



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

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN  
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.**

**TEMA:**

**Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de  
protocolo y etiqueta en el cantón Quevedo en el año 2013.**

**AUTORA:**

**Velastegui Castro Evelyn Vanessa**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**LCDO. Wilson Cerezo Segovia, MSC.**

**Quevedo - Ecuador**

**2014**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **Evelyn Vanessa Velastegui Castro**, 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.

---

**Velastegui Castro Evelyn Vanessa**  
**AUTORA**

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS**

El suscrito, **Lcdo. Wilson Cerezo Segovia, MSC**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada Srta. **Evelyn Vanessa Velastegui Castro**; realizó la tesis de grado preciso a la obtención del título de **Ingeniera en Administración Financiera** titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE PROTOCOLO Y ETIQUETA EN EL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2013”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**Lcdo. Wilson Cerezo Segovia, MSC**  
**DIRECTOR DE TESIS**



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

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera.

**APROBADO:**

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**  
NOMBRES Y APELLIDOS.

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**  
NOMBRES Y APELLIDOS

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**  
NOMBRES Y APELLIDOS

**Quevedo – Ecuador**

**2014**

## **AGRADECIMIENTO**

Al finalizar el presente trabajo investigativo, quisiera extender mi gratitud a aquellos que directa e indirectamente han contribuido en la realización de mi tesis.

A Dios, por haber sido mi guía principal, por lo bueno y lo malo, por dejarme recorrer un camino iluminado de enseñanza y brindarme las fuerzas necesarias para no permitir que desmaye cuando todo resultaba difícil.

A la Universidad Técnica Estatal Quevedo, en especial a la Facultad de Ciencias Empresariales, por permitirme prepararme en sus aulas para ser una profesional.

Al Lcdo. Edgar Pastrano Quintana, MSC, Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales.

A quienes fueron mis maestros; porque aportaron conocimientos y enseñanzas en mi formación profesional durante mi paso por la vida estudiantil universitaria.

Al Lcdo. Wilson Cerezo S, MSC, Director de tesis; por su orientación, paciencia y amistad; aportando con sus ideas en el desarrollo de esta investigación y además porque no solo fue mi tutor sino también amigo.

Y de manera especial a quienes han estado en primera fila en cada acontecimiento a lo largo de mi existencia; por brindarme su amor, comprensión y por la confianza brindada ciegamente... A Mi Familia.

Gracias Infinitas.

*Evelyn Vanessa Velastegui Castro*

## DEDICATORIA

Con afecto y amor esta tesis está dedicada a aquellos que están conmigo físicamente: A mi familia, a mis maestros, a mis amigos y a mi novio.

A Dios porque me ha ayudado a no flaquear en cada paso que doy hacia la consecución de mis metas propuestas.

A mi Familia: Mamá - Blanca Castro, Papá - Stalin Bravo y a mis hermanitos Jordan y Jhon; aunque no les demuestro a menudo mi amor, pero LOS AMO. Por todo el apoyo brindado, en momentos difíciles moral y económicamente. En especial a mis tíos Klever Castro y Mariela Castro.

A mi Mamita, Blanca; quién es mi mayor admiración y mi motivación desde niña; por haberme dado la vida, por haber cumplido con el rol no solo de madre; sino de padre y de amiga. Incondicional en todo momento, preferiste siempre sacrificarte para que nada me falte. Por tu dedicación me inspiraste a ser mejor. Hoy quiero darte las gracias y decirte que este logro es nuestro.

A mis amigas/os y compañeras/os de clases por tantos años de complicidad sin saber que muchos de nosotros compartiríamos grandes momentos.

A mi novio, porque con sus palabras “Termine su tesis, recuerde que un futuro nos espera” ha sido de gran motivación en estos últimos meses.

Y a los que me acompañan espiritualmente desde lejos: A mi abuela Bella, a mi tía Elsa, a mi abuelo Alfonso y a mi primo Modesto... allá en el cielo.

*No permitas que nadie siembre en ti la palabra derrota.*

*Despierta tu capacidad y demuéstrales que eres capaz de*

*lograr tus sueños y alcanzar tus metas.*

***Evelyn Vanessa!***

# ÍNDICE

	Pág.
PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS .....	iii
MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
INDICE .....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
INDICE DE ANEXOS .....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xix
ABSTRAC .....	xx
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN .....	xxi
DUBLIN CORE .....	xxii
<b>CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. INTRODUCCIÓN .....	2
1.2. Problematización .....	3
1.2.1. Planteamiento del problema. ....	3
1.2.1.1. Diagnóstico (Causas, Efectos).....	4
1.2.1.2. Pronóstico.....	5
1.2.1.3. Control del pronóstico .....	5
1.2.2. Formulación del problema.....	5
1.2.3. Sistematización del problema .....	5
1.3. Justificación .....	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. General .....	7
1.4.2. Específicos.....	7
1.5. Hipótesis .....	7
1.5.1. General .....	7
1.5.2. Específicas.....	7

1.6.	Variables.....	8
1.6.1.	Independiente .....	8
1.6.2.	Dependiente.....	8
<b>CAPITULO II. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>9</b>
2.1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	10
2.1.1.	Origen de los términos de Protocolo y Etiqueta .....	10
2.1.1.1.	Historia del Protocolo y Etiqueta .....	11
2.1.1.1.1.	Protocolo.....	12
2.1.1.1.2.	La Etiqueta.....	13
2.1.1.1.2.1.	Etimología de Etiqueta.....	14
2.1.1.1.2.2.	Diferencias entre etiqueta y protocolo.....	15
2.1.2.	La empresa .....	16
2.1.2.1.	Microempresa .....	16
2.1.2.2.	Proyecto.....	16
2.1.2.2.1.	Proyecto de Inversión .....	17
2.1.2.3.	Estudio .....	17
2.1.3.	Estudio de Factibilidad.....	17
2.1.3.1.	Componentes del estudio de factibilidad .....	18
2.1.4.	Estudio de Mercado .....	18
2.1.4.1.	Objetivos del estudio de mercado.....	19
2.1.4.2.	Producto.....	19
2.1.4.2.1.	Identificación del bien o servicio .....	19
2.1.4.3.	Comportamiento económico del mercado del proyecto .....	20
2.1.4.3.1.	Comportamiento de la demanda.....	20
2.1.4.3.2.	Comportamiento de la oferta.....	20
2.1.4.3.3.	Comportamiento de los costos.....	20
2.1.4.3.4.	Maximización de los beneficios.....	21
2.1.4.4.	Investigación de mercado .....	21
2.1.4.4.1.	Análisis de mercado.....	21
2.1.4.4.2.	Demanda .....	21
2.1.4.4.2.1.	Análisis de la demanda.....	22
2.1.4.4.2.2.	Dimensionamiento de la demanda.....	22

2.1.4.4.2.3. Área del mercado y su zona de influencia .....	22
2.1.4.4.3. Segmentación del mercado .....	23
2.1.4.4.4. Estimación de la demanda futura.....	23
2.1.4.4.5. La Oferta .....	24
2.1.4.4.5.1. Análisis de la Oferta.....	24
2.1.4.4.5.2. Proyección de la oferta .....	24
2.1.4.4.6. Los precios.....	25
2.1.4.4.6.1. Análisis de precios .....	25
2.1.4.4.7. Comercialización .....	25
2.1.4.4.7.1. Selección de canales de comercialización .....	26
2.1.4.4.8. Promoción y publicidad.....	26
2.1.5. Estudio Técnico .....	26
2.1.5.1. Tamaño.....	27
2.1.5.1.1. Capacidad del proyecto .....	27
2.1.5.1.2. Factores condicionantes del tamaño del proyecto .....	27
2.1.5.2. Localización .....	28
2.1.5.2.1. Macro-localización. ....	28
2.1.5.2.2. Micro-localización .....	28
2.1.5.3. Ingeniería del proyecto .....	29
2.1.6. Estudio Organizacional .....	29
2.1.6.1. La organización (estructural u organigrama).....	30
2.1.7. Marco legal de la empresa y factores relevantes .....	30
2.1.8. Estudio Económico .....	30
2.1.8.1. Costos.....	30
2.1.8.1.1. Costos fijos .....	30
2.1.8.1.2. Costos variables .....	31
2.1.8.1.3. Costo indirecto o gastos de fabricación .....	31
2.1.8.1.4. Costos de producción .....	31
2.1.8.1.5. Presupuestos de Inversiones.....	31
2.1.8.1.5.1. Inversiones Fijas.....	32
2.1.8.1.5.2. Inversiones Diferidas .....	32
2.1.8.1.6. Capital de Trabajo.....	32
2.1.8.1.7. Costo de depreciación .....	32

2.1.8.1.8.	Depreciación .....	32
2.1.8.1.9.	Amortización .....	33
2.1.8.1.10.	Ingresos .....	33
2.1.8.1.11.	Punto de equilibrio .....	33
2.1.9.	ESTUDIO FINANCIERO .....	33
2.1.9.1.	Balance general .....	34
2.1.9.2.	Flujos de fondos (o flujo neto de caja) .....	34
2.1.9.3.	Estado de pérdidas y ganancias .....	34
2.1.9.4.	Indicadores financieros .....	34
2.1.9.4.1.	Valor actual neto (VAN) .....	34
2.1.9.4.2.	Tasa interna de retorno (TIR).....	35
2.1.9.4.3.	Relación beneficio-costo .....	35
2.1.9.4.4.	Período de recuperación de la inversión.....	35
2.1.9.4.5.	Relación costo-efectividad.....	35
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	35
2.2.1.	Dinero .....	35
2.2.2.	Ahorro .....	36
2.2.3.	Acción .....	36
2.2.4.	Título valor .....	36
2.2.5.	Negociación .....	36
2.2.6.	Inversión .....	36
2.2.7.	Endeudamiento .....	36
2.2.8.	Interés.....	37
2.2.9.	Rendimiento.....	37
2.2.10.	Riesgo.....	37
2.2.11.	Sistema financiero .....	37
2.2.12.	Corporación financiera.....	37
2.2.13.	Empresa.....	37
2.2.14.	Misión .....	38
2.2.15.	Visión .....	38
2.2.16.	Estudio de factibilidad .....	38
2.2.17.	Mercado.....	39
2.2.18.	Marketing mix.....	39

2.2.19.	Plaza.....	39
2.2.20.	Promoción.....	39
2.2.21.	Mercadeo.....	39
2.2.22.	Evaluación económica.....	39
2.2.23.	Evaluación técnica.....	40
2.2.24.	Apalancamiento.....	40
2.2.25.	Activo.....	40
2.2.26.	Activo fijo.....	40
2.2.27.	Pasivo.....	40
2.2.28.	Patrimonio.....	40
2.2.29.	Balance.....	41
2.2.30.	Estado de flujo de caja.....	41
2.2.31.	Estado de pérdidas y ganancias.....	41
2.2.32.	Valor presente neto.....	41
2.2.33.	Análisis financiero.....	41
2.2.34.	Indicador.....	41
2.2.35.	Índice.....	41
2.2.36.	Activo financiero.....	42
2.2.37.	Dividendo.....	42
2.2.38.	Emprendedor.....	42
2.2.39.	Liderazgo.....	42
2.2.40.	Efectividad.....	42
2.2.41.	Eficacia.....	42
2.2.42.	Eficiencia.....	43
2.2.43.	La Calidad.....	43
2.2.44.	Concepto de Equipo.....	43
2.2.45.	Productividad.....	43
2.2.46.	Valor agregado.....	43
2.2.47.	Rentabilidad.....	43
2.2.48.	Renta.....	44
2.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	44
2.2.1.	Requisitos legales para que una empresa empiece a funcionar en el mercado Ecuatoriano.....	44

2.2.1.1.	Darle nombre a la empresa.....	44
2.2.1.2.	Abrir una cuenta de integración de capital.....	44
2.2.1.3.	Elaborar los estatutos. ....	44
2.2.1.4.	Elevar a escritura pública. ....	44
2.2.1.5.	Aprobar el estatuto. ....	44
2.2.1.6.	Publicar en un diario. ....	45
2.2.1.7.	Obtener los Permisos y Patentes Municipales. ....	45
2.2.1.8.	Inscribir tu compañía. ....	45
2.2.1.9.	Realizar la Junta General de Accionistas.....	45
2.2.1.10.	Obtener los documentos habilitantes. ....	45
2.2.1.11.	Inscribir el nombramiento del representante. ....	45
2.2.1.12.	Obtener el RUC. ....	46
2.2.1.13.	Obtén la carta para el banco. ....	47
2.2.1.14.	Permisos del Cuerpo de Bomberos, da cumplimiento a la Ley contra incendios.....	47
2.2.1.15.	Permiso de Funcionamiento de Salud de Los Ríos. ....	47
2.2.1.16.	Afiliación a la cámara de comercio. ....	48
2.2.2.	Constitución Política de la República del Ecuador.....	48
2.2.3.	Ministerio de Educación: Acuerdo N°0055-13.....	50
2.2.4.	Reforma al Reglamento de Ceremonial Público. ....	51
<b>CAPITULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>54</b>
3.1.	MATERIALES Y METODOS.....	55
3.1.1.	Materiales ....	55
3.1.2.	Métodos.....	55
3.1.2.1.	Método Analítico.....	55
3.1.2.2.	Método Deductivo.....	56
3.1.2.3.	Método Inductivo.....	56
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	56
3.2.1.	Investigación de campo.....	56
3.2.2.	Investigación bibliográfica.....	56
3.2.3.	Investigación descriptiva.....	57
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	57

3.3.1.	Investigación no experimental.....	57
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	58
3.4.1.	Población.....	58
3.4.2.	Muestra.....	58
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>		<b>60</b>
4.1.	RESULTADOS.....	61
4.1.1.	Estudio de Mercado.....	61
4.1.1.1.	Encuesta a los habitantes del Cantón Quevedo para determinar la factibilidad de la creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta.....	61
4.1.1.2.	Demanda Actual .....	74
4.1.1.3.	Demanda Futura .....	74
4.1.1.4.	Oferta Actual .....	75
4.1.1.5.	Oferta Futura .....	75
4.1.1.6.	Demanda Insatisfecha .....	75
4.1.1.7.	Objetivos de Mercado .....	76
4.1.1.8.	Características del mercado .....	76
4.1.1.9.	Precio .....	76
4.1.1.10.	Identificación del Consumidor.....	76
4.1.1.11.	Definición del Servicio.....	76
4.1.1.12.	Nombre .....	77
4.1.1.13.	Logotipo .....	77
4.1.1.14.	Eslogan .....	77
4.1.2.	Estudio Técnico .....	78
4.1.2.1.	LOCALIZACIÓN.....	78
4.1.2.2.	Tamaño .....	80
4.1.2.3.	Físico .....	80
4.1.2.4.	Monetario .....	80
4.1.2.5.	Ingeniería del Proyecto .....	80
4.1.2.6.	Organigrama.....	81
4.1.2.7.	Actividades de la escuela de protocolo y etiqueta .....	84
4.1.2.8.	Misión y Visión .....	88

4.1.2.9.	Horarios de Atención .....	88
4.1.2.10.	Análisis FODA.....	89
4.1.2.11.	Determinación de Estrategias .....	89
4.1.2.12.	Infraestructura de la escuela de protocolo y etiqueta .....	91
4.1.3.	Estudio Económico .....	92
4.1.3.1.	Inversión .....	92
4.1.3.2.	Capital de trabajo .....	93
4.1.3.3.	Inversión total .....	93
4.1.3.4.	Financiamiento.....	93
4.1.3.5.	Depreciaciones .....	96
4.1.3.6.	Ingresos .....	96
4.1.3.7.	Egresos .....	97
4.1.3.8.	Punto de Equilibrio .....	98
4.1.3.9.	Estado de pérdidas y ganancias .....	99
4.1.4.	Estudio Financiero .....	99
4.1.4.1.	Flujo de fondos netos .....	99
4.1.4.2.	Valor Actual Neto (VAN) .....	100
4.1.4.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	100
4.1.4.4.	Relación Beneficio - Costo (B/C) .....	101
4.1.4.5.	Período de Recuperación de la Inversión .....	102
4.1.4.5.	Equidad de Género.....	102
4.1.4.6.	Impacto Ambiental .....	102
4.2.	DISCUSIÓN .....	103
<b>CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>104</b>
5.1.	CONCLUSIONES .....	105
5.2.	RECOMENDACIONES .....	106
<b>CAPITULO VI. BIBLIOGRAFIA .....</b>		<b>107</b>
6.1.	LITERATURA CITADA .....	108
6.2.	LINKOGRAFIA.....	110
<b>CAPITULO VII. ANEXOS .....</b>		<b>112</b>

## INDICE DE CUADROS

Cuadro	Pág.
1. Género del Encuestado.....	61
2. Edad del Encuestado .....	62
3. Conocimiento de protocolo y etiqueta .....	63
4. Aplicación de normas de protocolo y etiqueta.....	64
5. Conocimiento de una escuela de protocolo y etiqueta.....	65
6. Asistencia a la Escuela de protocolo y etiqueta .....	66
7. Actividades que le gustaría aprender.....	67
8. Conveniencia de la Escuela de etiqueta y protocolo .....	68
9. Mejorar su calidad de vida .....	69
10. Inscripción a la Escuela de etiqueta y protocolo .....	70
11. Frecuencia de asistencia a la escuela .....	71
12. Pago por los servicios de enseñanza.....	72
13. Recibir clases en la Escuela de etiqueta y protocolo .....	73
14. Demanda actual.....	74
15. Demanda futura .....	74
16. Oferta actual.....	75
17. Oferta Futura.....	75
18. Demanda insatisfecha.....	75
19. Tamaño Óptimo del proyecto .....	80
20. Ingeniería del proyecto.....	81
21. Horarios de los cursos.....	88
22. Análisis FODA.....	89
23. Inversión.....	92
24. Capital de trabajo .....	93
25. Inversión total.....	93
26. Financiamiento.....	93
27. Tabla de amortización.....	94
28. Depreciación .....	96
29. Captación de clientes.....	96

30.	Ingresos proyectados .....	97
31.	Egresos .....	97
32.	Punto de Equilibrio .....	98
33.	Estado de pérdidas y ganancias .....	99
34.	Flujo de fondos netos .....	99

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Pág.
1. Género del Encuestado.....	61
2. Edad del Encuestado .....	62
3. Conocimiento de Protocolo y etiqueta.....	63
4. Aplicación de normas de protocolo y .....	64
5. Conocimiento de una escuela de protocolo y etiqueta. ....	65
6. Asistencia a la Escuela de protocolo y etiqueta. ....	66
7. Actividades que le gustaría aprender .....	67
8. Conveniencia de la escuela de protocolo y etiqueta. ....	68
9. Mejorar su calidad vida. ....	69
10. Inscripción a la Escuela de protocolo y Etiqueta. ....	70
11. Frecuencia de asistencia a la escuela.....	71
12. Pago por los servicios de enseñanza.....	72
13. Recibir clases en la escuela de etiqueta y protocolo.....	73
14. Logotipo de la Escuela de Protocolo y Etiqueta .....	77
15. Mapa del Ecuador .....	78
16. Mapa de la Provincia de Los Ríos.....	78
17. Mapa del Cantón Quevedo .....	79
18. Localización de la escuela de protocolo y etiqueta .....	79
19. Organigrama .....	81
20. Infraestructura de la escuela de protocolo y etiqueta .....	91

## INDICE DE ANEXOS

Anexo	Pág.
1. Preguntas de las encuestas .....	113
2. Estudio de campo .....	115
3. Cuadro de Sueldos y salarios .....	117

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación fue realizado en el Cantón Quevedo que cuenta con 173575 habitantes, consistió en un estudio de mercado, técnico, organizacional, económico, y evaluación financiera proyectada a 5 años plazo con la finalidad darle al inversionista una herramienta de sustento para la creación de una escuela de protocolo y etiqueta, a sabiendas que en el cantón Quevedo no existe este tipo de servicio por otra empresa.

Para el registro de la información se empleó un cuestionario para encuestar a los habitantes del cantón Quevedo para determinar su criterio sobre calidad, precio, que ellos prefieren al momento de hacer uso de este tipo de servicio.

El valor actual neto presentó un valor positivo de \$ **71.469.92** lo que significa el retorno líquido actualiza generado por el proyecto. Por lo tanto el proyecto es factible.

La tasa interna de retorno es de **47%**, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico.

La relación beneficio costo se ha determinado dividiendo los beneficios netos para la tasa de interés del préstamo bancario; obteniendo el indicativo de 1,47.

## **ABSTRAC**

This research was conducted in the Canton Quevedo which has 173575 inhabitants, was to market research, technical, organizational, economic, and financial evaluation projected 5-year term in order to give the investor a tool support for creation of a school of protocol and etiquette, knowing you will never have this type of service in the canton Quevedo by another company.

For registration information, a questionnaire was used to survey the citizens of Canton Quevedo criterion to determine its quality and price that they prefer when making use of this service.

The net present value had a positive value of \$ 71.469.92 which means the liquid return generated by the project update. Therefore the project is feasible

The internal rate of return is 47 %, which was higher than the market interest rate; therefore the project is feasible and viable from the economic point of view

The cost benefit ratio is determined by dividing net profit for the interest rate of the bank loan; obtaining the indication 1.47.

