



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO.

Previo a la obtención del
Título de Ingeniería en
Gestión Empresarial.

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD EN EL CANTÓN LA
MANÁ, AÑO 2013”**

AUTORA:

VERÓNICA ELIZABETH ALCACIEGA GUANÍN

DIRECTORA DE TESIS

ING. VICTORIA VELASCO BARAHONA M.Sc.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2014

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

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

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

Verónica Elizabeth Alcaciega Guanín

La suscrita, **Ing. Victoria Velasco Barahona M.Sc.**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

CERTIFICO:

Que la señorita egresada Verónica Elizabeth Alcaciega Guanín, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial de grado titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD EN EL CANTON LA MANÁ, AÑO 2013”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Victoria Velasco Barahona M.Sc.,
DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Presentado al Consejo Directivo como requisito a la obtención del título de
Ingeniera en Gestión Empresarial.

Aprobado:

DRA. FRESIA RIZO ZAMORA, M.Sc
PRESIDENTA DE TRIBUNAL

ING. WASHINGTON CARREÑO RODRIGUEZ, M.Sc
VOCAL DE TRIBUNAL

ING. PAOLA CEDEÑO FUENTES M.Sc
VOCAL DE TRIBUNAL

QUEVEDO – LOS RIOS – ECUADOR
AÑO 2014

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, a los docentes y compañeros (as), que a lo largo de mi carrera Universitaria supieron transmitir sus conocimientos y experiencias.

De la misma forma mi agradecimiento especial a mi directora de Tesis la Ing. Victoria Velasco Barahona M.Sc, quien con su apoyo y su orientación incondicional ha hecho realidad el término del presente trabajo investigativo.

Le doy gracias a mis padres Jorge y Miriam por apoyarme en cada momento, los valores que me ha inculcado y haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación a lo largo de mi vida. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad. Sobre todo su tenacidad y lucha insaciable ha hecho de ello el gran ejemplo a seguir, no solo para mí, sino para mis hermanos (as) y familia en general.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este esfuerzo y dedicación que está plasmado en el presente trabajo, a Dios que es la fuente de inspiración divina, que me ha dado la fuerza para poder sobreponerme de cada caída a lo largo de esta etapa de preparación, que entre penas y alegrías culmino una etapa más de mi vida profesional llenándome de satisfacción por el esfuerzo realizado.

A mis padres, hermanos y hermanas por su apoyo incondicional, gestos de amor, sabios consejos, comprensión y esperanza lo que contribuyeron en la motivación de mi crecimiento personal y profesional.

A mi novio Xavier, por su amor, preocupación y su infinito apoyo compartido. Él representó gran esfuerzo en momentos de declive y cansancio, para que la integración y entrega del trabajo investigativo saliera a calidad.

A todas las personas que de alguna u otra manera contribuyeron a la elaboración y culminación del trabajo.

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Portada	i
Declaración de autoría y cesión de Derecho	ii
Certificación del Director de Tesis	iii
Tribunal de Tesis	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Índice	vii
Contenido	vii
Cuadros	xiv
Gráficos	xvi
Figuras	xvii
Anexos	xviii
Esquema de codificación	xix
Resumen Ejecutivo	xxi
Abstrac	xxii

CONTENIDO

CAPITULO I Marco Contextual de la Investigación	
1.1 INTRODUCCIÓN	2
1.2 PROBLEMATIZACIÓN	5
1.2.1 Planteamiento del problema	5
Diagnóstico	5
Causas	5
Efectos	5
Pronóstico	6
Control de Pronóstico	6
1.2.2 Formulación del problema	6
CONTENIDO	PÁGINA

1.3 JUSTIFICACIÓN	8
1.4 OBJETIVOS	9
1.4.1 General	9
1.4.2 Específicos	9
1.5 HIPOTESIS	10
1.5.1 General	10
1.5.2 Específica	10
1.6 VARIABLES	11
1.6.1 Variable Independiente	11
1.6.2 Variable Dependiente	11
 CAPITULO II. Marco teórico	
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.1.1 Estudio de Factibilidad	12
2.1.2 Inversión	12
2.1.2.1 La etapa idea	13
2.1.2.2 La etapa de pre-inversión	13
2.1.2.3 El nivel perfil	14
2.1.2.3 Nivel pre-factibilidad	14
2.1.3 Creación de Empresas	14
2.1.4 Comercialización	15
2.1.4.1 Micro comercialización	16
2.1.4.2 Macro comercialización	16
2.1.5 Alarma de Seguridad	16
2.1.6 Video Cámara	17
2.1.7 Cámara de Seguridad para Interiores	18
2.1.8 Botones de Pánico	18
2.1.9 Sensores de Movimiento	18
2.1.10 Locales Comerciales	18
2.1.11 Estudio de Mercado	19
CONTENIDO	PÁGINA

