



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

TESIS DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA

TEMA:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD PARA LA TECNIFICACIÓN DE LA IMPRENTA
BUENA FE, PERIODO 2013-2017”**

AUTORA DE LA TESIS

ALEXANDRA ELIZABETH VILLAMAR VALAREZO

DIRECTOR DE TESIS:

ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, MSC.,

QUEVEDO – ECUADOR

2015



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

TESIS DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA

TEMA:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD PARA LA TECNIFICACIÓN DE LA IMPRENTA
BUENA FE, PERÍODO 2013-2017”**

AUTORA DE LA TESIS

ALEXANDRA ELIZABETH VILLAMAR VALAREZO

DIRECTOR DE TESIS:

ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, MSC.,

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo **ALEXANDRA ELIZABETH VILLAMAR VALAREZO**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi auditoría; 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.

ALEXANDRA ELIZABETH VILLAMAR VALAREZO

AUTORA

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

El suscrito Director de Tesis el Ing. Dennis Aguirre Valverde, M.Sc. certifica que la egresada Alexandra Elizabeth Villamar Valarezo, realizó y concluyó la tesis de grado titulada **“PROYECTO DE INVERSIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD PARA LA TECNIFICACIÓN DE LA IMPRENTA BUENA FE, PERÍODO 2013 - 2017”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, M.Sc.
DIRECTOR



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

TESIS DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA

TEMA:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD PARA LA TECNIFICACIÓN DE LA IMPRENTA
BUENA FE, PERÍODO 2013 - 2017”**

APROBADO:

Ing. Enrique Vásquez Aguirre, M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Silvia Jaramillo Mieles, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcdo. Luis Rodrigo Villota Guevara, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi Padre Celestial y a su hijo Jesucristo, por su ayuda y fortaleza que me dieron cuando pensaba que ya no podía avanzar, a mi Esposo José y mis hijas gracias por tu amor y recordarme que hay que perseverar en cada meta y no darnos por vencido en los obstáculos que la vida se encarga de darnos, a mis padres que desde muy pequeña me enseñaron la importancia de prepararse académicamente y mis hermanos gracias por sus consejos me sirvieron de mucho.

Alexandra

AGRADECIMIENTO

A mi Padre Celestial y su Hijo Jesucristo, quienes me dieron la fuerza necesaria para culminar este meta ansiada durante estos cinco años arduos de estudio.

A todos mis maestros, que con sus enseñanzas en el aula aportaron al avance de este trabajo, a mi Director de Tesis Ing. Dennis Aguirre Valverde, M.Sc. por su paciencia y colaboración en la elaboración del proyecto de investigación.

A mi esposo José que estuvo a mi lado en el trayecto de mi culminación estudiantil, gracias por toda tu ayuda y apoyo, por ser un excelente padre con nuestras hijas Ariana y Daiana que son nuestra mayor bendición.

A mis familiares, amigos y compañeros que de alguna u otra forma ayudaron al desarrollo de mi tesis.

(DUBLINCORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Titulo / Tittle	M	“Proyecto de inversión y su incidencia en la rentabilidad para la tecnificación de la Imprenta Buena Fe, período 2013-2017.”
2	Creador / Subject	M	Alexandra Elizabeth Villamar Valarezo
3	Materia / Subject	M	CIENCIAS EMPRESARIALES, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
4	Descripción / Description	M	La presente investigación se realizó en el Cantón Buena Fe, con el objetivo de realizar un “Proyecto de inversión y su incidencia en la rentabilidad para la tecnificación de la imprenta Buena Fe, período 2013-2017” realizando un sondeo de mercado de manera ecuaníme para proyectar su situación empresarial.
5	Editor / Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales. Carrera, Ingeniería en Administración Financiera
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno.
7	Fecha / Date	M	
8	Tipo / Type	M	Proyecto de Inversión
9	Formato / Format	R	Programas: Word 2010; Pdf;
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.ec
11	Fuente / Source	O	Investigación Empresarial, proyecto de inversión.
12	Idioma / Lenguaje	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	Cantón Buena Fe.
15	Derechos / Rights	O	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Trabajo de Investigación (Research Project).

ÍNDICE

Índice General	Pág.
Portada	i
Declaración de auditoria y cesión de derecho	iv
Certificación del director de tesis	v
Tribunal de tesis.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Agradecimiento	viii
(DUBLINCORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES	ix
Índice Genaral.....	x
Índice de Cuadros.....	xvi
Índice de Gráficos	xvii
Resumen Ejecutivo	xviii
Executive Summary	xix
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	2
1.2. Problematización	4
1.2.1. Planteamiento del problema	4
1.2.1.2. Pronóstico.....	5
1.2.1.3. Control de 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.....	8
1.5.1. General.....	8
1.5.2. Específicas.....	8
1.5.3. Variables dependientes.....	8
1.5.4. Variables independientes.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Fundamentación teórica.....	10
2.1.1. Tipos de Proyectos.....	10
2.1.2. Proyectos de Inversión.....	10
2.1.2.1. Etapas del Proyecto de Inversión.....	11
2.1.2.2. Procesos del Estudio del Proyecto de Investigación.....	12
2.1.3. Estudio de Mercado.....	12
2.1.3.1. Importancia de la Investigación de Mercados en la toma de decisiones empresariales.....	13
2.1.3.2. Proceso de Investigación de Mercados.....	14
2.1.3.3. Oferta.....	14
2.1.3.4. Demanda.....	15
2.1.4. Estudio Técnico.....	16
2.1.4.1. Estudio de la Organización.....	17
2.1.5. Estudio Económico.....	18
2.1.6. Estudio Financiero.....	18
2.1.6.1. Análisis Financiero para Emprendedores.....	19
2.2. Fundamentación Conceptual.....	19
2.2.1. Evaluación de proyecto de inversión.....	19
2.2.2. Investigación de mercados.....	19

2.2.3. Componentes del estudio de mercado	20
2.2.3.1. Análisis del sector y de la empresa.....	20
2.2.3.2. Tipología de bienes o servicios.....	21
2.2.3.3. Calidad del servicio	21
2.2.3.4. Promoción y ventas	21
2.2.4. Estudio Técnico	22
2.2.4.1. Técnicas y estimación de costo	22
2.2.5. Estudio Económico	23
2.2.5.1. Viabilidad	23
2.2.5.2. Rentabilidad Económica	23
2.2.5.3. Precio por Acción.....	24
2.2.5.4. Depreciación.....	24
2.2.5.5. Amortizaciones	25
2.2.6. Análisis Financiero.....	25
2.2.6.1. Método de valoración de descuento de flujos de caja	26
2.2.6.2. Valor Actual Neto	26
2.2.6.3. Beneficio Costo.....	26
2.2.6.4. Tasa Interna De Rendimiento (Tir).....	27
2.2.6.5. Punto De Equilibrio	27
2.2.7. Estados De Resultados.....	28
2.2.8. Las Imprentas en Ecuador.....	28
2.2.9. Tecnificar	29
2.3. Fundamentación legal	29
2.3.1. Autorización de apertura y registro	29
2.3.2. Requisitos Habituales	30
2.3.2.1. Impacto ambiental.....	30
2.3.2.2. Medidas de seguridad.....	30

2.3.2.3. Registro Patentes	30
2.3.3. Carta Magna	31
2.3.3.1. Intercambio Económico y Comercio Justo	31
2.3.3.2. Derecho del buen vivir	31
CAPÍTULO III.....	32
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.1. Materiales y Métodos	33
3.1.1 Localización de la Investigación.....	33
3.1.2. Materiales	33
3.1.3. Métodos	34
3.1.3.1. Analítico	34
3.1.3.2. Deductivo	34
3.1.3.3 Inductivo.....	35
3.2. Tipos de Investigación.....	35
3.3. Diseño de Investigación	36
3.3.1. Exploratoria.....	36
3.3.2. Encuestas	36
3.4. Población y Muestra.....	37
3.4.1. Población	37
3.4.2. La muestra	37
3.4.3. Aplicación.....	38
CAPÍTULO IV	39
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
4.1.1. Resultado del Objetivo 1	50
4.1.1.1. Estudio de Mercado	50
4.1.2. Demanda	50
4.1.2.1. Demanda Actual	50

4.1.2.2. Demanda Futura	51
4.1.3. Oferta.....	51
4.1.3.1. Oferta actual	51
4.1.3.2. Oferta futura de la Imprenta Buena Fe	52
4.1.3.3. Balance de la Oferta y la Demanda	52
4.1.4. Publicidad comercial para la Imprenta Buena Fe.....	53
4.1.5. Resultado del Objetivo 2	53
4.1.5.1. Estudio técnico.....	53
4.1.5.1. Tamaño de la Imprenta Buena Fe	54
4.1.5.2. Estimación de los costos de inversión	54
4.1.5.3. Infraestructura física.....	55
4.1.6. Visión y Misión de la Imprenta Buena Fe.....	55
4.1.6.1. Visión	55
4.1.6.2. Misión.....	55
4.1.7. Organigrama estructural de la “Imprenta Buena Fe”	56
4.1.8. Resultado del Objetivo 3	56
4.1.8.1. Estudio Económico Financiero.....	56
4.1.8.2. Diferidos de la Imprenta	58
4.1.8.3. Aplicación de las depreciaciones	58
4.1.8.4. Capital de Trabajo.....	59
4.1.9. Financiamiento del proyecto	59
4.1.10. Análisis Costos y Gastos	60
4.1.10.1. Gastos Administrativos	60
4.1.10.2. Tabla de amortización.....	61
4.1.11. Proyección de ingresos y egresos	62
4.1.11.1. Egresos.....	62
4.1.12. Punto de Equilibrio	64

4.1.13. Evaluación Financiera.....	66
4.1.14. VAN.....	69
4.1.15. TIR	69
4.1.16. Beneficio costo.....	70
4.2. Discusión.....	72
CAPÍTULO V	74
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
5.1 Conclusiones.....	75
5.2. Recomendaciones	76
CAPÍTULO VI	77
BIBLIOGRAFÍA	77
6.1. Literatura Citada.....	78
6.2. Linkografía.....	81
CAPÍTULO VII	82
ANEXOS.....	823

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Pág.
11 Demanda Actual	50
12 Demanda Futura	51
13 Oferta Actual	51
14 Oferta Futura	52
15 Demanda Insatisfecha Proyecta	52
16 Publicidad Comercial	53
17 Mueble de oficina	54
18 Equipo de cómputo y oficina	54
19 Alquiler de la Imprenta	55
20 Inversión de la imprenta de activo fijo	57
21 Inversiones diferidas	58
22 Depreciaciones de activos	58
23 Capital de trabajo	59
24 Financiamiento	59
25 Sueldos	60
26 Amortización	61
27 Ingresos	62
28 Egresos	62
29 Imprevistos	63
30 Gastos	63
31 Punto de Equilibrio	64
32 Estados de Resultado	67
33 Flujo de Caja	68
34 Periodo de Recuperación	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico		Pág.
1	Necesidad de los servicios de una Imprenta	46
2	Conocimiento de la existencia de otra empresa	47
3	Lugar donde contrata los servicios que necesita	48
4	Conocimiento de los precios de una Imprenta	49
5	Calidad del trabajo que ofrece a los clientes	50
6	Tecnología de punta para Producir	51
7	Periodos de contratación del servicio	52
8	Atención al cliente	53
9	Falta de conocimiento de facturación electrónica	54
10	Demora del servicio	55
11	Organigrama	62

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo es un “PROYECTO DE INVERSIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD PARA LA TECNIFICACIÓN DE LA IMPRENTA BUENA FE, PERÍODO 2013 - 2017.” Su desarrollo busca satisfacer la demanda actual en el Cantón Buena Fe. Este proyecto en el primer capítulo está enfocado en bases teóricas, una serie de fuentes de información como textos e internet, el cual sirve de base fundamental para el desarrollo del proyecto. La investigación realizada mediante el estudio de mercado, demostró que el proyecto de inversión tendrá una gran acogida y muestra a los clientes potenciales de la imprenta, sus necesidades, preferencias, forma de pago, frecuencia de compras y la demanda insatisfecha a la que el proyecto está dispuesto a cubrir a los comerciantes del Cantón Buena Fe. El análisis de estudio técnico y económico efectuado al proyecto, sirvió a conocer la inversión necesaria para su desarrollo con una inversión de \$140.310 que incluye activos fijos, publicidad, materia prima, capacitación y estudio de investigación. Para el primer año el proyecto refleja ingreso en sus ventas que van desde los \$ 237.900. El estudio financiero analizó las estructuras de la empresa y se evaluó mediante los índices económicos mostrando los siguientes resultados, con un VAN de 19.684.27, seguido por una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 85% que es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, así mismo el Beneficio Costo (B/C) mostro un valor de \$1.73 lo que quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá setenta y tres centavos de dólar dando como resultado una utilidad neta de \$22.313.23, para el primer año demostrando así que el proyecto a ejecutar tiene una alta rentabilidad.

EXECUTIVE SUMMARY

This work is an "INVESTMENT PROJECT AND ITS IMPACT ON PROFIT FOR PRINTING TECHNIFICATION GOOD FAITH, 2013-2017." Its development seeks to meet the current demand in Canton Good Faith. This project is the first chapter focused on theoretical bases, a number of sources of information such as text and Internet, which serves as central to the project base. Research conducted by the market research showed that the investment project will have a great reception and shows potential customers of printing needs, preferences, payment, shopping frequency and unsatisfied demand for the project He is willing to cover traders Canton Good Faith. The analysis of technical and economic study conducted for the project, served to meet the investment required for its development with an investment of \$ 140,310, including fixed assets, advertising, raw materials, training and study research. For the first year the project reflects income in sales ranging from \$ 237,900. The study analyzed the financial structure of the company and evaluated mediante economic indicators showing the following results, with an NPV of 19.684.27, followed by an Internal Rate of Return (IRR) of 85% which is the geometric mean of the returns expected future of this investment, also the Cost Benefit (B / C) I showed a value of \$ 1.73 which means that for every dollar invested will receive seventy three cents resulting in a net income of \$ 22.313.23 for the first year showing that the project has run high profitability.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

A nivel mundial los proyectos de inversión, han sido una herramienta que han sido utilizados no solo por las empresas comerciales sino las de todo tipo. Un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico de la empresa el cual constituye la actividad organizada por el ser humano, la que involucra un conjunto de trabajos diarios, labor común, esfuerzo personal y colectivo e inversiones para lograr un fin determinado que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes y servicios a cambio de una prestación, que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de objetivos determinados.