<b>ESQUEMA DE CODIFICACIÓN</b>			
1.	<b>TÍTULO</b>	M	Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de protocolo y etiqueta en el Cantón Quevedo en el año 2013.
2.	<b>CREADOR</b>	M	Velastegui Castro Evelyn Vanessa
3.	<b>MATERIA</b>	M	Administración Financiera
4.	<b>DESCRIPCIÓN</b>	M	La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, el objetivo principal, consistió en elaborar un plan para la creación de un Centro de enseñanza de etiqueta y protocolo.
5.	<b>EDITOR</b>	M	FCE: Carrera Ingeniería en Administración Financiera, Velasteguí Castro Evelyn Vanessa
6.	<b>COLABORADOR</b>	O	Encuestados
7.	<b>FECHA</b>	M	02/2/2014
8.	<b>TIPO</b>	M	Proyecto de Investigación
9.	<b>FORMATO</b>	R	Programas: Microsoft Word 2007; Pdf.
10.	<b>IDENTIFICADOR</b>	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11.	<b>FUENTE</b>	O	Textos, informes, encuestas y resultados de investigación e internet.
12.	<b>LENGUAJE</b>	M	Español
13.	<b>RELACIÓN</b>	O	Ninguno
14.	<b>COBERTURA</b>	O	Dirección. Ciudad de Quevedo
15.	<b>DERECHOS</b>	M	Ninguno
16.	<b>AUDIENCIA</b>	O	Proyecto de Investigación

<b>DUBLIN CORE</b>			
1.	<b>TITLE</b>	M	Feasibility study for the creation of a school of protocol and etiquette in Quevedo Canton in 2013.
2.	<b>CREATOR</b>	M	Velasteguí Castro Evelyn Vanessa
3.	<b>SUBJECT</b>	M	Administración Financiera
4.	<b>DESCRIPTION</b>	M	This research was conducted in the canton Quevedo, Los Rios province, the main objective was to develop a plan for the creation of a Center for Teaching etiquette and protocol.
5.	<b>PUBLISHER</b>	M	FCE: Career Engineer Financial Management, Velasteguí Castro Evelyn Vanessa
6.	<b>CONTRIBUTOR</b>	O	Respondents
7.	<b>DATE</b>	M	02/2/2014
8.	<b>TYPE</b>	M	Degree Thesis; Article
9.	<b>FORMAT</b>	R	Programs: Microsoft Word 2007; Pdf.
10.	<b>IDENTIFIER</b>	M	<a href="http://biblioteca.uteg.edu.ec">http://biblioteca.uteg.edu.ec</a>
11.	<b>SOURCE</b>	O	Texts, reports, surveys and research results and internet.
12.	<b>LANGUAJE</b>	M	Spanish
13.	<b>RELATION</b>	O	Neither
14.	<b>COVERAGE</b>	O	Location Address of Project
15.	<b>RIGHTS</b>	M	Neither
16.	<b>AUDIENCE</b>	O	Bachelor Thesis

**CAPÍTULO I.**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1. INTRODUCCIÓN

Desde temprana edad, los padres inculcan normas de comportamiento que van a marcar la existencia y es que; desde la antigüedad la apariencia externa ha adquirido un papel protagónico poderoso dentro de la sociedad, cuyo centro y origen no es otro que el interior de la persona. Aunque no lo parezca, el ser humano debe ir acompañado de reglas de cortesía, necesarias para vivir en sociedad, pues resulta ser una gran oportunidad para triunfar profesionalmente y poder disfrutar de una vida tranquila.

En un mundo donde la contribución intelectual de los empleados es crítica, la capacitación constituye una parte integral de las actividades diarias y es que los negocios ya dejaron de tener alcance local, ni siquiera nacional, esto gracias a la globalización, internet y otros avances tecnológicos. En los países desarrollados ya existen grandes centros de enseñanza sobre maneras de ser y estar, etiqueta y protocolo exclusivamente para ejecutivos y empresarios; para este segmento; sin embargo en el Ecuador aún no está tan desarrollado este tipo de escuelas de enseñanza.

En el Ecuador existen oferentes de escuelas y/o centros de Protocolo y Etiqueta ubicados en las principales ciudades del país como Quito y Guayaquil, dedicando su atención a gente de estratos medios altos. Los principales beneficiarios han sido los empleados del Estado y los de los sectores administrativos de las empresas; dejando de lado a los ejecutivos, empresarios e incluso a la gente común con ganas de conocimiento y auto-superación. Las personas que se encuentran en otras localidades del país, no tienen un lugar donde puedan instruirse y capacitarse en temas relacionados a herramientas básicas para saber cómo comportarse en cada momento, entre otros.

En la actualidad Quevedo tiene un ritmo acelerado y viene gente de todos los rincones; al ser una ciudad del interior y de gran producción agrícola, las fusiones internacionales son cada vez más frecuentes.

Para vivir en sociedad hay que saber que en el trato con las demás personas, hay ciertas reglas que deben aplicarse, sea o no de tu agrado esa persona. La etiqueta nos describe un sistema de actos sociales, tanto en eventos familiares, como en grandes ceremonias, que garantizan el respeto mutuo en el entorno. Y el protocolo es la disciplina que determina las formas bajo las cuales se desarrolla un determinado acto o evento.

El protocolo, etiqueta y los buenos modales son importantes, pero comprender por qué es importante y aprender cómo adaptar el propio estilo personal al propio de la comunidad donde se encuentra, es lo que realmente cuenta. Esto eventualmente creará mejores relaciones de negocios y aumentará sus posibilidades de éxito global.

Para los profesionales la imagen a veces no es nada fácil y suelen cometer muchos errores por desconocer algunos datos, suelen sentirse invisibles frente a sus superiores y otros ni siquiera saben cómo hacerle frente a una entrevista de trabajo. Es así que los ejecutivos latinoamericanos están entendiendo la importancia de trabajar la imagen, comenzando a buscar ayuda para optimizarse y al menos representar bien el puesto que ocupan, porque aunque suene simple y difícil de creer “doce segundos tarda una persona en hacerse una idea de cómo lo es otra”, en ese tiempo crítico la imagen importa y mucho, pues define un juicio.

## **1.2. Problematización**

### **1.2.1. Planteamiento del problema.**

En la ciudad de Quevedo no existe un lugar donde las personas puedan recurrir a capacitarse e instruirse en cuanto a normas y conductas que debe llevar una persona ante un evento, como saber tratar a los demás, el cómo comportarse, y cómo saber poder llegar a la sociedad de una forma educada y decente mediante la conducta de la persona.

Los buenos modales son necesarios para vivir en sociedad, para conseguir las metas que se ha propuesto y poder disfrutar de una vida tranquila, sin recibir críticas por su forma de comportarse tanto en familia como en la sociedad, además las empresas modernas requieren de empleados capacitados para el área de negocios internacionales.

La falta de educación en el lenguaje, en ciertas personas fomenta a que se excluya y se les dé la espalda. De igual manera existen muchas personas que tienen un carácter ofensivo, sin que quizás se den cuenta de ello, y con gran desencanto ven como casi nadie entabla amistades duraderas con ellas; por esto, a cada uno le corresponde investigar y darse cuenta qué concepto se forma la gente de ellos y pida ayuda a sus amigos de más confianza. No hay que olvidar que es más fácil notar un vicio que reconocer una virtud.

Hay que saber que en el trato con los demás hay unas ciertas reglas que deben aplicarse. El conocimiento del protocolo y la etiqueta posibilitan al profesional para conducirse apropiadamente en circunstancias esperadas e inesperadas. Se evidencia entonces el hecho de que además de la capacitación profesional y de la experiencia, un profesional debe ser capaz de actuar sistemáticamente como parte integrante de una organización.

#### **1.2.1.1. Diagnóstico (Causas, Efectos)**

##### **Causas**

- Inexistencia de lugares donde las personas puedan recurrir a instruirse.
- La vulgaridad en el lenguaje y la rudeza de los modales.
- Carácter irritante y ofensivo.
- Profesionales sin conocimiento alguno de protocolo y etiqueta.

##### **Efectos**

- Falta de conocimiento en cuanto a normas y conductas.
- Críticas por la forma inadecuada de comportamiento en el trabajo, la familia y la sociedad.

- Desencanto y amistades poco duraderas.
- Profesionales incapaces de actuar sistemáticamente como parte integrante de una organización.

#### **1.2.1.2. Pronóstico**

La creación de una escuela de protocolo y etiqueta en el cantón Quevedo, rendirá el máximo esfuerzo para su satisfacción y cumplimiento de sus objetivos; a partir de su creación buscará el liderazgo, la continua innovación y estar constantemente preparada para renovar e incorporar nuevos conceptos para beneficio de sus clientes.

#### **1.2.1.3. Control del pronóstico**

Mediante la enseñanza de protocolo y etiqueta la ciudadanía aprenderá con estrategias profesionales a utilizar estas herramientas (etiqueta y el protocolo) para que sus reuniones y eventos sean un éxito, comparándose con los de otras ciudades importantes del país.

### **1.2.2. Formulación del problema**

¿La creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta contribuirá a la mejora del aspecto personal y desenvolvimiento de la ciudadanía del Cantón Quevedo?

### **1.2.3. Sistematización del problema**

- ¿Cuál será la oferta y la demanda que determine la necesidad de creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo?
- ¿Qué elementos serán los más idóneos a fin de establecer una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo?

- ¿Cómo se determina la viabilidad del proyecto de creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo?

### **1.3. Justificación**

La presente investigación tiene un gran valor significativo, no solo personal sino también consecuentemente dentro de la sociedad. Se ha planteado el realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta ya que los buenos modales son fundamentalmente necesarios para vivir sin recibir críticas por su forma de comportarse tanto en familia como en sociedad.

Resulta imprescindible inculcar desde pequeños reglas básicas de comportamiento y fomentar adecuadas formas de desenvolverse. Se debe saber y razonar el porqué de muchas de las reglas básicas de comportamiento; cualquier momento es bueno para aprender: en la vida cotidiana, en lo formal, en lo informal, en la mesa, en el trabajo y en sociedad. Solo hay que fijarse en el comportamiento de los demás, y sacar lo mejor de esos momentos.

La investigación se justifica porque pretende dirigirse a la ciudadanía del Cantón Quevedo; directamente a entidades públicas y privadas, ejecutivos y/o empresarios; e indirectamente a la población Quevedeña indistintamente del sexo, si es un estudiante o profesional; además esta investigación permitirá dejar un precedente y aportar con información a investigaciones futuras acerca de este tipo de proyecto dada la inexistencia de una empresa con estas características en la localidad.

Es de mucha importancia establecer que la creación de la empresa fortalecerá el mercado laboral ya que dará empleo a la comunidad local en diferentes áreas; esto permitirá conducir al desarrollo económico de nuestra ciudad.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. General**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo en el año 2013.

### **1.4.2. Específicos**

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la necesidad de crear una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo.
- Diseñar un estudio técnico que proporcione los requerimientos idóneos para la ejecución del proyecto.
- Realizar un estudio económico – financiero para analizar la viabilidad del proyecto.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. General**

La Escuela de Protocolo y Etiqueta ayudará al mejoramiento del aspecto personal y desenvolvimiento de la ciudadanía del Cantón Quevedo.

### **1.5.2. Específicas**

- El estudio de mercado proporcionará una gran demanda que justificará la necesidad de crear una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo.

- El diseño del estudio técnico facilitará el análisis y determinación del tamaño óptimo, localización óptima, equipos e instalaciones necesarios para la ejecución del proyecto.
- Al realizar un estudio económico-financiero se evaluará la posibilidad de crear una Escuela de Protocolo y Etiqueta permitiéndonos determinar si el proyecto es viable.

## **1.6. Variables**

### **1.6.1. Independiente**

Estudio de Factibilidad para creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo.

### **1.6.2. Dependiente**

Mejoramiento del aspecto personal y desenvolvimiento de la ciudadanía del Cantón Quevedo.

**CAPITULO II.**  
**MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1.1. Origen de los términos de Protocolo y Etiqueta**

La Etiqueta y el Protocolo, son dos términos muy antiguos y actualmente son dos términos relacionados entre sí, más aun en el mundo globalizado que hoy se vive fortaleciendo el mundo de las relaciones en las empresas.

El origen de etiqueta tiene sus raíces en el siglo XVIII, y se le relacionaba con comportamientos propios de la sociedad de esa época donde fácilmente se le podía asociar con la “cultura” de la élite, aunque la cultura como es hoy entendida difiere en este sentido ya que se ha comprobado que ésta no es universal.

Actualmente es comprendida como un sinnúmero de reglas que deben ser aplicadas en cualquier ámbito en el cual toda persona se desenvuelva, desde el mismo momento de levantarse y al dirigirse a los demás, y durante todos los roles que esta persona desempeñe durante el resto del día como ejecutiva(o), ama de casa, desde el punto de vista social y/o familiar.

Es decir, la etiqueta es el comportamiento adecuado que toda persona debe manejar para salir airoso (o) de cualquier situación que se le presente de la menor manera, sin perder su imagen manteniendo una correcta actitud y comunicación adecuadas.

Para tratar de asociar el término de Etiqueta con el protocolo, se puede definir entonces que ésta es la herramienta fundamental del protocolo que guía las normas del comportamiento humano.

En consecuencia, los dos términos están relacionados intrínsecamente y su conocimiento y aplicación determinan definitivamente el comportamiento que toda persona asume en unas determinadas circunstancias y la forma como las

realiza, afectando positiva o negativamente la imagen de la empresa para la cual labora.

“El término protocolo, procede del latín "protocollum", que a su vez procede del griego (en griego deviene de protos, primero y kollom, pegar, y refiere a la primera hoja pegada con engrudo). En su significado original, venía a decir que "protocollum" era la primera hoja de un escrito. La primera hoja en la que se marcan unas determinadas instrucciones. Esta definición marca el inicio de lo que más tarde será el verdadero significado del término protocolo.

Llevado este término al día de hoy, el protocolo se refiere a la forma bajo las cuales desarrolla la persona las actividades humanas importantes. Es el proceso, el orden y/o conjunto de actividades que se siguen a diario en la vida personal y profesional. Dentro del término protocolo es imposible olvidar mencionar el término ceremonial que se refiere básicamente a formalidades que dependiendo de la cultura tengan a lugar en un evento oficial en determinado evento o lugar.

Por lo tanto, debe existir una armonía y/o equilibrio en el comportamiento de una persona para lograr que esta logre ser una persona, con valores, reconocida, tenida en cuenta en el medio laboral. Adicionalmente sepa comportarse en cualquier lugar o circunstancia y finalmente logre relacionarse efectivamente con todos los clientes de una empresa volviéndola más productiva. <sup>1</sup>

#### **2.1.1.1. Historia del Protocolo y Etiqueta**

El protocolo nace al mismo tiempo que la sociedad. Es la necesidad de vivir pacíficamente. El primer código que hay como referencia de normas protocolarias es el Código de Hammurabi. Hammurabi era rey de Babilonia

---

<sup>1</sup><http://www.eumed.net/ce/2011a/lapdg.htm>

en el siglo .XVIII A.C. Este código está escrito con caracteres cuneiformes. En la actualidad se conserva en el Museo del Louvre, en París. <sup>2</sup>

En el antiguo Egipto encontramos El libro de enseñanzas de los escribas, donde se determina el orden protocolario de autoridades y describe cómo se deben realizar los ritos y ceremonias que se celebraban en presencia del Faraón. En Egipto al Jefe de protocolo se le llamaba Ritualista Jefe y la dueña de la casa era la anfitriona.

En el pueblo persa, regia en la corte una severa y bien organizada etiqueta y ceremonial. Sólo se podía acceder al rey mediante una serie protocolaria de ceremonias.

En el Antiguo testamento está lleno de hechos sobre un sentido del ceremonial. En la Biblia encontramos referencias al papel del anfitrión y la colocación de los invitados de honor, la cesión de puestos y otros procesos protocolarios.

Los griegos, pueblo culto por excelencia, practicaban las más sabias leyes protocolarias. Los romanos, formados en las conquistas guerreras, practicaron el refinamiento de las reglas establecidas.

Todos los pueblos de todas las épocas fueron marcando un camino.<sup>3</sup>

#### **2.1.1.1.1. Protocolo**

Según **el diccionario de la Real Academia Española**, entre otros significados, protocolo es: La regla ceremonial diplomática o palatina establecida por decreto o por costumbre.<sup>4</sup>

Un repaso por la etimología del término protocolo nos lleva de manera inmediata a *protocollum*, un vocablo latino. Éste, a su vez, deriva de un concepto de la lengua griega. Lo concreto es que, en nuestro idioma, un

---

<sup>2</sup><http://protocolosocial.wordpress.com/tag/protocolo/>

<sup>3</sup><http://flor-de-pitimini.lacoctelera.net/post/2008/03/03/historia-del-protocolo>

<sup>4</sup><http://www.rae.es/>

protocolo es un reglamento o una serie de instrucciones que se fijan por tradición o por convenio.

Se conoce como protocolo, por otra parte, a las normas que definen el comportamiento adecuado en un evento social de cierta formalidad. El protocolo, de esta manera, se asocia a lo que se conoce como etiqueta: vestirse de una determinada manera, respetar la puntualidad, saludar con una reverencia a una autoridad y otras cuestiones forman parte del protocolo.

Otros protocolos son los acuerdos establecidos por varios Estados para modificar un tratado y los conjuntos de reglas que deben respetar distintos sistemas informáticos para poder comunicarse entre ellos.<sup>5</sup>

#### **2.1.1.1.2. La Etiqueta**

La etiqueta, sencillamente, abarca un conjunto de normas para hacer las cosas en forma correcta y de manera más fácil; es la expresión formal de los buenos modales que son imprescindibles para que todos podamos vivir en sociedad.

En consecuencia, implica:

1. Normas de comportamiento, derivadas de la experiencia y el sentido común.
2. Un entorno o contexto apropiado:

Entorno físico. No es lo mismo una oficina o una casa con suficiente espacio para albergar a quienes trabajan o habitan en ella, que otra donde las personas conviven hacinadas, lo que da origen a frecuentes roces y enfrentamientos.

Entorno cultural. La cortesía es el común denominador para las buenas relaciones, pero sus formas de expresión varían de un lugar a otro. Por ejemplo, las maneras refinadas de un hombre de la ciudad podrían generar desconfianza en una zona rural, y a la inversa, la sencillez y espontaneidad de las personas de provincia pueden mirarse con desdén en ambientes más sofisticados.

---

<sup>5</sup><http://definicion.de/protocolo>

Entorno de las relaciones. El buen trato entre las personas se rige por ciertas reglas basadas en el respeto mutuo y el conocimiento de los derechos de cada cual: padre-hijo, jefe-subalterno, ejecutivo-cliente, mesero-comensal, anfitrión-invitado y compañeros-vecinos, entre otros.

Implica además una firme actitud interior de querer hacer las cosas bien. Este punto es tan importante que en ocasiones, aun cuando no se conozca una norma, es posible actuar correctamente porque tanto la etiqueta como el protocolo tienen mucho de sensibilidad y espontaneidad. <sup>6</sup>

#### **2.1.1.1.2.1. Etimología de Etiqueta**

- La palabra francesa *étiquette*, formada con el sufijo diminutivo (-ette) apareció en el siglo XIV con la forma *estiquette* para designar una señal escrita fijada en una estaca.
- Según el Diccionario etimológico del Dr. Pedro Felipe Monlau (1808-1871), publicado en 1856, la palabra etiqueta resultó de la contracción de una frase latina.

La etiqueta es un tópico que ha ocupado a los escritores y pensadores de todas las sociedades sofisticadas por milenios, comenzando con un código de comportamiento de Ptahhotep, un visir en el Imperio Antiguo de Egipto durante el reinado del rey de la Quinta Dinastía Dyedkara-Isesi (ca. 2414-2375 B.C.). Todas las civilizaciones alfabetizadas, incluyendo la antigua Grecia y Roma, desarrollaron reglas para la conducta social adecuada.

La etiqueta puede convertirse en un arma social. Una buena imagen y modales redundan en el éxito de la comunicación de cada persona, profesional o empresa con su entorno, que por cierto es cada vez más tenido en cuenta, como parte de la formación de toda persona, además de la formación académica a la que se refiera.

- Saludar a los familiares, amigos y conocidos con calidez y respeto.
- Abstenerse de los insultos y la curiosidad entrometida.

---

<sup>6</sup>[http://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/etiqueta\\_definicion\\_y\\_origen.html](http://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/etiqueta_definicion_y_origen.html)

- Ser hospitalarios a los invitados.
- Usar indumentaria apropiada para la ocasión.
- Contribuir a las conversaciones sin dominarlas.
- Ofrecer asistencia a aquellos que lo necesiten.
- Comer pulcra y calladamente.
- Evitar molestar a los otros con ruido innecesario.
- Seguir las reglas establecidas de una organización al volverse miembros.
- Llegar puntualmente.<sup>7</sup>

#### **2.1.1.1.2.2. Diferencias entre etiqueta y protocolo.**

La etiqueta y el protocolo tienden a ser confundidos como sinónimos debido a que tienen un elemento en común: las normas de comportamiento establecidas para hacer más agradable la vida social. Sin embargo, Carreño M. señala: lo que llamamos etiqueta se refiere al campo de lo social, mientras que protocolo alude al terreno de la política y la diplomacia, es decir a los actos públicos de Estado.

Así es que la etiqueta regula la conducta personal de los individuos, es decir, todas aquellas cosas que nadie puede hacer por otro. La etiqueta no siempre comprende las reglas protocolarias. En cambio, todo acto protocolario incluye la etiqueta en el comportamiento individual de las personas.

La fuente generadora de las normas de etiqueta la constituyen los sentimientos, tradiciones y costumbres de los pueblos, que se especifican en tratados y manuales, mientras que el protocolo deriva de la normativa institucional de cada Estado u organismo. Estas reglas deben precisarse en los reglamentos propios de cada institución o país.

Las reglas de etiqueta tienen, por lo común, carácter universal. Presente en todos los momentos de la vida, la etiqueta debe practicarse con naturalidad,

---

<sup>7</sup>[http://prezi.com/7fr\\_6oxsbutp/etiqueta/](http://prezi.com/7fr_6oxsbutp/etiqueta/)

igual en la intimidad que en público, estando solos o acompañados; es decir, las buenas maneras han de ser un hábito. En cambio, el protocolo se aplica sólo en ciertos momentos y circunstancias, como en el caso de acontecimientos relevantes de la vida social y pública, que suelen denominarse protocolarios.

La etiqueta es de obligación y aplicación personales, puesto que cada individuo es responsable de su propia conducta, mientras que el protocolo es de aplicación y obligación institucionales, por lo que resulta necesario que todas las personas involucradas en un evento público de Estado prevean, coordinen, precisen y cumplan con la normativa protocolaria en las condiciones de ubicación y de desarrollo del acto.

De algún modo, tanto la etiqueta como el protocolo están presentes en todos los momentos de nuestra existencia.<sup>8</sup>

## **2.1.2. La empresa**

“La empresa es una entidad legal, con un organismo productivo que le permite procesar ciertos bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado necesitado y con capacidad de compra y que posee y administra un patrimonio propio” (Palacios Acero, 2012, pág. 55).

### **2.1.2.1. Microempresa**

“Se define como Microempresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios y supone menos de 10 trabajadores” (Lareki Garmendia, 2009, pág. 18).

### **2.1.2.2. Proyecto**

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad” (Baca Urbina, 2010, pág. 2).

---

<sup>8</sup>[http://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/etiqueta\\_definicion\\_y\\_origen.html](http://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/etiqueta_definicion_y_origen.html)

#### **2.1.2.2.1. Proyecto de Inversión**

Un proyecto de inversión lo podemos definir como “un plan, al que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”. Un proyecto de inversión constituye un conjunto de acciones, que, una vez implantadas, incrementan la distribución de un bien o servicio (Meza Orozco, 2010, pág. 16).

