



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Proyecto de Investigación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Administración Financiera

Título del Proyecto de Investigación:

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora audiovisual y diseño gráfico, cantón buena fe, periodo 2015.”

Autora:

Yasmina Maricela Lino Ganchozo

Director de Proyecto de Investigación:

Ing. Enrique Intriago Zamora M Sc.

Quevedo– Los Ríos – Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Yasmina Maricela Lino Ganchozo** declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. _____

Yasmina Maricela Lino Ganchozo

C.C. # 1205948332

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito **Ing. Enrique Intriago Zamora M.Sc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Estudiante **Yasmina Maricela Lino Ganchozo** realizo el Proyecto de Investigación de grado titulado **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa Productora Audiovisual y Diseño Gráfico, cantón Buena fe, periodo 2015”**, previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración Financiera, bajo mi dirección habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Enrique Intriago Zamora M.Sc.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICADO DE REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
Facultad de Ciencias Empresariales
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Para: Lcdo. Edgar Pastrano Quintana- Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales

De: ING. ENRIQUE INTRIAGO ZAMORA, MSc

Asunto: Informe de Dirección de Proyecto de Investigación

Fecha: 30-03-2016

Adjunto, al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA AUDIOVISUAL Y DISEÑO GRÁFICO, CANTÓN BUENA FE, PERIODO 2015.** elaborado por la señorita **LINO GANCHOZO YASMINA MARICELA**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera., que fue elaborado bajo mi dirección según lo asignado en la resolución **SEGUNDA DE LA COMISION ACADEMICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES** de fecha 26 de enero del 2016 en el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento General de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de URKUND, el cual avala los niveles de originalidad de un 98% y de copia 2%, del trabajo investigativo.

URKUND

Documento [TESIS-LINO GANCHOZO YASMINA 2.docx](#) (D18976466)

Presentado 2016-03-29 20:22 (+02:00)

Recibido eintriago.uteq@analysis.arkund.com

Mensaje tesis Lino [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de esta aprox. 29 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 2 fuentes.



Atentamente,

Ing. Enrique Intriago Zamora, MSc
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora audiovisual y diseño gráfico, cantón Buena fe, periodo 2015.”

Presentado Al Consejo Académico como requisito previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración Financiera.

Aprobado por:

Ing. Enrique Vásquez Aguirre MSc.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing, Dennis Aguirre Valverde MSc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Karina Murillo Limonez MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

A *Dios* por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado.

A mi familia, mi pilar en todo este trayecto, apoyándome, inspirándome, alentándome. A la UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi Tutor de proyecto, Ing. Enrique Intriago Zamora por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que les encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos, muchas gracias y que Dios los bendiga.

DEDICATORIA

A la Memoria de mi amada hija Hannah Kiarella;

A mis padres como reconocimiento de su amor por
vocación y sin condición;

A Alex y Allison, mis tesoros terrenales;

A mis hermanos Milton F., Gabriel E., Milton A., y
Herlinda M.,

Los amo familia.

Yasmina

Resumen ejecutivo y palabras claves

El presente proyecto busca desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora audiovisual y de diseño gráfico en el cantón Buena Fe, se busca ofertar servicios audiovisuales y de diseño gráfico, tomando en cuenta la gran cantidad de negocios que actualmente demandan asesoramiento en el diseño de su imagen corporativa y apoyo publicitario a través de herramientas web y medios impresos. En función de las condiciones del sector empresarial y como solución se pretende que la organización oferte estos servicios. La tecnología actual ofrece la ventaja de poder desarrollar la creatividad en donde cada empresa compite por cumplir los presupuestos fijados. Las empresas saben que si se quiere llegar al consumidor se debe resaltar los productos o servicios que estas tienen, es ahí donde juega un papel fundamental la publicidad, la cual es un factor importante en el medio comercial y un puente entre el ofertante y el demandante. El proyecto beneficiará en el ámbito social brindando fuentes de empleo a los empresarios y todos en general que requieran de los servicios de la productora, la cual tendrá costos accesibles por sus servicios demostrando que se puede hacer trabajo de calidad garantizando la confianza del cliente.

Palabras claves

Estudio de Factibilidad

Empresa productora

Audiovisión y diseño gráfico

Abstract and Keywords

This project seeks to develop a feasibility study for the creation of an audiovisual production and graphic design company, Buena Fe canton, the same as seeking to offer audiovisual and graphic design services, taking into account the large amount of business that currently require advice on the corporate image design and advertising support via web tools and print media. Depending on the conditions of the business sector as a solution and it is intended that these services organization bid. Current technology offers the advantage of being able to develop creativity where each competes to meet fixed budgets. He knows that if you want to get the consumer should highlight the products or services it has that's where advertising plays a fundamental role which is an important factor in the business environment and a bridge between the bidder and plaintiff. The project will benefit in the social sphere by providing sources of employment in the same way and all employers generally requiring the production services which will cost for their services accessible proving that you can do quality work ensuring confidence customer

Keywords

Feasibility Study

Production Company

Audio vision and graphic design

Código Dublín

Título	“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora audiovisual y diseño gráfico, cantón buena fe, periodo 2015.”		
Autor	Yasmina Maricela Lino Ganchozo		
Palabras clave:	Estudio de factibilidad	Creación de empresa	Productora audiovisual
Fecha de publicación:	Noviembre 2015		
Editorial:	Facultad de ciencias empresariales. carrera, ingeniería en administración financiera		
Resumen: (hasta 300 palabras)	<p>El presente proyecto busca desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora audiovisual y de diseño gráfico en el cantón Buena Fe, se busca ofertar servicios audiovisuales y de diseño gráfico, tomando en cuenta la gran cantidad de negocios que actualmente demandan asesoramiento en el diseño de su imagen corporativa y apoyo publicitario a través de herramientas web y medios impresos. En función de las condiciones del sector empresarial y como solución se pretende que la organización oferte estos servicios. La tecnología actual ofrece la ventaja de poder desarrollar la creatividad en donde cada empresa compite por cumplir los presupuestos fijados. Las empresas saben que si se quiere llegar al consumidor se debe resaltar los productos o servicios que estas tienen, es ahí donde juega un papel fundamental la publicidad, la cual es un factor importante en el medio comercial y un puente entre el ofertante y el demandante. El proyecto beneficiará en el ámbito social brindando fuentes de empleo a los empresarios y todos en general que requieran de los servicios de la productora, la cual tendrá costos accesibles por sus servicios demostrando que se puede hacer trabajo de calidad garantizando la confianza del cliente</p> <p>Abstract.- This project seeks to develop a feasibility study for the creation of an audiovisual production and graphic design company, Buena Fe canton, the same as seeking to offer audiovisual and graphic design services, taking into account the large amount of business that currently require advice on the corporate image design and advertising support via web tools and print media. Depending on the conditions of the business sector as a solution and it is intended that these services organization bid. Current technology offers the advantage of being able to develop creativity where each competes to meet fixed budgets. He knows that if you want to get the consumer should highlight the products or services it has that's where advertising plays a fundamental role which is an important factor in the business environment and a bridge between the bidder and plaintiff. The project will benefit in the social sphere by providing sources of employment in the same way and all employers generally requiring the production services which will cost for their services accessible proving that you can do quality work ensuring confidence customer</p>		
Descripción:	178 hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162		
URI:	(en blanco hasta cuando se dispongan los repositorios)		

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA	i
Declaración de autoría y cesión de derechos.....	ii
Certificación de culminación del proyecto de investigación.....	iii
Certificado de reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico	iv
Miembros de tribunal	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria	viii
Palabras claves.....	viii
Abstract and keywords	ix
Código Dublin	x
TABLA DE CONTENIDO	xi
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1.1 Problematización	4
1.1.1 Planteamiento del Problema.	4
1.1.2 Formulación del problema.....	6
1.1.3 Sistematización de la Problematización.	6
1.2. Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo General.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos.	6
1.3 Justificación.	7
CAPÍTULO II.....	8
2.1. Marco Conceptual.....	9
2.1.1 Estudio de factibilidad.....	9
2.1.2 Proyecto de inversión	11

2.1.3 Factibilidad y Viabilidad	13
2.1.4 Los presupuestos y su finalidad.....	15
2.1.5 La importancia de la evaluación.....	16
2.1.6 Gestión económica y financiera	17
2.1.7 Estudio de mercado	17
2.1.8 La planificación de un proyecto	20
2.1.9 Estudio técnico	21
2.1.10 Estudio financiero.....	21
2.2. Marco Referencial	21
2.2.1 Importancia del estudio de factibilidad	21
2.2.1.1 Importancia de la factibilidad Técnica de un Proyecto	22
2.2.2 Análisis de la competencia	23
2.2.3 Segmentación de mercado	24
2.2.4 Estrategia de Mercadotecnia.....	25
2.2.5 La toma de decisiones en las organizaciones	25
2.2.6 Análisis financiero y punto de equilibrio	26
2.2.7 Análisis de liquidez y solvencia financiera	26
2.2.8 Punto de equilibrio	27
2.2.9 Riesgo y análisis de sensibilidad	27
2.2.10 Estados de Resultados	27
2.2.11 VAN	28
2.2.12 TIR.....	28
2.2.13 Beneficio Costo	29
2.2.14 Capital de trabajo.....	29
CAPÍTULO III	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
3.1. Localización.....	31
3.2. Tipo de investigación	31

3.2.1 Investigación exploratoria	31
3.2.2 Investigación descriptiva	32
3.3. Métodos de investigación.	32
3.3.1 Método de observación.....	32
3.3.2 Método inductivo.....	32
3.3.3 Método deductivo	32
3.3.4 Método analítico	33
3.4. Fuentes de recopilación de información	33
3.4.1 Fuentes Primarias	33
3.4.2 Fuentes Secundaria	33
3.5 Diseño de la investigación.....	33
3.5.1 Población y muestra.....	34
3.6. Instrumentos de investigación	35
3.6.1 Encuestas	35
3.7. Tratamiento de los datos.....	35
3.8. Recursos humanos y materiales.....	36
3.8.1 Recursos humanos	36
3.8.2 Recursos materiales	36
CAPÍTULO IV	37
4.1 Resultados.....	38
4.1.1 Estudio de mercado	48
4.1.2 Demanda.....	48
4.1.3 Oferta.....	49
4.1.4 Presupuesto de campaña publicitaria.....	51
4.1.5 Estudio Técnico	52
4.1.6 La Empresa y su organización.....	53
4.1.7 Estudio económico financiero	55
4.1.8 Gastos administrativos.....	63

4.1.10 Punto de Equilibrio.....	66
4.1.11 Estados financieros.....	68
4.1.12 Valor presente neto (VAN).....	70
4.1.13 Periodo de recuperación de la inversión.....	70
4.1.13 TIR.....	71
4.1.14 Beneficio costo.....	73
4.2. Discusión.....	75
CAPITULO V.....	77
5.1. Conclusiones.....	78
CAPÍTULO VI.....	80
6.2 Linkografía.....	82
CAPÍTULO VII.....	83
7.1 Anexos.....	834

ÍNDICE DE TABLAS

Nº		
1	Recursos humanos	36
2	Recursos Materiales	36
3	Conocimiento de la empresa audiovisual y de diseño gráfico.....	38
4	Solicitud de los servicios	39
5	Localización de la empresa	40
6	Servicios que ofrece la empresa	41
7	Inconvenientes en la solicitud de servicios	42
8	Contrato de servicios.....	43
9	Promoción de la empresa	44
10	Personal calificado	45
11	Frecuencia de anuncios publicitarios	46
12	Valor por servicios	47
13	Demanda Actual	49
14	Demanda futura	49
15	Oferta actual	50
16	Oferta futura	50
17	Balance de la oferta y la demanda	50
18	Presupuesto de inversión campaña publicitaria	51
19	Muebles de oficina	53
20	Equipo de cómputo	56
21	Vehículo de la empresa	56
22	Infraestructura física	57
22	Equipo y maquinaria.....	57
23	Presupuesto de inversión Activos Fijo.....	58
24	Activos diferidos	60

25	Depreciación	60
26	Capital de trabajo	61
27	Financiamiento	61
28	Amortización	62
29	Sueldo al personal	63
30	Suministro de oficina	64
31	Ingresos	64
32	Egresos	65
33	Imprevistos	65
34	Gastos financieros	66
35	Proyección del punto de equilibrio	66
36	Estado de resultado	68
37	Flujo de efectivo	69
38	Recuperación de la inversión	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº		
1	Empresa de Audiovisual y de diseño gráfico	38
2	Aceptación de la empresa	39
3	Localización de la empresa	40
4	Servicios que ofrece la empresa	41
5	Solicitud de servicios	42
6	Variedad de servicios	43
7	Medios de promoción	44
8	Personal calificado	45
9	Tiempo de contratación de servicios	46
10	Pago por servicios	47
11	Organigrama de la empresa AV STUDIO	54

Introducción

El crecimiento del mercado y el consumismo local da paso a que exista una demanda que año a año se incrementa ante los diferentes productos y servicios que las empresas ofrecen lo cual influye para que la competencia sea cada día más fuerte sobreviviendo solo las organizaciones que no les temen al cambio, las mismas que están dispuestas a invertir ajustándose a las exigencias del mercado actual, tomando las ventajas competitivas que la tecnología les ofrece a fin de alcanzar los objetivos que se han fijado.

Toda empresa sabe que si se quiere llegar al consumidor debe resaltar los productos o servicios que tiene y es ahí donde juega un papel fundamental la publicidad la cual es un factor importante en el medio comercial y un puente entre el ofertante y demandante.

En la actualidad, se encuentran productos o servicios de forma audiovisual que involucran imágenes digitales generadas con un propósito publicitario, expresivo o comunicativo. Desde las películas animadas hasta comerciales que constantemente invaden el espacio televisivo, haciendo cada vez, más uso de las imágenes digitales.

Con la necesidad de proveer servicios audiovisuales de diseño gráfico en el cantón Buena Fe, se plantea el tema investigativo sobre un estudio de factibilidad para la creación de una productora de servicios audiovisuales. Buena Fe es uno de los cantones que actualmente presenta un gran desarrollo económico a nivel provincial lo cual lo hace un sitio atractivo donde invertir, en el mismo se localizan un sinnúmero de empresas las cuales presentan la necesidad de poder promocionarse para llegar al consumidor.

El Proyecto propuesto, busca contribuir con una oferta de calidad para generar un mayor y mejor acceso a servicios integrales de diseño gráfico y audiovisuales para las empresas del cantón y el público que lo requiera.

La presente investigación abarca los siguientes capítulos:

Capítulo I. Detalla la introducción del tema investigativo el problema junto con las causas y efectos que este tiene. En este capítulo se encuentra el objetivo general, específico y la justificación del proyecto.

Capítulo II. Contiene el marco teórico, referencial en el cual se amplían y detallan los temas que ayudaron en la investigación con sus diferentes autores, fechas de publicación, editoriales y país.

Capítulo III. Revela los métodos y técnicas utilizados en el proceso de obtener información así como las fuentes primarias, secundarias, población, muestra y encuestas empleadas en el público escogido al azar.