2.1.11.2	Análisis de la oferta	20
2.1.11.3	Análisis de la demanda	20
2.1.11.4	Demanda insatisfecha o latente	21
2.1.11.5	Análisis de precio	21
2.1.11.6	Canales de comercialización	22
2.1.12	Estudio técnico	22
2.1.12.1	Localización	22
	Macro-localización	23
	Micro-localización	24
2.1.12.2	Tamaño	24
	Físico	24
	Monetario	25
2.1.12.3	Ingeniería del proyecto	25
	Arriendo de local	26
	Maquinaria	26
	Equipo	27
	Muebles	27
	Herramientas	28
2.1.12.4	Administración del proyecto	28
2.1.12.5	Análisis de género	29
2.1.12.6	Análisis ambiental	29
2.1.13	Estudio económico	30
2.1.13.1	Inversión	30
2.1.13.2	Financiamiento	30
2.1.13.3	Plan de producción	31
2.1.13.4	Plan de publicidad	32
2.1.13.5	Costos	32
2.1.13.6	Plan de ingresos	33
2.1.13.7	Estado de resultados	34
2.1.13.8	Punto de equilibrio	34
CONTENIDO	PÁGINA	
2.1.14.1	Flujo de fondos netos	35

2.1.14.2 Rentabilidad	35
Valor actual neto	36
Tasa interna de retorno	36
Relación beneficio costo	37
Tiempo de recuperación del capital	38
2.2 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	38
2.2.1 Alarmas	38
2.2.2 Estudio de Mercado	38
Importancia	39
2.2.3 Estudio técnico	40
2.2.4 Estudio económico	40
2.2.5 Evaluación financiera	40
2.3. Fundamentación legal	41
2.3.1 Estructura Legal para la Constitución de la Empresa	41
2.3.2 Constitución de la empresa	44
CAPÍTULO III. Metodología de la Investigación	54
3.1 Materiales y métodos	55
3.1.1 Localización	55
3.1.2 Materiales	56
3.1.3 Métodos	57
3.1.3.1 Inductivo	57
3.1.3.2 Deductivo	57
3.1.3.3 Análisis	57
3.1.3.4 Síntesis	58
3.2 Tipos de investigación	58
3.2.1 Descriptivo	58
3.2.2 Explicativo	58
3.3 Diseño de la investigación	59
CONTENIDO	PÁGINA
3.3.1.1 Técnicas	59

Encuesta	59
Entrevista	60
3.3.1.2 Instrumentos	60
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	61
3.4.1 Población	61
3.4.2 Muestra	61
3.4.2.1 Simbología del cálculo de la muestra	62
3.4.2.2 Aplicación del instrumento	62
3.4.2.3 Aplicación de la fórmula	63
CAPÍTULO IV. Resultados	64
4.1 RESULTADOS	65
4.1.1 Estudio de Mercado	82
4.1.1.1 Análisis de la oferta	82
4.1.1.1.1 Oferta Proyectada	82
4.1.1.2 Análisis de demanda	83
4.1.1.2.1 Demanda proyectada	84
4.1.1.2.2 Demanda Insatisfecha	85
4.1.2 Estudio técnico	86
4.1.2.1 Localización	86
4.1.2.1.1 Macro-localización	86
4.1.2.1.2 Micro-localización	86
4.1.2.2 Ingeniería del proyecto	87
4.1.2.2.1 Terreno	87
4.1.2.3.2 Razón social de la empresa	87
4.1.2.3.3 Logotipo de la empresa o impacto visual	88
4.1.2.3.4 Eslogan	88
A. MISIÓN	88
CONTENIDO	PÁGINA
b. Visión	89

4.1.2.3.5	Proveedores	89
4.1.2.3.6	Análisis de competencia	89
4.1.2.3.7	Canales de comercialización	89
4.1.2.3.7.1	Publicidad	90
4.1.2.3.8	Diagrama de la Instalación	91
4.1.2.3.8.1	Funcionabilidad del alarma	91
	Detección	92
	Transmisión	92
	Verificación	92
	Intervención	92
4.1.2.4	Vida útil del proyecto	93
4.1.2.5	Análisis de genero	93
4.1.2.6	Análisis ambiental	94
4.1.3	Estudio económico	94
4.1.3.1	Presupuesto de inversión	94
4.1.3.1.1	Inversión fija	94
4.1.3.1.2	Inversión diferida	95
4.1.3.2	Capital de trabajo	96
4.1.3.3	Resumen de inversión	97
4.1.3.4	Ingresos	97
4.1.3.5	Presupuesto de Egreso	98
4.1.3.5.1	Remuneraciones	98
4.1.3.5.2	Servicios básicos	98
4.1.3.5.3	Costos de mantenimiento	99
4.1.3.5.4	Materiales y suministros	99
4.1.3.5.5	Local comercial	99
4.1.3.5.6	Permiso de funcionamiento	100
4.1.3.6	Resumen de Egresos	100
4.1.3.7	Financiamiento	100
4.1.3.7.1	Amortización	101
CONTENIDO	PÁGINA	
4.1.3.8	Costos fijos y variables	104