#### **2.1.2.3. Estudio**

Estudio es la concentración consciente de nuestras facultades intelectuales (inteligencia, memoria, imaginación, etc.) en un determinado tema, problema y objeto para obtener conocimiento y comprensión, mediante su captación objetiva y su asimilación duradera. El estudio es un esfuerzo total es un proceso intencionado, sistemático, organizado y planificado para iniciar y profundizar el conocimiento científico.<sup>9</sup>

### **2.1.3. Estudio de Factibilidad**

El estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio del mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación y de regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económico, social y ambiental, que permita obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto.

Del estudio de factibilidad se puede esperar, o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación (Miranda Miranda, 2012, pág. 18).

---

<sup>9</sup><http://es.slideshare.net/huauyaquispe/gua-de-clase>

### **2.1.3.1. Componentes del estudio de factibilidad**

Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

1. Estudio de factibilidad de mercado
2. Estudio de factibilidad técnica
3. Estudio de factibilidad medio ambiental.
4. Estudio de factibilidad económica-financiera

La aprobación o visto bueno de cada evaluación la llamaremos viabilidad. Estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto, ya que dentro de este tendrán iguales niveles de importancia a la horade llevarlo a cabo; entonces con una evaluación que resulte no viable, 13 el proyecto no será factible (Ramírez Almaguer, Vidal Marrero, & Domínguez Rodríguez, 2013).

### **2.1.4. Estudio de Mercado**

Cuando se trata de proyectos generadores de ingresos, el objeto del estudio del mercado es determinar la cantidad de bienes y/o servicios provenientes de la nueva unidad productora, que bajo determinadas condiciones de precio, calidad y cantidad, la comunidad estaría dispuesta a adquirir, hoy y en futuro, para satisfacer sus necesidades.

Pero si se trata de proyectos de interés social, su estudio se orienta hacia la estimación de necesidades colectivas de la población, hoy y en futuro, tenga o no capacidad de pago (Miranda Miranda, 2012, pág. 103).

Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos en la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizaran a menos que este muestre una demanda real o posibilidad de venta de un bien o servicio (Meza Orozco, 2010, pág. 22).

#### **2.1.4.1. Objetivos del estudio de mercado**

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de productos que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios
- Como último objetivo y el más importante, pero por desgracias intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2009, pág. 145).

#### **2.1.4.2. Producto**

“Podemos definir el producto como cualquier bien o servicio (o la combinación de ambos) que se oferta con la finalidad de satisfacer los deseos del consumidor” (Caldas Blanco, Reyes Carrión Herráez, & Heras Fernández, 2014, pág. 52).

##### **2.1.4.2.1. Identificación del bien o servicio**

Para adelantar el estudio de mercado de un bien o servicio que se pretende entregar a los consumidores, es requisito indispensable especificar rigurosa e inequívocamente sus características que complementan su identificación: nombre comercial, formas de presentación, usos, usuarios, precios, costos, composición, fuentes de abastecimiento, sustitutos y complementarios, sistemas de distribución, bienes de capital, intermedio o final, legislación sobre transporte, consumo y comercialización (Miranda Miranda, 2012, págs. 109-112).

### **2.1.4.3. Comportamiento económico del mercado del proyecto**

“Los principales aspectos económicos que explican el comportamiento de los mercados vinculados con el proyecto de inversión que se evalúa corresponden al comportamiento de la demanda, de la oferta y de los costos, y a la maximización de los beneficios” (Sapag Chain, 2011, pág. 46).

#### **2.1.4.3.1. Comportamiento de la demanda**

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla (Sapag Chain, 2011, pág. 46).

#### **2.1.4.3.2. Comportamiento de la oferta**

La oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transición. Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de los bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros (Sapag Chain, 2011, pág. 55).

#### **2.1.4.3.3. Comportamiento de los costos**

La forma más tradicional de clasificar los costos de operación de un proyecto es la diferencia entre costos fijos y variables. Los costos fijos totales son costos en que se deberá incurrir en un periodo determinado, independientemente del nivel de producción en la empresa (alquiler de bodegas, algunas remuneraciones, seguros de máquina, etc.). Los costos variables totales son aquellos que dependen del nivel de producción (costo de los envases, mano de obra, materias primas, etc.). Como cada unidad adicional producida incrementa

el costo variable total, a su variación se la denomina costo marginal. La suma de ambos costos dará el costo total del periodo (Sapag Chain, 2011, pág. 59).

#### **2.1.4.3.4. Maximización de los beneficios**

La empresa maximiza el beneficio neto total en el nivel de producción en el que la diferencia entre el ingreso total y el costo total se hace máxima. Desde la perspectiva del análisis marginal, esta producción se logra en el punto donde el ingreso marginal se iguala con el costo marginal. Sobre ese punto la empresa podrá aumentar los ingresos totales, pero los costos de cada unidad adicional producida serán mayores que el ingreso que genere, por lo que la utilidad neta decrecerá (Sapag Chain, 2011).

#### **2.1.4.4. Investigación de mercado**

Finalmente, existe otra herramienta en el estudio de mercados conocida como la investigación de mercados, que consiste en la recolección organizada de información sobre algún aspecto de un mercado que nos permite tomar decisiones acertadas (Prieto Herrera, 2009, pág. 94).

La investigación de mercados debe llevarse a cabo antes de comenzar el negocio y debe actualizarse continuamente durante la vida del negocio, dado que los gustos y hábitos de los consumidores y compradores cambian constantemente (Palacios Acero, 2012, pág. 108).

##### **2.1.4.4.1. Análisis de mercado**

“El análisis de mercado es el proceso ordenado y objetivo en donde se reúne y se evalúa la mayor cantidad de información sobre los clientes potenciales, datos sobre quiénes son, dónde se encuentran, la cantidad existente, la forma de averiguar, cómo atraerlos y satisfacer sus gustos y necesidades” (Palacios Acero, 2012, pág. 108).

##### **2.1.4.4.2. Demanda**

“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca Urbina, 2010, pág. 15).

#### **2.1.4.4.2.1. Análisis de la demanda**

El principal propósito que persigue la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera (Baca Urbina, 2010, pág. 15).

#### **2.1.4.4.2.2. Dimensionamiento de la demanda**

Para dimensionar adecuadamente el proyecto que pretende ofrecer un bien o servicio para resolver el problema en cuestión, es preciso calcular la demanda actual y la proyectada. La demanda actual es la cantidad del bien o servicio que la población objetivo necesita, y la demanda proyectada es la cantidad de ese bien o servicio que la población afectada consumiría en el futuro (Miranda Miranda, 2012, pág. 113).

#### **2.1.4.4.2.3. Área del mercado y su zona de influencia**

Se trata de enunciar y explicar las características generales que definen y limitan el mercado que será atendido mediante los bienes y servicios a ofrecer. Esto supone la determinación de la zona geográfica en donde se ubica los potenciales demandantes o beneficiarios que poseen el deseo o la necesidad, la capacidad de pago y la decisión de adquirirlo. Derivado de lo anterior se puede elaborar una primera estimación del número probable de consumidores y apreciar las circunstancias que limitan, condicionan o facilitan el consumo.

- **La población:** su tamaño actual, su tasa de crecimiento, los procesos de movilidad, su estructura (edad, sexo, costumbres, nivel de escolaridad, profesión, ocupación, estado civil, estrato, creencias religiosas, ubicación urbana o rural, etc.)
- **Ingreso:** nivel actual, tasa de crecimiento, clasificación por estratos y su distribución.

- **Zona de influencia:** el análisis del mercado deberá restringirse en lo posible a una zona geográfica determinada, para la cual se estudiarán las características de los consumidores (Miranda Miranda, 2012, pág. 114).

#### **2.1.4.4.3. Segmentación del mercado**

Todos los mercados están compuestos por una serie de submercados o <<segmentos>> de consumidores que tienen entre ellos características comunes de tipo demográfico, geográfico, psicológico, económico, étnico, cultural, etc. De lo anterior se desprende que el propósito de la segmentación es detectar la posible demanda en el mayor nivel de detalle posible, con el fin de identificar la forma como se deben orientar los esfuerzos en la satisfacción de la necesidad de cada uno de los grupos inferiores que componen la demanda global.

La segmentación del mercado permite organizar y clasificar la demanda, de acuerdo a ciertos y determinados atributos; en efecto, este proceso nos conduce a conocer, entre otros: el número actual de demandantes, el número estimado de compradores del bien o servicio, los lugares donde suelen hacer las compras los consumidores, la ubicación geográfica de los productores y distribuidores, frecuencia en que se efectúan las compras, motivación y actitudes con respecto a la mercancía adquirida, indicadores de cambio en los hábitos de compra, características de los compradores o usuarios, etc. (Miranda Miranda, 2012).

#### **2.1.4.4.4. Estimación de la demanda futura**

La confiabilidad y pertinencia de la información capturada permitirá el estudio y análisis de la evolución histórica de la demanda y será garante de los resultados que se obtengan de su proyección. En efecto, es necesario apelar en principio a las fuentes secundarias disponibles con el fin de verificar la calidad de la información registrada y en caso de encontrarla incompleta o insuficiente, programar los acercamientos necesarios a las fuentes primarias. Dado que se trata de verificar el comportamiento pasado de la demanda para

un producto o servicio es necesario recolectar toda la información que se considere relevante, especialmente lo relacionado con cantidades vendidas o producidas y sus precios. Es importante auscultar aquellos aspectos relacionados con la evolución de los gustos, la moda, las preferencias de los consumidores, los niveles de ingresos, las tasas de crecimiento de la población, los hábitos de consumo, etc. (Miranda Miranda, 2012, pág. 123).

#### **2.1.4.4.5. La Oferta**

“La oferta se puede concebir como la actual capacidad disponible por organizaciones públicas o privadas que ejercen por delegación o contrato funciones públicas para entregar a la comunidad en condiciones de calidad aceptable, un determinado bien o servicio” (Miranda Miranda, 2012, pág. 126).

##### **2.1.4.4.5.1. Análisis de la Oferta**

El propósito que persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. (Baca Urbina, 2010, pág. 41).

##### **2.1.4.4.5.2. Proyección de la oferta**

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio, cantidad y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la identificación y selección de fuentes secundarias y primarias adecuadas que le den confiabilidad al estudio (Miranda Miranda, 2012, pág. 130).

#### **2.1.4.4.6. Los precios**

En las organizaciones basadas en el sistema de mercado, las pautas seguidas en la fijación de precios constituyen un aspecto esencial en el proceso de producción y comercialización de bienes y servicios. Siempre que se suceda un cambio de los derechos de propiedad o siempre que se suministre un servicio, habrá un precio; en cada caso las empresas fijarán precios para sus bienes teniendo en cuenta ciertas consideraciones en torno a los costos, a la demanda y al mercado, y dentro del marco de lo político como de las conveniencias tanto de tipo económico como social (Miranda Miranda, 2012, pág. 131).

##### **2.1.4.4.6.1. Análisis de precios**

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio” (Baca Urbina, 2010, pág. 44).

#### **2.1.4.4.7. Comercialización**

“En esta etapa se planean y, finalmente, se ponen en práctica los programas de producción y marketing a gran escala. Una vez que el producto nace y entra en su ciclo de vida, el ambiente competitivo externo se convierte en el principal determinado de su destino” (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2009, pág. 239).

El proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, los mecanismos de promoción y publicidad (Miranda Miranda, 2012, pág. 133).

Cuando hablamos de la comercialización se hace referencia a todo el proceso que comienza en la producción de bien o servicios hasta que llega al usuario o consumidor final, recorriendo todos los pasos intermedios que tienen relación con: la presentación, el almacenamiento, el transporte, el servicio de crédito, la asistencia técnica, los mecanismos de promoción y publicidad y obviamente, los canales de comercialización (Miranda Miranda, 2012, pág. 134).

#### **2.1.4.4.7.1. Selección de canales de comercialización**

Cuando se trabaja a nivel de factibilidad o de diseño definitivo, resulta útil por las repercusiones que tiene principalmente en los presupuestos financieros, elaborar, así sea en forma provisional, mapas de los posibles canales de comercialización, calculando los valores agregados y preseleccionando los agentes en cada una de las etapas. El punto de partida para lograr un diseño adecuado de canales de comercialización es la identificación de los segmentos de población a los cuales se quiere llegar, vale decir la clientela potencial del proyecto (Miranda Miranda, 2012, pág. 136).

#### **2.1.4.4.8. Promoción y publicidad**

La razón misma de producción de bienes o servicios que se ofrecen tienen la deliberada intención de llevarlos a los consumidores o usuarios finales, por lo tanto cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a hacerlo conocer o impulsar su consumo o utilización, genera necesariamente un valor agregado y supone desde luego la necesidad de asumir un costo por ese concepto. Algunos productos de gran consumo presentados en gran variedad de formas y marcas tendrá que disputarse a los consumidores a través de calidad, precio y desde luego, mediante las promociones (rifas, regalos, bonos, estímulos, facilidades de crédito, garantías ampliadas, atención preferencial, etc.) y campañas publicitarias (a través de prensa, radio, televisión, vallas, internet, etc.) (Miranda Miranda, 2012, págs. 137-138).

“La publicidad podemos definirla como aquella comunicación no personal pagada acerca de una organización, que se transmite a una audiencia meta a través de un medio de comunicación masivo, como la televisión, los vehículos de transporte, los espectaculares, las vallas y los muros” (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2009, pág. 299).

### **2.1.5. Estudio Técnico**

“Con el estudio se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y

vender el producto o servicio con calidad, cantidad y costo requerido” (Meza Orozco, 2010, pág. 23).

El estudio técnico calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar. El resultado de este estudio puede tener mayor incidencia que cualquier otro en la magnitud de los valores que se incluirán para la evaluación. Por tal motivo, cualquier error que se cometa podrá tener grandes consecuencias sobre la medición de la viabilidad económica (Sapag Chain, 2011, pág. 123).

#### **2.1.5.1. Tamaño**

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etc. (Sapag Chain, 2011, pág. 143).

##### **2.1.5.1.1. Capacidad del proyecto**

Desde un principio es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto que permita dimensionarlo y compararlo con otros similares. La forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por unidad de tiempo. Existen, además, algunas medidas que permiten complementar la apreciación del tamaño del proyecto, pueden ser entre otras: el monto de la inversión asignada al proyecto el número de puestos de trabajos creados, el área física ocupada, la participación en el mercado o los niveles de ventas, entre otras (Miranda Miranda, 2012, págs. 151-152).

##### **2.1.5.1.2. Factores condicionantes del tamaño del proyecto**

Al definir la magnitud del proyecto es preciso adelantar algunas consideraciones en torno a: la dimensión del mercado, a la capacidad

financiera de los promotores del proyecto, a la disponibilidad de insumos, a la existencia y eficiente suministro de servicios públicos, a la situación de transporte, a aspectos de tipo institucional, a la capacidad de gestión, a la localización del proyecto, etc. (Miranda Miranda, 2012, pág. 152).

#### **2.1.5.2. Localización**

El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar de domicilio (Meza Orozco, 2010, pág. 23).

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán- en gran parte-la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimientos, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores (Sapag Chain, 2011, pág. 136).

##### **2.1.5.2.1. Macro-localización.**

“Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto” (Meza Orozco, 2010, pág. 25).

##### **2.1.5.2.2. Micro-localización**

Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). Cuando se hace

el estudio a nivel de perfil, basta con indicar la zona para efectos de localización (Meza Orozco, 2010, pág. 25).

### **2.1.5.3. Ingeniería del proyecto**

“La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico, que se relaciona con su fase de producción., que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la presentación del servicio” (Prieto Herrera, 2009, pág. 109).

“El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio” (Miranda Miranda, 2012, pág. 167).

La tecnología a ser seleccionada en un proyecto dado depende en gran medida del volumen de la demanda y, en consecuencia, es posible calcular cual es técnicamente el proceso óptimo. No obstante, hay una serie de factores que no son directamente cuantificables pero que pueden hacer variar la selección del tipo de tecnología. Entre estos factores tenemos: la disponibilidad de capital, falta de acceso a insumos que alimenten los procesos de tecnología avanzada, análisis corporativo de las características técnicas de tipos extremos de procesos (Meza Orozco, 2010, págs. 26-27).

### **2.1.6. Estudio Organizacional**

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en la cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto (Meza Orozco, 2010, pág. 28).

### **2.1.6.1. La organización (estructural u organigrama)**

Resulta elemental, entonces, hacer esfuerzos conducentes a identificar el modelo administrativo que en mejor forma se amolde a los propósitos de la empresa. Cada proyecto presenta características específicas que permitan determinar la estructura orgánica coherente con los requerimientos propios de la etapa de ejecución y de la etapa de funcionamiento (Miranda Miranda, 2012, pág. 170).

### **2.1.7. Marco legal de la empresa y factores relevantes**

En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos. A esa norma le siguen una serie de códigos de la más diversa índole, como el fiscal, sanitario, civil y penal; finalmente, existe una serie de reglamentaciones de carácter local o regional, casi siempre sobre los mismos aspectos.

Es obvio tanto señalar que tanto la constitución como una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales, repercuten de alguna manera sobre un proyecto y, por tanto, deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico (Baca Urbina, 2010, pág. 103).

### **2.1.8. Estudio Económico**

“El objetivo es ordenar y sistematizar a la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (Baca Urbina, 2010, pág. 8).

#### **2.1.8.1. Costos**

##### **2.1.8.1.1. Costos fijos**

“Son los gastos que ocurren aunque no se produzca ningún producto o servicio, como el alquiler de instalaciones, el salario de los empleados, el impuesto predial, la depreciación de edificios, etc.” (Miranda Miranda, 2012, pág. 96).

#### **2.1.8.1.2. Costos variables**

“Son los costos que varían con relación al nivel de producción de bienes o servicios, como el costo de la materia prima, el costo de la mano de obra directa, etc.” (Miranda Miranda, 2012, pág. 96).

#### **2.1.8.1.3. Costo indirecto o gastos de fabricación**

“Corresponden a los egresos por materiales y servicios esenciales en la producción de un artículo o servicio, pero que no forman parte integral del producto y su costo debe prorratearse entre varios productos o fases del proceso de fabricación, para obtener el costo por unidad” (Miranda Miranda, 2012, pág. 96).

#### **2.1.8.1.4. Costos de producción**

Durante el período de operación se pueden identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados más directamente a la producción del bien o a la prestación del servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización en la empresa; por otro lado los costos causados por efecto del impulso de las ventas, y finalmente los costos financieros generados por el uso de capital ajeno (Miranda Miranda, 2012, pág. 217)(**Miranda J., 2012**).

#### **2.1.8.1.5. Presupuestos de Inversiones**

Los resultados obtenidos con respecto al comportamiento del mercado del producto, presente y futuro, lo mismo que la capacidad financiera de los propietarios o promotores, permite dimensionar el tamaño del proyecto y por ende la magnitud de los activos que requiere la empresa para la transformación de insumos en producción o prestación de servicios y la determinación del monto de capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del período de instalación (Miranda Miranda, 2012, pág. 206).

#### **2.1.8.1.5.1. Inversiones Fijas**

Las inversiones fijas se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; don entre otras cosas: los terrenos para la construcción de instalaciones, o explotaciones agrícolas, o ganaderas o mineras; las construcciones civiles como edificios industriales o administrativos; las vías de acceso internas; bodegas, parqueaderos, cerramientos; maquinaria; equipo y herramientas; vehículos, muebles, etc. (Miranda Miranda, 2012, pág. 207).

#### **2.1.8.1.5.2. Inversiones Diferidas**

Las inversiones diferidas se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto; tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; los gastos de montaje, ensayos y puesta en marcha; el pago por el uso de marcas y patentes; los gastos por capacitación y entrenamiento personal (Miranda Miranda, 2012, pág. 210).

#### **2.1.8.1.6. Capital de Trabajo**

“Corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes” (Flórez Uribe, 2010, pág. 80).

#### **2.1.8.1.7. Costo de depreciación**

“Es la cantidad en que se disminuye un activo, por su utilización en un periodo de tiempo determinado. El cálculo se hace con arreglo a ley que se establezca en cada país” (Miranda Miranda, 2012, pág. 97).

#### **2.1.8.1.8. Depreciación**

Desde la óptica contable, la depreciación es la distribución como gasto del valor del activo en los periodos en los cuales presta sus servicios. Los activos fijos, con excepción de los terrenos, son de uso de la empresa por un número

limitado de años y su costo se distribuye como gasto entre los años en los cuales se usa (Meza Orozco, 2010, pág. 115).

#### **2.1.8.1.9. Amortización**

La amortización financiera se define como el proceso por el medio del cual se cancela una deuda junto con sus intereses, mediante una serie de pagos, en un tiempo determinado. La palabra amortización proviene del latín mors que significa muerte, por lo tanto, la amortización es el proceso con el que se <mata> una deuda (Meza Orozco, 2010, pág. 86).

#### **2.1.8.1.10. Ingresos**

En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida de útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez (Miranda Miranda, 2012, pág. 222).

#### **2.1.8.1.11. Punto de equilibrio**

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables” (Baca Urbina, 2010, pág. 145).

### **2.1.9. ESTUDIO FINANCIERO**

“Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico, organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden” (Meza Orozco, 2010, pág. 29).

El pilar fundamental del estudio financiero está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros de la empresa; consiste en calcular objetivamente ciertas magnitudes resultantes de la formulación del proyecto y convertirlas en cifras financieras con el fin de obtener indicadores útiles para medir su bondad. La valoración consiste entonces en asignar precios a los

bienes y servicios que participan en el proyecto a manera de insumo o de producto (Miranda Miranda, 2012, pág. 252).

#### **2.1.9.1. Balance general**

“El balance es el informe tabular de lo que una empresa posee., la forma en que se compone la propiedad (materiales, terrenos, maquinaria, etc.), la estimación del valor de cada uno de estos elementos, junto con lo que debe y la naturaleza de las obligaciones” (Miranda Miranda, 2012, pág. 139).

#### **2.1.9.2. Flujos de fondos (o flujo neto de caja)**

El primer paso es identificar plenamente los ingresos y egresos en el momento en que ocurren. El flujo neto de caja es un esquema que presenta en forma y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos en efectivo registrados período por período durante el horizonte previsto del proyecto. El principio básico de la evaluación es que el proyecto resulta recomendable en la medida que los ingresos superen a los egresos en el valor presente (Miranda Miranda, 2012, pág. 254).

#### **2.1.9.3. Estado de pérdidas y ganancias**

“El estado de pérdidas y ganancias es una descripción de lo que ha sucedido realmente durante un cierto periodo de tiempo como resultado del movimiento de valores. Es un informe financiero sobre los resultados de la gestión de un negocio durante un determinado periodo de tiempo (un mes, un año)” (Palacios Acero, 2012, pág. 141).