El sector empresarial en Ecuador constituye un importante aporte a la dinámica de la economía nacional, por ello es fundamental implementar acciones encaminadas a mejorar su competitividad e incrementar su participación en el comercio. Los proyectos de inversión se aplican en empresas públicas y privadas, no solo para mejoramiento de las infraestructuras, maquinarias y tecnología de una empresa, sino que para mejorar los servicios de toda una organización con el fin de recuperar competitividad dentro de un mercado, la inversión es necesaria.

Para toda empresa que está en etapa de crecimiento. La economía del país tiene que ser más eficiente, por lo que es fundamental que todos miren hacia un nuevo destino, siendo más activos, e indagando por nuevas alternativas, para lograr ser competitivos.

El presente proyecto de investigación pretende incursionar en una de las empresas que tiene una trayectoria de más de 15 años en el Cantón Buena Fe, para presentar una propuesta de un proyecto de inversión que le permita utilizar adecuadamente los recursos financieros, proyectándolos a un futuro rentable, nos referimos a la Imprenta Buena Fe.

Los avances tecnológicos que día a día crecen a pasos agigantados nos permiten aprovechar grandes oportunidades para poder ofrecer modernos productos y servicios con mejor calidad, los cuales aportarían en el desarrollo comercial de Buena Fe y sus Parroquias aledañas. Para ello es imprescindible que la empresa Imprenta Buena Fe. Cuento con un proyecto de inversión que le permita aprovechar sus recursos financieros en función de las necesidades del Cantón.

La presente investigación contiene los siguientes capítulos:

El capítulo I, denominado Marco Contextual de la investigación comprende la Introducción, problematización, justificación, objetivo general y específicos, hipótesis de investigación.

El capítulo II, delimita el Marco Teórico que constituye toda la fundamentación teórica, conceptual y legal de la tesis.

El capítulo III, muestra la Metodología utilizada en la investigación, diseño de investigación y el cálculo del tamaño de la muestra.

El capítulo IV, la base de toda la tesis se la aprecia en este capítulo sobre los resultados y discusión. Aquí se detalla toda la gestión empleada para mejorar y alcanzar el crecimiento del proyecto.

El capítulo V, identifica las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llega posterior al desarrollo del contenido de la investigación.

Capítulo VI, muestra las Bibliografías.

Capítulo VII, muestra los Anexos.

1.2. Problematización

1.2.1. Planteamiento del problema

La globalización y la competitividad exigen mayor capacitación y que las empresas estén más equipadas con tecnología de punta. Imprenta Buena Fe, abrió sus puertas con maquinarias de segunda mano y aunque gracias a ella su crecimiento ha sido notable, hoy a la vuelta de 15 años sigue funcionando con los mismos equipos, que ya no responden al 100% de su capacidad.

El ideal del propietario y la administración ha sido mantenerse como líder y proyectarse a ser los mejores en la rama de la industria gráfica, y gracias a su actividad, ha sido un puntal preponderante en el desarrollo comercial de Buena Fe y sus Parroquias aledañas.

Cabe destacar que pese a todos esos esfuerzos la parte administrativa tiene sus falencias, que se pueden ir mejorando con una adecuada planificación técnica, para establecer los lineamientos que se deben implementar para asegurar un adecuado uso de los recursos financieros.

1.2.1.1. Diagnósticos (causas, efectos)

Causas

- ✓ Insuficiencia de un estudio de mercado.
- ✓ Carencia de un estudio técnico, que permita analizar los procesos de producción.
- ✓ Ausencia de un estudio económico financiero.

Efectos

- ✓ Carencias para reconocer la demanda de dicho servicio o producto.
- ✓ Frágil táctica en el mercado.
- ✓ Escasos datos financieros del proyecto de inversión.

1.2.1.2. Pronóstico

- ✓ Al no existir un estudio de mercado, no podrá analizar el comportamiento de los compradores de los bienes y servicio que ofrece la empresa.
- ✓ Al no contar la imprenta Buena Fe, con tecnología de punta, no podrá competir con las mismas ventajas que otras imprentas de la zona.
- ✓ Al no existir el informe económico, no logrará establecer el monto total de recursos necesarios a invertir, por lo tanto no está garantizado el proyecto.

1.2.1.3. Control de pronóstico

- ✓ Para allanar la falta de estudio de mercado, se tiene que proceder a realizar encuestas y cuestionarios para tener el informe necesario de mercado.
- ✓ Es imprescindible realizar el estudio técnico, que permita saber el informe técnico, para conocer el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.
- ✓ Ante la falta de un estudio económico y financiero, se debe realizar, pues toda empresa que inicia sus labores tiene que hacerlo ya que puede ir al fracaso desde sus inicios mismos.

1.2.2. Formulación del problema.

¿De qué manera influye el proyecto de inversión en la rentabilidad y tecnificación de la imprenta Buena Fe para el periodo 2013- 2017?

1.2.3.Sistematización del problema.

¿De qué manera un estudio de mercado, influye en la oferta y demanda del proyecto de inversión?

¿De qué manera incide el estudio técnico en los costos del proyecto?

¿De qué forma el estudio económico financiero establece la rentabilidad del mismo?

1.3. Justificación

Los modelos de inversiones han dado una nueva perspectiva al papel de la administración financiera, esto ha hecho que el tema sea de interés para todo los empresarios, sin embargo la mayoría de inversionistas le huyen al riesgo, ya que buscan maximizar su riqueza con el menor riesgo posible.

Por otra parte los gastos efectuados por la adquisición de propiedades planta y equipos, que reciben el nombre de inversiones, son decisiones muy importantes para la mayoría de las empresas, las cantidades monetarias suelen ser muy importante, el tiempo dedicado por la administración es notable.

La inversión es considerable y está en juego la capitalización futura de la empresa, por consiguiente el proceso de elaboración de un adecuado modelo de inversión basado en la capacidad financiera de la empresa y las tendencias de mercado según la industria, son extremadamente significativas.

Esto hace que los esfuerzos de investigación se concreten en la presentación de una propuesta factible y realizable, que le permita a la Empresa Imprenta Buena Fe, utilizar adecuadamente los recursos financieros para proyectarlos a un futuro rentable y provechoso.

Los beneficiarios con la tecnificación de esta empresa directamente serán las empresas públicas y privadas, y todos los habitantes del cantón que requieran sus servicios.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Desarrollar un proyecto de inversión que justifique la rentabilidad de la Imprenta Buena Fe, del Cantón Buena Fe 2013-2017. Para invertir en su modernización.

1.4.2. Específicos.

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la viabilidad del modelo de plan de inversión.
- Determinar mediante el estudio técnico los costos de inversión del proyecto.
- Analizar mediante el estudio económico financiero la rentabilidad para la tecnificación de la Imprenta Buena Fe.

1.5. Hipótesis

1.5.1. General

La elaboración de un proyecto de inversión incide en la rentabilidad para la tecnificación de la Imprenta Buena Fe, del Cantón Buena Fe, en el periodo 2013-2017.

1.5.2. Específicas

- Elaborando un estudio de mercado, que determine la oferta y demanda para la tecnificación de la imprenta buena fe.
- Mediante la evaluación efectuada por el estudio técnico se minimizan los costos del proyecto de inversión.
- El estudio financiero determina la rentabilidad del proyecto de inversión.

1.5.3. Variables dependientes

- Oferta y demanda.
- Rentabilidad del proyecto de inversión.
- Costos del proyecto de inversión.

1.5.4. Variables independientes

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Estudio financiero.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Tipos de Proyectos

Según **Fernandez Espinoza Saúl, (2010)**. Desde el punto de vista económico los proyectos pueden ser de dos tipos:

- Proyectos marginales: no afectan las condiciones económicas de una zona o un país. En este caso se estaría hablando de todos aquellos proyectos de mediano tamaño, desarrollados ya sea por la empresa privada o por el estado.
- Proyectos no marginales: sí afectan las condiciones económicas de una región o un país. En este caso se estaría hablando de proyectos privados a gran tamaño como zonas francas, desarrollo turístico, instalación de grandes empresas industriales o los proyectos al nivel de infraestructura públicas como carreteras, puertos vivienda, hospitales etc.

Por lo tanto se puede decir, que las opciones de inversión se clasifican en dos tipos las cuales son útiles para los proyectos ya que con cada una de estas inversiones se logra hacer el uso necesario.

2.1.2. Proyectos de Inversión

Según **Hamilton Martin, (2006)**. Es un conjunto de estudios mediante los cuales se formalizan una idea de negocio que tiene por objeto implementar la producción de un bien o servicio y resolver una necesidad humana.

Un proyecto de inversión se define como “Un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de diversos tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

Según **Ruiz, (2009)**. Es un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en cualquiera de las etapas de la Asignación de Recursos para implementar iniciativas de Inversión. La formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión y las Técnicas de Selección de las mejores inversiones, en la actualidad se emplean para la asignación de Recursos Públicos o Privados y se basan en un conjunto muy significativo de conocimientos multidisciplinarios.

En si los proyectos de inversión se han convertido en un proceso necesario para el mejor manejo de los recursos a invertir y para decidir sobre qué proyectos aceptar o rechazar. También se lo conoce como una guía o solución inteligente al planteamiento de un problema.

2.1.2.1. Etapas del Proyecto de Inversión

Según **Fernandez Espinoza Saúl, (2010)**. El ciclo de vida de un proyecto de inversión se inicia dependiendo del sector al que pertenecen. Si el proyecto pertenece al sector privado, el ciclo se inicia cuando se visualiza una necesidad que debe ser solventada o se detecta la existencia de una oportunidad de inversión. En el caso de un proyecto del sector público, el ciclo se inicia cuando se detecta la existencia de un problema al que debe buscársele solución.

Para unificar el lenguaje que se usará de aquí en adelante, se hablará de alternativas de proyectos independiente del sector al que pertenecen sea público o privado.

El ciclo de vida de un proyecto está compuesto al menos por 4 fases:

- Preinversión
- Ejecución del proyecto
- Operación
- Evaluación de resultados

Los proyectos de inversión, son muy comunes y se los realiza mediante estudios para saber los procesos adecuados para su aplicación.

2.1.2.2. Procesos del Estudio del Proyecto de Investigación

Según **Sapag, (2011)**. Consta de tres actividades muy diferentes entre sí.

- Formulación
- Preparación
- Evaluación

En este término tenemos que determinar muy bien la formulación, preparación y evaluación del mercado para las inversiones de costos, las cuales brinden un buen beneficio para decidir la conveniencia de emprender dicho proyecto.

2.1.3. Estudio de Mercado

Según **Barillas, (2011)**. El tipo de investigación descriptiva concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

Es un proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o

servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

Para **Emprendedores, (2014)**. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, como el género, la edad, ubicación y nivel de rentabilidad.

Según **Baca, (2010)**. Se entiende por mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

Se realiza estudios de mercado, para saber que parte es potencial para lanzar un nuevo producto o servicio recopilar toda la información posible acerca de los clientes competidores y el mercado para lograr expandirse a nuevos mercados.

2.1.3.1. Importancia de la Investigación de Mercados en la toma de decisiones empresariales

Para **Dolores López; López Maria, (2010)**. La investigación de mercados es una parte fundamental para la toma de decisiones, al proporcionar información relevante, precisa y oportuna. Cada decisión requiere de un tipo de información específica, y se pueden desarrollar estrategias adecuadas en función de la información recogida través de la investigación. A menudo la investigación de mercados es considerada estrictamente como la recopilación y análisis de datos para ser utilizados por otras personas. Sin embargo las empresas actualmente pueden lograr y mantener una ventaja competitiva a través de un uso creativo de la información del mercado generada por la investigación del mercados.

La investigación de mercados es una tarea que ha servido como guía a los responsables de las empresas a su toma de decisiones y a controlar la actividad de su empresa así como vigilar el entorno ya que puede ayudar a

identificar futuros problemas ya que con la investigación de mercado se pueden satisfacer las necesidades de información.

2.1.3.2. Proceso de Investigación de Mercados

Según **Peñalver, (2010)**. Su realización requiere generalmente un proceso largo y laborioso, en el que pueden diferenciarse diversas etapas.

- Necesidades de información
- Tipos de estudio más adecuado
- Estudios preliminares
- Preparación de estudios
- Investigación real
- Trabajos finales
- Presentación

2.1.3.3. Oferta

Para **Sapag, (2011)**. Estudia el comportamiento de los consumidores, 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 transacción. 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 bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros.

Es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores pueden vender al mercado sin demanda no hay oferta la demanda y la oferta deben tener un punto de equilibrio son las dos fuerzas del mercado.

Tomando en cuenta se puede apreciar que la oferta revela las siguientes partes que conforman como tal.

- **La existencia de vendedores:** Se refiere a la existencia de individuos, empresas u organizaciones que tienen un producto o servicio a la venta
- **La cantidad de un producto:** Es el número de unidades de un producto y/o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a un precio determinado.
- **La disposición para vender:** Se refiere a aquello que los vendedores quieren vender a un determinado precio y en un determinado periodo de tiempo.
- **La capacidad de vender:** Se refiere a la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores "pueden" proveer al mercado, a un precio determinado y en un periodo de tiempo determinado.
- **El puesto en el mercado:** Se refiere a un determinado lugar, que puede ser físico (como un supermercado) o virtual (como una tienda virtual en internet), en el que se pondrá a la venta los productos o servicios.
- **El precio determinado:** Es la expresión de valor expresado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios que los vendedores ponen a la venta.
- **El periodo de tiempo:** Se refiere a un ciclo establecido (años, meses, semanas o días) en el que el producto o servicio estará disponible para la venta, a un precio determinado.