4.1.3.9	Punto de equilibrio	104
4.1.4	Evaluación financiera	108
4.1.4.1	Determinación de la tasa de descuento	108
4.1.4.1	Tasa mínima atractiva de rendimiento	108
4.1.4.2	Evaluación financiera	109
4.1.4.2.1	Flujos de efectivos	109
4.1.4.2.2	Flujos de efectivo bruto	109
4.1.4.2.3	Flujos de efectivo neto	110
4.1.4.2.4	Evaluación	110
4.1.4.2.5	Valor Actual Neto (VAN)	110
4.1.4.2.6	Tasa Interna de Retorno (TIR)	110
4.1.4.2.7	Razón Beneficio Costo	111
4.1.4.2.8	Periodo de Recuperación de Inversión Actualizada	111
CAPÍTULO V.	Conclusiones y recomendaciones	112
5.1	CONCLUSIONES	113
5.2	RECOMENDACIONES	114
CAPÍTULO VI.	Bibliografía	115
6.1	BIBLIOGRAFÍA	116
6.2	LINKOGRAFÍA	119
CAPÍTULO VII.	Anexos	120

Cuadro 1 Población	61
Cuadro 2 ¿Qué tipo de negocio tiene?	65
Cuadro 3 ¿Qué tipo de seguridad tiene su empresa?	66
Cuadro 4 ¿Cuánto tiempo lleva usted utilizando este servicio de alarmas?	67
Cuadro 5 Este servicio usted lo tiene contratado con una	68
Cuadro 6 ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento actual del servicio?	69
Cuadro 7 ¿Tiene conocimiento usted de alguna empresa que comercialice alarmas de seguridad en la ciudad de La Maná?	70
Cuadro 8 ¿Le gustaría que en la ciudad de La Maná existiera una empresa comercializadora de alarmas de seguridad?	71
Cuadro 9 ¿Qué opina de las alarmas de seguridad	72
Cuadro 10 ¿Usted actualmente cuenta con un servicio de alarmas de seguridad?	73
Cuadro 11 Si su respuesta a la pregunta anterior es no por qué motivo	74
Cuadro 12 ¿Estaría usted interesado en adquirir o comprar alarmas de seguridad?	75
Cuadro 13 ¿Qué tipo de alarma de seguridad le gustaría instalar?	76
Cuadro 14 ¿Qué valor estaría dispuesto a invertir por la adquisición de una alarma de seguridad?	77
Cuadro 15 ¿Le gustaría recibir una oferta especial sobre alarmas de seguridad?	78
Cuadro 16 ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a contratar este servicio?	79
Cuadro 17 A la hora de contratar un servicio de alarma de seguridad ¿Qué es lo que elegiría primero?	80
Cuadro 18 ¿Recomendaría usted este servicio de privada a otras personas?	81
CUADROS	PÁGINA
Cuadro 19 Oferta Actual	82

Cuadro 20	Oferta Proyectada Año 2014 - 2018	
Cuadro 21	Población total de la Provincia de Cotopaxi Año 2013	83
Cuadro 22	Demanda Actual 2013	84
Cuadro 23	Demanda Proyectada	85
Cuadro 24	Demanda Insatisfecha Proyectada 2014 – 2018	85
Cuadro 25	Tamaño del Proyecto	87
Cuadro 26	Resumen de Medio Publicitario	94
Cuadro 27	Activos Fijos	95
Cuadro 28	Inversión Diferida	96
Cuadro 29	Capital de trabajo	96
Cuadro 30	Resumen de Inversión	97
Cuadro 31	Ingreso	97
Cuadro 32	Remuneraciones 2014	98
Cuadro 33	Servicios Básicos	98
Cuadro 34	Mantenimiento	99
Cuadro 35	Materiales y Suministros	99
Cuadro 36	Local Comercial	99
Cuadro 37	Permiso de Funcionamiento	100
Cuadro 38	Resumen de Egresos	100
Cuadro 39	Financiamiento	101
Cuadro 40	Amortización	102
Cuadro 41	Costos Fijos y Costos Variables	104