#### **2.1.9.4. Indicadores financieros**

##### **2.1.9.4.1. Valor actual neto (VAN)**

El valor actual neto mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0 (Miranda Miranda, 2012, pág. 300).

#### **2.1.9.4.2. Tasa interna de retorno (TIR)**

“La tasa interna de retorno (TIR), mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea 0” (Miranda Miranda, 2012, pág. 303).

#### **2.1.9.4.3. Relación beneficio-costo**

La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costo es igual a 1. Si el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1 (Miranda Miranda, 2012, pág. 307).

#### **2.1.9.4.4. Período de recuperación de la inversión**

“El periodo de recuperación de la inversión (PRI) tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado” (Miranda Miranda, 2012, pág. 307).

#### **2.1.9.4.5. Relación costo-efectividad**

Existen muchos proyectos donde los beneficios son difíciles de estimar (cuando no hay ingresos) o no son relevantes para el análisis (cuando debe necesariamente solucionarse un problema). En estos casos, es conveniente comparar los costos con la efectividad, es decir, con el cambio que se espera lograr con el proyecto (Miranda Miranda, 2012, pág. 308).

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

### **2.2.1. Dinero**

“Instrumento de cambio representado en papel o moneda, que cumple cuatro funciones: medio de cambio; patrón de pago; unidad de cuenta. Su característica esencial es ser medio de pago generalmente aceptado a cambio de bienes y servicios y en la cancelación de deudas” (Miranda Miranda, 2012, pág. 452).

### **2.2.2. Ahorro**

“Es parte del ingreso que no se gasta. Se puede hacer una distinción entre ahorro privado, público y externo” (Miranda Miranda, 2012, pág. 441).

### **2.2.3. Acción**

“Es un título de participación que emite una sociedad para conseguir recursos para su fortalecimiento. Quién compra una acción se vuelve propietario de una parte de esa empresa y adquiere derechos sobre la misma” (Miranda Miranda, 2012, pág. 441).

### **2.2.4. Título valor**

“Documento negociable que acredita los derechos de su tenedor legítimo y las obligaciones del emisor del mismo” (Miranda Miranda, 2012, pág. 480).

### **2.2.5. Negociación**

“La negociación es el medio que utilizan las personas para hacer frente a sus diferencias. Negociar es buscar un acuerdo mutuo mediante el diálogo” (Palacios Acero, 2012, pág. 200). (Pág. 200)

### **2.2.6. Inversión**

“Es la aplicación de recursos económicos a un actividad determinada con el fin de obtener ganancias en un futuro” (Miranda Miranda, 2012, pág. 464).

### **2.2.7. Endeudamiento**

“El costo financiero de una deuda, correspondiente al pago de intereses sobre aquella parte de la inversión financiada con préstamo, como cualquier costo, es deducible de impuestos y, en consecuencia, tiene un efecto tributario positivo que debe incluirse en el flujo de caja cuando se busca medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en un proyecto” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2009, pág. 162).

### **2.2.8. Interés**

“Es el pago que se hace q un tercero por la utilización que se hace de los recursos de su propiedad” (Miranda Miranda, 2012, pág. 464).

### **2.2.9. Rendimiento**

“Ganancia en dinero o dinero apreciable en dinero (cuantificable), que un inversionista obtiene de transacciones mercantiles. Remuneración por el uso del dinero” (Palacios Acero, 2012, pág. 476).

### **2.2.10. Riesgo**

“Es el grado de variabilidad o contingencia de una inversión. Mayor rentabilidad mayor riesgo” (Palacios Acero, 2012, pág. 476).

### **2.2.11. Sistema financiero**

“Conjunto de instituciones o intermediarios financieros, relacionados entre sí directa o indirectamente, que recogen el ahorro transitoriamente ocioso y se lo ofrecen a los demandantes de crédito” (Miranda Miranda, 2012, pág. 478).

### **2.2.12. Corporación financiera**

Las corporaciones financieras tienen por objeto fundamental la movilización de recursos y la asignación de capital para promover la creación, reorganización, fusión, transformación y expansión de cualquier tipo de empresa, como también para participar en su capital, promover la participación de terceros, otorgar financiamiento a mediano y largo plazo, ofrecer servicios financieros especializados que contribuyan a su desarrollo (Miranda Miranda, 2012, pág. 450).

### **2.2.13. Empresa**

“Se puede definir la empresa como aquella unidad que dispone de unos determinados factores de producción, los cuales se combinan por decisión del

hombre, para conseguir unos productos y/o servicios que se venden” (Gil Estallo & Giner de la Fuente, 2013).

#### **2.2.14. Misión**

“La misión de una empresa es su razón de ser, es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía las actividades de la empresa; la misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo” (Palacios Acero, 2012, pág. 62).

#### **2.2.15. Visión**

“Es la declaración amplia y suficiente de a dónde quiere su empresa o negocio esté dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueva la pertenencia de todos los miembros de la organización o negocio” (Palacios Acero, 2012, pág. 63).

#### **2.2.16. Estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad es un trabajo inteligente en el que concurren talentos diferentes especializados en las más diversas áreas de su magnitud y complejidad, lo que supone altos costos y tiempo suficiente para su realización, por lo tanto solamente una alternativa seleccionada en el nivel anterior se somete a estudio de factibilidad. Claramente se puede observar relación directa entre el tiempo y costos incurridos y la profundidad del estudio de preinversión (Miranda Miranda, 2012, pág. 19).

Además agrega que: “Sigue al estudio de prefactibilidad y se profundiza en aquellos aspectos que se consideren relevantes para tomar la decisión de asignar recursos hacia un objetivo determinado” (Miranda Miranda, 2012, pág. 455).

### **2.2.17. Mercado**

“Un mercado es la suma de todos los compradores reales y potenciales de un producto” (Hernández Garnica & Maubert Viveros, 2009, pág. 31).

### **2.2.18. Marketing mix**

“La mezcla de mercadeo es una forma de describir los elementos de un producto/ servicio que se puede ofrecer, controlar y cambiar de tal forma que satisfaga las condiciones” (Palacios Acero, 2012, pág. 119).

### **2.2.19. Plaza**

“Los productos deben poder adquirirse fácilmente y por consiguiente debe definirse dónde cómo se comercializan” (Palacios Acero, 2012, pág. 122).

### **2.2.20. Promoción**

“Es la acción necesaria para dar a conocer el producto y motivar al cliente para que lo compre. Se pretende despertar el interés en el público objetivo para que adquiera el producto, lo pruebe, quede satisfecho y repita” (Palacios Acero, 2012, pág. 123).

### **2.2.21. Mercadeo**

“Es mercadeo es el proceso de planeación y ejecución de la concepción, de políticas de producto, precios, promoción, plaza, personas, presencia, proceso de productos o servicios con base en las preferencias del consumidor que permitan crear un intermediario que satisfaga los objetivos del cliente y de la organización” (Palacios Acero, 2012, pág. 119).

### **2.2.22. Evaluación económica**

“Es la evaluación que se realiza para garantizar una asignación óptima de los recursos económicos disponibles, y el logro de los objetivos propuestos a nivel nacional (plan de desarrollo); teniendo en cuenta el costo de los insumos y la

magnitud del impacto que produce en el medio económico donde se inserta (Miranda Miranda, 2012, pág. 456).

### **2.2.23. Evaluación técnica**

“Hace referencia a la viabilidad desde el punto de vista técnico para adelantar un proyecto” (Miranda Miranda, 2012, pág. 457).

### **2.2.24. Apalancamiento**

“Incremento de los recursos propios, con el concurso de recursos ajenos. Uso de la deuda para aumentar la rentabilidad patrimonial” (Miranda Miranda, 2012, pág. 442).

### **2.2.25. Activo**

“Representa los bienes y derechos que posee una empresa, tales como dinero, edificios, maquinaria, cuentas por cobrar, inversiones en papeles de mercado, valorizaciones, inventarios, etc.” (Miranda Miranda, 2012, pág. 441).

### **2.2.26. Activo fijo**

“Inversión permanente necesaria para garantizar la operación de la empresa” (Miranda Miranda, 2012, pág. 441).

### **2.2.27. Pasivo**

“Representa las obligaciones totales (bancarias, con proveedores, cuentas por pagar, etc.), y sea a corto o a largo plazo” (Miranda Miranda, 2012, pág. 471).

### **2.2.28. Patrimonio**

“Es el valor total neto de los bienes de una persona jurídica o natural. Contablemente es la diferencia entre los activos que posee una persona o sociedad y los pasivos u obligaciones contraídas con terceros” (Miranda Miranda, 2012, pág. 471).

### **2.2.29. Balance**

“Demostrativo contable de la situación económica y financiera de una empresa, en un momento determinado” (Miranda Miranda, 2012, pág. 442).

### **2.2.30. Estado de flujo de caja**

“Indica las entradas y salidas de dinero en efectivo de un proyecto” (Miranda Miranda, 2012, pág. 455).

### **2.2.31. Estado de pérdidas y ganancias**

“Muestra los ingresos y gastos, así como las utilidades o pérdidas resultantes de las operaciones de la compañía durante un período determinado” (Miranda Miranda, 2012, pág. 455).

### **2.2.32. Valor presente neto**

“Es el valor presente de los ingresos menos el valor presente de los egresos, calculado a una tasa de oportunidad seleccionada” (Miranda Miranda, 2012, pág. 482).

### **2.2.33. Análisis financiero**

“Es la presentación en forma procesada de la información de los estados financieros de una empresa y que sirve para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones, fusiones, concesión de crédito, etc.” (Miranda Miranda, 2012, pág. 441).

### **2.2.34. Indicador**

“Hace referencia a un determinado signo o señal concreta que pone en evidencia la magnitud o intensidad de un problema” (Miranda Miranda, 2012, pág. 461).

### **2.2.35. Índice**

“Es un indicador que tiene por objeto medir las variaciones de un fenómeno económico (precios, valores, cantidades, etc.) o de otro orden, referido a un

valor que se toma como base o punto de referencia” (Miranda Miranda, 2012, pág. 462).

### **2.2.36. Activo financiero**

“Cualquier título de contenido patrimonial, crediticio o representativo de mercancías” (Miranda Miranda, 2012, pág. 441).

### **2.2.37. Dividendo**

“Es la distribución de las utilidades o reservas que hace una sociedad anónima o asimilada, a sus socios. Esta distribución puede ser ordinaria o extraordinaria, en dinero o bajo cualquier denominación que se le dé” (Miranda Miranda, 2012, pág. 453).

### **2.2.38. Emprendedor**

“Persona que detecta una necesidad o una oportunidad y busca los medios para satisfacerla, que acepta el riesgo como parte inherente de todo cuanto hace y que observa en cada dificultad un reto a ser superado y no un bloqueo” (Miranda Miranda, 2012, pág. 454).

### **2.2.39. Liderazgo**

“Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana, para la consecución de uno o varios objetivos específicos” (Palacios Acero, 2012, pág. 203). (Pág. 203)

### **2.2.40. Efectividad**

“Relación entre los recursos sacrificados o aplicados y el impacto obtenido por el proyecto (programa, plan)” (Miranda Miranda, 2012, pág. 453).

### **2.2.41. Eficacia**

“La eficacia está definida en términos del grado en que el proyecto logra sus objetivos en un período determinado sin reparar en la magnitud de los recursos aplicados” (Miranda Miranda, 2012, pág. 454).

#### **2.2.42. Eficiencia**

“En el contexto de los proyectos la eficiencia debe entenderse como la relación entre los costos de los insumos aplicados y los productos obtenidos por el proyecto” (Miranda Miranda, 2012, pág. 454).

#### **2.2.43. La Calidad**

“La calidad tiene como objetivo satisfacer las necesidades y exigencias del cliente o usuario, presentes y futuras. Las exigencias se relacionan con el diseño de buen gusto, buena manufactura, razonable costo, entrega y servicio oportuno, así la calidad se convierte en grado de excelencia de aquello que se produce” (Palacios Acero, 2012, pág. 240).

#### **2.2.44. Concepto de Equipo**

Equipo es un grupo de personas con habilidades complementarias que trabajan en conjunto para alcanzar un propósito común del cual son responsables colectivamente. Un equipo genera sinergia positiva a través del esfuerzo coordinado. Los esfuerzos individuales se integran para generar un nivel de desempeño mayor que la suma de sus partes individuales (Palacios Acero, 2012, pág. 189).

#### **2.2.45. Productividad**

“Incremento de la cantidad de producción que se deriva del incremento de alguno o la totalidad de los insumos y se expresa en unidades físicas” (Miranda Miranda, 2012, pág. 474).

#### **2.2.46. Valor agregado**

“Valor adicional que adquiere un bien o servicio al pasar por un proceso productivo” (Miranda Miranda, 2012, pág. 481).

### **2.2.47. Rentabilidad**

“Es la relación entre la utilidad proporcionada por un título y el capital invertido para su obtención. Es el beneficio económico o cuantificado de dinero obtenido por el tenedor de una acción” (Miranda Miranda, 2012, pág. 476).

### **2.2.48. Renta**

“Corresponde al incremento neto de riqueza. Todo ingreso que una persona jurídica o natural percibe y que puede consumir sin disminuir su capital” (Miranda Miranda, 2012, pág. 476).

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **2.2.1. Requisitos legales para que una empresa empiece a funcionar en el mercado Ecuatoriano:**

- 3.1.2.1 Darle nombre a la empresa.** Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías; para reservarlo, o enterarte de que ya está ocupado; en caso de que no esté registrado por otra persona tienes un plazo de 30 días de reserva.
- 3.1.3.1 Abrir una cuenta de integración de capital.** Esto se realiza en cualquier banco del país con un mínimo de 200 dólares para abrir una Cuenta de Integración de Capital, cual fuera que sea el tipo de negocio. Los requisitos básicos pueden variar dependiendo del banco.
- 3.1.4.1 Elaborar los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

- 3.1.5.1 Elevar a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
- 3.1.6.1 Aprobar el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
- 3.1.7.1 Publicar en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- 3.1.8.1 Obtener los Permisos y Patentes Municipales.** Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:
- Registro único de contribuyentes (RUC).
  - Copia de la cédula de identidad del representante legal.
  - Copia del certificado de votación del representante legal.
  - Formulario de declaración para obtener la patente.
- 3.1.9.1 Inscribir tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.
- 3.1.10.1 Realizar la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
- 3.1.11.1 Obtener los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

**3.1.12.1 Inscribir el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

**3.1.13.1 Obtener el RUC.** Según la Ley del El Registro Único de Contribuyentes (RUC):

Art. 1.- de la Ley del Registro Único de Contribuyentes define al mismo como un instrumento que tiene como función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y como objeto el proporcionar información a la Administración Tributaria;

Art. 2.- de la Ley del Registro Único de Contribuyentes dispone que el RUC será administrado por el Servicio de Rentas Internas, y que todas las instituciones del Estado, empresas particulares y personas naturales están obligadas a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha institución;

Art. 4.- de la Ley del Registro Único de Contribuyentes establece que las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades, según el caso.

Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Presentar el documento original del registro de la sociedad
- Original y copia certificada de la escritura de constitución
- Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionará la compañía.

- Nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

**3.1.14.1 Obtener la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

**3.1.15.1 Permisos del Cuerpo de Bomberos, da cumplimiento a la Ley contra incendios.** Permiso emitido por el benemérito cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente. Presentando la siguiente documentación:

- Inspección por parte del Inspector del Cuerpo de Bombero.
- Instalación en muy buena condición.
- Tener una puerta de escape en el Local Comercial.
- Tener un extintor.
- Copia del RUC.
- Copia de la Cédula de Identidad.
- Copia de papeleta de votación.

**3.1.16.1 Permiso de Funcionamiento de Salud de Los Ríos.** El solicitante deberá dirigirse a la Dirección Provincial de Salud de Los Ríos y cumplir los siguientes requisitos; por primera vez:

- Solicitud dirigida al Coordinador de Vigilancia Sanitaria, solicitando inspección al local.
- Copia del Permiso del Cuerpo de Bomberos.

- Copia de RUC.
- Copia de Cedula del Propietario o Representante Legal.
- Copia del último Certificado de Votación.

**3.1.17.1 Afiliación a la cámara de comercio.** Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Quevedo, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

## **2.2.2. Constitución de la República del Ecuador**

TÍTULO II: **DERECHOS**; Capítulo segundo: **Derechos del buen vivir**; Sección quinta: **Educación**.

**Art. 26.-** La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

**Art. 27.-** La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

**Art. 28.-** La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones.

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada.

La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive.

**Art. 29.-** El Estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural.

Las madres y padres o sus representantes tendrán la libertad de escoger para sus hijas e hijos una educación acorde con sus principios, creencias y opciones pedagógicas.

**TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR; Capítulo primero: Inclusión y equidad; Sección primera: Educación**

**Art. 343.-** El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente.

El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

**Art. 344.-** El sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el sistema de educación superior.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad educativa nacional, que formulará la política nacional de educación; asimismo regulará y controlará las actividades relacionadas con la educación, así como el funcionamiento de las entidades del sistema.

### **2.2.3. Ministerio de Educación: Acuerdo N°0055-13**

En uso de las atribuciones que le confieren los artículos 154, numeral 1, de la Constitución de la República, 22 literales t) y u), de la Ley Orgánica de Educación Intercultural, y 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva.

**Art. 1.-** Autorizar la renovación de funcionamiento de los Centros de Capacitación Ocupacional que, a la fecha de expedición de la Ley Orgánica de Educación Intercultural, cuenten con autorización de funcionamiento vigente; para lo cual los directivos de los centros de capacitación ocupacional particulares, deberán solicitar su renovación a las Subsecretarías de Educación del Distrito Metropolitano de Quito, Distrito Guayaquil y Coordinaciones Zonales de su jurisdicción, observando lo dispuesto en los artículos 91 y 92 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural.

#### **2.2.4. Reforma al Reglamento de Ceremonial Público.**

Administración del Señor Ec. Rafael Correa Delgado

**Presidente Constitucional de la República del Ecuador**

FUNCIÓN EJECUTIVA: DECRETO: N° 386 Expídase la reforma al Reglamento de Ceremonial Público.

##### **DE LA REPÚBLICA Considerando:**

Que mediante Decreto Ejecutivo 3432 publicado en el Registro Oficial 727 del 18 de diciembre de 2002, se expidió el Reglamento de Ceremonial Público en virtud del cual se establecieron las normas de cortesía y reglas de procedimiento para con las autoridades y personalidades nacionales así como para los diplomáticos y personalidades extranjeras que se encuentren en el Ecuador;

Que en el precitado Reglamento se estableció el orden de precedencia entre los servidores y funcionarios públicos que debe seguirse en los actos oficiales;

Que en la nueva Constitución de la República crea una nueva institucionalidad con nuevas funciones y entidades públicas que no se encuentren en el Reglamento de Ceremonial Público y por lo tanto resulta necesario su actualización; y,

En uso de la atribución conferida por el artículo 147.5 de la Constitución de la República.

##### **Decreta:**

Expedir la siguiente reforma al **REGLAMENTO DE CEREMONIAL PÚBLICO.**

**Art. 1.-** Sustitúyase el Artículo 83 por el siguiente:

“Art. 83.- La precedencia entre los Ministerios de Estado, aun siendo encargados, es la siguiente:

1. Secretario Nacional de la Administración pública;
2. Ministro de Coordinación de la Política;
3. Ministro de Coordinación de la Seguridad;
4. Ministro de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad;
5. Ministro de Coordinación de la Política Económica;
6. Ministro de Coordinación de Desarrollo Social;
7. Ministro de Coordinación de Patrimonio;
8. Ministro de

Coordinación de los Sectores Estratégicos; 9. Ministro de Gobierno, Cultos; Policía y Municipalidades; 10. Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración; 11. Ministro de Defensa Nacional; 12. Ministro de Finanzas; 13. Ministro de Educación; 14. Ministro de Transporte y Obras Públicas; 15. Ministro de Trabajo y Empleo; 16. Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; 17. Ministro de Industrias y Competitividad; 18. Ministro de Salud Pública; 19. Ministro de Inclusión Económica y Social; 20. Ministro de Desarrollo Urbano y Vivienda; 21. Ministro de Minas y Petróleos; 22. Ministro de Turismo; 23. Ministro del Ambiente; 24. Ministro del Deporte; 25. Ministro de Cultura; 26. Ministro de Electricidad y Energía Renovable; 27. Ministro de Justicia y Derechos Humanos; 28. Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo; 29. Secretario Nacional Jurídico, 30. Secretario de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana; 31. Secretario Nacional del Migrante; 32. Secretario Nacional del Agua; 33. Secretaria Nacional de Inteligencia; y, 34. Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología.

En las ceremonias diplomáticas, el Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración ocupará el primer lugar, en cuya circunstancia el Decano del Cuerpo Diplomático ocupará el sitio de inmediato.”

**Art. 2.-** Sustitúyase el Artículo 98 por el siguiente:

“Art. 98.- El orden general de precedencia de los generales de las autoridades nacionales y de los diplomáticos extranjeros en las ceremonias oficiales que se celebren tanto en la capital de la República como en las capitales de provincias es el siguiente:

1. Presidente de la República; 2. Vicepresidente de la República; 3. Presidente de la Asamblea Nacional; 4. Presidente de la Corte Nacional de Justicia; 5. Presidente del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social; 6. Presidente del Consejo Nacional Electoral; 7. Ex-Presidentes de la República; 8. Presidente de la Corte Constitucional; 9. Procurador General del Estado; 10. Controlador General del Estado; 11. Presidente del Consejo de la Judicatura; 12. Fiscal General del Estado; 13. Ex-Vicepresidentes de la República; 14. Secretario Nacional de la Administración Pública; 15. Superintendente de Bancos y Seguros; 16. Superintendente de Compañías; 17.

