UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

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

Título del Proyecto de Investigación:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS PREPAGADOS CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015"

Autora:

Patricia Elizabeth Páez Paredes

Director de Proyecto de Investigación:

Ing. Carlos Villacís Laínez MSc.

Quevedo– Los Ríos – Ecuador

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Patricia Elizabeth Páez Paredes,**declaro que la investigación aquí descrita es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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

Patricia Elizabeth Páez Paredes

C.I. 120647044–3

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, **Ing. Carlos AlexisVillacís Laínez MSc.,** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la estudiante **Patricia Elizabeth Páez Paredes.,** realizó el Proyecto de Investigación de grado titulado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS PREPAGADOS CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015"**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración Financiera,** bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Carlos Alexis Villacís Laínez MSc.
DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

PARA: Lcdo. Edgar Pastrano – Decano de la FCE

DE: Ing. Carlos Villacís Laínez – Tutor

ASUNTO: Informe Final Urkund.

FECHA: 29/10/2015

Adjunto al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS PREPAGADOS CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015", de la egresada PÁEZ PAREDES PATRICIA ELIZABETH previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera el cual fue elaborado bajo mi dirección según lo asignado en la **ACTA DE RESOLUCIÓN SEGUNDA** con fecha 26-06-2015, el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de **URKUND**, el cual avala los niveles de originalidad de un **97%** y de similitud **3%,** del trabajo investigativo.

URKUND

Document	Patty Páez.pdf (D15915313)
Submitted	2015-10-29 12:05 (-05:00)
Submitted by	jennyaguilar1983@hotmail.com
Receiver	cvillacis.uteq@analysis.urkund.com
Message	tesis Paty Paez Show full message

3% of this approx. 13 pages long document consists of text present in 2 sources.

Ing. Carlos Alexis Villacís Laínez MSc.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

"Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios prepagados cantón Quevedo año 2015"

Presentado al Consejo Académico de la Facultad como requisito previo a la obtención del título de Ingeniara en Administración Financiera.

Aprobado por:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
Ing. Enrique Vásquez Aguirre MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL
Ing. Enrique Intriago Zamora MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL
Ing. Silvia Jaramillo MielesMSc.

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero dar gracias infinitas al creador de todas las cosas Dios, por darme fuerza, valor y sabiduría para superar los obstáculos que se presentan en la vida y hacer realidad este gran sueño anhelado, ya que sin él todo esfuerzo sería imposible de lograrlo.

A mis queridos y amados padres por ser los pilares fundamentales y ejemplos a seguir, gracias por sus esfuerzos y sabios consejos que cada día me impulsan a seguir adelante orientándome por el camino correcto, enseñándome buenos hábitos y valorespara ser de mí una persona de bien.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmentey a sus distinguidos docentes por impartir sus sabios conocimientos.

A mi director de proyecto de investigación Ing. Carlos Villacís Laínez MSc., quien con su experiencia ha sido una guía idónea e indispensable en el proceso y culminación del mismo.

Y por último agradezco a mis familiares y amigos quienes con su calidad humana me han brindado su amor, cariño y comprensión siendo parte fundamental en mí,motivándomea que este sueño se haga una realidad.

Muchas Gracias.

DEDICATORIA

Dedico este Proyecto de Investigaciónprimeramente a Dios por darme lo más sagrado que existe en el mundo La Vida, por haberme brindado salud, fortaleza y sabiduríapara alcanzar todas mis metas, ya que con su infinita misericordia me ha bendecido para seguir adelante,venciendo todos los obstáculos que se imponen en el camino, lo cual me ha permitido valorarlo cada día más.

A mis padres Víctor Páez y Carlota Paredes, porque son mis fuentes de inspiración y ejemplos dignos de superación a seguir, porque gracias a todo su infinito amor, esfuerzo y sacrificio que hicieron me ayudaron a seguir adelante en mi vida profesional, inculcándome valores y principios los cuales me han ayudado a cumplir mis sueños, demostrándome que con humildad, paciencia y sabiduría todo en esta vidase puede lograr.

A mis hermanas Cristina e Isabel, por ser mis cómplices y amigas verdaderas que con su amor y apoyo incondicional supieron bridarme palabras de aliento y consejos sabios en los momentos más difíciles de mí existencia,ya que ustedes son un ejemplo claro y digno a seguir, mil gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y anhelo de triunfo en la vida.

A mi novio por ser mi gran amigo y estar siempre presente en todos los momentos buenos y malos dándome cariño, comprensión y apoyo incondicional para seguir adelante y cumplir con otra etapa de mi vida, gracias por todo el amor que siempre me brindas.

A todos ustedes espero jamás defraudarlos de ninguna manera y contar siempre con su gran apoyo y sinceridada lo largo de mi vida, dándoles a saber que siempre también contaran conmigo.

Patricia Páez Paredes

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios prepagados de electricidad, gasfitería, albañilería y pintura en el cantón Quevedo año 2015, está enfocado en satisfacer una demanda desatendida con el propósito de brindar un servicio de calidad a los usuarios que lo soliciten.

El cantón Quevedo cuenta con una población de 173.575 habitantes, su desarrollo económico y productivo ha sido muy notorio, convirtiéndolo en uno de los primeros en crecer financieramente a nivel regional, en la actualidad enQuevedo se encuentran localizadas un gran número de empresas y microempresasde excelente producción, comercialización y de servicios, las cuales activan el comercio del cantón beneficiándose de manera directa e indirecta, generando fuentes de trabajo para satisfacer adecuadamente la demanda local y contribuyendo de esta forma en la economía del país.

La empresa de multiservicios prepagados“BARQUIN” se localizará en el cantón Quevedo y pretende captar la atención del consumidor a través de diferentes servicios que ofrecerá caracterizándose por su responsabilidad y calidad. Para ello se ha propuesto realizar un estudio de mercado para conocer las diferentes necesidades que tienen los clientes y poder satisfacerlas.

El mercado al que se dirige la empresa “BARQUIN”actualmente es un mercado exigente donde la calidad sobresale para seguir compitiendo, la empresa realizarápromociones publicitarias de trabajo, que harán notoria su participación en el mercado actual.

Se planteó un estudio técnico con el cual se elaboró el presupuesto necesario para la puesta en marcha del proyecto, donde se incluyen los equipos necesarios,la empresa “BARQUIN” presenta índices de rentabilidad favorables por lo que se le pronostica un excelente futuro que se logrará con una buena administración y control en todas sus áreas.

Palabras Claves:

Estudio de Factibilidad,Empresa, Multiservicios,Estudio de Mercado, Estudio Técnico.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The feasibility study for the creation of a company of prepaid multi electricity, plumbing, masonry and painting in the Quevedo canton 2015, is focused on meeting demand unattended with the purpose of providing quality service to users on request.

The Quevedo canton has a population of 173.575 inhabitants, economic development, and production has been very noticeable, making it one of the first to grow financially at the regional level, currently in Quevedo are located a large number of businesses and microenterprises excellent production, marketing and service, which activate the canton trade to benefit directly and indirectly creating jobs to adequately meet local demand and thus contributing to the country's economy.

The company prepaid multiservice “BARQUIN” is located in the canton Quevedo and aims to capture consumer attention through different services that offer characterized by responsibility and quality. To this end, it has proposed a market survey to meet the different needs that customers and to satisfy them.

The market that the company “BARQUIN” targets is currently a where quality stands to continue competing demanding market, the company will work advertising promotions that will make known his participation in today's market.

A technical study which necessary for the implementation of the project, where the necessary equipment is included budget is prepared arises, the company “BARQUIN” presents rates favorable yield what is forecast excellent future will be achieved with good management and control in all areas.

Keywords:

Feasibility Study, Company, Multi, Market Research, Technical Study.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido **Pág.**

Portada…… i
Hoja en blanco ii
Declaración de Autoría y Cesión de Derechos iii
Certificación de Culminación del Proyecto de Investigación iv
Certificado del Reporte de la Herramienta de Prevención de Coincidencia y/o Plagio Académico v
Certificado de Aprobación por Tribunal de Sustentación vi
Agradecimiento vii
Dedicatoriaviii
Resumen Ejecutivo y Palabras Claves ix
Abstract and Keywords x
Tabla de Contenido xi
Código Dublin xxii
Introducción 1
CAPÍTULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 3
1.1. Problema de Investigación 4
1.1.1. Planteamiento del Problema 4
1.1.1.1. Diagnóstico 5
1.1.1.2. Causas 5
1.1.1.3. Efectos 6
1.1.1.4. Pronóstico 6
1.1.2. Formulación del Problema… 6
1.1.3. Sistematización del Problema 6
1.2. Objetivos... 7
1.2.1. Objetivo General. 7
1.2.2. Objetivos Específicos 7
1.3. Justificación 7
CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN 9
2.1. Marco conceptual 10
2.1.1. Estudio de Factibilidad 10

2.1.1.1. Presentación de un Estudio de Factibilidad… 11
2.1.1.2. Recursos de los Estudios de Factibilidad…..... 11
2.1.1.3. Factibilidad Operativa…..... 12
2.1.1.4. Factibilidad Técnica..... 12
2.1.1.5. Factibilidad Económica 12
2.1.2. Proyectos..... 12
2.1.2.1. Factibilidad del Proyecto Empresarial..... .13
2.1.2.2. Viabilidad Legal ..... .13
2.1.2.3. Viabilidad Técnica..... 14
2.1.2.4. Viabilidad Financiera..... 14
2.1.2.5. Viabilidad de Gestión 15
2.1.2.6. Viabilidad Económica ..... .16
2.1.2.7. Viabilidad Institucional ..... .16
2.1.2.8. Viabilidad Medioambiental ..... .16
2.1.3. Proyectos Financieros..... .17
2.1.4. Planes Estratégicos y Operativos..... .17
2.1.4.1. Planes de Negocios..... .18
2.1.4.2. Diagnóstico Empresarial e Implementación de Mejoras ..... .18
2.1.5. Estudio de Mercado ..... .19
2.1.5.1.Objetivos del Estudio de Mercado 19
2.1.5.2. La Oferta..... .20
2.1.5.3. La Demanda..... 21
2.1.5.4. Niveles de Precio y Calidad..... .22
2.1.6. Estudio Técnico 22
2.1.6.1 Localización..... 22
2.1.6.2. Costos..... .23
2.1.7. Análisis FODA 23
2.1.7.1. ¿Qué es un Diagnóstico?..... 24
2.1.7.2. Importancia del Análisis FODA para la Toma de Decisiones en las Empresas25
2.1.8. Análisis Financieros..... 26
2.1.8.1. Administración Financiera..... 26
2.1.8.2. Activo Fijo 27
2.1.8.3. Activo Diferido 27
2.1.8.4. Capital de Trabajo..... 27

2.1.8.5. Estado de Resultados 27
2.1.8.6. Valor Actual Neto 28
2.1.8.7.Tasa Interna de Retorno 28
2.1.8.8. Relación Beneficio Costo 28
2.2. Marco referencial 29
2.2.1. Estudio Integral de Factibilidad de Proyectos de Inversión 29
2.2.1.1. Evaluaciones de Proyectos 29
2.2.2. Estudio de Factibilidad de Mercado 29
2.2.2.1. Aspectos a tener en cuenta al hacer el Estudio de Mercado 30
2.2.2.2. Análisis de la Competencia 31
2.2.2.3.Técnicas para el Análisis de la Competencia 31
2.2.2.4. Segmentación de Mercado 32
2.2.2.5. Estrategias de Segmentación de Mercado y Posicionamiento 32
2.2.2.6. Estrategia de Mercadotecnia 33
2.2.3. Costos Empresarios 33
2.2.3.1. Clasificar a los Costos 34
2.2.4. Las Empresas Multiservicios en el Ecuador 34
2.2.5. La Toma de Decisiones en las Organizaciones 35
2.2.6. Análisis Financiero y Punto de Equilibrio 35
2.2.6.1. Análisis de Liquidez y Solvencia Financiera 36
2.2.6.2. Análisis de Productividad de los Negocios 36
2.2.6.3. Punto de Equilibrio 37
2.2.6.4. Riesgo y Análisis de Sensibilidad 37
2.2.6.5. Análisis de Sensibilidad 38
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 39
3.1. Localización 40
3.2. Tipo de investigación 40
3.2.1. Investigación Exploratoria 40
3.2.2. Investigación Diagnóstica 40
3.3. Métodos de investigación 40
3.3.1. Método Inductivo 41
3.3.2. Método Deductivo 41
3.3.3. Método Analítico 41
3.4. Fuentes de recopilación de información 41

3.4.1. Fuentes Primarias 41
3.4.2. Fuentes Secundarias 41
3.5. Diseño de la investigación 42
3.5.1 Diseño no Experimental 42
3.5.2. Población y Muestra 42
3.5.2.1. Población 42
3.5.2.2. Muestra 43
3.6. Instrumentos de investigación 44
3.6.1. Encuesta 44
3.7. Tratamiento de los datos 44
3.8. Recursos humanos y materiales 44
3.8.1. Recursos Humanos 45
3.8.2. Recursos Materiales 45
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN 46
4.1. Resultados 47
4.1.1. Estudio de Mercado 61
4.1.1.1. Demanda Actual 61
4.1.1.2. Demanda Futura 61
4.1.1.3. Oferta Actual 62
4.1.1.4. Oferta Futura 63
4.1.1.5. Demanda Insatisfecha 63
4.1.2. Logotipo 64
4.1.3. Eslogan 64
4.1.4. Marketing Mix 64
4.1.4.1. Servicios de la Empresa 64
4.1.4.2. Calidad en los Servicios 65
4.1.4.3. Precio 65
4.1.4.4. Distribución 65
4.1.4.5. Promoción 66
4.1.4.6. Publicidad 66
4.1.5. Estudio Técnico 66
4.1.5.1. Localización del Proyecto 66
4.1.5.2. Macro Localización 67
4.1.5.3. Micro Localización 67

4.1.5.4. Distribución en Instalaciones de la Empresa 67
4.1.6. Matriz FODA 67
4.1.7. Estructura Organizacional de la Empresa 68
4.1.7.1. Base Filosófica 68
4.1.7.2. Misión 68
4.1.7.3. Visión 69
4.1.7.4. Valores Corporativos 69
4.1.8. Organigrama Estructural 69
4.1.9. Estudio Económico 70
4.1.9.1. Costos de Inversión 70
4.1.9.2. Alquiler del Local 72
4.1.9.3. Vehículo 72
4.1.9.4. Suministros de Limpieza 73
4.1.9.5. Activos Diferidos 73
4.1.9.6. Presupuesto de Inversión de Activos Fijos 76
4.1.9.7. Activos Diferidos 77
4.1.9.8. Depreciaciones 77
4.1.9.9. Capital de Trabajo 78
4.1.9.10. Financiamiento del Proyecto 78
4.1.9.11. Amortización del Préstamo 79
4.1.9.12. Gastos Administrativos 80
4.1.9.13. Proyección de Ingresos y Egresos 81
4.1.9.14. Proyección de Ingresos 81
4.1.9.15. Proyección de Egresos 82
4.1.9.16. Costos Fijos y Costos Variables 83
4.1.9.17. Punto de Equilibrio 84
4.1.10. Evaluación Financiera 85
4.1.10.1. Estado de Resultados Proyectado 85
4.1.10.2. Flujo de Caja Proyectado 87
4.1.10.3. Valor Actual Neto 88
4.1.10.4. Tasa Interna de Retorno 89
4.1.10.5. Relación Beneficio Costo 89
4.1.10.6. Período de Recuperación 90
4.2. Discusión 91

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 95
5.1. Conclusiones 96
5.2. Recomendaciones 97
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA..... 98
6.1. Literatura Citada 99
CAPÍTULO VII ANEXOS 101

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros Pág.

1. Recursos materiales 45
2. Actividad laboral 47
3. Ingresos mensuales 48
4. Tipos de servicios 49
5. Utilización de servicios 50
6. Opinión de las empresas de multiservicios 51
7. Servicios que conoce 52
8. Emergencia en reparaciones 53
9. Satisfacción del servicio 54
10. Creación de una empresa de multiservicios 55
11. Ubicación de la empresa de multiservicios 56
12. Precio del servicio 57
13. Aceptación del servicio 58
14. Servicios de la empresa multiservicios 59
15. Medios de publicidad 60
16. Demanda Actual 61
17. Demanda Futura 62
18. Oferta Actual 62
19. Oferta Futura 63
20. Demanda Insatisfecha 63
21. Matriz FODA 68
22. Muebles de Oficina 71
23. Equipos de Computación y Oficina 71
24. Publicidad 72
25. Alquiler 72
26. Vehículo 72
27. Suministros de Limpieza 73
28. Activos Diferidos 73
29. Otros Activos 73
30. Servicios Básicos 74

31. Uniformes Corporativos 74
32. Costos de Materiales para los Servicios 75
33. Presupuesto de Inversión de Activos Fijos 76
34. Activos Diferidos 77
35. Depreciaciones 77
36. Capital de Trabajo 78
37. Financiamiento del Proyecto 79
38. Amortización del Préstamo 80
39. Sueldos del Personal 80
40. Suministros de Oficina 81
41. Gastos Financieros 81
42. Proyección de Ingresos 82
43. Proyección de Egresos 82
44. Imprevistos 83
45. Costos Indirectos Generales 83
46. Cotos Fijos y Costos Variables 84
47. Estado de Resultados Proyectado 86
48. Flujo de Caja Proyectado 87
49. Período de Recuperación 91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos **Pág.**

1. Actividad laboral 47

2. Ingresos mensuales 48

3. Tipos de servicios 49

4. Utilización de servicios 50

5. Opinión de las empresas de multiservicios 51

6. Servicios que conoce 52

7. Emergencia en reparaciones 53

8. Satisfacción del servicio 54

9. Creación de una empresa de multiservicios 55

10. Ubicación de la empresa de multiservicios 56

11. Precio del servicio 57

12. Aceptación del servicio 58

13. Servicios de la empresa multiservicios 59

14. Medios de publicidad 60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras **Pág.**

1. Canales de Distribución de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN 65

2. Organigrama Estructural de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN 70

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos **Pág.**

1. Encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Quevedo 102

2. Tabla de Niveles de Confianza 104

3. Logotipo y Eslogan de la Empresa 105

4. Imágenes de los servicios que ofrecerá la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN 106

5. Localización de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN 108

6. Diseño de la Distribución de la Empresa 109

7. Fotografías 110

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
Título:	"Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios prepagados cantón Quevedo año 2015."		
Autora:	Páez Paredes Patricia Elizabeth.		
Palabras claves:	Estudio de Factibilidad	Estudio de Mercado	Estudio Técnico
Fecha de publicación:	29– Octubre– 2015.		
Editorial:	Quevedo: EPN, 2015.		
Resumen: (hasta 300 palabras)	**Resumen.-** El estudio de factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios prepagados deelectricidad, gasfitería, albañilería y pintura en elcantón Quevedo año 2015, está enfocado en satisfacer una demanda desatendida con el propósito de brindar un servicio de calidad a los usuarios que lo soliciten. El cantón Quevedo cuenta con una población de 173.575 habitantes, su desarrollo económico y productivo ha sido muy notorio, convirtiéndolo en uno de los primeros en crecer financieramente a nivel regional, en la actualidad en Quevedo se encuentran localizadas un gran número de empresas y microempresas de excelente producción, comercialización y de servicios, las cuales activan el comercio del cantón. **Abstract.-The feasibility study for the creation of a company of prepaid multi electricity, plumbing, masonry and painting in the Quevedo canton 2015, is focused on meeting demand unattended with the purpose of providing quality service to users on request. The Quevedo canton has a population of 173.575 inhabitants, economic development and production has been very noticeable, making it one of the first to grow financially at the regional level, currently in Quevedo are located a large number of businesses and microenterprises excellent production, marketing and service, which activate the canton.**		
Descripción:	134hojas: dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162.		
URI:			

Introducción

Las principalesempresas están localizadas en las ciudades más grandes de nuestro país como Quito, Guayaquil y Cuenca debido a la falta de empuje del sector públicoy privado.Es muy escasa la inversión que se hace en la Provincia de Los Ríos lo cual limita la inversión y el desarrollo empresarial aumentando el desempleo y la migración a otras provinciaspor parte de la población.

Actualmente la Provincia de Los Ríos alejada de los denominados “polos económicos” se ha destacado por presentar un buen crecimiento económico al ser una de las provincias más productivasa nivel agrícola. Interiormente de la provincia se localiza el cantón Quevedo siendo uno de los cantones más grandes a nivel provincial se ha hecho notorio su auge de desarrollo,el impulso económico experimentado ha permitido que el sector de los serviciosseincremente y dentro de este el comercio,convirtiéndola en un lugar atractivo para los inversionistas.

Lapoblación se ha ido incrementando cada año así lo ha confirmado el Instituto Nacional de Estadística y Censos(INEC),en el cantón Quevedoactualmente existen varias empresas localizadas de producción, comercialización y de serviciosla cuales tienen una gran actividad productivamostrando un comercio acelerado lo cual contribuye al desarrollo sostenido y sustentable del cantón.Es aquí donde surge la demanda de la creación de una empresa de multiservicios prepagadosque satisfaga las necesidades a los usuarios.

