

**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE MICROEMPRESAS**

TESIS DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
SUCURSAL DE SEMIJOYA BELEZA EN EL CANTÓN QUEVEDO**

AUTORA

GARCIA MACIAS ROSA MARIBEL

DIRECTORA

ING. ELSA LEUVANY ALVAREZ MORALES, MSC.

Quevedo - Los Ríos - Ecuador

2011

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE MICROEMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE
SEMIJOYA BELEZA EN EL CANTÓN QUEVEDO

TESIS DE GRADO

Presentada al Honorable Comité Técnico Académico Administrativo de la
Unidad de Estudios a Distancia como requisito previo a la obtención del
título de

INGENIERA EN GESTION EMPRESARIAL

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Ing. Mariana Reyes Bermeo, M.Sc. _____
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Karina Plua Panta, M.Sc. _____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CPA. Irma Ortega Tapia, MSc. _____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Elsa Álvarez Morales, M.Sc. _____
DIRECTORA DE TESIS

Quevedo – Ecuador

2011

CERTIFICACIÓN

Ing. Elsa Álvarez Morales, M.Sc., Directora de la tesis de grado titulada ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE SEMIJOYA BELEZA EN EL CANTÓN QUEVEDO, certifico que la señora egresada GARCIA MACIAS ROSA MARIBEL, ha cumplido bajo mi dirección con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Quevedo, Enero del 2011

Ing. Elsa Álvarez Morales, M.Sc.
DIRECTORA DE TESIS

DECLARACIÓN

Yo, **GARCIA MACIAS ROSA MARIBEL**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, el cual no ha sido presentado por ninguna institución dedicada a la investigación, ni grado o calificación profesional.

Por medio de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Unidad de Estudios a Distancia, según lo establecido por la ley de propiedad Intelectual, por su reglamento y la normatividad institucional vigente.

GARCIA MACIAS ROSA MARIBEL

DEDICATORIA

Dedico esta tesis de grado a Dios por darme salud e inteligencia para formarme como profesional y alcanzar una de mis metas y a mi familia, por su comprensión, y soporte en todo momento de esta etapa de formación académica.

Rosa

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento a las siguientes personas.

A todos los señores Docentes y Tutores que me supieron guiar y de manera especial a las Autoridades de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Ing. M.Sc. Roque Vivas Moreira, Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por el apoyo constante que brinda a la UED.

A la Ing. M.Sc. Guadalupe Murillo de Luna, Vicerrectora Administrativa de la UTEQ, por su labor y gestión académica.

Ing. M.Sc. Williams Burbano Montece, Vicerrector Académico de la UTEQ, por su labor social que realiza en favor de los estudiantes.

Al Ec. M.Sc. Roger Yela Burgos, Director de la Unidad de Estudios a Distancia, por su administración muy acertada por el bien de la UED.

Al Ec. Peggy Laines Segovia. Coordinadora de la Carrera Administración de Empresas por su labor que viene desarrollando.

A la Ing. Elsa Álvarez Morales, M.Sc. Directora de tesis por su apoyo incondicional en concluir este trabajo investigativo.

A mis compañeros que de una u otra forma me brindaron su apoyo.

ÍNDICE

	Pág.
CARATULA	i
MIEMBROS DE TRIBUNAL	ii
CERTIFICACIÓN	iii
DECLARACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.2. Formulación del Problema	3
1.3 Delimitaciones del Problema	3
1.4 Justificación y factibilidad	3
1.5 Objetivos	4
1.5.1 General	4
1.5.2 Específicos	5
Hipótesis	5
II. REVISIÓN LITERARIA	6
2.1. Empresa	6
2.1.1. Definición de empresa	6
2.1.2. Sucursal	6
2.2. Estudio de mercado empresarial	7
2.2.1. Antecedentes del estudio de mercados	8
2.3. Oferta	8
2.4. Demanda	9
2.5. Tamaño de un Proyecto	10
2.6. Localización	10
2.5.1. Macro-Localización	10
2.6.2. Micro-Localización	11
2.7. Ingeniería del Proyecto	11