Superintendente de Telecomunicaciones; 18. Ministros y Secretaros de Estado, según prelación del artículo 83; 19. Decano del H. Cuerpo Diplomático; 20. Embajadores Extranjeros en orden de precedencia; 21. Vicepresidente de la Asamblea Nacional; 22. Presidente del Tribunal Contencioso Electoral; 23. Presidentes de las Comisiones Legislativas; 24. Jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas; 25. Comandante General del Ejército; 26. Comandante General de la Marina; 27. Comandante General de la Fuerza Aérea; 28. Comandante General de la Policía Nacional; 29. Asambleístas; 30. Jueces de la Corte Nacional de Justicia; 31. Vocales del Consejo de Participación Ciudadana; 32. Consejeros y Consejeras del Consejo Nacional Electoral; 33. Jueces de la Corte Constitucional; 34. Vocales de Consejo de la Judicatura; 35. Vocales del Tribunal Contencioso Electoral; 36. Prefectos; 37. Alcaldes; 38. Presidente del Directorio del Banco Central del Ecuador; 39. Presidente del Banco del Estado; 40. Presidente de la Corporación Financiera Nacional; 41. Presidente del Banco Nacional de Fomento; 42. Gerente General del Banco Central del Ecuador; 43. Gerente General de la Corporación Financiera Nacional; 44. Director General del Servicio de Rentas Internas; 45. Gerente General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana; 46. Director General del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social; 47. Viceministros y Subsecretarios del Estado, en orden de precedencia de los ministros; 48. Gobernadores de la Provincia; 49. Consejeros Provinciales; 50. Concejales Municipales; 51. Ministros Nacionales del Servicio Exterior en servicio activo; 52. Cónsules Generales; 53. Cónsules; 54. Vicecónsules; y, 55. Presidentes de las Juntas Parroquiales.”

**Art. 3.-** En presente Decreto Ejecutivo entrará en vigencia en la presente fecha, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Palacio Nacional, en Quito, a 8 de junio de 2010.

f.) Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional de la República.

**CAPITULO III.**  
**METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1. MATERIALES Y METODOS**

### **3.1.1. Materiales**

- Computadora de escritorio y portátil
- Resmas
- USB
- CD
- Impresora Multifuncional
- Cartuchos
- Carpetas
- Cuaderno de apuntes
- Bolígrafos
- Libros
- Revistas
- Internet (horas)
- Tarjeta Prepago Celular
- Cámara

### **3.1.2. Métodos**

#### **3.1.2.1 Método Analítico**

Este método permitió conocer más a fondo sobre las empresas dedicadas a realizar cursos de etiqueta, protocolo y afines; con lo cual se puede explicar, hacer comparaciones, buscar semejanzas y establecer nuevas teorías. Así se accedió a realizar el análisis estratégico del plan de factibilidad considerando como instrumento encuestas con preguntas estructuradas a la población económicamente activa de Quevedo, se analizó la inversión, los costos, entre otros elementos que intervienen directamente en el proceso para cumplir con los objetivos de la presente investigación.

### **3.1.2.2. Método Deductivo**

A través de este método se utilizó el razonamiento lógico a partir de la información obtenida a través de la observación, las encuestas y demás datos aceptados como válidos; cuya aplicación sirvió en la elaboración del estudio de factibilidad para finalmente obtener las conclusiones.

### **3.1.2.3. Método Inductivo**

Por medio de este método se efectuó un enfoque, estudio y análisis de hechos de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado.

## **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Investigación de campo**

La investigación de campo permitió que el investigador realizara observaciones directas y extraiga los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos (encuestas) a fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

### **3.2.2. Investigación bibliográfica**

La investigación bibliográfica sirvió como punto de partida en la realización de todo el proceso investigativo para obtener información importante a través de la lectura científica para el marco teórico; ya que permitió buscar fuentes de consulta primarias y secundarias de libros e informes en la Biblioteca Universitaria, además de consultas a internet, revistas, folletos, entre otros.

### **3.2.3. Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva proporcionó la información necesaria acerca de los clientes potenciales, así como de la competencia. Una de las informaciones más importantes que pudimos extraer por medio de las encuestas realizadas en esta fase de la investigación en el cantón Quevedo, fue las preferencias de las personas en cuanto a gustos en precios, la cual permitirá saber las principales necesidades de nuestros futuros consumidores; información que nos permiten proyectar aspectos muy importantes a la hora de realizar una investigación y llevó a la conclusión mediante la observación de la factibilidad del estudio.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1. Investigación no experimental**

El modelo que se aplicó en la presente investigación fue un diseño no experimental debido a que el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos. Las variables identificadas en el diagnóstico y marco teórico van a ser descritas y explicadas. Asimismo se emplearon modelos y programas estadísticos que permitieron procesar y analizar la información obtenida de fuente primaria y secundaria con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada y de llevar a cabo los objetivos.

En esta investigación las encuestas fueron un elemento primordial; dirigidas a los clientes potenciales (entre 18 – 65 años) del cantón Quevedo, están explicadas de forma clara para una fácil comprensión y no muy extensa, de manera que permitan obtener información relevante establecida en los objetivos del estudio de mercado. Acotamos que en esta investigación se profundiza el estudio económico y financiero para comprobar la viabilidad de la propuesta.

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.

#### 3.4.1. Población

Según datos registrados del último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010). El total de la población Ecuatoriana fue de 14'483.499. De ellos 173.575 es del Cantón Quevedo; de los cuales 86.821 comprende a los hombres mientras que el restante 86.754 son mujeres.

#### 3.4.2. Muestra

De acuerdo al censo de población y vivienda del INEC sus resultados en el 2010, fueron de 97.950 habitantes de entre 18 y 65 años.

$$M = 97.950(1 + 0,025)^3$$

$$M = 97.950 (1,025)^3$$

$$M = 105.481$$

El estimado de población de entre 18 y 65 años en el Cantón Quevedo en el año 2013 es de 105.481 habitantes.

Formula:

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

n= Tamaño de la muestra

$\sigma^2$ = varianza (0.5)<sup>2</sup>

N= Tamaño de la población o Universo objetivo

Z= Nivel de confianza 1.960

e= error máximo admisible

$$n = \frac{105.481 * 0.5^2 * 1.960^2}{(105.481 - 1)0.05^2 + 0.5^2 * 1.960^2}$$

$$n = \frac{105.481 * 0.25 * 3.8416}{105.481(0.0025) + 0.25 * 3.8416}$$

$$n = \frac{10.303,95}{263,7025 + 0.9604}$$

$$n = \frac{101.303,95}{264,6629}$$

$$n = 382,7659638$$

$n = 383$  *personas a encuestar*

**CAPITULO IV.**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1. RESULTADOS

### 4.1.1. Estudio de Mercado

4.1.1.1. Encuesta a los habitantes del Cantón Quevedo para determinar la factibilidad de la creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta.

Pregunta N° 1. ¿Cuál es su Género?

Cuadro N° 1. Género del Encuestado

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombre	160	100%
Mujer	223	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a habitantes de Quevedo

Elaborado por: La Autora

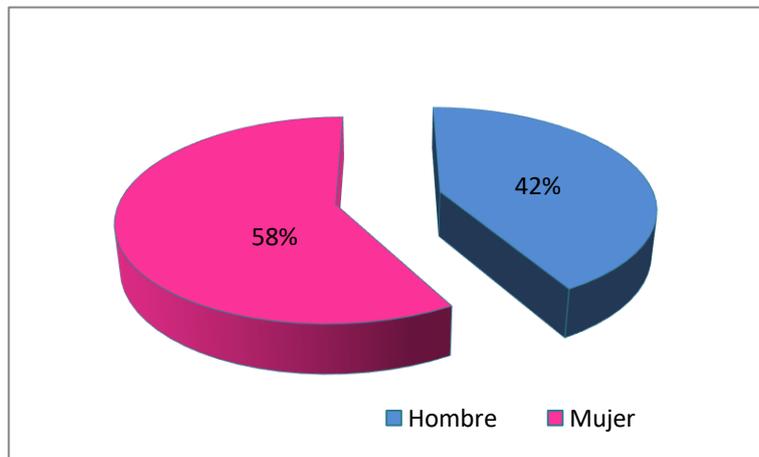


Gráfico N° 1. Género del Encuestado

#### Análisis:

El gráfico N° 1. Indica que el género mayoritario es el femenino con un 58%, mientras que el 42% en menor proporción es el masculino.

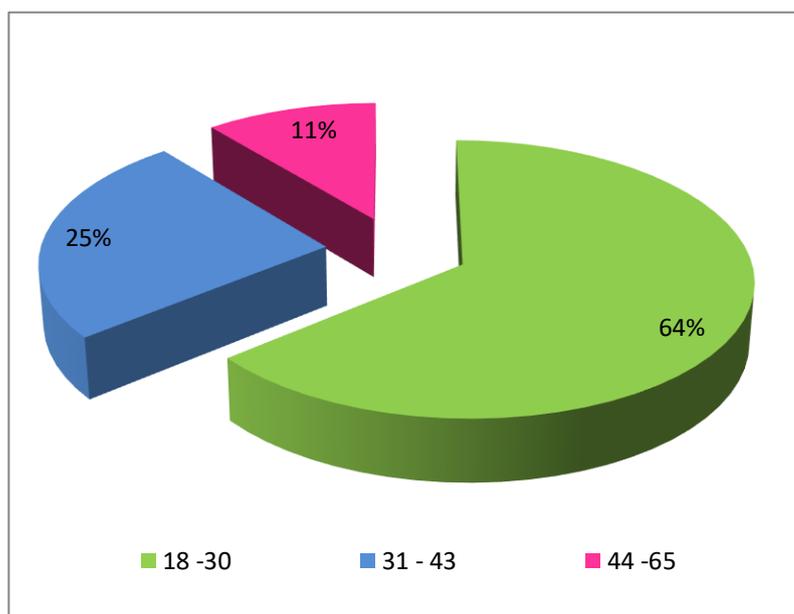
## Pregunta N° 2. ¿Cuál es su edad?

**Cuadro N° 2. Edad del Encuestado**

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 30	155	64%
31 – 43	120	25%
44 – 65	108	11%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 2. Edad del Encuestado**

### **Análisis:**

El gráfico N° 2. Refleja a la mayoría de los encuestados están en un rango de edad de 18 a 30 años con un 64%, en tanto que un 25% corresponde a los que tienen de 31 a 43 años y el restante 11% comprende aquellos de entre 44 a 65 años.

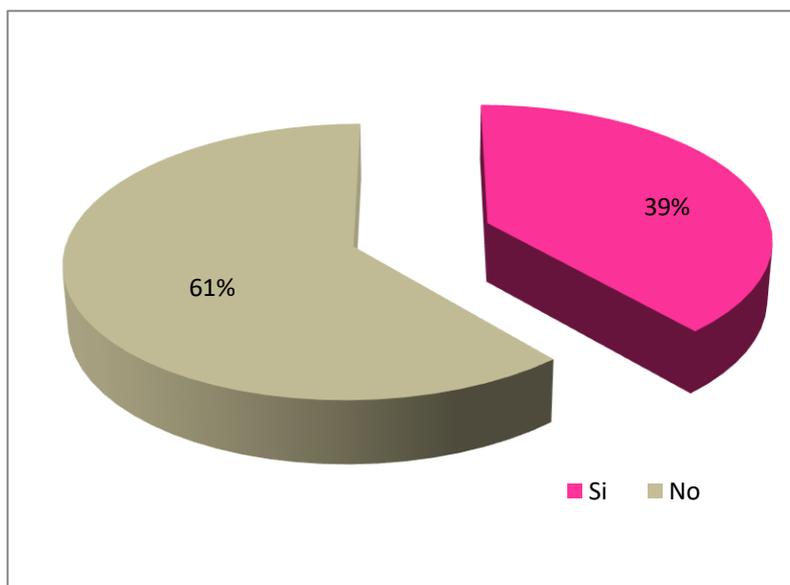
### Pregunta Nº 3. ¿Conoce usted algo de Protocolo y Etiqueta?

**Cuadro Nº 3. Conocimiento de protocolo y etiqueta**

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	148	64%
NO	235	25%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas a habitantes de Quevedo

Elaborado por: La Autora



**Gráfico Nº 3. Conocimiento de Protocolo y etiqueta**

#### **Análisis:**

EL gráfico Nº 3. Muestra que de las encuestas; el 61% respondió tener conocimiento acerca de protocolo y etiqueta, mientras que el restante 39% dijo no conocer nada del tema.

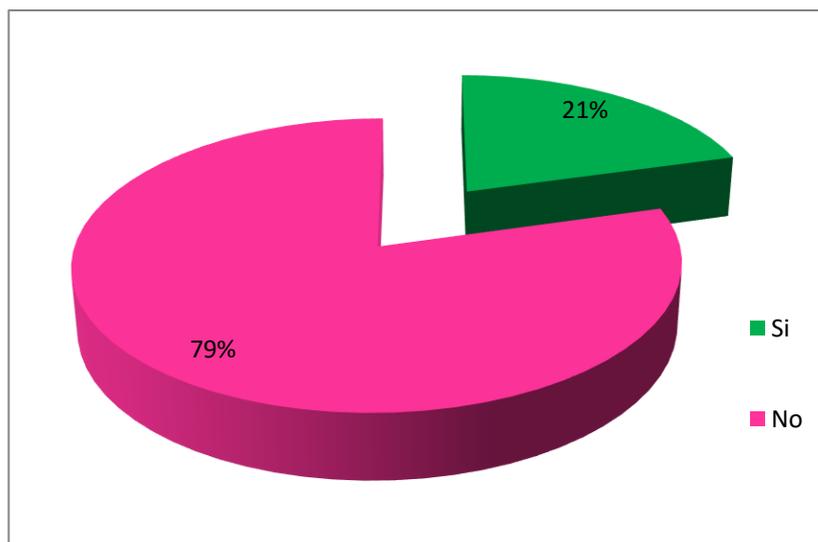
**Pregunta N° 4. ¿A las reuniones y eventos que usted ha asistido se han aplicado normas de Protocolo y Etiqueta?**

**Cuadro N° 4. Aplicación de normas de protocolo y Etiqueta**

<b>APLICACIÓN DE NORMAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	79	64%
NO	304	25%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 4. Aplicación de normas de protocolo y Etiqueta.**

#### **Análisis.**

El gráfico N° 4. Indica que de la encuesta realizada el 79 % de los encuestados no ha asistido a reuniones, ni eventos donde se apliquen normas de protocolo y etiqueta, mientras que un 21% informa que si se han aplicado normas de protocolo y etiqueta en sus reuniones y eventos.

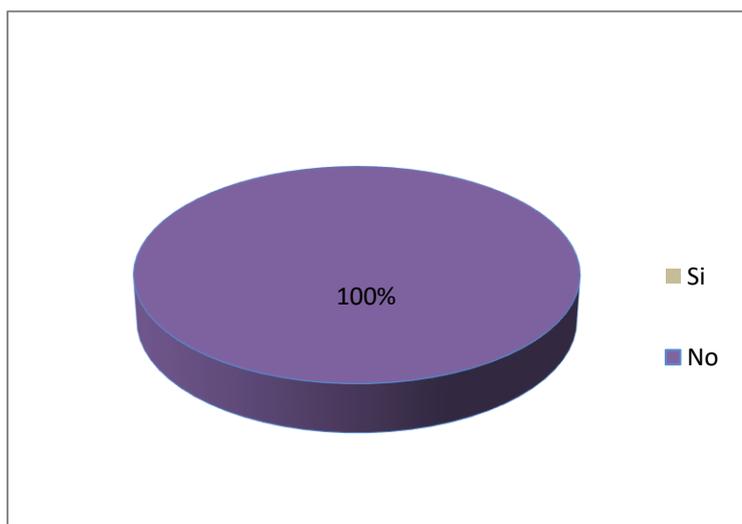
**Pregunta N° 5. ¿Conoce un lugar donde aprender Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo o cercano?**

**Cuadro N° 5. Conocimiento de una escuela de Protocolo y etiqueta**

<b>CONOCIMIENTO DE UNA ESCUELA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	0	0%
NO	383	100%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 5. Conocimiento de una escuela de Protocolo y etiqueta.**

**Análisis.**

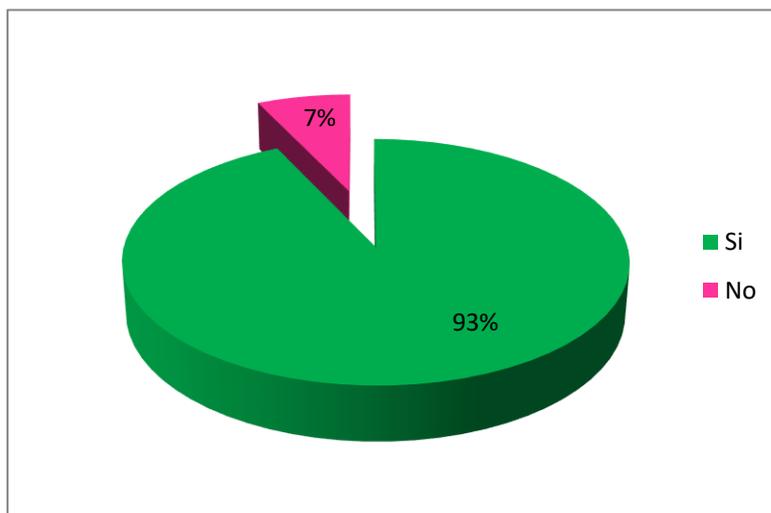
El gráfico N° 5. Muestra en base a la encuesta realizada; el 100% de los encuestados no conoce un lugar donde se enseñe normas de protocolo y etiqueta.

**Pregunta N° 6. ¿Le gustaría asistir a un lugar donde pueda aprender Protocolo y Etiqueta?**

**Cuadro N° 6. Asistencia a la Escuela de protocolo Y etiqueta**

<b>ASISTENCIA A LA ESCUELA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	356	93%
NO	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo  
**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 6. Asistencia a la Escuela de protocolo Y etiqueta.**

**Análisis.**

El gráfico N° 6. Refleja que el 93% de los encuestados estaría dispuesto a asistir a un lugar donde pueda aprender acerca de protocolo y etiqueta, mientras un 7% no estaría dispuesto a acudir.

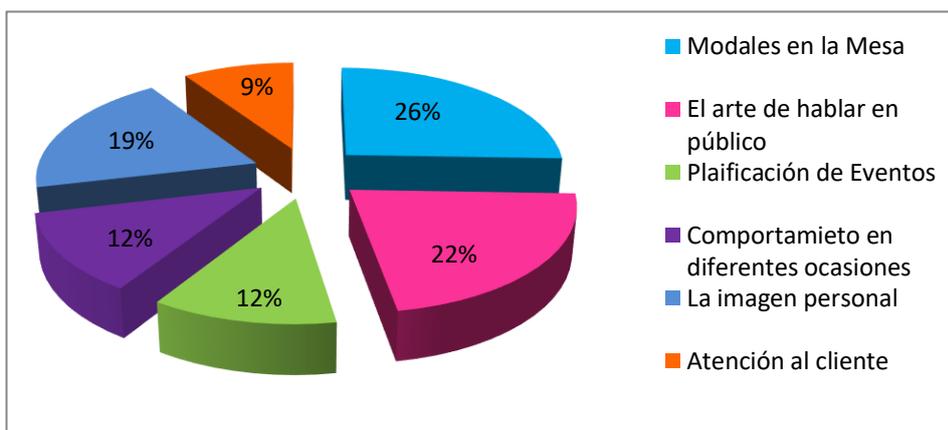
**Pregunta N° 7. ¿Qué le gustaría aprender en una Escuela de Protocolo y Etiqueta?**

**Cuadro N° 7. Actividades que le gustaría aprender**

<b>ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA APRENDER</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Modales en la mesa	215	26%
El arte de hablar en público	184	22%
Planificación de Eventos	98	12%
Comportamiento en diferentes ocasiones	103	12%
La imagen personal	163	19%
Atención al cliente	79	9%
<b>TOTAL</b>	<b>842</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 7. Actividades que le gustaría aprender**

**Análisis.**

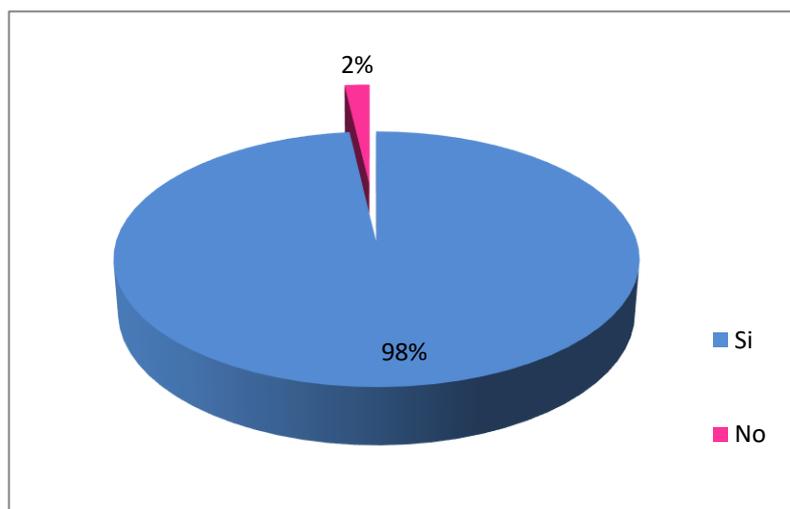
El gráfico N°7. Refleja que el 26% les gustaría asistir a la escuela para aprender Modales en la mesa, un 22% el arte de hablar en público, el 19% la imagen personal, un 12% estaría interesado en aprender la planificación de eventos y el comportamiento en diferentes ocasiones y un 9% en atención al cliente.

**Pregunta N° 8. ¿Cree usted que es conveniente crear una Escuela donde se enseñe protocolo y etiqueta en el cantón de Quevedo?**

**Cuadro N° 8. Conveniencia de la Escuela de Etiqueta y protocolo**

<b>CONVENIENCIA DE LA ESCUELA DE ETIQUETA Y PROTOCOLO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	376	98%
NO	7	2%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo  
**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 8. Conveniencia de la escuela de Protocolo y etiqueta.**

### **Análisis.**

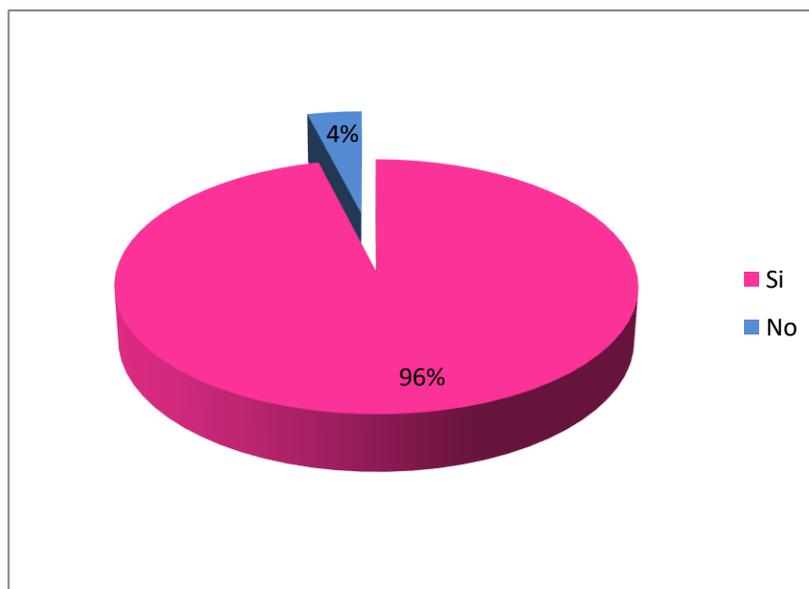
El gráfico N° 8. Según la encuesta en el 98% de la población si cree que es conveniente la creación de una escuela donde se enseñe protocolo y etiqueta, mientras que un 2% no cree que sea conveniente.