Capítulo IV. Presenta los resultados generales de la investigación junto con la encuesta desarrollada determinando si hay la aceptación esperada

Capítulo V. Exhibe las conclusiones a que se ha llegado una vez culminado el proyecto y las recomendaciones que se sugieren.

Capítulo VI. Especifica la bibliografía manejada en el proyecto la misma que detalla los autores y fechas de publicación

Capítulo VII. Exponen los anexos del proyecto mediante fotos que respaldan la investigación presente.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problematización

1.1.1 Planteamiento del Problema.

El diseño gráfico es una disciplina que ha ido desarrollándose y transformándose con el tiempo. La gráfica ya no sólo son figuras estáticas sino que ahora se mueven, lo que hace que cada vez estén más presentes en los productos audiovisuales.

Actualmente el cantón Buena Fe no cuenta con una productora de calidad que brinde este tipo de servicios lo cual se transforma en un problema por la demanda existente, las empresas que quieren promocionarse deben recurrir a otros lugares donde les ofrecen un servicio de mala calidad ya sea por la tecnología obsoleta, falta de creatividad o precios exagerados. Estas causas desembocan en una problemática que se define como la insatisfacción de los clientes.

Lo expuesto, denota el desconocimiento del mercado local en cuanto a la aplicación de servicios tecnológicos, sumado a la falta de un estudio técnico y económico debido a la escasa inversión para el desarrollo del proyecto, por ende se concluye en la inexistencia de un estudio financiero, el mismo que permitirá tener contradicciones a la hora de conocer la rentabilidad del proyecto.

Diagnóstico.

El problema nace debido a que el Cantón Buena Fe no cuenta con una empresa que ofrezca los servicios publicitarios audiovisuales y de diseño gráfico para las empresas locales.

Las necesidades descritas anteriormente, son la base para el desarrollo investigativo las cuales son el motor para conjugar lo digital, el diseño y la realización audiovisual para ponerlo a disposición para los sectores: cultural, artístico, educativo y comercial (publicidad).

Causas

- Desconocimiento del mercado local
- Falta de un estudio técnico y económico
- Inexistencia de un estudio financiero

Efectos

- Desinformación acerca de la demanda de servicios audiovisuales y de diseño gráfico
- Escasa inversión para el desarrollo del proyecto
- Contrariedades en el desconociendo de la rentabilidad

Pronóstico

- Inexistencia de empresas productoras de audiovisuales y de diseño gráfico
- Dificultad del desarrollo del proyecto por falta de información cualitativa y cuantitativa
- Inconveniente en el conocimiento que genere la actividad financiera

Control de pronóstico

- Desarrollar un estudio de mercado que brinde la información necesaria
- Efectuar un estudio técnico que informe costos y localización para la creación de la empresa.
- Aplicar un estudio financiero que brinde información

1.1.2 Formulación del problema

¿Cómo desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de audiovisuales y diseño gráfico, cantón Buena Fe, periodo 2015?

1.1.3 Sistematización de la Problematización.

- ¿De qué manera efectuar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y la demanda existente para una empresa audiovisual y de diseño gráfico?
- ¿Cómo aplicar un estudio técnico y económico que determine los costos de inversión y la localización de la empresa?
- ¿De qué manera se podrá analizar la rentabilidad que genere el proyecto aplicando un estudio financiero?

1.2. Objetivos.

1.2.1 Objetivo General.

- Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de audiovisuales y de diseño gráfico, en el cantón Buena Fe, periodo 2015.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Efectuar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda existente para una empresa audiovisual y de diseño gráfico.
- Aplicar un estudio técnico y económico que determine los costos de inversión y la localización de la empresa.
- Analizar la rentabilidad que genere el proyecto aplicando un estudio financiero.

1.3 Justificación.

Se justifica el presente proyecto de investigación debido a la importancia que genera al brindar los servicios audiovisuales y de diseño gráfico a todos los clientes que lo requieran actualmente en el cantón Buena Fe no existe una empresa que se especialice en este tipo de servicios cumpliendo con las garantías que el mercado exige.

Es de conocimiento general para cualquiera que desarrolle una actividad económica, que es la publicidad la que vende los productos y servicios que se ofrecen en el mercado por ello es fundamental realizar las promociones que contengan mensajes claros, creativos que capturen la atención del consumidor cumpliendo los objetivos que se han planteado.

La tecnología actual ofrece la ventaja de poder desarrollar la creatividad en donde cada empresa compite por cumplir los presupuestos fijados, actualmente el diseño gráfico se ha ido desarrollando y transformándose. Cuando se habla de diseño gráfico, se piensa en productos impresos. Sin embargo, éste ha evolucionado con el tiempo debido a que surgieron nuevas necesidades.

Se proyecta la elaboración de un estudio de mercado que demuestre que existe una considerable demanda y que la empresa tiene la aceptación necesaria para su puesta en marcha, de esta misma manera se aplica un estudio técnico y económico que revele la información necesaria en cuanto a la inversión y localización de la productora.

El proyecto beneficiará en el ámbito social brindando fuentes de empleo a los empresarios y todos en general que requieran de los servicios de la productora la cual tendrá costos accesibles por sus servicios demostrando que se puede hacer trabajo de calidad garantizando la confianza del cliente.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Conceptual.

2.1.1 Estudio de factibilidad

Un Estudio de Factibilidad tiene como propósito establecer los pro y contra de una serie de alternativas técnicas y valorarlas económica, financiera, social y ambientalmente, a fin de determinar si una obra se puede desarrollar de manera posible, práctica y viable. Esto es, para una obra concreta cuál es la solución que responde de manera óptima a las necesidades de un problema **(Civilgeeks., 2014)**

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad. Esto sólo se puede asegurar mediante el empleo de procedimientos y de análisis debidamente fundamentados **(Cecafi, 2012)**.

2.1.1.1 Factibilidad de sistemas

Los objetivos en la Factibilidad de sistemas en un proyecto consisten en descubrir cuál es el objetivo de la organización, luego determinar si el software o sistema será de utilidad para resolver los objetivos planteados en el proyecto. Los objetivos que se deben contemplar son los recursos que la empresa proporciona y nunca definir recursos que la empresa no es capaz de proporcionar.

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de Factibilidad de sistemas de un proyecto sin ser limitativos. Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Fuente de Interés: Factibilidad S.I.A

2.1.1.2 Factibilidad Técnica

Factibilidad de sistemas Técnica es una evaluación que debe demostrar la facultad del sistema para ponerse en marcha y mantenerse durante el tiempo, además debe demostrar que la planeación del sistema ha sido desarrollada cuidadosamente contemplando todas las restricciones y objetivos, aprovechando los recursos que entrega la organización.

2.1.1.3 Factibilidad Económica

En esta etapa, hay que comprobar que el proyecto es sustentable económicamente. Justificar que la inversión genera una ganancia, demostrar que si el sistema no cumple con su objetivo no habrá pérdidas económicas o serán las mínimas. Los Costos: Considerar costos Fijos y variables cómo se ha definido el costo del producto y cuáles son los estimados de ventas por el periodo de al menos un año, justificando cada cálculo, investigación de mercado y estadísticas.

2.1.1.4 Factibilidad Operativa

La Factibilidad de sistemas Operativa, tiene como objetivo comprobar que una empresa u organización será capaz de darle uso al sistema, que cuenta con el personal capacitado para hacerlo o tiene los recursos humanos necesarios para mantener el sistema. Para esto, el sistema debe contemplar cuatro puntos importantes al momento de desarrollarse (**Apoyoti, 2014**).

2.1.2 Proyecto de inversión

Todo proyecto nace de una necesidad. Se orienta pues, a la consecución de un resultado dentro de un plazo de tiempo limitado, con un principio y un fin que determinan el alcance y los recursos. Para ello se estructura en función de actividades, que discurren de forma secuencial o paralela en los distintos tipos de proyectos.

Todo proyecto es único, ya que no supone una operación de rutina, sino un conjunto específico de operaciones diseñadas para lograr una meta singular, por eso existen muchos tipos de proyectos y por ello es habitual que un equipo de proyecto a menudo incluya a personas que normalmente no trabajan juntas, por proceder de organizaciones distintas o por provenir de ubicaciones geográficas diferentes.

Ésta y otras peculiaridades de un proyecto hacen que deba ser gestionado y guiado por expertos para entregar los resultados a tiempo dentro del presupuesto, el plazo y la calidad que se han previsto y, siempre aportando un aprendizaje. De ahí la importancia de la gestión de proyectos, que es la aplicación de conocimientos, habilidades y técnicas para la ejecución de proyectos de manera eficaz y eficiente. La gestión de proyectos también puede considerarse como una competencia estratégica para las organizaciones, ya que les permite vincular los resultados del proyecto a los objetivos de negocio y, por lo tanto, competir mejor y afianzar una posición de mercado más sólida.

2.1.2.1 Tipos de proyectos

Cuando se habla de proyecto siempre es necesario especificar algo más que permita encuadrar el área o sector donde sus competencias se desarrollarán. Existen muchos tipos de proyectos, pero los más comunes son:

- Proyectos públicos.
- Proyectos privados.
- Proyectos mixto

2.1.2.2 Etapas de un proyecto

Las etapas de un proyecto suelen completarse secuencialmente, aunque en algunos momentos puntuales pueden coexistir. Habitualmente se suelen distinguir cuatro principales, aunque según la naturaleza de tu proyecto puedes añadir o eliminar fases. Lo importante es que la estructura en etapas te ayude a la gestión.

Inicio: implica las tareas de definición del proyecto, que consisten en acotar su alcance y realizar los procedimientos necesarios a nivel administrativo para abrir el proyecto de forma oficial dentro de la compañía.

Planificación: consiste en establecer las acciones que se llevarán a cabo durante el proyecto y su calendarización en el tiempo, así como los objetivos que se pretenden conseguir y los recursos de los que se dispone, tanto humanos como materiales. Lo más común es realizar una matriz en la que para cada acción que hay que realizar se establece un responsable y una fecha en la que dicha acción debe estar finalizado.

Ejecución y monitorización: una vez el proyecto está planificado, la ejecución consiste en que cada miembro del equipo tomará la matriz definida y realizará las tareas que le han sido asignadas. La misión del gestor aquí es doble; por un lado vigilar que la planificación se cumpla con la mayor precisión posible, tanto en tiempo como en esfuerzo para que no aumenten los costes.

Cierre del proyecto: esta fase es meramente administrativa pero muy importante. Implica concluir oficialmente el proyecto, de manera que todos los implicados entienden que las tareas planificadas se han ejecutado y se puede realizar una valoración final del éxito del proyecto (**obs-edu, 2012**)

2.1.3 Factibilidad y Viabilidad

Aunque son términos que tienden a confundirse y a utilizarse indistintamente, se trata de dos aspectos diferentes de un proyecto, no sólo empresarial, sino de cualquier tipo: personal, profesional, académico, entre otros.

La factibilidad abarca las posibilidades que tiene un proyecto de lograrse. En este estudio se hace un análisis para determinar si el negocio que se está proponiendo tendrá éxito o no y cómo hacer para que sí sea exitoso. Por su parte la viabilidad es la condición de viable, es decir, que puede llevarse a cabo. Esto podría interpretarse como la posibilidad que tiene un proyecto de ser ejecutado y operado de forma tal que cumpla con su objetivo.

En conclusión, para tener un acuerdo sobre los términos, antes de profundizar en el análisis de viabilidad, debemos tener claro que un proyecto viable es aquel que además de ser realizable (factible) es sostenible y rentable económicamente.

2.1.3.1 Herramientas para hacer un análisis de viabilidad

1. Plan de negocio: se trata de una herramienta primordial tanto para los emprendedores como para nuevas inversiones corporativas, pues el plan de negocio identifica, describe y analiza la oportunidad. Aunque esta herramienta funciona como un documento terminado que sirve como hoja de ruta al nuevo proyecto, éste en realidad nunca está terminado del todo porque los modelos de negocio cambian y se adaptan.

2. Estudio de mercado: he aquí otra herramienta fundamental para los emprendedores pero también para nuevos proyectos de empresas ya establecidas. Este estudio consiste en la recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Entre los usos que tiene el estudio de mercado es la elaboración del plan de negocio.

3. Estudio de viabilidad técnica y financiera: un estudio de viabilidad se centra en las características del proyecto. Sin embargo, mientras el estudio de viabilidad técnica analiza las posibilidades materiales y físicas de producir un bien o servicio, el de viabilidad

financiera y económica se centra en la búsqueda de información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación. Ambos estudios hacen parte fundamental del estudio de viabilidad empresarial. El de viabilidad técnica ha tomado gran importancia por la influencia determinante de la tecnología en el desarrollo o entrega de un producto o servicio.

4. Evaluación económica: se trata de un método de análisis que permite valorar la rentabilidad económica de una inversión según unos indicadores definidos previamente. De esta forma, la evaluación económica de proyectos busca identificar las ventajas y desventajas de la inversión económica de un proyecto. Se diferencia del análisis financiero porque integra los aspectos monetarios con los relacionados con otro tipo de beneficios como aquellos de tipo social.

5. Análisis y administración del riesgo: medir el riesgo de la inversión es uno de los principales estudios que se realizan antes de realizar una inversión. En este análisis se identifican 4 tipos de riesgos: el de mercado, el tecnológico, el de costos e inversión y el de rentabilidad económica (**enfoqueyestrategia, 2014**).

2.1.3.2 Estudio de viabilidad financiera:

El plan financiero es parte integral del análisis de viabilidad y hace parte de la evaluación económica del proyecto empresarial.

Al reunir toda la información obtenida en el plan de mercadeo y plan de negocios, en análisis de viabilidad financiera verifica la viabilidad económica y sus necesidades de financiación. Por eso, es la piedra angular de cualquier estudio de viabilidad de un proyecto empresarial.

Y es que, quíerese o no, el factor económico es determinante durante la creación, desarrollo y permanencia de un proyecto empresarial; aunque se trate de un proyecto de una institución sin ánimo de lucro.

Cada día es de mayor importancia estar preparado con estudios de factibilidad para la operación a realizar y con estudios de viabilidad que garantizan la sostenibilidad del proceso empresarial en completa marcha.

2.1.3.3 Análisis de viabilidad

El estudio de viabilidad consiste en algo tan obvio como ver si es posible ejecutar el proyecto y darle la continuidad que precisa. Para ello, habremos de tener en cuenta lo siguiente: recursos con los que contamos, recursos que necesitamos y nuestra capacidad para conseguirlos. Si contamos con los recursos, el proyecto es viable y podemos ponerlo en marcha; si no hay recursos suficientes la decisión más inteligente es descartarlo o aplazarlo (**bolunta, 2013**).

2.1.4 Los presupuestos y su finalidad

La construcción juiciosa de los presupuestos de una empresa, son el faro y/o la guía de la misma durante el periodo que comprenda dichas proyecciones, permitiendo de manera reposada y proactiva, tomar las acciones pertinentes para cada uno de los ciclos que en ella se presenten.