GRÁFICOS	PÁGINA
Gráfico 1. Qué tipo de negocio tiene.	65
Gráfico 2. Qué tipo de seguridad tiene su empresa.	66
Gráfico 3. ¿Cuánto tiempo lleva usted utilizando este servicio de alarmas?	67
Gráfico 4. Este servicio usted lo tiene contratado con una.	68
Gráfico 5. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento actual del servicio?	69
Gráfico 6. ¿Tiene conocimiento usted de alguna empresa que comercialice alarmas de seguridad en la ciudad de La Maná?	70
Gráfico 7. ¿Le gustaría que en la ciudad de La Maná existiera una empresa comercializadora de alarmas de seguridad?	71
Gráfico 8. Qué opina de las alarmas de seguridad.	72
Gráfico 9. ¿Usted actualmente cuenta con un servicio de alarmas de seguridad?	73
Gráfico 10. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO porque motivo	74
Gráfico 11. ¿Estaría usted interesado en adquirir o comprar alarmas de seguridad?	75
Gráfico 12. ¿Qué tipo de alarma de seguridad le gustaría instalar?	76
Gráfico 13. ¿Qué valor estaría dispuesto a invertir por la adquisición de una alarma de seguridad?	77
Gráfico 14. ¿Le gustaría recibir una oferta especial sobre alarmas de seguridad?	78
Gráfico 15. ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a contratar este servicio?	79
Gráfico 16. ¿Qué es lo que usted elegiría primero?	80
Gráfico 21. ¿Recomendaría usted este servicio de seguridad privada a otras personas?	86
Gráfico 22. Punto de Equilibrio	107

FIGURAS	PÁGINA
Figura Nº 1: Localización	55
Figura Nº 2: Mapa de localización de la ciudad de La Maná.	56
Figura Nº 3: Micro- localización de la Empresa	86
Figura Nº 4: Logotipo de la Empresa	88
Figura Nº 5: Canales de Comercialización del Producto	90
Figura Nº 6: Diagrama de Instalación	91
Figura Nº 7: Diagrama de Funcionabilidad del Alarma	92
Figura Nº 8: Organización Jerárquica	93

ANEXOS	PÁGINA
Anexo 1 Preguntas para encuesta.	121
Anexo 2 Proforma 1	126
Anexo 3 Proforma 2	127
Anexo 4 Referencias de Precios	128
Anexo 5 Flujo de Caja	129
Anexo 6 Estado de Resultado	130
Anexo 7 Cuadro de Remuneraciones	131
Anexo 8 Resumen de remuneraciones	132
Anexo 9 Tabla de Interés del Banco Central del Ecuador	133
Anexo 10 Tasa de Inflación del Banco Central del Ecuador	134
Anexo 11 Árbol de Problemas	135
Anexo 12 Matriz de Problematización	136
Anexo 13 Matriz de Marco Teórico	137
Anexo 14 Proforma de Muebles de Oficina	140
Anexo 13 Proforma publicitaria	141

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN			
1	Título/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD EN EL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2013”
2	Creador/Creator	M	VERÓNICA ELIZABETH ALCACIEGA GUANÍN.
3	Materia/Subject	M	CIENCIAS EMPRESARIALES; CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL.
4	Descripción/Description	M	LA PRESENTE INVESTIGACIÓN SE REALIZÓ EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, EL OBJETIVO DE LA MISMA CONSISTIÓ EN REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD, A TRAVÉS DEL ESTUDIO DE MERCADO QUE PERMITIÓ CONOCER LA NECESIDAD QUE EXISTE PARA COADYUVAR A LA SEGURIDAD DE LOS LOCALES COMERCIALES.
5	Editor/Publisher	M	FCE: CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL; VERÓNICA ELIZABETH ALCACIEGA GUANÍN.

6	Colaborador/Contributor	O	ING. VICTORIA VELASCO BARAHONA M.Sc
7	Fecha/Date	M	22/08/2013
8	Tipo/Type	M	TESIS DE GRADO
9	Formato/Format	R	MICROSOFT OFFICE WORD 2010
10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteg.edu.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	ESPAÑOL
13	Relación/Relation	O	NINGUNO
14	Cobertura/Coverage	O	EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD, SE ENCONTRARÁ UBICADA EN LA AV. GONZALO ALBARRACÍN Y EUGENIO ESPEJO.
15	Derechos/Rights	M	NINGUNO
16	Audiencias/Audience	O	PROYECT OF INVESTIGATION

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación consiste en crear una empresa comercializadora de alarmas de seguridad, aportando a la prevención de actividades ilícitas en el cantón La Maná.

El objetivo de la investigación es obtener un estudio de mercado relevante, específica y general de todos los parámetros necesarios para la instalación y puesta en marcha la empresa, así como la factibilidad técnica y tecnológica, la rentabilidad de inversión y la evaluación de los riesgos y beneficios que puede ocasionar en el proyecto, con esto se pretende orientar al empresario a invertir en dicho proyecto.

Es importante mencionar que los datos primarios se recogieron directamente de los gerente y/o propietarios de locales comerciales, financieros y de servicios a través de encuestas. La misma que nos indica que los clientes se encuentran en un promedio de situación económica – social media.

Con el estudio económico se determinó una inversión de 53.729,57 dólares, generando un VAN de \$24.683.67, una rentabilidad del 28% y un periodo de recuperación de 2 años 8 meses 16 días.