El objetivo es plantear un estudio de factibilidad para crear una empresa que ofrezca los servicios en general como albañilería, gasfitería, electricidad y pintura en hogares y oficinas. Actualmente en la ciudad de Quevedo existen muchos de estos servicios pero de manera informal lo que dificulta al usuario ir en busca de personas que realicen estas labores quitándole tiempo y quedando insatisfecho con el servicio que les brindan. Al crear la empresa de multisevicios prepagados se proyecta satisfacer esta demanda desatendida y que afecta a los consumidores al no contar con una empresa que les provea de los servicios que están necesitando para sus hogares.

Capítulo I. Se encuentra el planteamiento del problema, Problematización, objetivos, justificación de la propuesta investigativa, con el fin de dar a conocer el desarrollo del proyecto de investigación.

Capítulo II. En este capítulo está el marco teórico de la investigación así como la referencia que influyó para el conocimiento de la propuesta presentada.

Capitulo III.Detalla las técnicas investigativas empleadas para obtener información así como los métodos empleados para analizarlas apoyándose en informes reales para el planteamiento de los objetivos.

Capitulo IV. Refleja los resultados finales de la investigación la cual se ha obtenido por las diferentes estrategias empleadas para obtener los datos que apoyaran la sustentación de la misma.

Capítulo V. En este capítulo se encuentran las conclusiones de la investigación para presentar informes delos resultados obtenidos, y las recomendaciones que se hacen del proyecto.

Capítulo VI. Presenta la bibliografía y Linkografía de los autores de libros, páginas de internet, utilizadas para la elaboración del proyecto de investigación.

Capítulo VII. Se muestra evidencia de la información planteada mediante fotos detallando los procesos investigativos.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.Problema de Investigación

1.1.1.Planteamientodel Problema

La ciudad de Quevedo es uno de los sectores de mayor crecimiento a nivel de la provincia de Los Ríos que mantiene un desarrollo constante en todos sus ámbitos destacando el sector empresarial, en ella se encuentran asentadas empresas y microempresas de comercialización, producción y de servicios las mismas que contribuyen a la sociedad.

Actualmente la ciudad de Quevedo carece de una empresa apropiada que brinde multiservicios prepagados en electricidad, gasfitería, albañilería y pintura, esto se debe a las falencias que presentan varios tipos de construcciones debido a la mala mano de obra contratada, además de no poseer las herramientas y materiales apropiados para realizar los trabajos requeridos, dando como resultado clientes insatisfechos por los trabajos mal realizados, lo cual genera desconfianza y a la vez pocas garantías para volver a contratar a estas personas.

Es importante que los consumidores puedan tener una visión diferente en cuanto a la prestación de estos servicios para así diferenciarse de la competencia en el mercado local, esto se verá reflejado mediante el manejo correcto de los ingresos que genere la empresa, el cumplimiento de normas ypolíticas que establecerá lamisma, tomando decisiones acertadas en cada una de las áreas funcionales y brindando una atención culta y permanente por parte del talento humano para de esta manera ofrecer a los clientes un servicio de calidad que satisfaga sus expectativas.

Por este motivo nace la imperiosa necesidad de crear una empresa de multiservicios prepagados, para satisfacer las necesidades del mercado y así encontrar las soluciones acertadas que contribuya en el desarrollo del sector comercial del cantón Quevedo.

1.1.1.1. Diagnóstico

Quevedo es considerado uno de los cantones con alto nivel de desarrollo en la provincia con índices de productividad y comercio en incremento lo cual ha provocado que sus habitantes pasen más ocupados en sus trabajos y negocios, no contando con el tiempo necesario para dedicarlo a sus hogares, o áreas de trabajo por el surgimiento de algún desperfecto que se puede presentar.

Surge la solución de plantear un estudio de factibilidad creando una empresa de multiservicios prepagados con el fin de poder conocer la demanda existente, para ello se planteará un estudio adecuado que ayude a determinar la insatisfacción y necesidad que existe por este servicio en el cantón y sus sectores aledaños, y a su vez conocer la oferta porque de ello dependerá parte del éxito o fracaso de la empresa.

El presente proyecto de investigación se enfocará en satisfacer la demanda de la población Quevedeña aportando con una empresa en donde el cliente se sienta satisfecho con sus solicitudes de requerimiento en cuanto a los servicios que necesiten en los hogares y oficinas.

Es meritorio mencionar que el proyecto aportará en lo económico y social, porque de esta manera los consumidores se sentirán seguros con el personal que arreglen sus casas y oficinas a su vez aportará en dar más fuentes de empleo para las personas que necesiten prestar sus servicios por un monto económico y razonable de acuerdo a lo estipulado en la ley.

1.1.1.2.Causas

- Desconocimiento de la demanda insatisfecha.
- Impericia al no conocer el monto de inversión para el emprendimiento.
- Irresponsabilidad del manejo correcto de los ingresos y egresos.

1.1.1.3.Efectos

- Falta de conocimiento de la oferta y demanda de los servicios que se ofrecerán.
- Incompetencia para determinar la inversión y localización.
- Inestabilidad financiera de los recursos generados por la empresa en el período contable.

1.1.1.4.Pronóstico

- Desconocimiento del mercado local.
- Inconvertibilidad de aplicar un estudio adecuado que brinde la información requerida sobre los costos de inversión.
- Variabilidad económica y financiera de la empresa al no llevar un control sobre sus ingresos y gastos.

1.1.2.Formulación del Problema

¿De qué manera un estudio de factibilidad influye para la creación de una empresade multiservicios prepagados en el cantón Quevedo año 2015?

1.1.3.Sistematización del Problema

- ¿Cómo determinar la oferta y demanda de los servicios prepagados aplicando un estudio de mercado?
- ¿De qué manera se definen los costos de inversióny localización utilizando un estudio técnico y económico?

- ¿De qué manera determinar la factibilidad financiera del proyecto de investigación?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresade multiservicios prepagados cantón Quevedo año 2015.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la oferta y la demanda de los servicios prepagados elaborando un estudio de mercado.

- Determinar los costos de inversión y localización apropiada mediante un estudio técnico.

- Determinar la factibilidad financiera del proyecto utilizando índices de evaluación.

1.3.Justificación

Se justifica la realizaciónde este estudio de factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios prepagados, por la demanda insatisfecha que existe a nivel cantonal y sus sectores aledaños. El propósito es brindar diferentes tipos de servicios satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

El cantón Quevedo en los últimos tiempos ha experimentado un crecimiento económico notorio el mismo influye en que su gente pase más tiempo ocupada en sus oficinas y locales comerciales, por lo que no dispone de tiempo suficiente para ir en busca de estos servicios cuando se presentan diferentes tipos de inconvenientes,a esto se debe agregar que losusuarios se sienten inseguros al contratar personal que no conocen y permitir que entren en sus hogares dando como resultado una demanda insatisfecha la cual se pretende

compensar al poner a su disposición una empresa que ofrezca servicios que satisfagan sus requerimientos en un mismo lugar.

El propósito principal es aplicar una investigación proporcionada con métodos necesarios que permitan analizar la información, para tomar decisiones adecuadas que beneficien a la empresa. Para ello se formula ejecutar un estudio de mercado que compruebe la demanda que existe y su nivel de insatisfacción, analizando la competencia para establecer la oferta de la empresa, aplicando técnicas estratégicas de mercadotecnia para llegar al consumidor y poder competir en un mercado que cada día es más exigente en cuanto a la calidad de productos y servicios que se ofrecen.

La empresa de multiservicios prepagados que se pretende crear en el cantón Quevedo busca aportar en el desarrollo económico y social ya que permitirá que existan más fuentes de empleo, por ello se plantea un estudio técnico que ayude a investigar el monto de inversión que se requiere para su emprendimiento analizando cada elemento del entorno para poder cumplir con los objetivos de la empresa.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual

2.1.1.Estudio de Factibilidad

La investigación de factibilidad en un proyecto que consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar. En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos. Estos objetivos son los siguientes.**(Angelfire, 2012)**

Los estudios de factibilidad son herramientas que utiliza el empresario con el fin de evaluar sí un proyecto es viable o no para invertir, implementar, producir, etc.

Un proyecto nace de una idea o necesidad que debe ser analizada desde diferentes aspectos:

- Análisis del entorno.
- Detección de necesidades.
- Análisis de oportunidades.
- Definición conceptual del proyecto.
- Evaluación del proyecto.
- Decisión sobre el proyecto.
- Realización del proyecto.

Estos aspectos son evaluados desde el punto de vista de diferentes disciplinas como: investigación de mercados, estadística, operaciones, logística, distribución, finanzas, economía y algunas otras según sea el caso.La finalidad es brindar al empresario un instrumento para la toma de decisiones desde el punto de vista de cada una de las disciplinas.**(Decoop, 2014)**

2.1.1.1.Presentación de un Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad requiere ser presentado con todas la posibles ventajas para la empresa u organización, pero sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el proyecto funcione. Para esto dentro de los estudios de factibilidad se complementan dos pasos en la presentación del estudio:

- Requisitos Óptimos.
- Requisitos Mínimos.

El primer paso se refiere a presentar un estudio con los requisitos óptimos que el proyecto requiera, estos elementos deberán ser los necesarios para que las actividades y resultados del proyecto sean obtenidos con la máxima eficacia.

El segundo paso consiste en un estudio de requisitos mínimos, el cual cubre los requisitos mínimos necesarios que el proyecto debe ocupar para obtener las metas y objetivos, este paso trata de hacer uso de los recursos disponibles de la empresa para minimizar cualquier gasto o adquisición adicional.

Un estudio de factibilidad debe representar gráficamente los gastos y los beneficios que acarreará la puesta en marcha del sistema, para tal efecto se hace uso de la curva costo-beneficio.**(Angelfire, 2012)**

2.1.1.2.Recursos de los Estudios de Factibilidad

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto. Estos recursos se analizan en función de tres aspectos:**(Palacio, 2013)**

- Operativos.
- Técnicos.
- Económicos.

2.1.1.3.Factibilidad Operativa.

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

2.1.1.4.Factibilidad Técnica.

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

2.1.1.5.Factibilidad Económica.

Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.**(Palacio, 2013)**

2.1.2. Proyectos

La globalización ha permitido acercar los diferentes países de tal manera que se han unificado a nivel de mercado, cultura y sociedad. Los consumidores tienen a su alcance una mayor gama de productos de buena calidad a precios más razonables. Por tanto empresas se enfrentan a mercados más competitivos con la obligación de cumplir con estas expectativas y las exigencias del mercado como las certificaciones, estándares, etc.

Existen diferentes organismos del gobierno nacional y organizaciones sin ánimo de lucro el suministrando recursos técnicos o económicos a las empresas que quieran demostrar,

mayor competitividad, oferta de empleos, bienestar a población desplazada, mujeres cabeza de familia, etc. con el desarrollo de proyectos viables presentados bajo una metodología que les permita entender el objeto del proyecto y el impacto dentro de la organización y su entorno.**(Clasec, 2014)**

2.1.2.1. Factibilidad del Proyecto Empresarial

Para las personas que se asocian como empresa cooperativa para emprender un negocio nuevo, resulta conveniente que el comité organizador realice con profesionales que conozcan de la materia, un análisis de la factibilidad del proyecto empresarial. En esta etapa inicial se debe hacer un estudio de la viabilidad legal, técnica, financiera, económica, de gestión, institucional y medioambiental. Lo anterior permitirá tener una proyección acerca de las tareas e inversiones que se deberán considerar para la puesta en marcha del o de los negocios presupuestados.**(Daffus, 2011)**

A continuación se describen en forma muy básica, en qué consisten estos estudios:

- Viabilidad Legal.
- Viabilidad Técnica.
- Viabilidad Financiera.
- Viabilidad de Gestión.
- Viabilidad Económica.
- Viabilidad Institucional.
- Viabilidad Medioambiental.

2.1.2.2.Viabilidad Legal

El estudio de viabilidad legal debe informar si la legalidad vigente permite, o más bien no impide la realización del proyecto empresarial. Este estudio de viabilidad, al igual que los otros, en lo posible debe ser efectuado por expertos y el encargado de evaluar la factibilidad global del proyecto ha de seguir la orientación de los especialistas.

En algunos casos y para tener una idea preliminar sobre la viabilidad legal del proyecto, puede consultarse a organismos relacionados con las actividades que serán desarrolladas en el mismo.

2.1.2.3. Viabilidad Técnica

Este estudio es de vital importancia, en él se determina si la tecnología (dura y blanda) disponible, permite hacer realidad el proyecto y también si es conveniente hacerlo.

Un estudio de viabilidad técnica debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos que pueden utilizarse para producir un bien o servicio. El estudio deberá contener una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para el estado de operación del proyecto.

La información técnica obtenida se utiliza para determinar cuál es la forma más eficiente de materializar el proyecto. Esta determinación de eficiencia, se hace basándose en criterios técnicos y económicos, esto ha de ser así, puesto que puede ocurrir que una solución óptima desde el punto de vista técnico, no lo sea desde un punto de vista económico.**(Daffus, 2011)**

2.1.2.4. Viabilidad Financiera

El estudio de la viabilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto.

Por lo general, se dice que los buenos proyectos, es decir, aquellos con rentabilidad alta, con unos riesgos razonables y bien evaluados, encuentran financiamiento con cierta facilidad. También se afirma que los proyectos deben ser evaluados con independencia de las fuentes de financiamiento. Lo que se observa en la realidad es, que no es fácil conseguir recursos financieros si no se cuenta con garantías reales (prendas sobre vehículos,

hipotecas sobre terrenos o cascos, etc.) y que el acceso a créditos para los microempresarios tiene más de una dificultad.

El estudio de viabilidad financiera debe mostrar que con las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, es posible financiar todas las etapas del mismo. Estas fuentes pueden ser propias (capital aportado por los mismos socios), bancos, financieras, cooperativas de ahorro y crédito, fuentes externas**.**

2.1.2.5.Viabilidad de Gestión

La gestión o administración de un proyecto es de vital importancia, especialmente cuando es necesario crear una empresa para ponerlo en operación. Una gestión eficiente hace más probable que los beneficios netos obtenidos sean iguales o mayores a los estimados en el proyecto. Muchos buenos proyectos fracasan por mala gestión.

En algunos casos el estudio de viabilidad de gestión pierde importancia, por ejemplo, cuando se trata de producir un bien o servicio en una empresa en marcha o cuando el proceso de producción requiere de un diseño organizacional muy simple.

Este estudio debe contener a lo menos lo siguiente:

- Estructura organizativa que más se adecue a las necesidades de puesta en marcha y operación del proyecto.

- Con base en la estructura organizacional, se debe definir las necesidades de personal y estimar los costos de mano de obra y honorarios profesionales.

- Requerimiento de sistemas para una gestión eficiente. (Sistema contable, inventarios, cobranzas, abastecimiento o proveedores, clientes o socios, etc.)

- Una estimación de la infraestructura requerida y del equipamiento correspondiente**.(Daffus, 2011)**

2.1.2.6.Viabilidad Económica

El estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

En este estudio se debe evaluar económicamente todas las opciones encontradas en los estudios anteriores. Es necesario analizar todas las alternativas que resulten de combinar las diversas opciones técnicas, financieras, de gestión y de mercado encontradas en los respectivos estudios de viabilidad. A veces una opción técnica que fue desechada en el correspondiente estudio de viabilidad, puede resultar conveniente al hacer un análisis integrando opciones de gestión, de mercado, legales y financieras.

En esta parte se ordenan los ítems de inversiones, de ingresos de operación (información que proporciona el estudio de mercado), los costos de operación, impuestos, depreciación, etc. Con estos ítems ordenados se construyen los flujos netos de ingresos futuros, que son el insumo básico utilizado en la evaluación económica del proyecto.

2.1.2.7.Viabilidad Institucional

Esto dice relación con la resistencia de otras organizaciones a la formación de una empresa de tipo cooperativa.

2.1.2.8. Viabilidad Medioambiental

Si el proyecto en su proceso productivo es contaminante (ruidos molestos, emanaciones tóxicas, mal tratamiento de desechos, malos olores, etc.), puede ser inviable y tener impedimentos legales para operar.**(Daffus, 2011)**

2.1.3. Proyectos Financieros

Un buen proyecto de financiamiento puede hacer la diferencia entre tener problemas serios de capital de trabajo o, fluir con la operación del negocio de forma adecuada y cumplir planificadamente con las obligaciones financieras de la empresa.

En un proyecto de financiamiento se pueden establecer estrategias para apalancar el crecimiento de la empresa en base a capital proveniente de diferentes fuentes de financiamiento, estos proyectos, por lo general, son complemento de un Plan de Negocios y permite visualizar con anticipación que decisiones se deben tomar en materia de inversión propia y apalancamiento externo.**(Clasec, 2014)**

2.1.4. Planes Estratégicos y Operativos

El plan estratégico o planificación estratégica es una herramienta suficientemente probada a lo largo de más de veinticinco (25) años, constituyendo el elemento primordial de todas las grandes organizaciones para la planificación de prácticamente todo lo que hacen enfocado a las metas de corto, mediano y largo plazo.

Hoy en día es reconocido y probado que una empresa que programa en base a planes estratégicos, tiene un alto grado de éxito al emprender objetivos de diferente índole.
La planificación estratégica se ha extendido a todos los ámbitos empresariales escuchándose con mucha frecuencia este tipo de conceptos.

- Planificación Estratégica de Mercadeo.
- Planificación Estratégica del Talento Humano.
- Planificación Estratégica de Producción.
- Planificación Estratégica de Responsabilidad Social Empresarial.
- Planificación Estratégica para el desarrollo de productos y servicios.
- Planificación Estratégica Financiera.
- Planificación Estratégica Tributaria.**(Planesestratégicos, 2012)**

2.1.4.1.Planes de Negocios

Un Plan de Negocios o “Business Plan”, tal como se conoce normalmente por su acepción en inglés, consiste en una “corrida en frío” o simulación de una situación de negocios o emprendimiento. Normalmente un Plan de Negocios se desarrolla para evaluar si una iniciativa es rentable y factible para un inversionista y normalmente es utilizada para el lanzamiento de una nueva empresa, nueva línea de productos o servicios, cambio de un modelo de negocios a otro no explorado.

Es el elemento que regirá la actuación de la gerencia de la empresa en sus inicios, proporcionando la “brújula” que guía las decisiones de la dirección del negocio o emprendimiento. Un buen plan de negocios puede servir para incentivar a nuevos inversionistas a participar en una nueva empresa ya que permite visualizar todos los elementos que rodean la iniciativa en el presente y prospectivamente en el futuro cercano alrededor de 5 años.**(Peralta, 2010)**

2.1.4.2. Diagnóstico Empresarial e Implementación de Mejoras

En palabras muy coloquiales que provienen de lo que nuestros clientes manifiestan, en su mayoría, el diagnostico permite responder a esa pregunta… ¿Dónde estamos parados?
Consiste en la revisión de todos los factores medulares del negocio con la intención de establecer cuales desviaciones están afectando la buena marcha de la empresa, cuáles son las consecuencias y efectos que se generan y nuestras recomendaciones para eliminar esas desviaciones.

El diagnóstico es la primera fase, la siguiente fase es la implantación de las mejoras recomendadas en nuestro informe de diagnóstico, lo cual será guiado por nosotros para asegurar el máximo éxito en su implantación y obtención de los máximos resultados.

La segunda fase es determinante para la empresa ya que requiere procesos de cambio, incluso cultural, por ello esta fase se ejecuta en un lapso promedio de 12 a 36 meses, según la complejidad de la organización y el compromiso de los accionistas con el proyecto de transformación. En esta fase se percibe claramente que el “Pay-Back” entra en acción

cuando el cliente comienza a percibir los beneficios financieros de dichos cambios y mejoras, lo cual sucede en un muy corto plazo. **(Diagnóstico, 2010)**

2.1.5. Estudio de Mercado

Todo estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre aspectos básicos como son: ¿cuáles son sus objetivos?, ¿qué métodos utilizar?, ¿qué es el análisis de la oferta y la demanda?, ¿cuáles son los métodos de proyección de la oferta y demanda?, ¿cómo determinar el precio de un servicio?, ¿cómo presentar un estudio de mercado? A éstas y otras interrogantes se les da respuesta en este capítulo enfocado al estudio de mercado en la micro, pequeña y mediana empresa.

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico.**(Decoop, 2014)**

Por otra parte, el mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios. La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial. Esta referencia ya es abstracta pero analizable, pues se puede cuantificar, delimitar e inclusive influir en ella.**(Ramírez, 2011)**

2.1.5.1. Objetivos del Estudio de Mercado

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a

obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.**(Ramírez, 2011)**

2.1.5.2.La Oferta

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público.

