 18 DE NOVIEMBRE	Primera	1102770912001	2570050
127	1101500715	RUSKINA	LARREA GUERRERO GORKI RODRIGO	SUCRE 07-48 Y 10 DE AGOSTO	Primera	1100001005001	2562053
128	1101500427	ARTESANALE	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	10 DE AGOSTO E/ BOLIVAR Y SUCRE	Segunda	1102770912001	2570050
129	1101500548	ARTESANALE SUC. 2	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	SUPERMAXI	Segunda	1102770912001	2562253
130	1101500556	ARTESANALE SUC. 3	CONTENTO CORDOVA CARLOS LEONARDO	24 DE MAYO Y AV. ORILLAS DEL ZAMORA	Segunda	1102770912001	2570050
131	1101500680	CAFÉ DEL MUSEO DE LA MÚSICA EL	CORPORACIÓN CULTURAL PIO JARAMILLO ALVARADO	BERNARDO VALDIVIESO 09-14 Y ROCAFUERTE	Segunda	1191702103001	2561342
132	1101500630	COFFE HOUSE	ENITH MARIANA MORENO CAMPOVERDE	SUCRE 10-06 Y MIGUEL RIOFRÍO ESQUINA	Segunda	1101415683001	82661066
133	1101500592	CUNA DE ARTISTAS	VILLAVICENCIO PAZMIÑO MIGUEL ANDRÉS	BOLÍVAR 09-85 Y MIGUEL RIOFRÍO	Segunda	1103229397001	94280390
134	1101500708	MIMO'S CAFÉ DE LA CASA	VIVANCO CAMPOVERDE EUNICIE GEORGINA	BOLIVAR 07-77 Y 10 DE AGOSTO	Segunda	1102122825001	2587083
136	1101500512	SENDERO EL	MARTINEZ CARRERA DAVID	BOLIVAR E/ MERCADILLO Y LOURDES	Segunda	1706361944001	2578602
137	1101500129	TAMAL LOJANO	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	18 NOVIEMBRE E IMBABURA ESQ.	Segunda	1101897492001	2582977
138	1101500755	TAMAL LOJANO (SUCURSAL)	MEDINA POMA GLORIA ESPERANZA	AV. 24 DE MAYO 11-74 E/AZUAY Y MERCADILLO	Segunda	1101897492001	2582977
139	1101500819	AROMA CAFÉ	ZAPATA LIMA JENNY MARISOL	BERNARDO VALDIVIESO Y 10 DE AGOSTO	Tercera	1104683675001	2562176
140	1101500116	AROMA EL	BRICEÑO SALAZAR MERCEDES	JOSE A. EGUIGUREN 14-20 E/ SUCRE Y 18 DE NOVIEMBRE	Tercera	1102408463001	2583361
141	1101500810	CARDAMOM CAFÉ	MAELE MARION LAURELINE PIGEARD	AV. EDUARDO KIGMAN Y AMALUZA	Tercera	1725230161001	80649497
142	1101500839	CHACARERO EL	CISTERNAS SANDRA ELIZABETH	10 AGOSTO Y LAURO GUERRERO	Tercera	1101500839	72585497
143	1101500425	D'CARPIO	CARPIO MOROCHO PAOLA ALEXANDRA	MIGUEL RIOFRÍO 12-15 Y OLMEDO	Tercera	1104747850001	2582432
144	1101500123	DON PEPE	RIVAS CORONEL JOSE MIGUEL	BERNARDO VALDIVIESO Y MIGUEL RIOFRIO	Tercera	1100012564001	2571130
145	1101500126	LINBURGUER	JIMENEZ GRANDA LINO	10 DE AGOSTO 06-08 Y JUAN J PENA esq.	Tercera	1103054357001	2583488
146	1101500764	LUZ VICTORIA	VILLAVICENCIO VALLEJO ÁNGEL PATRICIO	LAURO GUERRERO 14-15 Y VENEZUELA	Tercera	1103583033001	2561788
147	1101500702	SABOR DE LA OLLA CRIOLLA EL	MEDINA BENÍTEZ JOSÉ LEONIDAS	BOLÍVAR E/ MIGUEL RIOFRÍO Y AZUAY	Tercera	1101412482001	98114462
148	1101500128	SINAÍ	TELLO CANO JULIO CESAR	ROCAFUERTE ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO V.	Tercera	1102542543001	2575827
149	1101500130	VIEJO MINERO	FALLER PUERTAS ESTEFANY LUCIA	SUCRE 10-76 Y AZUAY	Tercera	1104728280001	2585878