El porcentaje de participación en el mercado del cantón La Maná será de un 92% ya que en la actualidad no existe un lugar que vendan alarmas de seguridad.

ABSTRAC

The present research is to create a trading company security alarms, contributing to the prevention of illegal activities in the Canton La Maná.

The aim of the research is to obtain a survey of relevant, specific and general market of all parameters needed for installation and start-up company, as well as technical and technological feasibility, return on investment and risk assessment and benefits that may result in the project, it is intended to guide the entrepreneur to invest in the project.

With an investment of economic study determined \$ 53,729.57, resulting in a NPV of \$ 24.683.67, a yield of 28% and a payback period of 2 years 8 months 16 days.

It is noteworthy that the primary data collected directly from the manager and / or owners of commercial, financial and services through surveys. It tells us that customers are on average economic - social media.

The percentage of market share of Canton La Maná is 92% since there are currently no place selling security alarms.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

En el nuevo entorno comercial globalizado nos toca enfrentarnos a la realidad de un mundo sin protecciones, y nos encontramos en la necesidad de mejorar la empresa con métodos de seguridad que permitan a los dueños de las empresas, colaboradores, clientes y la ciudadanía en general estar protegidos de la delincuencia latente.

De acuerdo a la evolución constante, la sociedad ha ido perfeccionando hasta alcanzar parámetro de excelencia en todos sus manifestaciones, por lo cual tomando en cuenta el creciente índice poblacional del cantón La Maná hace que su contexto económico se oriente a la comercialización de bienes y servicios, actividad que va desarrollando aceleradamente lo que hace que la población crezca y demande de los parámetros de seguridad hacia la sociedad que están expuestos a la delincuencia.

En la provincia de Cotopaxi, se encuentra ubicado el cantón La Maná, lugar en donde se va a desarrollar el trabajo de investigación, la misma que tiene por objetivo principal determinar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la venta de alarmas de seguridad, para llevar a cabo dicha investigación identificaremos las necesidades latentes de la colectividad.

Para suplir la necesidad que tienen los propietarios de los locales comerciales y ciudadanía en general, en adquirir alarmas que ayuden en la seguridad de sus bienes, tienen que salir a otras ciudades en busca de empresas que satisfagan de

mejor manera sus necesidades, ya que en la actualidad el cantón La Maná no cuenta con la misma.

Para dar una visión y estructura del tema de estudio se ha realizado divisiones en capítulos, de la siguiente manera:

En el primer capítulo se presenta el marco contextual de la investigación, la introducción, problematización, planteamiento del problema y sus derivados del problema, formulación del problema, sistematización del problema, justificación, objetivo general y específicos, hipótesis general/específica y las variables independiente y dependiente, la misma que permite establecer una relación directa con los parámetros metodológicos.

El segundo capítulo está conformado por el marco teórico, donde se ha recopilado la fundamentación teórica de varios autores referentes al tema de investigación.

El tercer capítulo del proyecto comprende la metodología de la investigación que permitió aplicar materiales y métodos de investigación, técnicas e instrumentos de evaluación la misma que permite determinar el tamaño de la muestra de las personas a encuestar.

El cuarto capítulo contiene los resultados obtenidos en la investigación el análisis e interpretación de las encuestas. El estudio de mercado comprende de análisis de la oferta, análisis de la demanda, demanda insatisfecha, análisis de precio. Estudio técnico; contiene localización de la empresa, ingeniería del proyecto, análisis ambiental. Estudio económico, determina el presupuesto de inversión el

presupuesto de egresos y el punto de equilibrio. La evaluación financiera que permitió determinar los riesgos, beneficios y ganancias del proyecto.

El quinto capítulo incluye las conclusiones y recomendaciones que se realizó en base a la información obtenida de la investigación.

En el capítulo sexto demuestra la bibliografía y linkografía de los autores y artículos relacionados con la investigación.

1.2 PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1 Planteamiento del Problema

Diagnóstico:

Causas

- Inexistencia de una empresa que comercialice alarmas de seguridad.
- Poco incentivo para la inversión privada en el Cantón La Maná.
- Falta de un servicio que brinde alarmas de seguridad.

Efectos

- Retraso del desarrollo socio-económico del Cantón La Maná.
- Escasez de fuentes de trabajo.
- Incomodidad en la seguridad de los ciudadanos.

Pronóstico

- Presencia de una empresa que comercialice alarmas de seguridad.
- Dificultad para conseguir trabajo.
- Carencia de conocimientos sobre alarmas de seguridad que alerten de posibles invasores.

Control del Pronóstico

- Desarrollar la creación de la empresa comercializadora de alarmas de seguridad.
- Oportunidades de crear fuentes de trabajo.
- Incentivo a la inversión privada.