Dada la evolución de los mercados, existen diversas modalidades de oferta, determinadas por factores geográficos o por cuestiones de especialización. Algunos pueden ser productores o prestadores de servicios únicos, otros pueden estar agrupados o bien, lo más frecuente, es ofrecer un servicio o un producto como uno más de los muchos participantes en el mercado.

En el primer caso referido como el de especialización, se trata de monopolios, donde uno solo es oferente en una localidad, región o país, lo cual le permite imponer los precios en función de su exclusivo interés, sin tener que preocuparse por la competencia. A ello, el público consumidor sólo puede responder con un mayor o menor consumo, limitado por sus ingresos.

Para los casos de un cierto número restringido de oferentes, que se ponen de acuerdo entre ellos para determinar el precio de mercado, se les conoce como el oligopolio. Muy similar al caso anterior, el consumidor no afecta el mercado, pues su participación igualmente se ve restringida por su capacidad de compra.**(Angelfire, 2012)**

2.1.5.3. La Demanda

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.**(Decoop, 2014)**

La demanda tiene, adicionalmente, modalidades que ayudan a ubicar al oferente de bienes y servicios, en función de las necesidades de los demandantes. En primer lugar hay bienes y servicios necesarios y bienes y servicios superfluos, de lujo o no necesarios. Para el caso de los bienes necesarios se trata de productos o servicios indispensables para el cliente, con los cuales satisface sus necesidades más importantes. En algunos casos, en función de los estratos sociales, algunos bienes o servicios se vuelven indispensables, pero no es igual para todos los niveles de consumo.

Los bienes y servicios de lujo no son necesarios para el cliente, pero su demanda obedece a la satisfacción de un gusto, lo cual generalmente los coloca en un costo más elevado, en este caso el beneficio que deja la producción o comercialización de los mismos es proporcionalmente mucho mayor que en la producción.**(FactibilidaddelProyecto, 2012)**

2.1.5.4. Niveles de Precio y Calidad

Mercado bienes o servicios que dejen cien por ciento de ganancia, lo que duplica de manera mecánica los costos, debido a que en la etapa de comercialización del producto, este pasa por varias etapas o intermediarios y cada uno de ellos le incorpora un cierto valor, sea porque clasificó productos de diversas tallas y calidades, sea porque los destina a distinto tipo de consumidor, sea porque los transporta desde lugares remotos a una plaza más comercial. En cualquier caso, con un mayor o menor nivel de justificación, los productos se desplazan por varios medios que deben obtener un beneficio por su participación o riesgo.**(Pérez, 2012)**

2.1.6. Estudio Técnico

El estudio técnico no es otra cosa más que la declaración que como emprendedor debes hacer, de los aspectos a tener en cuenta para la elaboración del producto o la prestación del servicio, así como también los procesos allí implicados. Debe entender que si has elegido una idea de negocios es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto o se puede prestar mejor un servicio.

Básicamente en el estudio técnico se define aspectos como: ¿Dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto? ¿Dónde obtener los materiales o materia prima? ¿Qué máquinas y procesos usar? ¿Cuál es el estado del arte de las tecnologías existentes? ¿Qué personal es necesario para llevar a cabo este proyecto?

Dar respuesta a estos interrogantes es fundamental, ya que estos serán insumos para el estudio organizacional y financiero, al establecer los presupuestos de inversión y de gastos.**(Palacio, 2013)**

2.1.6.1.Localización

La localización es un determinante significativo del costo, la empresala localización es un determinante significativo del costo, la empresa.

Sin embargo, la rechazada vanas veces países cuya infraestructura o nivel educativo no pueden apoyar las tecnologías específicas de producción, aun cuando sus costos sean más bajos. Las decisiones de localización con base en la estrategia de bajo costo, exigen un análisis cuidadoso. Una vez que la administración se compromete con una localización específica, muchos costos son firmes y es difícil reducirlos Por ejemplo, si la localización de una fábrica está en una región con altos costos en energía incluso una buena administración con una estrategia de energía sobresaliente comienza con una desventaja.

La administración se encuentra en una situación parecida con su estrategia de recursos humanos, si la mano de obra en la localización seleccionada es cara, mal capacitada o con poca ética laboral consecuencia, realizar un trabajo minucioso para determinar la localización óptima de las instalaciones es una buena inversión. La decisión de localización a menudo depende del tipo de negocio. Decisiones de localización industrial, la estrategia usual es minimizar los costos, mientras que en las organizaciones de venta al menudeo o servicios profesionales, la estrategia se enfoca en maximizar el ingreso. Sin embargo, la estrategia de localización de almacenes puede estar determinada la combinación de costos y la rapidez de entrega.**(Rivera, 2010)**

2.1.6.2. Costos

En términos generales se puede decir que “costo” es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el presente, en el futuro o en forma virtual. Ejemplos: los costos pasados, que no tienen efecto para propósito de la evaluación, se llaman “costos hundidos”, a los costos hechos en el presente (tiempo cero) en evaluación de proyectos se les llama “inversión”; en un estado de resultados proforma o proyectado se utilizan los costos futuros y como ilustraciones de los costos virtuales se puede citar el llamado “costo de oportunidad” y los cargos por depreciación, ya que para el caso de estos últimos no se hace un desembolso.**(Rivera, 2010)**

2.1.7. Análisis FODA

La matriz FODA o DAFO es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, proyecto, etc. que esté actuando como

objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. Es como si se tomara una "radiografía" de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El objetivo primordial de análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas. Las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede tener injerencia sobre las ellas modificando los aspectos internos.

- **Fortalezas**: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

- **Oportunidades**: Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

- **Debilidades**: Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

- **Amenazas**: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. **(Pérez, 2012)**

2.1.7.1.¿Qué es un Diagnóstico?

Es el proceso de estudio para medir, determinar, evaluar y caracterizar particularidades de una necesidad u oportunidad que se presenta y que debe ser satisfecha mediante el

mejoramiento de las condiciones actuales. En el diagnóstico se identifican las causas que generan el hecho y sus efectos, permitiendo a partir del análisis, formular estrategias de intervención de acuerdo con las necesidades o potencialidades de una idea o un proyecto.**(Diagnóstico, 2010)**

2.1.7.2.Importancia del Análisis FODA para la Toma de Decisiones en las Empresas

La toma de decisiones es un proceso cotidiano mediante el cual se realiza una elección entre diferentes alternativas a los efectos de resolver las más variadas situaciones a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial, etc., es decir, en todo momento se deben toman decisiones.

Para realizar una acertada toma de decisión sobre un tema en particular, es necesario conocerlo, comprenderlo y analizarlo, para así poder darle solución. Es importante recordar que “sin problema no puede existir una solución”.

Por lo anterior, y antes de tomar cualquier decisión, las empresas deberían analizar la situación teniendo en cuenta la realidad particular de lo que se está analizando, las posibles alternativas a elegir, el costo de oportunidad de elegir cada una de las alternativas posibles, y las consecuencias futuras de cada elección.

Lo significativo y preocupante, es que existe una gran cantidad de empresas que enfrentan sus problemas tomando decisiones de forma automática e irracional (no estratégica), y no tienen en cuenta que el resultado de una mala o buena elección puede tener consecuencias en el éxito o fracaso de la empresa.**(Correa, 2015)**

Las organizaciones deberían realizar un proceso más estructurado que les pueda dar más información y seguridad para la toma de decisiones y así reducir el riesgo de cometer errores. El proceso que deberían utilizar las empresas para conocer su situación real es la Matriz de análisis FODA.

La importancia de confeccionar y trabajar con una matriz de análisis FODA reside en que este proceso nos permite buscar y analizar, de forma proactiva y sistemática, todas las

variables que intervienen en el negocio con el fin de tener más y mejor información al momento de tomar decisiones.

Si bien la herramienta estratégica ideal para plasmar la misión, la visión, las metas, los objetivos y las estrategias de una empresa es el Plan de Negocios, realizando correctamente el análisis FODA se pueden establecer las estrategias Ofensivas, Defensivas, de Supervivencia y de Reordenamiento necesarias para cumplir con los objetivos empresariales planteados.**(Pérez, 2012)**

2.1.8.Análisis Financieros

Los análisis financieros son herramientas para diagnosticar la situación económica y financiera de la empresa o un negocio en particular. Por el hecho de llamarse "financieros" no implica que el análisis se haga en consideración a pocas variables, por el contrario se entrecruzan variables como: Mercado, Volúmenes, Competidores, Precios y Costos Unitarios, entre otras. Persigue responder a la pregunta: ¿En dónde estamos parados? y ¿Dónde están centradas las debilidades de negocios?**(Ramírez, 2011)**

2.1.8.1. Administración Financiera

La administración financiera de cualquier empresa se ocupa de solucionar interrogantes como: ¿por qué es importante y cómo se fijan las políticas de efectivo y activo circulante?, ¿qué aspectos involucra la decisión crediticia?, ¿cómo se establece el control para el otorgamiento de crédito?, ¿qué aspectos se deben considerar para la determinación de las políticas de cobranza?, ¿cómo establecer una administración efectiva de los diferentes tipos de pasivos?, ¿cuáles son las técnicas más comunes de análisis financiero y cómo se aplican?, ¿qué es el punto de equilibrio y cuál es su utilidad?, ¿qué aspectos se deben considerar en la toma de decisiones financieras?, ¿cuál es la importancia del valor del dinero en el tiempo y cómo se calcula?, ¿por qué y cómo se realiza el análisis de riesgo y sensibilidad?**(Vera, 2012)**

2.1.8.2.Activo Fijo

Es el conjunto de bienes tangibles que no son objeto de transacciones y que en la mayoría de los casos no cambian de forma física a lo largo del ciclo productivo. Por lo tanto son bienes duraderos indispensables por las empresas para producir bienes y servicios. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él, pues se ocasionarían problemas en su funcionamiento. Las inversiones en activo fijo son aquéllas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto. Estos generalmente sufren depreciación física.**(Daffus, 2011)**

2.1.8.3.Activo Diferido

Es un conjunto de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa que generalmente se pagan por anticipado y cuya principal característica es que son intangibles. Ejemplo de activos diferidos: asistencia técnica, capacitación, gastos preparativos, gastos de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios, elaboración de estudios de evaluación.**(Daffus, 2011)**

2.1.8.4. Capital de Trabajo

Son recursos financieros que se debe contar para que el proyecto empiece a operar. Es decir, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos, ejemplo: debe comprarse materia prima e insumos, pagar mano de obra directa, pagar servicios como electricidad, agua, teléfono, pagar renta y otros servicios auxiliares. Entonces, el capital de trabajo es un presupuesto inicial para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos, después de esto, estos se transforman en costos.**(Coronel, 2012)**

2.1.8.5.Estado de Resultados

El Estado de Resultados muestra los ingresos, los costos y los gastos, así como la utilidad o pérdida neta de los resultados de las operaciones de la empresa (proyecto) durante un periodo determinado.**(Palacio, 2013)**

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

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

2.1.8.6. Valor Actual Neto

El Valor Presente Neto o Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Rentabilidad y la Relación Beneficio-Costo. Presentado en **Excel** con fórmulas y enlazadas. En este caso, solo capturar ingresos totales, costos totales, inversiones, recuperaciones e indicar la tasa con la que se va evaluar.**(Guarnizo, 2013)**

$$\mathbf{VAN} = \frac{\mathbf{D_1}}{(\mathbf{1+i})^{\mathbf{1}}} + \frac{\mathbf{D_2}}{(\mathbf{1+i})^{\mathbf{2}}} + \cdots + \frac{\mathbf{D_n}}{(\mathbf{1+i})^{\mathbf{n}}}$$

2.1.8.7. Tasa Interna de Retorno

La formulación lleva indicada que en caso de que la TIR sea menor a la tasa de actualización esta nos indique que se rechaza, en caso contrario se acepta, igual para los demás indicadores.**(Guarnizo, 2013)**

$$\mathbf{TIR} = \boldsymbol{i_1} + (\boldsymbol{i_2} - \boldsymbol{i_1})\frac{\mathbf{VAN}_{\mathbf{1}}}{\mathbf{VAN}_{\mathbf{1}} - \mathbf{VAN}_{\mathbf{2}}}$$

2.1.8.8. Relación Beneficio Costo

Si el resultado es igual o mayor que 1, entonces el proyecto se acepta y si es menor a uno, se rechaza. Esta plantilla incluye toda esta formulación.

2.2. Marco referencial

2.2.1. Estudio Integral de Factibilidad de Proyectos de Inversión

El análisis de factibilidad forma parte del proceso de evaluación al cual debe someterse todo nuevo proyecto de inversión. En la actualidad, en ocasiones, se aborda este tema desde un enfoque económico-financiero fundamentalmente, olvidando el resto de los análisis que deben ser tratados. A partir de dicha cuestión, el presente trabajo propone un sistema de análisis de factibilidad basado en: estudio de mercado, estudio técnico, estudio medioambiental, estudio económico-financiero, donde cada uno de estos elementos posee igual nivel de importancia para la toma de decisiones del inversor.**(Daffus, 2011)**

2.2.1.1.Evaluaciones de Proyectos

La evaluación de proyectos de inversión constituye hoy en día un tema de gran interés e importancia ya que mediante este proceso se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica. El análisis de proyecto es un método para presentar el mejor uso de los recursos escasos de la sociedad. De la correcta evaluación que se realice de un proyecto de inversión depende que los proyectos a ejecutar contribuyan al desarrollo a mediano o largo plazo de una empresa en específico y en general de la economía de un país.**(Daffus, 2011)**

2.2.2. Estudio de Factibilidad de Mercado

En un estudio de factibilidad, es el estudio de mercado el encargado de decidir a prioridad la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, ambientales y económicos- financieros. El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de

incurriren costos innecesarios. Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.**(Decoop, 2014)**

El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por mediode otro método. Llevar a cabo un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible.**(Palacio, 2013)**

2.2.2.1. Aspectos a tener en cuenta al hacer el Estudio de Mercado

El estudio de mercado para su iniciativa de negocio, deberá partir de un elemento primordial, que le ha de facilitar la tarea de emprender una investigación de mercadeo. Este elemento es haber identificado una oportunidad de negocios en el mercado.

Ahora bien, inmediatamente después que se ha identificado la oportunidad de negocios, usted deberá sustentarla a través de una investigación de mercados, la cual le permitirá medir y estimar el tamaño del mercado, el crecimiento y el beneficio.

Esta estimación del tamaño de mercado es de suma importancia cuando esté elaborando el estudio financiero de su plan de negocios, al tener como objetivo el poder proyectar las ventas. Igualmente, esta investigación es materia prima para el estudio técnico en cuanto a la capacidad de producción que se debe tener. De allí la importancia de considerar la investigación de mercados y el estudio de mercado como el punto de partida en la elaboración de tu plan de negocios.**(Ramírez, 2011)**

2.2.2.2. Análisis de la Competencia

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

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

- Identificar oportunidades de negocio: es difícil pero quizás identifiques un nicho de mercado mal atendido por tu competencia.

- Detectar elementos en los que diferenciarte: si entras en un mercado donde ya están otros competidores tendrás que ofrecer algo diferente e innovador para que sus clientes decidan irse contigo.

- Prever la reacción de tu competencia: la creación de tu negocio puede provocar una reacción de tu competencia, sobre todo si le quitas clientela, por lo que es conveniente tratar de anticiparte y prever su reacción.**(Peralta, 2010)**

2.2.2.3.Técnicas para el Análisis de la Competencia

Los elementos a inspeccionar dependerán de cada actividad, aquí tienes una lista de variables para que la adaptes a tu propio estudio.

- Precios.
- Tráficos de clientes.
- Tipología y perfil de clientes.
- Reputación y satisfacción de la clientela.
- Sistema de venta y distribución.
- Dimensión y aspecto del local.
- Atractivo de la calle. **(Peralta, 2010)**

2.2.2.4. Segmentación de Mercado

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

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

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

La segmentación es muy importante para los autónomos y pymes, ya que sus posibilidades de éxito comercial serán mucho mayores en la medida en la que consigan especializarse en un segmento de mercado y ofrecer un valor adicional al que ofrecen empresas de mayor tamaño.**(Angelfire, 2012)**

2.2.2.5.Estrategias de Segmentación de Mercado y Posicionamiento

Una vez definido el segmento de mercado objetivo o target, debemos elegir la estrategia que llevaremos a cabo en base a nuestra segmentación de mercados:

- **Marketing concentrado:**Todos los esfuerzos se dirigen a un único segmento de mercado dónde se quiere alcanzar una posición de liderazgo. Su principal inconveniente es el riesgo que supone centrarse en un único producto o mercado, y su ventaja es que supone unos menores costes de producción y comercialización.

- **Marketing diferenciado:**Se posiciona un producto diferente en cada uno de los segmentos de mercado más atractivos. La ventaja de esta estrategia es que

incrementa las ventas y disminuye el riesgo, aunque a costa de un mayor coste de producción y comercialización.

- **Marketing indiferenciado:**No se hace segmentación y se ofrece el mismo producto a todo el mercado es recomendable en mercados muy cambiantes**. (Estrategiasdesegmentación, 2011)**

2.2.2.6.Estrategia de Mercadotecnia

Una estrategia de mercadotecnia es, básicamente, la forma en la que la organización de productores quiere alcanzar sus objetivos de mercadotecnia. No solo de ventas, lo cual es una confusión muy común, mercadotecnia no es exclusivamente ventas. La estrategia de mercadotecnia es un concepto más amplio y tiene que tener bien claro el mercado meta, es decir, a quien se quiere llegar; el posicionamiento que se busca, esto es, que imagen se quiere dejar ante el mercado meta; la mezcla de mercadotecnia: las Famosas4 P's: precio, promoción, plaza y producto y, por último, los recursos que se necesitan para ejecutarla.

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

2.2.3.Costos Empresarios

Hay numerosas definiciones del término costos. Generalmente suele asociárselo a las erogaciones que efectúa el empresario para llevar a cabo su actividad. Esto es cierto sólo en parte.

Los costos representan el consumo de los factores utilizados en el proceso productivo (capital, trabajo, recursos naturales y riesgo empresario) y se incorporan al nuevo valor que representa el bien producido.

No todas las erogaciones que realiza el empresario para desarrollar la actividad pueden ser considerado costos, porque si bien son necesarias para la misma, no agregan valor al producto final, son los denominados gastos.

La importancia de identificar claramente qué conceptos son costos y cuales son gastos está dada por dos motivos:

- Establecer claramente el costo del producto a los efectos de la fijación de su precio de venta.

- Identificar cuales gastos pueden reducirlos para incrementar el beneficio.

2.2.3.1. Clasificar a los Costos

Según la función que desempeñen:

- **Producción:** Los vinculados estrictamente al proceso de transformación.

- **Comerciales:** Los vinculados a la etapa comercial.

- **Administrativos:** Las tareas de gestión propiamente dichas.

- **Financieros:** El costo del dinero obtenido de terceros. **(Rivera, 2010)**

2.2.4. Las Empresas Multiservicios en el Ecuador

Se entiende por "servicio a todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico.

Se entiende por limpieza a la acción y efecto de limpiar o limpiarse. Y se entiende por mantenimiento a conservar una cosa en su ser.

Esta empresa, dará sus servicios, realizando la actividad de limpieza y mantenimiento en forma especializada y de calidad en las secciones de mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones físicas de una residencia y oficina. La empresa contará con

un mantenimiento preventivo que consiste en la limpieza general o de rutina, la misma que puede ser parcial o total, realizándolo diariamente.

La empresa a ser creada estará orientada a proporcionar un servicio integral y profesional que satisfaga en forma adecuada y oportuna las necesidades de los posibles clientes. **(Guarnizo, 2013)**

2.2.5. La Toma de Decisiones en las Organizaciones

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

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

En las organizaciones las personas diariamente realizan acciones direccionadas para la toma de decisiones, seleccionando el tipo de alternativa que más le conviene tanto a la organización como al desarrollo de cada persona, en ocasiones estas tienen trascendencia y algún tipo de connotación ya que se decide que debe hacerse, quien lo debe hacer, cuando y donde debe hacerse y hasta como debe hacerse.**(Correa, 2015)**

2.2.6.Análisis Financiero y Punto de Equilibrio

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

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

Para opinar con certeza sobre la situación financiera y la productividad de un negocio, no essuficiente analizar los datos internos. Es necesario complementar el análisis mediante el conocimiento del entorno donde se desenvuelve la empresa, como son: las condiciones del mercado, localización de la empresa con respecto a las fuentes de abastecimiento de materias primas, mano de obra, vías de comunicación, condiciones políticas tributarias, entre otros, que tienen gran influencia en la empresa.**(Coronel, 2012)**

2.2.6.1.Análisis de Liquidez y Solvencia Financiera

El análisis de la solvencia financiera deberá cubrir las necesidades relacionadas con el ciclo financiero a corto y a largo plazo. La liquidez se refiere a la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones circulantes, es decir, las que participan en el ciclo financiero a corto plazo. La solvencia atañe a la capacidad financiera de una empresa para endeudarse a largo plazo y cubrir los costos inherentes. En los anexos se muestran las razones incorporadas en las Pruebas de liquidez y Pruebas de solvencia.**(Ramírez, 2011)**

2.2.6.2.Análisis de Productividad de los Negocios

Los accionistas generalmente desean y obtienen un rendimiento superior al que reciben los acreedores; esto se explica por el riesgo mayor que corren los accionistas según el nivel de solvencia de la entidad. Por otra parte, mientras mayores sean los fondos de los acreedores, mayores serán los rendimientos de los accionistas; esto conlleva el uso de fondos a una tasa relativamente baja (después de impuesto sobre la renta), ayudando a obtener mayores rendimientos para los fondos invertidos por los accionistas.**(Palacio, 2013)**

2.2.6.3.Punto de Equilibrio

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

Los gastos y los costos fijos se generan con el paso del tiempo, aparte del volumen de la producción y ventas. Son llamados gastos y costos de estructura, porque son generalmente contratados o instalados para la estructuración de la empresa; como ejemplo de estos costos y gastos pueden citarse la depreciación en línea recta, las rentas, los salarios que no están en relación directa con el volumen de producción, entre otros.**(Pucese, 2015)**

2.2.6.4.Riesgo y Análisis de Sensibilidad

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

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

A medida que una empresa aumenta la porción de pasivos, de contratos de arrendamiento y de acciones preferentes en su estructura financiera, se aumentarán los cargos fijos; por lo tanto, la probabilidad de que la empresa sea capaz de satisfacer estos cargos fijos también aumentan y a medida que la empresa continúe usando apalancamiento financiero o dependencia, crece la probabilidad de insolvencia, que a la vez puede conducir a la quiebra legal.