Los presupuestos que se deben montar en cada una de las empresas, son:

- El Presupuesto de Ventas: por cada zona, vendedor y/o línea de producto.
- El Presupuesto de Nómina: para cada ciclo esperado de la empresa.
- El Presupuesto de Gastos: el cual identifica Ítem por Ítem el nivel de ejecución del mismo durante cada periodo contable

Adicionalmente, los presupuestos no son unas camisas de fuerza, pero sí son unas guías, que se convierten en metas para cada una de las áreas. Es allí donde se definen las responsabilidades de manera cualitativa, para La Gerencia Comercial, La Administración, El Departamento de Compras y el de Producción y por último, la Gerencia de la empresa. (**enfoqueyestrategia, 2014**).

2.1.5 La importancia de la evaluación

La evaluación es un punto clave en el desarrollo de cualquier proyecto, y tiene repercusión directa en el trabajo y la evolución de la organización. Así, la metodología de trabajo que proponemos para todos los procesos que se den en la asociación tiene siempre cuatro pasos: Planificación, Actuación, Recogida de datos y, finalmente, la Evaluación que es, a su vez, el punto de partida para la siguiente planificación.

Hay dos razones fundamentales por las que es necesario evaluar: supone hacer un análisis de nuestra intervención y, por lo tanto, es un momento de reflexión que culmina el proceso de aprendizaje que es el desarrollo de nuestra actividad: evaluar nos lleva, en consecuencia, a mejorar y a progresar; y además, es un ejercicio de responsabilidad social y política, especialmente si las actividades llevadas a cabo se financian con fondos públicos.

El fin último de la evaluación es la mejora del trabajo de la organización y de sus propuestas. Ha de ser útil y práctica, y ha de recoger toda la información pertinente. Si hablamos de un proyecto o un programa de actividades, en la evaluación hemos de tener en cuenta que habrá que evaluar los siguientes puntos.

La evaluación, además, significa recoger y analizar sistemáticamente una información, que nos permita determinar el valor y/o mérito de lo que se hace. Pero no podemos olvidar que ante todo debe ser útil y práctica y ha de ser una práctica asumida en la entidad y con una periodicidad establecida. Cómo mínimo se debe realizar una evaluación general al cierre de cada año que nos sirva de orientación y mejora para la planificación del siguiente. Lo aconsejable, de todos modos, es una evaluación general por trimestre. Además, todos los proyectos y programas deben ser evaluados independientemente de las evaluaciones generales (**bolunta, 2013**).

2.1.6 Gestión económica y financiera

Las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa, realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social. **(Japastor, 2011).**

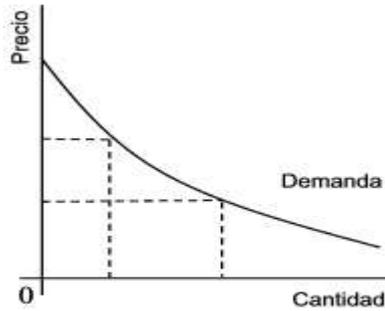
2.1.7 Estudio de mercado

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que ejecutan para saber la respuesta del mercado y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

Con un buen estudio nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), el cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máximo si nuestro producto o servicios vienen a aportar valores añadidos y ventajas competitivas.(Lo que puede revolucionar el sector, la oferta. **(estudiosdemercado, 2014).**

2.1.7.1 Demanda

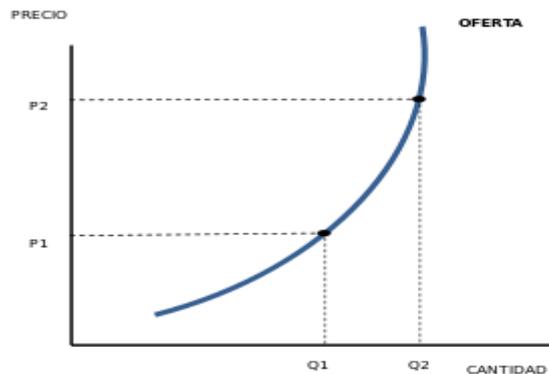
Son los productos o servicios que se ofrecen en el mercado y que son solicitados por los compradores sin demanda sin demanda no existe la oferta por tanto las dos son fundamental en el mercado y para todas las empresas.



2.1.7.2 Oferta

Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado.

La relación entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida de éste se puede ver gráficamente a través de la curva de oferta. La forma típica de esta curva se presenta a continuación (**banrepcultural, 2010**)



2.1.7.3 Demanda de mercado

La demanda de mercado se define como la cantidad total de compras de un bien, servicio o familia de productos/servicios que pueden ser realizadas por un determinado grupo demográfico. El grupo demográfico puede atender a diversos factores como edad, género,

nivel de estudios, etc. La demanda de mercado también puede incluir el total de ventas realizadas en una zona geográfica concreta (una ciudad, una región, un país. La evaluación de la demanda de mercado es una de las formas más importantes utilizadas por las empresas para decidir qué productos vender y cómo hacerlo, influyendo directamente en las estrategias de marketing. En términos generales a mayor precio, menor demanda.

2.1.7.4 Evaluación de la oferta y la demanda

La forma más habitual de evaluar la demanda de mercado para un grupo demográfico dado es realizando un análisis estructurado de demanda de mercado. En esencia, este proceso busca la identificación de consumidores que se sienten atraídos por el producto o servicio estudiado lo suficiente como para comprarlo, es decir, se evalúa el deseo de compra y disposición para pagar un determinado rango de precios. Como parte del análisis de la demanda se ha de identificar el tamaño del mercado, lo que hará posible determinar si la empresa necesita incentivar el interés del consumidor de un determinado grupo demográfico para generar negocio o incentivar diferentes mercados a la vez para ser rentable.

Los gustos, necesidades e intereses de los consumidores cambian, y con ellos la demanda de mercado. Por eso las empresas han de invertir recursos en el análisis constante y regular de la demanda de mercado, lo que el consumidor quiere y necesita. Este proceso continuo permite que las empresas mantengan un buen nivel de competitividad respecto a otras empresas con objetivos en los mismos segmentos del mercado ya que permite desarrollar nuevas estrategias de marketing y ajustar los precios así como mejorar los productos o sacar nuevas líneas que se adapten a las necesidades cambiantes de los consumidores.

2.1.7.5 Mercado objetivo

El término mercado objetivo se utiliza en publicidad para referirse al grupo de consumidores ideales de un producto o servicio. Se utilizan como sinónimos los términos grupo objetivo, público objetivo o mercado meta

En otros ámbitos el término mercado objetivo puede referirse a conceptos diferentes. Por ejemplo, en mercadotecnia se denomina mercado objetivo al espacio donde confluyen la oferta y la demanda para intercambiar bienes y servicios. Esta concepción, mucho más amplia, abarca los canales de distribución, territorio geográfico, competidores, compradores potenciales y al propio grupo de consumidores meta (**curiosoando, 2013**).

2.1.7.6 El producto

Un producto son todas las características que lo conforman, que aportan alguna utilidad al consumidor y que se perciben por él como tal; es decir, la capacidad de satisfacer alguna de las necesidades que tiene el consumidor (**elsevier.es, 2014**).

2.1.7.7 El precio

Es el valor monetario que se le da a un valor o servicios que se ofrece en beneficio de los consumidores para que exista un precio equilibrado debe ser regulado por las autoridades competentes (**curiosoando, 2013**).

.

2.1.8 La planificación de un proyecto

Aprender a Gestionar un proyecto es una competencia transversal y trato de enseñarla en un curso a distancia. El objetivo de este material es presentar los conceptos básicos de planificación y que puedas realizar una planificación sencilla, completa y útil.

Todos los proyectos necesitan de un plan (y sobre todo de un seguimiento). Depende mucho del tipo de proyecto (complejidad, tipo o duración) pero los conceptos son similares. De los errores más comunes, el principal suele ser la burocracia. Pero para dirigir un proyecto necesitas entender que es importante: (**cesareox, 2015**)

2.1.9 Estudio técnico

La eficacia con que las personas enfrentan los retos y oportunidades depende de su capacidad para adaptarse a los cambios constantes. El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva (**Oocities, 2012**).

2.1.10 Estudio financiero

El estudio financiero es vital e indispensable para cada una de las actividades que se realizan dentro de la entidad, a través de esta los administradores examinan el resultado de sus decisiones previas y se formulan nuevas posibilidades en cuanto a las futuras decisiones a tomar, las cuales serán aquellas de las que se espera el mejor desempeño para la empresa creando entonces las distintas políticas de uso de recursos. (**administracion.realmexico, 2012**).

2.2. Marco Referencial

2.2.1 Importancia del estudio de factibilidad

La factibilidad de un proyecto se centra en el análisis del rendimiento durante su desarrollo o al final del ciclo. Se analizan las contribuciones específicas, la eficiencia, la efectividad, la pertinencia y la sostenibilidad del mismo. La factibilidad de un proyecto puede tener un valor apreciable al momento de gestionar resultados y sirve para reforzar la rendición de cuentas sobre los resultados que se obtendrían.

La factibilidad surge de las condiciones específicas de cada caso que permiten asegurar el alcance de los objetivos proclamados en el lapso prometido para un proyecto, y a los costos comprometidos. Esta referida a la capacidad de ejecución exitosa del mismo basada en la existencia de mandatos, infraestructuras, recursos, condiciones y relaciones que fundamentan su viabilidad y sustentabilidad a largo plazo.

2.2.1.1 Importancia de la factibilidad Técnica de un Proyecto

Estudia la posibilidad tecnológica (existencia de los equipos para llevar a cabo los recesos), de infraestructura (existencia de instalaciones para los equipos), legal (existencia de regulaciones), ambiental (evaluación del impacto) y geográfica (existencia de espacios y vías de acceso suficientes) que el proyecto pueda ser llevado a cabo satisfactoriamente con el menor riesgo posible. Puede ser aplicada a proyectos nuevos o en la reestructuración o modernización de ya existentes y por tanto es útil para cualquier tipo de actividad humana. Se basa en la evaluación de los recursos disponibles y en el arreglo lógico de los procesos que permitan la transformación de una situación actual en una mejor situación en el futuro, emplea para ello el conocimiento y experiencia del proyectista y de los recursos financieros del inversionista.

2.2.1.2 Importancia de la factibilidad operacional

Comprende una determinación de la probabilidad de que un proyecto se realice o funcione como se supone. Consiste en la creación de métodos y procedimientos que permitan que el personal involucrado en el sistema identifique su función y se comprometa con la misma de forma que prevalezca el objetivo global sobre los particulares. Parte de un estudio de la rama productiva en la que se desarrollará el proyecto, continuando con una evaluación de las costumbres de la población, para finalmente crear los procedimientos de ejecución y de evaluación de rendimiento. Es posible que durante el estudio de factibilidad operacional se recomienden cambios sobre los procesos desarrollados en la Factibilidad Técnica, por lo que el desarrollo de los estudios de factibilidad técnica y operacional, no son lineales en el tiempo, sino que por él, contrario, corresponde a procesos cíclicos de avance continuo, donde producto del desarrollo de un paso, se revisa y se mejora el anterior (**uma.edu, 2014**).

2.2.1.3 Estudio de factibilidad de mercado

En un estudio de factibilidad, es el estudio de mercado el encargado de decidir la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, ambientales y económicos- financieros. El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios. Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible (Duffus, 2010).

2.2.2 Análisis de la competencia

No importa lo pequeño o grande que sea el negocio, hay cuatro objetivos que se tener en cuenta a la hora de plantearse una investigación para estudiar y analizar a los competidores:

- Saber dónde y con quién se compite realmente: no fiarse de la primera impresión, siempre conviene profundizar un poco para identificar bien a los competidores más reseñables y sobre todo para conocer quién está haciendo las cosas bien, quién no y cuáles son las tendencias del mercado.

- Identificar oportunidades de negocio: es difícil pero quizás asemeje un nicho de mercado mal atendido por la competencia.
 - Detectar elementos en los que diferencian: si se entra en un mercado donde ya están otros competidores que ofrecen algo diferente e innovador para que sus clientes.
1. Prever la reacción de tu competencia: la creación de negocio puede provocar una reacción de competencia, sobre todo si le quitas clientela, por lo que es conveniente tratar de anticiparte y prever su reacción.

2.2.3 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es una fase importante de todo estudio de mercado. Normalmente, el “mercado” es un grupo heterogéneo y diverso de consumidores con gustos, necesidades y motivaciones de compra diferentes.

Cuando realizamos una segmentación de mercados lo que buscamos es dividir el conjunto del mercado en pequeños grupos de consumidores, o segmentos de mercado, que sean homogéneos, es decir, que compartan gustos y necesidades comunes, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos.

Así, se podrá identificar de forma precisa cuáles son las necesidades y el comportamiento de los diferentes segmentos de mercado, lo que nos permitirá desarrollar o readaptar nuestros productos o servicios de la forma más ajustada a sus preferencias y, de ésta forma, lograr una ventaja competitiva en los segmentos objetivos.

La segmentación es muy importante para los autónomos y pymes, ya que sus posibilidades de éxito comercial serán mucho mayores en la medida en la que consigan especializarse en un segmento de mercado y ofrecer un valor adicional al que ofrecen empresas de mayor tamaño (**Infoautónomos, 2014**).

2.2.4 Estrategia de Mercadotecnia

Una estrategia de mercadotecnia es, básicamente, la forma en la que la organización de productores quiere alcanzar sus objetivos de mercadotecnia. No solo de ventas, lo cual es una confusión muy común, mercadotecnia no es exclusivamente ventas. La estrategia de mercadotecnia es un concepto más amplio y tiene que tener bien claro el mercado meta, es decir, a quien se quiere llegar; el posicionamiento que se busca, esto es, que imagen se quiere dejar ante el mercado meta; la mezcla de mercadotecnia: las Famosas 4 P's: precio, promoción, plaza y producto y, por último, los recursos que se necesitan para ejecutarla.

Una organización tiene que tener siempre una estrategia de mercadotecnia vigente. Ya que sin esta, los esfuerzos no justifican los resultados obtenidos. **(Progresonetwork0209, 2012).**

2.2.5 La toma de decisiones en las organizaciones

La toma de decisiones es el proceso en el cual las personas deben escoger o seleccionar entre dos o más alternativas de solución, todos los seres humanos en nuestro transcurrir debemos estar tomando decisiones para las acciones que realizamos, es por esto que cuando salimos de casa para dirigirnos al trabajo, debemos decidir que ruta tomaremos. Todo el tiempo estamos tomando decisiones unas más pequeñas que otras pero siempre seleccionamos entre dos o más alternativas.

Cuando se está desarrollando trabajo en equipo esta es una de las actividades de mayor importancia, por la responsabilidad que determina las acciones que decidamos aplicar para el logro de un proyecto o de un objetivo específico.

En las organizaciones las personas diariamente realizan acciones direccionadas para la toma de decisiones, seleccionando el tipo de alternativa que más le conviene tanto a la organización como al desarrollo de cada persona, en ocasiones estas tienen trascendencia y

algún tipo de connotación ya que se decide que debe hacerse, quien lo debe hacer, cuando y donde debe hacerse y hasta como debe hacerse (**Crear una empresa, 2010**).

2.2.6 Análisis financiero y punto de equilibrio

El objetivo de los métodos analíticos consiste en simplificar y reducir los datos que se examinan en términos más comprensibles para estar en posibilidad de interpretarlos y hacerlos significativos.

