



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL  
DE GUAYAQUIL**

**TESINA EN OPCION AL TITULO DE:**

**Ingeniería en comercio exterior  
Mención: negocios internacionales**

**Ingeniería en Administración  
Mención: Marketing y Ventas**

**TEMA:  
PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACION DE UNA SALA DE ENSAYO "ROCK  
AVENUE"**



**AUTORES:**

**Chong Mueckay Yehonala Isabel  
Parrales Lucio Hugo Tyrone**

**OCTUBRE 2011**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

## DEDICATORIA

### ***Yehonala:***

A mi esposo y mis dos bellos hijos, los pilares de mi vida.

A mis padres y hermanos, quienes siempre fueron mi apoyo y mis ganas de salir adelante para alcanzar este triunfo profesional.

A mis compañeros, en quienes encontré verdaderas amistades y que me brindaron su apoyo en el curso de mi carrera.

A mis maestros, de quienes obtuve conocimientos que de ahora en adelante enrumbarán mi carrera y desempeño laboral.

### ***Hugo:***

A mis padres, por su inmenso apoyo en todas mis épocas estudiantiles y por ser un pilar fundamental en mi vida desde siempre.

A mis hermanos, quienes siempre me han brindado su amor comprensión y ayuda.

A mi sobrina Luciana, la inocencia que da luz a mi vida.

A mis tías Teresa, Mercy, Adela y Martha y mi abuela Elizabeth, gracias por ser siempre una gran compañía y brindarme su cariño.

A mis amigos y compañeros en general.

A mis maestros, aquellos que nutrieron mis conocimientos para enfrentar el reto profesional que me espera.

A mi abuelo Cosme PARRALES (+) desde donde estés sé que siempre me cuidarás. Y muy muy en especial a mi amada Melissa, gracias por estar siempre conmigo.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la vida ...

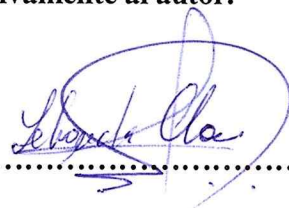
## DECLARACIÓN EXPRESA

“Por la presente declaro que esta propuesta es nuestro propio trabajo, y hasta donde sabemos y creemos, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, ni material que de una manera sustancial haya sido aceptado para el otorgamiento de premios de cualquier otro grado o diploma de la universidad o instituto de enseñanza superior, excepto donde se ha hecho reconocimiento debido del texto”

**Chong Mueckay Yehonala Isabel.**

**Parrales Lucio Hugo Tyrone.**

**La Responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenece exclusivamente al autor.**



**FIRMA DE LOS  
INTEGRANTES**



## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Capítulo I</b>	PAG.
	<b>Generalidades</b>	
1.1	Justificación del Negocio	1
1.2	Antecedentes del Servicio	2
	<b>Capítulo II</b>	
	<b>Antecedentes</b>	
2.1	Macroentorno del sector	4
2.1.1	Políticas y Leyes	4
2.1.2	Sector Bancario	5
2.1.3	Entorno Directo	5
2.2	Misión	7
2.3	Visión	7
2.4	Principios y Valores	7
2.4.1	Principios	7
2.4.2	Valores	8
2.5	Cultura Empresarial	8
2.6	Objetivos	8
2.6.1	Objetivos Generales	8
2.6.2	Objetivos Específicos	9
2.7	Análisis FODA	9
2.8	Cinco fuerzas de Porter	10
	<b>Capítulo III</b>	
	<b>Aspectos Socio-económicos</b>	
3.1	Análisis General del País	12
3.2	Producto Interno Bruto, Per- cápita e Inflación	13
3.3	Empleo, Subempleo y desempleo	14
3.4	Otros índices Económicos	14
	<b>Capítulo IV</b>	
	<b>Análisis de Mercado y Comercialización</b>	
4.1	Características del Mercado	15
4.2	Estructura de Mercado	15
4.3	Mercado Objetivo	16
4.3.1	Segmentación del Mercado	16
4.4	Análisis de la Demanda: Encuestas y Estadísticas.	17
4.4.1	Formulación de la Encuesta	18
4.4.2	Informe de las Encuestas	19
4.5	Análisis de la Oferta: Empresas y sus	23

	Competidores	
4.6	Plan de Marketing	24
4.6.1	Breve Introducción	24
4.6.2	Objetivo General	24
4.6.3	Objetivos Específicos	25
4.7	Estrategias de Marketing:	25
4.7.1	Precio	25
4.7.2	Producto (Servicio)	26
4.7.3	Promoción	28
4.7.4	Plaza	30
4.8	Matriz BCG	30

## **Capítulo V**

### **Estudio Organizacional**

5.1	Constitución del Negocio	31
5.2	Permisos y Patentes	32
5.3	Organigrama	33
5.4	Manual de Funciones	34
5.5	Cadena de Valor y Operaciones	34
5.6	Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente	35

## **Capítulo VI**

### **Ingeniería del Proyecto**

6.1	localización Geográfica del Proyecto	36
6.2	Inversión Inicial	36
6.3	Estado Financiero Anual	37
6.4	Estados Financieros Proyectados a Cinco años.	38
6.5	Punto de Equilibrio	40
6.6	Flujo de Efectivo: TIR y VAN	41

## **Capítulo VII**

### **Recomendaciones y Conclusiones**

7.1	Conclusiones	42
7.2	Recomendaciones	42
7.3	Anexos	43

## **Capítulo VIII**

### **Anexos**



**CAPÍTULO I**  
**GENERALIDADES**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAL DE GUATEMALA

## CAPITULO I

### 1. GENERALIDADES

#### 1.1 Justificación del negocio

**Idea principal:**

*“Una sala de ensayo para músicos, con instrumentos y sonido de excelente calidad, en un ambiente jovial, fresco y de sano esparcimiento, con precios módicos para todos.”*

En las culturas del mundo, las personas tenemos intrínseco la música, tanto es esto, que se dice, que llevamos la música por dentro.

Para quienes caminamos al ritmo del gran desarrollo mundial, llamado globalización, donde hemos transformado nuestra forma de vida en un constante ajetreo; hemos decidido proporcionar espacios donde poder encontramos con nuestro lado melodioso.

Brindar un servicio que cumpla las exigencias que demanda este mundo cambiante es el reto que tiene **PYLIT S.A.**

Es así que nace ROCK AVENUE, que consiste en varias salas acondicionadas con los diferentes instrumentos y equipos, con las más altas especificaciones del mercado.

Además de proveer a los ecuatorianos de lugares de ensayos, Rock Avenue ofrece clases de música a los interesados con profesionales del medio. Sin olvidar que proporcionamos fuentes de trabajo tratando de esta manera impulsar el desarrollo socio-económico del país.

Nuestro centro de operaciones es la ciudad de Guayaquil, perteneciente a la Provincia del Guayas.

En conclusión, es una sala de ensayo para músicos y amateurs, equipada con instrumentos y sonido de excelente calidad, con acústica correcta y ambiente climatizado, un lugar cómodo y propicio para la práctica musical en un ambiente jovial, fresco y de sano esparcimiento, con precios módicos para todos.



## **1.2 Antecedentes del servicio**

TEXTO DE LA ENCICLOPEDIA EN LINEA WIKIPEDIA

La Historia de la música es el estudio de las diferentes tradiciones en la música y su ordenación en el tiempo.

Dado que toda cultura conocida ha tenido alguna forma de manifestación musical, la Historia de la música abarca a todas las sociedades y épocas, y no se limita, como ha venido siendo habitual, a occidente, donde se ha utilizado la expresión historia de la música para referirse a la historia de lo que actualmente se denomina música docta (incorrectamente llamada música clásica).

La expresión de las emociones y las ideas a través de la música está estrechamente relacionado con todos los demás aspectos de esa misma cultura, como la organización política y económica, el desarrollo técnico, la actitud de los compositores y su relación con los oyentes, las ideas estéticas más generalizadas de cada comunidad, la visión acerca de la función del arte en la sociedad, así como las variantes biográficas de cada autor.

En su sentido más amplio, la música nace con el ser humano, y ya estaba presente, según algunos estudiosos, mucho antes de la extensión del ser humano por el planeta, hace más de 50.000 años.<sup>1</sup> Es por tanto una manifestación cultural universal.





Es poco lo que se sabe de la historia de la música ecuatoriana hasta antes del contacto con la cultura europea (1534), pero básicamente los ritmos tradicionales ecuatorianos presentan influencia autóctona (andino-amazónico), europea y africana.

La música en el Ecuador ha ido evolucionando a través de los tiempos, y en la actualidad los ritmos modernos foráneos como el techno, el rock o el pop, también han ido fusionándose con ritmos autóctonos incorporando instrumentos electrónicos al acompañamiento musical tradicional ecuatoriano (techno-sanjuanito o techno-pasacalle).

Los géneros musicales surgidos en el Ecuador tienen dos representantes reconocidos a nivel internacional: los pasillos y los sanjuanitos. Pero en realidad la música ecuatoriana es muy amplia y variada.

#### Instrumentos musicales ecuatorianos:

- Rondador de carrizo
- Rondador de canutos
- Pingullo
- Dulzainas
- Caja-Tambor
- Flauta para guagua
- Bocina de huarumo
- Caja de concha
- Bandolín



Las salas de ensayo en la ciudad de Guayaquil, tienen un renacimiento en el año 2006; año en el que se ve un notable surgimiento de salas de este tipo.

Mucho antes en los años 90, las salas de ensayo se encontraban en el sur de la ciudad de Guayaquil, lo que dificultaba el traslado de los músicos hacia este punto de la ciudad, dado que la mayoría de ellos vivían en el norte. Y debían conformarse con practicar en las cocheras de las casas.





**CAPÍTULO 2**  
**ANTECEDENTES**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAL DE GUATEMALA

## **CAPITULO II**

### **2. ANTECEDENTES**

#### **2.1 Macroentorno del sector**

##### **2.1.1 Políticas y Leyes**

###### **Leyes del sector petrolero**

La explotación petrolera en el Ecuador comenzó en la península de Santa Elena y para el primer cuarto del presente siglo ya efectuaba exportaciones.

Petroecuador constituye una de las empresas petroleras más grandes e importantes de América Latina ya pesar de tener problemas de financiamiento y administración es una empresa altamente eficiente según reportes de revistas especializadas en la materia.

Es importante analizar este sector puesto que nuestra economía se ve fundamentaba en el precio del barril, lo que implica que cualquier desequilibrio que pudiera darse en el mismo; afectaría sin lugar a duda a cada uno de los sectores productivos del país.

**Regulación arancelaria.-** esta regulación esta provista desde el año 2009, donde se incrementa aranceles a productos que compiten con la producción ecuatoriana; como son las guitarras acústicas manufacturadas en nuestro país, priori compraremos este producto, pero en otros casos se deberá usar producto importado.

Nos vemos apoyados por los organismos del estado que destinan presupuestos para el desarrollo de la cultura.

Los órganos del Sistema Institucional de la Cultura Ecuatoriana son:

El Consejo Nacional de Cultura;

La casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión";

El Instituto de Patrimonio Cultural.





**Ley de propiedad Intelectual.-** la protección del derecho de autor que recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad.

### **2.1.2 Sector bancario**

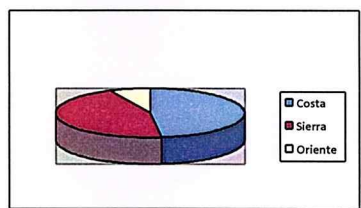
Tenemos una visión alentadora en cuanto al sector financiero, puesto que ha mantenido estables y fijas las tasas de interés; manteniendo una política de incentivos a los microempresarios con los créditos PYMES.

### **2.1.3 Entorno directo**

En la perla del Pacífico, este mercado se encuentra en su auge desde hace seis años; se encuentran operando un número de siete empresas registradas y conocidas en el medio. Lo que denotamos que es un mercado con altas posibilidades de ser rentable.

En esta parte del proyecto cabe recalcar un estudio social debido que parte de nuestro segmento meta son los jóvenes escolares y secundarios de la ciudad de Guayaquil. Identificamos entre estas instituciones 654 bandas de música de diferentes estilos, las cuales cuentan con sus instrumentos para el ensayo, pero no con un lugar adecuado y que les ofrezca la acústica deseada para envolver su sonido.

### **AUSENCIA DE PADRES EN EL HOGAR**



ESTADISTICAS TOMADAS DEL INEC

Estos datos son de suma importancia porque es una necesidad ya existente, por medio de la música los jóvenes que atraviesan esta problemática pueden expresar sus sentimientos y desarrollar destrezas emocionales sanas.



## PLANTELES EDUCATIVOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Este dato es importante para la determinación del porcentaje del segmento real. En la provincia 5.028 jardines, escuelas y colegios fiscales, municipales, particulares y fisco misionales. De los cuales 4484 pertenecen a la ciudad de Guayaquil. DATOS ESTADÍSTICOS INEC

## ACCESO A INTERNET

El estudio del acceso a internet es de consideración, ya que mediante este, se puede tomar clases de guitarras gratuitamente siguiendo las partituras que están cargadas en la web. Es así que encontramos que solo 116.698 personas tienen acceso a internet.

Otros datos:

Inflación educación preescolar 158,09

Inflación educación primaria 165,39

Inflación secundaria 16

FUENTE ESTADISTICA BASE DE DATOS INEC.