Por otro lado, todo negocio está sujeto a fluctuaciones en las ventas que pueden conducir a variaciones en las utilidades para los propietarios o accionistas.**(Manguera, 2010)**

2.2.6.5.Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar la viabilidad de un proyecto con base en los flujos de efectivo que producirá durante su vida, el presupuesto de capital que se necesitará para llevar a cabo tal proyecto, el tiempo en que se recuperará la inversión, además de establecer el riesgo que implica desarrollarlo.

En la formulación de proyectos es frecuente encontrar que los resultados económicos previsibles son dependientes de los valores asignables a las variables de los mercados de materias primas y productos, a la eficiencia de los procesos y a otras variables de diversa índole. En tales casos, la supeditación de los resultados económicos previsibles de la operación de la empresa a valores restablecidos de dichas variables.**(Manguera, 2010)**

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

El proyecto a emprenderse se localizará en el cantón Quevedo provincia de Los Ríos, por ser considerado uno de los cantones más grandes a nivel provincial con un auge de desarrollo en crecimiento así lo ha demostrado la Cámara de Comercio Provincial, su economía se compone del comercio y la productividad lo que lo convierte en un lugar atractivo para invertir dadosus índices económicos actuales.

3.2. Tipo de investigación

Para el análisis de datos se manejó varios tipos de investigación entre los cuales están los siguientes:

3.2.1. Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria sirvió para indagar de manera más específica el problema de investigación del proyecto, examinando su problemática desde varios puntos de vista para conocer la realidad actual de los hechos investigados.

3.2.2. Investigación Diagnóstica

Esta investigación se la utilizó con el fin de conocer el entorno del proyecto y los aspectos relevantescomo son las necesidades y preferencias de los clientes los mismos que se obtuvieronen los resultados de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo.

3.3.Métodos de investigación

Se empleó en el proyecto los siguientes métodos de investigación:

3.3.1.Método Inductivo

Este método se aplicó con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados y analizar los resultados obtenidos de la investigación de campo, necesarios para llevar a cabo la ejecucióndel proyecto de investigación.

3.3.2.Método Deductivo

La aplicación de este método sirvió para conocer las necesidades de los clientes, con el fin de clasificar la información obtenida en la investigación realizada sacando conclusiones de manera lógica.

3.3.3. Método Analítico

Este método se utilizó en latabulación de los resultados de la encuesta obtenida en la evaluación de toda la información encontrada mediante el estudio de mercado.

3.4. Fuentes de recopilación de información

Las fuentes empleadas para recolectar información fueron las siguientes:

3.4.1.FuentesPrimarias

Se obtuvo la información de la fuente directa en este particular caso se realizó la indagación de la aceptación o rechazo al público en general determinando si se acepta la propuesta de crear una empresa de multiservicios prepagados.

3.4.2. Fuentes Secundarias

Fueron los datos obtenidos a través de revistas, libros, fuentes de internet entre otras.

3.5. Diseño de la investigación

3.5.1.Diseño no Experimental

El diseño específico planteado en este proyecto de investigación consiste en la aplicación de la metodología y encuesta basada en un diseño no experimental, es decir este tipo de diseño observa fenómenos tal y como se dan en el contexto natural, para después analizarlos y sirvan como base y sustento de antecedentes y hechos reales.

3.5.2.Población y Muestra

3.5.2.1. Población

Debido al enfoque del proyecto y por ser una empresa de multiservicios prepagados se tomará en cuenta a toda la población Quevedeña la cual es de 173.575 habitantes según datos oficiales del INEC realizado en el año 2010, el cantón mencionado es uno de los cantones más productivos a nivel provincial convirtiéndolo en un sitio atractivo para invertir, esto fue confirmado por la Cámara de Comercio Regional.

Para proyectar la población Quevedeña al año 2015 se aplicó la siguiente fórmula de Valor Futuro tomando en consideración una tasa de crecimiento del 2,4%.

$$\mathbf{VF = VA(1 + i)^n}$$

Simbología:

VF = ¿…..? Valor Futuro.
VA = 173.575 Valor Actual.
n = 5 Años de Proyección.
i = 2,4%(0,024) Tasa de Crecimiento Poblacional.

$$\mathbf{VF} = \mathbf{173.575(1 + 0,024)^5}$$

$$\mathbf{VF} = \mathbf{173.575(1,1259)}$$

$$\mathbf{VF} = \mathbf{195.428}$$

Aplicando la fórmula de Valor Futuro se obtuvo un resultado proyectado de 195.428 habitantes del cantón Quevedo para el año 2015.

3.5.2.2. Muestra

Para obtener la muestra se aplicó la siguiente fórmula tomando en cuenta a la población y todos los elementos que intervienen.

$$\boldsymbol{n} = \frac{\boldsymbol{Uo.P.Q.Z^2}}{\boldsymbol{(Uo - 1)e^2 + P.Q.Z^2}}$$

Simbología:

n = ¿…..?	Tamaño de la muestra.
Uo =195.428	Universo objetivo o población de influencia.
P = 0.5	Probabilidad de aceptación.
Q = 0.5	Probabilidad de rechazo.
e =5%	Margen de error.
Z =95%(1.96)	Nivel de confianza.

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{195.428 * 0.5 * 0.5(1,96)^2}}{\mathbf{(195.428 - 1)(0.05)^2 + 0.5 * 0.5(1,96)^2}}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{195.428 * 0.5 * 0.5(3.8416)}}{\mathbf{(195.427)(0.0025) + 0.5 * 0.5(3.8416)}}$$

$$n = \frac{187.689,05}{489.5279}$$

$$n = 383$$

Aplicando la fórmula se obtuvo un resultado de 383, es decir que a este número de personas en el cantón Quevedo se les realizó la encuesta.

3.6. Instrumentos de investigación

3.6.1.Encuesta

El instrumento de investigación que se utilizó fue la encuesta basada en un cuestionario previamente elaborado, el mismo que sirvió para recopilar y clasificar datos que ayudaron a obtener un claro enfoque de manera cualitativa y cuantitativa para justificar los objetivos que se han planteado en el proyecto a realizarse.

3.7. Tratamiento de los datos

Para el tratamiento de los datos fue necesario el procedimiento técnico, se utilizó el programa Excel, el mismo que sirvió para realizar la tabulación de la encuesta y todo lo relacionado al estudio económico y financiero del proyecto de investigación, también fue necesario el programa Word el mismo que sirvió para redactar detalladamentecada uno de los capítulos con el objetivo de demostrar lo investigado.

3.8. Recursos humanos y materiales

Los recursos humanos y materiales que hicieron posible esta investigación se detallan a continuación:

3.8.1. Recursos Humanos

Las personas que llevaron a cabo este proyecto de investigación fueron:

Autora: Patricia Elizabeth Páez Paredes.

Director: Ing. Carlos Villacís Laínez MSc.

3.8.2. Recursos Materiales

En el proyecto de investigación se utilizó los siguientes materiales para el desarrollo del mismo:

Cuadro 1. Recursos materiales

Detalle	Cantidad
Computadora	1
Impresora	1
CD's	4
Hojas A4	3
Lapiceros	2
Calculadora	1
USB	2
Anillados / Empastados	4
Cámara Fotográfica	1
TOTAL	**19**

ELABORADO: AUTORA

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

Pregunta 1.- ¿Realiza usted alguna actividad laboral actualmente?

Cuadro 2.Actividad laboral

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	315	82
No	68	18
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTAA LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

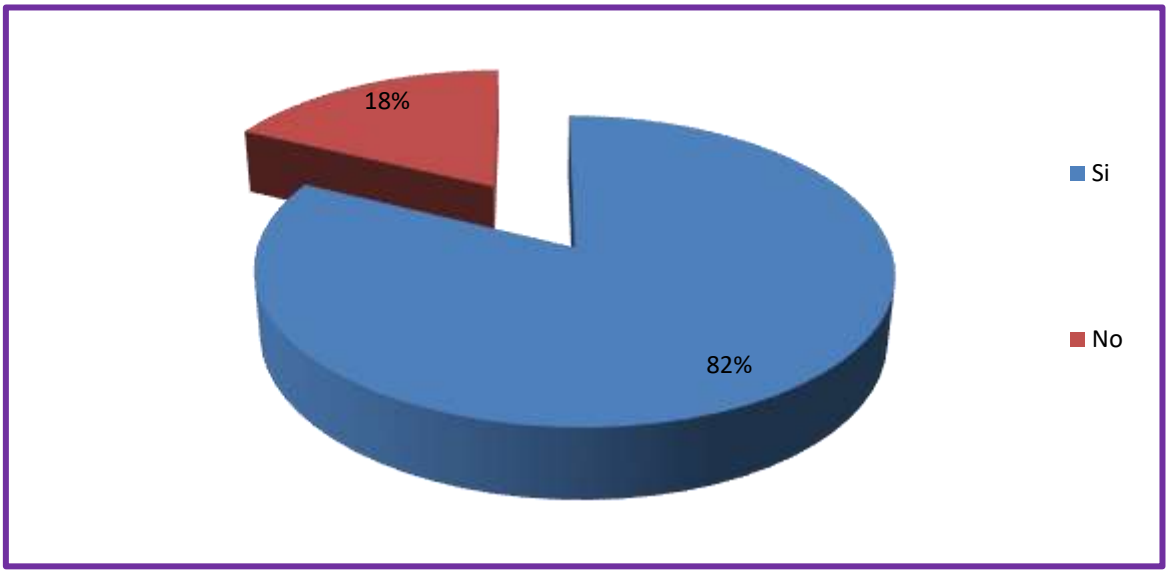


Gráfico 1. Actividad laboral

Análisis

De acuerdo al gráfico 1 de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo el 82% indicó que si se encuentran laborando o que si realizan alguna actividad actualmente que le genere ingresos para sus hogares, mientras que el 18% manifestó que no tiene una actividad laboral fija.

Pregunta 2.- ¿Cuánto es su ingreso mensual?

Cuadro 3. Ingresos mensuales

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
$ 101 a 200	50	13
$ 201 a 300	80	21
$ 301 a 400	160	42
$ 401 a 500	93	24
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

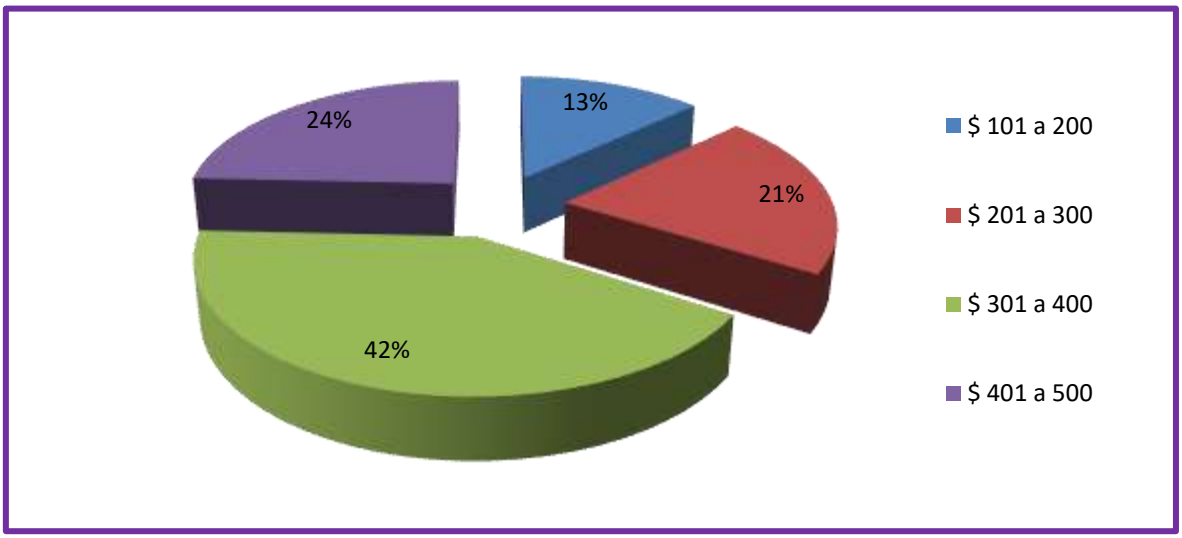


Gráfico 2.Ingresos mensuales

Análisis

Según el gráfico 2 de la encuesta realizada se pudo determinar que el 42% de los habitantes del cantón Quevedo reciben un ingreso mensual de 301 a 400 dólares lo que abarca el sueldo básico de acuerdo a la ley vigente, el 24% expresaron que ganan de 401 a 500 dólares, el 21% dijeron que de 201 a 300 dólares y el restante que equivale al 13 % opinaron que su ingreso mensual es de 101 a 200 dólares.

Pregunta 3.- ¿Conoce usted qué tipos de servicios son los que más se solicitan actualmente en la ciudad?

Cuadro 4. Tipos de servicios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Servicios financieros	223	58
Servicios tecnológicos	140	37
Servicios de reparación	20	5
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

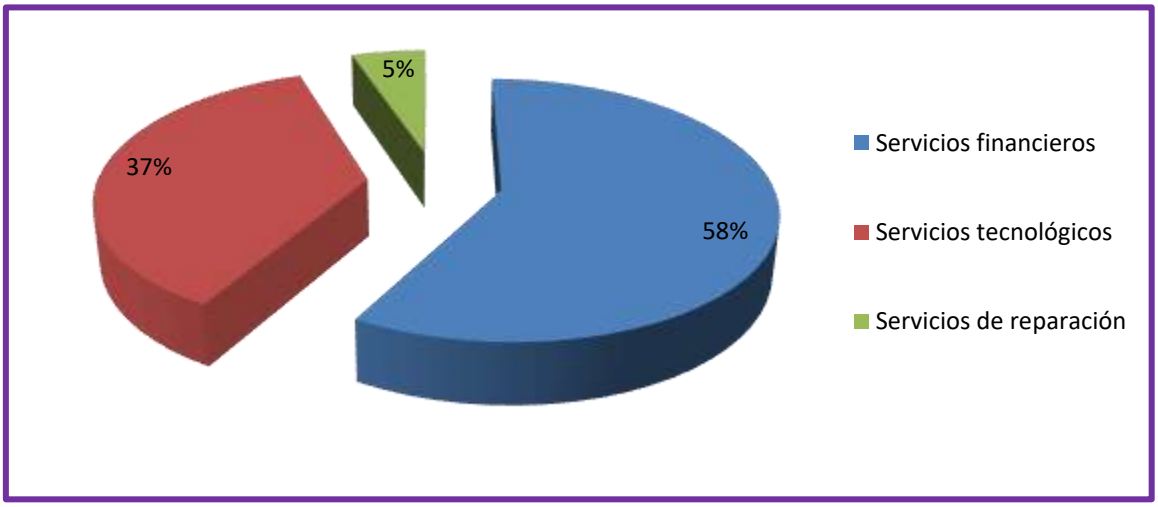


Gráfico 3. Tipos de servicios

Análisis

Como se observa en el gráfico 3 de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo, estos respondieron que los servicios más solicitados son los financieros con un 58%, mientras que el 37% contestaron que los servicios tecnológicos son los que se imponen en segundo lugar y finalmente el 5% optaron por los servicios de reparación de acuerdo a las necesidades que se presentan en cada uno de los hogares y oficinas.

Pregunta 4.- ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de una empresa de multiservicios?

Cuadro 5. Utilización de servicios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	52
No	183	48
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

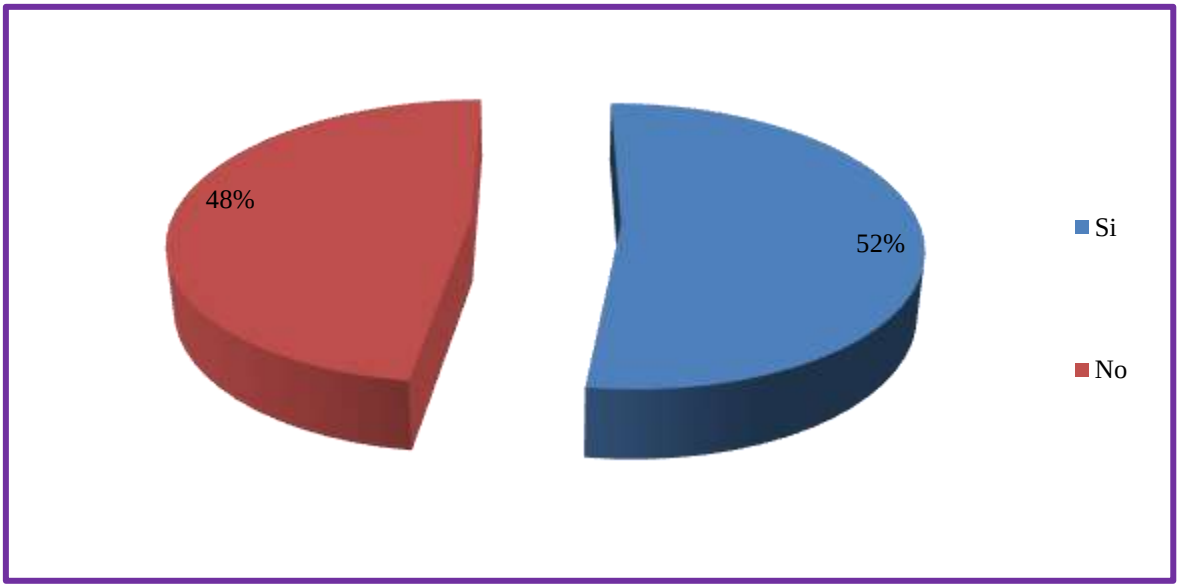


Gráfico 4. Utilización de servicios

Análisis

En el gráfico 4 se puede observar que el mayor porcentaje obtenido de los habitantes encuestados es el 52% los mismos que dieron a conocer que si utilizaron los servicios de este tipo de empresas similares al de la propuesta planteada, mientras que el 48% indicaron que no los ha utilizado por falta de conocimiento, debido a que no existen suficientes empresas de estas categorías.

Pregunta 5.- ¿Qué opinión tiene usted de las empresas de multiservicios?

Cuadro 6. Opinión de las empresas de multiservicios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Buenas	150	39
Buenas	180	47
Malas	53	14
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

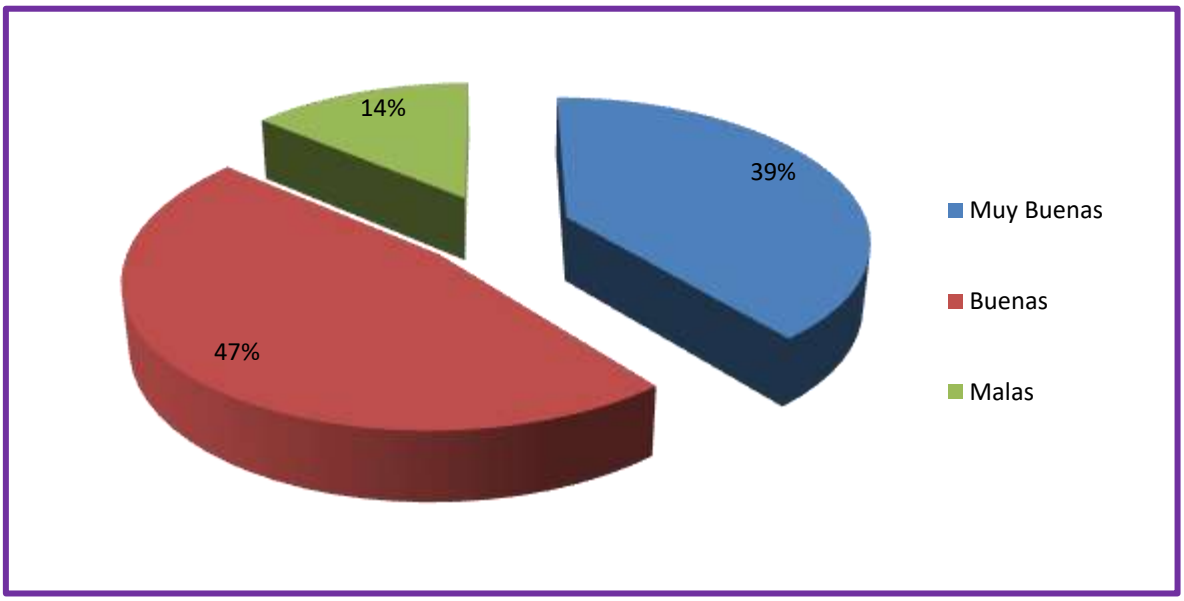


Gráfico 5. Opinión de las empresas de multiservicios

Análisis

Según el gráfico 5 se puede apreciar que el 47% de los habitantes encuestados expresaron una buena opinión de las empresas de multiservicios por la seguridad que estas ofrecen, el 39% respondieron una muy buena opinión, mientras que el 14% manifestaron opiniones negativas por malas experiencias pasadas.