**Pregunta N°9. ¿Cree usted que la creación de una Escuela donde se enseñe Protocolo y Etiqueta le ayudará a mejorar su calidad de vida?**

**Cuadro N° 9. Mejorar su calidad de vida**

<b>MEJORAR SU CALIDAD DE VIDA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	368	96%
NO	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo  
**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 9. Mejorar su calidad vida.**

### **Análisis.**

El gráfico N° 9 Según la encuesta se observa en el 96% de los encuestados cree que la creación de una escuela donde se enseñe protocolo y etiqueta mejorará su calidad de vida, mientras que un 4% no lo cree.

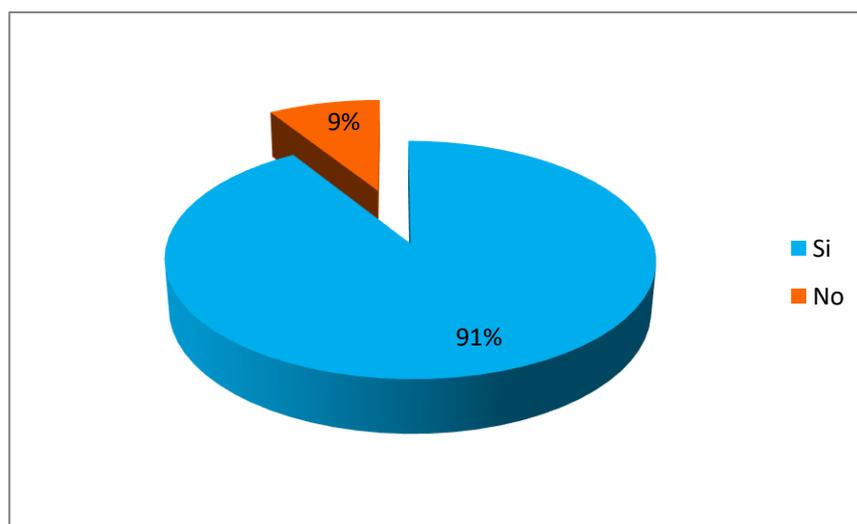
**Pregunta N°10. ¿Se inscribiría en la Escuela de Protocolo y Etiqueta a crearse en el Cantón Quevedo?**

**Cuadro N° 10. Inscripción a la Escuela de etiqueta y Protocolo**

<b>INSCRIPCIÓN A LA ESCUELA DE ETIQUETA Y PROTOCOLO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	349	91%
NO	34	9%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 10. Inscripción a la Escuela de protocolo y Etiqueta.**

### **Análisis.**

EL gráfico N° 10. Refleja en base a la encuesta; el 91% de los encuestados si estaría dispuesto a inscribirse en la escuela de etiqueta protocolo mientras que un 9% no se inscribiría en la escuela.

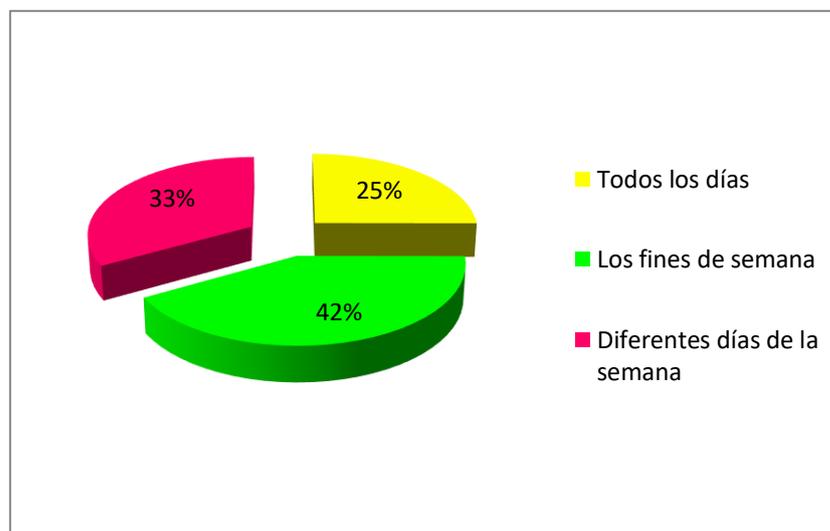
**Pregunta N°11. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto asistir a la Escuela de Protocolo y Etiqueta a crearse en el Cantón Quevedo?**

**Cuadro N° 11. Frecuencia de asistencia a la escuela**

<b>FRECUENCIA DE ASISTENCIA A LA ESCUELA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Todos los días	96	25%
Los fines de semana	160	42%
Diferentes días de la semana	127	33%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 11. Frecuencia de asistencia a la escuela.**

### **Análisis.**

El gráfico N° 11. Según las encuesta realizadas el 42% de los encuestados le gustaría asistir a la escuela los fines de semana, el 33% diferentes días de la semana y el 25% todos los días.

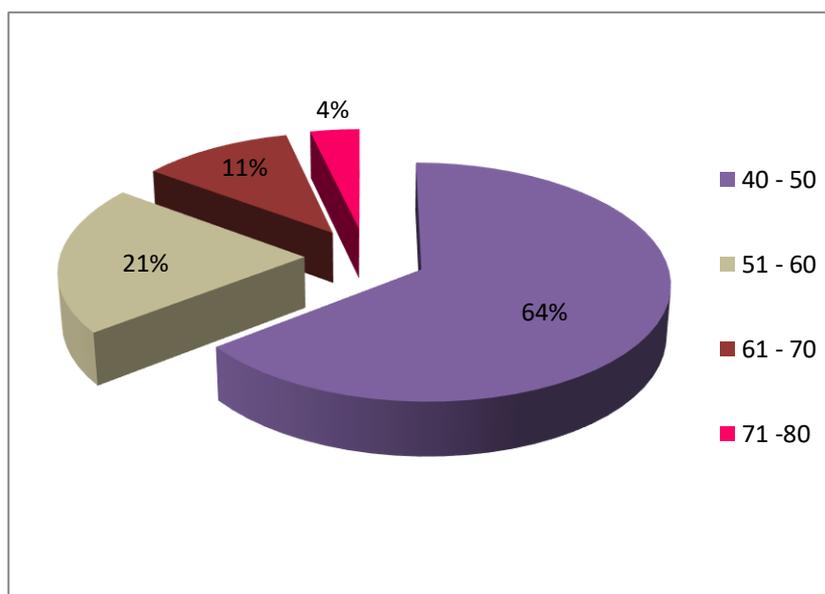
**Pregunta N°12. ¿Cuánto estaría de acuerdo en pagar por los servicios de enseñanza de la Escuela de Protocolo y Etiqueta?**

**Cuadro N° 12. Pago por los servicios de enseñanza**

<b>PAGO POR LOS SERVICIOS DE ENSEÑANZA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
40 – 50	247	64%
51 – 60	79	21%
61 – 70	43	11%
71 – 80	14	4%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 12. Pago por los servicios de enseñanza.**

**Análisis.**

El gráfico N° 12. Refleja de las encuestas el 64% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de entre \$40 - \$50, el 21% de \$51 - \$60, el 11% de \$61 - \$70 y el 4% de \$71 - \$80 dólares.

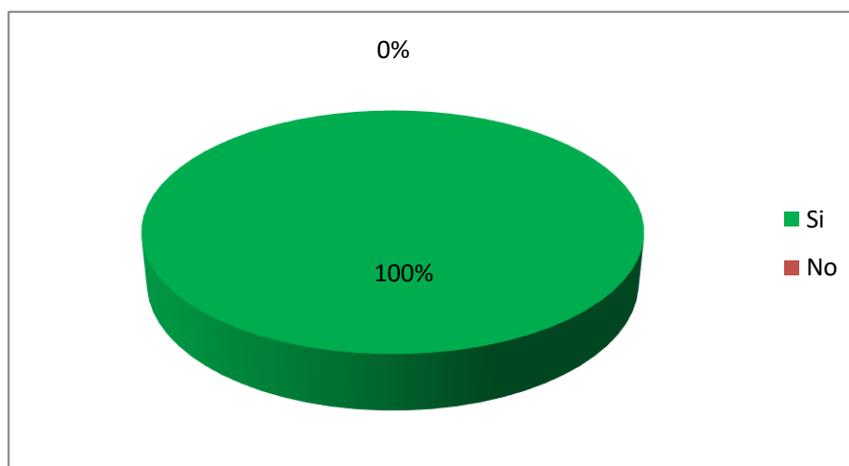
**Pregunta N°13. ¿Aconsejaría usted a familiares y amigos a recibir clases en la Escuela de Protocolo y Etiqueta a crearse en el Cantón Quevedo?**

**Cuadro N° 13. Recibir clases en la Escuela de Etiqueta y protocolo**

<b>RECIBIR CLASES EN LA ESCUELA DE ETIQUETA Y PROTOCOLO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	383	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico N° 13. Recibir clases en la escuela de etiqueta Y protocolo.**

**Análisis.**

El gráfico N° 13. Muestra que el 100% de los encuestados si aconsejaría a sus amigos y familiares recibir clases en la escuela de etiqueta y protocolo a crearse en el cantón de Quevedo.

#### 4.1.1.2. Demanda Actual

La población que se utilizó en esta investigación comprendió entre las edades de 18 a 65 años del cantón Quevedo que es de 105.481 habitantes. La pregunta N° 11 de las encuestas a los habitantes de la ciudad de Quevedo indicaron que el 91% estaría dispuesto asistir a la escuela de protocolo y etiqueta.

$105.481 * 91 = 95.988$  habitantes.

**Cuadro N° 14. Demanda actual**

DEMANDA ACTUAL
95.988

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.1.3. Demanda Futura

Según INEC la tasa de población activa tendrá un crecimiento del 2.5% anual, el cual permitirá obtener las proyecciones del mercado objetivo en los siguientes periodos.

**Cuadro N° 15. Demanda futura**

AÑOS	DEMANDA
2014	95.988
2015	98.387
2016	100.847
2017	103.368
2018	105.952

Fuente: Encuestas a habitantes de Quevedo

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.1.4. Oferta Actual

En el cuadro N° 16. Se demuestra que la oferta actual de escuela de protocolo y etiqueta en el cantón Quevedo es cero, por lo cual la nueva escuela no va tener competencia directa ya que el cantón Quevedo no cuenta con un negocio que brinde este tipo de servicio.

**Cuadro N° 16. Oferta actual**

OFERTA ACTUAL
0

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.1.5. Oferta Futura

**Cuadro N° 17. Oferta Futura**

N° AÑOS	PROYECCIÓN
2014	0
2015	0
2016	0
2017	0
2018	0

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.1.6. Demanda Insatisfecha

**Cuadro N° 18. Demanda insatisfecha**

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	95.988	0	-95.988
2015	98.387	0	-98.387
2016	100.847	0	-100.847
2017	103.368	0	-103.368
2018	105.952	0	-105.952

Elaborado por: La Autora

#### **4.1.1.7. Objetivos de Mercado**

Promover el estudio de protocolo y etiqueta en los habitantes del cantón Quevedo.

#### **4.1.1.8. Características del mercado**

Quevedo es un cantón de la Provincia de Los Ríos, con varios sectores aledaños y con un crecimiento económico durante los últimos años.

En las zonas aledañas del cantón Quevedo se cultiva principalmente cacao, arroz, tabaco, café, algodón, caña de azúcar y también de ciclo corto como: la soya, maíz, fréjol, etc.

#### **4.1.1.9. Precio**

Para la determinación del precio que se les cobrará mensualmente a los habitantes del cantón Quevedo que estén dispuestos adquirir el servicio de la escuela de protocolo y etiqueta, se lo determinó mediante las encuestas; donde en la pregunta N° 12. El 64% de los encuestados manifestaron que estar dispuestos a pagar un promedio de 40 a 50 dólares.

#### **4.1.1.10. Identificación del Consumidor**

El servicio está dirigido a hombres y mujeres principalmente comprendidos entre 18 y 65 años de edad; estudiantes, profesionales, trabajadores, empresarios y amas de casa, que forman parte de la población del cantón de Quevedo.

#### **4.1.1.11. Definición del Servicio**

La empresa se dedicará a la asesoría de la imagen personal, del modo de vida y de los distintos ámbitos en los que se desarrollan en base a la enseñanza de

normas de Protocolo y herramientas de Etiqueta dirigida a la ciudadanía del Cantón Quevedo atendiendo la necesidad de aprender del cliente, el cual proyecta superar las expectativas de aquellos que se inscriban a recibir el curso; además se brindará cursos particulares a empresas y ofertamos el servicio de organizador de eventos; con un buen servicio y precios asequibles que permitirán que el cliente se sienta cómodo.

#### 4.1.1.12. Nombre

### **Protocolo y Etiqueta “La Madona”**

#### 4.1.1.13. Logotipo



**Gráfico N° 14.** Logotipo de la Escuela de Protocolo y Etiqueta

#### 4.1.1.14. Eslogan

**Tus modales hablan por ti**

## 4.1.2. Estudio Técnico

### 4.1.2.1. LOCALIZACIÓN

#### Macrolocalización

Ecuador, oficialmente denominado como República del Ecuador, es un país soberano situado en la región noroccidental de América del Sur. El Ecuador limita al norte con la República de Colombia, al sur y al este con el Perú y al oeste con el océano Pacífico. El océano pacífico baña la costa occidental y la separa de la isla Galápagos ubicada a mil kilómetros al oeste.



Gráfico N° 15. Mapa del Ecuador

Provincia de Los Ríos, con un clima tropical cuyas temperaturas oscilan entre 22 y 23 grados centígrados, Los Ríos se encuentra localizada en la Cuenca del río Guayas.



Gráfico N°16. Mapa de la Provincia de Los Ríos

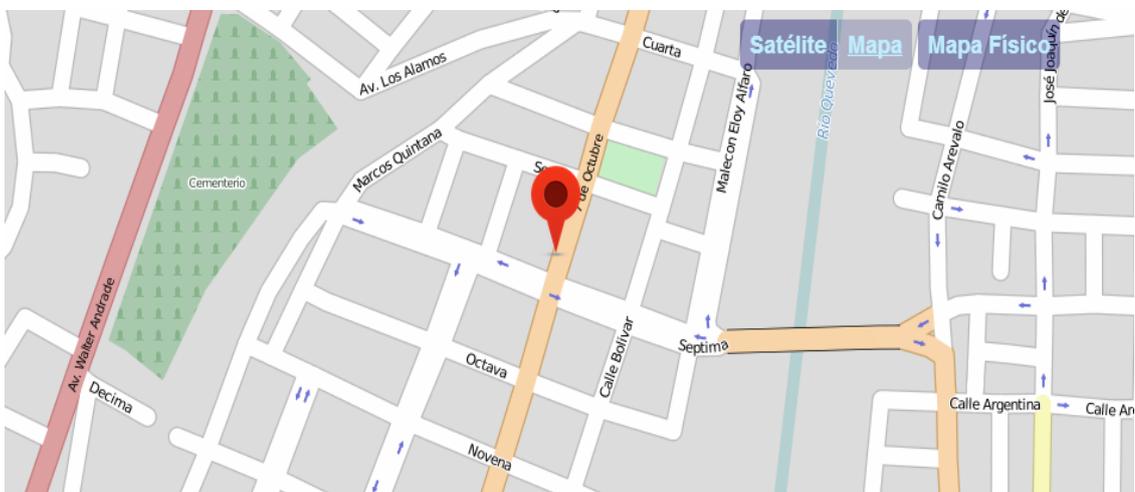
## Microlocalización

Quevedo, ciudad ecuatoriana ubicada al centro de dicho país, con una población de 150.827 habitantes. Ciudad agrícola por excelencia, principal actividad económica en el centro urbano más importante de la provincia. Considerada la nueva capital bananera del Ecuador es la ciudad más grande y poblada de la provincia de Los Ríos. Su fecha de cantonización es el 7 de Octubre de 1943.



**Gráfico N°17.** Mapa del Cantón Quevedo

La escuela de Protocolo y Etiqueta estará ubicada en el Edificio del Centro Comercial Quevedo Shopping Center del cantón Quevedo en la calle séptima entre 7 de octubre y Bolívar.



**Gráfico N°18.** Localización de la escuela de protocolo y etiqueta

#### 4.1.2.2. Tamaño

El tamaño óptimo del proyecto se lo determina en función del estudio de mercado (Demanda Insatisfecha Futura), localización, disponibilidad de productos, financiamiento y tecnología.

**Cuadro Nº 19. Tamaño Óptimo del proyecto**

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	95.988	0	-95.988
2015	98.387	0	-98.387
2016	100.847	0	-100.847
2017	103.368	0	-103.368
2018	105.952	0	-105.952

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.2.3. Físico

La escuela de protocolo y etiqueta "MADONNA" tendrá una superficie de terreno de 28 m<sup>2</sup>; ya que la locación será en el Edificio del Shopping Center Quevedo y estará dividida en cuatro áreas las estarán conformadas en: Administración, Sala de espera, Sala de protocolo y Sala de etiqueta.

#### 4.1.2.4. Monetario

Para la puestade marcha del proyecto se necesita **\$ 68.215.14**, lo cual cubrirá los que tiene que ver a gastos administrativos y operativos.

#### 4.1.2.5. Ingeniería del Proyecto

A continuación se detallan los requerimientos en cuanto a equipos para la escuela de protocolo y etiqueta MADONNA.

**Cuadro N° 20. Ingeniería del proyecto**

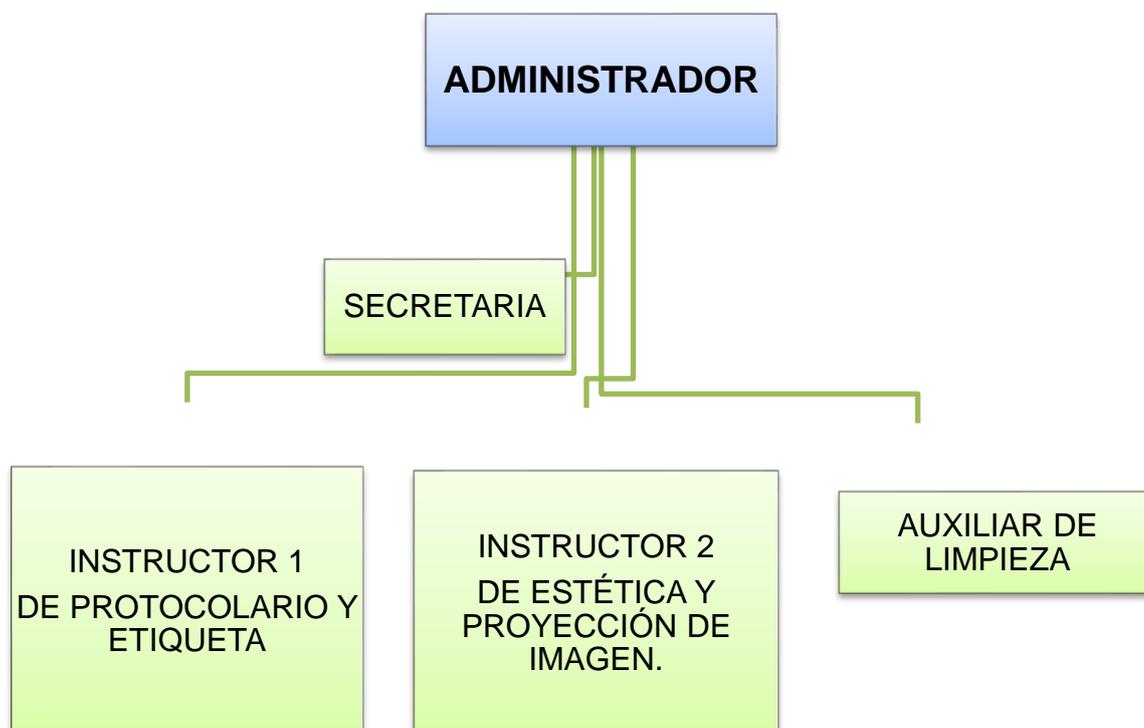
DETALLES	CANTIDAD
Escritorio de oficina L 1.63 X 1.40	4
Sillas plásticas con estructura metálica	40
Mesas en forma elíptica	10
Vitrina mostrador panorámica de aluminio 1 x 0.45 x 0.55 alto	1
Dispensador de agua TCL	1
Televisor Samsung Lcd 40 Pulgadas	2
Computadoras Compaq S1922	2
Proyector EPSON Ex3220+	2
Laptop DELL 14z+ Ultrabook Core I5	2
Aire Acondicionado Split Inverter Innovair Nature Ecologico	1
Impresora Samsung SCX-4521F	2

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.2.6. Organigrama

##### Organigrama Estructural

Gráfico N° 19. Organigrama



Elaborado por: La Autora

## **Organigrama Funcional**

### **Cargo: ADMINISTRADOR**

#### **Perfil**

- Liderazgo
- Responsabilidad
- Buenas relaciones interpersonales
- Orientación a la calidad
- Capacidad de negociación
- Trabajo en equipo

#### **Funciones**

- Elaboración y cumplimiento de normas, políticas y procedimientos
- Proponer y ejecutar planes de inversión y financiación
- Coordinación de horarios y programas de capacitación
- Reclutamiento y contratación de personal
- Revisión mensual de estados financieros
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente al personal

### **Cargo: SECRETARIA**

#### **Perfil**

- Honesto, responsable
- Buenas relaciones interpersonales
- Buena presencia
- Ética Profesional

#### **Funciones**

- Dar información personal o telefónica sobre trámites administrativos y concertar citas de la administradora

- Recibir y despachar la correspondencia de la gerencia
- Mantener el archivo actualizado de toda la información de su competencia
- Atender al personal de la empresa y público en general
- Custodio de caja chica
- Prestar sus servicios ágiles e idóneamente con una identificación plena de los que persigue la empresa

**Cargo: INSTRUCTOR PROTOCOLARIO Y DE ETIQUETA**

**Perfil**

- Formación académica en cuanto a salud, belleza, moda y estética.
- Experiencia mínima de 1 año.
- Edad mínima 23 años.