Fuente: Ministerio de Turismo

ANEXO N°3

VENTAS DIARIAS DE LA COMPETENCIA DIRECTA

PRODUCTO	TAMAL LOJANO	PVP	ARTESANALE CENTRO	PVP	ARTESANALE PRADERA	PVP
Ensalada de Fruta			25	2,90	20	2,90
Frutilla con crema			12	1,50	5	1,50
Bolón de verde	68	1,00				
Empanada de verde	235	1,20	40	1,40	19	1,40
Humitas	225	0,90	15	0,80	7	0,80
Tamales de pollo	375	0,90	30	0,80	17	0,80
Tamales de chancho	120	0,90				
Quimbolitos	40	0,90	25	0,80	10	0,80
Agua aromática	25	0,60	100	0,50	55	0,50
jugo de frutas	7	1,50	15	1,15	22	1,15
Batido de frutas	7	2,00	15	1,40	22	1,40
café	200	0,60	250	0,50	85	0,50
TOTAL	1.302		527		262,00	

Fuente: Información competencia directa

ANEXO N°4

EQUIPO DE COCINA

Cantidad	Detalle
1	Cocina Industrial 4 quemadores, válvula y manguera
1	Refrigeradora Innova 1700DF
1	Microondas Panasonic NNS-968BL
1	Máquina para moler verde
1	Minicomponente PANASONIC 4400W
2	Cilindro de gas
1	Batidora semi-industrial de 4 litros Hamilton Beach
1	Extractor de jugo
2	Licuada

Fuente: Investigación de campo.

ANEXO 5 PRODUCCIÓN DIARIA

Capacidad diaria de personas	Grado de preferencia %	Producto	Producción diaria
106	30	Ensalada de Fruta	32,00
106	46	Frutilla con crema	49,00
106	40	Bolón de verde	43,00
106	48	Empanada de morocho	51,00
106	40	Empanada de verde	43,00
106	20	Humitas	22,00
106	25	Tamales	27,00
106	10	Quimbolitos	11,00
106	46	Agua aromática	49,00
106	24	Jugo de frutas	26,00
106	20	Batido de frutas	22,00
106	50	Café	53,00
106	40	Chocolate con leche	43,00
		TOTAL	471,00

Fuente: Investigación de campo

La producción diaria se obtiene de las 106 personas que asistirán diariamente a la frutería multiplicado por el grado de preferencia que tienen las personas por cada producto representado en porcentaje por ejemplo el grado de preferencia de la ensalada de fruta es del 30%, estos porcentajes se obtienen de la encuesta realizada (pregunta N.- 6) y se ha multiplicado por 106 personas da como resultado 32 unidades diarias, en el cuadro anterior se detalla cada uno de los productos, y en el siguiente la producción diaria, mensual y anual.

RESUMEN DE MATERIA PRIMA

PRODUCTO	PRODUCCION DIARIA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Ensalada de fruta	32	0,97	31,04	682,88	8.194,56
Frutilla con crema	49	0,77	37,73	830,06	9.960,72
Bolón de verde	42	0,30	12,60	277,20	3.326,40
Empanada de Morocho	51	0,20	10,20	224,40	2.692,80
Empanada de verde	42	0,50	21,00	462,00	5.544,00
Humitas	21	0,40	8,40	184,80	2.217,60
Tamales	27	0,40	10,80	237,60	2.851,20
Quimbolitos	11	0,40	4,40	96,80	1.161,60
Agua aromática	49	0,07	3,43	75,46	905,52
Jugo de frutas	25	0,60	15,00	330,00	3.960,00
Batidos de Frutas	21	0,60	12,60	277,20	3.326,40
Café	53	0,09	4,77	104,94	1.259,28
Chocolate con leche	42	0,24	10,08	221,76	2.661,12
TOTAL	465		182,05	4.005,10	48.061,20