Pregunta 6.- ¿Qué tipos de servicios conoce usted que brindan las empresas de multiservicios?

Cuadro 7. Servicios que conoce

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Eléctricos	180	47
Fontanería	80	21
Pintura	93	24
Mecánica	30	8
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

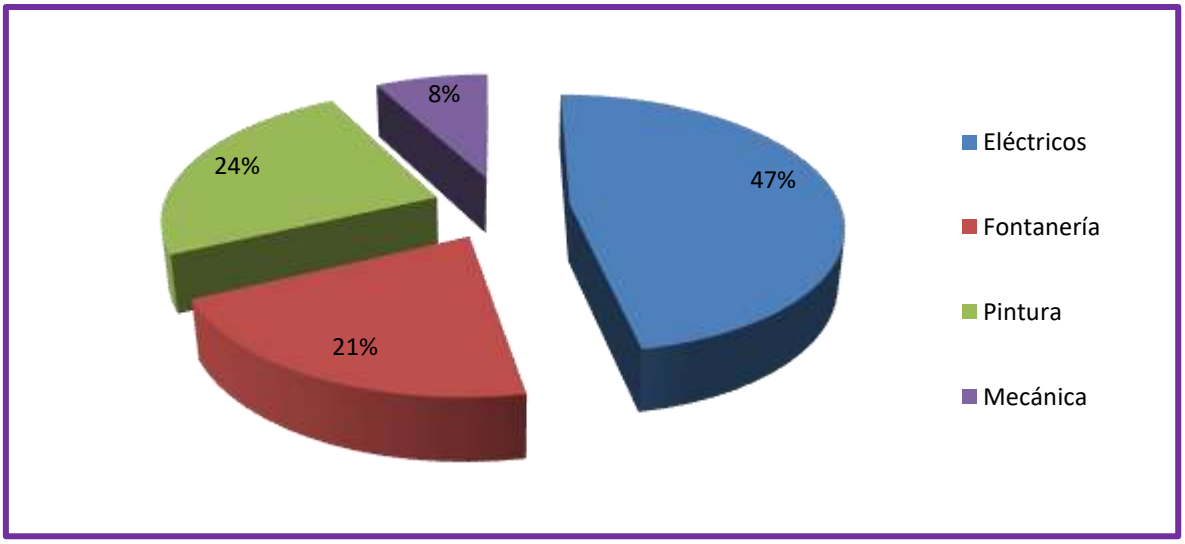


Gráfico 6. Servicios que conoce

Análisis

Por otro lado a través de los datos obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo el gráfico 6 indica que el 47% representa a los servicios eléctricos que son los más conocidos, el 24% manifestaron que conocen el servicio de pintura, el 21% respondieron conocer el servicio de fontanería y finalmente el 8% optaron por el servicio de mecánica.

Pregunta 7.- ¿Si se le presenta una emergencia en su propiedad a quién acude usted?

Cuadro 8.Emergencia en reparaciones

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
A un amigo	200	52
Persona de confianza	113	30
Empresa de servicio	70	18
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

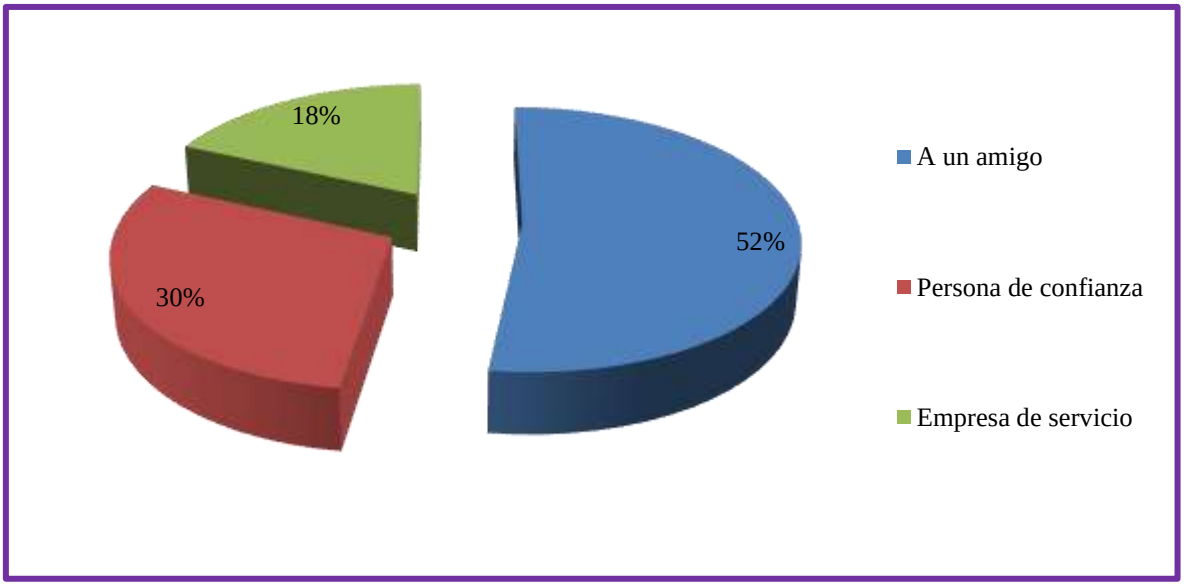


Gráfico 7.Emergencia en reparaciones

Análisis

Como se observa en el gráfico 7 el 52% de los habitantes encuestados respondieron que cuando se presenta una emergencia recurren a un amigo, seguido del 30% que afirmaron acudir a una persona de confianza para seguir sus recomendaciones y a diferencia del 18% que opinaron prestar los servicios de una empresa.

Pregunta 8.- ¿Se siente usted satisfecho cuando contrata los servicios de un profesional para resolver sus necesidades?

Cuadro 9. Satisfacción del servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	310	81
No	73	19
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

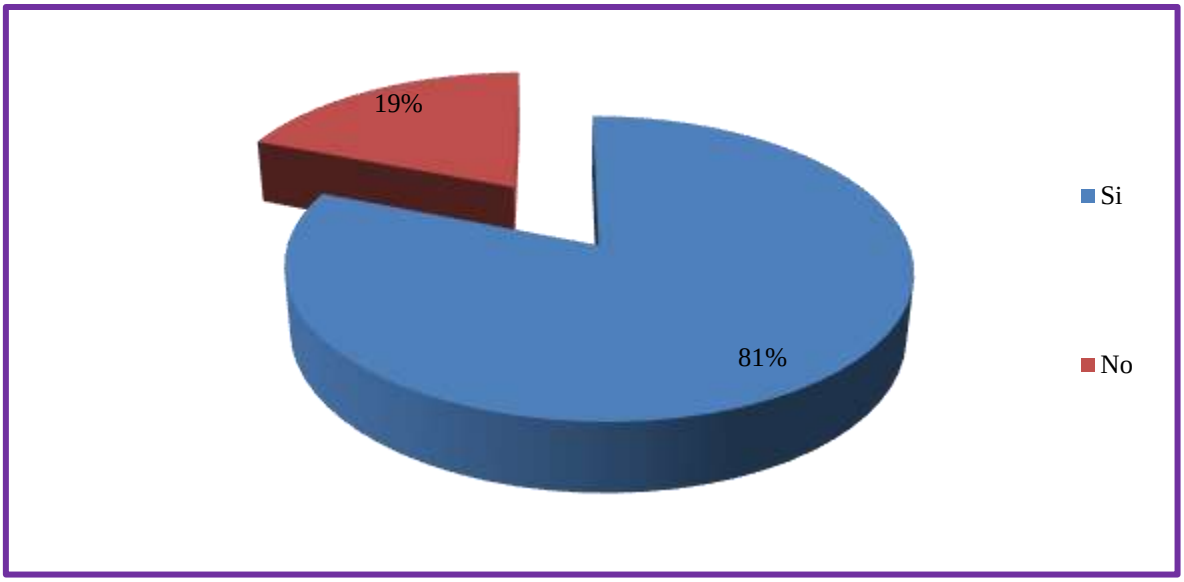


Gráfico 8. Satisfacción del servicio

Análisis

En el gráfico 8 los habitantes del cantón Quevedo contestaron que el 81% sí se sienten satisfechos cuando contratan los servicios de un profesional, mientras que el 19% indicaron que no se sienten satisfechos con los servicios brindados por un profesional debido a que los costos de sus trabajos son elevados.

Pregunta 9.- ¿Le gustaría a usted que se cree una empresa de multiservicios prepagados en el cantón Quevedo?

Cuadro 10.Creación de una empresa de multiservicios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	91
No	33	9
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

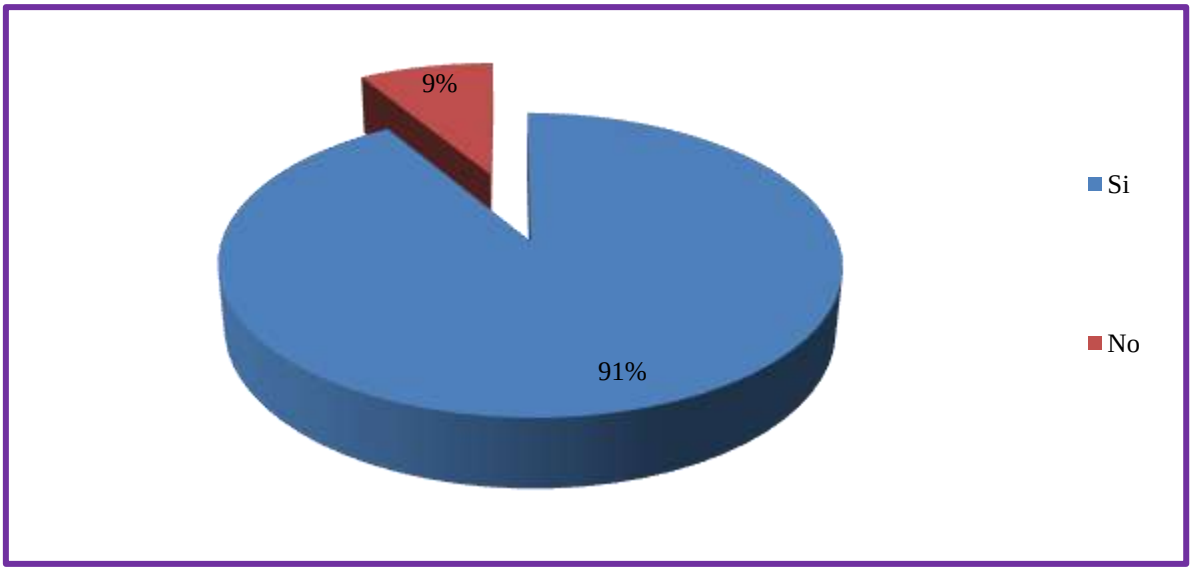


Gráfico 9.Creación de una empresa de multiservicios

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo el gráfico 9muestra que el 91% opinaron que sí les gustaría que se cree una empresa de multiservicios prepagados en el cantón ya que este tipo de empresas no son muy comunes en la ciudad y finalmente el 9% manifestaron no estar de acuerdo con la creación de esta empresa.

Pregunta 10.- ¿En qué lugar le gustaría a usted que se ubique la empresa de multiservicios prepagados?

Cuadro 11. Ubicación de la empresa de multiservicios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Parroquia San Camilo	103	27
Centro de la ciudad	60	16
En las afueras de la ciudad	220	57
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

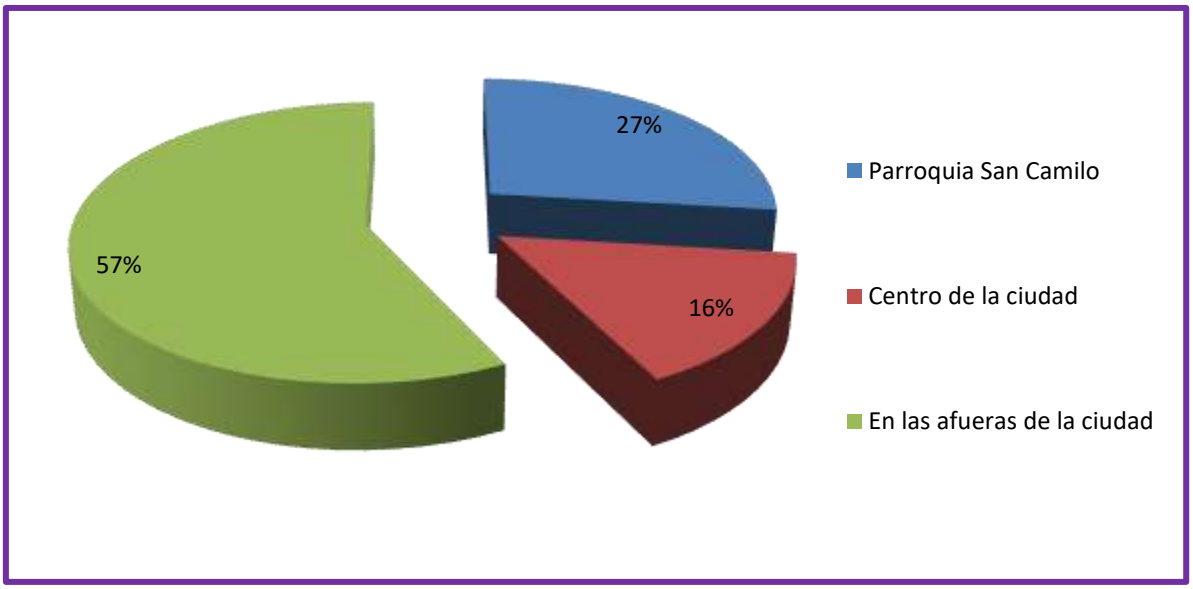


Gráfico 10. Ubicación de la empresa de multiservicios

Análisis

Según el gráfico 10 de la encuesta realizada a los habitantes el 57% expresaron que la ubicación más apropiada sería en las afueras de la ciudad de Quevedo, mientras que el 27% indicaron que se la ubique en la parroquia San Camilo y el 16% restante mencionaron que el centro de la ciudad sería la mejor ubicación.

Pregunta 11.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por los servicios de ésta empresa?

Cuadro 12.Precio del servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
$ 20 - 30	200	52
$ 31 - 40	110	29
$ 41 - 50	60	16
Más de $ 51	13	3
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

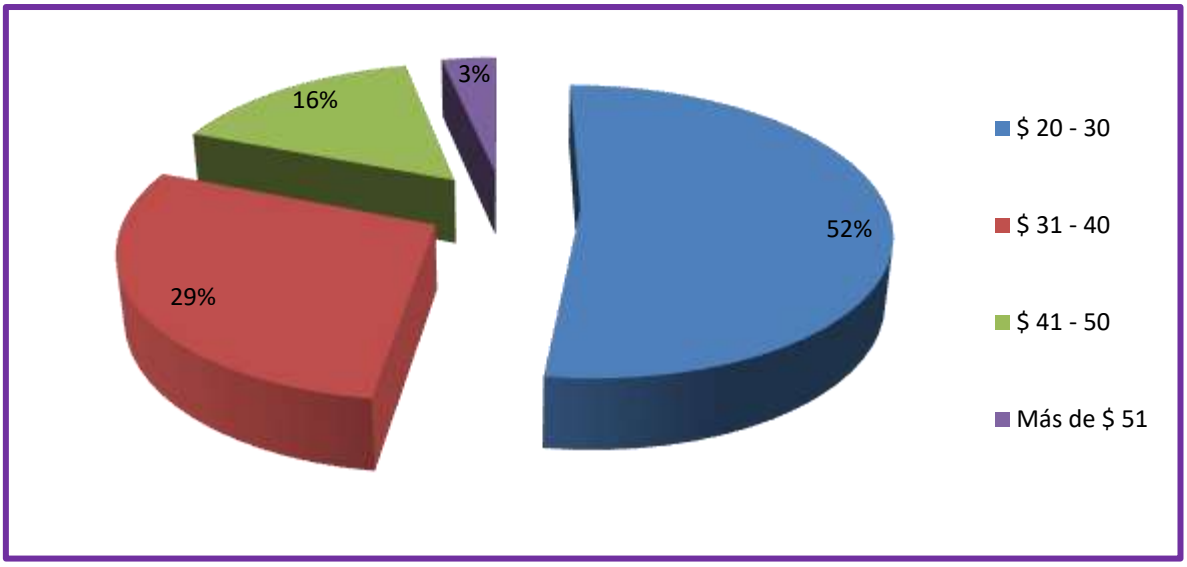


Gráfico 11. Precio del servicio

Análisis

En el gráfico 11 se puede observar que el 52% de los habitantes encuestados mencionaron que estarían dispuestos a pagar de 20 a 30 dólares el cual sería el precio más razonable, seguido del 29% que optaron de 31 a 40 dólares, el 16% manifestaron pagar de 41 a 50 dólares y por último con un 3% pagarían más de 51 dólares por los servicios prestados.

Pregunta 12.- ¿Utilizaría usted los servicios de ésta empresa?

Cuadro 13.Aceptación del servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	296	77
No	87	23
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

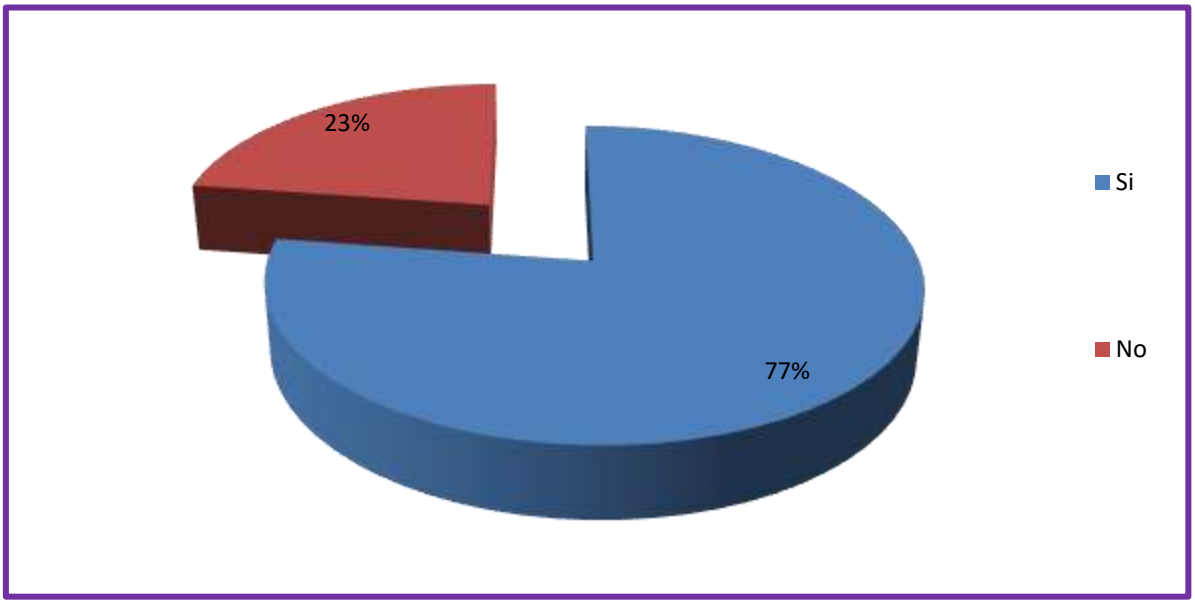


Gráfico 12. Aceptación del servicio

Análisis

Por otro lado el gráfico 12muestra que el 77% de los habitantes encuestados sí utilizarían los servicios de la empresa porque consideran que es una idea innovadora al momento de adquirir la prestación de los mismos, mientras que el 23% contestaron que no utilizarían los servicios de la empresa por desconfianza.

Pregunta 13.- ¿Qué tipos de servicios le gustaría a usted que brinde la empresa de multiservicios prepagados?