2.1.3.4. Demanda

Para Jaime & Rúa, (2012). La demanda es una manifestación de los deseos del mercado que ésta condicionada por los recursos disponibles del comprador y por los diversos estímulos de marketing que recibe.

Sin demanda no hay oferta la demanda es esencial en el mercado por medio del estudio de mercado se la puede conocer para poder satisfacer a los consumidores.

Para **Casado Diaz Belen; Sellers Rubio Ricardo, (2006)**. La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y ésta condicionada por los recursos disponibles del comprador.

Dado que el análisis de la demanda supone un estudio cuantitativo del mercado, se puede definir la demanda de un producto como “el volumen total que sería adquirido de dicho producto, por un grupo de compradores determinados, en un período de tiempo fijo y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados”.

Dentro de esta definición existen tres dimensiones que ayudan acotar o delimitar el concepto de demanda: producto, mercado y tiempo

2.1.4. Estudio Técnico

El estudio técnico dentro de un proyecto de inversión busca hacer un análisis sobre la factibilidad de producir la cantidad de bienes o servicios necesarios para satisfacer la demanda actual, conocer el tamaño de la planta o local necesario para satisfacer dicha demanda y que herramientas, equipo y en qué forma deben de encontrarse las instalaciones para un desarrollo de actividades óptimo.

Para **Guzman, (2011)**. Este estudio no es solamente ver la parte física, sino también generar una estructura organizacional adecuada para llevar a cabo las actividades diarias y ser lo más productivo posible una vez que se lleve a cabo el proyecto.

Según **Hernandez, (2011)**. El estudio técnico no es un estudio aislado ni tampoco se refiere exclusivamente a aspectos relacionados con la producción

del proyecto. Por el contrario, deberá tomar la información del estudio de mercado referente a necesidad de locales de venta y distribución para determinar la inversión en obra física respectiva. De igual forma deberá procederse respecto al estudio organizacional para el dimensionamiento y cuantificación de la inversión en oficinas, bodegas y accesos y otras inversiones de carácter administrativo gerencial.

El estudio técnico de un proyecto de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación y análisis de un proyecto ya que en él se determinan los costos sobre producir la cantidad de bienes o servicios.

2.1.4.1. Estudio de la Organización

Para **Hernandez, (2011)**. El objetivo del estudio de organización y administración es definir un esquema de organización para la nueva empresa, determinando las tareas, funciones y responsabilidades puestas de trabajo.

La organización debe considerar las etapas del proyecto, a saber: Para la constitución e implementación de la empresa: Forma legal Organigrama Funcional Dotación Para la etapa operativa: Forma legal Estructura organizativa y funcional Requerimientos de personal.

Se tendrán que considerar aspectos como: Disponibilidad de recursos humanos y procedencia. Tipo de contratación régimen laboral. Necesidades de capacitación.

Los estudios de organización son útiles para cualquier empresa mediante la organización y administración se ha logrado el desarrollo económico ya q se determina las funciones y responsabilidades puestas de trabajo.

2.1.5. Estudio Económico

Para **Amat, Oriol, (2008)**. El análisis de estados financieros, también conocidos como análisis económico-financiero, análisis de balance o análisis contable, es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos. Desde una perspectiva externa, estas técnicas también son de gran utilidad para todas aquellas personas interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa.

El estudio económico financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

Según **Valbuena Álvarez Rubén, (2000)**. La evaluación económica y financiera de un proyecto determina la utilidad o beneficio que en términos monetarios que recibe la entidad promotora del proyecto, y en base a esta establece si es conveniente o no su realización.

El estudio económico es la guía en el análisis de la capacidad de una empresa, que debe tener en cuenta el estudio de mercado y costos de inversión.

2.1.6. Estudio Financiero

Según **Eslava, (2010)**. Cuál sea la reacción entre el endeudamiento dentro de dicha estructura y la rentabilidad económica que se derive de la operatividad de explotación de la empresa.

El estudio financiero permite aportar una estrategia ya que brinda la manera de estudiar la estabilidad financiera futura del proyecto analizando sus índices financieros y cuidando la salud económica de la empresa.

2.1.6.1. Análisis Financiero para Emprendedores

Para **Pérez Silvestre María, (2004)**. Los aspectos económicos y financieros de la empresa se encuentran en una íntima relación, aunque su evolución por el contrario, no ha de ser necesariamente paralela; es más, pueden ser frecuentes, los casos en que una empresa en una situación económica se encuentre apurada, desde el punto de vista financiero o viceversa.

Es una excelente manera antes de lanzar un producto o servicio es analizar por su propia cuenta las ventas e ingresos ya que esto muestra una idea clara de la capacidad de la empresa.

2.2. Fundamentación Conceptual

2.2.1. Evaluación de proyecto de inversión

Según **Vademecum, (2005)**. La evaluación de proyectos es la comparación del resultado que se obtiene mediante un proyecto de inversiones contra un nivel básico o criterio objetivo que a priori ha sido fijado en relación con el resultado que se desea lograr como producto de dicho proceso.

La evaluación de la necesidad de proyectos de inversión se ha convertido en un proceso necesario para el manejo de los recursos a invertir y satisfacer las necesidades humanas.

2.2.2. Investigación de mercados

Según **Trespalcios, Bello, & Vazquez, (2005)**. La investigación de mercados implica el diagnóstico de necesidades de información y su búsqueda

sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de identificar y solucionar problemas y aprovechar oportunidades en el campo de marketing.

La investigación de mercado es la información que se necesita para tomar decisiones y disminuir el riesgo en la toma de decisiones cuanto más información menos riesgo.

2.2.3. Componentes del estudio de mercado

2.2.3.1. Análisis del sector y de la empresa

Para **Castillo, (2010)**. Se trata de conocer muy bien que está pasando y que se espera que pase en el sector económico al cual se vaya a entrar. En este análisis deben estudiarse los siguientes aspectos.

- Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector en el cual se va a entrar. Posibilidades de crecimiento.
- Estado del sector, en términos de: productos, mercados, clientes, empresas nuevas, tecnología, administración y desarrollo.
- Tendencias económicas, sociales y culturales que afectan el sector positiva o negativamente.
- Barreras especiales de ingreso o salida de negocios del sector.
- Rivalidades existentes entre competidores.
- Poder de negociación de clientes y proveedores.
- Amenaza de ingreso de nuevos productos o de sustitutos.
- Amenaza de ingreso de nuevos negocios.

Se trata de conocer el lugar donde se va a implementar la empresa para evitar riesgos en el sector económico.

2.2.3.2. Tipología de bienes o servicios

Según **Flores, (2012)**. La diferencia entre servicios y productos tiene cada vez menos sentido en la medida que más lo comprendemos; hoy en día la calidad de un producto involucra la garantía de un buen servicio, puesto que el usuario, cliente o consumidor, satisface sus necesidades tanto como sus expectativas. Producto es un conjunto de atributos que proporciona satisfacción de necesidades y que se ofrece en un mercado. Un producto puede ser un objeto físico, un servicio, una idea, un lugar, una persona o una organización.

La tipología de bienes y servicios muestra la diferencia entre servicios y productos ya que implica que el producto debe ser de buena calidad para que no afecte la garantía de un buen servicio.

2.2.3.3. Calidad del servicio

Según **Sapag, (2011)**. Parte importante de la apreciación que las personas tienen de una empresa se asocia más con las percepciones que con las variables objetivas. La mayoría de los clientes no tienen capacidad para valorar la calidad ni la pertinencia de los activos que se usarán en su producto, pero sí la imagen del vendedor, el tiempo que este dedica a explicarles el uso de la compra, la calidad de los servicios complementarios, el tiempo de espera, la agilidad en los trámites burocráticos y hasta el vestuario de quienes los atienden, entre muchos otros factores.

La calidad del servicio o producto que se ofrece en el mercado ayudará a determinar el crecimiento económico del proyecto.

2.2.3.4. Promoción y ventas

Según **Rodriguez, (2011)**. Es iniciar o impulsar una cosa o un proceso, procurando su logro el significado aplicado al marketing mix ofrece un campo muy amplio y ambiguo para su empleo ya que todas las políticas de acciones

que se llevan cabo en una empresa tienen como finalidad, al menos indirecta o final la consecución y el intercambio de la rentabilidad de un producto o marca en cuestión.

La promoción de ventas se refiere a la campaña publicitaria de la empresa que hará para llamar la atención del consumidor captando un mayor mercado y poder competir.

2.2.4. Estudio Técnico

Según **Barrietos, (2002)**. Es un proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.

Analiza la parte técnica de la empresa costos gastos localización de la misma Cuidando el presupuesto a invertir para un mejor funcionamiento y desarrollo económico del ente.

2.2.4.1. Técnicas y estimación de costo

Para **William Elin; James, (2004)**. Los modelos de estimación que se estudian en esta sección son aplicables para obtener estimaciones del orden de magnitud y para muchas de semidetalle o presupuesto. Son útiles en la selección inicial de alternativas factibles para un análisis adicional en la fase de diseño conceptual o preliminar de un proyecto. A veces, estos modelos se emplean en la fase de diseño detallado de un proyecto, con la finalidad de reducir el número de estimaciones de ingeniería que se basan en facturas de materiales, costos estándar y otra información de detalle.

Es la utilización de técnicas adecuadas para fijar el precio de un producto o servicio de acuerdo a los estándares del mercado se analiza cada factor para su fijación.

2.2.5. Estudio Económico

Según **Morales, (2011)**. Son erogaciones de dinero orientadas a soportar las operaciones del negocio o a la compra de bienes que son utilizados para la producción, administración o comercialización del o los productos del proyecto.

El estudio económico no es más que al análisis que se le hace a la empresa para saber su salud financiera. Saber cómo administrar cada operación que se registra.

2.2.5.1. Viabilidad

Según **Hamiltón Martín; Paredes Alfredo, (2005)**. La viabilidad o factibilidad de un proyecto de inversión se determina por la posibilidad de implementarlo. Para que el proyecto sea viable tiene que cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales organizacionales, ambientales, financieros y de mercados. Una condición negativa en cualquiera de los aspectos señalados determinará que el proyecto tenga que formularse o que no se lleve a cabo.

El haber seguido todos los pasos de seguridad es importante, durante el proceso para llevar a cabo el proyecto y así este sea viable al momento de ejecutarse.

2.2.5.2. Rentabilidad Económica

Según **AnziL, (2012)**. El beneficio económico, a diferencia del beneficio neto, no tiene en cuenta los impuestos variables, como el impuesto a los ingresos brutos o al valor agregado, ni los intereses de la financiación. El activo total no sólo tiene en cuenta el patrimonio neto, sino también el pasivo.

La rentabilidad económica expresa la eficiencia de una empresa, independientemente de la fuente de los fondos, los costos de financiamiento y de la política tributaria del país.

Mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico respecto al capital total, incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto.

2.2.5.3. Precio por Acción

Según **Anzil, (2012)**. Es una relación entre la cotización de la acción de una empresa y su beneficio anual. Se utiliza frecuentemente para comparar empresas de un mismo sector, en el análisis fundamental.

Los ratios financieros son simplificaciones que no indican la viabilidad financiera de la empresa en el futuro. Generalmente se utilizan varios ratios simultáneamente y se comparan con diferentes períodos de tiempo y con los ratios de otras empresas del mismo sector. Utilizar un ratio por sí solo, sin compararlo con otros períodos u otras empresas, puede llevar a errores. Al mismo tiempo, cuestiones contables puede alterar los ratios significativamente. Por ejemplo, la forma de calcular la depreciación de los activos puede influir en el valor del patrimonio neto y de este modo en los ratios financieros.

2.2.5.4. Depreciación

Según para **Hornigre, (2000)**. Con frecuencia la depreciación se interpreta erróneamente. No es un proceso de evaluación en el lenguaje corriente decimos que el valor del automóvil se deprecia en el sentido que disminuye el valor del mercado. Pero para un contador la depreciación no es una técnica para calcular el valor actual.

La depreciación es uno de los factores principales que distingue la contabilidad de la base devengada de la contabilidad de base efectivo.

También se dice que es la disminución o pérdida del Valor material o funcional de un Activo es proceso lento que se aplica a la hora de brindar información contable.

2.2.5.5. Amortizaciones

Según **Palacios, (2010)**. Dice que es generalmente una operación de pago de una deuda a plazos mediante cuotas periódicas que incluyen intereses convenidos. Financiación de cantidad dinero necesaria para la realización de una actividad o proyecto.

Es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero es un pago que se hace por una deuda con un banco o una entidad que presta dinero para poder financiar.

2.2.6. Análisis Financiero

Según **Ortiz, (2011)**. Es el resultado de varios años de investigación y de las experiencias acumuladas por el autor por el autor e inquietudes surgidas de su actividad en seminarios abiertos, dictados a empresarios colombianos, y de países vecinos y de su cátedra financiera en pregrado y posgrado en distintas universidades, como en la Universidad de los Andes, el Colegio de Estudios Superiores de Administración (Cesa), el colegio mayor de nuestra señora del Rosario, de la Universidad de la Sabana, La Universidad del norte y principalmente la universidad externado del norte de Colombia.

Es el análisis que se hace a la salud financiera de la empresa para conocer su capacidad de pago endeudamiento se los puede conocer mediante los índices financieros que se aplican para poder tomar decisiones adecuadas.

2.2.6.1. Método de valoración de descuento de flujos de caja

Este método es el más utilizado por las compañías, y sin duda el que mejor aceptación tiene. Está basado en las perspectivas de generar flujos de caja en el futuro.

Este es un método muy utilizado por las compañías que quieren saber los resultados y cómo va el funcionamiento de la empresa.