## **2.2 MISIÓN**

Brindar a la juventud y colectividad guayaquileña un lugar de sano esparcimiento y fomento de la práctica musical, con un servicio de calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de nuestros clientes, asegurando la rentabilidad de la empresa y la estabilidad de los trabajadores.

## **2.3 VISIÓN**

**PYLIT S.A.** con su producto **ROCK AVENUE**; en el año 2012 será una empresa que aporte de manera directa al rescate de la cultura y práctica de instrumentos musicales, sin olvidar el reconocimiento como una de las empresas más competitivas del mercado en la ciudad de Guayaquil.

## **2.4 PRINCIPIOS Y VALORES**

### **2.4.1 Principios**

**2.4.1.1 Principio de autonomía.**-Cada persona (adulto) posee el derecho irrenunciable a determinar y conducir su vida por sí mismo, y no se le puede privar de vivir una vida plena y auto determinada.

**2.4.1.2 Principio del cumplimiento;** damos la respuesta óptima teniendo en cuenta las expectativas de nuestros clientes.

**2.4.1.3 Principio de Integridad;** el otorgamiento de la palabra es un compromiso tácito y real.

**2.4.1.4 Principio de transparencia;** un transparente manejo de presupuestos contables y de la elaboración de proyectos.



## **2.4.2 Valores**

**2.4.2.1 Responsabilidad;** hacemos énfasis en este valor por que poseemos un alta grado de responsabilidad social, responsabilidad con nuestros clientes tanto interno como externo, responsabilidad ambiental.

**2.4.2.2 Ética;** todo lo concerniente a la buena moral.

**2.4.2.3 Excelencia;**nuestra mayor alegría será para todos nosotros descubrir lo bueno que podemos llegar a ser.

## **2.5 CulturaEmpresarial**

**PYLIT S.A**posee como bandera la ETICA, contemplando todo su amplio significado; apoyada con fuertes principios de integridad y excelencia sin olvidar el principio de humanidad.

Con un manejo transparente de cada uno de los procesos dentro y fuera de ROCK AVENUE, tolerando y respetando las individualidades de cada integrante de la empresa; creando de esta manera una atmosfera laboral óptima.

## **2.6 OBJETIVOS**

### **2.6.1 ObjetivosGenerales**

#### **2.6.1.1 ObjetivosGeneralescortoplazo**

Crear nuevas plazas de trabajo.

Despertar el interés de los posibles clientes por nuestras salas.

Propender al desarrollo socio-económico en el ámbito musical.

#### **2.6.1.2 ObjetivosGeneralesmedianoplazo**

Posicionar nuestros servicios en el mercado.

Crecer tecnológicamente.

Generar rentabilidad para todos quienes hacemos **PYLIT S.A.**





### **2.6.1.3 Objetivos Generales largo plazo**

Ser uno de los más reconocidos del mercado musical en la región.

Crear una fundación con apoyo y financiamiento internacional para el desarrollo a gran escala de proyectos culturales.

### **2.6.2 Objetivos Específicos**

Dar apertura a un estudio musical con una sala de ensayo y una sala para el estudio de guitarra acústica, en la ciudad de Guayaquil en el año 2012.

Promocionar el servicio con un mes de anticipación a su lanzamiento; basado en el plan de marketing.

Incrementar tecnología en un periodo de un año.

Apoderarnos del 5% de nuestro mercado meta dentro del primer semestre.

Competir directamente con nuestros homólogos (*Borkis Entertainment, VISIÓN DISTORSIÓN*), renovando en cada fase las estrategias.

## **2.7 ANÁLISIS FODA**

Perfil de Oportunidades y Amenazas

### **a. OPORTUNIDADES**

La gran demanda de bandas que existen en la ciudad.

La creciente oleada de expresión artística en la ciudad.

Importación de nuestros instrumentos se da a toda época del año.

### **b. AMENAZAS**

Todas las personas u organismos con capital y “contactos” que pueden tomar nuestra idea.

La poca aceptación.

La crisis económica nacional, y una sociedad como la nuestra que no resuelve problemas vitales.

Falta de una política de Estado y conciencia social sobre el trabajo musical



Perfil de Capacidades Internas.

### c. FORTALEZAS

EI KnowHow poseedor por quienes componen PYLIT S.A.

Los precios módicos

La buena calidad de sonido e instrumentación que se ofrecerá

Ubicación céntrica y cerca de todo

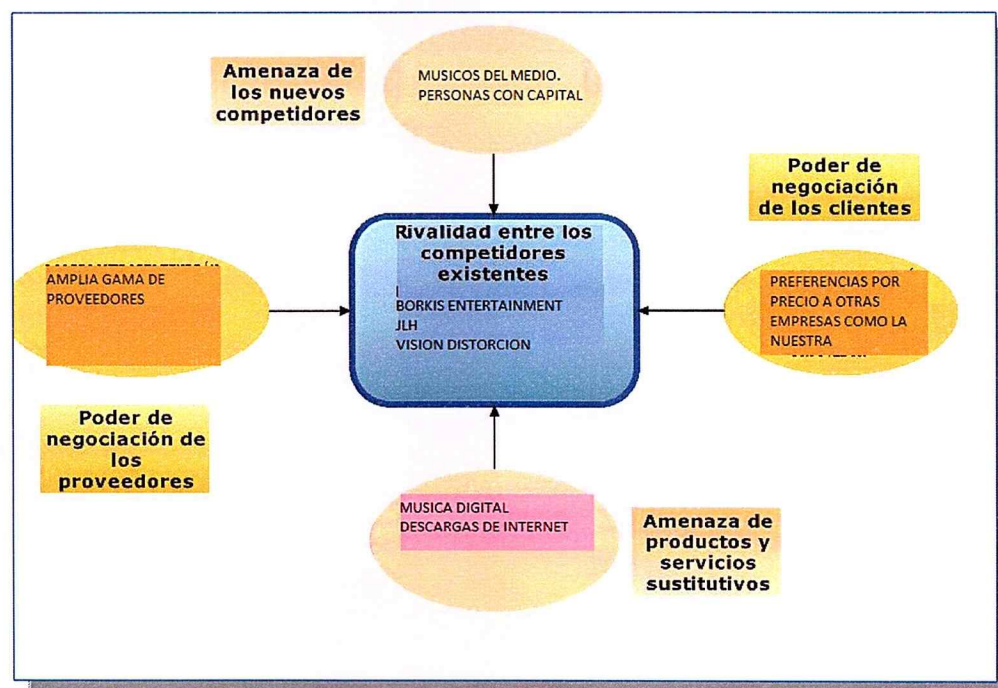
Alto número de proveedores.

### d. DEBILIDADES

Poca confianza de la Banca hacia nosotros, limitando el crédito.

Carencia económica para altos costos de inversión en publicidad y marketing.

## 2.8 CINCO FUERZAS DE PORTER



MICHAEL PORTER



## **ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER**

Podemos concluir que nuestras **barreras de entrada** son mínimas, por citar las cuotas arancelarias de productos importados como lo son las Guitarras y baterías; situación que es manejable por medio de estrategias de ventas. El poder de negociación en cuanto a los **proveedores**, es alto; es así que determinamos como nuestro proveedor principal es AUDIO PRO que no solo nos brinda los mejores precios sino que la garantía de un año de los mismos.

**Clientes**; un sector que crece al igual que el PIB apoyado por las políticas de gobierno que posee el actual, aportó en un 3% el crecimiento de matrículas escolares y secundarios, en que nos favorece esto, al tener mayor acceso a la educación y al reducir los costos de la misma hasta llegar a la gratuidad, los padres tendrán un ahorro marginal que lo podrán destinar a nuestros servicios.

La pequeña inversión necesaria hace que surjan empresas competidoras con facilidad, pero siempre estamos renovando en cada fase de nuestro ciclo, para agregar en cada paso un nuevo valor diferenciador.





**CAPÍTULO 3**  
**ASPECTOS SOCIO-ECONOMICO**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAS DE GUATEMALA



### CAPITULO III

### 3. ASPECTOS SOCIOECONOMICOS

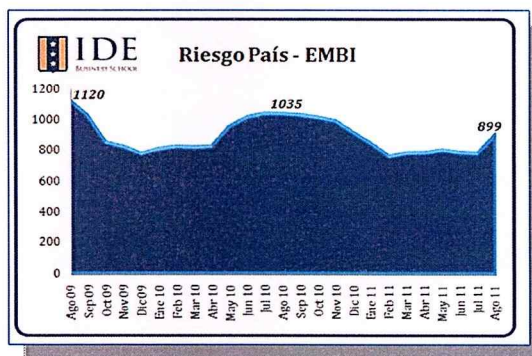
#### 3.1 Análisis general del país

El Ecuador cuenta con una población 14'483. 499 de habitantes, de los cuales el 77% corresponde a población menor de 40 años y una extensión territorial de 256.370 Km<sup>2</sup> , atravesado por la cordillera y la Línea Ecuatorial. Según fuente del INEC

La economía ecuatoriana fundamentada en la producción de petróleo; cuyo precio por barril está a la actualidad \$86.55, con una canasta vital familiar \$407.49, canasta básica familiar \$ 563. 75 y un salario real promedio de \$138.66; estas cifras dejan a la vista el grave problema adquisidor que atravesamos los ecuatorianos.

#### Análisis riesgo país

Este análisis incorpora variables económicas, políticas y financieras. Nuestro país transita por un periodo de excepción en la Función Judicial lo que hace que el riesgo país se vea incrementado en la actualidad en 899 puntos



Anexo 3.1.1



### 3.2 Producto Interno Bruto, Per- cápita e Inflación

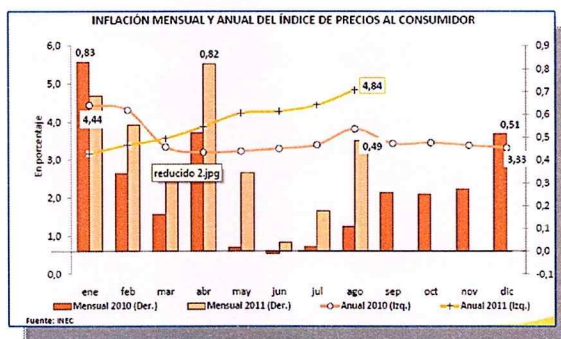
Ecuador responde a una economía pequeña y abierta, su PIB de \$871.932 millones de dólares, que para lo que va del 2011 experimenta una tasa de crecimiento de 2,4%.

Su PIB per cápita \$8122,97 dada a la alza, debiendo señalarse que el PIB per- cápita para el año 2008, era de apenas 3229 dólares.

La fuerza laboral se concentra fundamentalmente en el sector primario y terciario de la economía (82%); esto es, en la producción agropecuaria (32%), el comercio (26%) y en los servicios (24%). A nivel urbano, el 70% de la fuerza laboral se ubica en el sector terciario (servicios). La economía ecuatoriana ha tenido un limitado desempeño, agudizando los desequilibrios macroeconómicos y las disparidades sociales.

#### Inflación

Se presenta una alza de acuerdo al estudio realizado en años anteriores donde en el año 2008 el mes de diciembre cerró en 8.83% y en lo que va del año 2011 según el cierre del mes de agosto 4.89%, lo que nos indica que cada unidad de moneda alcanza para comprar más bienes y servicios, que en dicho año.



ANEXO 3.2

DATOS TOMADOS DEL BANCO CENTRAL



### **3.3 Empleo, Subempleo y desempleo**

Presentamos también un análisis de seguimiento referente a empleo, desempleo y subempleo donde siempre ha existido una cantidad considerable de personas sin empleo en el 2011 se presenta una variación 6.4% con desocupación; con **empleo** adecuado 45.6% y **subempleo** 46.7%

### **3.4 Otros índices económicos**

Balanza comercial FOB	57,017.18 MM Us
Exportaciones totales	28.094 MM Us
Importaciones totales	29.467 MM Us
Deuda pública y privada	5230.767 MM Us

En conclusión, nuestro país se considera uno de los países latinoamericano con alto riesgo de inversión, que a pesar de sus factores económicos en los tres años anteriores ha alcanzado una estabilidad económica.





**CAPÍTULO 4**  
**ANALISIS DE MERCADO Y**  
**COMERCIALIZACION**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
ESTADUNIDENSE DE GUATEMALA



## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN**

#### **4.1 Características del Mercado**

El sector servicios tiene un significativo porcentaje sobre el producto nacional bruto y tiene una proyección muy importante principalmente porque los servicios ya no son simplemente los instrumentos pasivos del sector industrial de la economía.

Si no que además de ser productivos representan la fuente de gran parte de la fuerza de ese mismo sector.

El mercado de las salas de ensayo, es un área que tiene poco años de ser reconocida y explotado, no es sino en el año 2006 que se da la apertura de la primera sala de ensayo. Este mercado es muy sensible al precio que se establece, pues que está en crecimiento, la competencia es muy agresiva y toma la estrategia de emulación.

En la actualidad, el gobierno nacional fomenta el área cultural y todas las ideas vinculadas con ella, mediante microcréditos otorgados por la banca.

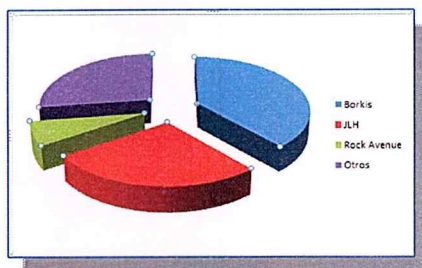
#### **4.2 Estructura de Mercado**

En nuestro mercado así como en todos tenemos nuestro lado formal e informal (70% y 30% respectivamente), la parte informal se da por la práctica casera en las cocheras, debido al factor económico. La práctica en cocheras no ha crecido en mayor porcentaje por la mala acústica que estas brindan a las bandas.