1.2.2 Formulación del Problema

¿La ausencia de una empresa dedicada a la comercialización de alarmas de seguridad provoca la inseguridad en las viviendas, en los establecimientos comerciales generando el retraso en el desarrollo en el cantón La Maná?

1.2.3 Sistematización del Problema

- ¿Qué efectos generará la creación de una empresa que comercialice alarmas de seguridad en el movimiento socio-económico del cantón La Maná?
- ¿Cómo influye el servicio de comercialización de alarmas de seguridad en el cantón La Maná?
- ¿Qué expectativas futuras se espera con la comercialización de alarmas de seguridad en el cantón?

1.3 JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad se justifica por la necesidad de la creación de una empresa dedicada a la comercialización de alarmas de seguridad, que brinde a la ciudadanía productos y servicios excediendo las expectativas de nuestros clientes logrando negocios de beneficio mutuo, contando con personal calificado y motivado y comprometiéndonos con el desarrollo comunitario.

Sin embargo se puede notar que la coyuntura económica que no sólo ha disparado los robos, sino que además ha introducido nuevos objetos de deseo en el listado de los delincuentes, ya que no solo desean llevarse artículos que son inapreciables sino que también apuntan a artículos de mayor tamaño y valor y de consumo masivo.

Tomando en cuenta el problema que tiene actualmente los habitantes en el cantón La Maná, se nota ahora que es necesario tomar medidas para socavar los robos y la delincuencia contra los locales comerciales y ciudadanía en general, ya que esto está disminuyendo los ingresos, no solo porque directamente esto afecta a las finanzas debido a la pérdida de los bienes y productos, sino que también disminuye la confianza y por ende crea un ambiente de inseguridad en la ciudadanía lamanence.

La creación de la compañía, es favorable ya que ayudará a dar mayor seguridad a los ciudadanos e impulsar el crecimiento de la ciudad de La Maná, promoviendo así el sector comercial y turístico ya que se encuentra en constante crecimiento.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de alarmas de seguridad para locales comerciales en el cantón La Maná.

1.4.2 Específicos

Desarrollar un estudio de mercado que determine cuáles son las necesidades y expectativas hacia el producto.

Determinar la factibilidad técnica y tecnológica para la instalación y operatividad del proyecto.

Diseñar un estudio económico- financiero para la interpretación de la rentabilidad de inversión, riesgos y beneficios financieros del proyecto.

1.5 HIPÓTESIS

1.5.1 General

La creación de una empresa comercializadora de alarmas de seguridad en el cantón La Maná, es un aporte importante para la prevención del auge delincriminal, de tal manera permite el crecimiento socio-económico de la ciudad.

1.5.2 Específica

La ausencia de una empresa que brinde servicios de seguridad, es una de las causas de inseguridad que tienen los ciudadanos del cantón La Maná.

Con los estudios de la factibilidad técnica y tecnológica para la instalación de la empresa, se demuestra el funcionamiento y operatividad del proyecto.

El estudio económico- financiero aporta a la puesta en marcha del proyecto.

1.6 VARIABLES

1.6.1 Variable Independiente

Proyecto para la creación de una empresa comercializadora de alarmas de seguridad en el cantón La Maná.

1.6.2 Dependiente

Aporte a la prevención de inseguridad que azota al cantón La Maná.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Estudio de Factibilidad

Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso (Varela, 2010).

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2012) la factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

Santos (2008) indica que el estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

2.1.2 Inversión

La inversión básicamente, es un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios futuros. La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras

que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de acometerla. En virtud de la naturaleza del capital adquirido es posible diferenciar entre inversiones productivas e inversiones financieras.

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- Idea
- Pre-inversión
- Inversión
- Operación.

2.1.2.1 La etapa idea.

Es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, más que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

2.1.2.2 La etapa de pre-inversión.

Es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, pre-factibilidad y factibilidad.

2.1.2.3 El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia.

En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

2.1.2.4 Nivel pre-factibilidad, se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de pervisión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económica sean las más ventajosas para el país.

2.1.3 Creación de Empresas

Una empresa es la interacción de las variables: equipo de trabajo, productos – servicios, mercado – clientes. Cuando estos tres elementos funcionan,

interactúan, son sinérgicos y se reinventan en el tiempo podemos decir que hay una empresa, antes no. Una empresa debe estar soportada en esas tres condiciones y esto es lo que se construye en la etapa de creación, de puesta en marcha. (Duarte. C. 2012)

Uno de los conceptos importantes menciona en Descuadrados.com (2013) el proyecto de creación de una nueva empresa va ligado cada vez más al concepto de emprendimiento, debido especialmente a que en el entorno global que nos situamos, con gran competencia y con entorno tecnológico que evoluciona a gran velocidad, lo que exige cada vez más una visión más "emprendedora" que "empresarial" el análisis y puesta en marcha de un proyecto.