Fuente: Investigación de Campo

ANEXO Nº 6
COSTOS Y MATERIA PRIMA POR PRODUCTO DEL PRIMER AÑO

PRODUCTO	AÑO 1						
ENSALADA DE FRUTAS	32,00	PRODUCCION SEMANAL	192,00	PRODUCCION MENSUAL	704,00	PRODUCCION ANUAL	8.448,00
	1,08	PRECIO COSTO	1,08	PRECIO COSTO	1,08	PRECIO COSTO	1,08
	34,56	TOTAL	207,36	TOTAL	760,32	TOTAL	9.123,84
FRUTILLA CON CREMA	49,00	PRODUCCION SEMANAL	294,00	PRODUCCION MENSUAL	1.078,00	PRODUCCION ANUAL	12.936,00
	0,97	PRECIO COSTO	0,97	PRECIO COSTO	0,97	PRECIO COSTO	0,97
	47,53	TOTAL	285,18	TOTAL	1.045,66	TOTAL	12.547,92
BOLON DE VERDE	42,00	PRODUCCION SEMANAL	252,00	PRODUCCION MENSUAL	924,00	PRODUCCION ANUAL	11.088,00
	0,50	PRECIO COSTO	0,50	PRECIO COSTO	0,50	PRECIO COSTO	0,50
	21,00	TOTAL	126,00	TOTAL	462,00	TOTAL	5.544,00
EMPANADA DE MOROCHO	51,00	PRODUCCION SEMANAL	306,00	PRODUCCION MENSUAL	1.122,00	PRODUCCION ANUAL	13.464,00
	0,28	PRECIO COSTO	0,28	PRECIO COSTO	0,28	PRECIO COSTO	0,28
	14,28	TOTAL	85,68	TOTAL	314,16	TOTAL	3.769,92
EMPANADA DE VERDE	42,00	PRODUCCION SEMANAL	252,00	PRODUCCION MENSUAL	924,00	PRODUCCION ANUAL	11.088,00
	0,50	PRECIO COSTO	0,50	PRECIO COSTO	0,50	PRECIO COSTO	0,50
	21,00	TOTAL	126,00	TOTAL	462,00	TOTAL	5.544,00
HUMITA	21,00	PRODUCCION SEMANAL	126,00	PRODUCCION MENSUAL	462,00	PRODUCCION ANUAL	5.544,00
	0,45	PRECIO COSTO	0,45	PRECIO COSTO	0,45	PRECIO COSTO	0,45
	9,45	TOTAL	56,70	TOTAL	207,90	TOTAL	2.494,80
TAMAL	27,00	PRODUCCION SEMANAL	162,00	PRODUCCION MENSUAL	594,00	PRODUCCION ANUAL	7.128,00
	0,45	PRECIO COSTO	0,45	PRECIO COSTO	0,45	PRECIO COSTO	0,45
	12,15	TOTAL	72,90	TOTAL	267,30	TOTAL	3.207,60
QUIMBOLITO	11,00	PRODUCCION SEMANAL	66,00	PRODUCCION MENSUAL	242,00	PRODUCCION ANUAL	2.904,00
	0,45	PRECIO COSTO	0,45	PRECIO COSTO	0,45	PRECIO COSTO	0,45
	4,95	TOTAL	29,70	TOTAL	108,90	TOTAL	1.306,80
AGUA AROMATICA	49,00	PRODUCCION SEMANAL	294,00	PRODUCCION MENSUAL	1.078,00	PRODUCCION ANUAL	12.936,00
	0,22	PRECIO COSTO	0,22	PRECIO COSTO	0,22	PRECIO COSTO	0,22
	10,78	TOTAL	64,68	TOTAL	237,16	TOTAL	2.845,92
JUGOS DE FRUTAS	25,00	PRODUCCION SEMANAL	150,00	PRODUCCION MENSUAL	550,00	PRODUCCION ANUAL	6.600,00
	0,60	PRECIO COSTO	0,60	PRECIO COSTO	0,60	PRECIO COSTO	0,60
	15,00	TOTAL	90,00	TOTAL	330,00	TOTAL	3.960,00
BATIDO DE FRUTAS	21,00	PRODUCCION SEMANAL	126,00	PRODUCCION MENSUAL	462,00	PRODUCCION ANUAL	5.544,00
	0,60	PRECIO COSTO	0,60	PRECIO COSTO	0,60	PRECIO COSTO	0,60
	12,60	TOTAL	75,60	TOTAL	277,20	TOTAL	3.326,40