Los métodos de análisis financiero comprenden en esencia razones simples y razones estándar. Asimismo, es de utilidad emplear la técnica del punto de equilibrio económico para conocer las diversas opciones que debe plantear la administración de una empresa con objeto de seleccionar la más conveniente y decidir por qué, cómo y cuándo debe ejecutarse.

Para opinar con certeza sobre la situación financiera y la productividad de un negocio, no es suficiente analizar los datos internos. Es necesario complementar el análisis mediante el conocimiento del entorno donde se desenvuelve la empresa, como son: las condiciones del mercado, localización de la empresa con respecto a las fuentes de abastecimiento de materias primas, mano de obra, vías de comunicación, condiciones políticas tributarias, entre otros, que tienen gran influencia en la empresa..

2.2.7 Análisis de liquidez y solvencia financiera

El análisis de la solvencia financiera deberá cubrir las necesidades relacionadas con el ciclo financiero a corto y a largo plazo. La liquidez se refiere a la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones circulantes, es decir, las que participan en el ciclo financiero a corto plazo. La solvencia atañe a la capacidad financiera de una empresa para endeudarse a largo plazo y cubrir los costos inherentes..

2.2.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica de análisis empleada como instrumento de planificación de utilidades, toma de decisiones y resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos o semifijos.

Los gastos y los costos fijos se generan con el paso del tiempo, aparte del volumen de la producción y ventas. Son llamados gastos y costos de estructura, porque son generalmente contratados o instalados para la estructuración de la empresa; como ejemplo de estos costos y gastos pueden citarse la depreciación en línea recta, las rentas, los salarios que no están en relación directa con el volumen de producción, entre otros.

2.2.9 Riesgo y análisis de sensibilidad

En finanzas existe una relación directa entre el riesgo de una inversión y los beneficios que esta produce; de manera general, se puede decir que entre mayores sean los beneficios más riesgos implica la inversión. Un aspecto importante para disminuir los riesgos es la diversificación de inversiones; mientras más amplia es la gama de elecciones, se disminuye el riesgo de una en particular. Otra variable que se debe de considerar es el tiempo de riesgo que se desea mantener en la inversión, ya que existe una relación directa entre estos.

El riesgo financiero incluye la posible insolvencia y la variabilidad en las utilidades disponibles para el propietario o los poseedores de acciones comunes de la empresa. (Contactopyme., 2011).

2.2.10 Estados de Resultados

El Estado de Resultados muestra los ingresos, los costos y los gastos, así como la utilidad o pérdida neta de los resultados de las operaciones de la empresa (proyecto) durante un periodo determinado.

El Estado de rendimiento económico o Estado de Resultados, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado de resultados muestra, un resumen de los resultados de operación de un negocio concernientes a un periodo de operaciones. Su objetivo principal es medir u obtener una estimación de la utilidad o pérdida periódica del negocio, para permitir al analista determinar qué tanto ha mejorado dicho negocio durante un periodo de tiempo, generalmente un año, como resultado de sus operaciones. (Pucese.edu.e, 2015)

2.2.11 VAN

El Valor Presente Neto o Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Rentabilidad y la Relación Beneficio-Costo. Presentado en **Excel** con fórmulas y enlazadas. En este caso, solo capturar ingresos totales, costos totales, inversiones, recuperaciones e indicar la tasa con la que se va evaluar.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

2.2.12 TIR

La formulación lleva indicada que en caso de que la TIR sea menor a la tasa de actualización esta nos indique que se rechaza, en caso contrario se acepta, igual para los demás indicadores.

$$TIR = -I + \frac{CF_1}{(1 + k_1)} + \frac{CF_2}{(1 + k_1) \cdot (1 + k_2)} + \frac{CF_n}{(1 + K_1) \cdot (1 + K_n)}$$

2.2.13 Beneficio Costo

Si el resultado es igual o mayor que 1, entonces el proyecto se acepta y si es menor a uno, se rechaza.

$$B/C = \frac{INGRESOS}{EGRESOS}$$

2.2.14 Capital de trabajo

Son los recursos económicos con los que cuenta la empresa para emprender el proyecto es decir que al iniciar una empresa o para financiar un negocio se necesita valores económicos ya sean estos financiados de manera personal o acudir a una institución financiera en la cual le otorgaran los beneficios económicos cumpliendo con las disposiciones legales, el capital de trabajo debe ser debidamente administrado para poder recuperar la inversión y obtener ganancias de los mismos. (**Agroproyectos, 2011**)

$$CT=AC - PC (1)$$

Dónde:

CT = Capital de trabajo

AC = Activo circulante

PC = Pasivo circulante

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización.

El proyecto de investigación para la creación de la empresa productora audiovisual y de diseño gráfico se ubicará en el cantón Buena Fe, con el objetivo de brindar a todos sus clientes un servicio con los más altos estándares de calidad con precios accesibles. Su desarrollo se llevara a cabo en el cantón Buena Fe, que en la actualidad presenta un ritmo de crecimiento acelerado a nivel provincial lo que lo convierte en un sitio atractivo para invertir.



3.2. Tipo de investigación

3.2.1 Investigación exploratoria

Permite obtener datos que aportan al desarrollo de la investigación a fin de poder respaldar los objetivos planteados que permitan tomar decisiones acertadas en la creación de la productora audiovisual y de diseño gráfico en el cantón Buena Fe.

3.2.2 Investigación descriptiva

Busca describir las situación que se presentan en el proceso investigativo conociendo las situaciones, hábitos y actitudes del cliente a quien se le va a vender el servicio fin de poder satisfacer la demanda analizando e interpretando los datos alcanzados, en técnicas claras y precisas.

3.3. Métodos de investigación.

Los métodos empleados se detallan a continuación.

3.3.1 Método de observación

Selecciona la información más relevante permitiendo contribuir con el desarrollo de la investigación observando el comportamiento del mercado, preferencias del consumidor con el propósito de poder descifrar sus necesidades para brindar un servicio de calidad.

3.3.2 Método inductivo

Fue utilizado como instrumento de trabajo observando el registro de los hechos para poder clasificar la información para su respectivo análisis a fin de lograr los objetivos planteados en el desarrollo del proyecto investigativo.

3.3.3 Método deductivo

Mediante el proceso de deducción se describen los hechos mediante explicaciones de diversos tipos de situaciones que se han pasado por alto. Su finalidad es deducir la información llegando a obtener las conclusiones de los resultados.

3.3.4 Método analítico

Aporta al proceso de investigación revelando las características fundamentales del objetivo principal para emitir informes que respalden el desarrollo del proyecto.

3.4. Fuentes de recopilación de información

Para la recopilación de la información se recurrió a las siguientes fuentes en mención.

3.4.1 Fuentes Primarias

Las fuentes primarias permitieron obtener información aplicando las encuestas necesarias para conocer la demanda y aceptación que tendría el presente proyecto.

3.4.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias fueron de ayuda a través de libros, revistas fuentes de internet que contribuyeron en la ampliación de la investigación desde diferentes puntos de vistas.

3.5 Diseño de la investigación.

La investigación se diseñó de acuerdo a los objetivos planteados por ello se emplearon métodos y técnicas que contribuyeron en la recolección de datos describiendo sus características para cuantificar los datos obtenidos, proporcionado la información necesaria para tomar decisiones acertadas.

3.5.1 Población y muestra

3.5.1.1 Población

Para la realización de este trabajo se ha considerado la Población Económicamente Activa del Cantón Buena fe de acuerdo a la (PEA), año 2015-2016 el cual está compuesto por 14.017 hombres y 4.401 mujeres dando un total de 18.418. Estos últimos se dedican principalmente al comercio al por mayor y menor, la agricultura ganadería silvicultura y pesca. Las personas, distribuidas en el área urbana son un 75% y en el área rural un 25%. Así también, por autoidentificación étnica, se muestra una población 58% mestiza, menos del 1% indígena, 7% afroecuatoriana, 7% blanca, 27% montubia y menos del 1% de otras. La tasa de crecimiento poblacional, a nivel cantonal, está en 5% para el cantón Buena Fe (**Ministerio de Inducción Económica y Social , 2015**).

3.1.5.2 Muestra

Para obtener la muestras se aplicó la siguiente fórmula.

La fórmula es la siguiente:

Fórmula:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot PQ \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot PQ}$$

Nivel de confianza (95%)

18.418 personas económicamente activas

Probabilidad que el evento ocurra (50%)

Probabilidad que el evento no ocurra (50%)

Error máximo admisible \pm (5%)

Encuesta.

$$\frac{1,96^2 \cdot 0,05 \cdot 0,5 \cdot 18.418}{0,05^2(18.417 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 18.418}{0,0025(18.417) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{17.688,65}{46,0425 + 0,96}$$

$$n = \frac{17.688,65}{460,425,96}$$

$n = 384$ Tamaño muestra

3.6. Instrumentos de investigación

Los diferentes instrumentos para la investigación fueron mediante encuestas realizadas a la población económicamente activa del cantón de forma directa.

3.6.1 Encuestas

Para conocer la aceptación y demanda del presente proyecto fue necesario recurrir a encuestas realizadas con personas escogidas al azar.

3.7. Tratamiento de los datos

La información obtenida fue tratada mediante los sistemas informáticos de Excel, Word los cuales permiten registrar y procesar la información de manera rápida y a su vez de forma económica.

3.8. Recursos humanos y materiales.

3.8.1 Recursos humanos

Los recursos humanos y materiales que hicieron posible el desarrollo del proyecto se detalla a continuación.

Recursos humanos	Cargo
Ing. Enrique Intriago	Director de Proyecto de Investigación:
Yasmina Maricela Lino Ganchozo	Autora

3.8.2 Recursos materiales

Tabla 1: Recursos materiales utilizados

Referencia	Suma
Computadora	2
Impresora	1
Calculadora	2
Cuadernos	2
Lapiceros	4
Carpetas	3
Borrado	1
Marcadores	2
USB	2
Tijeras	1
Total	19

Fuente; librería Quevedo
Elaborado; Yasmina Lino

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados.

Encuesta realizada a los comerciantes del cantón Buena Fe determinando la oferta y la demanda de la empresa productora audiovisual y de diseño gráfico.

1.- ¿Conoce lo que es una empresa audiovisual y de diseño gráfico?

Tabla 2. Conocimiento de la empresa audiovisual y de diseño gráfico

Opción	Insistencia	Porcentaje
Si	310	81%
No	74	19%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

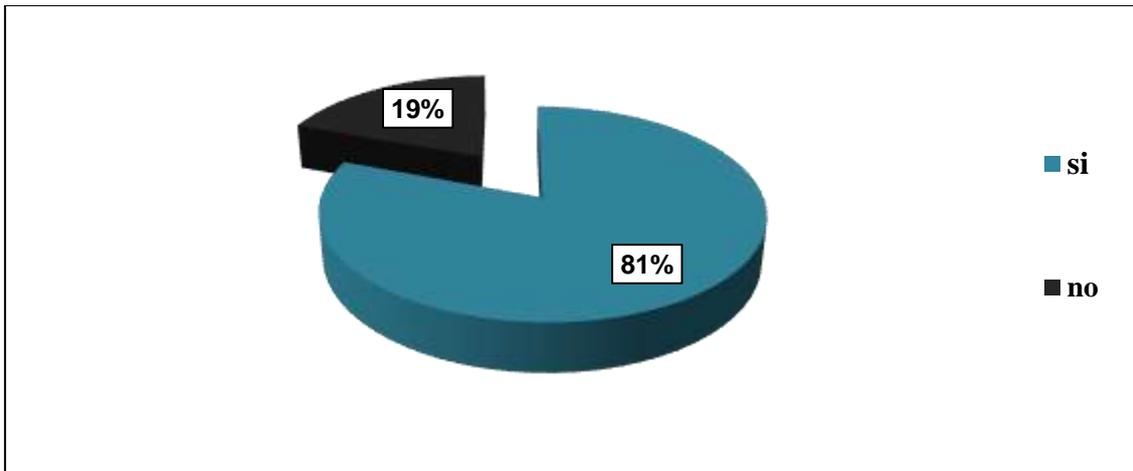


Gráfico 1. Empresa Audiovisual y de diseño gráfico

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada a los comerciantes del cantón Buena Fe el 81% señaló que si tenía el conocimiento de lo que es una empresa audiovisual y de diseño gráfico a diferencia del 19% que expreso que no sabía los servicios que estas ofrecen esta pregunta tiene la finalidad de conocer el mercado donde se dirige la empresa.

2.- ¿Solicitaría los servicios de una empresa audiovisual y de diseño gráfico?

Tabla 3. Solicitud de los servicios

Opción	Insistencia	Porcentaje
Si	380	99%
No	4	1%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

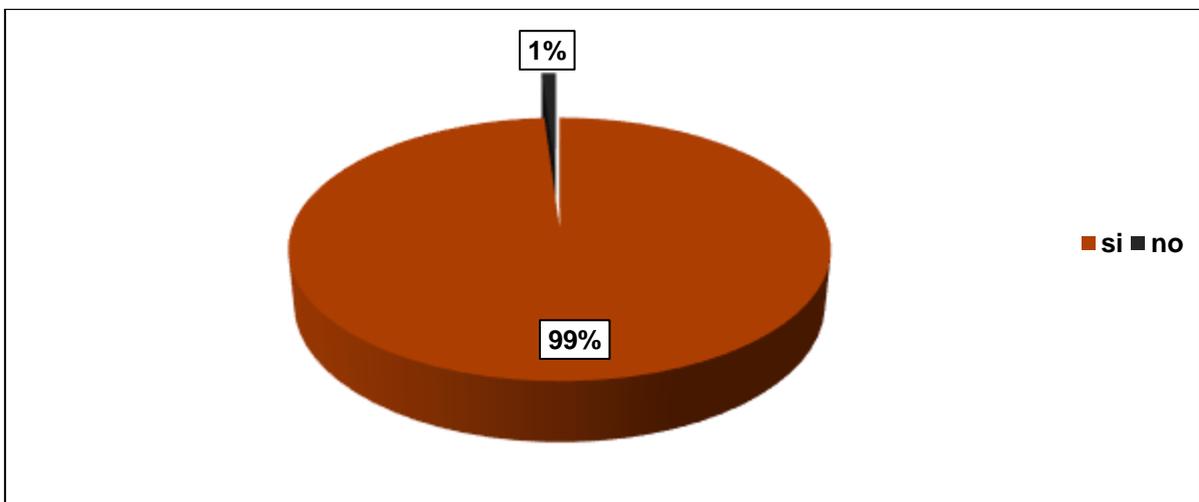


Gráfico. 2 Aceptación de la empresa

Análisis

De acuerdo con los resultados de la investigación 384 personas respondieron de forma positiva dando un porcentaje del 99%, esta pregunta demuestra que el proyecto tiene la aceptación necesaria para su desarrollo. Por parte de la población encuestada.

3.- ¿Considera usted que es necesario que se cree una empresa audiovisual y de diseño gráfico en el cantón Buena Fe?