**Funciones**

- Impartir los conocimientos necesarios tanto teóricos como prácticos al grupo de capacitados que se le asignen, dentro de una temática definida.
- Además de ser un transmisor de conocimientos, ser un facilitador del aprendizaje.
- Ser el responsable de la labor enseñanza-aprendizaje, dentro de una temática específica, labor que deberá realizarla dentro de un plazo programado para el efecto.
- Tener dominio de los temas, base documental, riqueza referencial, ejemplificación amplia.

**Cargo: INSTRUCTOR DE ESTÉTICA Y PROYECCIÓN DE IMAGEN**

**Perfil**

- Mínimo estudios secundarios especializados en estética y belleza.
- Un año de experiencia en cargos similares.
- Edad entre 18 y 35 años.

### **Funciones**

- Asistir al instructor en las capacitaciones.
- Organizar cada una de las áreas de la empresa.
- Realizar los requerimientos de materiales.

### **Cargo: AUXILIAR DE LIMPIEZA**

#### **Perfil**

- Honesto, responsable
- Buenas relaciones interpersonales
- Buena presencia

#### **Funciones**

- Velar por el adecuado uso de la infraestructura física en las oficinas de la empresa.
- Solicitar los elementos necesarios para realizar en forma eficiente cada una de las funciones de limpieza asignadas.
- Labores de mensajería.

#### **4.1.2.7. Actividades de la escuela de protocolo y etiqueta**

##### **Modales en la Mesa**

- En la mesa: sentarse en la mesa. Colocación. Porte ¿Cómo comer correctamente?
- Puesta de una mesa formal.
- Tipos de cabecera.
- Uso de individuales.
- Uso de aros para las servilletas y colocación de servilleta a la derecha o a la izquierda del invitado.
- ¿Cuándo se debe comer y cómo se debe comer distintos alimentos?
- Comidas que permiten únicamente la utilización de cuchillo y tenedor.

- Manera correcta de tomar caldos y sopas.
- La importancia de comer lento.
- Beber una copa.
- Tomar correctamente el té y el café. Ceremonia del té.
- Estamos invitados a una cena en casa ajena: ¿Llevar o no comida?
- Lenguaje internacional de los cubiertos.
- Comidas que obligan a cambiar la servilleta.
- Motivos para levantarse de una mesa. ¿Dónde dejar la servilleta?
- Ubicación de la servilleta cuando se termina de comer.

### **El arte de hablar en público**

- Las presentaciones: ¿Cómo se deben hacer? ¿Quién presenta a quién? Presentarse a sí mismo. Levantarse en la presentación.
- Saludos: Dar la mano: ¿Cuándo se besa a una persona? Los abrazos.
- El brindis. Saber brindar y qué decir.
- Tips para dejar el nerviosismo
- El discurso. ¿Cómo darlo?
- Aprenda a ser un buen conversador.
- Experimente ser maestro de ceremonias.

### **Planificación de eventos**

- Ceremonial, Protocolo y Etiqueta.
- ¿Qué es un evento, cuándo y por qué realizarlo?
- ¿Por qué es importante comunicar un evento?
- Tipos de eventos.
- Herramientas para la organización de un evento.
- Planificación de un evento: Paso a paso.
- ¿Cómo lograr un evento con éxito?
- La precedencia: Ubicación de autoridades.

### **Comportamiento en diferentes ocasiones**

- Las buenas costumbres: Sus orígenes e importancia.
- Importancia de una buena educación
- En la familia: Educación en el hogar, valores y comportamiento.
- Comportamiento en la vía pública y lugares públicos, en lugares privados, en lugares religiosos. ¿Cómo comportarse en un viaje?
- Las costumbres en diferentes países
- Expresiones groseras y vulgares en Ecuador y de acuerdo a cada país.
- El uso del celular: Maneras correctas de atender el teléfono: tratar de usted a quién llama.
- ¿Por qué es necesario mantener las distancias?
- Las visitas: ¿Qué se debe hacer cuando uno visita a alguien? ¿Qué hacer cuando uno recibe una visita? Cuando visitamos a un enfermo en un hospital. Cuando visitamos un museo, una galería de arte. Cuando visitamos un zoológico.
- Maneras correctas de tratar a quienes visitan nuestra casa o empresa. ¿Cómo tratar a un cliente?
- El trato con los iguales, amigos, compañeros y desconocidos. Conversar.
- Reglas de cortesía.
- Invitaciones: ¿Cómo realizar una invitación? ¿Cómo excusarse de una invitación? Agradecer las invitaciones

### **La imagen personal**

- Saber estar, manera correcta de caminar, posición de los hombros, las manos, estar de pie, estar sentados.
- Aprenda a reír, usar tacones, subir y bajar escaleras.
- ¿Cómo estar presentables?
- Hombres y mujeres: El cuidado del rostro, cabello, manos y pies.
- El uso de perfumes y joyas.
- Imagen profesional y corporativa.
- ¿Cómo vestir en diferentes eventos y ocasiones?
- Mujer: Aprenda a maquillarse sin caer en la vulgaridad.

## **Atención al Cliente**

- Características de la atención al cliente.
- Los principios básicos de la atención.
- El cliente ¿Quién es un cliente?
- ¿Qué busca un cliente cuando compra?
- ¿Por qué se pierden los clientes?
- Causas de insatisfacción del cliente
- Aspectos sobre los que se basa el cliente para evaluar la calidad del servicio.
- Mandamientos para un servicio de excelencia y la conservación de clientes.
- El servicio al consumidor en las empresas
- La comunicación efectiva
- El trato con los clientes
- Atención al cliente vía telefónica

## **Otros**

- Modales para ejecutivos
- Protocolo empresarial

Estos cursos se impartirán exclusivamente a empresas que hayan contratado los servicios con anterioridad y bajo agenda reservada.

## **Prestación de servicios para organización de eventos**

- Eventos sociales: Lanzamientos, instalaciones, bautismos, cumpleaños, matrimonios, premiaciones, clausuras, presentaciones.
- Eventos culturales: Exposición, danza, teatro.
- Eventos académicos: Charlas, seminarios y conferencias.
- Eventos Recreativos: Festivales y espectáculo.

#### 4.1.2.8. Misión y Visión

##### Misión

Comercializar cursos de protocolo y etiqueta de calidad cubriendo las exigencias del cliente actual marcando su personalidad y estilo.

##### Visión

Lograr que Protocolo & Etiqueta “La Madonna” se posea en el mercado satisfaciendo al máximo las exigencias de la clientela; mejorando su imagen, generando un margen de utilidad para la empresa.

#### 4.1.2.9. Horarios de Atención

La escuela de Protocolo y Etiqueta “La Madonna” atenderá de lunes a viernes en horario de 08H00 a 18H00 y los días sábados de 08H00 a 12H00.

Los encuestados expresaron su deseo de aprender los temas propuestos en distintos horarios de acuerdo a su disponibilidad de tiempo, con precios asequibles en función de su situación económica.

#### Cuadro Nº 21. Horarios de los cursos

	CURSOS	HORARIOS			PRECIO	DURACIÓN
		MAÑANA	TARDE	NOCHE		
LUNES	Modales en la mesa	08H00 - 10H00	14H00 - 16H00	18H00 - 20H00	\$45	20 horas
MARTES	El arte de hablar en público	10H00 - 12H00	16H00 - 18H00	18H00 - 20H00	\$45	20 horas
MIÉRCOLES	Planificación de eventos	08H00 - 10H00	14H00 - 16H00		\$45	20 horas
JUEVES	Comportamiento en diferentes ocasiones	10H00 - 12H00	16H00 - 18H00	18H00 - 20H00	\$45	20 horas
VIERNES	La imagen personal	08H00 - 10H00	14H00 - 16H00	18H00 - 20H00	\$45	20 horas
SÁBADO	Atención al cliente	10H00 - 12H00	16H00 - 18H00		\$45	20 horas
SÁBADO	A escoger	08H00 - 10H00	14H00 - 16H00		\$45	20 horas

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.2.10. Análisis FODA

**Cuadro N° 22. Análisis FODA**

<b>Interno</b>	<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Contar con personal Profesional y Calificado.</li><li>• Capacidad de innovación al programar cursos nuevos de acuerdo a las necesidades del mercado.</li><li>• Servicio personalizado de organización de todo tipo de eventos a particulares.</li></ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Darse a conocer en el mercado.</li><li>• Falta de medios tecnológicos.</li><li>• Falta de presupuesto.</li></ul>
<b>Externo</b>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación estratégica en la zona céntrica y con movimiento del Cantón.</li><li>• Ausencia de competencia directa de centros que ofrezca el servicio de enseñanza de protocolo y etiqueta en el Cantón.</li><li>• Baja tasa de interés para acceder a préstamos Bancarios.</li></ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento en los precios de los materiales utilizados para el servicio</li><li>• Desempleo</li></ul>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.2.11. Determinación de Estrategias

##### **Estrategias en Fortalezas y Oportunidades**

Al contar con un personal profesionalmente capacitado e innovando los cursos de enseñanza de protocolo y etiqueta se podrá aprovechar la ausencia de competencia de dicho servicio, beneficiándonos en el número de concurrencia de clientes. Tales como:

- Modales en la mesa
- El arte de hablar en público
- Comportamiento en diferentes ocasiones
- Planificación de eventos
- La imagen personal
- Atención al cliente

También se incluye servicio personalizado de cursos a empresas y organización de todo tipo de eventos a particulares. Tales como:

- Modales para ejecutivos
- Protocolo empresarial
- Prestación de servicios de organización de eventos.

### **Estrategias en Fortalezas y Amenazas**

Al tener una buena ubicación del negocio en el centro de la ciudad se reducirá la inseguridad social por parte de la ciudadanía ya que el edificio cuenta con el servicio de cámaras de seguridad, lo que nos permitirá tener confianza y fidelidad por parte de nuestros clientes ya que los clientes se sentirán seguros.

Un lugar en un ambiente con buenas instalaciones, limpio y accesible con horarios de atención que se acojan a la disponibilidad de tiempo del cliente.

### **Estrategias en Debilidades y Oportunidades**

La falta de presupuesto se la podrá minimizar a través de préstamos bancarios, ya que éstos ofrecen una tasa de interés mínima, que permitirá a la organización cubrir las necesidades inmediatas de cada área y así brindar mejores servicios de calidad.

Las empresas públicas o privadas se beneficiarán con nuestros pquetes empresariales, esto hará que uestra empresa crezca dentro de este tiipo de mercado.

### **Estrategias en Debilidades y Amenazas**

A través de una publicidad innovadora podremos darnos a conocer en el mercado ofreciendo variadas promociones para los clientes.

Interacción y práctica de nuestros clientes, desarrolliéndose en charlas que nuestra empresa ofrezca a empresas públicas o privadas.

#### **4.1.2.12. Infraestructura de la escuela de protocolo y etiqueta**

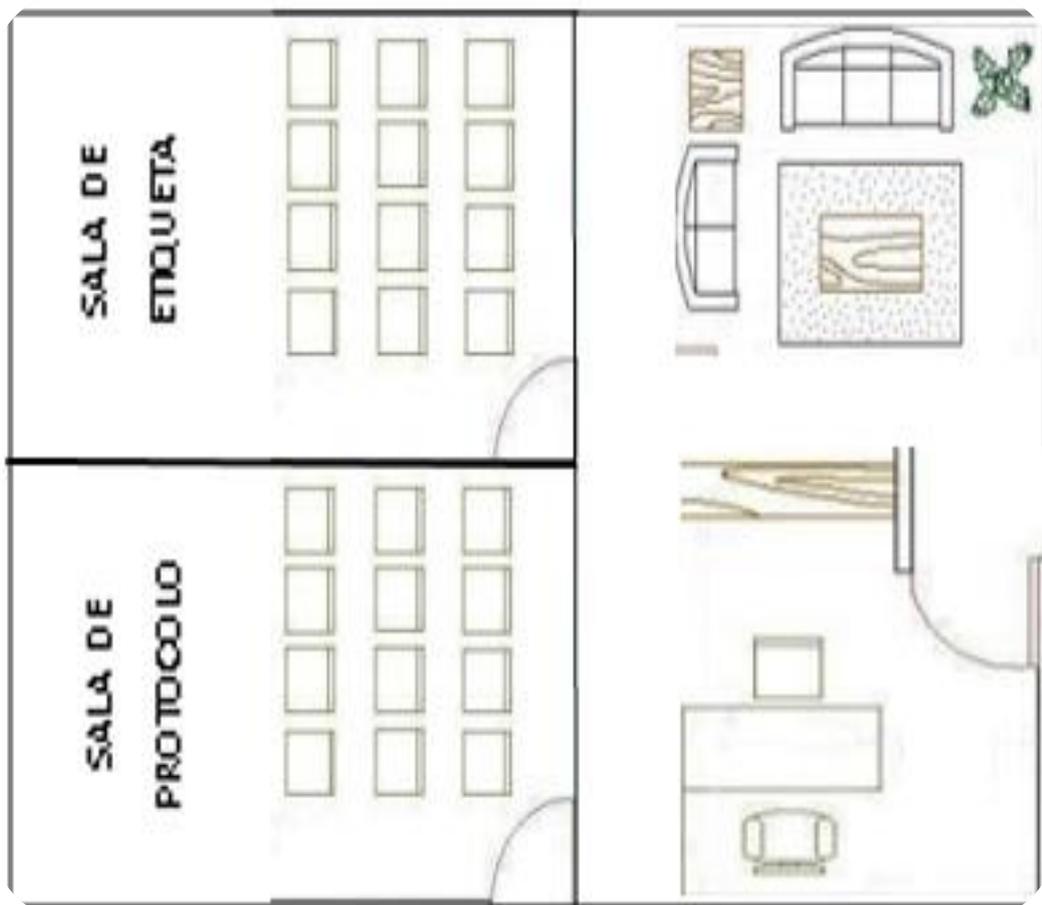


Gráfico N° 20. Infraestructura de la escuela de protocolo y etiqueta

### 4.1.3. Estudio Económico

#### 4.1.3.1. Inversión

**Cuadro N° 23. Inversión**

DETALLE	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
Escritorio de oficina L 1.63 X 1.40	2	\$ 90,00	\$ 180,00
Sillas plásticas con estructura metálica	40	\$ 14,50	\$ 580,00
Mesas en forma elíptica	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Vitrina mostrador panorámica de aluminio 1 x 0.45 x 0.55 alto	1	\$ 46,00	\$ 46,00
Dispensador de agua TCL	1	\$ 78,00	\$ 78,00
<b>TOTAL DE MUEBLES DE OFICINA</b>			<b>\$ 1.384,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
Aire Acondicionado Split Inverter Innovair Nature Ecologico	1	\$ 625,00	\$ 625,00
Teléfono HD Denwa	2	\$ 51,50	\$ 103,00
Proyector EPSON Ex3220+	2	\$ 550,00	\$ 1.100,00
Televisor SamsungLcd40 Pulgadas	1	\$ 525,00	\$ 525,00
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 2.253,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
Computadora Compaq S1922	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Laptop DELL 14z+ Ultrabook Core I5	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Impresora Samsung SCX-4521F	2	\$ 250,00	\$ 500,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			<b>\$ 3.200,00</b>
<b>EQUIPOS Y HERRAMIENTAS</b>			
Copa de vino	20	\$ 2,85	\$ 57,00
Copa de agua	20	\$ 2,80	\$ 56,00
Cuchara pequeña	20	\$ 0,90	\$ 18,00
Tenedor para postre	20	\$ 1,03	\$ 20,60
Tenedor para pescado	20	\$ 1,51	\$ 30,20
Tenedor	20	\$ 1,43	\$ 29,80
Cuchillo	20	\$ 2,14	\$ 42,80
Cuchillo para pescado	20	\$ 1,51	\$ 30,20
Cuchara	20	\$ 1,69	\$ 33,80
Plato para taza	20	\$ 1,56	\$ 31,20
Taza	20	\$ 2,35	\$ 47,00
Plato para postre	20	\$ 2,83	\$ 56,60
Plato llano	20	\$ 4,33	\$ 86,60
Plato tendido	20	\$ 3,29	\$ 65,80
Plato soperó	20	\$ 3,05	\$ 61,00
Servilleta de tela	20	\$ 0,66	\$ 17,60
Individual de tela	20	\$ 2,24	\$ 44,80
Aro para Servilletas	20	\$ 1,45	\$ 29,00
Posavasos	20	\$ 0,52	\$ 10,40
<b>TOTAL DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS</b>			<b>\$ 768,40</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>			<b>\$ 6.937,00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES</b>			
Gastos de constitución		\$ 800,00	\$ 800,00
Gastos de instalación		\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Trámites Legales		\$ 400,00	\$ 400,00

Software's		\$ 150,00	\$ 150,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES</b>			<b>\$ 2.360,00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 10.055,40</b>
<b>IMPREVISTO 5%</b>			<b>\$ 502,77</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.558,17</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.3.2. Capital de trabajo

Será el dinero de apoyo para poder cubrir los primeros meses de la escuela de protocolo y etiqueta, tanto sus costos como también los gastos operacionales, En la siguiente tabla se detalla los diferentes puntos a cubrirse el mismo que se lo calculará para tres meses de operación, es decir, cuando la inversión es relativamente mediana y con expectativas en el área de ventas.

**Cuadro Nº 24. Capital de trabajo**

DETALLE	V. MENSUAL	V. ANUAL
Sueldos y salarios	\$ 3.838,80	\$ 46.065,62
Servicios básicos	80,00	960,00
Alquiler del local	380,76	4.569,12
Materiales de limpieza	51,80	621,60
Materiales de oficina	139,86	1.678,32
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 58.463,78</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.3.3. Inversión total

**Cuadro Nº 25. Inversión total**

DETALLE	TOTAL
Activos fijos	\$10.558,17
Capital de trabajo	\$58.463,78
<b>TOTAL</b>	<b>\$69.021,95</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.3.4. Financiamiento

**Cuadro Nº 26. Financiamiento**

FINANCIAMIENTO	%	VALOR
Financiamiento bancario	100%	\$69.021,95
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$69.021,95</b>

Elaborado por: La Autora

**Cuadro Nº 27. Tabla de amortización**

BENEFICIARIO		EVELYN VANESSA VELASTEGUI CASTRO			
INSTIT. FINANCIERA		CFN			
MONTO EN USD		69.021,95			
TASA DE INTERES		10,50%		T. EFECTIVA	11,0203%
PLAZO		5	años		
GRACIA		0	años		
FECHA DE INICIO		28/02/2014			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30	días		
Número de períodos		60	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		69.021,95			
1	02-jul-2014	68.142,34	603,94	879,61	1.483,55
2	01-ago-2014	67.255,04	596,25	887,31	1.483,55
3	31-ago-2014	66.359,97	588,48	895,07	1.483,55
4	30-sep-2014	65.457,07	580,65	902,90	1.483,55
5	30-oct-2014	64.546,26	572,75	910,80	1.483,55
6	29-nov-2014	63.627,49	564,78	918,77	1.483,55
7	29-dic-2014	62.700,68	556,74	926,81	1.483,55
8	28-ene-2015	61.765,76	548,63	934,92	1.483,55
9	27-feb-2015	60.822,66	540,45	943,10	1.483,55
10	29-mar-2015	59.871,31	532,20	951,35	1.483,55
11	28-abr-2015	58.911,63	523,87	959,68	1.483,55
12	28-may-2015	57.943,56	515,48	968,07	1.483,55
13	27-jun-2015	56.967,01	507,01	976,54	1.483,55
14	27-jul-2015	55.981,92	498,46	985,09	1.483,55
15	26-ago-2015	54.988,21	489,84	993,71	1.483,55
16	25-sep-2015	53.985,81	481,15	1.002,40	1.483,55
17	25-oct-2015	52.974,64	472,38	1.011,18	1.483,55
18	24-nov-2015	51.954,61	463,53	1.020,02	1.483,55
19	24-dic-2015	50.925,66	454,60	1.028,95	1.483,55
20	23-ene-2016	49.887,71	445,60	1.037,95	1.483,55
21	22-feb-2016	48.840,68	436,52	1.047,03	1.483,55
22	23-mar-2016	47.784,48	427,36	1.056,19	1.483,55
23	22-abr-2016	46.719,05	418,11	1.065,44	1.483,55

24	22-may-2016	45.644,29	408,79	1.074,76	1.483,55
25	21-jun-2016	44.560,13	399,39	1.084,16	1.483,55
26	21-jul-2016	43.466,48	389,90	1.093,65	1.483,55
27	20-ago-2016	42.363,26	380,33	1.103,22	1.483,55
28	19-sep-2016	41.250,38	370,68	1.112,87	1.483,55
29	19-oct-2016	40.127,77	360,94	1.122,61	1.483,55
30	18-nov-2016	38.995,34	351,12	1.132,43	1.483,55
31	18-dic-2016	37.853,00	341,21	1.142,34	1.483,55
32	17-ene-2017	36.700,66	331,21	1.152,34	1.483,55
33	16-feb-2017	35.538,24	321,13	1.162,42	1.483,55
34	18-mar-2017	34.365,65	310,96	1.172,59	1.483,55
35	17-abr-2017	33.182,80	300,70	1.182,85	1.483,55
36	17-may-2017	31.989,60	290,35	1.193,20	1.483,55
37	16-jun-2017	30.785,96	279,91	1.203,64	1.483,55
38	16-jul-2017	29.571,78	269,38	1.214,17	1.483,55
39	15-ago-2017	28.346,98	258,75	1.224,80	1.483,55
40	14-sep-2017	27.111,47	248,04	1.235,51	1.483,55
41	14-oct-2017	25.865,14	237,23	1.246,33	1.483,55
42	13-nov-2017	24.607,91	226,32	1.257,23	1.483,55
43	13-dic-2017	23.339,68	215,32	1.268,23	1.483,55
44	12-ene-2018	22.060,35	204,22	1.279,33	1.483,55
45	11-feb-2018	20.769,83	193,03	1.290,52	1.483,55
46	13-mar-2018	19.468,01	181,74	1.301,81	1.483,55
47	12-abr-2018	18.154,81	170,35	1.313,21	1.483,55
48	12-may-2018	16.830,11	158,85	1.324,70	1.483,55
49	11-jun-2018	15.493,83	147,26	1.336,29	1.483,55
50	11-jul-2018	14.145,85	135,57	1.347,98	1.483,55
51	10-ago-2018	12.786,07	123,78	1.359,77	1.483,55
52	09-sep-2018	11.414,40	111,88	1.371,67	1.483,55
53	09-oct-2018	10.030,72	99,88	1.383,67	1.483,55
54	08-nov-2018	8.634,94	87,77	1.395,78	1.483,55
55	08-dic-2018	7.226,95	75,56	1.408,00	1.483,55

56	07-ene-2019	5.806,63	63,24	1.420,32	1.483,55
57	06-feb-2019	4.373,89	50,81	1.432,74	1.483,55
58	08-mar-2019	2.941,14	38,27	1.445,28	1.483,55
59	07-abr-2019	1.495,87	25,74	1.457,82	1.483,55
60	07-may-2019	38,05	13,09	1.470,46	1.483,55

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.3.5. Depreciaciones

Las depreciaciones de los activos fijos se determinaron por el método de línea recta.