2.2.6.2. Valor Actual Neto

Según **Domingo, (2010)**. Se define como la diferencia de la sumatoria de los beneficios actualizados y los costos actualizados a una tasa de interés fija predeterminada. ·Formula del VAN: El Valor Actual Neto de un proyecto de inversión está dado por la diferencia del valor actual de los beneficios y el valor actual de la inversión, es decir: $VAN = VAB - VAP$.

$$VAN = -A + \frac{FNC1}{(1+K)^1} + \frac{FNC2}{(1+K)^2} + \frac{FNC3}{(1+K)^n} + \dots,$$

Indicador financiero que sirve para conocer si el proyecto es viable evalúa cada factor con determinada precisión brindando información confiable.

2.2.6.3. Beneficio Costo

Según **Domingo, (2010)**. Lo expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en céntimos por cada sol invertido. Note sin embargo, que los resultados obtenidos no se interpretan en forma porcentual si no como centavos por sol invertido. Y dado que este indicador (B/C) deriva del VAN, también requiere la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

$$B/C = \frac{VAN}{VAP}$$

Ayuda conocer cuánto se va obtener de ganancia en cada dólar invertido es un indicador esencial para el desarrollo de un proyecto a futuro, que permite valorar inversiones teniendo en cuenta aspectos, de tipo social.

2.2.6.4. Tasa Interna De Rendimiento (Tir)

Según **Domingo, (2010)**. Consiste en encontrar un tipo de interés mediante el cual se consiga igualar el valor actual neto previsto. A diferencia del VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, y desde la relación de B/C cuyos resultados están expresados en céntimos por cada sol invertido. La TIR expresa la rentabilidad en términos porcentuales.

$$TIR = -A + \frac{FNC1}{(1+r)^1} + \frac{FNC2}{(1+r)^2} + \frac{FNCn}{(1+r)^n} = 0$$

Corresponde al ingreso que se espera recibir durante cada periodo, por aquel proyecto que se lleva en curso.

2.2.6.5. Punto De Equilibrio

Según **Gómez, (2010)**. El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar. En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y los gastos, al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar se produce pérdida.

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

Ayuda a determinar el volumen mínimo de ventas analiza los costos, gastos para saber sus pérdidas y ganancias y el equilibrio en que se encuentra la empresa.

2.2.7. Estados De Resultados

Según **Jimenez, (2012)**. Tienen como uno de sus objetivos principales, el que las inversiones realizadas en sus empresas, generen utilidades, consecuente del crecimiento del patrimonio, que permita el crecimiento de las mismas y su solidificación en el mercado.

Resume y da a conocer la estructura financiera de la empresa mediante ellos se lleva un control estricto de cada operación contable conociendo sus activos y obligaciones financieras de la empresa con los estados de resultados para conocer si hay pérdidas o ganancias durante el ejercicio contable.

2.2.8. Las Imprentas en Ecuador

Para **Definicion, (2015)**. Las imprentas que ofrecen este servicio, no suelen dedicarse a la promoción de las obras, como sí lo hace una editorial, al menos no en forma gratuita; por lo tanto, cuando un escritor se inclina por la auto publicación, debe encargarse de contactar con las librerías para conseguir que incluyan sus libros en sus catálogos, así como de organizar eventos tales como lecturas públicas y de obtener un puesto en la Feria del Libro.

Las imprentas en Ecuador cumplen un función de gran ayuda para los comerciantes razón por la cual se está desarrollando este proyecto de tecnificación de la imprenta Buena Fe con el fin de modernizarse brindando un servicio de calidad a sus cliente manteniéndose en el mercado actual a través de una sana competencia.

2.2.9. Tecnificar

Según **Agramonte, (2012)**. Es la intervención y utilización de herramientas y estrategias técnicas que faciliten las distintas tareas y modifiquen los resultados transformando la naturaleza de los mismos con la finalidad de mejorar los beneficios.

El tecnificar es una forma de utilizar métodos modernos, lo cual permite a toda empresa maximizar sus ganancias con menos riesgos.

2.3. Fundamentación legal

2.3.1. Autorización de apertura y registro

Para **Emprendedores, (2014)**. Para poder realizar una actividad en un local, no basta con acondicionarlo. Las autoridades también vigilan los procesos de trabajo, para proteger a los consumidores.

La autorización de apertura: Es el documento por el que la administración competente confirma que la actividad económica se realiza de acuerdo con unos estándares mínimos de calidad en la fabricación de los productos o en la prestación de los servicio

La inscripción: Un registro es una medida obligatoria para las actividades que puedan tener una importante incidencia en la salud o en la seguridad ciudadana. Este registro es un listado de empresas dependiente del ministerio o de la consejería autonómica competente en la actividad que realicen. El objetivo es tener un mayor control sobre esos negocios, a efectos de inspección.

2.3.2. Requisitos Habituales

La autorización de apertura está ligada al titular, al local y a la actividad. Los aspectos que contempla no se limitan a las condiciones del local: también tienen en cuenta la cuantificación del personal, el cumplimiento de protocolos de trabajo específicos, las buenas prácticas en el trato con el cliente.

2.3.2.1. Impacto ambiental

Para **Emprendedores, (2014)**. Obligatorio para grandes actividades agropecuarias, mineras o industriales, campamentos de turismo, imprentas y centros de reprografía, talleres de vehículos y maquinaria, tintorerías, centros sanitarios y veterinarios, manipulación y distribución de productos químicos o farmacéuticos, actividades contaminantes por ruido..

2.3.2.2. Medidas de seguridad

Según **Emprendedores, (2014)**. Los establecimientos donde se guardan objetos de alto valor o grandes cantidades de dinero pueden ser objeto de asaltos, lo que pondrían en peligro a los trabajadores y consumidores que se encuentren en ellos.

Según el Reglamento de la Seguridad Privada, deben contar con sistemas de vídeo-vigilancia, alarmas y otros sistemas. Para instalarlas, hay que solicitar autorización a la Delegación del Gobierno. Tras las obras, la delegación realizará una inspección y expedirá la autorización. Las medidas de seguridad se revisarán cada tres meses.

2.3.2.3. Registro Patentes

Para **Emprendedores, (2014)**. En algunos casos, la idea de poner en marcha un negocio surge al comprobar las posibilidades de un invento.

2.3.3. Carta Magna

2.3.3.1. Intercambio Económico y Comercio Justo

Art.- 335 El estado regulará, controlará e intervendrá cuando sea necesario en los intercambios y transacciones económicas; y sancionara la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios así como toda forma de perjuicios a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

Para **Ecuador, (2008)**. El estado definirá una política de precios orientadas a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismo de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privado o de abusos de posición de domino en el mercado y otras recticas de competencia desleal.

2.3.3.2. Derecho del buen vivir

Art. 15.- El estado promoverá, en el sector público y privado el uso de tecnología ambiental mentalmente limpia y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzara en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectara el derecho.

Para **Ecuador, (2008)**. Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares descontaminantes, orgánicos persistente altamente tóxico, agroquímicos internacionalmente prohibidos y las tecnologías, agentes biológicos, experimentales nocivos y organismo genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atentamente contra la soberanía o los ecosistemas así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1 Localización de la Investigación

La investigación realizada se la aplicó en el Cantón Buena Fe, que está ubicado en la parte septentrional de la provincia de Los Ríos. El Cantón tiene un acelerado crecimiento poblacional en su área urbana y en el comportamiento dinámico de las principales actividades económicas agropecuarias. Se extiende en una zona muy fértil y rica, en la que ha tomado un gran impulso la agroindustria, sobre todo en la producción de ganado de carne, cacao, Café, palma africana y gran variedad de cultivos de frutas.

3.1.2. Materiales

Para el proceso de desarrollo del proyecto se utilizó los siguientes materiales, los cuales los mencionamos a continuación:

- ❖ Pendrive
- ❖ Impresora
- ❖ Cámara digital
- ❖ Computadora
- ❖ Cds.
- ❖ Esferos
- ❖ Hojas A4
- ❖ Libros
- ❖ Resaltadores
- ❖ Carpetas.

3.1.3. Métodos

Para **Custodio, (2010)**. Es la utilización del pensamiento en sus funciones de deducción, análisis y síntesis, que se aproximan al conocimiento del objeto mediante su observación directa y el uso de la experiencia.

3.1.3.1. Analítico

César, (2006). Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada uno de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.

Sirvió para determinar la competencia que existe con la imprentas de Quevedo y Santo Domingo, cada acción que resulta de la tecnificación para el progreso del Cantón; y la demostración de la hipótesis

3.1.3.2. Deductivo

César, (2006). Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios etc. De aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Hizo posible realizar los estudios en torno a verdades pre-establecidas que se consideran en la investigación, que hizo deducir tanto las conclusiones y recomendaciones en cuanto a la tecnificación de la imprenta Buena Fe.

3.1.3.3 Inductivo

César, (2006). Se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares, aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan, como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

Se realizó la investigación aplicando encuestas y entrevistas a los moradores y empresarios del cantón Buena fe, con el fin de conocer sus opiniones en el proyecto a elaborar. Se observó y se registró estudiando cada hecho para luego ser analizado.

3.2. Tipos de Investigación

3.2.1. Descriptiva

Se logró conseguir con esta investigación una explicación ecuánime en cuanto a la demanda del servicio de imprenta, de manera particular de la competencia que podría tener esta empresa en el Cantón o con las ciudades aledañas como. Quevedo y Santo Domingo.

3.2.2. De campo

Este tipo de investigación permitió obtener datos de personas y autores que estaban abarcadas en el proceso de indagación, incluye la aplicación de encuestas, entrevistas etc., directamente con las personas que reciben el servicio de imprenta.

3.2.3. Bibliográfica

Recolectar datos bibliográficos, cuya búsqueda de información se realizó en fuentes de consulta actualizadas contenidas en el dueño de la imprenta Buena Fe, en revistas científicas, páginas de internet, libros, etc.

3.3. Diseño de Investigación

Procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operatividad e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata.

3.3.1. Exploratoria

Este diseño permite adaptarse, con el tema de investigación “Proyecto de inversión y su incidencia en la rentabilidad para la tecnificación de la imprenta Buena Fe, periodo 2013 – 2017, se logró tener los datos recolectados como referenciales, bibliográficas, entrevistas y cuestionarios hacia personas.

3.3.2. Encuestas

La aplicación de encuestas permitió conocer las necesidades de los demandantes y las falencias de la imprenta, lo cual ayudará a determinar y corregir aplicando las medidas necesarias.

3.3.3. Entrevista

Con la entrevista se obtuvo información proporcionada por el Señor propietario de esta empresa, donde se conoció el tipo de gestión administrativa de la entidad y del proyecto para dotarla de tecnología de punta.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Para el INEC (2010). El Cantón Buena Fe tiene 65.148 habitantes, el 39% vive en el área rural. Su actividad económica primordial es la agropecuaria.

La Cámara de Comercio nacional de Buena Fe, nos indica que la población económicamente activa es de cinco años en adelante lo que suma un total de 15.684. Estas personas se emplean en la construcción, la agricultura y el comercio etc.

3.4.2. La muestra

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

n= muestra

N= Universo 15.684

Z= Nivel de confianza

e= margen de error 5%

q= Probabilidad de no ocurrencia

p= Probabilidad de ocurrencia 50%

3.4.3. Aplicación.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 15.684}{0.05^2(15.684 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.50 \times 0.50 \times 15.684}{0.0025(15.683) + 3.8416 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{15.063}{74.99 + 0.96}$$

$$n = \frac{15.063}{75.95}$$

$$n = 198.32$$

Se efectuaron 198 encuestas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

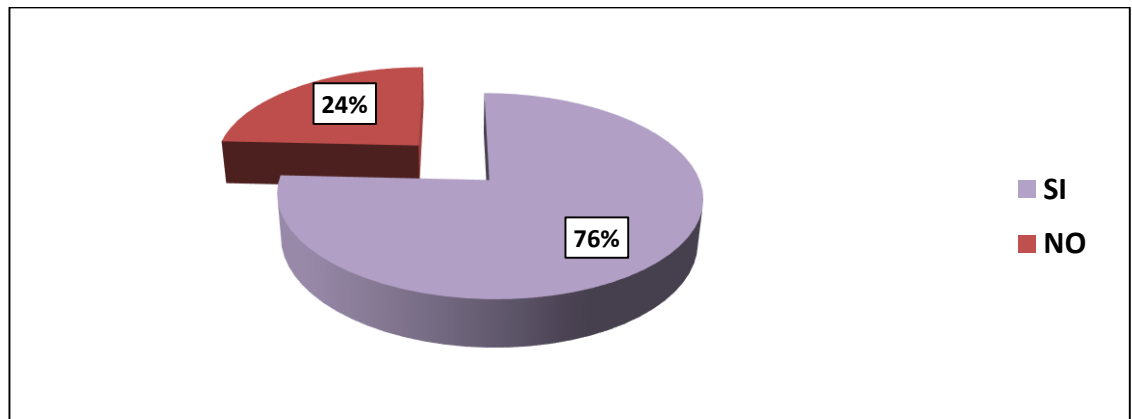
1.- ¿Usted necesita ocasionalmente los servicios de imprenta?

TABLA 1. Servicio de imprenta

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	76%
NO	48	24%
TOTAL	198	100

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 1. Servicio de imprenta



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

El 76% de los encuestados respondió que sí necesita los servicios de imprenta, el 24%, restante contestó que no. Esto indica que aunque no siempre todas las personas ocasionalmente necesitan de los servicios de una imprenta.