Tabla 4. Localización de la empresa

Opción	Insistencia	Porcentaje
Si	320	84%
No	60	16%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

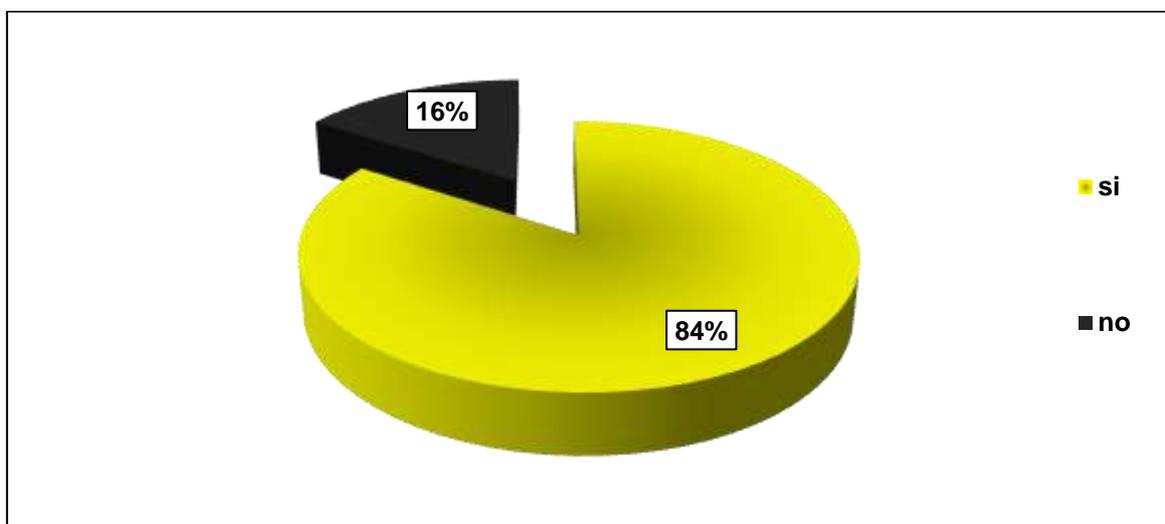


Gráfico 3. Localización de la empresa

Análisis

Los resultados de la encuesta demuestran que el 84% señaló que es necesario que se cree una empresa audiovisual y de diseño gráfico debido a que en el cantón cuenta con muchos negocios que no tienen una publicidad adecuada lo cual les perjudica. Mientras que el 16% señaló que no es necesario en un cantón pequeño.

4.- ¿Qué tipo de servicios le agradecería que brinde la empresa productora?

Tabla 5. Servicios que ofrece la empresa

Opción	Insistencia	Porcentaje
Creación de videos publicitarios, y anuncios de spot para empresas	125	35%
Diseño de creatividad para soportes publicitarios (rollos, Tótems, Potocas...)	100	25%
Diseño de logotipos, logo marcas e implantación de Identidad Corporativa	90	22%
Diseño, maquetación e impresión de Catálogos Industriales, de Productos y/o servicio	65	18%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

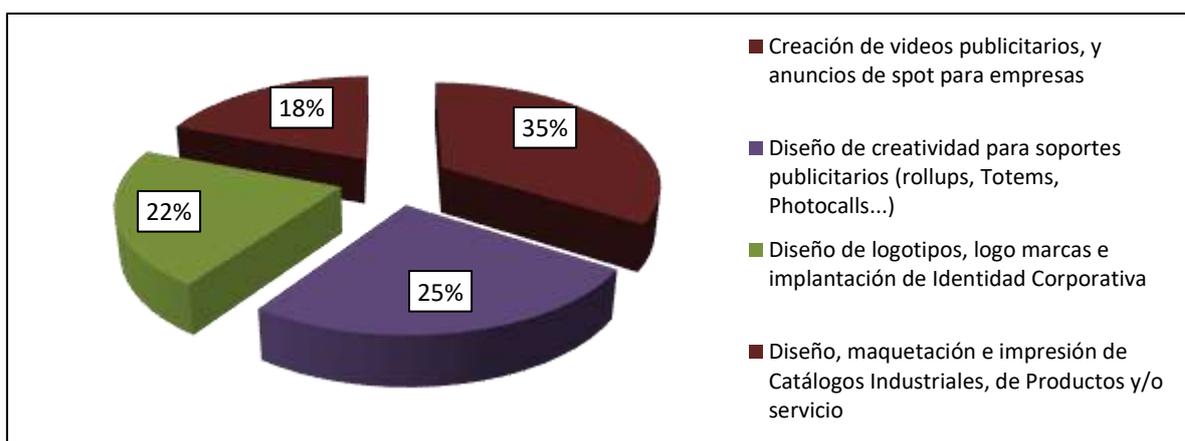


Gráfico 4. Servicios que ofrece la empresa

Análisis

Como se puede observar el gráfico número cuatro revela el tipo de servicios que le agradecería a las personas que hubiera en la empresa la creación de videos publicitarios con un 35% diseño de creatividad para soportes publicitarios con un 25% los diseños de logotipos tienen una demanda del 22% mientras que el diseño e impresión de catálogos representa el 18% esta pregunta tienen la finalidad de poder satisfacer la demanda del consumidor.

5.- ¿Cuáles son los principales inconvenientes que tiene cuando requieren algún servicio para su empresa de publicidad?

Tabla 6. Inconvenientes en la solicitud de servicios

Opción	Insistencia	Porcentaje
Poca creatividad	150	40%
Costos excesivos	130	34%
Baja calidad en el servicio	100	26%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

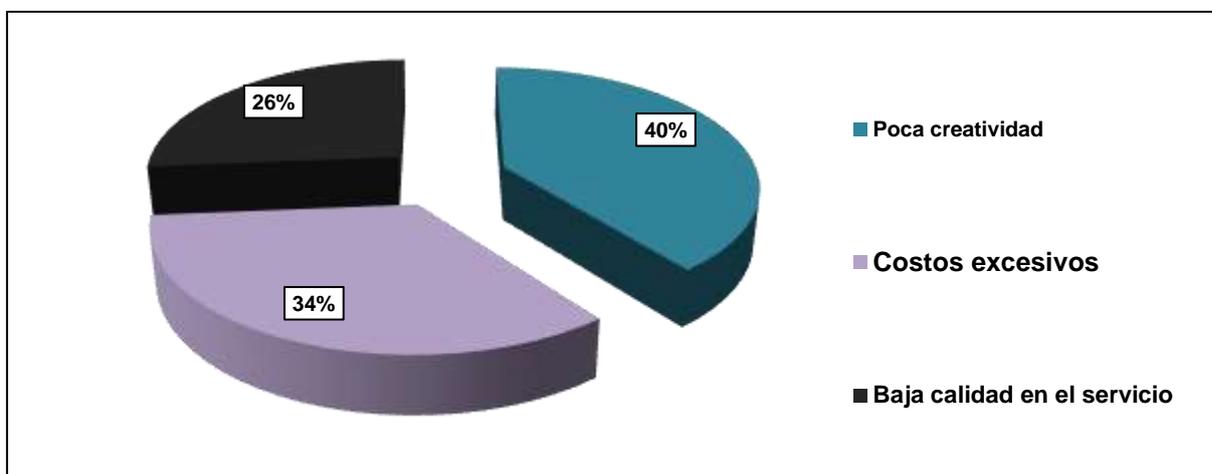


Gráfico 5. Solicitud de servicios

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada el 40% de los encuestados indicó que la poca creatividad se convierte en un factor importante a la hora de recurrir a contratar los servicios en una empresa productora audiovisual y de diseño gráfico, los costos excesivos es otro de los inconvenientes así lo manifestó el 34%, mientras que la poca calidad que entregan las productoras en sus servicios influyen mucho a la hora de decidirse por la empresa lo muestra un porcentaje del 26%.

6.-Cuáles son los aspectos en los que usted se fija para contratar los servicios de una empresa.

Tabla 7. Contrato de servicios

Opción	Insistencia	Porcentaje
Imagen y trayectoria	110	29%
Variedad de servicios	90	24%
Equipos tecnológicos	80	21%
Personal calificado	55	14%
Tiempo de entrega	45	12%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

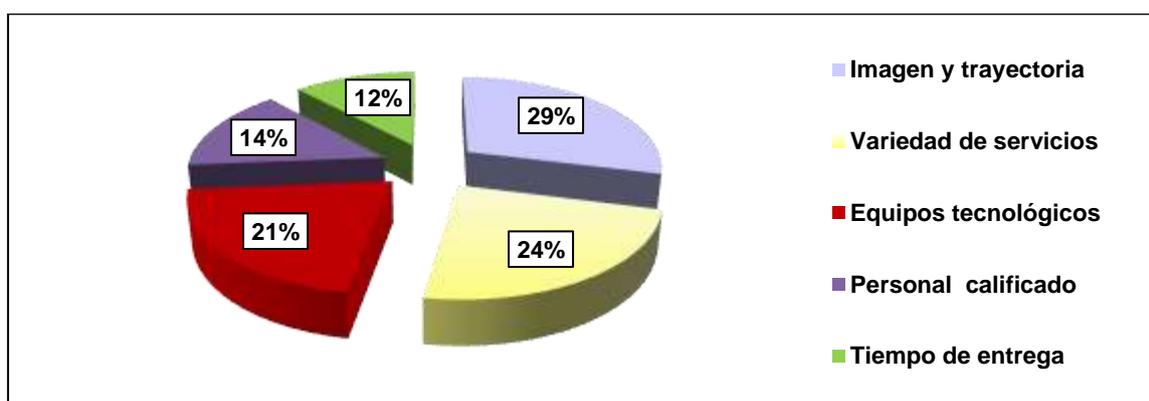


Gráfico 6. Variedad de servicios

Análisis

El 29% de los encuestados indica que a la hora de decidirse por una empresa prefieren la imagen y trayectoria que esta tiene por seguridad, sin embargo el 24% señala que no les importa la empresa siempre y cuando muestre variedad con diferentes opciones, para el 21% indica que es importante que la empresa cuente con equipos tecnológicos ya que pueden brindar un buen trabajo, el personal calificado también influye con un 14% mientras que el tiempo de entrega representa el 12% ya que los encuestados indican que buscan que una empresa le proporcione excelentes servicios con un tiempo de entrega rápido. Mediante la presente pregunta se pretende conocer el mercado convirtiendo esta debilidad en una fortaleza en el futuro de la empresa.

7.- ¿Qué medios considera usted más idóneos para promocionar la nueva empresa productora audiovisual y diseño gráfico?

Tabla 8. Promocion de la empresa

Opción	Insistencia	Porcentaje
Televisión	125	33%
Prensa	95	25%
Internet	100	26%
Radio	60	16%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

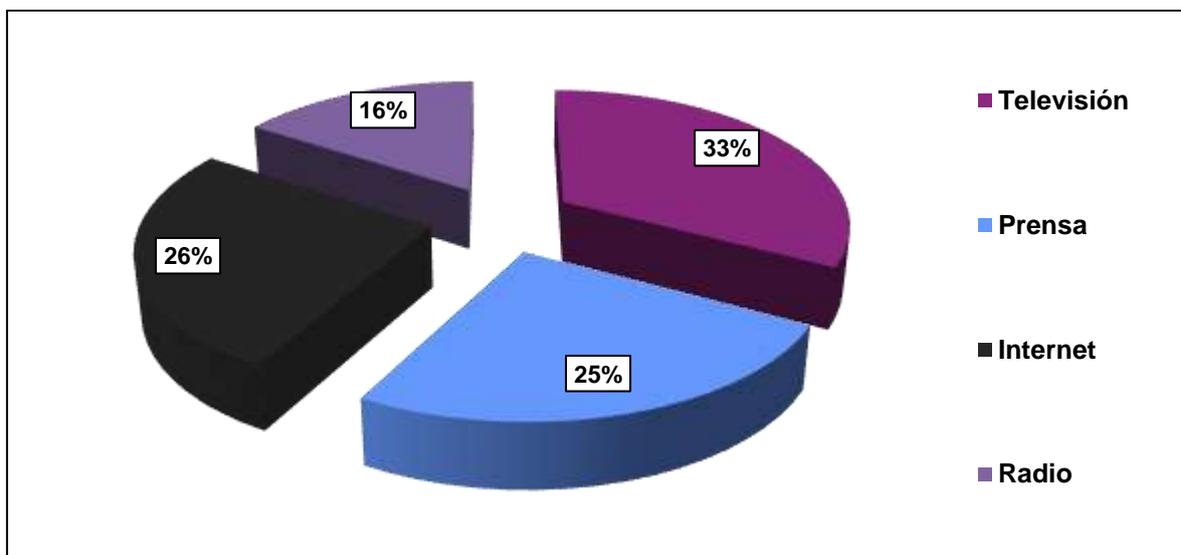


Gráfico 7. Medios de promoción

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada el 33% cree que un medio adecuado para difundir la promoción de la nueva empresa es a través de la televisión ya que todos los hogares cuentan con ella, mientras que 25% señala que la prensa es otra gran opción, el 26% señala que el internet es una herramienta más accesible económica y de mayor alcance, un grupo más reducido manifestó que la radio es muy recomendable con un 16%.

8.- ¿Considera usted que el canto Buena Fe existe un personal calificado para desarrollar este tipo de labores?

Tabla 9. Personal calificado

Opción	Insistencia	Porcentaje
Si	220	58%
No	100	26%
Tal vez	60	16%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

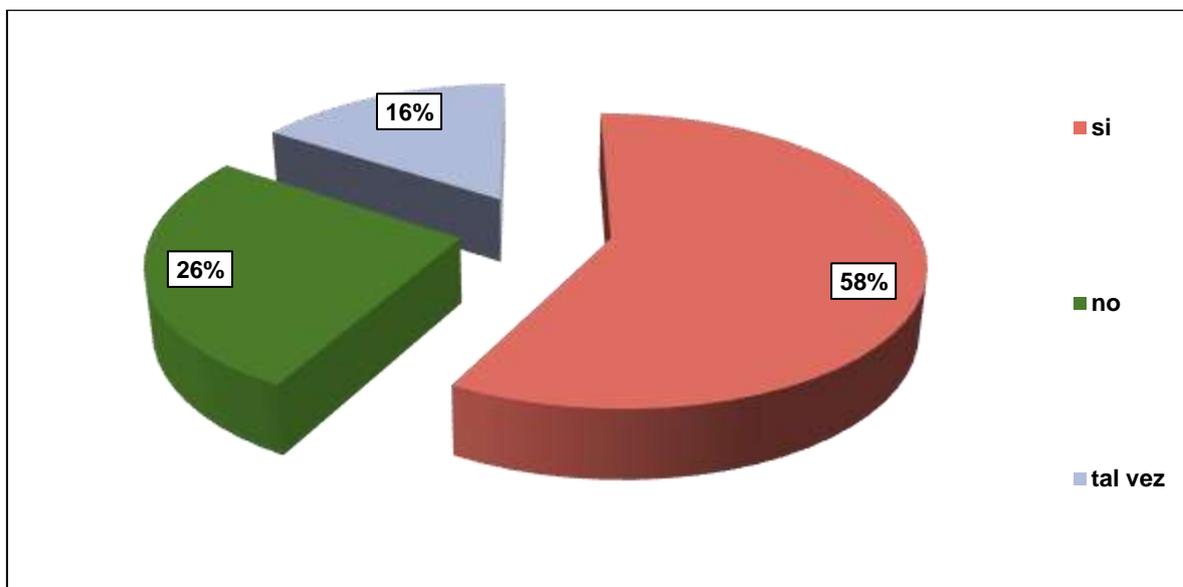


Gráfico 8. Personal calificado

Análisis

La investigación realizada revela que el 58% los encuestados indica que si existe profesionales preparado con un talento excelente para desarrollar estas labores, mientras que el 26% indica que no lo hay, y un 16% tiene dudas ya que es una empresa nueva por lo tanto no sabe si el personal estará preparado para desempeñar este tipo de función.