La parte formal de esta industria está liderada por Borkis y otras 6 escuelas reconocidas por los clientes en potencia. Cabe recalcar que el diagrama expuesto posteriormente está ponderado al 70% de lo que corresponde lo formal. Quedando nuestra pastel distribuido porcentualmente de la siguiente manera: 27% Borkis, 19% JLH, 19% otros y ROCK AVENUE con un 5%.



En nuestro medio, no poseemos datos estadísticos sobre esta industria, lo que nos lleva a realizar una investigación de primera mano, mediante encuestas a la ciudadanía guayaquileña que gira eterno a este ambiente.



### **4.3 Mercado Objetivo**

#### **4.3.1 Segmentación de Mercado**

Consideremos para nuestra primera segmentación el número de habitantes en la ciudad de Guayaquil, 2'350.915 en su área metropolitana.

Si consideramos el último censo poblacional realizado por el INEC, que determino que el 69.1% de la población ecuatoriana vive en la pobreza, que el 19.10% pertenece a la clase media baja, que solo el 6% a la media alta y que apenas el 4% de la población conforma la clase alta. La siguiente segmentación la realizaremos por las clases sociales, debido al poder adquisitivo de las mismas, consideramos tomar el 6 % de la población que representa a la clase media alta; 141.054,9 personas.

Analizando las características de nuestros servicios, va dirigido a hombres y mujeres a partir de los 15 años hasta 35 años. En conclusión, Nuestro mercado objetivo son los ciudadanos de Guayaquil entre 15 y 35 años; de clase media alta.



#### 4.4 Análisis de la demanda: Encuestas y Estadísticas

Al poseer como mercado objetivo a hombres y mujeres de 15 a 35 años de la ciudad de Guayaquil, y enfocándonos a los jóvenes estudiantes tenemos que 24.532 estudiantes de 502 escuelas fiscales, 1065 estudiantes de establecimientos particulares. Dentro del medio se encuentran 654 bandas de música pop, pop rock, rock y otros géneros.

Para calcular el tamaño muestral la fórmula que utilizaremos es:

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

Dónde:

- n = tamaño de la muestra
- z = Valor z para coeficiente de confianza (0.95) (Z = 1.96)
- N = Tamaño poblacional (25597)
- p = Probabilidad de éxito (p = 0.50)
- q = Probabilidad de fracaso (q = 0.50)
- E = Error máximo permitido (e = 0.05)

Realizada la operación matemática tenemos el siguiente resultado:

$$n = 87$$

Hemos decidido encuestar a 100 personas de la muestra arrojada por la fórmula.



#### **4.4.1 Formulación de la encuesta**

Modelo de la encuesta realizada

Sírvase contestar a las siguientes preguntas, en forma anónima. Estimamos que su respuesta será de mucha utilidad para la investigación que estamos realizando.

EDAD: \_\_\_\_\_ SEXO: FEM. \_\_\_\_\_ MASC. \_\_\_\_\_

- 1) ¿Conoce usted que en la ciudad de Guayaquil existen espacios acondicionados para la práctica de la música?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

- 2) ¿Con qué frecuencia a la semana irías a una sala de ensayo?

1-3 \_\_\_\_\_ 4-6 \_\_\_\_\_

- 3) A tu criterio, piensas que un servicio diferenciado como las clases dirigidas ayudara al fomento de la cultura musical.

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

- 4) A tu preferencia, ¿en qué horario te gustaría ensayar con tu banda?

Mañana \_\_\_\_\_ Tarde \_\_\_\_\_ Noche \_\_\_\_\_

- 5) A tu criterio, como calificas el servicio de las salas de ensayo a las que has asistido?

Excelente \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Pésimo \_\_\_\_\_





#### **4.4.2 Informe:**

##### **Tabulación de resultados.**

Las encuestas fueron realizadas dentro del perímetro urbano de la ciudad de la ciudad de Guayaquil, a una institución educativa fiscal y otra particular.

La tabulación de los resultados se realizó mediante una matriz de doble entrada, en donde se relacionan los datos de clasificación (sexo, edad) permitiendo relacionar cada alternativa en función de los datos de clasificación.

El conteo se realizó a través de una hoja electrónica, que permitió paralelamente representar por medio de gráficos los resultados obtenidos de cada interrogante.

##### **Análisis de los resultados.**

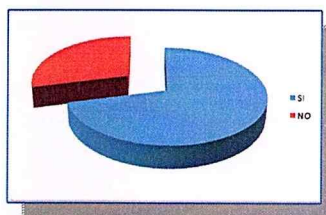
###### **Pregunta No 1**

¿Conoce usted que en la ciudad de Guayaquil existen espacios acondicionados para la práctica de la música?

###### **OBJETIVO DE LA PREGUNTA**

Medir el conocimiento de nuestros demandantes sobre el servicio que ofrecemos.

##### **REPRESENTACIÓN GRAFICA**



Interpretación:

De acuerdo al resultado obtenido se pudo determinar que el 71% de las personas encuestadas tienen conocimiento de las diferentes salas de ensayo.



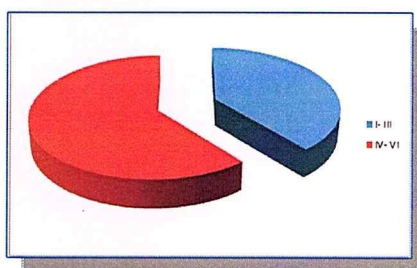
## Pregunta No 2

¿Con qué frecuencia a la semana irías a una sala de ensayo?

### OBJETIVO DE LA PREGUNTA

Medir la frecuencia de uso que tendrá Rock Avenue mediante el alquiler de sus espacios e instrumentos.

### REPRESENTACIÓN GRAFICA



Interpretación:

El 61% de las personas manifiestan que alquilarían las salas de ensayo de cuatro a seis veces semanal, lo que indica que existe una alta demanda de nuestro servicio.

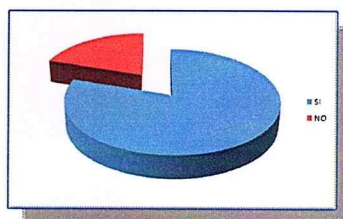
## Pregunta No 3

A tu criterio, piensas que un servicio diferenciado como las clases dirigidas ayudara al fomento de la cultura musical.

### OBJETIVO DE LA PREGUNTA

Determinar el rango de aceptación a nuestro valor agregado.

### REPRESENTACIÓN GRAFICA



Interpretación:

Según el resultado obtenido el 80% de las personas encuestadas prefiere el servicio personalizado.



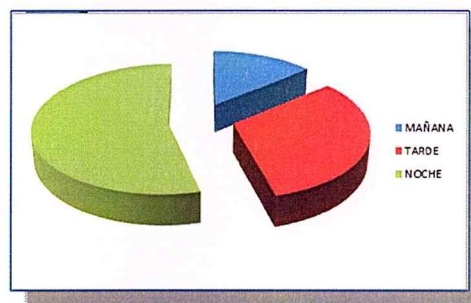
#### Pregunta No 4

A tu preferencia, ¿en qué horario te gustaría ensayar con tu banda?

#### OBJETIVO DE LA PREGUNTA

Establecer el horario en el cual representara para nosotros la mayor afluencia de clientes. Adicional tomamos este dato para determinar los horarios de la jornada en el cual están siendo subutilizadas las instalaciones de Rock Avenue.

#### REPRESENTACIÓN GRAFICA



#### Interpretación:

De 100 personas encuestadas el 54% de ellas señaló que el horario de su preferencia es en la noche. Realizando un estudio del porqué de este pico en la demanda, hallamos que se debe porque la mayoría de ellos se encuentran en diversas actividades en el transcurso del día (escuela, colegio, trabajo). Enfocaremos nuestros esfuerzos en realizar campañas de marketing para que no solo exista sobre demanda en el horario nocturno.



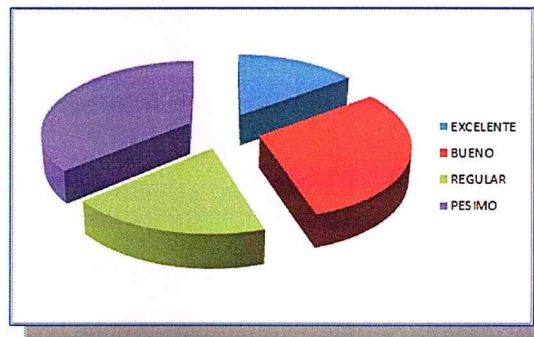
### Pregunta No 5

A tu criterio, ¿cómo calificas el servicio de las salas de ensayo a las que has asistido?

#### OBJETIVO DE LA PREGUNTA

Identificar el porcentaje de personas insatisfechas por el servicio de los competidores, detectando de esta forma nuestro potencial segmento de mercado.

#### REPRESENTACIÓN GRAFICA



Interpretación:

El 36% de los resultados obtenidos afirman que les gustaría una sala de ensayo con un óptimo sonido envolvente. Esta demanda insatisfecha es para nosotros una oportunidad para captar participación en el mercado.





#### **4.5 Análisis de la oferta: Empresa y sus Competidores.**

Así como la demanda se ha incrementado, por el auge de las bandas de música, en los diferentes géneros musicales; en el Puerto principal. No es un secreto que este segmento se ha vuelto muy atractivo para los inversionistas. Existen marcas reconocidas en Guayaquil: VISION DISTORSION, BORKIS ENTERTAINMENT, JLH.

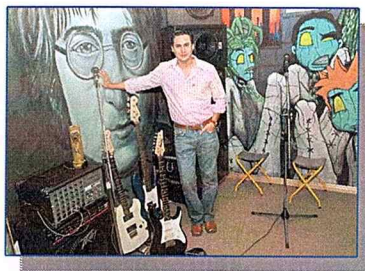
#### **VISIÓN DISTORSIÓN**

DIRECCION: Alborada, novena etapa, Mz. 28, villa 9.  
HORARIO: 10h00-23h00  
CONTACTO: Freddy Gómez, (09) 821-4074 / (09) 954-9750



#### **PRORECORDS**

DIRECCIÓN: Cdla. Guayaquil, Mz. 201, villa 1, frente al Grupo Nobis.  
HORARIO: 12h00-24h00  
CONTACTO: José Luis Vázquez (09) 790-5556 / 239-0109.



## **BORKIS ENTERTAINMENT**

DIRECCIÓN: Av. Alejandro Andrade C. N° 15  
HORARIO: 10h00-13h00 / 15h00-22h00  
CONTACTO: José Luis Bohórquez 239-8430/ 269-3206



Nuestros competidores directos existentes ofrecen el servicio de alquiler de las salas de ensayo y la grabación de un demo.

### **4.6 Plan de Marketing**

#### **4.6.1 Breve introducción**

Nuestra prioridad es ingresar al mercado pensando en el mediano y largo plazo; creando lazos con nuestros clientes, y a la vez servir de modelo para nuestros competidores. En base a estas metas, consideramos muy imprescindible establecer un sólido Plan de Marketing.

El mismo que no solo nos ayudara a ingresar al mercado sino que también ha establecemos en el mercado mediante la captación de clientes aplicando el posicionamiento en la mente de manera que nuestros clientes nos ubiquen en la primera opción.

#### **4.6.2 Objetivo General**

Captar un 5% de participación del medio musical.

Posicionar nuestros servicios de alquiler de sala de ensayo, clases de guitarra acústica, con respecto al de la competencia.

Posicionar Rock Avenue en la mente de nuestros clientes.



#### **4.6.3 Objetivos Específicos**

Brindar una imagen de confiabilidad, demostrando que en todos quienes hacemos Rock Avenue existe el compromiso de brindar el mejor servicio, satisfaciendo las necesidades y expectativas del cliente.

Planear el crecimiento de ventas o en nuestro caso en el uso del servicio en un porcentaje igual o mayor a la inflación actual.

Desarrollar campañas de promociones, con un intervalo de 6 meses, creando fidelidad por parte de nuestros clientes hacia nosotros.

Cubrir y satisfacer la demanda de clientes.

Incluir valores agregados a nuestros servicios para ser más atractivos al uso. Ejemplo: presentaciones en vivo de los alumnos en patios de los diferentes colegios.

#### **4.7 Estrategias de Marketing: Precio, Producto, Promoción y Plaza**

##### **4.7.1 PRECIO**

Nuestra empresa al ofrecer un servicio consideramos como costo de servicios los costos fijos, y costos variable el cambio o mantenimiento de los instrumentos (cuerdas para las guitarra que deben ser cambiadas cada mes y los parches de batería cada seis meses).

Es así, que considerando los costos de producir nuestro servicio llegamos al precio de \$8, 00 dólares americanos por hora de alquiler.





#### 4.7.2 PRODUCTO (SERVICIO)

##### Características del producto.

Excelente salas de ensayos equipados con las mejores marcas reconocidas dentro del medio de la música como lo son: Gibson, Fender, Pearl, entre otras.

Cada una de nuestras salas están climatizadas, consta con la amplificación de la más alta calidad, condicionadas con la acústica óptima, iluminación adecuada para las necesidades, con salas de las dimensiones: 2 salas de 5x6m-5x5m.