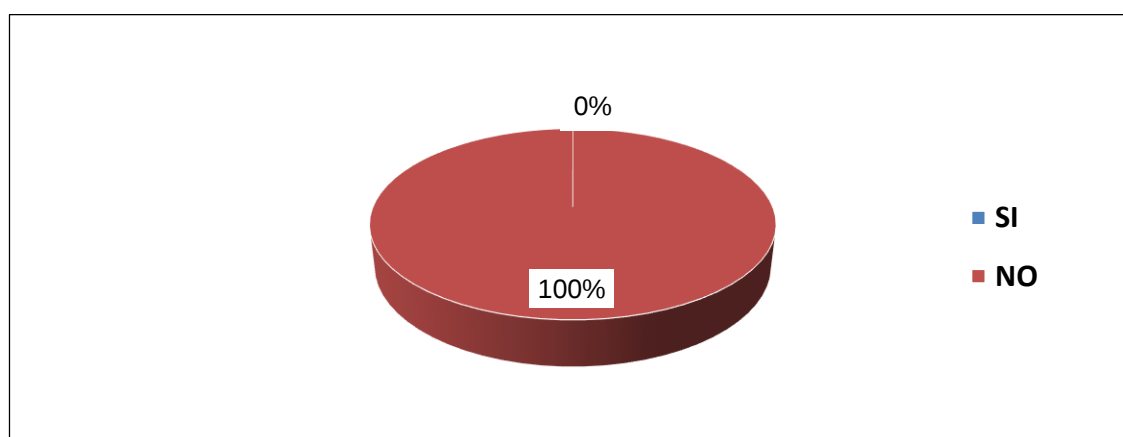
2.- Aparte de la imprenta Buena Fe; ¿Conoce de la existencia de otra empresa de esta índole en el Cantón?

TABLA 2. Existencias de imprenta

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	198	100%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 2. Existencias de imprenta



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

El 100% de los encuestados respondieron que no conocen de la existencia de una imprenta en Buena Fe. Esto muestra que tienen cero competencias en el Cantón, son únicos y por lo tanto deben de entregar un servicio de calidad.

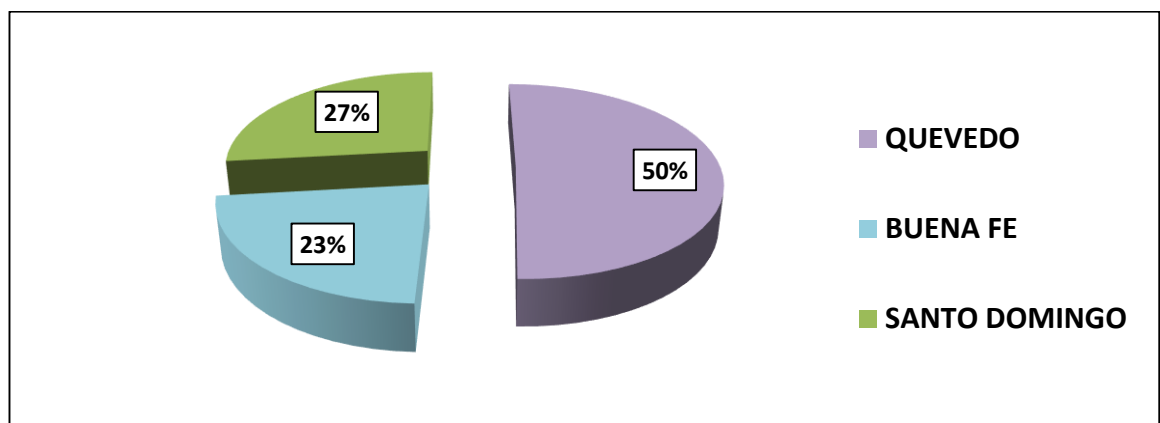
3.- ¿Usted donde contrata los servicios de imprenta que necesita?

TABLA 3. Contratación de servicios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
QUEVEDO	100	50%
BUENA FE	45	23%
SANTO DOMINGO	53	27%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 3. Contratación de servicios



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

El 50% de los encuestados respondió que ellos contratan los servicios de imprenta en Quevedo, 27% en Santo Domingo, y el 23% en Buena Fe. Esto enseña que deben de trabajar más en publicidad y promoción para que los clientes que buscan los servicios, conozcan las bondades y promociones de la empresa.

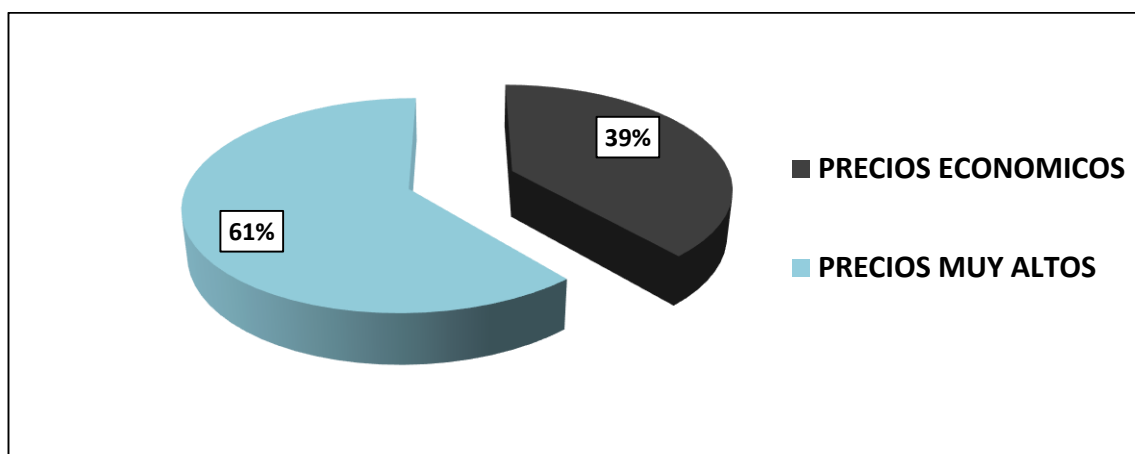
4.- ¿Cómo les parecen los precios donde usted contrata sus servicios de imprenta?

TABLA 4. Precios del servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIOS ECONOMICOS	95	39%
PRECIOS MUY ALTOS	103	61%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 4. Precios del servicio



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

Del total encuestado en 61% dijo que al momento de adquirir los servicios de la imprenta eran muy altos mientras que el 39% argumentó que si hay precios económicos en algunas imprentas pero que son muy pocas.

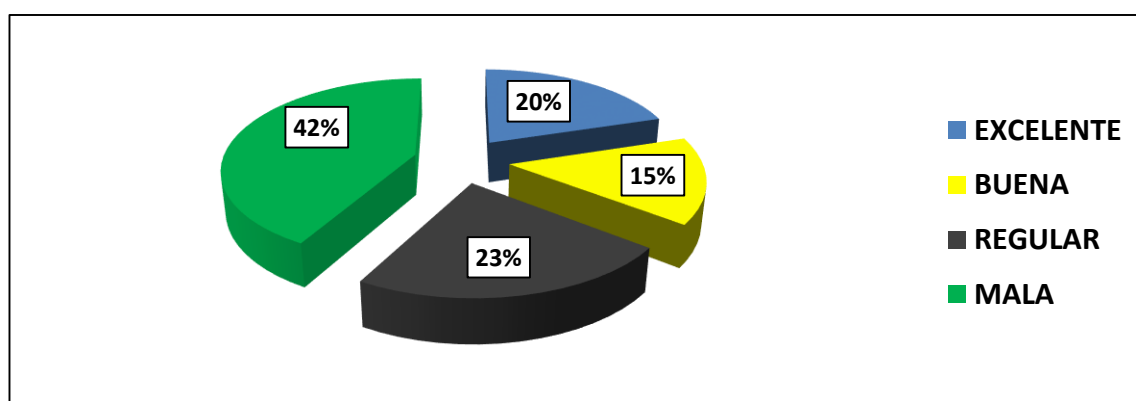
5.- ¿Considera que la calidad del trabajo de la imprenta de su preferencia es?

TABLA 5. Calidad de trabajo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	40	20%
BUENA	30	15%
REGULAR	45	23%
MALA	83	42%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 5. Calidad de trabajo



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

Se realizó la encuesta en la cual se puede observar los siguientes resultados con un 20% dijo que era excelente el 15% argumentó que era buena el 23% dijo que era regular y el 42% dijo que era mala datos que se consideraran a la hora de la toma de decisiones de la empresa.

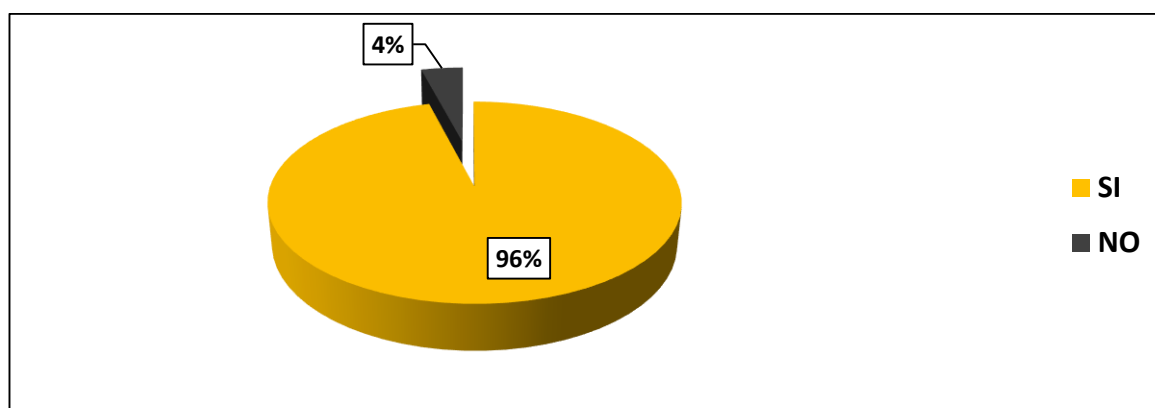
6.- ¿Le gustaría que la imprenta Buena Fe, sea tecnificada con tecnología de punta?

TABLA 6.- Tecnología de punta

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	190	96%
NO	8	4%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 6. Tecnología de punta



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

El 96% manifestó que sí le gustaría que la imprenta Buena Fe, sea tecnificada, y apenas el 4% manifestó que no. Esto indica que la población de la ciudad desea contar con un servicio de imprenta de primera, y este deseo hay que satisfacerlo aprovechando que no tienen competencia en la localidad.

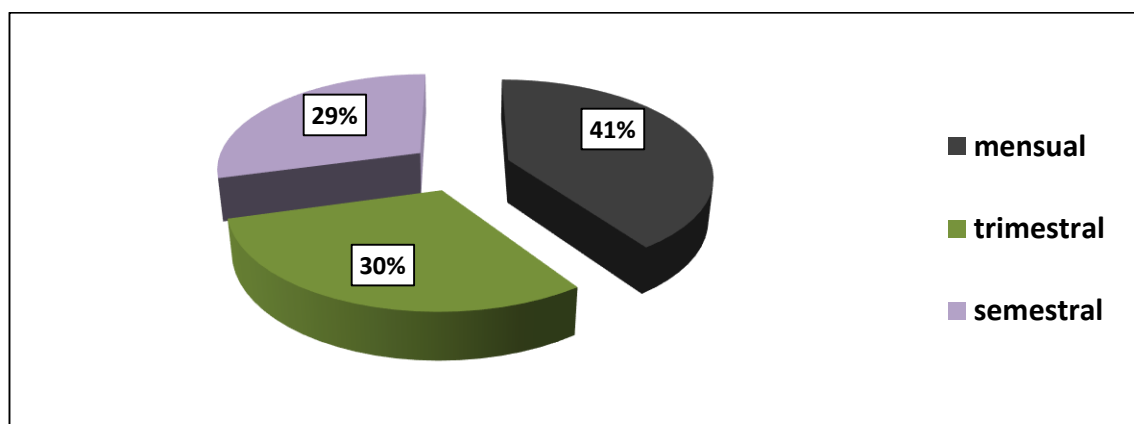
7.- ¿Cuántas veces al año usted contrata los servicios de imprenta?

TABLA 8. Periodos de contratación del servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENSUAL	80	41%
TRIMESTRAL	60	30%
SEMESTRAL	58	29%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 7. Periodos de contratación del servicio



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

Según datos se puede observar que los comerciantes del Cantón Buena Fe, contratan los servicios mensualmente un 41% mientras que el 30% lo hace trimestralmente y un 29% de manera semestral.

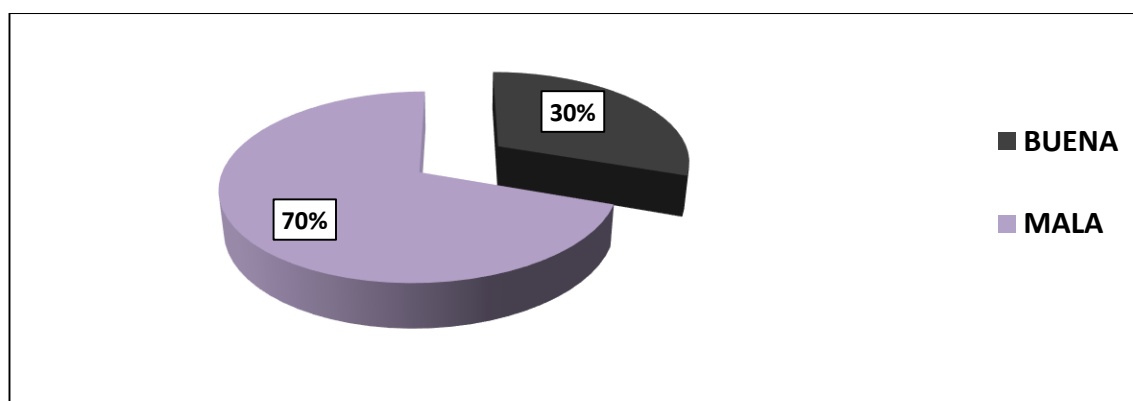
8.- ¿Cómo considera la atención en la imprenta Buena Fe?

TABLA 8. Atención al cliente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA	60	30%
MALA	138	70%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 8. Atención al cliente



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

En esta pregunta el 70% dijo que recibía una mala atención de todas las imprentas por lo general por la demanda de servicios que existen no hacen un trabajo bien elaborado un 30% dijo que si es buena su atención.