9.- ¿Con que frecuencia realiza anuncios publicitarios para su empresa?

Tabla 9. Frecuencia de anuncios publicitarios

Opción	Insistencia	Porcentaje
3 meses a mas	95	25%
6 meses a mas	180	47%
1 año a mas	105	28%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

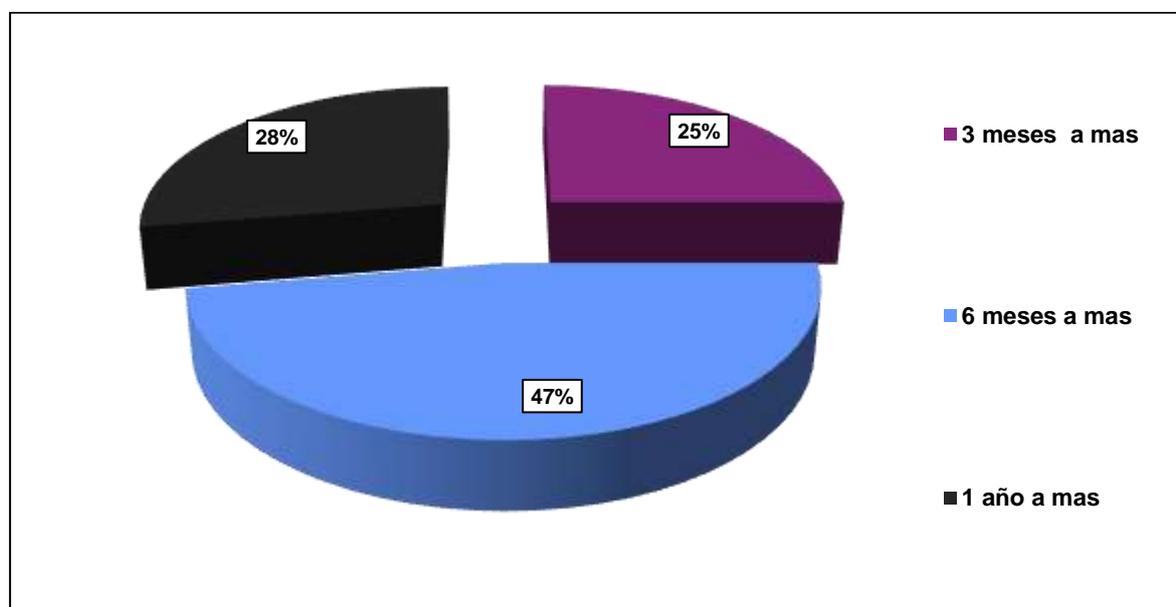


Gráfico 9. Tiempo de contratación de servicios.

Análisis

La encuesta efectuada revela que el 25% de los microempresarios realizan cada 3 meses algún tipo de publicidad para sus empresa, mientras que el 47% lo hace cada 6 meses y el 28% lo realiza cada año.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicio que ofrece la empresa.

Tabla 11. Valor por servicios

Opción	Insistencia	Porcentaje
35 a 40 dólares	250	66%
50 a 60 dólares	105	28%
70 a 80 dólares	25	6%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

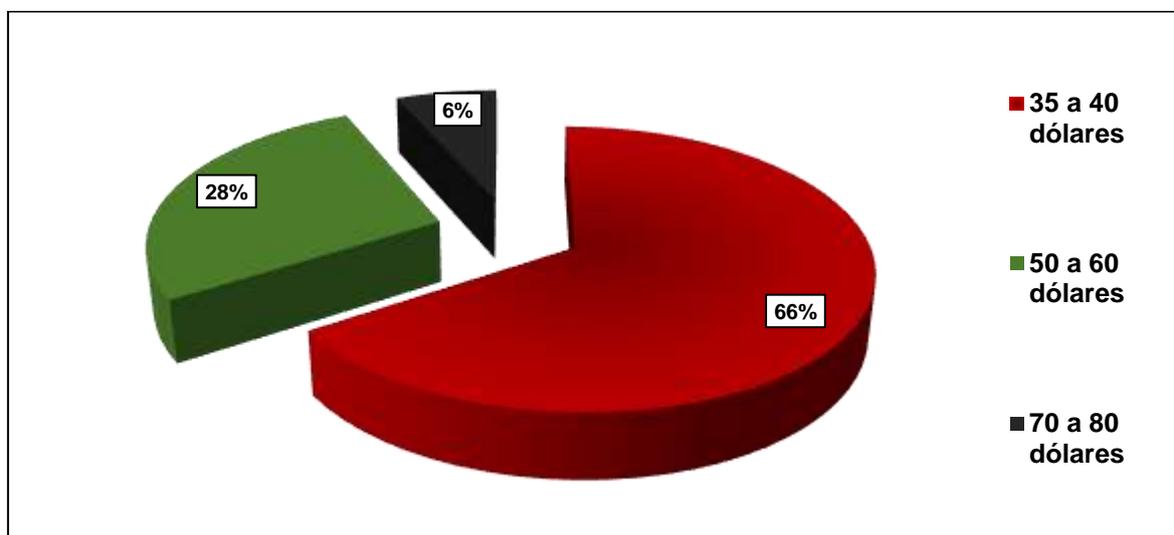


Gráfico10. Pago por servicios

Análisis

De acuerdo a la investigación realizada el 66% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de 35 a 40 dólares por los servicios, de 50 a 60 dólares pagaría 28% mientras que de 70 a 80 dólares pagaría el 6% ya que conocen que la publicidad es una buena herramienta de promoción para la empresa.

4.1.1 Estudio de mercado

El estudio de mercado realizado en el cantón Buena Fe demostró que el proyecto tiene la aceptación necesaria para su emprendimiento, la actividad comercial que se genera en el cantón hace de un potencial excelente para brindar los servicios.

El estudio del comportamiento del mercado determino las necesidades de los consumidores indagando sus características a la hora adquirir algún producto o servicio.

La empresa productora audiovisual y de diseño gráfico pretende llegar al mercado brindando un servicio de calidad de forma creativa que satisfaga al cliente con un precio justo accesible a los pequeños y medianos empresarios.

4.1.1.1 Servicio

Actualmente en el cantón Buena Fe no existe empresa alguna que brinde este tipo de servicios por ello la productora audiovisual de diseño gráfico promocionara sus servicios garantizando la calidad, y precio justo captando la atención del consumidor.

4.1.1.2 Distribución

Los servicios que ofrece la empresa productora se los realizará de forma directa con el cliente para una mayor comodidad y un mejor servicio.

4.1.2 Demanda

De acuerdo al último censo oficial el cantón Buena Fe cuenta con una población de 63.148 habitantes según datos oficiales del INEC, la cámara de comercio del cantón indica que la población económicamente activa va desde los 5 años dando un total de 18.418 habitantes los cuales ejercen diferente tipos de negocios y labores que van desde la agricultura al comercio en todas las áreas urbanas y rurales. Realizado el estudio de mercado se

determinó que existe una aceptación y demanda actual del 99% de acuerdo a la encuesta realizada. En el gráfico número dos.

Tabla 12.Demanda Actual

Demanda actual
18.418 habitantes

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

4.1.2.1 Demanda futura

De acuerdo al estudio de mercado realizado y al índice económico de crecimiento que es del 5% se establece la demanda futura por el proyecto.

Tabla 13. Demanda futura

Demanda futura por año	Proyección
2015	18.418
2016	19.338.9
2017	20.305.85
2018	21.321.14
2019	22.387.20

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

4.1.3 Oferta

De acuerdo a la investigación realizada el estudio de mercado efectuado se proyectó la oferta que va de acuerdo a la capacidad de la empresa.

Tabla 14. Oferta actual

Oferta actual
6000 solicitudes de servicios

Oferta futura

Tabla 15. Oferta futura

Oferta futura por año	Proyección
2015	6.000
2016	6.300
2017	6.615
2018	6.945.75
2019	7.293.04

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

4.1.3.1 Balance de la oferta y la demanda

El balance de la oferta y demandad tiene el objetivo de confrontar estas fuerzas del mercado a fin de conocer la demanda insatisfecha de la investigación.

Tabla 16. Balance de la oferta y la demanda

Años	Demanda actual	Oferta actual	Demanda insatisfecha
2015	18.418	6.000	12.418
2016	19.338.9	6.300	13.038.9
2017	20.305.85	6.615	13.690.85
2018	21.321.14	6.945.75	14.375.39

2019	22.387.20	7.293.04	15.094.16
-------------	-----------	----------	-----------

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

4.1.4 Presupuesto de campaña publicitaria

El presupuesto necesario, para el desarrollo de la campaña publicitaria promocionado a la empresa se lo realizara por los diferentes medios publicitarios a fin de dar a conocer la productora audiovisual y de diseño gráfico y el servicio que esta ofrece.

Tabla 17. Presupuesto de inversión campaña publicitaria

Medio de publicación	Tiempo	Valor	Total
Televisión	12 meses	110.00	1.320.00
Prensa	12 meses	40.00	480.00
Radio	12 meses	60.00	720.00
Vallas publicitarias	12 meses	80.00	960.00
Internet	12 meses	0.00	0.00
Total		290.00	3.480.00

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

Se trabajará de la mano con la campaña nacional “Mucho mejor si es hecho en Ecuador” ya que es una productora nacional.



4.1.5 Estudio Técnico

Con el objetivo de conocer el presupuesto necesario para la inversión en el desarrollo del proyecto se evaluaron los diversos factores que influyen determinando si existe la viabilidad necesaria para su emprendimiento.

El estudio técnico está ligado con el estudio de mercado realizado en el cantón Buena Fe el cual demuestra que existe una aceptación total en cuanto a los servicios que ofrece la productora audiovisual y diseño gráfico.

El tamaño del proyecto dependerá de la inversión y la aceptación tomando en cuenta las cantidades y recursos requeridos para su funcionamiento el propósito es optimizar tiempo y recurso necesario.

4.1.5.1 Localización

El proyecto se localizara en el cantón Buena Fe actualmente en el cantón no existe una empresa que ofrezca este tipo de servicios por lo cuales existe una demanda desatendida a la cual se pretende atender ofreciendo calidad en cada uno de los servicios que se ofrecerá.

4.1.5.2 Análisis FODA del Proyecto

El análisis FODA permite conocer las fortalezas y debilidades que se presentan en la empresa con la finalidad de tomar decisiones adecuadas que ayuden en el desarrollo.

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Personal capacitado en sus funciones Tecnología de punta Calidad en los servicios Garantía en cada uno de los trabajos realizados	Nuevo mercados Alianza con empresas que pueden mejorar la capacidad competitiva Implementación de nuevas tecnologías y procesos para aumentar la eficiencia
Debilidades	Amenazas
Aceptación del mercado Demora en la recuperación de la inversión Personal preparado para la reparación de maquinaria y equipos de trabajo Imposibilidad de realizar reuniones periódicas	Nuevos competidores Política económica variable Costos de materia prima y repuestos Deterioro de los equipos de trabajo

4.1.6 La Empresa y su organización

La empresa productora de audiovisión y diseño gráfico la cual se localizara en el cantón Buena Fe tendrá de nombre **“AV STUDIO”** la cual tendrá un esquema estructural con políticas y valores que se cumplirán logrando los objetivos planteados.

Visión

Ser una empresa reconocida y apreciada, en la producción audiovisual y diseño gráfico gracias a la creatividad de nuestras ideas, brindando un servicio de alta calidad, a la altura de las exigencias del mercado.

Misión

AV STUDIO tiene la misión de brindar al cliente un servicio excelente en cuanto a la producción audiovisual y diseño gráfico para todo tipo de empresas.

4.1.6.1 Organigrama estructural

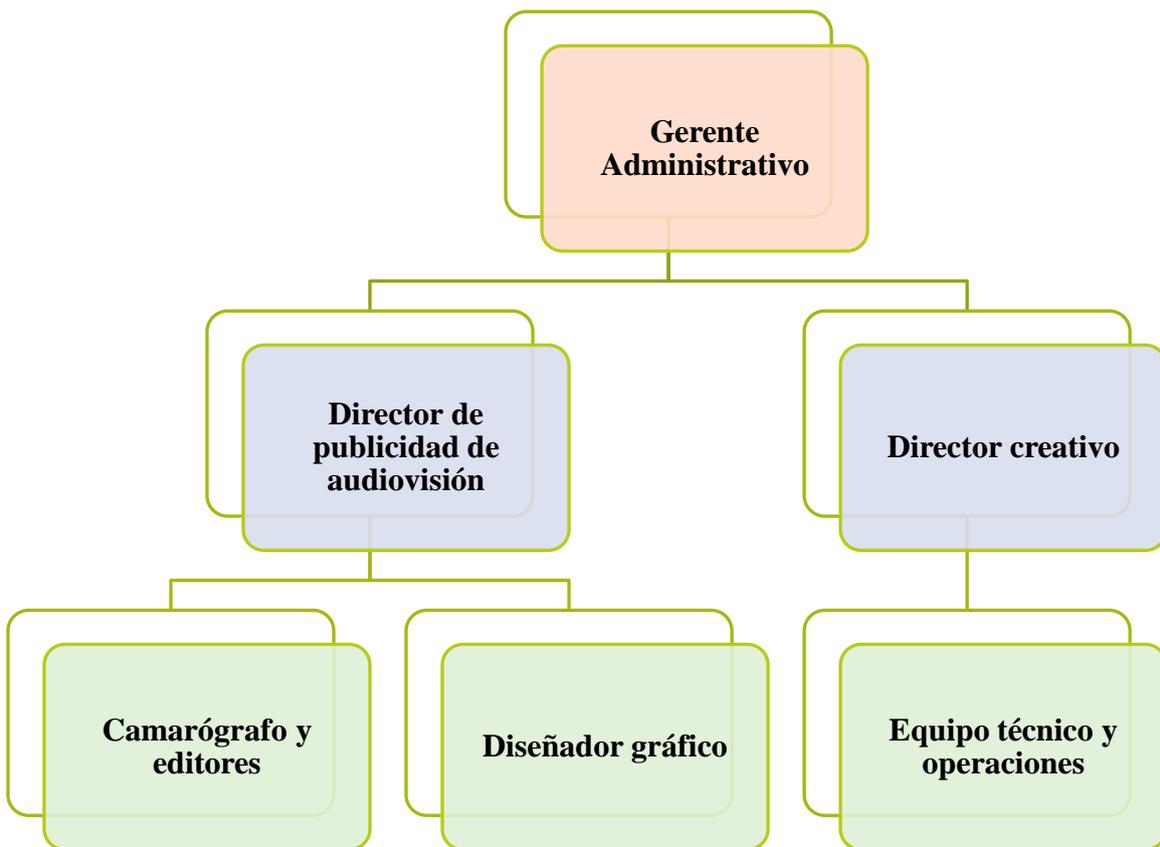


Gráfico 12. Organigrama de la empresa AV STUDIO

Elaborado por: La Autora

4.1.7 Estudio económico financiero

El estudio económico financiero planteado en el proyecto busca mejores alternativas en el cual se registren todas las operaciones realizadas para un control total tanto de los ingresos y egresos que se generara durante el ejercicio económico. Con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros determinado si el proyecto es rentable.