CAFÉ	53,00	PRODUCCION SEMANAL	318,00	PRODUCCION MENSUAL	1.166,00	PRODUCCION ANUAL	13.992,00
	0,11	PRECIO COSTO	0,11	PRECIO COSTO	0,11	PRECIO COSTO	0,11
	5,83	TOTAL	34,98	TOTAL	128,26	TOTAL	1.539,12
CHOCOLATE CON LECHE	42,00	PRODUCCION SEMANAL	252,00	PRODUCCION MENSUAL	924,00	PRODUCCION ANUAL	11.088,00
	0,28	PRECIO COSTO	0,28	PRECIO COSTO	0,28	PRECIO COSTO	0,28
	11,76	TOTAL	70,56	TOTAL	258,72	TOTAL	3.104,64

Fuente: Investigación de campo

ANEXO Nº 7
INGRESOS ANUALES DEL PROYECTO A PRECIO DE VENTA

INGRESOS ANUALES DEL PROYECTO		1	2	3	4	5
Ensalada de Frutas	Cantidad	8.448,00	8.870,00	9.313,00	9.778,00	10.266,00
	Precio de venta	2,05	2,13	2,21	2,30	2,39
	Monto	17.318,00	18.889,00	20.601,00	22.469,00	24.506,00
Frutilla con Crema	Cantidad	12.936,00	13.582,00	14.261,00	14.974,00	15.722,00
	Precio de venta	1,21	1,26	1,31	1,36	1,41
	Monto	15.652,00	17.071,00	18.620,00	20.310,00	22.152,00
Bolón de Verde	Cantidad	11.088,00	11.642,00	12.224,00	12.835,00	13.476,00
	Precio de venta	0,90	0,93	0,97	1,01	1,05
	Monto	9.979,00	10.884,00	11.871,00	12.948,00	14.123,00
Empanada de Morocho	Cantidad	13.464,00	14.137,00	14.843,00	15.585,00	16.364,00
	Precio de venta	0,84	0,87	0,91	0,94	0,98
	Monto	11.309,00	12.335,00	13.454,00	14.675,00	16.006,00
Empanada de Verde	Cantidad	11.088,00	11.642,00	12.224,00	12.835,00	13.476,00
	Precio de venta	0,90	0,93	0,97	1,01	1,05
	Monto	9.979,00	10.884,00	11.871,00	12.948,00	14.123,00
Humita	Cantidad	5.544,00	5.821,00	6.112,00	6.417,00	6.737,00
	Precio de venta	0,65	0,68	0,70	0,73	0,76
	Monto	3.603,00	3.930,00	4.287,00	4.675,00	5.099,00
Tamal	Cantidad	7.128,00	7.484,00	7.858,00	8.250,00	8.662,00
	Precio de venta	0,65	0,68	0,70	0,73	0,76
	Monto	4.633,00	5.053,00	5.511,00	6.011,00	6.556,00
Quimbolito	Cantidad	2.904,00	3.049,00	3.201,00	3.361,00	3.529,00
	Precio de venta	0,65	0,68	0,70	0,73	0,76
	Monto	1.887,00	2.058,00	2.245,00	2.448,00	2.671,00
Agua Aromática	Cantidad	12.936,00	13.582,00	14.261,00	14.974,00	15.722,00
	Precio de venta	0,40	0,42	0,43	0,45	0,47
	Monto	5.174,00	5.643,00	6.155,00	6.714,00	7.323,00