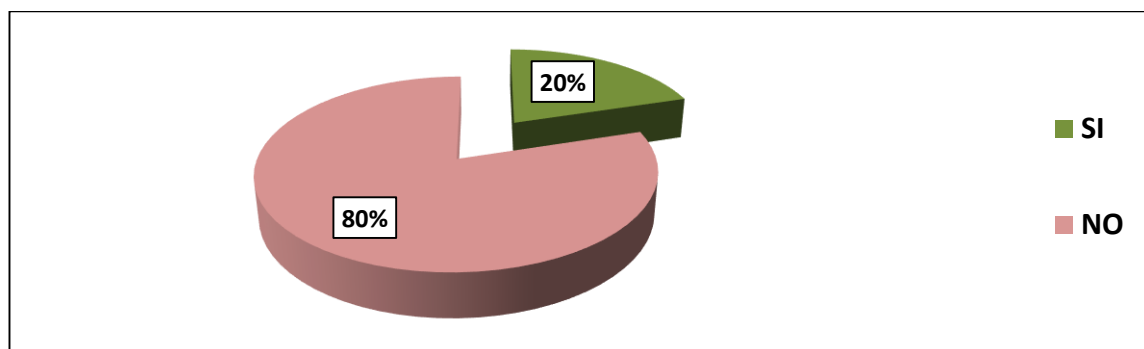
9.- ¿Qué conoce usted de la facturación electrónica?

TABLA 9.-Facturación electrónica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	20%
NO	158	80%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 9. Facturación electrónica



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

El 80% de los encuestados dijo que no conocía la facturación electrónica y que representa muchas dificultades para aprender unos por su edad el 20% dijo que si habían recibido capacitación para aprender a manejar la factura electrónica.

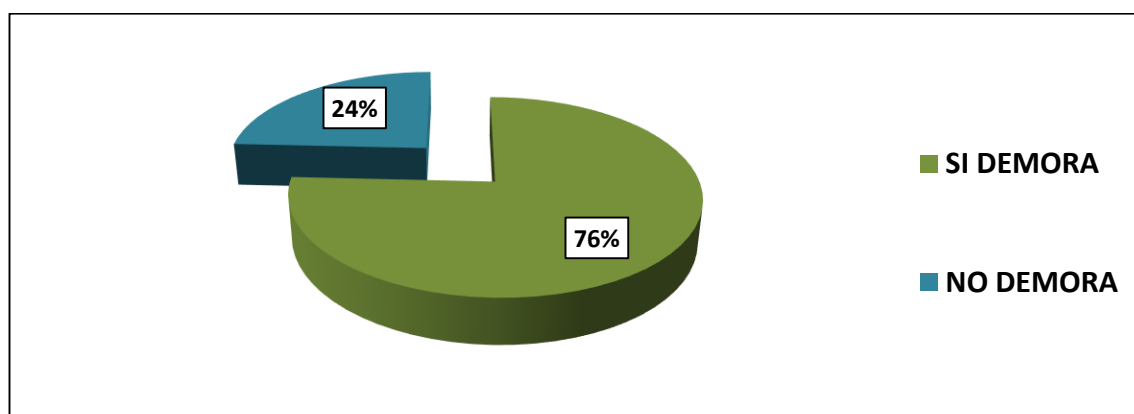
10.- ¿Al momento de requerir sus servicios demora la imprenta para entregarle sus trabajos?

TABLA 10. Demora del servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI DEMORA	150	76%
NO DEMORA	48	24%
TOTAL	198	100%

Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

GRÁFICO 10. Demora del servicio



Fuente: Encuesta de comerciantes del Cantón Buena Fe
Elaborado por: Alexandra Villamar

Análisis:

El 76% de los comerciantes encuestados dijo que si demora la entrega el servicio solicitado a las imprentas mientras que el 24% dijo que no demora.

4.1.1. Resultado del Objetivo 1

4.1.1.1. Estudio de Mercado

La aplicación del estudio de mercado que se realizó, para la elaboración de este proyecto en la tecnificación de la imprenta Buena Fe, fue ejecutado a los comerciantes del Cantón que son los consumidores de este servicio. Con el objetivo de conocer la demanda y sus necesidades, la oferta local para poder ofrecer un mejor servicio de calidad que garantice el trabajo solicitado.

4.1.2. Demanda

Después del estudio efectuado a los comerciantes del cantón Buena Fe, se pudo conocer las necesidades del servicio y la falencia de la imprenta Buena fe con el objetivo de realizar una tecnificación de acuerdo a las necesidades del mercado actual compitiendo con tecnología de punta para brindar un mejor servicio.

4.1.2.1. Demanda Actual

El Cantón Buena Fe posee 65.148 habitantes, por lo tanto el 42 por ciento se encuentran en el área rural, mediante el cual la población económicamente activa (5 años en adelante) tiene un total de 15.684, empleadas en la agricultura, la construcción y el comercio etc.(Según datos del INEC)

Cuadro 11. Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL
15.684 Habitantes

Fuente: Investigación de campo
Elaboración. Autora

4.1.2.2. Demanda Futura

Cuadro 12. Demanda Futura

AÑOS	DEMANDA
Demanda del 2013	15.684 Comerciantes
Demanda del 2014	16.468.20 Comerciantes
Demanda del 2015	17.291.61 Comerciantes
Demanda del 2016	18.156.19 Comerciantes
Demanda del 2017	19.063.10 Comerciantes

Fuente: Investigación

Elaboración. Autora

4.1.3. Oferta

Para tecnificar la imprenta Buena Fe se analizó las necesidades del mercado se evaluó cada factor permitiendo conocer en donde la empresa tiene falencia y poderlas corregir actualmente la imprenta recibe 7800 solicitudes por servicios al año.

4.1.3.1. Oferta actual

La oferta actual de la imprenta buena fe se detalla a continuación

Cuadro 13. Oferta de servicios de la imprenta Buena Fe

OFERTA de la Imprenta Buen fe
7.800 solicitudes de servicio

Fuente: Investigación

Elaboración. Autora

4.1.3.2. Oferta futura de la Imprenta Buena Fe

Cuadro 14. Oferta futura de Imprenta Buena Fe

Nº AÑOS	PROYECCIÓN FUTURA
Oferta futura 2013	7.800 solicitudes de servicios
Oferta futura 2014	8.190 solicitudes de servicios
Oferta futura 2015	8599.50 solicitudes de servicios
Oferta futura 2016	9.029.45 solicitudes de servicios
Oferta futura 2017	9.480.92 solicitudes de servicios

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.3.3. Balance de la Oferta y la Demanda

Se pudo observar mediante el balance de la oferta y demanda la escala significativamente que justifica la tecnificación de la imprenta Buena Fe.

Cuadro 15. Demanda insatisfecha

Periodos	Demanda De Comerciante	Oferta de servicios	Demanda Insatisfecha
2013	15.684 Comerciantes	7.800 Servicios	7.884 Demanda Insatisfecha
2014	16.468.20 Comerciantes	8.190 Servicios	8.278.2 Demanda Insatisfecha
2015	17.291.61 Comerciantes	8.599.5 Servicios	8692.11 Demanda Insatisfecha
2016	18.156.19 Comerciantes	9.029.45 Servicios	9.126.74 Demanda Insatisfecha
2017	19.063.10 Comerciantes	9.480.92 Servicios	9.582.18 Demanda Insatisfecha

Fuente: Investigación

Elaboración. Autora

4.1.4. Publicidad comercial para la Imprenta Buena Fe

Analizando la demanda y oferta en el desarrollo del proyecto se concluyó que con la tecnificación de la imprenta Buena Fe, proyectará una nueva imagen mejorando la calidad de servicio que se ofrece actualmente.

Se difundirá campañas publicitarias dando a conocer el servicio que se ofrece con tecnología de punta mejorando la calidad del servicio que se brindará en el futuro.

Cuadro16: Publicidad Comercial

Medios	Periodos	Costo	TOTAL
Medio Tv OQ	1 año	140.00	1680.00
Medio Tv Rey	1 año	130.00	1560.00
La Hora	1 año	120.00	1440.00
Internet		00.00	0.00.00
TOTAL		390.00	4.680,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.5. Resultado del Objetivo 2

4.1.5.1. Estudio técnico

Para **Mayorga, (2009)**. Estudio Técnico, es la reunión y análisis de la información que permita Verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto. Determinar el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad.

4.1.5.1. Tamaño de la Imprenta Buena Fe

Con la tecnificación de la imprenta se incrementara su tamaño de acuerdo a las maquinarias nuevas que modernizaran los servicios ofertados optimizando tiempo y recursos necesarios.

4.1.5.2. Estimación de los costos de inversión

Se detalla a continuación la inversión requerida de los costos en la tecnificación de la imprenta Buena Fe.

Cuadro 17. Mueble de oficina

Detalle	Cantidad	Costo	Valor Total
Escritorio	1	100.00	100.00
mesas	1	50.00	50.00
Sillas	2	20.00	40.00
Sillas de metal	2	25.00	50.00
Vitrinas	1	90.00	90.00
TOTAL			330.00

Fuente: Investigación

Elaboración. Autora

Cuadro 18. Equipo de cómputo y oficina

Detalle	Costo	costo	TOTAL
Computadora de escritorio	1	700.00	700.00
Impresora Epson	1	200.00	200.00
Teléfono convencional	1	20.00	20.00
Registradora	1	300.00	300.00
TOTAL			1.220.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. Autora

4.1.5.3. Infraestructura física

Con la tecnificación de la imprenta se necesitara de un mayor espacio físico por lo que está considerado en el presupuesto el alquiler de un área más grande adecuada para la instalación de las maquinarias.

Cuadro 19. Alquiler de la imprenta

Detalle	Cantidad m 2	Costo de mes	total
Área de alquiler	280	150.00	1500.00

Fuente: Investigación

Elaboración. Autora

4.1.6. Visión y Misión de la Imprenta Buena Fe

4.1.6.1. Visión

Ser una empresa líder de artes gráficas en el sector empresarial, siendo reconocidos por nuestra alta calidad y tecnología, a través de la mejora persistente y la comunicación eficiente con nuestros clientes y proveedores. Nuestra gente es lo más primordial y nuestro objetivo es crecer y progresar juntos.

4.1.6.2. Misión

Nuestra misión es la de satisfacer todas las expectativas de impresión al cliente, en cuanto a calidad, rapidez y eficiencia de impresión, determinando una relación de amistad y confianza, ofreciendo asesoría, optimizando al máximo sus recursos y tecnología de punta.

4.1.7. Organigrama estructural de la “Imprenta Buena Fe”

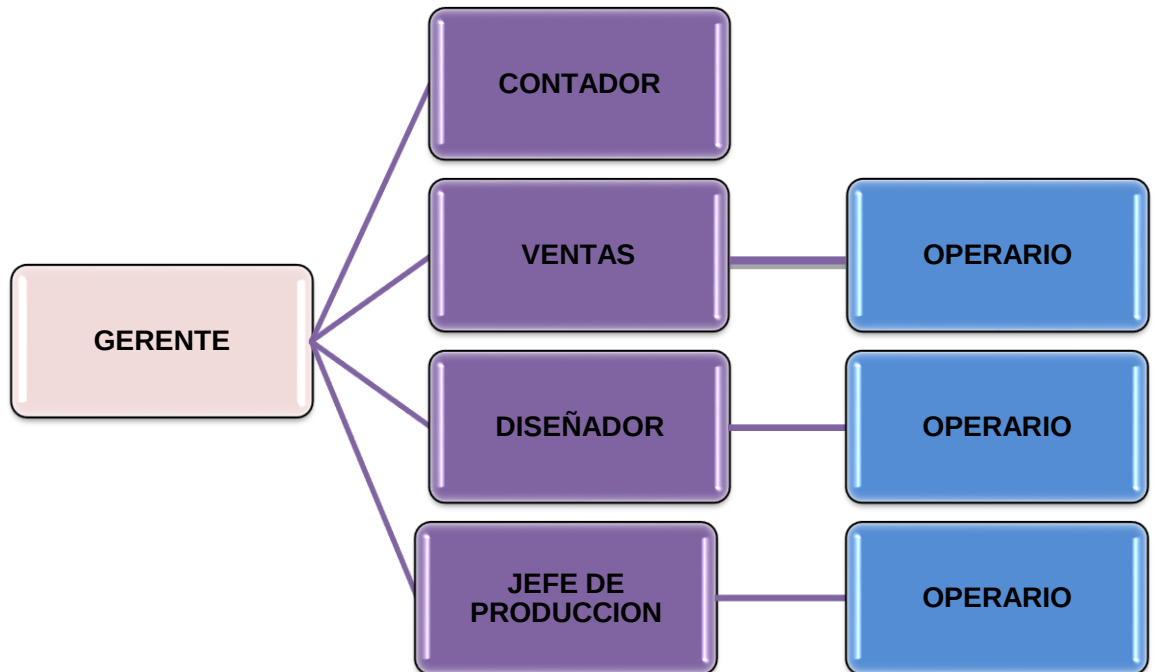


GRAFICO 11. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA IMPRENTA “BUENA FE”

4.1.8. Resultado del Objetivo 3

4.1.8.1. Estudio Económico Financiero

Una vez aplicado el estudio de mercado, con el cual se pudo conocer la demanda y oferta local se aplicó el estudio técnico determinando los costos de inversión se analizará mediante el estudio económico financiero el proyecto de tecnificación de la Imprenta Buena Fe.