##### Adecuación de las salas

###### SALA N. 1                      Dimensiones: 5x6m

- 1 Guitarra gibson les paulstudioblackbeauty
- 1 Guitarra fenderstratocasterhssamerican series
- 1 Bajo fenderprecisionbassamerican
- 1 Guitarra electroacústicatakaminemade in japan g300
- 1 Amplificador fenderacoustic 50watts
- 2 Amplificadores de guitarra laney lv100 100watts con gabinete 4
- 1 Amplificador de bajo markbasscon cabezal y gabinete 2x10
- 1 Bateríapearl completa
- 1 Caja amplificadora peavey para micrófonos de la batería
- 3 Micrófonospara voz con pedestal shure
- 3 Micrófonos para bateríashure
- 2 Pedaleras boss me50 multiefectos digital
- 2 Pedaleras bossmultiefectos para bajo





2 Adaptadores boss 12v para pedaleras serie me

1 Aire acondicionado

**SALA N. 2 CLASES**                      **Dimensiones: 5x5m**

10 Bancos largos marca Pika

11 Guitarras acústicas de producción nacional

1 Escritorio para el profesor

1 Pizarra magnética

3 Marcadores acrílicos de diferentes colores: negro, azul y rojo

Aire acondicionado

**RECEPCION**

1 Violín 1/2

1 Escritorio

1 Computadora

1 Sofá

1 Alfombra

1 Teléfono Panasonic

1 Silla ejecutiva

2 Sillas de espera

En este ambiente se desarrollaran las clases personalizadas de Guitarra Acústica de producción nacional, con profesionales del medio. Y el uso de la sala de ensayo, adecuada con las mejores marcas de instrumentos y con el revestimiento apropiado para brindar un sonido envolvente superior.

ROCK AVENUE, en su horario de atención de 9 h 00 de la mañana hasta el cierre 22 h 00, se preocupara que en todo momento el cliente este satisfecho.



### 4.6.3 PROMOCIÓN

Dentro de la promoción de ROCK AVENUE debemos recalcar nuestro logotipo, el mismo que será el que los clientes recuerden.



Presentamos a continuación estrategias de marketing que nos llevarán a posicionarnos:

MES	DESCRIPCION	ESTRATEGIAS
Noviembre Diciembre 2011	Durante estos meses nos tomara adecuar ROCK AVENUE. En el mes de diciembre promocionaremos la empresa.	Repartir hojas volantes en las escuelas, colegios dentro del perímetro urbano de Guayaquil. crear una cuenta en una red social para la promoción de inicio En los planteles escogidos, llevaremos como demostración un demo que consta en dos piezas musicales.
Enero	Apertura de ROCK AVENUE	Repartir hojas volantes cerca de los alrededores de la empresa. Únicamente por el mes de inauguración, ofrecer un descuentos del 10% en la cuota de inscripción de las clases de Guitarra acústica.
Febrero Marzo Abril	Cursos vacacionales	Apertura de los cursos vacacionales, en los horarios matutinos y vespertinos. Al finalizar los cursos vacacionales, ofrecer un concierto para el cierre en un área al aire libre por donde transite gran cantidad de





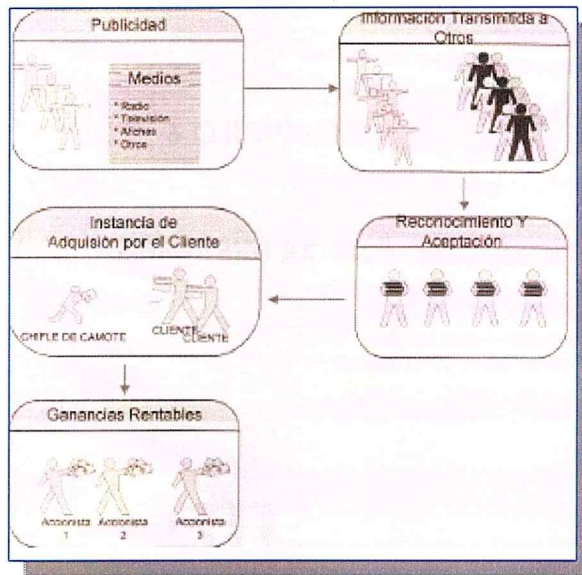
		<p>personas para que se dé a conocer la labor.</p> <p>Teniendo presente que estos meses son libres para los colegios. Organizar un concurso entre bandas. Otorgando como primer premio 6 horas a la semana de uso de la sala de ensayo por un mes, completamente gratis</p>
<p>Mayo Junio julio</p>	<p>Promociones y descuentos</p>	<p>Dirigir mi publicidad a las personas de 21 a 35 años, visitando universidades, para captar este segmento de mi mercado.</p> <p>En el mes de junio organizar una especie de juego de lotería completamente gratis donde se obsequie el 50% de una beca para estudia Guitarra acústica por tres meses.</p> <p>Dar a conocer en julio a los cinco ganadores del juego de lotería iniciado en junio.</p>
<p>Agosto Septiembre octubre</p>	<p>Publicitar en redes sociales sin costo la nueva propuesta</p>	<p>Iniciar un evento en una red social, para el lanzamiento de una tarjeta de cliente frecuente.</p> <p>Cliente frecuente iniciara una tabla en la que constaran 80 casilleros, que representara el número de veces que nos visite.</p> <p>Se obsequiara una guitarra acústica de fabricación nacional.</p>
<p>Noviembre Diciembre</p>	<p>Época de retroalimentación de las estrategias establecidas durante el año.</p>	<p>Diseño del nuevo plan de marketing para el 2013</p>





#### 4.7.4 PLAZA (CANAL DE DISTRIBUCION)

Cabe recalcar que nuestra mejor distribución será la que se realiza de boca en boca de parte de los clientes satisfechos por nuestros servicios.



#### 4.8 MATRIZ BCG



Nuestro servicio se encuentra posicionado en el cuadrante de la **estrella** puesto que nuestro se halla en un mercado con un crecimiento alto, por todas las políticas de apoyo que brinda el gobierno nacional a la práctica de la cultura.







**CAPÍTULO 5**  
**ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAL DE GUAYMAS

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **5.1. Constitución del Negocio**

##### **CONTITUCION DE LA EMPRESA**

En la ciudad de Guayaquil, a los ocho días del mes de octubre del 2011. En reunión extraordinaria se reúnen Chong Mueckay Yehonala Isabel y PARRALES Lucio Hugo Tyrone para conformar PYLIT SA sociedad anónima, ambos en calidad de accionistas, cuyo capital inicial por cada accionista es de \$2.000 dólares americanos por parte de la compareciente Chong Mueckay Yehonala; y por parte del señor PARRALES Lucio Hugo la aportación de un local propio valorado en \$40.000 dólares y \$2.000 dólares en efectivo; en acciones ordinarias y normativas.

Teniendo el derecho de participar en los beneficios así como en la obligación de responsabilizarse por pérdidas de la sociedad anónima hasta el límite de su aportación.

Este capital estaría representado por acciones, que son títulos que confieren a su propietario la cualidad de socio accionista y el derecho de participación alícuota de decisiones y utilidades de la compañía.

Estando en total acuerdo cada una de las partes queda conformada dicha empresa.



## **5.2. Permisos y Patentes**

### **5.2.1 Permiso de funcionamiento:**

Solicitud al director del departamento de higiene municipal, en especie valorada.

Copia del registro de la superintendencia de compañías

RUC

Pago del impuesto Predial

### **5.2.2 Permiso de cuerpo de bomberos:**

Nombre del local

Nombre del propietario

Dirección

Factura del extintor (mínimo 5 libras para el área de 25 metros)

### **5.2. Requisitos para la cámara de comercio:**

Copia de la Matricula de Comercio. (En caso de no tener la CCG puede realizar su trámite sin costo alguno).

Copia del RUC.

Solicitud para nuevo socio CCG (requiere Adobe Reader o lector PDF).

Formulario de seguro por Muerte Accidental.



### 5.3 Organigrama



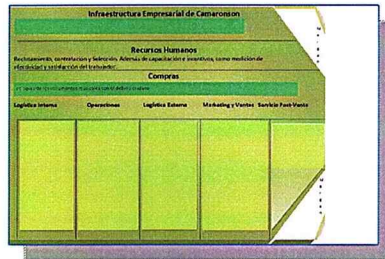
### 5.4 Manual de Funciones

MODULO	NOMBRE	DESCRIPCION
0000	ACCIONISTAS	Representan todas las personas que han decidido participar dentro del proyecto.
0001	GERENTE GENERAL	Dentro del nivel, se designa a una persona entre los accionistas. Yehonala Chong
1000	DEPARTAMENTO FINANCIERO	Encargado de manejar la parte financiera de la empresa con ayuda de subdepartamentos como contabilidad y presupuestos.
2000	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	Se encargara de la parte de recursos humanos y servicio al cliente, del manejo de la cita de los proveedores, beneficios de los empleados.
3000	DEPARTAMENTO DE MARKETING	Encargado de expandir el servicio y del incremento de ventas, mediante planes estratégicos de publicidad.
4000	OPERACIONES	Se encarga de presentar un informe semanal del funcionamiento de los instrumentos





## 5.5 Cadena de Valor y Operaciones



Como se muestra en la figura a medida que avanzamos de izquierda a derecha más valor le estamos agregando de nuestro servicio. Por lo tanto la tarea de nuestra empresa es determinar los costos y eficiencias de cada una de estas tareas y buscar siempre que sea posible una mejora en los procesos de forma tal de incrementar el valor al cliente.

Para incrementar el valor al cliente debemos incrementar el valor de las actividades primarias, es decir mejorar nuestra logística de abastecimiento, nuestros procesos operacionales, ventas, etc., de forma tal que los mismos resulten más eficientes. O reducir el costo de las actividades secundarias.



## **5.6 Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente.**

**PYLIT S.A.**, mantiene una seria responsabilidad con el medio ambiente Tanto es así, que hemos reemplazado los revestimientos acústicos de las paredes comunes que son elaborados a base de derivados del petróleo, por aquellos más amigables con el ambiente, siendo estos de balsa sin afectar el sonido envolvente.

Apoyar campañas enfocadas a cuidar el entorno que nos rodea, mediante el aporte artístico de nuestros profesionales en dichas campañas.

### **NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Esta sociedad debe ser fortalecida en valores y principios y que mejor propuesta es hacerlo por la práctica de la música sana. Mi enfoque en este ámbito social son aquellos niños que tienen uno o dos de sus padres en el extranjero, en escuelas fiscales hallar aquel niño que identificamos en el las habilidades y destrezas para la entonación de instrumento musical. Enfocándonos en su lado musical y armonioso, evitando de esta manera que se pierda en el rencor.





**CAPÍTULO 6**  
**INGENIERIA DEL PROYECTO**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESA DE GUAYMAS



## CAPITULO VI

### INGENIERIA DEL PROYECTO

#### 6.1 Localización geográfica – dibujo



**ROCK AVENUE** se encuentra en la ciudad de Guayaquil, provincia Guayas, dentro del perímetro urbano, en una zona céntrica y de mucho movimiento, en la reconocida calle Nueve de Octubre y García Avilés, número 931

#### 6.2 Inversión Inicial

Nuestra inversión inicial es de **\$ 61.374,90** dólares americanos. Sírvase observar el detallado de la inversión inicial en el anexo 6.2 La aportación se detalla a continuación.

DETALLE DEL FINANCIAMIENTO	
CONCEPTO	IMPORTE
Préstamos a largo plazo	\$17.374,90
Aporte de Capital	\$44.000,00
<b>TOTAL MONTO A CUBRIR</b>	<b>\$61.374,90</b>