2.1.4 Comercialización

La teoría sobre comercialización de Rivadeneira (2012) expone que la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Micro-comercialización y Macro-comercialización.

Alves y Pomonti (2009) señala que la comercialización es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el producto y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de

comercialización que guiaran las negociaciones. (Ejemplo: Ventas a Créditos, Ventas con Descuentos, Políticas de Cobranzas y servicios postventa, etc.)

2.1.4.1 Micro comercialización

Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.

2.1.4.2 Macro comercialización

Considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad

Según la definición de García. F. (2010), La comercialización es la acción y efecto de comercializar un bien o servicio es decir, poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

2.1.5 Alarma de Seguridad

Según Hollender M., Beuthel C. (2011), A medida que las plantas industriales se hacen más grandes y complejas se requieren un sistema de alarmas cada

vez más sofisticado para informar a los operadores de los posibles fallos. Sin la gestión no es eficiente, hasta el operador más diligente puede pasar por alto una alarma incluso es posible que se desactiven alarmas persistentes con consecuencias potencialmente catastróficos.

Así, en un siniestro, en principio lo detectará, luego lo señalará, para posteriormente iniciar las acciones encaminadas a disminuir o extinguir los efectos. (Accionando mecanismos de extinción, comunicación con central receptora de alarmas, conectando cámaras de videograbación, etc.)

Según menciona en la publicación de la Universidad San Francisco. (2013). Menciona que, uno de los usos más recurrentes que presenta el término es para designar a aquella señal o dispositivo que avisa de la existencia de un peligro inmediato, o advierte acerca de alguna particularidad.

2.1.6 Video Cámara

Written (2013) menciona que las cámaras de seguridad se usan para transmitir una señal a un lugar específico, en un conjunto limitado de monitores y se diferencia de la televisión de difusión de señal abierta ya que no se transmite abiertamente, aunque existen métodos de transmisión de las cámaras de seguridad empleando enlaces de punto a punto (P2P), punto a multipunto, o enlaces de malla inalámbrica.

2.1.7 Cámara de Seguridad para Interiores

Según Boylestad R. L. (2011), como su nombre lo indica, son cámaras especialmente fabricadas para usarlas con algún tipo de protección o cobertura. Son cámaras que no pueden estar a la intemperie o bajo el sol, ya que afectaría su rendimiento obteniendo imágenes de muy mala calidad y acortando la vida útil de la cámara.

2.1.8 Botones de Pánico

Acha, C (2010), dice que los botones de pánico se conectan a zonas que se programan en forma silenciosa para que operen las 24 horas del día y no activen sirena, luces o chicharras que puedan alterar al delincuente y pueda herir, matar o tomar rehenes en el lugar.

2.1.9 Sensores de Movimiento

Navajas (2013) menciona que los sensores de movimiento son aparatos basados en la tecnología de los rayos infrarrojos o las ondas ultrasónicas para poder captar en tiempo real los movimientos que se generan en un espacio determinado.

2.1.10 Locales Comerciales

Según Monferrer T. D. (2013). Se entiende por local a aquellos establecimientos comerciales que tienen como objetivo principal el desarrollo

de alguna actividad comercial o económica, pudiendo ser esta de diferente tipo. Los locales pueden variar mucho en términos de tamaño, características, diseño y público al que se dirigen, aunque hay algunas características en común que todos ellos comparten.

2.1.11 Estudio de Mercado

2.1.11.1 Definición del producto.

Según Cerón I. A.; Alcántara R. H.; Figueroa V. J. G (2009). Se puede considerar un producto como el conjunto de beneficios y servicios que ofrece un comerciante en el mercado.

Un producto es un complejo de atributos tangibles e intangibles e incluso embalaje, color, precio, prestigio del fabricante y del vendedor, que el comprador puede aceptar como algo que ofrece satisfacción a sus deseos o necesidades..

Según Monferrer T. D. (2013). Por norma general, en las sociedades desarrolladas los deseos y necesidades se satisfacen a través de productos. Normalmente el término producto nos sugiere un bien físico, tal como un automóvil, un televisor o una cámara de fotos. Sin embargo, hoy en día son pocos los productos que no vienen acompañados de ciertos elementos adicionales como servicios adicionales, información, experiencias, etc.

En este sentido, debemos concebir el producto como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades.

Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias, etc.

Bajo esta definición, debemos entender el término producto desde un enfoque amplio en el que, además de los propios bienes físicos y los servicios (educación, sanidad, restaurantes, hoteles, limpieza, envío postal, etc.).