Jugo de Frutas	Cantidad	6.600,00	6.930,00	7.276,00	7.639,00	8.020,00
	Precio de venta	1,23	1,28	1,33	1,38	1,43
	Monto	8.118,00	8.854,00	9.657,00	10.532,00	11.487,00
Batidos de Frutas	Cantidad	5.544,00	5.821,00	6.112,00	6.417,00	6.737,00
	Precio de venta	0,82	0,85	0,88	0,92	0,95
	Monto	4.546,00	4.958,00	5.408,00	5.898,00	6.432,00
Café	Cantidad	13.992,00	14.691,00	15.425,00	16.196,00	17.005,00
	Precio de venta	0,37	0,38	0,40	0,41	0,43
	Monto	5.177,00	5.646,00	6.158,00	6.717,00	7.326,00
Chocolate con Leche	Cantidad	11.088,00	11.642,00	12.224,00	12.835,00	13.476,00
	Precio de venta	0,54	0,56	0,58	0,61	0,63
	Monto	5.987	6.530	7.123	7.769	8.473
TOTAL		103.362,00	112.735,00	122.961,00	134.114,00	146.277,00

Fuente: Investigación de Campo

ANEXO Nº 8
COSTOS UNITARIOS PARA LA ELABORACION DE LOS ALIMENTOS

PRODUCTO: ENSALADA DE FRUTAS

PORCIONES:

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCIÓN	PRECIO COSTO
1 plátano	0,14	gramos	0,05	0,07	0,03
1 kg sandía	900,00	gramos	2,00	0,20	0,04
1/2 kg manzana	454,00	gramos	1,25	0,14	0,25
1/2 kg melón	454,00	gramos	1,00	0,20	0,04
1/2 kg piña	454,00	gramos	1,00	0,20	0,04
1/2 kg papaya	454,00	gramos	0,35	0,20	0,04
1 litro leche	1000,00	gramos	0,80	250,00	0,20
1 litro crema chantilly	1000,00	gramos	1,25	125,00	0,15
1 litro mermelada	1000,00	gramos	1,80	100,00	0,18
				SUB TOTAL	0,97
				UTIL. 110%	2,04
				22%	0,45
				TOTAL	2,49

**FRUTILLAS CON
CREMA**

PRODUCTO:

PORCIONES:

1

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCIÓN	PRECIO COSTO
1/2 Kg frutilla	454,00	gramos	1,00	113,00	0,25
1 litro leche	1000,00	gramos	0,75	250,00	0,19
1 litro crema chantilly	1000,00	gramos	1,25	125,00	0,15
1 litro mermelada mora	1000,00	gramos	1,80	100,00	0,18
				SUB TOTAL	0,77
				UTIL. 0,60%	1,23
				22%	0,27
				TOTAL	1,50

PRODUCTO: **BOLONES DE VERDE** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1 plátano	50,00	gramos	0,20	50,00	0,20
1/2 kg manteca	454,00	gramos	2,50	10,00	0,05
1/2 kg queso	454,00	gramos	1,60	10,00	0,04
1/2 sal	454,00	gramos	0,25	0,01	0,01
SUB TOTAL					0,30
UTIL. 172%					0,82
22%					0,18
TOTAL					1,00

PRODUCTO: **HUMITAS, TAMALES, QUIMBOLITOS** PORCIONES: **1**

SUB TOTAL	0,40
UTIL. 62%	0,65
22%	0,14
TOTAL	0,79

PRODUCTO: **EMPANADAS DE VERDE** PORCIONES: **1**

SUB TOTAL	0,50
UTIL. 95%	0,98
22%	0,21
TOTAL	1,19

PRODUCTO: **AGUAS AROMATICAS** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
gr hierbas	0,30	gramos	1,20	1,06	0,05
1/2 kg azúcar	454,00	gramos	0,40	0,05	0,02
SUB TOTAL					0,07
UTIL. 500%					0,42
22%					0,09
TOTAL					0,51