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor Adquisición} - \text{Valor Residual}}{\text{Años Vida Útil}}$$

#### Cuadro Nº 28. Depreciación

Descripción	Valor de Adquisición	Vida Útil	Valor Residual	Cantidad
Muebles de oficina	1.384,00	10	5%	\$ 131,48
Equipo de Oficina	2.253,00	5	10%	\$ 405,54
Equipo de Computación	3.200,00	3	10%	\$ 960,00
Equipos y Herramientas	768,40	5	10%	\$ 69,16
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.566,18</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.3.6. Ingresos

#### Cuadro Nº 29. Captación de clientes

<b>Demanda insatisfecha</b>	95.988 personas
<b>Captación de clientes</b>	2%
<b>Total de personas</b>	1920 persona
<b>Precio</b>	\$ 45 dólares
<b>Ingresos</b>	86.389.20

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 30. Ingresos proyectados**

<b>AÑOS</b>	<b>V. ANUAL</b>
1	\$86.389,20
2	\$88.721,71
3	\$91.117,19
4	\$93.577,36
5	\$96.103,95

**Elaborado por:** La Autora

Para las proyecciones de los ingresos proyectados se tomó como referencia el crecimiento económico del cantón Quevedo que es 2.7% según lo indica el INEC.

#### 4.1.3.7. Egresos

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto de egresos para la vida útil de la escuela de protocolo y etiqueta es:

**Cuadro N° 31. Egresos**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS PRODUCTIVOS</b>				
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Gastos Fijos</b>					
Sueldos y Salarios	\$46.065,62	\$48.368,90	\$50.787,35	\$53.326,71	\$55.993,05
Alquiler del local	\$ 4.569,12	\$ 4.569,12	\$ 4.569,12	\$ 4.569,12	\$ 4.569,12
Servicios básicos	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Depreciaciones	\$ 1.566,18	\$ 1.566,18	\$ 1.566,18	\$ 1.566,18	\$ 1.566,18
Amortización	\$ 1.483,55	\$ 1.483,55	\$ 1.483,55	\$ 1.483,55	\$ 1.483,55
<b>Total de Gastos Fijos</b>	<b>\$54.644,47</b>	<b>\$56.995,75</b>	<b>\$59.464,60</b>	<b>\$62.056,88</b>	<b>\$64.778,79</b>
<b>Gastos Variables</b>					
Suministros de limpieza	\$ 999,60	\$ 1.049,58	\$ 1.102,06	\$ 1.157,16	\$ 1.215,02
Publicidad y Propaganda	\$ 1.080,00	\$ 1.049,58	\$ 1.049,58	\$ 1.049,58	\$ 1.049,58
Suministro de oficina	\$ 1.080,00	\$ 1.134,00	\$ 1.190,70	\$ 1.250,24	\$ 1.312,75
Módulos y Certificados	\$ 4.799,40	\$ 5.039,37	\$ 5.291,34	\$ 5.555,91	\$ 5.833,70
<b>Total de Gastos Variables</b>	<b>\$ 7.959,00</b>	<b>\$ 8.272,53</b>	<b>\$ 8.633,68</b>	<b>\$ 9.012,88</b>	<b>\$ 9.411,05</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$62.603,47</b>	<b>\$65.268,28</b>	<b>\$68.098,28</b>	<b>\$71.069,76</b>	<b>\$74.189,84</b>

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.1.3.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se lo realizó una vez que se determinaron los costos y los ingresos por ventas, para su cálculo se utilizaron la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Gastos fijos}}{\text{Razón del margen de contribución}}$$

$$PE = \frac{\text{Gastos fijos}}{1 - \frac{\text{Gastos variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE = \frac{54.557,97}{1 - \frac{7.959,00}{86.389,20}}$$

$$PE = \frac{54.557,97}{1 - 0,092129572}$$

$$PE = \frac{54.557,97}{0.907870428}$$

$$PE = 60.189,72$$

**Cuadro N° 32. Punto de Equilibrio**

Años	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Ingresos totales</b>	<b>\$86.389,20</b>	<b>\$88.721,71</b>	<b>\$91.117,19</b>	<b>\$93.577,36</b>	<b>\$96.103,95</b>
Costos fijos	\$54.644,47	\$56.995,75	\$59.464,60	\$62.056,88	\$64.778,79
Costos variables	\$7.959,00	\$8.272,53	\$8.633,68	\$9.012,88	\$9.411,05
<b>Egresos totales</b>	<b>\$62.603,47</b>	<b>\$65.268,28</b>	<b>\$68.098,28</b>	<b>\$71.069,76</b>	<b>\$74.189,84</b>
Beneficio	\$23.785,73	\$23.453,43	\$23.018,91	\$22.507,60	\$21.914,11
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$60.189,72</b>	<b>\$62.856,58</b>	<b>\$65.688,85</b>	<b>\$68.670,90</b>	<b>\$71.810,93</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.3.9. Estado de pérdidas y ganancias

**Cuadro N° 33. Estado de pérdidas y ganancias**

<b>AÑOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 86.389,20	\$ 88.721,71	\$ 91.117,19	\$ 93.577,36	\$ 96.103,95
<b>EGRESOS</b>	\$ 62.603,47	\$ 65.268,28	\$ 68.098,28	\$ 71.069,76	\$ 74.189,84
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 23.785,73	\$ 23.453,43	\$ 23.018,91	\$ 22.507,60	\$ 21.914,11
<b>UTILIDAD ANTES DE 15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS</b>	\$ 3.567,86	\$ 3.518,01	\$ 3.452,84	\$ 3.376,14	\$ 3.287,12
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ 20.217,87	\$19.935,42	\$19.566,07	\$19.131,46	\$18.626,99
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>	\$ 5.054,47	\$ 4.983,85	\$ 4.891,52	\$ 4.782,87	\$ 4.656,75
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$15.163,40</b>	<b>\$ 14.951,56</b>	<b>\$ 14.674,56</b>	<b>\$ 14.348,60</b>	<b>\$ 13.970,25</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.4. Estudio Financiero

##### 4.1.4.1. Flujo de fondos netos

**Cuadro N° 34. Flujo de fondos netos**

<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>		\$86.389,20	\$88.721,71	\$91.117,19	\$93.577,36	\$96.103,95
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$86.389,20</b>	<b>\$88.721,71</b>	<b>\$91.117,19</b>	<b>\$93.577,36</b>	<b>\$96.103,95</b>
<b>EGRESOS</b>						
INVERSIÓN INICIAL	\$(69.021,95)					
DEPRECIACIONES		\$ 1.497,02	\$ 1.497,02	\$ 1.497,02	\$ 1.497,02	\$ 1.497,02
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.065,62	\$48.368,90	\$50.787,35	\$53.326,71	\$55.993,05
GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.466,21	\$ 1.466,21	\$ 1.466,21	\$ 1.466,21	\$ 1.466,21
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$(69.021,95)</b>	<b>\$49.028,85</b>	<b>\$51.332,13</b>	<b>\$53.750,58</b>	<b>\$56.289,94</b>	<b>\$58.956,28</b>

<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$(69.021,95)</b>	<b>\$37.360,35</b>	<b>\$37.389,58</b>	<b>\$37.366,61</b>	<b>\$37.287,42</b>	<b>\$37.147,67</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + VR$$

$$VAN = -69.021,95 + \frac{37.360,35}{(1+0,105)^1} + \frac{37.389,58}{(1+0,105)^2} + \frac{37.366,61}{(1+0,105)^3} + \frac{37.287,42}{(1+0,105)^4} + \frac{37.147,67}{(1+0,105)^5}$$

$$VAN = -69021,95 + 33810,27 + 30621,47 + 27.694,72 + 25.009,97 + 22.548,63$$

$$VAN = \$ 71.469.92$$

#### 4.1.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$0 = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + VR$$

$$0 = -69.021,95 + \frac{37.360,35}{(1+0,47)^1} + \frac{37.389,58}{(1+0,47)^2} + \frac{37.366,61}{(1+0,47)^3} + \frac{37.287,42}{(1+0,47)^4} + \frac{37.147,67}{(1+0,47)^5}$$

$$0 = -69021,95 + 25.470,52 + 17.378,19 + 11.840,35 + 8.055,08 + 5.470,99$$

$$0 = 0$$

De esta manera se cumple las propiedades adecuadas la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de **47%** es muy superior a la tasa del mercado, esto nos indica que el proyecto es viable.

#### 4.1.4.4. Relación Beneficio - Costo (B/C)

##### VAN DE INGRESOS

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + VR$$

$$VAN = -69.021,95 + \frac{86.389.20}{(1+0,105)} + \frac{88.721.41}{(1+0,105)^2} + \frac{91.117.19}{(1+0,105)^3} + \frac{93.577.36}{(1+0,105)^4} + \frac{96.103.960}{(1+0,105)^5}$$

$$VAN(y) = -69021,95 + 78.180.27 + 72.661.66 + 67.532.60 + 62.765.60 + 58.335.09$$

$$VAN(y) = 271.260.08$$

##### VAN DE EGRESOS

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-4}} + VR$$

$$VAN(e) = -69.021,95 + \frac{62.516.97}{(1+0,105)} + \frac{65.181.78}{(1+0,105)^2} + \frac{68.011.77}{(1+0,105)^3} + \frac{70.983.27}{(1+0,105)^4} + \frac{74.103.33}{(1+0,105)^5}$$

$$VAN(e) = -69021,95 + 56.576.44 + 53.382.84 + 50.407.74 + 47.610.95 + 44.980.71$$

$$VAN(e) = 184.743.55$$

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

$$B/C = \frac{271.260.08}{184.743.55}$$

$$B/C = 1,47$$

La Relación Beneficio Costo (B/C) del proyecto es de \$ **1,47** esto indica que por cada \$ 1,00 de inversión la empresa gana 0,47 centavos de dólar.

#### 4.1.4.5. Período de Recuperación de la Inversión

**a** = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

**b** = Inversión inicial

**c** = Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión

**d** = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

$$PRI = 1 + \frac{(69.021,95 - 37.360,35)}{37.389,58}$$

$$PRI = 1 + \frac{31.661,60}{37.389,58}$$

$$PRI = 1 + 0,84680$$

$$PRI = 1,84680$$

Para determinar los meses de recuperación: **0,84680 \* 12 = 10,1616**

Para determinar los días de recuperación: **0,1616 \* 30 = 4,848**

Como resultado el periodo de recuperación de la inversión es de un año, diez meses y 4 días (1 año, 10 meses y 4 días).

#### 4.1.4.6. Equidad de Género

En la actualidad el Ecuador está viviendo el desarrollo de una sociedad equitativa, es así que poco a poco la misma sociedad se está volviendo incluyente. A través de este proyecto se contribuye en la equidad de género, ya que se incluye el género femenino en la impartición de la asesoría de imagen y al género masculino en clases sobre protocolo, entre otros.

#### **4.1.4.7. Impacto Ambiental**

El presente proyecto no representa daño alguno contra el medio ambiente, por ello no necesita el diseño de estudio de impacto ambiental; ya que éste utiliza únicamente energía renovable; por lo tanto no genera daño contra el ecosistema.

### **4.2. DISCUSIÓN**

De acuerdo al estudio de mercado las encuestas determinaron que existe demanda insatisfecha, lo que garantiza la creación de la escuela de protocolo y etiqueta, es decir que los encuestados reportaron que están dispuestos a asistir a la escuela de protocolo y etiqueta en un 91%, dadas ciertas condiciones, presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de este proyecto de investigación.

El valor actual neto es de **\$ 71.469.92** para lo cual se plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

La tasa interna de retorno es de **47%**, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico.

La relación beneficio costo da **\$ 1.47**, es decir que por cada dólar invertido retorna un dólar con cuarenta y siete centavos, La relación Beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero la relación será mayor que uno y si el van es negativo, esta será menor que uno, al relacionar los beneficios y los costos actualizados, para lo cual se aplicó una tasa de oportunidad del 10.5%, arrojan una Relación Beneficio Costo igual a 1.47, lo cual indica que el proyecto es confiable y por lo tanto se puede realizar las inversiones propuestas.

Determinando así que la creación de una escuela de protocolo y etiqueta en el cantón Quevedo representará un aporte en la formación educativa y socio-económico del Cantón.

**CAPITULO V.**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado demuestra que el proyecto presenta alta factibilidad ya que en el cantón Quevedo existe demanda insatisfecha con respecto a una escuela de protocolo y etiqueta, el 91% de los habitantes encuestados manifestaron que si asistirán si se crea.
- La escuela de protocolo y etiqueta es una pequeña empresa ubicada estratégicamente en el centro del cantón Quevedo, la cual estará conformada por 5 personas.
- En la evaluación económica – financiera se obtuvo los siguientes resultados: VAN de **\$ 71.469.92** dólares; TIR de Rentabilidad del **47%**; la Relación Beneficio Costo es de **1,47** dólares, indicador que sustenta la realización del proyecto y que por cada dólar invertido, se recibirá **\$ 0.47** centavos de utilidad. Estos resultados indican que el proyecto es factible de ejecutarlo.

## 5.2. RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones se recomienda lo siguiente:

- Implementar el presente proyecto ya que se ha demostrado que es rentable para lo cual se debe incentivar a través de la publicidad a los clientes y ciudadanía en general para que asistan a la escuela de protocolo y etiqueta
- Para una adecuada administración de la escuela de protocolo y etiqueta es recomendable establecer un manual de funciones, en el cual se especifica las actividades que debe realizar el personal.
- El presente proyecto luego de demostrar su viabilidad económica – financiera, debería ser implementado el proyecto dado los beneficios sociales y económicos que brindarían tanto a los inversionistas como a la sociedad.

**CAPITULO VI**  
**BIBLIOGRAFIA**

## 6.1. LITERATURA CITADA

- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi, Ecuador.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos (Sexta Edición)*. México: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Caldas Blanco, M. E., Reyes Carrión Herráez, & Heras Fernández, A. J. (2014). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: EDITEX.
- Flórez Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME. Creación de empresas (Segunda Edición)*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Gil Estallo, M., & Giner de la Fuente, F. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa (Novena Edición)*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Hernández Garnica, C., & Maubert Viveros, C. A. (2009). *Fundamentos de Marketing (Primera Edición)*. México: Pearson Educación de México S.A.
- Lareki Garmendia, F. (2009). *La dirección de ventas en la Pyme*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Meza Orozco, J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos (Tercera Edición)*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Miranda Miranda, J. J. (2012). *GESTIÓN DE PROYECTOS: Identificación - Formulación - Evaluación Financiera - Económica - Social - Ambiental (Séptima Edición)*. Colombia: MM Editores.
- Palacios Acero, L. (2012). *Estrategias de creación empresarial (Primera Edición)*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Patiño Díaz Granados, L. A. (Mayo de 2011). *Etiqueta & protocolo base de la imagen empresarial*. Barranquilla, Colombia: eumed.net. Obtenido de Contribuciones a la Economía.

Prieto Herrera, J. E. (2009). *Proyectos enfoque gerencial (Tercera Edición)*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Ramírez Almaguer, D., Vidal Marrero, A., & Domínguez Rodríguez, Y. (2013). *"Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico"*. Las Tunas, Cuba: Centro universitario "Vladimir Ilich Lenin". Obtenido de Contribuciones a la Economía.

Sapag Chain , N., & Sapag Chain, R. (2009). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Sapag Chain, N. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación (Segunda Edición)*. Chile: Pearson Educación.

## 6.2. LINKOGRAFIA

Cuida tu Futuro, Usa Bien tu Dinero. (01 de Noviembre de 2013). *Pasos para crear una empresa en Ecuador*. (Equipo Editorial, Editor) Recuperado el 12 de Marzo de 2014, de Cuida tu futuro. Manejar bien el dinero, es bueno para todos.: <http://cuidatufuturo.com/2013/11/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador/>

Custom, L. (13 de Mayo de 2013). *Origen del Protocolo*. Recuperado el 04 de Febrero de 2013, de Protocolo Social by Laura. WordPress.com: <http://protocolosocial.wordpress.com/tag/protocolo/>

Ecuale. (s.f.). *Historia del Ecuador; Provincia de Los Ríos; y Quevedo*. Recuperado el 17 de Marzo de 2014, de Ecuale.com: <http://www.ecuale.com/mapa.php>

El Emprendedor.ec. (31 de Enero de 2012). *Abrir una empresa en Ecuador, trámites legales*. Recuperado el 6 de Febrero de 2014, de El Emprendedor.ec: <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

EruditosWiki. (15 de Octubre de 2012). *Cantón Quevedo*. Recuperado el 16 de Marzo de 2014, de EruditosWki. La Wiki del Ecuador: [http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Quevedo\\_\(Cant%C3%B3n\)](http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Quevedo_(Cant%C3%B3n))

Lozada, M. (06 de Noviembre de 2013). *Etimología de Etiqueta*. Recuperado el 04 de Enero de 2014, de Prezi: [http://prezi.com/7fr\\_6oxsbutp/etiqueta/](http://prezi.com/7fr_6oxsbutp/etiqueta/)

Ministerio de Educación Ecuador. (27 de Febrero de 2012). *Reformas al acuerdo ministerial 181-12*. Recuperado el 5 de Febrero de 2014, de

Ministerio de Educación: <http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/ACUERDO-181-12.pdf>

Noelia's Blog. (03 de Marzo de 2008). *Historia del Protocolo*. Recuperado el 07 de Enero de 2014, de Flor de Pitimini - La Coctelera: <http://flor-de-pitimini.lacoctelera.net/post/2008/03/03/historia-del-protocolo>

Protocolo.org. (05 de Mayo de 2012). *Etiqueta. Definición y Origen, Diferencias de Etiqueta y Protocolo*. Recuperado el 04 de Enero de 2014, de Protocolo & Etiqueta: [www.protocolo.org/ceremonial/eventos/etiqueta\\_definicion\\_y\\_origen.html](http://www.protocolo.org/ceremonial/eventos/etiqueta_definicion_y_origen.html)

Real Academia Española (RAE). (s.f.). *Concepto de Protocolo*. Recuperado el 07 de Enero de 2014, de Diccionario de la Lengua Española (DRAE): <http://www.rae.es/>

Redacción Economía. (01 de Diciembre de 2013). Estructura legal, primer requisito para crear una empresa. *Diario El Telégrafo*.

Revista Judicial. (17 de Julio de 2013). *Reforma al Reglamento de Ceremonial Público Art. 1, 2, 3*. Recuperado el 3 de Febrero de 2014, de [derechoecuador.com](http://derechoecuador.com): [www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2010/junio/code/19600/registro-oficial-no-217---viernes-18-de-junio-de-2010-suplemento#N386](http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2010/junio/code/19600/registro-oficial-no-217---viernes-18-de-junio-de-2010-suplemento#N386)

WordPress. (s.f.). *Definición de Protocolo - Qué es, Significado y Concepto*. Recuperado el 04 de Enero de 2014, de Definición.DE: <http://definicion.de/protocolo>

**CAPITULO VII**  
**ANEXOS**

## Anexos N° 1. Preguntas de las encuestas



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

Encuesta dirigida a la población de Quevedo de entre 18 y 65 años.

#### Instrucciones:

Se ruega marque con una "X" según sea la casilla. En caso de que sea una pregunta abierta, por favor señale de forma precisa su opinión.

#### 1. ¿Cuál es su Género?

Hombre  Mujer

#### 2. ¿Cuál es su edad?

\_\_\_\_\_ Años

#### 3. ¿Conoce usted algo de Protocolo y Etiqueta?

Sí  No

#### 4. ¿A las ceremonias que usted ha asistido se han aplicado normas de Protocolo y Etiqueta?

Sí  No

#### 5. ¿Conoce un lugar donde aprender Protocolo y Etiqueta en el cantón Quevedo o cercano a Quevedo?

Sí  No

#### 6. ¿Le gustaría asistir a un lugar donde pueda aprender Protocolo y Etiqueta?

Sí No

#### 7. ¿Qué le gustaría aprender en una Escuela de Protocolo y Etiqueta?

Modales en la mesa	<input type="checkbox"/>
El arte de hablar en público	<input type="checkbox"/>
Planificación de Eventos	<input type="checkbox"/>
Comportamiento en diferentes ocasiones	<input type="checkbox"/>
La imagen personal	<input type="checkbox"/>
Atención al cliente	<input type="checkbox"/>
Otros _____	<input type="checkbox"/>

**8. ¿Cree usted conveniente la creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta en el Cantón Quevedo?**

Sí  No

**9. ¿Cree usted que la creación de una Escuela de Protocolo y Etiqueta le ayudará a mejorar su calidad de vida?**

Sí  No

**10. ¿Se inscribiría en la Escuela de Protocolo y Etiqueta a crearse en el Cantón Quevedo?**

Sí  No

**11. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto asistir a la Escuela de Protocolo y Etiqueta a crearse en el Cantón Quevedo?**

Todos los Días	<input type="checkbox"/>
Los Fines de Semana	<input type="checkbox"/>
Diferentes días de la Semana	<input type="checkbox"/>

**12. ¿Cuánto estaría de acuerdo en pagar por los servicios de enseñanza de la Escuela de Protocolo y Etiqueta?**

40 – 50	<input type="checkbox"/>
50 – 60	<input type="checkbox"/>
60 – 70	<input type="checkbox"/>
70 – 80	<input type="checkbox"/>

**13. ¿Aconsejaría usted a familiares y amigos a recibir clases en la Escuela de Protocolo y Etiqueta a crearse en el Cantón Quevedo?**

Sí  No

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

Anexo Nº 2. Estudio de campo





### Anexo N° 3. Cuadro de Sueldos y salarios

PUESTO	N° de personas	Sueldo	DÉCIMO 3ero	DÉCIMO 4to	Vacacione s	IESS	MENSUAL	ANUAL
Administrador	1	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 28,33	\$ 37,50	100,35	\$ 141,18	\$ 13.694,20
Secretaria	1	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 28,33	\$ 18,75	50,18	\$ 584,76	\$ 7.017,10
Instructor 1	1	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 28,33	\$ 27,08	72,48	\$ 832,06	\$ 9.984,70
Instructor 2	1	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 28,33	\$ 27,08	72,48	\$ 832,06	\$ 9.984,70
Auxiliar de limpieza	1	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	37,91	\$ 448,74	\$ 5.384,92

Elaborado por: La Autora