### 6.3 Estado Financiero Anual

PYLIT S.A.													
FLUJO DE CAJA O EFECTIVO													
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>													
Ventas totales	\$ 0.00	\$ 4,704.00	\$ 4,733.05	\$ 4,747.65	\$ 4,762.28	\$ 4,776.97	\$ 4,791.70	\$ 4,806.47	\$ 4,821.29	\$ 4,836.16	\$ 4,851.07	\$ 4,866.03	\$ 57,415.17
<b>Total Ingresos Operacionales (A)</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 4,704.00</b>	<b>\$ 4,733.05</b>	<b>\$ 4,747.65</b>	<b>\$ 4,762.28</b>	<b>\$ 4,776.97</b>	<b>\$ 4,791.70</b>	<b>\$ 4,806.47</b>	<b>\$ 4,821.29</b>	<b>\$ 4,836.16</b>	<b>\$ 4,851.07</b>	<b>\$ 4,866.03</b>	<b>\$ 574,151.7</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>													
<b>GASTO EN REMUNERACION</b>													
Gerente General	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 3,300.40	\$ 39,604.80
Gerente de Operaciones	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 9,000.00
Jefe de Contabilidad	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 5,232.00
Profesor	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 436.00	\$ 5,232.00
Guarda Seguridad	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 316.40	\$ 3,796.80
Secretaria Recepcionista	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 3,576.00
Mensajero	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 298.00	\$ 3,576.00
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 300.00</b>	<b>\$ 260.89</b>	<b>\$ 261.78</b>	<b>\$ 262.68</b>	<b>\$ 263.58</b>	<b>\$ 264.48</b>	<b>\$ 265.39</b>	<b>\$ 266.30</b>	<b>\$ 267.21</b>	<b>\$ 268.13</b>	<b>\$ 269.04</b>	<b>\$ 269.96</b>	<b>\$ 3,179.45</b>
Servicios Básicos	\$ 80.00	\$ 80.27	\$ 80.55	\$ 80.82	\$ 81.10	\$ 81.38	\$ 81.66	\$ 81.94	\$ 82.22	\$ 82.50	\$ 82.78	\$ 83.07	\$ 978.29
Telecomunicaciones	\$ 80.00	\$ 80.27	\$ 80.55	\$ 80.82	\$ 81.10	\$ 81.38	\$ 81.66	\$ 81.94	\$ 82.22	\$ 82.50	\$ 82.78	\$ 83.07	\$ 978.29
Viveres y Productos de Limpieza	\$ 30.00	\$ 30.21	\$ 30.41	\$ 30.62	\$ 30.83	\$ 31.04	\$ 31.25	\$ 31.46	\$ 31.67	\$ 31.88	\$ 32.09	\$ 32.30	\$ 386.86
Publicidad y Propaganda	\$ 70.00	\$ 70.24	\$ 70.48	\$ 70.72	\$ 70.96	\$ 71.21	\$ 71.45	\$ 71.70	\$ 71.94	\$ 72.19	\$ 72.43	\$ 72.68	\$ 865.00
<b>INVERSION INICIAL</b>													
Muebles de Oficina	\$ 20,894.90												
Equipos de Oficina	\$ 155.00												
Equipos de Computación	\$ 1,000.00												
Instrumentos Musicales	\$ 455.90												
Gastos de Constitución	\$ 630.00												
<b>DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>													
<b>Total de Egresos Operacionales (B)</b>	<b>\$ 21,374.90</b>	<b>\$ 3,921.28</b>	<b>\$ 3,922.18</b>	<b>\$ 3,923.07</b>	<b>\$ 3,923.97</b>	<b>\$ 3,924.86</b>	<b>\$ 3,925.76</b>	<b>\$ 3,926.65</b>	<b>\$ 3,927.52</b>	<b>\$ 3,928.42</b>	<b>\$ 3,929.31</b>	<b>\$ 3,930.20</b>	<b>\$ 47,104.16</b>
<b>RESULTADO OPERACIONAL (C)</b>	<b>\$ 783.61</b>	<b>\$ 797.22</b>	<b>\$ 810.88</b>	<b>\$ 824.57</b>	<b>\$ 838.31</b>	<b>\$ 852.09</b>	<b>\$ 865.92</b>	<b>\$ 879.78</b>	<b>\$ 893.69</b>	<b>\$ 907.64</b>	<b>\$ 921.63</b>	<b>\$ 935.67</b>	<b>\$ 10,311.01</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>													
Financiamiento de Proyecto	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 359.99	\$ 4,319.91
<b>DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>													
<b>Total de Ingresos No Operacionales (D)</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 359.99</b>	<b>\$ 4,319.91</b>
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>													
Efectivo utilizado en actividad de Financiamiento	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 544.47	\$ 6,533.59
PAGOS PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 154.17	\$ 156.64	\$ 159.12	\$ 161.60	\$ 164.10	\$ 166.61	\$ 169.13	\$ 171.65	\$ 174.19	\$ 176.73	\$ 179.28	\$ 181.83	\$ 2,015.07
Pago de Impuesto al Estado	\$ 218.40	\$ 219.90	\$ 221.41	\$ 222.94	\$ 224.48	\$ 226.03	\$ 227.57	\$ 229.11	\$ 230.67	\$ 232.21	\$ 233.77	\$ 235.31	\$ 2,864.68
<b>Total de Egresos No Operacionales (E)</b>	<b>\$ 917.03</b>	<b>\$ 924.00</b>	<b>\$ 929.00</b>	<b>\$ 935.01</b>	<b>\$ 941.05</b>	<b>\$ 947.11</b>	<b>\$ 953.19</b>	<b>\$ 959.29</b>	<b>\$ 965.42</b>	<b>\$ 971.57</b>	<b>\$ 977.74</b>	<b>\$ 983.94</b>	<b>\$ 11,403.34</b>
<b>TOTAL FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 2,060.63</b>	<b>\$ 2,099.86</b>	<b>\$ 2,119.58</b>	<b>\$ 2,139.35</b>	<b>\$ 2,159.10</b>	<b>\$ 2,178.93</b>	<b>\$ 2,198.07</b>	<b>\$ 2,217.40</b>	<b>\$ 2,236.20</b>	<b>\$ 2,255.37</b>	<b>\$ 2,274.60</b>	<b>\$ 26,034.26</b>
<b>Saldo Acumulado</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 2,060.63</b>	<b>\$ 6,490.71</b>	<b>\$ 11,068.57</b>	<b>\$ 15,807.92</b>	<b>\$ 20,607.27</b>	<b>\$ 25,416.20</b>	<b>\$ 30,234.73</b>	<b>\$ 35,062.13</b>	<b>\$ 39,899.53</b>	<b>\$ 44,746.93</b>	<b>\$ 49,604.36</b>	<b>\$ 267,034.26</b>

¡¡¡ para tu música... !!

6.4 Estados Financieros Proyectados a 5 años

PYLIT S.A.						
FLUJO DE CAJAO EFECTIVO						
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ventas totales	\$ 57.415,17	\$ 59.539,53	\$ 61.742,50	\$ 64.026,97	\$ 66.395,97	
<b>Total Ingresos Operacionales (A)</b>	<b>\$ 57.415,17</b>	<b>\$ 59.539,53</b>	<b>\$ 61.742,50</b>	<b>\$ 64.026,97</b>	<b>\$ 66.395,97</b>	
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
<b>GASTO EN REMUNERACION</b>	<b>\$ 39.604,80</b>	<b>\$ 41.232,56</b>	<b>\$ 42.927,22</b>	<b>\$ 44.691,52</b>	<b>\$ 46.528,35</b>	
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 3.179,45</b>	<b>\$ 3.310,12</b>	<b>\$ 3.446,17</b>	<b>\$ 3.587,81</b>	<b>\$ 3.735,27</b>	
Servicios Basicos	\$ 978,29	\$ 1.018,50	\$ 1.060,36	\$ 1.103,94	\$ 1.149,31	
Telecomunicaciones	\$ 978,29	\$ 1.018,50	\$ 1.060,36	\$ 1.103,94	\$ 1.149,31	
Viveres y Productos de Limpieza	\$ 366,86	\$ 381,94	\$ 397,64	\$ 413,98	\$ 430,99	
Publicidad y Propaganda	\$ 856,01	\$ 891,19	\$ 927,82	\$ 965,95	\$ 1.005,65	
Mantenimiento	\$ 336,00					
<b>DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>	<b>\$ 4.319,91</b>	<b>\$ 4.319,91</b>	<b>\$ 4.319,91</b>	<b>\$ 206,95</b>	<b>\$ 206,95</b>	
<b>Total de Egresos Operacionales (B)</b>	<b>\$ 47.104,16</b>	<b>\$ 48.862,59</b>	<b>\$ 50.693,30</b>	<b>\$ 48.486,28</b>	<b>\$ 50.470,56</b>	
<b>RESULTADO OPERACIONAL (C)</b>	<b>\$ 10.311,01</b>	<b>\$ 10.676,94</b>	<b>\$ 11.049,20</b>	<b>\$ 15.540,69</b>	<b>\$ 15.925,41</b>	
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Financiamiento de Proyecto						
DEPRECIACION Y AMORTIZACION						
<b>Total de Ingresos No Operacionales (D)</b>	<b>\$ 4.319,91</b>	<b>\$ 4.319,91</b>	<b>\$ 4.319,91</b>	<b>\$ 206,95</b>	<b>\$ 206,95</b>	
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Efectivo utilizado en actividad de Financiamiento	\$ 6.533,59	\$ 6.533,59	\$ 6.533,59	-	-	
PAGOS PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 2.015,07	\$ 2.136,40	\$ 2.264,19	\$ 2.362,15	\$ 2.419,85	
PAGOS IMPUESTOS	\$ 2.854,68	\$ 3.560,66	\$ 3.773,64	\$ 3.936,91	\$ 4.033,09	
<b>Total de Egresos No Operacionales (E)</b>	<b>\$ 11.403,34</b>	<b>\$ 12.230,65</b>	<b>\$ 12.571,43</b>	<b>\$ 6.299,05</b>	<b>\$ 6.452,94</b>	
<b>TOTAL FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 3.227,58</b>	<b>\$ 2.766,20</b>	<b>\$ 2.797,68</b>	<b>\$ 9.448,58</b>	<b>\$ 9.679,41</b>	



**PYLIT S.A.**

FLUJO DE CAJAO EFECTIVO						
Detalle	0	2012	2013	2014	2015	2016
<b>INGRESOS</b>						
CONTADO		\$ 57.415,17	\$ 59.539,53	\$ 61.742,50	\$ 64.026,97	\$ 66.395,97
<b>TOTAL INGRESOS POR OPERACIÓN</b>		<b>\$ 57.415,17</b>	<b>\$ 59.539,53</b>	<b>\$ 61.742,50</b>	<b>\$ 64.026,97</b>	<b>\$ 66.395,97</b>
<b>EGRESOS</b>						
GASTO EN REMUNERACION		\$ 39.604,80	\$ 41.232,56	\$ 42.927,22	\$ 44.691,52	\$ 46.528,35
GASTOS GENERALES		\$ 3.179,45	\$ 3.310,12	\$ 3.446,17	\$ 3.587,81	\$ 3.735,27
GASTOS INTERES		\$ 1.197,14	\$ 754,22	\$ 274,53	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$ 43.981,39</b>	<b>\$ 45.296,90</b>	<b>\$ 46.647,92</b>	<b>\$ 48.279,33</b>	<b>\$ 50.263,61</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 13.433,78</b>	<b>\$ 14.242,64</b>	<b>\$ 15.094,58</b>	<b>\$ 15.747,64</b>	<b>\$ 16.132,35</b>
PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ 2.015,07	\$ 2.136,40	\$ 2.264,19	\$ 2.362,15	\$ 2.419,85
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 3.358,45	\$ 3.560,66	\$ 3.773,64	\$ 3.936,91	\$ 4.033,09
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>(\$ 21.374,90)</b>	<b>\$ 8.545,58</b>	<b>\$ 9.056,75</b>	<b>\$ 9.448,58</b>	<b>\$ 9.679,41</b>

PYLIT S.A.						
BALANCE GENERAL PROYECTADO						
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 380,00</b>	<b>\$ 2.766,20</b>	<b>\$ 2.797,68</b>	<b>\$ 9.448,58</b>	<b>\$ 9.679,41</b>	
Caja Bancos	\$ 380,00	\$ 2.766,20	\$ 2.797,68	\$ 9.448,58	\$ 9.679,41	
<b>ACTIVO FJO</b>	<b>\$ 59.909,00</b>	<b>\$ 55.778,09</b>	<b>\$ 51.647,18</b>	<b>\$ 47.516,27</b>	<b>\$ 43.385,35</b>	
Muebles de Oficina	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	
Equipos de Oficina	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 155,00	
Equipos de Computación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Instrumentos Musicales	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	
Inmuebles	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	
(-) Depreciacion	\$ 0,00	\$ 4.130,91	\$ 8.261,82	\$ 12.392,74	\$ 16.523,65	
<b>Otros Activos (de limpieza en general)</b>	<b>\$ 1.085,90</b>	<b>\$ 441,00</b>	<b>\$ 252,00</b>	<b>\$ 63,00</b>	<b>\$ 614,65</b>	
Suministros de Oficina	\$ 455,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 614,65	
Gastos de constitucion	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 441,00	\$ 252,00		
(-)Amortizacion	\$ 0,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 61.374,90</b>	<b>\$ 58.985,29</b>	<b>\$ 54.696,86</b>	<b>\$ 57.027,85</b>	<b>\$ 53.679,41</b>	
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 17.374,90</b>	<b>\$ 12.038,44</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	
Prestamo Bancario	\$ 17.374,90	\$ 12.038,44				
<b>PATRIMONIO</b>						
<b>Capital Social</b>	<b>\$ 44.000,00</b>	<b>\$ 52.060,27</b>	<b>\$ 54.670,22</b>	<b>\$ 57.027,85</b>	<b>\$ 53.679,41</b>	
CAPITAL SOCIAL	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 8.060,27	\$ 8.545,58	\$ 9.056,75	\$ 9.448,58	\$ 9.679,41	
RESERVAS	\$ 0,00	\$ 129,41	\$ 1.613,48	\$ 3.579,27	\$ 0,00	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 61.374,90</b>	<b>\$ 58.934,06</b>	<b>\$ 54.670,22</b>	<b>\$ 57.027,85</b>	<b>\$ 53.679,41</b>	



### 6.5 Punto de Equilibrio

Nuestro punto de equilibrio es de \$2111, lo que nos representa en número de alquiler de la salade 96 veces por mes. Y un total de alumnos en las clases de 30.

### 6.6 Flujo de Efectivo, TIR y VAN

TIR	30%
VAN	\$ 30.403,17

Nuestro costo de oportunidad, medido en el índice financiero VAN nos indicó que la inversión realizada es la adecuada, sin un riesgo específico

La tasa de riesgo del accionista es de **13,97%**

Comparando nuestro riesgo asumido con la TIR de 30% nos dice que la inversión realizada esta bien hecha.





**CAPÍTULO 7**  
**RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAL DE GUATEMALA

## **CAPITULO VII**

### **Recomendaciones y Conclusiones**

#### **7.1 Conclusiones**

Concluimos que Rock Avenue se encuentra en un mercado con un crecimiento acelerado y de poca inversión para el accionista.