PRODUCTO: **JUGO DE NARANJA** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1 kg naranja	1000,00	500,00	gramos	1,25	0,62
				SUB TOTAL	0,62
				UTIL. 52%	0,94
				22%	0,21
				TOTAL	1,15

PRODUCTO: **JUGO DE FRESA COCO MANZANA** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1/2 kg fresa	454,00	gramos	1,00	100,00	0,22
1/2 kg coco	454,00	gramos	1,00	100,00	0,22
1/2 kg manzana	454,00	gramos	1,25	0,14	0,25
				SUB TOTAL	0,69
				UTIL. 78%	1,23
				22%	0,27
				TOTAL	1,50

PRODUCTO: **JUGOS DE MANGO PIÑA COCO** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1/2 kg mango	454,00	gramos	1,00	40,00	0,12
1/2 kg piña	454,00	gramos	1,50	40,00	0,13
1/2 kg coco	454,00	gramos	1,25	100,00	0,22
				SUB TOTAL	0,47
				UTIL. 162%	1,23
				22%	0,27
				TOTAL	1,50

PRODUCTO: **JUGOS DE MANGO LECHE Y PAPAYA** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1/2 kg mango	454,00	gramos	1,00	40,00	0,12
1 litro leche	1000,00	gramos	0,80	250,00	0,20
1/2 kg papaya	454,00	gramos	1,25	40,00	0,11
				SUB TOTAL	0,43
				UTIL. 188%	1,23
				22%	0,27
				TOTAL	1,50

PRODUCTO: **JUGOS DE PERA FRESA Y NARANJA** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1/2 kg pera	454,00	gramos	1,25	0,13	0,30
1/2 kg fresa	454,00	gramos	1,00	50,00	0,11
1 kg naranja	1000,00	gramos	1,25	250,00	0,31
SUB TOTAL					0,72
UTIL. 70%					1,23
22%					0,27
TOTAL					1,50

PRODUCTO: **BATIDO DE LECHE Y TOMATE DE ARBOL** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1 litro leche	1000,00	gramos	0,80	250,00	0,20
1 tomate árbol	15,00	gramos	0,15	15,00	0,15
1/2 kg azúcar	454,00	gramos	0,40	10,00	0,04
SUB TOTAL					0,39
UTIL. 115%					0,82
22%					0,18
TOTAL					1,00

PRODUCTO: **CAFÉ** PORCION **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1/2 kg café	454,00	gramos	2,50	10,00	0,05
1/2 kg azúcar	454,00	gramos	0,40	10,00	0,04
SUB TOTAL					0,09
UTIL. 350%					0,41
22%					0,09
TOTAL					0,50

PRODUCTO: **CHOCOLATE CON LECHE** PORCIONES: **1**

DETALLE	EQUIVALENTE EN GRAMOS	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD POR PORCION	PRECIO COSTO
1 litro leche	1000,00	gramos	0,80	200,00	0,16
1/2 kg chocolate	454,00	gramos	2,00	10,00	0,04
1/2 kg azúcar	454,00	gramos	0,40	10,00	0,04
SUB TOTAL					0,24
UTIL. 120%					0,53
22%					0,12
TOTAL					0,65

Fuente: Investigación de Campo

ANEXO Nº 9
DEPRECIACION DE ACTIVOS POR EL MÉTODO DE LINEA RECTA

MUEBLES Y ENSERES

ESPECIFICACIONES	VALOR	%	Dep año 1	Dep año 2	Dep. año 3	Dep. año 4	Dep. año 5	VALOR EN LIBROS
Escritorio	280,00	10%	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20	154,00
Silla giratoria	80,00	10%	7,20	7,20	7,20	7,20	7,20	44,00
Mesas 80cm x 80cm (4 personas)	150,00	10%	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	82,50
Mesas 92cm x 1.25cm (6 personas)	60,00	10%	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40	33,00
Sillas	270,00	10%	24,30	24,30	24,30	24,30	24,30	148,50
Silla para contadora	30,00		2,70	2,70	2,70	2,70	2,70	16,50
Caja registradora 1.50cm x 2.20cm	400,00	10%	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	220,00
TOTAL	1.270,00		114,30	114,30	114,30	114,30	114,30	698,50