Cuadro 14. Servicios de la empresa multiservicios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Eléctrico	140	37
Gasfitería	103	27
Albañilería	90	23
Pintura	50	13
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

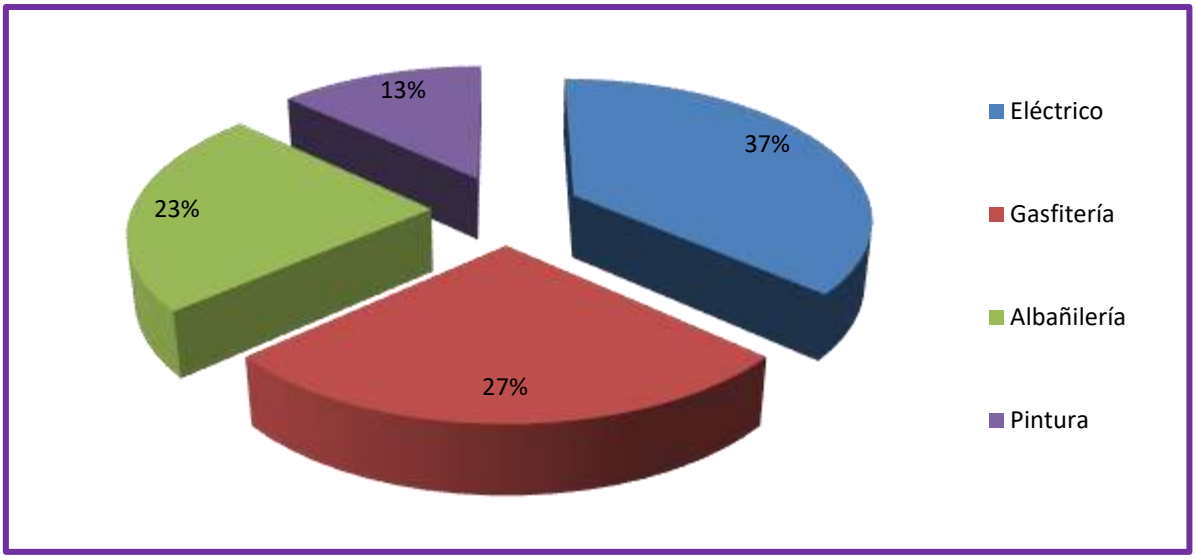


Gráfico 13. Servicios de la empresa multiservicios

Análisis

De acuerdo al Gráfico 13 de los datos obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo el 37% indicaron que los servicios eléctricos son los que más les gustaría que brinde la empresa de multiservicios prepagados, seguido de la gasfitería con el 27%, el 23% consideraron que sería el servicio de albañilería y finalmente el 13% restante dijeron que les gustaría el servicio de pintura.

Pregunta 14.- ¿Con qué medios publicitarios considera usted que la empresa de multiservicios prepagados debe de contar?

Cuadro 15. Medios de publicidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	93	24
Prensa escrita	80	21
Radio	20	5
Vallas publicitarias	30	8
Internet	160	42
Total	**383**	**100**

FUENTE: ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO
ELABORADO: AUTORA

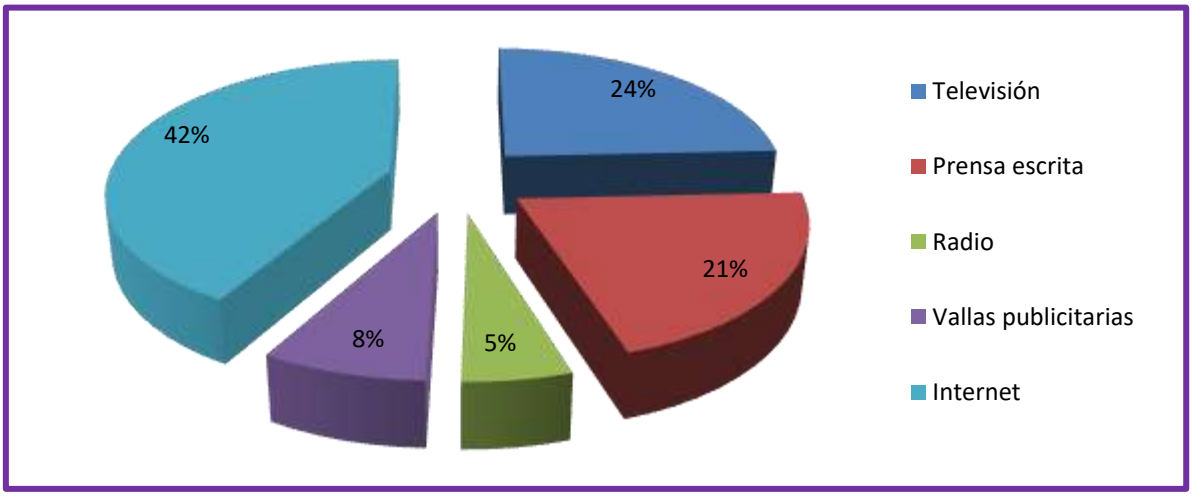


Gráfico 14. Medios de publicidad

Análisis

En el gráfico 14 se observa que el 42% de los encuestados consideran que el internet es el mejor medio publicitario por ser más económico y de fácil accesocon el que la empresa de multiservicios prepagados debe de contar para ser conocida en el mercado, el 24% manifestaron que sería a través de la televisión, el 21% indicaron que sería la prensa escrita, el 8% por medio de vallas publicitarias y finalmente el 5% restante dijeron que sería la radio el medio de publicidad para darse a promocionar.

4.1.1.Estudio de Mercado

Aplicando el estudio de mercado se pudo conocer que no existen empresas de multiservicios en el cantón Quevedo y las pocas que existen brindan una muy mala calidad en sus servicios se estableció que existe una gran demanda desatendida.

El estudio de mercado tiene el propósito de conocer si tiene la aceptación que serequiere para el emprendimiento del proyecto,el objetivo es conocer las necesidades de los consumidores sus insatisfacciones y poder brindar un servicio de calidad como lo exigen los consumidores.

Se analizará el entorno aplicando métodos y técnicas necesarias analizando la competencia para la fijación de precios en cuanto a los servicios que se brindarán dentro de la institución.

4.1.1.1.Demanda Actual

De acuerdo con la investigación realizada aplicando los métodos de investigación en el grafico 12 se comprueba que el proyecto de emprendimiento tiene una aceptación del 77% frente a una población que se ubica con una cantidad de 195.428 habitantes que tiene el cantón Quevedo como se muestra en el cuadro 16.

Cuadro 16. Demanda Actual

Habitantes
150.479,56

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.1.2.Demanda Futura

La ciudad de Quevedo posee una población que se ubica con 195.428 habitantes según datos oficiales del INEC con un índice de crecimiento del 2,4%, en la actualidad es

considerada uno de los cantones a nivel regional que presenta el mayor crecimiento productivo económico convirtiéndolo en un lugar atractivo donde invertir.

Cuadro 17. Demanda Futura

Años	Proyección Futura
2015	150.479,56
2016	154.091,07
2017	157.789,26
2018	161.576,20
2019	165.454,03

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.1.3.Oferta Actual

La investigación planteada analizó la demanda para poder establecer la oferta de acuerdo con la aceptación del mercado, se evaluó la capacidad técnica y administrativa que tiene la empresa con la meta de brindar una propuesta aceptable en cuanto a la oferta que se ajuste a las necesidades de los clientes abasteciendo la demanda insatisfecha que existe en el mercado Quevedeño. Para ello se calculó de acuerdo a la demanda existente de 150.479,56 con una aceptación del 5% reflejada en la pregunta 3 de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo, dando como resultado final 7.523,98 solicitudes por año.

Cuadro 18. Oferta Actual

Solicitudes de Servicios
7.523,98

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.1.4. Oferta Futura

De acuerdo a los índices de crecimiento de la población con una excelente administración operativa en la empresa de multiservicios se pronostica un crecimiento del 5% como se detalla en el cuadro 19.

Cuadro 19. Oferta Futura

Años	Oferta Futura
2015	7.523,98
2016	7.900,18
2017	8.295,19
2018	8.709,95
2019	9.145,45

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.1.5.Demanda Insatisfecha

Cuadro 20. Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2015	150.479,56	7.523,98	142.955,58
2016	154.091,07	7.900,18	146.190,89
2017	157.789,26	8.295,19	149.494,07
2018	161.576,20	8.709,95	152.866,25
2019	165.454,03	9.145,45	156.308,58

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.2. Logotipo

El nombre de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN se lo denominó así en base a la forma que se quiere abarcar el mercado local con respecto a los servicios a ofrecer y a lo novedoso del nombre de la empresa para llegar a los habitantes del Cantón Quevedo. La presente ilustración se lo detalla en el Anexo 3 que es el logotipo que regirá en la Empresa de Multiservicios Prepagados para darse a conocer en el mercado local.

4.1.3. Eslogan

El eslogan que identificará a la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN es el siguiente:

4.1.4. Marketing Mix

La campaña publicitaria que emprenderá la empresa será de forma agresiva e intensa dando a conocer los servicios que venderá la empresa con el fin de obtener más suscriptores, para ello se analizarán los diferentes factores que intervienen mediantes técnica y métodos adecuados.

4.1.4.1. Servicios de la Empresa

Con el fin de captar la atención se realizará una campaña publicitaria en donde el objetivo es dar a conocer a la empresa y los servicios que se ofrecerán, con el propósito de captar más suscritores que beneficien a las dos partes. Los servicios que se ofrecerán se detallan a continuación: Ver Anexo 4.

- Eléctrico.
- Gasfitería.
- Albañilería.
- Pintura.

4.1.4.2.Calidad en los Servicios

Se pretende brindar servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes analizando sus requerimientos e ir evolucionando de acuerdo a la demanda que establezcan los usuarios que son los potenciales clientes.

4.1.4.3.Precio

El precio será analizado de acuerdo al mercado, el cual será un precio razonable estimado de $ 30,00 que se ajuste a los consumidores mediante el cual todos tenga accesibilidad sin restricción alguna gozando de los beneficios y promociones que les ofrecerá la empresa.

4.1.4.4. Distribución

La distribución se realizará de manera directa entre la empresa y los usuarios una vez solicitado el servicio se procederá a enviar los técnicos cumpliendo las necesidades de la empresa de la siguiente forma:

Figura 1. Canales de Distribución de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN

ELABORADO: AUTORA

4.1.4.5.Promoción

Las promociones serán variadas las cuales se premiarán con descuentos, obsequios, realizando sorteos con los fieles clientes que tengan un tiempo, con el objetivo de mantener su fidelidad y con la intención de atraer más clientes suscritores.

4.1.4.6.Publicidad

Se establecerá evaluando la campaña publicitaria que se vaya a desarrollar en los medios de comunicación y el tiempo que se soliciten. Con la finalidad de captar la atención del mercado consumidor y cumplir con los objetivos planteados.

- Cuñas Radiales.
- Cuñas Televisivas.
- Prensa Escrita.
- Redes Sociales.

4.1.5.Estudio Técnico

El estudio técnico formulado tiene la responsabilidad de analizare informar sobre la localización de la empresa determinando si existe la aceptación necesaria para llevarse a cabo el proyecto de investigación.

La localización adecuada de la empresa y distribución está bajo la responsabilidad del estudio técnico.

4.1.5.1.Localización del Proyecto

La Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN se posicionará en Ecuador, Provincia de Los Ríos en el área urbana del cantón Quevedo cuyos límites son al Norte con

el Recinto Cuatro Mangas, al Sur con la entrada a Mocache, el Este con el Río Quevedo y al Oeste con el Estero de Aguas Blancas según lo señalado por el Departamento de Planeamiento Urbano del Municipio.

La Provincia de Los Ríos en los últimos años se ha caracterizado por el desarrollo económico, convirtiéndola en una de las provincias productivas en la que se puede contar con la materia prima disponible para la producción y con un talento humano emprendedor para llevar a cabo las labores cualesquiera que estas fuesen, lo cual resulta fácil invertir para las empresas.

4.1.5.2.Macro Localización

La Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN se encontrará ubicada en Ecuador, en la Provincia de Los Ríos, Cantón Quevedo. Ver Anexo 5.

4.1.5.3.Micro Localización

La Empresa de Multiservicios PrepagadosBARQUIN estará ubicada en el cantón Quevedo vía Santo Domingo ciudadela Nuevo Quevedo específicamente en la Avenida Quito y Gustavo Chonquí, la cual se propone satisfacer la demanda que existe a través de un servicio de calidad hacia todos sus clientes. Ver Anexo 5.

4.1.5.4.Distribución e Instalaciones de la Empresa

Para la distribución e instalaciones de la empresa será necesario analizar el presupuesto de los costos que será destinado para la empresa. Teniendo en cuenta los ingresos y egresos los cuales se respaldaránen informes para ser entregados. Ver Anexo 6.

4.1.6.Matriz FODA

La matriz FODA examinará el entorno de la empresa con el fin de ayudar a la toma de decisiones analizando las fortalezas y debilidades de la misma.

Cuadro 21. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F.1 Personal calificado para las labores. **F.2** Servicios de reparación de alta calidad. **F.3** Escasa competencia de las empresas de multiservicios prepagados. **F.4** Buena estructura organizativa.	**O.1** Nuevos mercados. **O.2** Aprovechar la experiencia en el área de trabajo del talento humano. **O.3** Capacitaciones constantes. **O.4**Equipos tecnológicos modernos.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
D.1 Falta de capitalización. **D.2**Autonomía en la clase obrera. **D.3**Cartera de servicios limitadas. **D.4**Demora en la recuperación de la inversión.	**A.1** Cambio de necesidades de los consumidores. **A.2** Nuevos competidores. **A.3** Crisis política y económica. **A.4**Crecimiento lento del mercado.

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.7.Estructura Organizacionalde la Empresa

La Empresa Multiservicios PrepagadosBARQUINestará estructurada de acuerdo a los servicios que ofrece en cuanto a las necesidades e insatisfacciones del mercado con el fin de cumplir sus objetivos propuestos al inicio del desarrollo de la investigación.

4.1.7.1.Base Filosófica

4.1.7.2.Misión

Satisfacer a nuestros clientes de una forma rápida y segura al momento de contratar los servicios generales de electricidad, gasfitería, albañilería y pintura, brindándoles un servicio de calidad, cubriendo los requerimientos delos clientes con un alto nivel de responsabilidad para que la empresa crezca favorablemente y contribuyendo al crecimiento económico del cantón Quevedo.

4.1.7.3.Visión

En cinco años BARQUIN será líder gracias al buen desempeño y cumplimiento de los servicios ofrecidos a los clientes,convirtiéndose en la empresa de multiservicios prepagados mejor posicionada en el mercado a nivel local y regional.

4.1.7.4.Valores Corporativos

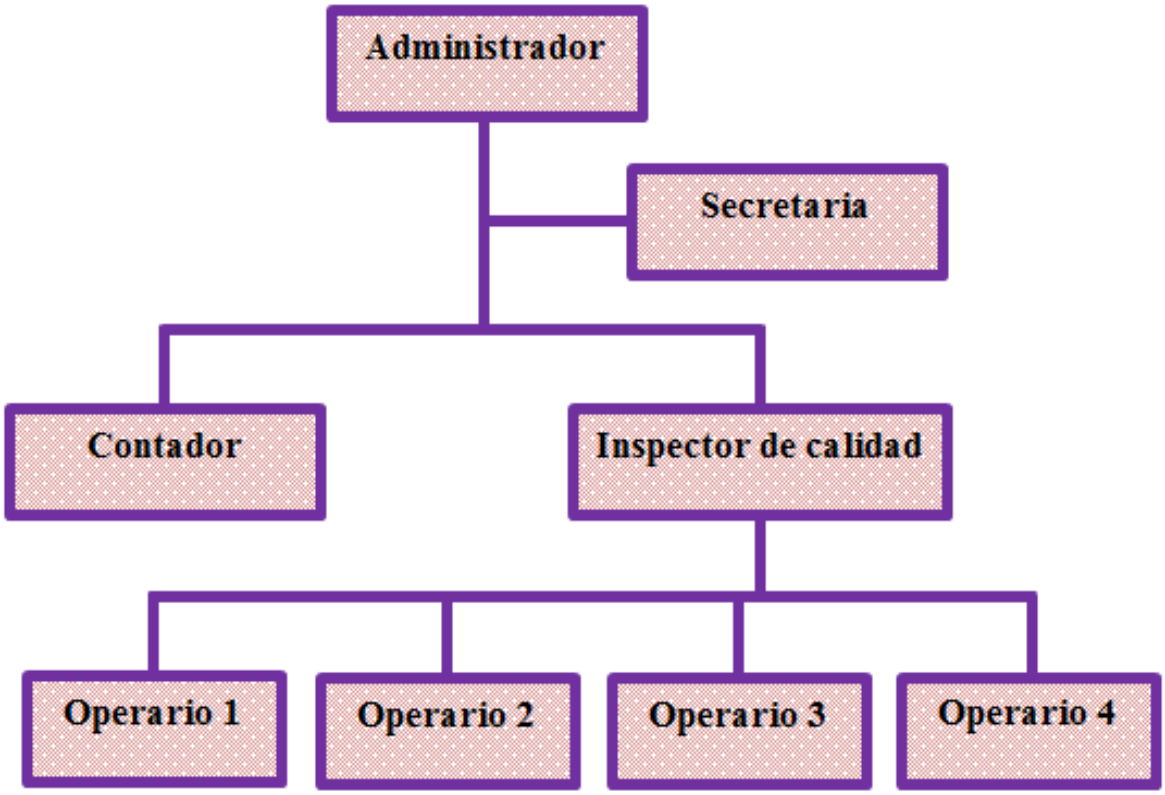
Los valores con los que la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN se desarrollará son:

- Liderazgo.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Excelencia.
- Respeto.
- Compañerismo.

4.1.8.Organigrama Estructural

El organigrama estructural de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUINestará organizado como se lo detalla a continuación en la siguiente figura:

Figura 2. Organigrama Estructural de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN



ELABORADO: AUTORA

4.1.9. Estudio Económico

Este estudio permitirá determinar cuál será el monto es decir el costo monetario necesario para que la Empresa de Multiservicios Prepagados opere.

La evaluación de la capacidad de la empresa entre estos: materiales, muebles, equipos y las instalaciones está bajo la responsabilidad del estudio económico.

4.1.9.1.Costos de Inversión

Los costos de inversión necesarios para la realización del proyecto se detallan a continuación:

Cuadro 22. Muebles de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Vida Útil
Muebles	1	140,00	140,00	10 años
Escritorios	4	40,00	160,00	
Sillones	3	25,00	75,00	
Sillones de metal	3	35,00	105,00	
Archivadores	2	90,00	180,00	
TOTAL			**660,00**	**10 años**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

Cuadro 23. Equipos de Computación y Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Vida Útil
Computadoras	2	800,00	1.600,00	5 años
Impresora	1	200,00	200,00	
Teléfonos	2	30,00	60,00	
Registradora	1	300,00	300,00	
TOTAL			**2.160,00**	**5 años**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

Cuadro 24. Publicidad

Detalle	Meses	Valor Unitario	Valor Total
Cuña Radiales	12	120,00	1.440,00
Cuña Televisivas	12	160,00	1.920,00
Prensa Escrita	12	90,00	1.080,00
Redes Sociales	12	-	-
TOTAL		**370,00**	**4.440,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.9.2. Alquiler del Local

El alquiler del local donde operará la Empresa de Multiservicios Prepagados será evaluado de acuerdo a la capacidad de la misma.