Que no posee barreras de entradas monopólicas imposibles de derrumbar.

La implementación de este negocio ofrecerá rentabilidad a largo, basado en una planeación estratégica que gira entorno a la calidad total.

#### **7.2 Recomendaciones.**

Recomendamos para las instituciones de estadísticas que posean información primaria actualizada.

Canales virtuales en las diferentes instituciones educativas se fortalezca el uso de video conferencias en la relación docente- alumno.



### 7.3 BIBLIOGRAFIA: (Libros, revistas, página web consultadas)

[1] **EASY-MARKETING-STRATEGIES.COM (2011).** “*Developing Your Marketing Mix*”. Obtenido el: 27 de septiembre de 2011, [www.easy-marketing-strategies.com/marketing-mix.html](http://www.easy-marketing-strategies.com/marketing-mix.html), Guayaquil-Ecuador.

[2] **EL MERCADO DE LA MÚSICA A ESCALA MUNDIAL (2009).** “*mercado musical*”, Universal Music Spain, obtenido el: 26 de septiembre de 2011, <http://www.artenetsgae.com/anuario/anuario2005/anuariopdfs/04Grabada/01CapGrabada.pdf>, Guayaquil-Ecuador.

[3] **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSO (2011).** “*Portal de estadísticas*”. Obtenido el: 28 de septiembre de 2011, [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec), Guayaquil-Ecuador.

[4] **INTRODUCCION AL MARKETING. Conceptos Básicos, Mercados Industriales, Análisis de Mercados, Marketing Mix.** Obtenido el: 24 de septiembre de 2011, [www.monografias.com/trabajos7/mark/mark.shtm#mix](http://www.monografias.com/trabajos7/mark/mark.shtm#mix), Guayaquil-Ecuador.

[5] **INSTRUMENTOS MUSICALES EN ECUADOR OLX (2011).** **El Sitio de Compradores y Vendedores.** Obtenido el: 22 de septiembre de 2011, [www.olx.com.ec](http://www.olx.com.ec), Guayaquil-Ecuador.


[6] **MACUECONOMÍA.** “*Una forma diferente de ver la economía y la economía de la empresa*”. *THE MARKETING MIX (THE 4 P'S OF MARKETING)*. Obtenido el: 2 de octubre de 2011, <http://inma-economia.blogspot.com/2011/02/proposito-del-markting-mix.html>, Guayaquil-Ecuador.

[7] **MARKETING TURISTICO. Comunicación Comercial, Mezcla de Comunicaciones, Publicidad, Promoción de ventas, Relaciones Publicas, Marketing Mix, Ferias, Venta de Personal.** Obtenido el: 2 de octubre de 2011, <http://varaix.mit.tur.cu/tcsc/LibroWeb/Webturismo/Capitulo%2011/Comunicacion%20comercial.htm>, Guayaquil-Ecuador.

[8] **NOVAMUSIC.** “*Instrumentos & Accesorios de Equipos Musicales*” (IMPORT – EXPORT). Obtenido el: 28 de septiembre de 2011, [www.novamusic.com.ec](http://www.novamusic.com.ec), Guayaquil-Ecuador.







**CAPÍTULO 8**  
**ANEXOS**

**UTEG**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
ESTADAL DE GUATEMALA

## TABULACION DE ENCUESTAS

FEMENINO	EDADES	NÚMERO	PREGUNTA 1		PREGUNTA 2		PREGUNTA 3		PREGUNTA 4			PREGUNTA 5			
			SI	NO	I- III	IV- VI	SI	NO	MANAÑA	TARDE	NOCHE	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	PÉSIMO
			12	7	3	3	8	9	2	1	5	3	3	4	1
15	10	2	5	10	11	2	1	3	5	1	4	3	3		
20-25	6	4	4	4	6	2	2	2	6	2	1	2	3		
26-30	5	2	3	2	7	2	1	3	5	1	2	1	3		
31-35	4	2	5	1	3	1	1	2	5	1	2	2	2		
TOTAL	32	13	20	25	36	9	6	15	24	8	13	9	15		

MASCULINO	EDADES	NÚMERO	PREGUNTA 1		PREGUNTA 2		PREGUNTA 3		PREGUNTA 4			PREGUNTA 5			
			SI	NO	I- III	IV- VI	SI	NO	MANAÑA	TARDE	NOCHE	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	PÉSIMO
			17	8	2	3	9	9	3	2	7	4	2	6	1
17-19	11	4	5	12	14	2	1	3	5	1	4	3	4		
20-25	9	4	4	7	7	2	3	2	8	2	3	2	3		
26-30	5	3	2	3	9	2	1	3	5	1	2	2	5		
31-35	6	3	5	5	5	2	1	2	8	1	2	2	2		
TOTAL	39	16	19	36	44	11	8	17	30	7	17	10	21		

# PYLIT S.A.

## INVERSION INICIAL

Cantidad	DESCRIPCIÓN	P.U.	Valor Total
<b>Muebles de Oficina</b>			<b>\$ 2.184,00</b>
1	Sillas Ejecutiva	\$ 65,00	\$ 65,00
3	Sillas de Espera	\$ 23,00	\$ 69,00
1	Counter Recepcion	\$ 250,00	\$ 250,00
11	Bancos Alto pika	\$ 8,00	\$ 88,00
1	Sofa en "L"	\$ 500,00	\$ 500,00
2	Escritorio.	\$ 200,00	\$ 400,00
1	Archivador	\$ 87,00	\$ 87,00
2	Aire Acondicionado	\$ 250,00	\$ 500,00
3	Extintor	\$ 75,00	\$ 225,00
<b>Equipos de Oficina</b>			<b>\$ 155,00</b>
1	Conmutador	\$ 50,00	\$ 50,00
2	Teléfonos IP	\$ 20,00	\$ 40,00
1	Dispensador de Agua	\$ 65,00	\$ 65,00
<b>Inmuebles</b>			<b>\$ 40.000,00</b>
1	Oficina Propia	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
<b>Instrumentos Musicales</b>			<b>\$ 16.570,00</b>
1	Guitarra gibson les paul studio black beauty	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
1	Guitarra fender stratocaster hss american series	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
1	Bajo fender precission bass american	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
1	Guitarra electroacustica takamine made in japan g300	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Amplificador fender acoustic 50watts	\$ 400,00	\$ 400,00
2	Amplificadores de guitarra laney lv100 100watts con gabinete 4x12	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00
1	Amplificador de bajo markbass con cabezal y gabinete 2x10	\$ 900,00	\$ 900,00
1	Bateria pearl completa	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00
1	Caja amplificada peavey para microfonos de la bateria	\$ 100,00	\$ 100,00
3	Microfonos para voz con pedestal shure	\$ 450,00	\$ 1.350,00
3	Microfonos para bateria shure	\$ 90,00	\$ 270,00
2	Pedaleras boss me50 multiefectos digital	\$ 700,00	\$ 1.400,00
2	Pedaleras boss multiefectos para bajo	\$ 600,00	\$ 1.200,00
2	Adaptadores boss 12v para pedaleras serie me	\$ 80,00	\$ 160,00
1	Violin 1/2	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Caja amplificada para violin peavey	\$ 100,00	\$ 100,00
11	Guitarras acústicas manufactura dos nacional	\$ 50,00	\$ 550,00
<b>Equipos de Computación</b>			<b>\$ 1.000,00</b>
1	Pc escritorio coreduo	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Impresora Multifuncion (copiadora y scanner)	\$ 400,00	\$ 400,00
<b>Suministros de Oficina</b>			<b>\$ 455,90</b>
1	Caja de Resmas de 75gr. A4	\$ 35,00	\$ 35,00
3	Fólder Archivadoras	\$ 15,70	\$ 47,10
2	Blocks de Facturas (100)	\$ 40,00	\$ 80,00
5	Blocks de Retenciones (100 c/u)	\$ 45,00	\$ 225,00
5	Marcadores para pizarra acrilica	\$ 1,75	\$ 8,75
2	Grapadora	\$ 3,20	\$ 6,40
1	Pizarra Acrilica magnetica	\$ 35,00	\$ 35,00
3	Sellos	\$ 3,65	\$ 10,95
2	Perforadora	\$ 3,85	\$ 7,70
<b>Gastos Emergentes</b>			<b>\$ 380,00</b>
2	Servicios Basicos	\$ 80,00	\$ 160,00
2	Telecomunicaciones	\$ 80,00	\$ 160,00
2	Viveres y Productos de Limpieza	\$ 30,00	\$ 60,00
<b>Tramites Legales</b>			<b>\$ 630,00</b>
1	Inscribir el nombre social de la empresa en el Registro Mercantil.	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Honorarios profesionales del Abogado por Constitucion S.A.	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>			<b>\$ 61.374,90</b>

RESUMEN DE ACCIONES	
VALOR POR ACCION	\$ 4,00
NUMERO DE ACCIONISTAS	2

PYLIT S.A.					
APORTE DE CAPITAL					
Cant.	Nombre y apellido	Cédula de Identidad	No. De Acciones	Participacion Accionistas	C. Pagado
1	Parrales Lucio Hugo		10500	95%	\$ 42.000
2	Chong Mueckay Yehonala		500	5%	\$ 2.000
<b>TOTAL</b>			<b>11000</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 44.000</b>



**PYLIT S.A.**

**PLAN DE FINANCIAMIENTO**

**DETALLE DEL FINANCIAMIENTO**

CONCEPTO	IMPORTE
Préstamos a largo plazo	\$17.374,90
Aporte de Capital	\$44.000,00
<b>TOTAL MONTO A CUBRIR</b>	<b>\$61.374,90</b>

**CONDICIONES DE PRESTAMO A LARGO PLAZO**

Concepto	Datos
IMPORTE PRÉSTAMO	\$17.375
Tipo de interés anual*	8,0%
Plazo	3 años
Periodo de amortización	Mensual
Periodo de gracia	n/a

\* Tasa de interés estimada a la fecha de elaboración del plan de negocios

**Cuadro Préstamo**

**PYLIT S.A.**

**TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO**

Periodo	Capital Reducido	Interés	Amortización	Cuota	Cuota descontada
1	\$61.374,90	\$115,83	\$428,63	\$544,47	\$60.946,27
2	\$60.946,27	\$112,98	\$431,49	\$544,47	\$60.514,78
3	\$60.514,78	\$110,10	\$434,37	\$544,47	\$60.080,41
4	\$60.080,41	\$107,20	\$437,26	\$544,47	\$59.643,14
5	\$59.643,14	\$104,29	\$440,18	\$544,47	\$59.202,97
6	\$59.202,97	\$101,35	\$443,11	\$544,47	\$58.759,85
7	\$58.759,85	\$98,40	\$446,07	\$544,47	\$58.313,79
8	\$58.313,79	\$95,43	\$449,04	\$544,47	\$57.864,74
9	\$57.864,74	\$92,43	\$452,03	\$544,47	\$57.412,71
10	\$57.412,71	\$89,42	\$455,05	\$544,47	\$56.957,66
11	\$56.957,66	\$86,38	\$458,08	\$544,47	\$56.499,58
12	\$56.499,58	\$83,33	\$461,14	\$544,47	\$56.038,44
13	\$56.038,44	\$80,26	\$464,21	\$544,47	\$55.574,23
14	\$55.574,23	\$77,16	\$467,30	\$544,47	\$55.106,93
15	\$55.106,93	\$74,05	\$470,42	\$544,47	\$54.636,51
16	\$54.636,51	\$70,91	\$473,56	\$544,47	\$54.162,95
17	\$54.162,95	\$67,75	\$476,71	\$544,47	\$53.686,24
18	\$53.686,24	\$64,57	\$479,89	\$544,47	\$53.206,35
19	\$53.206,35	\$61,38	\$483,09	\$544,47	\$52.723,26
20	\$52.723,26	\$58,16	\$486,31	\$544,47	\$52.236,95
21	\$52.236,95	\$54,91	\$489,55	\$544,47	\$51.747,39
22	\$51.747,39	\$51,65	\$492,82	\$544,47	\$51.254,58
23	\$51.254,58	\$48,36	\$496,10	\$544,47	\$50.758,47
24	\$50.758,47	\$45,06	\$499,41	\$544,47	\$50.259,06
25	\$50.259,06	\$41,73	\$502,74	\$544,47	\$49.756,33
26	\$49.756,33	\$38,38	\$506,09	\$544,47	\$49.250,23
27	\$49.250,23	\$35,00	\$509,46	\$544,47	\$48.740,77
28	\$48.740,77	\$31,61	\$512,86	\$544,47	\$48.227,91
29	\$48.227,91	\$28,19	\$516,28	\$544,47	\$47.711,63
30	\$47.711,63	\$24,74	\$519,72	\$544,47	\$47.191,91
31	\$47.191,91	\$21,28	\$523,19	\$544,47	\$46.668,72
32	\$46.668,72	\$17,79	\$526,67	\$544,47	\$46.142,05
33	\$46.142,05	\$14,28	\$530,19	\$544,47	\$45.611,86
34	\$45.611,86	\$10,75	\$533,72	\$544,47	\$45.078,14
35	\$45.078,14	\$7,19	\$537,28	\$544,47	\$44.540,86
36	\$44.540,86	\$3,61	\$540,86	\$544,47	\$44.000,00
<b>TOTALES</b>		<b>\$2.225,88</b>	<b>\$17.374,90</b>	<b>\$19.600,78</b>	