2.7.1. Producto	11
2.7.1.1. Semijoya Beleza	12
2.7.2. Precio	12
2.7.3. Comercialización	12
2.8. Estudio económico	12
2.8.1. Inversión	13
2.8.2. Activos Fijos	13
2.8.3. Capital de Operación	13
2.8.4. Financiamiento	14
2.8.5. Costos	14
2.8.5.1. Costo de venta	14
2.8.5.2. Costos Fijos	15
2.8.5.3. Costos Variables	15
2.8.6. Depreciación	16
2.8.7. Estado de Resultados	16
2.8.8. Balance General	16
2.9. Evaluación financiera	17
2.9.1. Estado de Flujo de Fondos	17
2.9.2. Estado de Flujo de Caja	17
2.9.3. Beneficio Neto	17
2.8.4. Valor Actual Neto (VAN)	18
2.9.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)	18
2.9.6. Relación Beneficio Costo	18
2.9.7. Tiempo de recuperación del capital	19
2.9.8. Análisis de sensibilidad	19
2.10. Evaluación del impacto Ambiental	20
III. MATERIALES Y MÉTODOS	21
3.1. Localización y duración de la investigación	21
3.2. Materiales y equipos	21
3.3. Métodos	21
3.3.1. Método cualitativo	22
3.3.2. Método cuantitativo	22

3.3.3. Método deductivo	22
3.4. Tipo de investigación	22
3.4.1. De Campo	22
3.4.2. Descriptiva	22
3.5. Técnicas e instrumento de evaluación.	23
3.5.1. Observación participante	23
3.5.2. Encuesta explicativa	23
3.6. Población y muestreo	23
3.6.1. Población	23
3.6.2. Muestra	23
3.7. Procedimiento metodológico	24
3.7.1. Análisis de la oferta y demanda	24
3.7.2. Evaluación financiera	25
3.7.3. Valor Actual Neto (VAN)	25
3.7.4. Tasa Interna de Retorno (TIR).	25
3.7.5. Depreciación.	26
3.7.6. Relación Beneficio Costo (R B/C)	26
IV. RESULTADOS	27
4.1. Diagnostico de impacto	27
4.1.1. Demanda	27
4.1.2. Marca de preferencia	27
4.1.3. Características	28
4.1.4. Preferencia	28
4.1.5. Preferencia por producto	29
4.1.6. Lugar de compra	29
4.1.7. Decisión de compra	30
4.1.8. Ingresos mensuales	30
4.1.9. Procedencia de las semijoyas	31
4.1.10. Forma de pago	31
4.1.11. Inconvenientes	32
4.1.12. Local que comercialice semijoyas	32
4.1.13. Precio de adquisición	33

4.1.14. Uso de semijoya Beleza	33
4.1.15. Empresa que comercialice semijoya Beleza en Quevedo	34
4.1.16. Ubicación	34
4.2. Oferta	35
4.2.1. Sistema de venta	35
4.2.2. Venta de semijoya por marcas	35
4.2.3. La semijoya de mayor venta	36
4.2.4. Lugar donde adquieren la semijoya	37
4.2.5. Sistema de compra	37
4.2.6. Sistema de pago	38
4.2.7. Porcentaje de ganancia	38
4.2.8. Garantía	39
4.2.9. Monto promedio de venta mensual	39
4.2.10. Venta de la semijoya Beleza	39
4.2.11. Productos más vendidos	40
4.2.13. Local	40
4.2.14. Número de empleados	41
4.2.15. Procedencia de las semijoyas	41
4.2.16. Frecuencia de compra	42
4.2.17. Costo por el transporte	42
4.2.18. Gasto mensual de los servicios básicos	43
4.3. Análisis de la demanda y oferta	43
4.3.1. Demanda actual y futura	43
4.3.2. Proyección demanda futura	44
4.3.3. Oferta actual y oferta futura	44
4.3.4. Proyección oferta futura	45
4.3.5. Demanda insatisfecha	45
4.4. Estudio técnico	46
4.4.1. Tamaño y localización	46
4.4.1.1. Tamaño	46
4.4.1.2. Localización	47
4.4.2. Ingeniería del proyecto	48
4.4.2.1. Descripción de la producción del servicio	48