Cuadro 20. Inversión de la Imprenta Buena Fe de activo fijo

INVERSIONES FIJAS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Equipo De Computación			
Computadora de escritorio	1	700.00	700.00
Impresora Epson	1	200.00	200.00
Telefono convencional	1	20.00	20.00
Registradora	1	300.00	300.00
Total De Computo Y Oficina			\$1.220.00
Alquiler			
Alquiler de la imprenta	1	150.00	1.800.00
TOTAL			\$ 1.800.00
Muebles De Oficina			
Escritorio de gerente	1	100.00	100.00
Mesas	1	50.00	50.00
Sillas plástico	2	20.00	40.00
	2	25.00	50.00
Sillas de metal	1	90.00	90.00
Archivador			
Total De Muebles de Oficina			\$330.00
Maquinaria para la imprenta			
Máquina de grabado y corte a laser	1	15.000	19.000.00
Impresora láser full color	1	10.00.00	15.000.00
Máquinas xerográficas	1	8.000.00	11.000.00
TOTAL Maquinaria para la imprenta			\$45.000
TOTAL DE INVERSIONES			\$48.330

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

4.1.8.2. Diferidos de la Imprenta

Son los costos y gastos en el transcurso del desarrollo del proyecto

Cuadro 21. Inversiones diferidas

Detalle	Total
Investigación de campo	1.500.00
Capacitación de la Imprenta	2.000,00
Total De Diferidos	\$3.500,00

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

4.1.8.3. Aplicación de las depreciaciones

Se aplicará de acuerdo al método de línea recta

Cuadro 22. Depreciaciones de Activos

Detalle	Valor	Residual	Total Mensual	Total Anual
Mueble de Oficina	330.00	10%	2.75	33.00
Cómputo y Oficina	1220.00	5%	5.08	61.00
Equipo y maquinaria	45.000	10%	375	4.500.00
Arriendo de Imprenta	1800	5%	7.5	90.00
Total de Depreciaciones				4.684.00

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

4.1.8.4. Capital de Trabajo

Es el valor efectivo que se requiere para el desarrollo del proyecto el cual se aplicará mediante un estudio financiero.

Cuadro 23. Capital de trabajo

DETALLE	UNITARIO	TOTAL
fabricación	9.500.00	
Servicios básicos	4.500.00	
Inversiones diferidas	3.500.00	
Publicidad	4.680,00	
Materia prima	69.800	
TOTAL CAPITAL TRABAJO	\$91.980.00	\$48.330
TOTAL INVERSIONES		\$140.310.00

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

4.1.9. Financiamiento del proyecto

Es el valor monetario que ayudara al desarrollo del proyecto normalmente se lo consigue por medio de una institución Financiera.

Cuadro 24. Financiamiento

Financiamiento	140.000.00
----------------	------------

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

4.1.10. Análisis Costos y Gastos

4.1.10.1. Gastos Administrativos

Son los gastos administrativos de la empresa como el pago a personal

Cuadro 25. Sueldos

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	\$ 1200.00	\$ 1260.00	\$ 1323.00	\$ 1389.5	\$ 1.458.97
Diseñador	\$ 750.00	\$ 787.5	\$ 826.87	\$ 868.21	\$ 911.62
operarios	\$425.00	\$446.25	\$ 468.56	\$ 491.99	\$516.59
MENSUAL	\$2.375.00	\$ 2493.75	\$2.618.44	\$ 2.749.36	\$ 2886.83
ANUAL	28.500.00	29.925	31.421.28	32.992.32	34.641.96

Fuente: Investigación

Elaboración. Autora

4.1.10.2. Tabla de amortización

Cuadro 26. Amortización

periodo	Valor de pago	Capital de pago	Interés de pago	Seguro de pago	Pago
1	140,000.00	27.278.86	2,291.71	51.50	29.622.64
2	117,572.88	27.633.76	1937.37	43.52	29.614.67
3	94,790.86	27.994.29	1576.85	35.42	29.606.57
4	71,648.31	28.360.52	1.210.61	27.19	29.598.34
5	48,139.53	28.732.55	838.59	18.84	29.589.98
		140,000.00	7,855.69	178.21	152.962.44

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

4.1.11. Proyección de ingresos y egresos

Es toda la información de carácter monetario que se analizará el proyecto a realizar

Cuadro 27. Ingresos

Detalle		Periodo 1	Periodo 2	Periodo3	Periodo 4	Periodo 5
Venta de servicios de imprenta		7.800	8.190	8.599.5	9.029.47	9.480.94
TOTAL		7.800	8.190	8.599.5	9029.47	9.480.94
Valor promedio del servicio	\$30.5	237.900	249.795	262.284.75	275.398.84	289.168.67

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

4.1.11.1. Egresos

Cuadro 28. Inversión

Detalles	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Inversión	\$140.310.00	\$147.325.5	\$154.691.77	\$162.426.36	\$170.547.68
TOTAL	\$140.310.00	147.325.5	\$154.691.77	\$162.426.36	\$170.547.68

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

Cuadro 29. Imprevistos

Detalles	Total (\$)
Imprevistos	1000,00
Operación y mantenimiento	1000 00
TOTAL	2.000,00

Fuente: Investigación

Elaboración. Autor

Cuadro 30. Gastos

Detalles	Total (\$)
Otros Gastos	\$ 1.900.00
TOTAL	\$ 1.900.00

Fuente: Investigación

Elaboración. Autor

4.1.12. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el balance entre los costos y gastos del proyecto analiza toda la operación aportando información confiable para cualquier toma de decisión.

Cuadro 31. Punto de equilibrio

Gastos Financieros administrativos	\$28.500.00
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 34.306.64
TOTAL	\$ 62.806.64
Costos	\$140.310.00
Imprevistos	\$2.000,00
financieros	\$ 1.900.00
COSTO VARIABLES	\$ 144.210
INGRESOS	\$ 237.900

Fuente: Investigación
Elaboración. Autora

Aplicación:

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

	\$ 62.806.64

	\$ 144.210
1 -	-----
	237.900

62.806.64	62.806.64
-----	-----
1 - 0.6062	0.3938

PUNTO DE EQUILIBRIO = 159.488.67

4.1.13. Evaluación Financiera

Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios.

4.1.13.1. Estado de Resultados

Demuestra el rendimiento económico de las pérdidas y ganancias en una empresa se lo realiza cada cierto tiempo en que son solicitados por los socios de la empresa.

4.1.13.2. Flujos de Efectivos

Es uno de los estados financieros más completos para obtener información de la salud económica de la empresa mediante sus resultados se podrá tomar decisiones adecuadas que no afecten al crecimiento de la empresa.

Cuadro 32. El estado de resultado

	Cuentas	Años				
		2013	2014	2015	2016	2017
	INGRESOS					
(+)	Ingresos	237.900.00	249.795	262.284.75	275.398.84	289.168.67
(=)	Total Netos	237.900.00	249.795	262.284.75	275.398.84	289.168.67
(-)	Gastos	140.310.00	142.325.5	154.691.77	162.426.36	170.547.68
(=)	Utilidad bruta	97.590.00	107.469.5	107.592.98	112.972.48	118.620.99
	GASTOS					
(-)	Remuneración	28.500.00	29.925.00	31.421.28	32.992.32	34.641.96
(-)	Depreciación	4.684	4.684	4.684	4.684	4.684
(-)	Pago por préstamo	29.622.64	29.614.67	29.606.57	29.598.34	29.589.98
	Otros Gastos					
(-)	Imprevistos	3.900	3.900	3.900	3.900	3.900
(=)	Utilidad Operacional	30.883.36	39.345.83	37.981.13	41.797.82	45.805.05
(-)	15% Participación a trabajadores	4.632.50	5.931.87	5.697.17	6.269.67	6.870.75
(=)	Utilidad impuestos	26.250.86	33.613.96	32.283.96	35.528.15	38.934.29
(-)	IR	3.937.63	5.042.09	4.842.59	5.329.22	5.840.14
(=)	Utilidades Netas	22.313.23	28.571.87	27.441.37	30.198.93	33.094.15

Fuente: Investigación de campo

Cuadro 33. Flujo de caja

	CUENTAS	Inversión	Años								
		AÑO 0	2013		2014		2015		2016		2017
A	INGRESOS										
(+)	Ingresos		237.900.00		249.795		262.284.75		275.398.84		289.168.67
(+)	Financiamiento	140.000									
=	Total ingresos		237.900.00		249.795		262.284.75		275.398.84		289.168.67
B	EGRESOS										
	Costo de Inversión inicial										
(-)	Costos Operacionales		140.310.00		142.325.5		154.691.77		162.426.36		170.547.68
(-)	Gasto Administrativos		28.500.00		29.925.00		31.421.28		32.992.32		34.641.96
(-)	Gastos de imprevistos		4.684		4.684		4.684		4.684		4.684
(-)	Pago por préstamo		29.622.64		29.614.67		29.606.57		29.598.34		29.589.98
(=)	Total egresos		203.116.64		206.549.17		220.403.62		229.701.02		239.463.62
C	Impuestos										
(-)	15% impuesto trabajadores		4.632.50		5.931.87		5.697.17		6.269.67		6.870.75
(-)	Impuesto a la renta		3.937.63		5.042.09		4.842.59		5.329.22		5.840.14
(=)	Total Impuestos	140.000	8.570.13		10.973.96		10.539.76		11.588.89		12.710.89
D	Flujo de caja neto (A-B-C)		26.213.23		32.271.87		31.341.37		34.108.93		36.994.16

Fuente: investigación del autor

Elaboración: El autor

4.1.14. VAN

Es un método que se valoran las inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor de los cobros y de los pagos generados por una inversión.

Formula

$$140.000 + \frac{26.213.23}{(1+0.10)^1} + \frac{32.271.87}{(1+0.10)^2} + \frac{31.341.37}{(1+0.10)^3} + \frac{34.108.93}{(1+0.10)^4} + \frac{36.994.16}{(1+0.10)^5}$$

$$\begin{aligned} & -140.000 + 23.830.21 + 26.670.96 + 23.547.24 + 23.296.86 + 22.970.46 \\ & -140.000 + 120.315.73 \end{aligned}$$

$$\text{VAN} = 19.684.27$$

Se obtuvo un valor de 19.684.27 lo que indica que el proyecto de la tecnificación de la imprenta es viable financieramente.

4.1.15. TIR

$$- 140.000 + \frac{26.213.23}{(1+0.10)^1} + \frac{32.271.87}{(1+0.10)^2} + \frac{31.341.37}{(1+0.10)^3} + \frac{34.108.93}{(1+0.10)^4} + \frac{36.994.16}{(1+0.10)^5}$$

$$- 140.000 + 23.830.21 + 26.670.96 + 23.547.24 + 23.296.86 + 22.970.46$$

$$120.315.73 / 140.000$$

$$\text{TIR} = 0.85 \%$$

4.1.16. Beneficio costo

INGRESOS

$$= -140.000 + \frac{237.900}{(1+0,10)} + \frac{249.795}{(1+0,10)^2} + \frac{262.284.75}{(1+0,10)^3} + \frac{275.398.84}{(1+0,10)^4} + \frac{289.168.67}{(1+0,10)^5}$$

$$- 140.000 + 216.272.72 + 206.442.15 + 197.058.41 + 188.101.11 + 179.550.99$$

$$= - 140.000 + 987.425.38 = 847.425.38$$

EGRESOS

$$-140.000 + \frac{140.310.00}{(1+0,1)} + \frac{142.325.5}{(1+0,10)^2} + \frac{154.691.77}{(1+0,10)^4} + \frac{162.426.36}{(1+0,10)^5} + \frac{170.547.68}{(1+0,10)^2}$$

$$140.0000 + 127.554.54 + 117.624.38 + 116.222.22 + 162.427.82 + 105.896.69$$

$$- 140.000 + 629725.65 = 489.725.65$$

$$B/C = \frac{\$847.425.38}{\$489.725.65} = \$1.73$$

4.1.17. Periodos de recuperación de la inversión

Para realizar la recuperación real de la inversión, debemos saber el tiempo que tarda para ser recuperada, tomando como base las cantidades que se forman en cada periodo.

Cuadro 34. Periodos de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJO NETOS	FLUJOS ACUMULADOS	INVERSION
1	26.213.23	26.213.23	140.000,00
2	32.271.87	58.485.10	
3	31.341.37	89.826.47	
4	34.108.93	123.935.40	
5	36.994.16	160.929.56	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración. La autora

58.485.10 **Σ3 años**
\$ 140.000.00 **Inversión**

$$140.000.00 - 58.485.10 = \$ 81.514.90$$

$$140.000.00 / 12 = 11666.6666 \text{ por mes}$$

$$11666 / 81.514.90 = 0.1431$$

$$0.1431 * 30 = 4 \text{ años } 8 \text{ meses } 21 \text{ días.}$$

Mediante el análisis de caja proyectado el tiempo que tomaría en recuperar la inversión es de 4 años, 8 meses y 21 días.

4.2. Discusión

Una vez concluida la investigación sobre el proyecto de inversión y su incidencia en la rentabilidad para la tecnificación de la imprenta “Buena Fe” se discutirá en base a la información financiera brindada por los dueños de la imprenta que se ubica en el cantón Buena Fe.

Para **Hamiltón Martín; Paredes Alfredo, (2005)**. El proyecto de inversión es un conjunto de estudios mediante los cuales se formaliza una idea de negocios que tiene por objeto implementar la producción de un bien o servicio y resolver una necesidad humana. En el país el proyecto de inversión resulta ser positivo esto incluye tanto a los dueños de la imprenta como a los involucrados para la tecnificación de la misma, esto permite que participe en el mercado que se propone para reducir en gran parte la demanda insatisfecha y así lograr que los recursos invertidos den resultados favorables y el proyecto sea factible.

Es erróneo tanto reducir la tecnificación a la adquisición de equipos, como esperar que el resultado de la tecnificación sea el aumento de la eficiencia en todos los sentidos.

Según **Gallardo Cervantes Juan, (2002)**. Se refiere a un conjunto de antecedentes relativos a una serie de cinco aspectos (mercados, técnicos, jurídicos-administrativos, económico-financieros y sociales,) los cuales están interrelacionados entre sí y cuyo análisis y evaluación son necesarios para decidir adecuadamente si se hace o no un desembolso de capital o si se contrata o no una deuda.

El Primer Objetivo. Planteado para elaborar el proyecto de inversión es un estudio de mercado que dio a conocer la demanda existente y la poca oferta actual si bien es cierto al imprenta Buena Fe es conocida en el mercado, tiene muchas falencias que se las puede corregir conociendo las necesidades del consumidor en este caso de los comerciantes del Cantón, para ello el estudio

de mercado aplicado brindará la información adecuada a la hora de tomar la decisión.

Segundo objetivo. Para el conocimiento de costos actuales y la forma en cómo están llevando su control la imprenta Buena Fe nos brindó un informe total de ellos en donde se muestra en forma detallada. Pero no completa.