PYLIT S.A.					
DETALLE DEPRECIACIONES					
DETALLE	MUEBLES DE OFICINA	EQUIPO DE COMPUTACION	EQUIPO DE OFICINA	INSTRUMENTOS MUSICALES	TOTAL
COSTO	\$ 2.184,00	\$ 1.000,00	\$ 155,00	\$ 16.570,00	
VALOR RESIDUAL	\$ 218,40	\$ 330,00	\$ 51,15	\$ 5.468,10	
VIDA UTIL	10,00	3,00	10,00	3,00	
DEPRECIACION ANUAL	\$ 196,56	\$ 223,33	\$ 10,39	\$ 3.700,63	
DEPRECIACION MENSUAL	\$ 16,38	\$ 18,61	\$ 0,87	\$ 308,39	\$ 344,24

PYLIT S.A.		
DETALLE AMORTIZACION		
DETALLE	MUEBLES DE OFICINA	TOTAL
COSTO	\$ 630,00	
VALOR RESIDUAL	\$ 63,00	
VIDA UTIL	3,00	
DEPRECIACION ANUAL	\$ 189,00	
DEPRECIACION MENSUAL	\$ 15,75	\$ 15,75



**PYLIT S.A.**

**ROL DE PAGOS**

# Personas	Colaboradores Planta	Remuneracion	Patronal 20,5%	Total a Recibir	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total Benefi	Sueldo + benef
1	Gerente General	\$ 800,00	\$ 164,00	\$ 636,00	\$ 66,67	\$ 22,00	\$ 33,33	\$ 122,00	\$ 758,00
1	Gerente de Operaciones	\$ 800,00	\$ 164,00	\$ 636,00	\$ 66,67	\$ 22,00	\$ 33,33	\$ 122,00	\$ 758,00
1	Jefe de Contabilidad	\$ 450,00	\$ 92,25	\$ 357,75	\$ 37,50	\$ 22,00	\$ 18,75	\$ 78,25	\$ 436,00
1	Profesor	\$ 450,00	\$ 92,25	\$ 357,75	\$ 37,50	\$ 22,00	\$ 18,75	\$ 78,25	\$ 436,00
1	Guardia Seguridad	\$ 320,00	\$ 65,60	\$ 254,40	\$ 26,67	\$ 22,00	\$ 13,33	\$ 62,00	\$ 316,40
1	Secretaria-Recepcionista	\$ 300,00	\$ 61,50	\$ 238,50	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 12,50	\$ 59,50	\$ 298,00
1	Mensajero	\$ 300,00	\$ 61,50	\$ 238,50	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 12,50	\$ 59,50	\$ 298,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>\$ 3.420,00</b>	<b>\$ 701,10</b>	<b>\$ 2.718,90</b>	<b>\$ 285,00</b>	<b>\$ 154,00</b>	<b>\$ 142,50</b>	<b>\$ 581,50</b>	<b>\$ 3.300,40</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$ 32.626,80</b>				<b>\$ 6.978,00</b>	<b>\$ 39.604,80</b>

**PYLIT S.A.**

**COSTOS FIJOS DEL PRIMER AÑO**

Detalle	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Rol de Pagos	\$ 39.604,80	\$ 41.232,56	\$ 42.927,22	\$ 44.691,52	\$ 46.528,35
<b>Totales</b>	<b>\$ 39.604,80</b>	<b>\$ 41.232,56</b>	<b>\$ 42.927,22</b>	<b>\$ 44.691,52</b>	<b>\$ 46.528,35</b>



DATOS	
Crecimiento mensual Ventas	0,31%
Crecimiento anual Ventas	3,70%

DETALLE				
VENTAS POR PRODUCTO				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNID. MEDIDA	PVP	Total
Renta Sala de Ensayo	96	Veces/ mes	\$ 24,00	\$ 2.304,00
Clases de Guitarra	30	Alumnos	\$ 80,00	\$ 2.400,00
Total Ventas al Mes				\$ 4.704,00

PYLIT S.A.													
VENTAS MENSUALES													
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Ventas Contado	\$ 4.704,00	\$ 4.718,50	\$ 4.733,05	\$ 4.747,65	\$ 4.762,28	\$ 4.776,97	\$ 4.791,70	\$ 4.806,47	\$ 4.821,29	\$ 4.836,16	\$ 4.851,07	\$ 4.866,03	\$ 57.415,17
<b>TOTAL VENTAS</b>	\$ 4.704,00	\$ 4.718,50	\$ 4.733,05	\$ 4.747,65	\$ 4.762,28	\$ 4.776,97	\$ 4.791,70	\$ 4.806,47	\$ 4.821,29	\$ 4.836,16	\$ 4.851,07	\$ 4.866,03	\$ 57.415,17

PYLIT S.A.					
VENTAS ANUALES					
Detalle	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Ventas Contado	\$ 57.415,17	\$ 59.539,53	\$ 61.742,50	\$ 64.026,97	\$ 66.395,97
<b>Totales</b>	\$ 57.415,17	\$ 59.539,53	\$ 61.742,50	\$ 64.026,97	\$ 66.395,97

VARIACION MENSUAL	
Tasa Inflacion 2008	AÑO BASE
Tasa Inflacion 2010	3,33%
Tasa Inflacion 2011	4,89%
<b>TOTAL VARIACION PROMEDIO</b>	<b>0,34%</b>

PYLIT S.A.													
COSTOS FIJOS MENSUAL													
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Servicios Basicos	\$ 80,00	\$ 80,27	\$ 80,55	\$ 80,82	\$ 81,10	\$ 81,38	\$ 81,66	\$ 81,94	\$ 82,22	\$ 82,50	\$ 82,78	\$ 83,07	\$ 978,29
Telecomunicaciones	\$ 80,00	\$ 80,27	\$ 80,55	\$ 80,82	\$ 81,10	\$ 81,38	\$ 81,66	\$ 81,94	\$ 82,22	\$ 82,50	\$ 82,78	\$ 83,07	\$ 978,29
Viveres y Productos c	\$ 30,00	\$ 30,10	\$ 30,21	\$ 30,31	\$ 30,41	\$ 30,52	\$ 30,62	\$ 30,73	\$ 30,83	\$ 30,94	\$ 31,04	\$ 31,15	\$ 366,86
<b>Totales</b>	<b>\$ 190,00</b>	<b>\$ 190,65</b>	<b>\$ 191,30</b>	<b>\$ 191,96</b>	<b>\$ 192,62</b>	<b>\$ 193,28</b>	<b>\$ 193,94</b>	<b>\$ 194,60</b>	<b>\$ 195,27</b>	<b>\$ 195,94</b>	<b>\$ 196,61</b>	<b>\$ 197,28</b>	<b>\$ 2.323,44</b>

VARIACION ANUAL	
Variacion Promedio Anual	4,11%
<b>TOTAL VARIACION</b>	<b>4,11%</b>

PYLIT S.A.					
COSTOS FIJOS ANUAL					
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Basicos	\$ 978,29	\$ 1.018,50	\$ 1.060,36	\$ 1.103,94	\$ 1.149,31
Telecomunicaciones	\$ 978,29	\$ 1.018,50	\$ 1.060,36	\$ 1.103,94	\$ 1.149,31
Viveres y Productos c	\$ 366,86	\$ 381,94	\$ 397,64	\$ 413,98	\$ 430,99
<b>Totales</b>	<b>\$ 2.323,44</b>	<b>\$ 2.418,94</b>	<b>\$ 2.518,36</b>	<b>\$ 2.621,86</b>	<b>\$ 2.729,62</b>

**PYLIT S.A.**

**COSTOS FIJOS MENSUAL**

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
CUERDAS GUITARRA	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
CUERDAS BAJO	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
PARCHES BATERIA	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>Totales</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 28,00</b>	<b>\$ 336,00</b>

**PYLIT S.A.**

**COSTOS FIJOS ANUAL**

Detalle	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
CUERDAS GUITARRA	\$ 96,00	\$ 99,95	\$ 104,05	\$ 108,33	\$ 112,78
CUERDAS BAJO	\$ 120,00	\$ 124,93	\$ 130,06	\$ 135,41	\$ 140,97
PARCHES BATERIA	\$ 120,00	\$ 124,93	\$ 130,06	\$ 135,41	\$ 140,97
<b>Totales</b>	<b>\$ 336,00</b>	<b>\$ 349,81</b>	<b>\$ 364,17</b>	<b>\$ 270,82</b>	<b>\$ 394,72</b>



DATOS	
Varacion mensual Gastos	0,34%
Varacion anual Gastos	4,11%

DETALLE				
PLAN DE MARKETING				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNID. MEDIDA	PVP	Total
Volantes	100	hojas	\$ 0,20	\$ 20,00
Diseño afiches	100	afiches	\$ 0,50	\$ 50,00
Total Publicidad y Propaganda al Mes				\$ 70,00

**PYLIT S.A.**

GASTO MARKETING MENSUALES													
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Publicidad y Propaganda	\$70,00	\$70,24	\$70,48	\$70,72	\$70,96	\$71,21	\$71,45	\$71,70	\$71,94	\$72,19	\$72,43	\$72,68	\$856,01
<b>TOTAL VENTAS</b>	\$70,00	\$70,24	\$70,48	\$70,72	\$70,96	\$71,21	\$71,45	\$71,70	\$71,94	\$72,19	\$72,43	\$72,68	<b>\$856,01</b>

**PYLIT S.A.**

GASTO MARKETING ANUALES					
Detalle	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Publicidad y Propaganda	\$ 856,01	\$ 891,19	\$ 927,82	\$ 965,95	\$ 1.005,65
<b>Totales</b>	<b>\$ 856,01</b>	<b>\$ 891,19</b>	<b>\$ 927,82</b>	<b>\$ 965,95</b>	<b>\$ 1.005,65</b>



PYLIT S.A.  
FLUJO DE CAJA O EFECTIVO

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>													
Ventas Totales	\$ 4,374,00	\$ 4,316,50	\$ 4,373,05	\$ 4,373,38	\$ 4,376,38	\$ 4,376,97	\$ 4,370,70	\$ 4,386,47	\$ 4,371,29	\$ 4,381,16	\$ 4,381,07	\$ 4,386,03	\$ 47,415,17
Total Ingresos Operacionales (A)	\$ 4,374,00	\$ 4,316,50	\$ 4,373,05	\$ 4,373,38	\$ 4,376,38	\$ 4,376,97	\$ 4,370,70	\$ 4,386,47	\$ 4,371,29	\$ 4,381,16	\$ 4,381,07	\$ 4,386,03	\$ 52,741,517
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>													
<b>GASTO EN REMUNERACION</b>													
Gerente General	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 3,300,40	\$ 39,604,80
Supervisor	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 9,000,00
Administrativo	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 5,232,00
Profesor	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 436,00	\$ 5,232,00
Garantía Seguridad	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 316,40	\$ 3,796,80
Secretaría-Recepcionista	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 3,576,00
Mensajes	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 3,576,00
<b>GASTOS GENERALES</b>													
Servicios Básicos	\$ 260,00	\$ 260,89	\$ 262,68	\$ 262,68	\$ 263,58	\$ 264,48	\$ 265,39	\$ 266,30	\$ 267,21	\$ 268,13	\$ 269,04	\$ 269,96	\$ 3,179,45
Telecomunicaciones	\$ 80,00	\$ 80,27	\$ 80,55	\$ 80,82	\$ 81,10	\$ 81,38	\$ 81,66	\$ 81,94	\$ 82,22	\$ 82,50	\$ 82,78	\$ 83,07	\$ 978,29
Alquileres y Servicios de Limpieza	\$ 160,00	\$ 160,62	\$ 161,13	\$ 161,64	\$ 162,15	\$ 162,66	\$ 163,17	\$ 163,68	\$ 164,19	\$ 164,70	\$ 165,21	\$ 165,72	\$ 1,996,06
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 60,00	\$ 60,24	\$ 60,48	\$ 60,72	\$ 60,96	\$ 61,21	\$ 61,45	\$ 61,70	\$ 61,94	\$ 62,19	\$ 62,43	\$ 62,68	\$ 756,01
<b>INVERSION INICIAL</b>													
Muebles de Oficina	\$ 20,994,90												
Equipos de Oficina	\$ 2,184,00												
Equipos de Computación	\$ 1,000,00												
Instrumentos Musicales	\$ 16,570,00												
Suministros de Oficina	\$ 455,90												
Gastos de Constitución	\$ 659,00												
<b>DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>													
Total de Egresos Operacionales (B)	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 21,374,90	\$ 257,104,16
<b>RESULTADO OPERACIONAL (C)</b>													
Financiamiento de Proyecto	\$ 785,61	\$ 797,22	\$ 810,68	\$ 824,57	\$ 838,31	\$ 852,09	\$ 865,92	\$ 879,78	\$ 893,69	\$ 907,64	\$ 921,63	\$ 935,67	\$ 10,311,01
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>													
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 4,319,91
Total de Ingresos No Operacionales (D)	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 359,99	\$ 4,319,91
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>													
Efectivo utilizado en actividad de financiamiento	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 544,47	\$ 6,533,50
PAGOS PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 154,17	\$ 156,64	\$ 159,12	\$ 161,60	\$ 164,10	\$ 166,61	\$ 169,13	\$ 171,65	\$ 174,19	\$ 176,73	\$ 179,29	\$ 181,85	\$ 2,019,07
Pago de Impuestos al Estado	\$ 218,40	\$ 220,41	\$ 222,42	\$ 224,43	\$ 226,44	\$ 228,45	\$ 230,46	\$ 232,47	\$ 234,48	\$ 236,49	\$ 238,50	\$ 240,51	\$ 2,864,08
Total de Egresos No Operacionales (E)	\$ 927,04	\$ 927,52	\$ 928,01	\$ 928,50	\$ 928,99	\$ 929,48	\$ 929,97	\$ 930,46	\$ 930,95	\$ 931,44	\$ 931,93	\$ 932,42	\$ 11,403,38
<b>TOTAL FLUJO DE EFECTIVO</b>	\$ 0,00	\$ 2,080,23	\$ 2,099,86	\$ 2,119,58	\$ 2,139,35	\$ 2,159,19	\$ 2,179,10	\$ 2,199,07	\$ 2,219,10	\$ 2,239,20	\$ 2,259,37	\$ 2,279,60	\$ 26,034,26
<b>SALDO ACUMULADO</b>	\$ 0,00	\$ 2,080,23	\$ 4,140,85	\$ 6,240,71	\$ 8,360,29	\$ 10,499,64	\$ 12,658,83	\$ 14,837,93	\$ 17,037,07	\$ 19,256,10	\$ 21,495,30	\$ 23,754,67	\$ 26,034,26