4.1.7.1 Costos de inversión

Los costos de inversión son la suma que ha generado el proyecto para la producción de un bien este caso del servicio en la empresa productora.

Tabla 18. Muebles de oficina

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Bufetes ejecutivo	5	250.00	1.250.00
Sillones reclinables	5	120.00	600.00
Archivadores	2	170.00	340.00
Mesas de trabajo	7	100.00	700.00
Cajoneras	4	50.00	200.00
Libreros	3	140.00	420.00
Mesa para sala de junta	1	250.00	200.00
Mesa de capacitación	3	75.00	225.00
Sillas para visitas	10	30.00	300.00
Sillas secretariales	2	25.00	50.00
Casilleros	3	140.00	420.00
Estantes metálicos	4	220.00	880.00
Dispensador de agua	2	70.00	140.00
Botes de basura	7	20.00	140.00
Total	58	1.660.00	5.865.00

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

Tabla 19. Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Ricoh Mp171, Copiadora	2	800.00	1.600.00
Computadoras	7	850.00	5.950.00
Teléfono	3	40.00	120.00
Sumadora	7	60.00	420.00
USB	10	20.00	200.00
televisores	3	800.00	2.400.00
Impresora multifuncional	4	350.00	1.400.00
Total	36	2.920.00	12.090

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

Tabla 20. Vehículo de la empresa

Detalle	Cantidad	Modelo	Precio
Camioneta cabina doble	1	D-max diesel 4x4 134 caballos motor 3.0 CRDI n	25.000.00

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

Arriendo de oficina

Para el desarrollo de las funciones operativas de la institución se desarrollaran en un lugar amplio que se ajuste a las necesidades de la empresa y del cliente cumpliendo con las normas que indica la ley.

Tabla 21. Infraestructura física

Detalle	Costo por mes	Total
Lugar de funcionamiento de la empresa	450,00	5.400,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

Tabla 22. Equipo y maquinaria

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
maquinaria para serigrafía	4	1.800.00	7.200.00
Estampadoras de 2-4-6-8-10 Brazos y estaciones, Termofijadoras	2	1.500.00	3.000.00
pulpo sport	4	1.600.00	6.400.00
Maquinas estampadoras	3	600.00	1.800.00
Large Container Screen Printer	2	7.000.00	14.000.00
Inyectora prensa de caucho y goma	1	1.400.00	1.400
Guillotina Polar 92 Programable	2	1.200.00	2.400.00
Maquina Multiliph	1	1.700.00	1.700
Cámara para video AF100,	5	1.400.00	7.000.00
Cámara fotográficas	5	200.00	1.000.00
micrófonos para estudio	3	120.00	360.00
Equipo de luces	1	800.00	800.00
Pizarra digital Marca Smart Board 680m	4	1.200	4.800.00
Total	37	20.520.00	51.860.00

Tabla 23. Presupuesto de inversión Activos Fijo

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
	Muebles de oficina		
Bufetes ejecutivo	5	120.00	1.250.00
Sillones reclinables	5	170.00	600.00
Archivadores	2	100.00	340.00
Mesas de trabajo	7	50.00	700.00
Cajoneras	4	140.00	200.00
Libreros	3	250.00	420.00
Mesa para sala de junta	1	75.00	200.00
Mesa de capacitación	2	112.50	225.00
Sillas para visitas	10	25.00	300.00
Sillas secretariales	2	140.00	50.00
Casilleros	3	220.00	420.00
Estantes metálicos	4	70.00	880.00
Dispensador de agua	2	20.00	140.00
Botes de basura	7		140.00
Total mueble de oficina			5.865.00
	Equipo de computo		
Ricoh Mp171, Copiadora	2	800.00	1.600.00
Computadoras	7	850.00	5.950.00
Teléfono	3	40.00	120.00
Sumadora	7	60.00	420.00
USB	10	20.00	200.00
televisores	3	800.00	2.400.00

Impresora multifuncional	4	350.00	1.400.00
Total equipo de computación			12.090.00
	Infraestructura física		
Área de funcionamiento de la empresa	12 meses	450.00	5400.00
	Vehículo		
Camioneta cabina doble	1	25.000.00	25.000.00
Total infraestructura y vehículo			30.400.00
	Equipo y maquinaria		
maquinaria para serigrafía	4	1.800.00	7.200.00
Estampadoras de 2-4-6-8-10 Brazos y estaciones, Termo fijadoras pulpo sport	2	1.500.00	3.000.00
	4	1.600.00	6.400.00
Maquinas estampadoras	3	600.00	1.800.00
Large Container Screen Printer	2	7.000.00	14.000.00
Inyectora prensa de caucho y goma	1	1.400.00	1.400
Guillotina Polar 92 Programable	2	1.200.00	2.400.00
Maquina Multiliph	1	1.700.00	1.700
Cámara para video AF100,	5	1.400.00	7.000.00
Cámara fotográficas	5	200.00	1.000.00
Micrófonos para estudio	3	120.00	360.00
Equipo de luces	1	800.00	800.00
Pizarra digital Marca Smart Board 680m	4	1.200	4.800.00
Total de equipo y maquinaria			51.860.00
TOTAL INVERSIONES DE ACTIVO FIJO			100.215.00

Fuente: Encuesta aplicada

4.1.7.2 Activos diferidos

Los activos diferidos son los costos y gastos que se cargaran en periodos futuros

Tabla 24. Activos diferidos

Representación	Cuantía
Publicidad	3.480.00
Gastos de investigación y desarrollo	1.500.00
Gastos preoperativos	1.200
Programas de computador (software):	800.00
Capacitación	1.000.00
Total activo diferido	7.980.00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

4.1.7.3 Depreciaciones

La depreciación se realizara de acuerdo a la duración de la vida de los activos mediante línea recta.

Tabla 25. Depreciación

Representación	Costo de activos	de Valor residual	Costo mensual	Costo anual
Mueble oficina	de 5.865.00	5%	24.44	293.25
Equipo computo	de 12.090.00	5%	50.38	604.5
Vehículo	25.000.00	5%	104.17	1.250.00
Equipo maquinaria	y 51.860.00	5%	216.08	2.593.00
Total				4.740.75

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

4.1.7.4 Capital de trabajo de la empresa

Tabla 26. Capital de trabajo

Representación	Valor	Total
Servicios básicos	3.000.00	
Materia prima (tintas, papel etc.)	9.500.00	
Costos adicionales de producción	6.305.00	
Activos diferidos	7.980.00	
Total	26.785.00	
Total inversiones de activo fijo		100.215.00
Total capital de trabajo		127.000.00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

4.1.7.5 Financiamiento

Para el emprendimiento del proyecto fue necesario recurrir a los servicios financieros que prestan las instituciones a fin de cubrir los costos y gastos que se generan.

Tabla 27. Financiamiento

Prestamos bancario	109.0000
---------------------------	-----------------

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

La amortización del préstamo se detalla a continuación

Tabla 28. Amortización

N°	Saldo	Capital	Interés	Seguro	Cuota
1	109,000.00	5,281.45	1,724.93	38.75	7,045.13
2	103,718.55	5,365.03	1,641.35	36.88	7,043.25
3	98,353.51	5,449.93	1,556.44	34.97	7,041.35
4	92,903.58	5,536.18	1,470.20	33.03	7,039.41
5	87,367.40	5,623.79	1,382.59	31.06	7,037.44
6	81,743.61	5,712.79	1,293.59	29.06	7,035.44
7	76,030.83	5,803.19	1,203.19	27.03	7,033.41
8	70,227.64	5,895.03	1,111.35	24.97	7,031.35
9	64,332.61	5,988.31	1,018.06	22.87	7,029.25
10	58,344.30	6,083.08	923.30	20.74	7,027.12
11	52,261.22	6,179.34	827.03	18.58	7,024.96
12	46,081.87	6,277.13	729.25	16.38	7,022.76
13	39,804.74	6,376.47	629.91	14.15	7,020.53
14	33,428.27	6,477.38	529.00	11.89	7,018.26
15	26,950.90	6,579.88	426.50	9.58	7,015.96
16	20,371.02	6,684.01	322.37	7.24	7,013.62
17	13,687.01	6,789.78	216.60	4.87	7,011.24

18	6,897.23	6,897.23	109.15	2.45	7,008.83
	Total	109,000.00	17,114.81	384.52	126,499.32

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

4.1.8 Gastos administrativos

Son los gastos que tendrá la empresa **AV STUDIO** los cuales se componen con el pago al personal suministros de oficina a continuación se detalla cada uno de ellos.

Tabla 29. Sueldo al personal

Personal administrativo	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente administrador	860.00	903.00	948.15	995.56	1.045.34
Director de audiovisión	550.00	577.5	606.38	636.70	668.54
Director de diseño gráfico	490.00	514.50	540.23	567.24	595.60
Equipo tecnológico	460.00	483.00	507.15	532.51	559.14
Editores camarógrafos	380.00	399.00	418.95	439.90	461.90
Total mensual	2.740.00	2.877.00	3.020.86	3.171.91	3.330.52
Total anual	32.880.00	34.524.00	36.250.32	38.062.92	39.966.24

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

Tabla 30. Suministro de oficina

Suministros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tijeras	40.00	42.00	44.10	46.31	48.63
carpetas	30.00	31.5	33.08	34.73	36.47
Esferos	25.00	26.25	27.56	28.94	30.39
Reglas geométricas	20.00	21.00	22.05	23.15	24.31
Cuádrenos	30.00	31.5	33.08	34.73	36.47
Calculadora	60.00	63.00	66.15	69.46	72.93
Total	205.00	215.25	226.01	237.31	248.86

Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La Autora

4.1.9 Proyección de los ingresos y egresos

En la proyección se registran las operaciones realizadas durante el ejercicio contable en el cual refleja el comportamiento financiero con el objetivo de justificar la inversión demostrando que el proyecto es viable económicamente.

4.1.9.1 Proyección de los ingresos

Los ingresos corresponden a la venta de productos y servicios que genere la organización productora audiovisual y de diseño gráfico.

Tabla 31. Ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
6.000 solicitudes de servicios por año	6.000.00	6.300.00	6.615.00	6.945.75	7.293.04
Valor promedio \$40.	240.000.00	252.000	264.600	277.830	291.721.6

Ingreso Total	240.000.00	252.000	264.600	277.830	291.721.6
----------------------	------------	---------	---------	---------	-----------

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

4.1.9.2 Proyección de los egresos

Los egresos engloban todos los costos que se realizaron para la ejecución del proyecto

Tabla 32. Egresos

Egresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo	127.000.00	133.350	140.017.5	147.018.38	154.369.30
Egreso total	127.000.00	133.350	140.017.5	147.018.38	154.369.30

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

Tabla 33. Imprevistos

Detalle	Costo
Imprevistos operacionales	1.000.00
Mantenimiento de maquinaria y vehículo	1.000.00
Total imprevistos	2.000.00

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

Tabla 34. Gastos financieros

Detalle	Costo
Otros gastos financieros	2.000.00
Total gastos	2.000.00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

4.1.10 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio busca determinar si hay un equilibrio económico entre los ingresos que se ha generado durante el ejercicio económico y los costos gastos ocasionados en la inversión.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{PV}}}$$

Tabla 35. Proyección del punto de equilibrio

Gastos de administración	33.085.00
Amortizaciones y depreciaciones	11.785.88
Total de costos fijos	44.870.88
Capital de trabajo	127.000.00
Imprevistos	2.000.00
Otros gastos financieros	2.000.00
Total de los gastos variables	131.000.00
Ingreso total	240.000.00

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costo variable} / \text{venta})}$$

$$PE = \frac{\$ 44.870.88}{1 - \frac{\$ 131.000}{240.000,00}}$$

$$P = \frac{44870.88}{1 - 0.5458}$$

$$P = \frac{44.870.88}{0.4542}$$

El punto de equilibrio es de 98.791.02 que indica que el proyecto es rentable financieramente.

4.1.11 Estados financieros

Los estados financieros tienen el objetivo de evaluar las operaciones financieras que se han realizado con el objetivo de determinar si ha existido pérdidas o ganancias durante el ejercicio económico.

Tabla 36. Estado de resultado

Cuentas	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
(+) Ingresos	240,000.00	252,000.00	264,600.00	277,830.00	291,721.60
(=) Total ingresos netos	240,000.00	252,000.00	264,600.00	277,830.00	291,721.60
- Gasto general	127,000.00	133,350.00	140,017.50	147,018.38	154,369.30
(=) Utilidad neta	113,000.00	118,650.00	124,582.50	130,811.62	137,352.30
Gastos					
- Remuneración	32,880.00	34,524.00	36,250.32	38,062.92	39,966.24
- Depreciación	4,740.75	4,740.75	4,740.75	4,740.75	4,740.75
- Pago por préstamo	7,045.13	7,043.25	7,041.35	7,039.41	7,037.44
Otros gastos					
- Otros gastos	205.00	215.25	226.01	237.31	248.86
- Imprevistos	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
(=) Utilidad operacional	64,129.12	68,126.75	72,324.07	76,731.23	81,359.01
- 15% participación a lo trabajadores	9,619.37	10,219.01	10,848.61	11,509.68	12,203.85
(=) Utilidad antes de impuesto	54,509.75	57,907.74	61,475.46	65,221.55	69,155.16
- Impuesto a la renta	6,642.95	7,322.55	8,036.09	8,947.39	9,930.79
(=) UTILIDAD NETA	47,866.80	50,585.19	53,439.37	56,274.16	59,224.37

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La Autora

Tabla 37. Flujo de efectivo

Cuentas	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
(+) Ingresos	240,000.00	252,000.00	264,600.00	277,830.00	291,721.60
(+) Financiamiento	00.00	00.00	00.00	00.00	00.00
(=) Total ingresos	240,000.00	252,000.00	264,600.00	277,830.00	291,721.60
- Gasto general	127,000.00	133,350.00	140,017.50	147,018.38	154,369.30
- Remuneración	32,880.00	34,524.00	36,250.32	38,062.92	39,966.24
- Pago por préstamo	7,045.13	7,043.25	7,041.35	7,039.41	7,037.44
- Otros gastos	205.00	215.25	226.01	237.31	248.86
- Imprevistos	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
(=) Utilidad operacional	68,869.87	72,867.50	77,064.82	81,471.98	86,099.76
- 15% participación a los trabajadores	1,0330.48	1,0930.13	1,1559.72	1,2220.80	1,2914.96
- Impuesto a la renta	7,448.88	8,128.48	9,018.27	9,954.80	1,0938.20
(=) Utilidad bruta	51,090.51	53,808.90	56,486.82	59,296.39	62,246.60

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La Autora

4.1.12 Valor presente neto (VAN)

Se desarrollara calculando con los valores del flujo de efectivo con el propósito de conocer si el proyecto es viable y no presenta ningún riesgo en la inversión.