EQUIPOS DE COCINA

ESPECIFICACIONES	VALOR	%	Dep año 1	Dep año 2	Dep. año 3	Dep. año 4	Dep. año 5	VALOR EN LIBROS
Cocina Industrial cuatro quemadores	480,00	10%	43,20	43,20	43,20	43,20	43,20	264,00
Refrigerador INNOVA 1700 DF	604,17	10%	54,38	54,38	54,38	54,38	54,38	332,27
Microondas PANASONIC NNS-968BL	174,11	10%	15,67	15,67	15,67	15,67	15,67	95,76
Máquina para moler verde	480,00	10%	43,20	43,20	43,20	43,20	43,20	264,00
Minicomponente PANASONIC 4400W	236,61	10%	21,30	21,30	21,30	21,30	21,30	130,11
Cilindro de gas	140,00	10%	12,60	12,60	12,60	12,60	12,60	77,00
Batidora semi-industrial HAMILTON BEACH 4 lts	300,00	20%	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	60,00
TOTAL	2.414,89		238,35	238,35	238,35	238,35	238,35	1.223,14

HERRAMIENTAS

ESPECIFICACIONES	VALOR	%	Dep año 1	Dep año 2	Dep. año 3	Dep año 4	Dep. año 5	VALOR EN LIBROS
Extractor de Jugo	170,00	20%	27,20	27,20	27,20	27,20	27,20	34,00
Licuada	85,00	20%	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	17,00
Licuada	85,00	20%	13,60	13,60	13,60	13,60	13,60	17,00
TOTAL	340,00		54,40	54,40	54,40	54,40	54,40	68,00

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

ESPECIFICACIONES	VALOR	%	Dep año 1	Dep año 2	Dep. año 3	Dep. año 4	Dep. año 5	VALOR EN LIBROS
Equipo de computo	1.640,00	33,33	364,46	364,46	364,46	177,79	177,79	191,04
Impresora Punto de Venta	230,00	33,33	51,11	51,11	51,11	22,22	22,22	32,23
TOTAL	1.870,00		415,57	415,57	415,57	200,01	200,01	223,27

OTROS

ESPECIFICACIONES	VALOR	%	Dep año 1	Dep año 2	Dep. año 3	Dep. año 4	Depg. año 5	VALOR EN LIBROS
MUEBLES Y ENSERES	1.270,00	10,00	114,30	114,30	114,30	114,30	114,30	698,50
HERRAMIENTAS	340,00	20,00	54,40	54,40	54,40	54,40	54,40	68,00
EQUIPO DE COCINA	2.414,89	10,00	217,34	217,34	217,34	217,34	217,34	1.328,19
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.870,00	33,33	415,57	415,57	415,57	200,01	200,01	223,27
TOTAL	5.894,89		801,61	801,61	801,61	586,05	586,05	2.317,96

ANEXO N° 10
TABLA DE AMORTIZACIÓN

Monto del Préstamo	15.935,22
Tasa de Interés anual	0,11
Plazo del préstamo en años	5,00
Numero de pagos al año	12,00
Fecha inicial del préstamo	40.756,00
Entidad del Crédito	COOPMEGO