PYLIT S.A.						
FLUJO DE CAJA O EFECTIVO						
Detalle	2012	2013	2014	2015	2016	
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ventas Dobles	\$ 57,415,17	\$ 59,529,83	\$ 61,742,63	\$ 64,026,97	\$ 66,359,97	
<b>Total Ingresos Operacionales (A)</b>	<b>\$ 57,415,17</b>	<b>\$ 59,529,83</b>	<b>\$ 61,742,63</b>	<b>\$ 64,026,97</b>	<b>\$ 66,359,97</b>	
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
<b>GASTO EN REMUNERACION</b>	<b>\$ 39,604,80</b>	<b>\$ 41,232,56</b>	<b>\$ 42,927,22</b>	<b>\$ 44,691,52</b>	<b>\$ 46,528,35</b>	
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 3,179,45</b>	<b>\$ 3,310,12</b>	<b>\$ 3,445,17</b>	<b>\$ 3,587,81</b>	<b>\$ 3,729,27</b>	
Alquileres	\$ 1,049,36	\$ 1,049,36	\$ 1,049,36	\$ 1,049,36	\$ 1,049,36	
Telecomunicaciones	\$ 1,018,50	\$ 1,069,36	\$ 1,069,36	\$ 1,103,94	\$ 1,149,31	
Viveres y Productos de Limpieza	\$ 381,04	\$ 397,64	\$ 413,98	\$ 430,99	\$ 450,99	
Publicidad y Propaganda	\$ 856,01	\$ 891,19	\$ 927,82	\$ 965,95	\$ 1,005,65	
Mantenimiento	\$ 396,00					
<b>DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>	<b>\$ 4,319,91</b>	<b>\$ 4,319,91</b>	<b>\$ 4,319,91</b>	<b>\$ 206,95</b>	<b>\$ 206,95</b>	
<b>Total De Egresos Operacionales (B)</b>	<b>\$ 47,104,16</b>	<b>\$ 48,862,59</b>	<b>\$ 50,693,30</b>	<b>\$ 48,486,28</b>	<b>\$ 50,470,56</b>	
<b>RESULTADO OPERACIONAL (C)</b>	<b>\$ 10,311,01</b>	<b>\$ 10,676,94</b>	<b>\$ 11,049,20</b>	<b>\$ 15,540,69</b>	<b>\$ 15,925,41</b>	
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Financiamiento de Proyecto						
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	\$ 4,319,91	\$ 4,319,91	\$ 4,319,91	\$ 206,95	\$ 206,95	
<b>Total De Ingresos No Operacionales (D)</b>	<b>\$ 4,319,91</b>	<b>\$ 4,319,91</b>	<b>\$ 4,319,91</b>	<b>\$ 206,95</b>	<b>\$ 206,95</b>	
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Impuesto al Valor Agregado	\$ 6,533,59	\$ 6,533,59	\$ 6,533,59			
PAGOS PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 2,013,07	\$ 2,188,40	\$ 2,284,19	\$ 2,382,15	\$ 2,419,85	
PAGOS IMPUESTOS	\$ 2,854,68	\$ 3,560,66	\$ 3,773,64	\$ 3,936,91	\$ 4,033,09	
<b>Total De Egresos No Operacionales (E)</b>	<b>\$ 11,401,34</b>	<b>\$ 12,282,65</b>	<b>\$ 12,591,43</b>	<b>\$ 6,299,05</b>	<b>\$ 6,452,94</b>	
<b>TOTAL FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 3,227,58</b>	<b>\$ 2,705,20</b>	<b>\$ 2,797,68</b>	<b>\$ 9,448,58</b>	<b>\$ 9,679,41</b>	

PYLIT S.A.													
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS													
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
<b>INGRESOS</b>													
CONTADO	\$ 4.704,00	\$ 4.718,50	\$ 4.733,05	\$ 4.747,65	\$ 4.762,28	\$ 4.776,97	\$ 4.791,70	\$ 4.806,47	\$ 4.821,29	\$ 4.836,16	\$ 4.851,07	\$ 4.865,93	\$ 48.615,17
<b>TOTAL INGRESOS POR OPERACIÓN</b>	<b>\$ 4.704,00</b>	<b>\$ 4.718,50</b>	<b>\$ 4.733,05</b>	<b>\$ 4.747,65</b>	<b>\$ 4.762,28</b>	<b>\$ 4.776,97</b>	<b>\$ 4.791,70</b>	<b>\$ 4.806,47</b>	<b>\$ 4.821,29</b>	<b>\$ 4.836,16</b>	<b>\$ 4.851,07</b>	<b>\$ 4.865,93</b>	<b>\$ 48.615,17</b>
<b>EGRESOS</b>													
GASTO EN REMUNERACION	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 3.300,40	\$ 39.604,80
GASTOS GENERALES	\$ 260,00	\$ 260,89	\$ 261,78	\$ 262,68	\$ 263,58	\$ 264,48	\$ 265,39	\$ 266,30	\$ 267,21	\$ 268,13	\$ 269,04	\$ 269,96	\$ 3.179,45
GASTOS INTERES	\$ 115,83	\$ 117,98	\$ 119,10	\$ 120,22	\$ 121,35	\$ 122,48	\$ 123,61	\$ 124,74	\$ 125,87	\$ 127,00	\$ 128,13	\$ 129,26	\$ 1.597,14
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 3.676,23</b>	<b>\$ 3.679,27</b>	<b>\$ 3.681,28</b>	<b>\$ 3.683,29</b>	<b>\$ 3.685,29</b>	<b>\$ 3.687,29</b>	<b>\$ 3.689,29</b>	<b>\$ 3.691,29</b>	<b>\$ 3.693,29</b>	<b>\$ 3.695,29</b>	<b>\$ 3.697,29</b>	<b>\$ 3.699,29</b>	<b>\$ 43.981,39</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 1.027,77</b>	<b>\$ 1.044,24</b>	<b>\$ 1.060,77</b>	<b>\$ 1.077,36</b>	<b>\$ 1.094,02</b>	<b>\$ 1.110,73</b>	<b>\$ 1.127,51</b>	<b>\$ 1.144,35</b>	<b>\$ 1.161,25</b>	<b>\$ 1.178,21</b>	<b>\$ 1.195,24</b>	<b>\$ 1.212,33</b>	<b>\$ 13.433,78</b>
PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 154,17	\$ 156,64	\$ 159,12	\$ 161,60	\$ 164,10	\$ 166,61	\$ 169,13	\$ 171,65	\$ 174,19	\$ 176,73	\$ 179,29	\$ 181,85	\$ 2.015,07
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 218,40	\$ 221,90	\$ 225,41	\$ 228,94	\$ 232,48	\$ 236,03	\$ 239,60	\$ 243,17	\$ 246,77	\$ 250,37	\$ 253,99	\$ 257,62	\$ 2.854,68
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 655,20</b>	<b>\$ 665,70</b>	<b>\$ 676,24</b>	<b>\$ 686,82</b>	<b>\$ 697,44</b>	<b>\$ 708,09</b>	<b>\$ 718,79</b>	<b>\$ 729,52</b>	<b>\$ 740,30</b>	<b>\$ 751,11</b>	<b>\$ 761,97</b>	<b>\$ 772,86</b>	<b>\$ 8.564,04</b>

TIR	30%
VAN	\$ 30.403,17

PYLIT S.A.						
FLUJO DE CAJA O EFECTIVO						
Detalle	0	2012	2013	2014	2015	2016
<b>INGRESOS</b>						
CONTADO		\$ 57.415,17	\$ 59.539,53	\$ 61.742,50	\$ 64.026,97	\$ 66.395,97
<b>TOTAL INGRESOS POR OPERACIÓN</b>		<b>\$ 57.415,17</b>	<b>\$ 59.539,53</b>	<b>\$ 61.742,50</b>	<b>\$ 64.026,97</b>	<b>\$ 66.395,97</b>
<b>EGRESOS</b>						
GASTO EN REMUNERACION		\$ 39.604,80	\$ 41.232,56	\$ 42.927,22	\$ 44.691,52	\$ 46.528,35
GASTOS GENERALES		\$ 3.179,45	\$ 3.310,12	\$ 3.446,17	\$ 3.587,81	\$ 3.735,27
GASTOS INTERES		\$ 1.197,14	\$ 1.242,22	\$ 1.287,53	\$ 1.332,84	\$ 1.378,15
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$ 43.981,39</b>	<b>\$ 45.784,90</b>	<b>\$ 47.660,92</b>	<b>\$ 49.612,17</b>	<b>\$ 51.641,77</b>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 13.433,78</b>	<b>\$ 13.754,63</b>	<b>\$ 14.081,58</b>	<b>\$ 14.414,80</b>	<b>\$ 14.754,20</b>
PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ 2.015,07	\$ 2.136,40	\$ 2.264,19	\$ 2.362,15	\$ 2.419,85
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 3.358,45	\$ 3.560,66	\$ 3.773,64	\$ 3.936,91	\$ 4.033,09
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 8.060,27</b>	<b>\$ 8.545,58</b>	<b>\$ 9.056,75</b>	<b>\$ 9.448,58</b>	<b>\$ 9.679,41</b>

RESERVAS

TASA DE RIESGO DEL ACCIONISTA	
Porcentaje de Crecimiento PIB	3,70%
Tasa Pasivo Banco Central	0,00%
Riesgo Tomado por Accionistas	1,27%
<b>TOTAL</b>	<b>13,97%</b>



**PYLIT S.A.**

**BALANCE GENERAL PROYECTADO**

Detalle	0	2012	2013	2014	2015	2016
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 380,00</b>	<b>\$ 3.227,58</b>	<b>\$ 2.766,20</b>	<b>\$ 2.797,68</b>	<b>\$ 9.448,58</b>	<b>\$ 9.679,41</b>
Caja Bancos	\$ 380,00	\$ 3.227,58	\$ 2.766,20	\$ 2.797,68	\$ 9.448,58	\$ 9.679,41
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 59.909,00</b>	<b>\$ 59.909,00</b>	<b>\$ 55.778,09</b>	<b>\$ 51.647,18</b>	<b>\$ 47.516,27</b>	<b>\$ 43.385,35</b>
Muebles de Oficina	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00	\$ 2.184,00
Equipos de Oficina	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 155,00
Equipos de Computación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Instrumentos Musicales	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00	\$ 16.570,00
Inmuebles	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
(-) Depreciación		\$ 0,00	\$ 4.130,91	\$ 8.261,82	\$ 12.392,74	\$ 16.523,65
<b>Otros Activos (de limpieza en general)</b>	<b>\$ 1.085,90</b>	<b>\$ 965,34</b>	<b>\$ 441,00</b>	<b>\$ 252,00</b>	<b>\$ 63,00</b>	<b>\$ 614,65</b>
Suministros de Oficina	\$ 455,90	\$ 335,34	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 614,65
Gastos de constitución	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 441,00	\$ 252,00	
(-) Amortización		\$ 0,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 61.374,90</b>	<b>\$ 64.101,92</b>	<b>\$ 58.985,29</b>	<b>\$ 54.696,86</b>	<b>\$ 57.027,85</b>	<b>\$ 53.679,41</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 17.374,90</b>	<b>\$ 12.038,44</b>	<b>\$ 6.259,06</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Prestamo Bancario	\$ 17.374,90	\$ 12.038,44	\$ 6.259,06	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>PATRIMONIO</b>						
<b>Capital Social</b>	<b>\$ 44.000,00</b>	<b>\$ 52.060,27</b>	<b>\$ 52.674,99</b>	<b>\$ 54.670,22</b>	<b>\$ 57.027,85</b>	<b>\$ 53.679,41</b>
CAPITAL SOCIAL	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00	\$ 44.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 8.060,27	\$ 8.545,58	\$ 9.056,75	\$ 9.448,58	\$ 9.679,41
RESERVAS		\$ 0,00	\$ 129,41	\$ 1.613,48	\$ 3.579,27	\$ 0,00
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 61.374,90</b>	<b>\$ 64.098,71</b>	<b>\$ 58.934,06</b>	<b>\$ 54.670,22</b>	<b>\$ 57.027,85</b>	<b>\$ 53.679,41</b>