Cuadro 25. Alquiler

Detalle	Cantidad/Mes	Valor Mensual	Valor Anual
Alquiler de local	12	250,00	3.000,00
	TOTAL		**3.000,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.9.3. Vehículo

Cuadro 26. Vehículo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Chevrolet Luv Dmax	1	15.000,00	15.000,00
	TOTAL		**15.000,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.9.4. Suministros de Limpieza

Cuadro 27. Suministros de Limpieza

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Suministros de Limpieza	15	30,00	450,00
TOTAL			**450,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.9.5. Activos Diferidos

Cuadro 28. Activos Diferidos

Detalle	Valor Total
Permisos en general	850,00
TOTAL	**850,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

Cuadro 29. Otros Activos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Dispensador de agua	1	130,00	130,00
Cuadros	6	30,00	180,00
Gigantografías	1	80,00	80,00
Adornos de Oficina	6	10,00	60,00
TOTAL			**450,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

Cuadro 30. Servicios Básicos

Detalle	Meses	Valor Mensual	Valor Anual
Servicios de Agua	12	50,00	600,00
Servicios Eléctricos	12	200,00	2.400,00
Servicios de Telefonía	12	100,00	1.200,00
TOTAL		**350,00**	**4.200,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

Cuadro 31. Uniformes Corporativos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Mandiles	5	30,00	150,00
Guantes	10	3,00	30,00
Cascos	10	10,00	100,00
Orejeras	6	15,00	90,00
Arnés de Seguridad	15	20,00	300,00
Fajones Lumbares	5	12,00	60,00
Gafas Protectoras	15	6,00	90,00
Botas de Cuacho	5	10,00	50,00
Botines de Cuero	4	25,00	100,00
Camisetas	10	16,00	160,00
TOTAL		**147,00**	**1.130,00**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

Cuadro 32. Costos de Materiales para los Servicios

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Carretilla	1	105,00	105,00
Martillo	3	20,00	60,00
Pinturas	20	1,50	30,00
Cables	30	3,90	117,00
Chapas para Puertas	4	15,53	62,12
Metros	10	5,30	53,00
Bloques de Espuma	15	3,70	55,50
Flexómetro	25	1,25	31,25
Brocas	100	0,35	35,00
Piolas	50	1,04	52,00
Pulidoras	40	1,30	52,00
Serruchos	40	2,70	108,00
Playo	10	4,20	42,00
Alicate	30	1,20	36,00
Taladro	8	3,90	31,20
Bailejos	15	1,60	24,00
Correas	10	1,25	12,50
Escaleras	4	39,44	157,76
Tachos de Aluminio	15	2,30	34,50
Cuerdas	20	1,60	32,00
Tijeras	40	3,20	128,00
Sierra	100	1,60	160,00
Pala	50	1,38	69,00
Cernidores	30	5,60	168,00
Llave Francesa	3	28,00	84,00
Tubos en General	80	1,70	136,00
TOTAL			**1.875,83**

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.9.6. Presupuesto de Inversión de Activos Fijos

El total del presupuesto de inversión de Activos Fijos para la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN será de $ 27.795,83 como se detalla a continuación en el presente Cuadro 33.

Cuadro 33. Presupuesto de Inversión de Activos Fijos

Activos Fijos			
Detalle	**Cantidad**	**Precio Unitario**	**Valor Total**
Equipos de Computación y Oficina			
Computadoras	2	800,00	1.600,00
Impresora	1	200,00	200,00
Teléfonos	2	30,00	60,00
Registradora	1	300,00	300,00
Total de Equipos de Computación y Oficina			**2.160,00**
Infraestructura Física			
Alquiler de Local	12	250,00	3.000,00
Total de Infraestructura Física			**3.000,00**
Vehículo			
Vehículo	1	15.000,00	15.000,00
Total de Vehículo			**15.000,00**
Muebles de Oficina			
Muebles	1	140,00	140,00
Escritorios	4	40,00	160,00
Sillones	3	25,00	75,00
Sillones de metal	3	35,00	105,00
Archivadores	2	90,00	180,00
Total de Muebles de Oficina			**660,00**
Otros Egresos			
Suministros de Limpieza			450,00
Otros Activos			450,00
Costos de Materiales			1.875,83
Servicios Básicos			4.200,00
Total de Otros Egresos			**6.975,83**
Total de Activos Fijos			**27.795,83**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.7.Activos Diferidos

Los Activos Diferidos son inversiones que se las realizarán sobre los activos constituidos con el fin de obtener un mayor control el mismo que se detalla en el Cuadro 34.

Cuadro 34. Activos Diferidos

Detalle	Valor Total
Publicidad	4.440,00
Investigación	1.000,00
Permisos en general	850,00
Total de Activos Diferidos	**6.290,00**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.8. Depreciaciones

La línea recta fue la manera como se determinó la depreciación de los activos como se detalla a continuación en el cuadro 35:

Cuadro 35. Depreciaciones

Detalle	Valor de Activos	Valor Residual	Dep. Mensual	Dep. Anual
Muebles de Oficina	660,00	10%	5,50	66,00
Equipos de Computación y Oficina	2.160,00	5%	9,00	108,00
Otros Activos	450,00	5%	1,88	22,50
Vehículo	15.000,00	5%	62,50	750,00
Costos de Materiales y Uniformes	3.005,83	10%	25,05	300,58
	TOTAL			**1.247,08**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.9.Capital de Trabajo

En el Cuadro 36 se detalla la composicióndel capital de trabajo que se basará de acuerdo a la inversión realizada en el proyecto con el fin de controlar los ingresos y egresos de los recursos de la empresa.

Cuadro 36. Capital de Trabajo

Detalle	Valor
Investigación	1.000,00
Capacitación	1.000,00
Publicidad	4.440,00
Permisos en general	850,00
Servicios básicos	4.200,00
TOTAL	**11.490,00**
Total de Activos Fijos	**27.795,83**
Total Capital de Trabajo	**39.285,83**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.10.Financiamiento del Proyecto

El financiamiento del proyecto estará compuesto de la siguiente forma, se aportará el 30% con recursos propios que equivale a $ 12.000,00 mientras que el 70% restante será financiado por medio de un préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional (CFN) equivalente a $ 28.000,00 a 5 años plazo y al 10.5% de interés anualpor las comodidades financieras que ofrece para los proyectos nuevos como se muestra de acuerdo a los datos del cuadro 37.

Cuadro 37. Financiamiento del Proyecto

Detalle	Porcentaje	Valor
Financiamiento	70%	28.000,00
Aporte Propio	30%	12.000,00
TOTAL	**100%**	**40.000,00**

ELABORADO: AUTORA

Detalle	Valor Anual	Valor Mensual
Préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN) por el valor de $ 28.000,00 a 5 años plazo y el 10,5% de interés anual que equivale al 70% de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto de investigación.	2.940,00	245,00
TOTAL		**245,00**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.11.Amortización del Préstamo

La amortización que se obtuvo del préstamo financiero de la Corporación Financiera Nacional, cuyo monto asciende a un valor de $ 28.000,00 el cuál será pagado a un plazo de cinco años tomando como referencia una tasa de interés anual del 10.5% de acuerdo a los datos del Cuadro 38.

Monto: 28.000,00Tasa (%): 10,5

Plazo: 5 años Forma de Pago: Anual

Cuadro 38. Amortización del Préstamo

Período	Capital	Intereses	Pago	Saldo
				28.000,00
1	5.600,00	2.940,00	8.540,00	22.400,00
2	5.600,00	2.352,00	7.952,00	16.800,00
3	5.600,00	1.764,00	7.364,00	11.200,00
4	5.600,00	1.176,00	6.776,00	5.600,00
5	5.600,00	588,00	6.188,00	0,00
	28.000,00	**8.820,00**	**36.820,00**	

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO: AUTORA

4.1.9.12. Gastos Administrativos

Los Gastos Administrativos son todos los gastos que se realizan en la gestión administrativa los cuales quedarán registrados para la respectiva evaluación con los índices económicos que se apliquen, los cuales se observan en el Cuadro 39.

Cuadro 39. Sueldos del Personal

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	550,00	577,50	606,37	636,69	668,52
Secretaria	355,00	372,75	391,39	410,96	431,51
Contador	355,00	372,75	391,39	410,96	431,51
Inspector de Calidad	355,00	372,75	391,39	410,96	431,51
Operarios	395,00	414,75	435,49	457,26	480,12
Remuneración Mensual	**2.010,00**	**2.110,50**	**2.216,03**	**2.326,83**	**2.443,17**
Remuneración Anual	**24.120,00**	**25.326,00**	**26.592,36**	**27.921,96**	**29.318,04**

ELABORADO: AUTORA

Cuadro 40. Suministros de Oficina

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resmas de papel A4	15,00	15,48	15,98	16,49	17,02
Lapiceros	25,00	25,80	26,63	27,48	28,36
Perforadoras	10,00	10,32	10,65	10,99	11,34
Grapadoras	15,00	15,48	15,98	16,49	17,02
Calculadoras	30,00	30,96	31,95	32,97	34,02
Sobres manilas	5,00	5,16	5,33	5,50	5,68
TOTAL	**100,00**	**103,20**	**106,52**	**109,92**	**113,44**

ELABORADO: AUTORA

Cuadro 41. Gastos Financieros

Detalle	Valor
Otros Gastos Financieros	2.000,00
TOTAL	**2.000,00**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.13. Proyección de Ingresos y Egresos

La proyección de ingresos y egresos refleja elprocedimiento financiero del proyecto, la proyección se basa en las unidades monetarias.

4.1.9.14.Proyección de Ingresos

Son los valores monetarios que ingresarán durante el ejercicio contable por la suscripción de los clientes en la Empresa Multiservicios Prepagados los cuales serán evaluados restando las obligaciones financieras para saber si hay pérdidas o ganancias, según se refleja en el Cuadro 42.

Cuadro 42. Proyección de Ingresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios de Electricidad	3.540,14	3.717,15	3.903,01	4.098,16	4.303,07
Servicios de Gasfitería	2.500,66	2.625,69	2.756,97	2.894,82	3.039,56
Servicios de Albañilería	1.035,95	1.087,75	1.142,14	1.199,25	1.259,21
Servicios de Pintura	447,23	469,59	493,07	517,72	543,61
TOTAL	**7.523,98**	**7.900,18**	**8.295,19**	**8.709,95**	**9.145,45**
Ingreso Anual	**225.719,40**	**237.005,40**	**248.855,70**	**261.298,50**	**274.363,50**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.15.Proyección de Egresos

Son los recursos financieros que han generado gastos y costos para el proyecto con las inversiones como materia prima, equipos de computación, muebles de oficina los cuales fueron necesarios para la realización del proyecto, de acuerdo al Cuadro 43.

Cuadro 43. Proyección de Egresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo	39.285,83	41.250,12	43.312,63	45.478,26	47.752,17
TOTAL	**39.285,83**	**41.250,12**	**43.312,63**	**45.478,26**	**47.752,17**

ELABORADO: AUTORA

Cuadro 44. Imprevistos

Detalle	Valor
Contratiempos	500,00
Mantenimiento del Vehículo	1.500,00
TOTAL	**2.000,00**

ELABORADO: AUTORA

Cuadro 45. Costos Indirectos Generales

Detalle	Valor
Servicios Básicos	4.200,00
Uniformes Corporativos	1.130,00
Costos Materiales	1.875,83
Imprevistos	2.000,00
Depreciación	1.247,08
TOTAL	**10.452,91**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.16.Costos Fijos y Costos Variables

En el cuadro 46 se observa los Costos Fijos con un valor total de $ 27.120,00 mientras que los Costos Variables tienen un valor total de $ 12.552,91los mismos que suman un Costo Total de $ 39.672,91recursos económicos que le costará a la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN para llevar a cabo su ejecución.

Cuadro 46. Costos Fijos y Costos Variables

Detalle	Valor
Sueldos del Personal	24.120,00
Alquiler	3.000,00
Total Costos Fijos	**27.120,00**
Suministros de Oficina	100,00
Costos Indirectos Generales	10.452,91
Otros Gastos Financieros	2.000,00
Total de Costos Variables	**12.552,91**
TOTAL	**39.672,91**

ELABORADO: AUTORA

4.1.9.17. Punto de Equilibrio

El punto de equilibro de la empresa es el equilibrio entre la pérdida y la ganancia de los ingresos menos los costos donde debe existir una estabilidad económica en la empresa. Aplicando la siguiente fórmula se obtuvo un punto de equilibrio de28.717,04 que lo hace realizable financieramente.

$$\mathbf{PE} = \frac{\mathbf{CF}}{\mathbf{1} - \frac{\mathbf{CV}}{\mathbf{PV}}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{27.120,00}{1 - \frac{12.552,91}{225.719,40}}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{27.120,00}{1 - 0,055612898}$$

$$\mathbf{PE} = \frac{27.120,00}{0,944387101}$$

$$\mathbf{PE} = 28.717,04$$

4.1.10. Evaluación Financiera

El objetivo que tiene la evaluación financiera es poder definir la inversión de una mejor manera identificando los ingresos que son generados por las ventas menos los egresos de la inversión, los mismos que se generarán durante el ejercicio contable.

4.1.10.1.Estado de Resultados Proyectado

Muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un período determinado.

De acuerdo al Cuadro 47 del Estado de Resultados Proyectado muestra un saldo positivo en el primer año 2015 de $ 119.854,39 y para el quinto año 2019 se refleja una utilidad neta anual de $ 149.988,90 lo que significa la efectividad económica del proyecto.

Cuadro 47. Estado de Resultados Proyectado

	Detalle	Años				
		2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
		1	**2**	**3**	**4**	**5**
	INGRESOS					
(+)	Ingresos	225.719,40	237.005,40	248.855,70	261.298,50	274.363,50
(=)	**TOTAL DE INGRESOS**	**225.719,40**	**237.005,40**	**248.855,70**	**261.298,50**	**274.363,50**
(-)	Gastos generales	39.285,83	41.250,12	43.312,63	45.478,26	47.752,17
(=)	**UTILIDAD**	**186.433,57**	**195.755,28**	**205.543,07**	**215.820,24**	**226.611,33**
	EGRESOS					
(-)	Sueldos del personal	24.120,00	25.326,00	26.592,36	27.921,96	29.318,04
(-)	Depreciaciones	1.247,08	1.247,08	1.247,08	1.247,08	1.247,08
(-)	Pagos por préstamo	8.540,00	7.952,00	7.364,00	6.776,00	6.188,00
	OTROS GASTOS					
(-)	Otros Gastos Financieros	100,00	103,20	106,52	109,92	113,44
(-)	Imprevistos	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
(=)	**TOTAL DE EGRESOS**	**38.007,08**	**38.628,28**	**39.309,96**	**40.054,96**	**40.866,56**
(=)	**UTILIDAD OPERACIONAL**	**148.426,49**	**157.127,00**	**166.233,11**	**175.765,28**	**185.744,77**
(-)	15% Participación a trabajadores	22.263,97	23.569,05	24.934,97	26.364,79	27.861,72
(=)	**UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA**	**126.162,52**	**133.557,95**	**141.298,14**	**149.400,49**	**157.883,05**
(-)	5% Impuesto a la Renta	6.308,13	6.677,90	7.064,91	7.470,02	7.894,15
(=)	**UTILIDAD NETA**	**119.854,39**	**126.880,05**	**134.233,23**	**141.930,47**	**149.988,90**

ELABORADO: AUTORA

4.1.10.2. Flujo de Caja Proyectado

Se consiguen a partir de las actividades operativas, una vez que se han satisfecho las necesidades de inversión, pertenecen a los inversionistas que han contribuido capital económico a la organización.

Cuadro 48. Flujo de Caja Proyectado

	Detalle	Años					
			2015	2016	2017	2018	2019
		0	1	2	3	4	5
A	**INGRESOS**						
(+)	Ingresos		225.719,40	237.005,40	248.855,70	261.298,50	274.363,50
(+)	Financiamiento	40.000,00	-	-	-	-	-
(=)	**TOTAL DE INGRESOS**		**225.719,40**	**237.005,40**	**248.855,70**	**261.298,50**	**274.363,50**
B	**EGRESOS**						
	Inversión Inicial						
(-)	Gastos Generales		39.285,83	41.250,12	43.312,63	45.478,26	47.752,17
(-)	Gastos Administrativos		24.120,00	25.326,00	26.592,36	27.921,96	29.318,04
(-)	Imprevistos		4.100,00	4.103,20	4.106,52	4.109,92	4.113,44
(-)	Pagos por préstamo		8.540,00	7.952,00	7.364,00	6.776,00	6.188,00
(=)	**TOTAL DE EGRESOS**		**76.045,83**	**78.631,32**	**81.375,51**	**84.286,14**	**87.371,65**
C	**IMPUESTOS**						
(-)	15% Participación a trabajadores		22.263,97	23.569,05	24.934,97	26.364,79	27.861,72
(-)	Impuesto a la Renta		6.308,13	6.677,90	7.064,91	7.470,02	7.894,15
(=)	Total de Impuestos	40.000,00	28.572,10	30.246,95	31.999,88	33.834,81	35.755,87
D	**FLUJO NETO (A-B-C)**		**121.101,47**	**128.127,13**	**135.480,31**	**143.177,55**	**151.235,98**

ELABORADO: AUTORA

En el Cuadro 48 del Flujo de Caja Proyectado se muestra un flujo neto anual de $ 121.101,47 para el primer año, mientras que para el quinto año se tendrá un flujo neto de $ 151.235,98.

4.1.10.3.Valor Actual Neto

Valor Actual Neto es el dinero que seva a ganar en los próximos años a precio de hoy y comparándolo con la rentabilidad que dan otros activos. Para calcular el VAN se aplicó la siguiente fórmula:

$$\mathbf{VAN} = -\mathbf{I} + \frac{\mathbf{FNE1}}{(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\mathbf{1}}} + \frac{\mathbf{FNE2}}{(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\mathbf{2}}} + \frac{\mathbf{FNE3}}{(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\mathbf{3}}} + \frac{\mathbf{FNE4}}{(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\mathbf{4}}} + \frac{\mathbf{FNE5}}{(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\mathbf{5}}}$$

$$\mathbf{VAN} = -40.000 + \frac{\mathbf{121.101,47}}{(1+0.10)^1} + \frac{\mathbf{128.127,13}}{(1+0.10)^2} + \frac{\mathbf{135.480,31}}{(1+0.10)^3} + \frac{\mathbf{143.177,55}}{(1+0.10)^4} + \frac{\mathbf{151.235,98}}{(1+0.10)^5}$$

$$\mathbf{VAN} = -40.000 + 110.092,25 + 105.890,19 + 101.788,36 + 97.792,19 + 93.905,64$$

$$\mathbf{VAN} = -40.000 + 509.468,63$$

$$\mathbf{VAN} = 469.468,63$$

Se obtuvo un Valor Actual Neto positivo de $ 469.468,63; lo que significa que es aceptable invertir en este tipo de proyecto para la puesta en marcha del mismo.

Valor Actual Neto Cero

$$\mathbf{VAN} = \sum_{\mathbf{t=1}}^{\mathbf{n}} \frac{\mathbf{F1}}{(\mathbf{1}+\mathbf{TIR})^{\mathbf{t}}} = \mathbf{0}$$

$$\mathbf{VAN} = -40.000 + \frac{\mathbf{121.101,47}}{(1+3.08)^1} + \frac{\mathbf{128.127,13}}{(1+3.08)^2} + \frac{\mathbf{135.480,31}}{(1+3.08)^3} + \frac{\mathbf{143.177,55}}{(1+3.08)^4} + \frac{\mathbf{151.235,98}}{(1+3.08)^5} = \mathbf{0}$$

$$\mathbf{VAN} = -40.000 + 29.681,73 + 7.696,99 + 1.994,78 + 516,69 + 133,77 = \mathbf{0}$$

$$\mathbf{VAN} = -\ 40.000\ +\ 40.000 = \mathbf{0}$$

Aplicando la fórmula del Valor Actual Neto Cero y considerando una tasa estimada del 308% se obtuvo un resultado de $ 40.000 que restando la inversión total del proyecto se igualó a 0, lo que significa que el proyecto es viable.

4.1.10.4. Tasa Interna de Retorno

Se procedió a calcular del flujo neto proyectado una tasa estimada que al reemplazarla en la fórmula del Valor Actual Neto Cero automáticamente resultela Tasa Interna de Retorno del proyecto de investigación.

$$\mathbf{TIR} = 308\%$$

Se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 308% positiva, por lo tanto es factible invertir en este tipo de proyecto.

4.1.10.5. Relación Beneficio Costo

Para obtener la Relación Beneficio Costo se aplicó la siguiente fórmula:

Ingresos

$$\mathbf{VAN\ I} = -\ 40.000\ +\ \frac{\mathbf{225.719,40}}{(1+0.10)^1} + \frac{\mathbf{237.005,40}}{(1+0.10)^2} + \frac{\mathbf{248.855,70}}{(1+0.10)^3} + \frac{\mathbf{261.298,50}}{(1+0.10)^4} + \frac{\mathbf{274.363,50}}{(1+0.10)^5}$$

$$\mathbf{VAN\ I} = -\ 40.000\ + 205.199{,}45\ + 195.872{,}23\ + 186.968{,}97\ + 178.470{,}39\ + 170.358{,}15$$

$$\mathbf{VAN\ I} = -\ 40.000\ +\ 936.869{,}19$$

$$\mathbf{VAN\ I} = 896.869{,}19$$

Egresos

$$\mathbf{VAN\ E} = -\ 40.000\ + \frac{\mathbf{76.045,83}}{(1+0.10)^1} + \frac{\mathbf{78.631,32}}{(1+0.10)^2} + \frac{\mathbf{81.375,51}}{(1+0.10)^3} + \frac{\mathbf{84.286,14}}{(1+0.10)^4} + \frac{\mathbf{87.371,65}}{(1+0.10)^5}$$

$$\mathbf{VAN\ E} = -\ 40.000\ + 69.132{,}57\ + 64.984{,}56\ + 61.138{,}62\ + 57.568{,}57\ + 54.250{,}92$$

$$\mathbf{VAN\ E} = -\ 40.000\ +\ 307.075{,}24$$

$$\mathbf{VAN\ E} = 267.075{,}24$$

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

$$\mathbf{B/C} = \frac{896.869{,}19}{267.075{,}24}$$

$$\mathbf{B/C} =\ 3{,}36$$

La Relación Beneficio Costo debe ser mayor a 1 dólar y de acuerdo a estos resultados obtenidos por cada dólar invertido recupero $ 3,36 lo cual es beneficioso y factible para invertir en el proyecto.