4.2.2.2. Tecnologías: Maquinarias y equipos	49
4.4.2.3. Bienes, servicios y materiales requeridos	49
4.4.2.4. Organización y requerimiento del talento humano	49
4.5. Estudio económico	50
4.5.1. Inversión	50
4.5.2. Capital de operación	51
4.5.3. Ingresos	52
4.5.4. Financiamiento	53
4.5.4.1. Financiamiento con aporte propio	53
4.5.4.2. Financiamiento mediante préstamo	53
4.5.5. Costos	54
4.5.5.1. Costos fijos y variables	55
4.5.6. Punto de equilibrio monetario	56
4.5.7. Estado de resultados	56
4.5.8. Flujo de caja	57
4.6. Estudio financiero	58
4.6.1. Valor actual neto	58
4.6.2. Tasa interna de retorno	58
4.6.3. Relación beneficio costo	58
4.6.4. Análisis de sensibilidad	59
4.6.4.1. Cambio estimado en los precios de venta del servicio	59
4.6. Impacto ambiental	61
V. DISCUSIÓN	62
VI. CONCLUSIONES	64
VII. RECOMENDACIONES	65
VIII. RESUMEN	66
IX. SUMMARY	68
X. BIBLIOGRAFIA	70
XI. ANEXOS	73

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Pág.
1 Demanda actual, año 2011	44
2 Proyección demanda futura, año 2010	44
3 Oferta actual, año 2010	45
4 Proyección oferta futura, año 2010.	45
5 Demanda insatisfecha de semijoyas	46
6 Tabla ponderada de calificación sectorial	48
7 Inversión inicial para el funcionamiento de la sucursal de semijoyas Beleza, Año 2010	51
8 Capital de operación para el funcionamiento de la Sucursal de Beleza. Año 2010	52
9 Ingreso mensual para el funcionamiento de la Sucursal de semijoya Beleza en la ciudad de Quevedo. Año 2010	53
10 Financiamiento para el funcionamiento de la Sucursal de semijoyas Beleza Año 2010	54
11 Amortización de préstamo bancario del proyecto de factibilidad para la creación de una sucursal de semijoya Beleza. Año 2010	54
12 Costos proyectados de comercialización en el proyecto de factibilidad para el funcionamiento de la sucursal de semijoya	

	Beleza. Año 2010	55
13	Punto de equilibrio monetario en el proyecto de factibilidad para el funcionamiento de la sucursal de semijoya Beleza. Año 2010	56
14	Estado de resultados proyectado de comercialización en el proyecto de factibilidad para el funcionamiento de la sucursal de semijoya Beleza. Año 2010	57
15	Flujo de caja proyectado en el proyecto de factibilidad para el funcionamiento de la sucursal de semijoya Beleza. Año 2010	57
16	Flujo de caja con el incremento del 10% en el costo de la mercadería para el funcionamiento de la sucursal de semijoya Beleza. Año 2010	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Pág.
1	Compra semijoyas	27
2	Marca de preferencia	27
3	Características de una semijoya	28
4	Tipo de baño que prefieren	28
5	Preferencia por producto	29
6	Lugar de compra de semijoyas	29
7	Decisión de compra de semijoya	30
8	Ingresos económicos mensuales	30
9	Procedencia de las semijoyas	31
10	Forma de pago preferida	31
11	Inconvenientes que se presentan en la compra	32
12	Local que comercialice semijoyas Beleza	32
13	Precio de adquisición	33
14	Uso de semijoya Beleza	33
15	Empresa que comercialice semijoya Beleza en Quevedo	34
16	Ubicación de la sucursal de Beleza	34

17	Sistema de venta de semijoya	35
18	Porcentaje de venta de semijoya por marcas	35
19	Características de una semijoya	36
20	La semijoya de mayor venta	36
21	Lugar donde adquieren la semijoya	37
22	Sistema de compra	37
23	Sistema de pago a los proveedores	38
24	Porcentaje de ganancia por marca	38
25	Garantía por la comercialización de semijoya	39
26	Venta de Beleza	40
27	Producto de mayor salida	40
28	Local donde exhibe las semijoyas	41
29	Número de empleados	41
30	Procedencia de las semijoyas	42
31	Frecuencia que adquiere las semijoyas	42
32	Costo por el transporte	43
33	Gasto mensual de los servicios básicos	43

34	Macrolocalización de la sucursal de semijoya Beleza	47
35	Distribución espacial de la sucursal de semijoyas Beleza	48
36	Proceso de oferta de venta de la sucursal de semijoyas Beleza	49
37	Estructura organizacional	50