Formula del VAN

$$VAN = -I + \frac{CF_1}{(1 + k_1)} + \frac{CF_2}{(1 + k_1) \cdot (1 + k_2)} + \frac{CF_n}{(1 + K_1) \cdot (1 + K_n)}$$

$$VAN = -109,000.00 + \frac{51,090.51}{(1+0.10)^1} + \frac{53,808.90}{(1+0.10)^2} + \frac{56,486.82}{(1+0.10)^3} + \frac{59,296.39}{(1+0.10)^4} + \frac{62,246.60}{(1+0.10)^5}$$

$$VAN = -109,000.00 + 46,445.92 + 44,470.17 + 42,439.39 + 40,500.23 + 38,650.24$$

$$VAN = -109,000.00 + 212,505.94 = 103,505.94$$

Una vez realizada la operación se obtuvo un van de 103,505.94, lo que indica que el proyecto es factible financieramente.

4.1.13 Periodo de recuperación de la inversión

Con el propósito de conocer cuando se recuperara la inversión que es realizada en la empresa productora de audiovisión y diseño gráfico se aplica el siguiente procedimiento.

Tabla 38. Recuperación de la inversión

Periodos	Flujo neto	Inversión
2015	51,090.51	109.000.00
2016	53,808.90	
2017	56,486.82	
2018	59,296.39	
2019	62,246.60	
Total	212,505.94	
Inversión	109.000.00	
Diferencia	103,505.94	

$$103,505.94 * 365 = \underline{4 \text{ años y } 38 \text{ días}}$$

El periodo que tomaría recuperar la inversión es de 4 años y 38 días esto sin tomar el valor del dinero en el tiempo.

4.1.13 TIR

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+TIR)^t} - I = 0$$

$$VAN = -CI + \frac{FNE}{(1+tir)} + \frac{FNE}{(1+tir)^2} + \frac{FNE}{(1+tir)^3} + \frac{FNE}{(1+tir)^4} + \frac{FNE}{(1+tir)^5} = 0$$

$$VAN = 109.000 + \frac{51,090.51}{(1+0.41)^1} + \frac{53,808.90}{(1+0.41)^2} + \frac{56,486.82}{(1+0.41)^3} + \frac{59,296.39}{(1+0.41)^4} + \frac{62,246.60}{(1+0.41)^5} = 0$$

$$VAN = -109.000 + 36,234.41 + 27,065.49 + 20,150.68 + 15,002.09 + 11,169.15$$

$$\text{VAN} = -621.82$$

$$\text{VAN} = 109.000 + \frac{51,090.51}{(1+0.42)^1} + \frac{53,808.90}{(1+0.42)^2} + \frac{56,486.82}{(1+0.42)^3} + \frac{59,296.39}{(1+0.42)^4} + \frac{62,246.60}{(1+0.42)^5} = 0$$

$$-109.000 + 35979.23 + 26685.63 + 19316.97 + 14583.94 + 10781.37$$

$$\text{VAN} = 1652.86$$

$$41\% = \text{VAN} = 621.82$$

$$42\% = \text{VAN} = 1.652.86$$

TIR

$$621.42 \times 0.42\% = 260.9964$$

$$1652.86 \times 0.41\% = 677.6726$$

$$260.9964 + 677.6726 = 938.669$$

$$621.42 + 1652.86 = 2.274.28$$

$$938.669 / 2274.28 = 41.33$$

$$\text{VAN} = 109.000 + \frac{51,090.51}{(1+0.4133)^1} + \frac{53,808.90}{(1+0.4133)^2} + \frac{56,486.82}{(1+0.4133)^3} + \frac{59,296.39}{(1+0.4133)^4} + \frac{62,246.60}{(1+0.4133)^5} = 0$$

$$\text{VAN} = 109.000 + \frac{51,090.51}{(1.4133)^1} + \frac{53,808.90}{(1.4133)^2} + \frac{56,486.82}{(1.4133)^3} + \frac{59,296.39}{(1.4133)^4} + \frac{62,246.60}{(1.4133)^5}$$

$$\text{VAN} = -109.000 + 36.149.80 + 26.939.24 + 20.009.86 + 14.862.46 + 11.038.64$$

$$\text{TIR} = 0$$

$$\text{TIR} = 41.33\%$$

4.1.14 Beneficio costo

Para su cálculo se trabajó con los ingresos y egresos del proyecto

INGRESOS

$$\text{B/C (I)} = -109.000 + \frac{210.000}{(1+0,10)} + \frac{220.500}{(1+0,10)^2} + \frac{231.525}{(1+0,10)^3} + \frac{243.101.10}{(1+0,10)^4} + \frac{255.256.2}{(1+0,10)^5}$$

$$\text{B/C (I)} = -109.000 + 218.181.82 + 208.264.46 + 198.797.90 + 189.761.63 + 181.136.16$$

$$\text{B/C (I)} = -109.000 + 996.141.97 = 887.141.97$$

EGRESOS

$$\text{B/C (E)} = -109.000 + \frac{127000}{(1+0,1)} + \frac{133.350}{(1+0,10)^2} + \frac{140.017.5}{(1+0,10)^4} + \frac{147.018.38}{(1+0,10)^5} + \frac{154.369.30}{(1+0,10)^2}$$

$$\text{B/C (E)} = 109.0000 + 115.454.55 + 110.206.61 + 139.877.62 + 100.415.54 + 95.851.19$$

$$\text{B/C (E)} = -109.000 + 561.805.51 = 452.805.51$$

$$\text{B/C} = \frac{\text{INGRESOS}}{\text{EGRESOS}}$$

$$B/C = \frac{\$ 887.141.97}{\$ 452.805.51} = \$ 1.95$$

El costo beneficio del proyecto que refleja es de 1.95 lo que indica que por cada dólar invertido se recuperara noventa y seis centavos de dólar lo que indica que el proyecto es rentable económicamente.

4.2. Discusión

Concluida la investigación sobre el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora audiovisual y de diseño gráfico de nombre “AV STUDIO“, la cual está localizada en el cantón Buena Fe se procederá a comparar datos con la tesis de Pedro Facundia 2015 que plantea un proyecto de inversión para una empresa de publicidad especializados en audiovisión y en diseño gráfico en la ciudad de Milagro.

Discusión del objetivo 1

- Efectuar un estudio de mercado para conocer la oferta y demanda existente en la creación de una empresa audiovisual y de diseño gráfico.

En el primer objetivo la empresa productora audiovisual de diseño gráfico propone realizar un estudio de mercado a fin de conocer la demanda que tienen los servicios de publicidad por parte de la ciudadanía del cantón concluyendo que actualmente no existe una empresa que provea estos servicios y que el proyecto tiene la aceptación necesario para su emprendimiento, mientras Anchundia (2015) indica que realizara una campaña intensa para dar a conocer la empresa y los servicios que esta ofrece.

Aceptación del objetivo 1

Una alternativa recomendable para conocer si existe aceptación del consumidor es realizar un estudio de mercado que brinda información necesaria para su desarrollo por ello se acepta el objetivo planteado por “AV STUDIO

Discusión del objetivo 2

- Aplicar un estudio técnico y económico que determine los costos de inversión y la localización de la empresa.

Con el propósito de conocer los costos en la implementación de maquinaria del presente proyecto fue necesario aplicar un estudio técnico que demuestre la justificación de la inversión así como la localización y su aceptación mientras que Achundia (2014), propone realizar proformas y una completa indagación con cada uno de los proveedores a fin de minimizar costos

Aceptación del objetivo 2

Se acepta el objetivo planteado por la empresa productora audiovisual y de diseño gráfico AV STUDIO ya que cumple con parámetros establecidos.

Discusión del objetivo 3

- Analizar la rentabilidad que genere el proyecto aplicando un estudio financiero

La empresa productora audiovisual y de diseño gráfico pretende evaluar la rentabilidad aplicado una estudio financiero que controle las operaciones registradas tanto de sus ingresos así como de sus egresos a fin de cuidar la estabilidad económica de la organización, mientras que Achundia indica que la mejor manera de llevar un control de la parte económica es contando con un personal preparado que registre cada movimiento e informe de manera inmediata si se colisionase con alguna duda llegado el caso.

Aceptación del objetivo 3

Se acepta el objetivo planteado por la empresa “AV STUDIO” ya que cumple con los objetivos de forma clara contribuyendo al desarrollo de la empresa.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo concluir lo siguiente.

- El estudio de mercado efectuado demostró que la productora audiovisual y de diseño gráfico cuenta con la aceptación necesaria para su emprendimiento la demanda actual es alta ya que en el cantón Buena Fe no existe empresa alguna que ofrezca este tipo de servicios lo cual causa incomodidad a sus habitantes que al requerir estos servicios tengan que salir fuera de la ciudad donde muchas agencias no brindan un buena asistencia dejando a los clientes insatisfechos.
- Por su parte el estudio técnico realizado para la ejecución del proyecto revelo que para el primer año necesita una inversión de \$127.000 dólares en los cuales se incluye equipos de oficina, de cómputo, maquinarias y materia prima, lo que se justifica con un ingreso de \$240.000 dólares. El objetivo es optimizar tiempo y todos los recursos necesarios para el desarrollo de la empresa. En cuanto a la localización Buena Fe cuenta con una población económicamente activa de 18.418 habitantes los cuales realizan diferentes actividades comerciales o agrícolas en todas las áreas urbanas y rurales, por ello fue necesario realizar una encuesta la cual revelo una aceptación del 99% hacia la empresa productora audiovisual y diseño gráfico.
- Para conocer si el proyecto es factible financieramente fue necesario aplicar un estudio económico a fin de analizar todas las operaciones realizadas dando como consecuencia un estado de resultados que muestra una utilidad neta de \$47.866.80 dólares con un VAN de \$ 103.505.94 dólares, que señala que el proyecto es factible financieramente y con un beneficio costo de un \$ 1.95 lo cual indica que por cada dólar invertido se recibiría 0.95 centavos de dólar en conclusión conociendo los resultados del proyecto indica que es factible financieramente.

5.2 Recomendaciones

- Demostrar que los trabajos sean garantizados a fin de que la aceptación obtenida por los clientes sirva de incentivo para que los usuarios o posibles clientes soliciten los servicios audiovisuales y de diseño gráfico, con el objetivo de dar a conocer sus empresas permitiendo incrementar sus ventas. La información ayudará a tomar decisiones en cuanto a las necesidades e inconvenientes que se pueden presentar tales como las tendencias de los clientes, la meta es cumplir las exigencias y brindar un servicio de calidad garantizando el trabajo realizado.
- Lograr que la inversión, se logre recuperar ya sea con la compra de maquinarias e instalaciones, adquisiciones que hacen que se optimice el tiempo y recursos verificando que se cumplen con las posibilidades técnicas necesarias para brindar los servicios determinando su factibilidad y rentabilidad.
- Analizar el proyecto cada periodo de tiempo utilizando un estudio financiero con el objetivo de conocer la capacidad económica de la empresa el mismo que evaluará la viabilidad y rentabilidad que está generando a fin de cumplir con los planes establecidos.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1 Literatura Citada

Apoyoti Peralta (2014) Factibilidad de sistemas: Técnica, Económica y Operativa. Editorial Cañales; Cuba .Pág. 74-90.

Bolunta, Alex (2013). Definición y análisis de viabilidad; Panamá; Editorial Romero Pag.120-125, Buenos Aires- Argentina.

Cecafi Juan (2012) Etapas Del Análisis De Factibilidad. Editorial Alborada; España: Pág. 128.150; primera Edición.

Cesareox Peñarrera (2015) Diseño de modelo para la administración y control de proyectos para la empresa SICAD, C.A., Universidad Experimental de Guayana. Puerto Ordaz. 2008.

Civil Geeks. (2014). Mulsersa, C.A., Universidad Nacional Experimental de Guayana. Puerto Ordaz. Venezuela. 2006.

Curiosondo,Saul (2013). Diccionario de Administración y Finanzas. Vol. 1. Editorial: Océano Centrum, 2003. 712 p.

Japastor, Milin (2011). Estudios Factibles; Primera Edicion;Pag 205;Mexico. Editorial caminantes del destino.

Oocities Juant, (2012). Estudio técnico para empresas fuertes (proyecto inversión); editorial Cabrera –Cuba; Guadalajara – México.

Oocities Meryl (2012). Administración. Ed. Pearson Educación. 6ta Edición. 2006. 794

Proinversion Carmina (2013). Proyecto de Inversión. Editorial Nube; Cali-Colombia: Primera edición. Pág.78-90.

Pucese. E (2015). El Estado de Resultados Pág. 220 Editorial Mundo

Uma.edu, (2014). Evaluación de los recursos disponibles; Editorial Bateca; Honduras

6.2 Linkografía

Agroproyectos, (2011). <http://www.educadormarista.com/proyectoaprender/clima-organizacional>

.

Banrepcultural, (2010) <http://www.Planificando y gestionando; Canadá//>

Contactopyme., (2011).: <http://www.cali.gov.co/publicaciones.php?id=1335>

Crearunaempresaya, (2010) <http://www> Modelo de gestión administrativa y de costos

Contactopyme., (2011) <http://www> Business development Using New Technology

Estudiosdemercado, (2014) <http://www>. La rentabilidad económica y financiera de la empresa,

Enfoqueyestrategia, (2014). <http://www>.El estudio de viabilidad; Guadalajara México// -ks

Obs-edu,(2012). <http://www>.Rumbos comerciales // Empresas la nueva era comercial//Diamante-Venezuela

Infoautónomos, (2014).<http://www>// Sevilla; las tendencias del mercado//

CAPÍTULO VII
ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Buena Fe

1.- ¿Conoce lo que es una empresa audiovisual y de diseño gráfico?

Si

No

2.- ¿Solicitaría los servicios de una empresa audiovisual y de diseño gráfico?

Si

No

3.- ¿considera usted que es necesario que se cree una empresa audiovisual y de diseño gráfico en el cantón Buena Fe?

Si

No

4.- ¿Qué tipo de servicios le agradecería que brinde la empresa productora?

5.- ¿Cuál son los principales inconvenientes que tiene cuando requieren algún servicio para su empresa de publicidad?

Poca creatividad

Costos excesivos

Baja calidad en el servicio

6.-Cuáles son los aspectos en los que usted se fija para contratar los servicios de una empresa.

Imagen y trayectoria

Variedad de servicios

Equipos tecnológicos

Personal calificado

Tiempo de entrega

7.- ¿Qué medios considera usted más idóneos para promocionar la nueva empresa productora audiovisual y diseño gráfico.

Prensa

Radio

Televisión

Internet

8.- ¿considera usted que el canto buena fe existe un personal calificado para desarrollar este tipo de labores?

Si

No

No sabe

9.- ¿Con que frecuencia realiza anuncios publicitarios para su empresa?

3 meses

6 meses cada año

1 año

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios que ofrece la empresa?

35 a 40 dólares

50 a 60 dólares

70 a 80 dólares

Foto 1. Diseño audiovisual



Foto 2. Diseño gráfico