Nro. PAGOS SEMESTRALES	TASA ANUAL	DIVIDENDOS	INTERÉS	PAGO TOTAL	SALDO INICIAL	SALDO FINAL
1	11,23%	265,59	149,13	414,71	15.935,22	15.669,63
2	11,23%	265,59	146,64	412,23	15.669,63	15.404,05
3	11,23%	265,59	144,16	409,74	15.404,05	15.138,46
4	11,23%	265,59	141,67	407,26	15.138,46	14.872,87
5	11,23%	265,59	139,19	404,77	14.872,87	14.607,29
6	11,23%	265,59	136,70	402,29	14.607,29	14.341,70
7	11,23%	265,59	134,21	399,80	14.341,70	14.076,11
8	11,23%	265,59	131,73	397,32	14.076,11	13.810,52
9	11,23%	265,59	129,24	394,83	13.810,52	13.544,94
10	11,23%	265,59	126,76	392,35	13.544,94	13.279,35
11	11,23%	265,59	124,27	389,86	13.279,35	13.013,76
12	11,23%	265,59	121,79	387,37	13.013,76	12.748,18
13	11,23%	265,59	119,30	384,89	12.748,18	12.482,59
14	11,23%	265,59	116,82	382,40	12.482,59	12.217,00
15	11,23%	265,59	114,33	379,92	12.217,00	11.951,42
16	11,23%	265,59	111,85	377,43	11.951,42	11.685,83
17	11,23%	265,59	109,36	374,95	11.685,83	11.420,24
18	11,23%	265,59	106,87	372,46	11.420,24	11.154,65
19	11,23%	265,59	104,39	369,98	11.154,65	10.889,07
20	11,23%	265,59	101,90	367,49	10.889,07	10.623,48
21	11,23%	265,59	99,42	365,01	10.623,48	10.357,89
22	11,23%	265,59	96,93	362,52	10.357,89	10.092,31
23	11,23%	265,59	94,45	360,03	10.092,31	9.826,72
24	11,23%	265,59	91,96	357,55	9.826,72	9.561,13
25	11,23%	265,59	89,48	355,06	9.561,13	9.295,55
26	11,23%	265,59	86,99	352,58	9.295,55	9.029,96

27	11,23%	265,59	84,51	350,09	9.029,96	8.764,37
28	11,23%	265,59	82,02	347,61	8.764,37	8.498,78
29	11,23%	265,59	79,53	345,12	8.498,78	8.233,20
30	11,23%	265,59	77,05	342,64	8.233,20	7.967,61
31	11,23%	265,59	74,56	340,15	7.967,61	7.702,02
32	11,23%	265,59	72,08	337,67	7.702,02	7.436,44
33	11,23%	265,59	69,59	335,18	7.436,44	7.170,85
34	11,23%	265,59	67,11	332,69	7.170,85	6.905,26
35	11,23%	265,59	64,62	330,21	6.905,26	6.639,68
36	11,23%	265,59	62,14	327,72	6.639,68	6.374,09
37	11,23%	265,59	59,65	325,24	6.374,09	6.108,50
38	11,23%	265,59	57,17	322,75	6.108,50	5.842,91
39	11,23%	265,59	54,68	320,27	5.842,91	5.577,33
40	11,23%	265,59	52,19	317,78	5.577,33	5.311,74
41	11,23%	265,59	49,71	315,30	5.311,74	5.046,15
42	11,23%	265,59	47,22	312,81	5.046,15	4.780,57
43	11,23%	265,59	44,74	310,33	4.780,57	4.514,98
44	11,23%	265,59	42,25	307,84	4.514,98	4.249,39
45	11,23%	265,59	39,77	305,35	4.249,39	3.983,81
46	11,23%	265,59	37,28	302,87	3.983,81	3.718,22
47	11,23%	265,59	34,80	300,38	3.718,22	3.452,63
48	11,23%	265,59	32,31	297,90	3.452,63	3.187,04
49	11,23%	265,59	29,83	295,41	3.187,04	2.921,46
50	11,23%	265,59	27,34	292,93	2.921,46	2.655,87
51	11,23%	265,59	24,85	290,44	2.655,87	2.390,28
52	11,23%	265,59	22,37	287,96	2.390,28	2.124,70
53	11,23%	265,59	19,88	285,47	2.124,70	1.859,11
54	11,23%	265,59	17,40	282,99	1.859,11	1.593,52
55	11,23%	265,59	14,91	280,50	1.593,52	1.327,94
56	11,23%	265,59	12,43	278,01	1.327,94	1.062,35
57	11,23%	265,59	9,94	275,53	1.062,35	796,76
58	11,23%	265,59	7,46	273,04	796,76	531,17
59	11,23%	265,59	4,97	270,56	531,17	265,59
60	11,23%	265,59	2,49	268,07	265,59	0,00
			4548,38			

FUENTE: Investigación de campo.