Para un mejor control que optimice tiempo y dinero se discutió la aplicación de un estudio técnico que estudia y evalúa cada costo y gasto necesario cuidando el presupuesto de inversión, con la tecnificación que se pretende realizar es el método más idóneo para obtener información, se evaluó la localización de la imprenta Buena Fe, en donde queda demostrado que es un proyecto firme, rentable y seguro por el índice económico de crecimiento del Cantón siendo uno de los más alto a nivel Provincial.

Tercer Objetivo. Se conoció los estados financieros de la imprenta Buena Fe mostrados datos positivos, con la tecnificación que se tiene proyectado realizar se discutió sobre la incidencia rentable de la empresa el impacto que ocasionara la tecnificación por eso se sugirió aplicar un estudio económico financiero que analiza estudiando la parte económica de la empresa dando a conocer si el proyecto es rentable o no mediante sus índices financieros.

Aceptación del proyecto de inversión y su incidencia en la rentabilidad de la imprenta Buena Fe.

Con la información expuesta a los dueños de la imprenta Buena Fe mediante los estudios realizados y aplicados, ellos aceptaron que el proyecto de inversión y su incidencia en la rentabilidad para la tecnificación de su imprenta es bueno y consideraran cada sugerencia.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una vez desarrollada la investigación del proyecto de Inversión en la tecnificación y su incidencia en la rentabilidad de la imprenta Buena Fe se concluyó lo siguiente.

El estudio de mercado realizado a los comerciantes del Cantón Buena Fe, demostró que existe demanda por los servicios que ofrece la imprenta con muy poca oferta local, la imprenta Buena fe pretende modernizarse y poder cubrir la demanda existente brindando un servicio de calidad a sus consumidores.

Al realizar el estudio técnico se pudo determinar en hacer un análisis del proceso de producción, tamaño, localización, Maquinarias y equipos, sistemas de control y materia prima para realizar la tecnificación de la imprenta Buena fe y conseguir satisfacer la demanda considerada en el proceso de la planeación.

El estudio económico financiero aplicado al proyecto de inversión demostró ser positivo dando como resultados un **(VAN)** valor actual neto que se ubica en \$ 19.684.27 con **(Tir)** tasa interna de retorno del 85% para el primer año proyectándose con muy buenos rubros a futuro. Así como un **B/C** beneficio costo de \$ 1.73 lo que nos indica que por cada dólar invertido retorna setenta y tres centavos de dólar.

5.2. Recomendaciones

Desarrollar el proyecto de investigación, ya que mediante los estudios pertinentes en la imprenta Buena Fe, se demostró su viabilidad.

Realizar la tecnificación de la empresa ya que un estudio de mercado ayudó a comprobar que la imprenta Buena Fe podrá modernizarse y conocer las falencias del servicio que se brinda en donde se pueda corregir para un mejor futuro ya que se encuentra en un lugar estratégico.

Tomar en cuenta el estudio técnico que analizó cada costos y gastos lo cual se recomienda en cualquier inversión a futuro.

Realizar el estudio económico financiero a la empresa para darnos cuenta que es viable el proyecto y poder garantizar el plazo establecido de recuperación de la inversión inicial.

Elaborar el Proyecto de inversión en la tecnificación de la imprenta Buena fe, no afectaría de manera negativa la rentabilidad de la imprenta, es por eso que se recomienda ejecutarlo.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1 Literatura Citada

Agramonte Pichardo Roberto Daniel. (2012). Definición de tecnificación/ Editorial Diccionario abierto / Edición (2^{da}) / Barranquilla / Pág. 112 / Colombia.

Anzil Carriel Federico Luis. (2012). Zona Económica / Editorial: ESIC / Ediciones Fiscales ISE / La Plata / Diccionario De Economía / Página 220 / Argentina.

Baca Urbina Gabriel Fernando. (2010). Evaluación De Proyectos Estudios De Mercados: Educación, Negocios, Economía y finanzas / Editorial: Mc. Graw-Hill / Edición (4^{ta}) / Montevideo / Pág. 56 / Uruguay.

Barillas López Carlos Roberto. (2011). Estudios de Mercados Editorial Cartago: Ediciones Umbral / Quesada / Pág. 162 / Costa Rica.

Barrientos Calderón Alberto Félix. (2002). Estudio De Factibilidad Para La Introducción De Un Nuevo Servicio / Editorial: Vida / Ediciones Umbral / Monterrey / Pág. 95-96 / México.

Bernal Torres César Augusto. (2006). Metodología e investigación; Editorial: Pearson Educación / Edición (3^{ra}) / Cali / Pág. 112 / Colombia.

Camino Rivera Jaime; Rúa Mencía De Garcillán. (2012). Dirección de marketing, fundamentos y aplicaciones. Editorial ESIC / Edición (2^{da}) / Buenos Aires / Pág. 75-76 / Argentina.

Casado Díaz Belén Ana; Ricardo Rubio Sellers. (2006). Definición de demanda Editorial Universitario / Edición (3^{ra}) / Carmelo / Pág. 55 / Uruguay.

Constitución Del Ecuador. (2008). Constitución Del Ecuador / Editorial Ministerio de Educación / Quito / Pág.89 / Ecuador.

Emprendedores. (2014). Que es el Estudio de Mercado: Ecuador / Editorial Emprendedores / Edición (4^{ta}) / Guayaquil / Pág. 88 / Ecuador.

Emprendedores. (2014). Trámites para abrir un negocio / Editorial Emprendedores / Edición (2^{da}) / Guayaquil / Pág. 105-108 / Ecuador.

Eslava Galán Juan Luis. (2010). La Claves Del Análisis Económico Financiero / Editorial: ESIC / Ediciones Umbral / Arjona / Pág. 55 / España.

Fernández Del Castillo Francisco Armando. (2010). Estudio De Mercado Evaluación De Proyecto / Editorial Monografias.com S.A. / Madrid / Pág.89-90 / España.

Fernández Gómez José Mario. (2010). Herramientas Web Para La Investigación / Editorial: oocities / Ediciones Ecoe / Málaga / Pág. 77 / España.

Flores Fuentes Noé Arón. (2012). Componentes Del Estudio De Mercado; gestión empresarial / Editorial ESIC / Edición (3^{ra}) / Madrid / Pág. 15 / España.

Gallardo Cervantes Juan Miguel . (2002). Evaluación económica y financiera / Editorial Pearson / Edición (2^{da}) / Maracay / Pág. 76 / Venezuela.

Gómez Pallete Felipe Eduardo. (2010). El Punto De Equilibrio / Editorial Gestipolis / Ediciones Fiscales ISEF / Medellín / Pág. 25 / Colombia.

Guzmán Castro Fernando Luis. (2011). Proyecto de inversión para determinar la factibilidad / Editorial Universidad de Veracruz / Edición (2^{da}) / Pág.85-87 / México.

Hamilton García Martin Jose; Pezo Paredes Alfredo Juan. (2005). Formulación y Evaluación de proyectos tecnológicos empresariales / Editorial Convenio Andrés Bello / Edición (3^{ra}) / Bogotá / Pág. 56 / Colombia.

Hernández Moreno José Efraín. (2011). Estudio Técnico Del Proyecto/ Editorial Gestipolis / Edición Cartago / Barranquilla / Pág. 88 / Colombia.

Horngre Charles Foster T. (2000). Contabilidad Financiera / Editorial Pearson. Edición (7^{ta}) / Miami / Pág. 56-57 / Estados Unidos.

Jiménez Angla Jesús Santos. (2012). Estado De Resultado De Pérdidas Y Ganancias / Editorial Gestipolis / Ediciones Umbral / Caracas / Pág. 98/ Venezuela.

Morales Camacho José Luis. (2011). Estudio Financiero / Editorial Educación / Edición (2^{da}) / Mérida / Pág. 75 / Venezuela.

Ortiz Anaya Héctor Edison. (2011). Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera / Editorial Universidad Externado de Colombia. / Pág. 55-59 / Colombia.

Padrón Pulido Pedro Miguel. (2007). El análisis económico financiero en la gestión empresarial / Editorial ESIC / Edición gestión empresarial (3 ed.) / Madrid / Pág. 115 / España.

Palacios Gomero Hugo Andrés. (2006). Fundamentos técnicos de la matemáticas financiera / Editorial PUCP-2006 / Edición (3^{ra}) / Piura / Pág. 58/ Perú.

Peñalver López Juan Daniel. (2010). Estudio De Mercado-Mundo / Editorial Pearson Educación / Edición Negocios (7 ed.) / Naucalpan de Juarez / Pág. 99 México.

Rodríguez Alonso Carlos Enrique. (2011). Estrategias Y Técnicas De Comunicación; Editorial: UOC / Edición (4ta) / Manaos / Pág. 114 / Brasil.

Ruiz Loo German Víctor. (2009). Proyecto De Inversión Educación / Editorial Limusa / Edición D.F / Madrid / Pág. 88 / España.

Sapag Chain Nassir. (2011). Proyecto De Inversión, Formulación y Evaluación / Editorial: María Clara Andrade / Edición (2^{da}) / Concepción / Pág. 112 Chile.

Trespacios Juan Antonio, Bello Acebrón Laurentino, & Vázquez Casielles Rodolfo, (2005). Investigación de mercados / Editorial Paraninfo / Edición (2^{da}) / Madrid / Pág. 110 -112 / España.

Vademecum Pérez Silvio . (2005). Programción lineal y evaluación proyecto de inversión / Editorial ICA / Edición (4^{ta}) / Caracas / Pág. 45 / Venezuela.

Velastegui Javier Wilson. (2011). Diseño Y Elaboración De Proyecto De Inversión / Editorial Educación / Edición (2^{da}) / Quito / Pág. 45-46 / Ecuador.

6.2. Linkografía

[http://www. Definición.](http://www.Definición.) (2015). Imprentas-Ecuador(s/f) &ie=utf-8&oe=utf-8.com (S/F)

[http://www. DOMINGO.](http://www.DOMINGO.) (2010). Valor Actual Neto Y Tasa Interna De Retorno-monografías. Com. (S/F).

[http://www. SAGARPA.](http://www.SAGARPA.) (2012). Definición De tecnificar.gob.mx/.com

CAPÍTULO VII

ANEXOS



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

Preguntas realizadas en las encuestas estadísticas a los comerciantes de la Cantón Buena Fe, sobre el proyecto a ejecutarse de la Imprenta Buena Fe.

1) ¿Usted necesita los servicios de imprenta?

Sí

☐

No

☐

2) Aparte de la imprenta Buena Fe; ¿Conoce de la existencia de otra empresa de esta índole en el cantón?

Sí

☐

No

☐

3) ¿Usted donde contrata los servicios de imprenta que necesita?

Quevedo

☐

Buena Fe

☐

Santo Domingo

☐

4) ¿Cómo les parecen los precios donde usted contrata sus servicios de imprenta?

Módicos

☐

Un poco alto

☐

altos

☐

5) ¿Considera que la calidad del trabajo de la imprenta de su preferencia es?

Excelente ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala ☐

6) ¿Le gustaría que la imprenta Buena Fe, sea tecnificada con tecnología de punta?

Sí ☐ No ☐

7) ¿Cuántas veces al año usted contrata los servicios de imprenta?

Menos de 5 ☐ Menos de 10 ☐ Menos de 14 ☐

8) ¿Cómo considera la atención en la imprenta Buena Fe?

Excelente ☐ Buena ☐ Mala ☐

9) ¿Qué conoce usted de la facturación electrónica?

Mucho ☐ Poco ☐ Nada ☐

10) ¿Los trabajos le entregan con el tiempo acordado?

Sí ☐ No ☐

ANEXO 2

Foto 1. Máquina de grabado y corte a laser, sirve principalmente para imprimir libros.

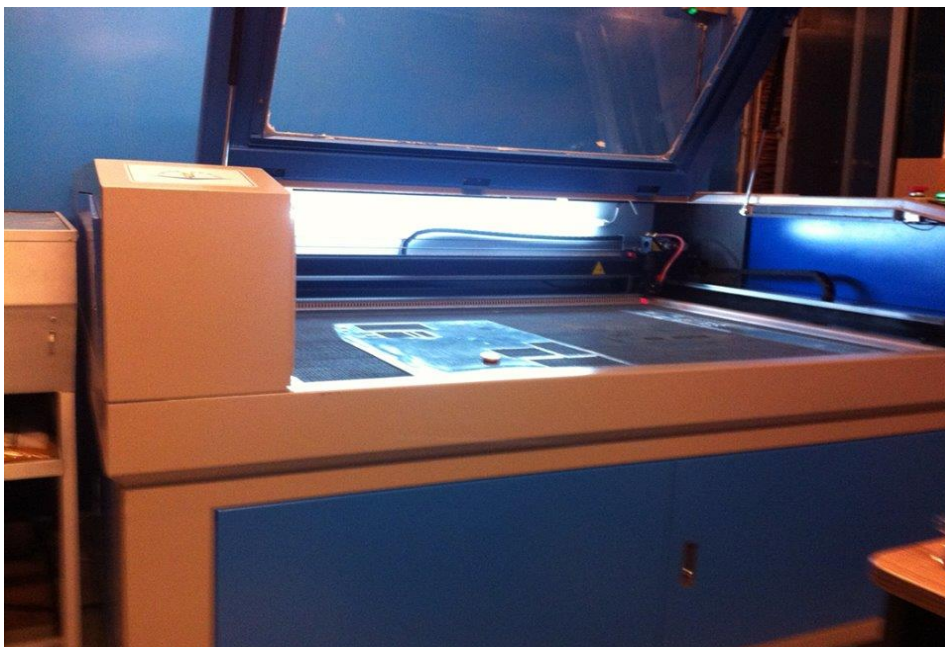


Foto 2. Impresora láser full color que sirve en la impresión de tarjetas y afiches etc.



Foto 3. Modelos de los diseños en tarjetas, afiches etc.



Foto 4. Elaboración de banner y lonas



Anexo 3

Fotos de la encuesta realizadas a los comerciantes del Cantón Buena Fe