4.1.10.6. Período de Recuperación

El Período de Recuperación de la inversión es el tiempo que tomará recuperar la inversión una vez realizado el proyecto.

Cuadro 49. Período de Recuperación

Años	Flujo Neto	Flujo Acumulados	Inversión
1	121.101,47	121.101,47	40.000,00
2	128.127,13	249.228,60	
3	135.480,31	384.708,91	
4	143.177,55	527.886,46	
5	151.235,98	679.122,44	

ELABORADO: AUTORA

121.101,47 Σ 1 Año

40.000,00 Inversión

40.000,00 – 121.101,47 = 81.101,47

40.000,00 / 12 = 3.333,33 por mes

3.333,33 / 81.101,47= 0,041

0,041 * 30 = 1 mes2 días

De acuerdo al Cuadro 49 el Período de Recuperación de la inversión inicial es de 1 año 1mes y 2 días aproximadamente siendo un indicador atractivo para el inversionista.

4.2. Discusión

Una vez concluida la investigación sobre el **Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Multiservicios Prepagados en el cantón Quevedo** de nombre comercial **BARQUIN,** se compararán y discutirán los resultados finales con**Pacheco Antonio**

(2014), que propone realizar un **Plan deNegocio para crear una Empresa de Multiservicios relacionados con Reparaciones Eléctricas** y con **Isaías Cedeño (2014)**, que plantea un **Proyectode inversión para la creación de una empresa de reparación a domicilio** para los hogares de la ciudad de Machala.

Discusión del primer objetivo específico

- Analizar la oferta y la demanda de los servicios prepagados elaborando un estudio de mercado.

  El estudio de factibilidad planteado para la creación de la empresa de multiservicios prepagados en el cantón Quevedo año 2015 **BARQUIN**propone en su primer objetivo conocer la demanda que existe para poder formular la oferta para ello necesitan realizar un estudio de mercado el cual analicé el entorno, la competencia, necesidades e insatisfacciones de los consumidores con el objetivo de satisfacer los mismos. Mientras que **Pacheco (2014)**, propone en su primer objetivo para el plan de negocios que formuló, establecer estrategias publicitarias y dar a conocer al mercado la empresa y los servicios que ofrece. Sin embargo **Cedeño (2014)**,propone aplicar un Plan de Marketing de los servicios.

Aceptación del objetivo específico 1

Se compararon las investigaciones planteadas teniendo como resultados que una mejor propuesta, a través del objetivo planteado es el propuesto por la empresa de multiservicios prepagados**BARQUIN (2015)**,debido a la evaluación que plantea al mercado para captar su atención y vender sus servicios**.**

Discusióndel segundo objetivo específico

- Determinar los costos de inversión y localización apropiada mediante un estudio técnico.

BARQUIN(2015),propone en su segundo objetivo específico determinar costos en cuanto a muebles de oficinas, ordenadores, herramientas necesarias para el desempeño de los colaboradores. Para ello es necesario proyectar un estudio técnico para conocer los recursos económicos que se necesitan estableciendo un presupuesto de manera general. También se evaluó la localización de la futura empresa comprobando que tiene un buen nivel de aceptación por parte de la población lo cual se verificó en la encuesta formulada. Para **Pacheco (2014)**,manifiesta que sus costos y localización se conocerán a través de encuestas a ciertas empresas y hogares para determinar lasnecesidades de las mismas. Por otro lado **Cedeño (2014)**, expresa que obtuvo su inversión aplicando un estudio de investigación en cuanto a precios para conocer el capital a invertir.

Aceptación del objetivo específico2

Se acepta el objetivo planteado por **BARQUIN(2015)**,ya queseajusta más a la realidad de un mercado exigente donde la calidad en los servicios permite seguir compitiendo.

Discusión del tercer objetivo específico

- Determinar la factibilidad financiera del proyecto utilizando índices de evaluación.

El control de los recursos económicos ingresos y egresos que se generen es fundamental por ello **BARQUIN (2015)**, planteaexaminar sus recursos económicos a través de los índices de evaluación para conocer la salud financiera de la organización. Las utilidades de las empresas que se obtengan, según**Pacheco (2014)**, manifiesta quellevará un control mediante un personal que realice auditoria en cada departamento.Por otro lado **Cedeño (2014)**, menciona que para un mayor control analizarán los riesgos económicos una vez que se haya incursionado en el mercado.

Aceptación del objetivo específico 3

El objetivo propuesto por la empresa de multiservicios prepagados**BARQUIN (2015)**,es aceptable ya que analizóla estructura financiera de la misma de forma detallada y minuciosa.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Una vez desarrollado el proyecto de investigación del Estudio de Factibilidad para la Creación de la Empresa de Multiservicios PrepagadosCantón Quevedo año 2015,se analizó la propuesta planteada llegando a las siguientes conclusiones:

- Realizando el estudio de mercado permitió conocer la oferta y la demanda insatisfecha de los servicios que ofrecerá la empresa de multiservicios prepagados en el cantón Quevedo, por lo cual se pudo conocer la aceptación que tiene este tipo de proyecto en el mercado siendo este atractivo para el emprendimiento del mismo.

- Mediante el estudio técnico se determinóla localización apropiada del proyecto para desarrollar sus actividades operativas, la inversión total asciende a un valor de $ 40.000,00 el mismo que será financiado en un 70% con un préstamo a la CFN y el 30% restante con capital propio, concluyendo que el proyecto tiene la aceptación necesaria para incursionar en el mercado.

- A través de la evaluación financiera se determinó que el proyecto es factible, ya que se obtuvo un Valor Actual Neto positivo de $ 469.468,63, una Tasa Interna de Retorno del 308%, una Relación Beneficio Costo de $ 3,36 por cada dólar invertido y un Periodo de Recuperación de 1 año, 1 mes, 2 días lo que hace que el proyecto sea rentable financieramente.

5.2. Recomendaciones

Las recomendaciones para el proyecto de investigación son realizadas de acuerdo a los objetivos planteados y de los resultados de la investigación ya conocidos dadas las conclusiones respectivas se recomienda lo siguiente:

- Implementar el proyecto propuesto debido a la carencia de este tipo de servicios en el mercado, lo que permitirá generar desarrollo en el ámbito económico y social del cantón Quevedo, con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo servicios de alta calidad de acuerdo a sus requerimientos.

- Aprovechar en base al estudio técnico los resultados obtenidos para la puesta en marcha del proyecto los mismos que ayudarán a optimizar tiempo y recursos necesarios para un mayor rendimiento a futuro del mismo.

- Aplicar la evaluación financiera la misma que demostró resultados positivos con altos índices de rentabilidad, la cual permitirá recuperar la inversión en un corto plazo pronosticando un excelente futuro para la empresa por lo que se recomienda su ejecución.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

🕮 Textos

Angelfire Melisa. (2012)“Determinación de la Factibilidad”. Diamantes – Cárdenas.Segunda Edición. Madrid – España.

Clasec. J. (2014) “Proyectos Financieros”.Universo Editorial.Primera Edición. Lima – Perú.

Coronel Jorge. (2012) “La Empresa, Apalancamiento Financiero, Caminos del Comercio Moderno”. Editorial Universitaria. Cuarta Edición. Ambato – Ecuador.

Correa Cariño. (2015) “Importancia del Análisis FODA para la Toma de Decisiones en las Empresas”.Editorial Estrellas. Tercera Edición. Guadalajara – México, S.A. de C.V.

Daffus Miranda Dayana. (2011) “Estudio Integral de Factibilidad de Proyectos de Inversión”.Internacional Thomson Editores, S.A. Tercera edición. México, D.F.

Decoop Javier. (2014) “Factibilidad del Proyecto Empresarial”. Ecoe Ediciones. Primera Edición. Bogotá, D.C. Colombia.

Guarnizo Jonathan. (2013) “Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa de Multiservicios Electricidad”.Editorial Universitaria. Tercera Edición. Loja – Ecuador.

Manguera Vania. (2010) “Riesgo de una Inversión y los Beneficios que ésta produce”. Editorial El Camino del Saber.Cuarta Edición. La Paz – Bolivia.

Palacio Edwin. (2013)“Administrador de Empresas, Planes de Negocios”. Vida Editores. Tercera Edición. Bogotá, D.C. Colombia.

Peralta Lía. (2010) “Técnica de Análisis empleada como Instrumento de Planificación de Utilidades”.Editorial Cervantes. Quinta Edición. Madrid – España.

Pérez Manuel. (2012) “Niveles de Precio y Calidad”.Editorial Continental. Primera Edición. México, S.A. de C.V.

Pérez Ramiro. (2012)“Análisis FODA, AgroProyectos”. Editorial Andares. Segunda Edición. Buenos Aires – Argentina.

Pucese Daniel. (2015) “Estados de Resultados”.Editorial Cates Piura. Segunda Edición. Bogotá, D.C. Colombia.

Ramírez Bernardo. (2011) “El Análisis de la Solvencia Financiera, Condiciones del Mercado”.Editirial Independientes. Primera Edición. Quito – Ecuador.

Rivera Andrés. (2010) “La Empresa, La Localización y el Costo”. Limaza S.A Editores. Primera Edición. Lima – Perú.

Vera Callao, P. Raysha. (2012) “Administración de Operaciones”.Editorial Diseños. Quinta Edición. Buenos Aires – Argentina.

Linkografía

http://www.Diagnóstico Empresarial e Implementación de mejoras/Pinto/costo y gasto/.

http://www. Estrategia de Segmentación de Mercado y Posicionamiento; Producción y Comercialización-Emprendimiento// Proceso de Evaluación-Económico-Financiero//.

http://www. Factibilidad del Proyecto Empresarial – lucros – economía – emprendedores//Renato Flores//cabrera – comportamientos económicos/.

http://www. Planes Estratégicos y Operativos// las grandes organizaciones- mercados-finanzas/.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1.

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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN QUEVEDO

La presente encuesta pretende recopilar información importante objetiva y relevante que permita conocer la opinión de los habitantes del cantón, necesaria para interpretar los resultados obtenidos y explicar la factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios prepagados en el cantón Quevedo.

1.- ¿Realiza usted alguna actividad laboral actualmente?

- Sí ☐
- No ☐

2.- ¿Cuánto es su ingreso mensual?

- $ 101 - $ 200 ☐
- $ 201 - $ 300 ☐
- $ 301 - $ 400 ☐
- $ 401 - $ 500 ☐

3.- ¿Conoce usted qué tipos de servicios son los que más se solicitan actualmente en la ciudad?

- Servicios financieros ☐
- Servicios tecnológicos ☐
- Servicios de reparación ☐

4.- ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de la empresa de multiservicios?

- Sí ☐
- No ☐

5.- ¿Qué opinión tiene usted de las empresas de multiservicios?

- Muy buenas ☐
- Buenas ☐
- Malas ☐

6.- ¿Qué tipos de servicios conoce usted que brindan las empresas de multiservicios?

- Eléctricos ☐
- Fontanería ☐
- Pintura ☐
- Mecánica ☐

7.- ¿Si se le presenta una emergencia en su propiedad a quién acude usted?

- A un amigo ☐
- Persona de confianza ☐
- Empresa de servicio ☐

8.- ¿Se siente usted satisfecho cuando contrata los servicios de un profesional para resolver sus necesidades?

Sí ☐

No ☐

9.- ¿Le gustaría a usted que se cree una empresa de multiservicios prepagados en el cantón Quevedo?

Sí ☐

No ☐

10.- ¿En qué lugar le gustaría a usted que se ubique la empresa de multiservicios prepagados?

Parroquia San Camilo ☐

Centro de Quevedo ☐

En las afueras de la ciudad ☐

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por los servicios de ésta empresa?

$ 20 - 30 ☐

$ 31 – 40 ☐

$ 41 – 50 ☐

Más de $ 51 ☐

12.- ¿Utilizaría usted los servicios de ésta empresa?

Sí ☐

No ☐

13.- ¿Qué tipos de servicios le gustaría a usted que brinde la empresa de multiservicios prepagados?

Eléctrico ☐

Gasfitería ☐

Albañilería ☐

Pintura ☐

14.- ¿Con que medios publicitarios considera usted que la empresa de multiservicios prepagados debe de contar?

Televisión ☐

Prensa escrita ☐

Radio ☐

Vallas publicitarias ☐

Internet ☐

Gracias por su colaboración brindada, esta encuesta será importante para la realización de mi proyecto de investigación.

Anexo 2. Tabla de Niveles de Confianza

NIVEL DE VALOR DE CONFIANZA. DE Z EN %		NIVEL DE VALOR DE CONFIANZA. DE Z EN %		NIVEL DE VALOR DE CONFIANZA. DE Z EN %	
50	0,67	73	1,10	93	1,81
51	0,69	74	1,12	93,50	1,84
52	0,70	75	1,15	94	1,88
53	0,72	76	1,17	94,50	1,91
54	0,73	77	1,20	95	1,96
55	0,75	78	1,22	95,44	2
56	0,77	79	1,25	95,50	2,005
57	0,78	80	1,28	96	2,05
58	0,80	81	1,31	96,50	2,1
59	0,82	82	1,34	97	2,17
60	0,84	83	1,37	97,50	2,24
61	0,85	84	1,40	98	2,32
62	0,87	85	1,43	98,50	2,43
63	0,89	86	1,47	99	2,58
64	0,91	87	1,51	99,50	2,81
65	0,93	88	1,55	99,54	3
66	0,95	89	1,59	99,55	3,03
67	0,97	90	1,64	99,80	3,08
68	0,99	90,50	1,67	99,85	3,18
68,26	1,00	91	1,69	99,90	3,27
69	1,01	91,50	1,72	99,95	3,49
70	1,03	92	1,75	99,99	3,89
71	1,05	92,50	1,78	100	3,99
72	1,08	---	---	---	---

Tabla de Niveles de Confianza utilizada para la muestra del proyecto

Anexo 3. Logotipo y Eslogan de la Empresa

Logotipo y Eslogan de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN

Anexo 4. Imágenes de los servicios que ofrecerá la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN

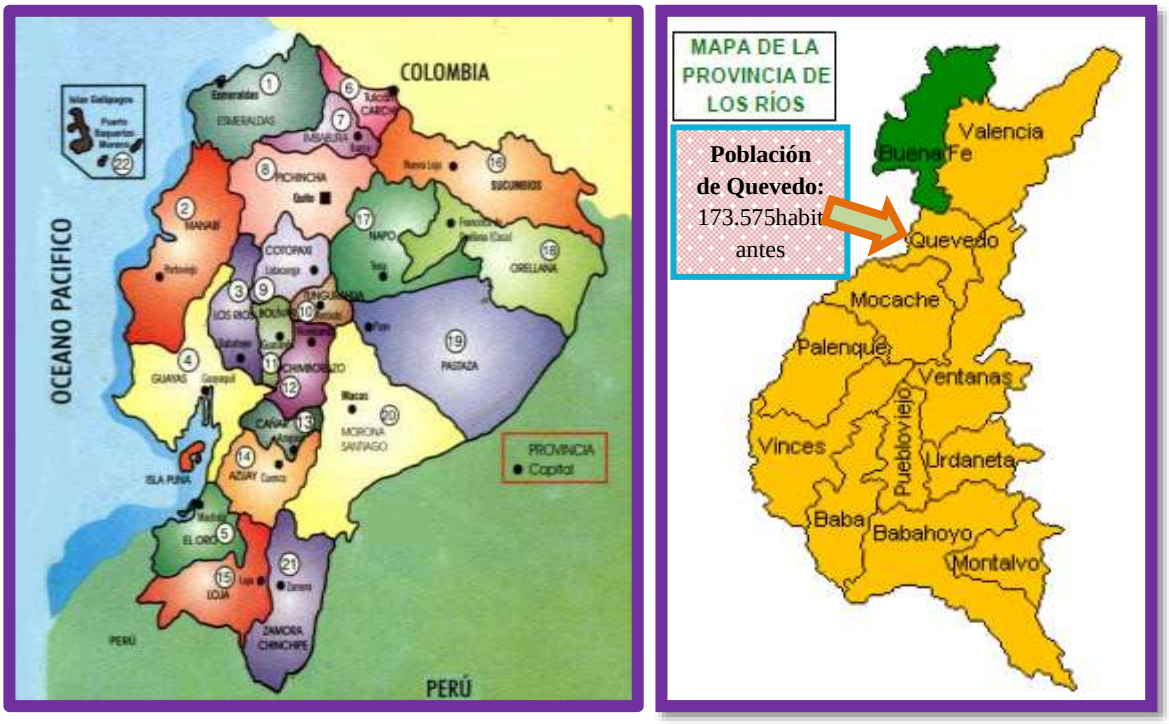
Servicios Eléctricos

Servicios de Gasfitería

Servicios de Albañilería

Servicios de Pintura

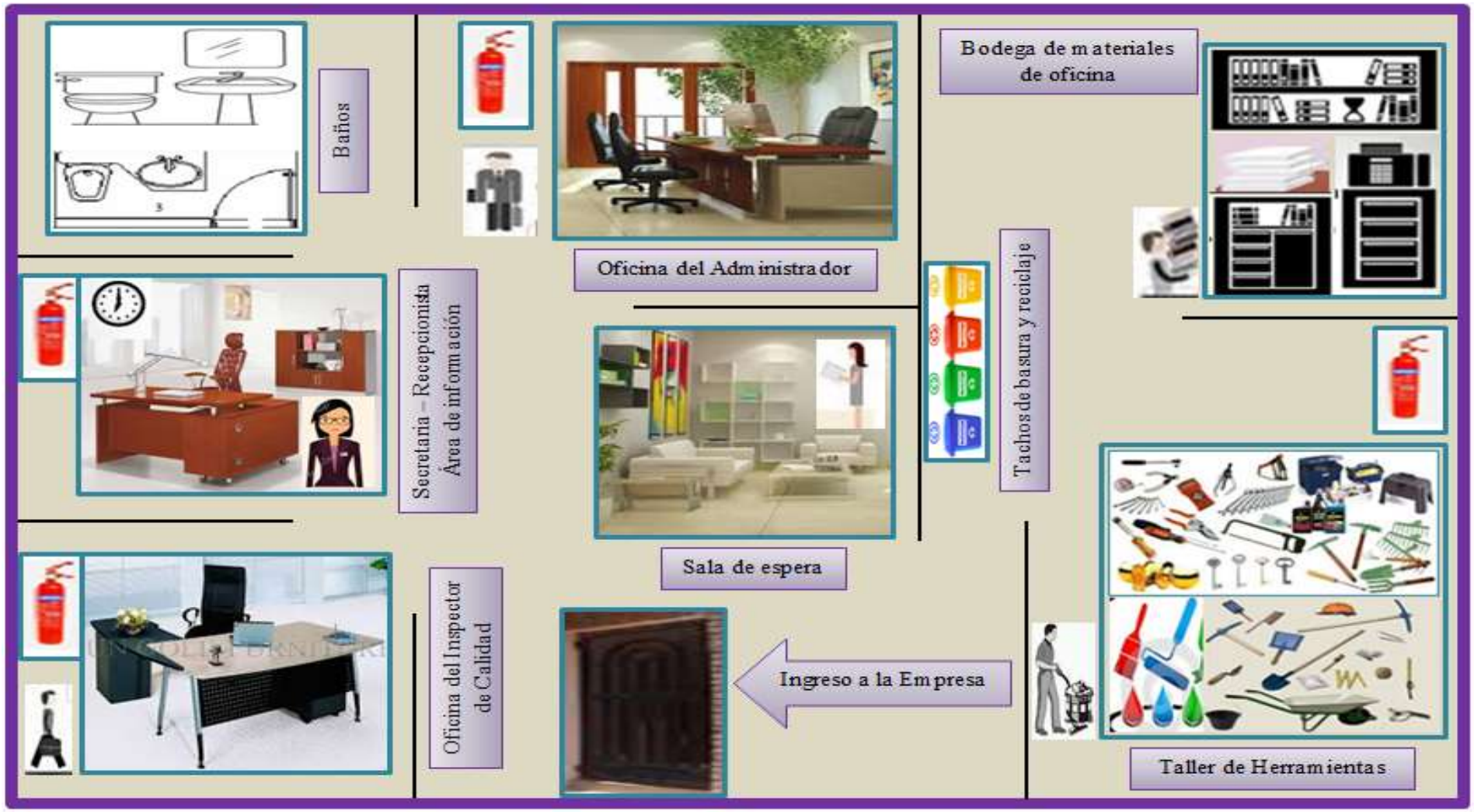
Anexo 5. Localización de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN



Macro Localización Ecuador Provincia de Los Ríos

Micro Localización Quevedo vía a Santo Domingo ciudadela Nuevo Quevedo A. Quito y Gustavo Chonquí.

Anexo 6. Diseño de la Distribución de la Empresa



Diseño de la Distribución de la Empresa de Multiservicios Prepagados BARQUIN

Anexo 7. Fotografías

Realización de la encuesta a los habitantes del cantón Quevedo