2.1.11.2 Análisis de oferta.

Según Ministerio de planificación. (2012). La oferta es la cantidad del bien o servicio provista en el área de influencia. Para su estimación se deben considerar aspectos tales como capacidad de la infraestructura existente, equipos y personal capacitado disponible, el cumplimiento de normas de calidad del servicio. Para proyectar la oferta se debe considerar la evolución esperada de la prohibición del bien o servicio por parte de los oferentes actuales o la entrada de nuevos proveedores en el área de influencia. Junto con ello, se debe indagar sobre proyectos ya aprobados, próximos a ejecutarse que permitirán aumentar la oferta actual

2.1.11.3 Análisis de demanda.

Proyección de la demanda será necesario realizar una proyección del nivel de demanda total por el bien o servicio bajo estudio, el crecimiento de la demanda en el tiempo se produce por dos motivos: por una parte, el consumo individual (per cápita o por familia) generalmente aumenta en el tiempo, pudiendo incrementarse durante todo el horizonte del proyecto o aceleradamente en los primeros años hasta alcanzar un nivel de estabilización, según el tipo del bien o servicio que se trate.

2.1.11.4 Demanda insatisfecha o latente.

La demanda se define como el requerimiento que realiza la población afectada sobre el conjunto de bienes o servicios, por unidad de tiempo necesario para satisfacer su necesidad. Para obtener el consumo individual, se puede utilizar los registros históricos del consumo de una población de similares características que cuenta desde hace algún tiempo con el bien o servicio; alternatively, se puede utilizar el registro de solicitudes o encuestas a potenciales usuarios para determinar el requerimientos de estos.

2.1.11.5 Análisis de precio.

Según Quintana M. A. (2008). El precio está determinado por la cantidad de moneda (dinero) que una persona está dispuesto a entregar por un bien o servicio

Según los Autores Cerón I. A.; Alcántara R. H.; Figueroa V. J. G (2009). Las políticas de fijación de precio deben dar origen a precios establecidos en forma consciente, de tal manera ayuden a alcanzar los objetivos de la empresa.

A partir de los costos.

De acuerdo al potencial de ventas.

De acuerdo a la competencia.

En la generalidad de los casos se tiende a establecer los costos variables y fijos unitarios, a los que se les agrega de modo arbitrario un porcentaje para el margen de utilidad, llegándose al precio.

2.1.11.6 Canales de comercialización.

Zavahra B. (2013). Menciona que canales de comercialización sirve para desarrollar sus actividades directamente en los mercados extranjeros, la empresa debe decidir sobre qué tipo de presencia es la más apropiada para concretar sus exportaciones. Los canales de comercialización son las vías a través de las cuales se llevan a cabo las ventas y se distribuyen los productos. Constituyen la cadena comercial mediante la cual los productos llegan desde el productor, despachador, fabricante u otro origen hasta el consumidor.

2.1.12 Estudio técnico

2.1.12.1 Localización.

Según Flórez U.J.A (2010) se habrá de realizar el análisis de las variables que permitan determinar el lugar donde se ubicará el proyecto teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de costos de producción y gastos operacionales.

Según Ministerio de planificación. (2012). El proyecto debería encontrar aquella localización que produzca mayor beneficio a los usuarios de éste, si bien este

es el principal criterio para seleccionar la localización, también deberán tenerse en cuenta aspectos:

Como disponibilidad de servicios básicos, vías de comunicación y medios de transporte, clima, planes reguladores y ordenanzas, impacto ambiental.

Hay dos niveles que deben estudiarse con respecto a la localización de un proyecto: uno a nivel macro (regional) y otro a nivel Micro (local). El tipo de tamaño de los proyectos determina la profundidad del análisis en cada nivel de localización.

Macro-localización

Vargas M.J.E (2011) define que es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comprar en lugares alternativos para la ubicación de la planta. La región a seleccionar puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema: solo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

La teoría que lo define Valdovinos M.E (2012) conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la acro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

Micro-localización

Flórez U.J.A (2010) menciona que la micro-localización es el tamaño del plan de negocio hace referencia a la capacidad de producción de bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto. Es importante definir la unidad de medida del producto y la cantidad a producir por unidad de tiempo.

2.1.12.2 Tamaño

Según Flórez U.J.A (2010) el tamaño del plan de negocio hace referencia a la capacidad de producción de bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto. Es importante definir la unidad de medida del producto y la cantidad a producir por unidad de tiempo.

El tamaño de un plan de negocio puede direccionarse por el monto de la inversión asignada al proyecto, por el número de puestos del trabajo creados, por espacio físico que ocupe sus instalaciones, por la participación que la empresa tenga en el mercado y por el volumen de ventas alcanzado.

Físico

Según el Diccionario Enciclopédico (2009) el tamaño físico es el volumen o dimensión de una cosa, capacidad de almacenamiento de un medio o volumen que ocupa una información.

Vargas M.J.E. (2011) menciona que el tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.

Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

Monetario.

Según Pacheco J. F.; Contreras E.; Gálvez A. (2012). Actúa generalmente como el factor restrictivo más importante. La exploración del volumen del recurso financieros posibles para el proyecto nos indica hasta se podrán llegar en la búsqueda de alternativa de tamaño (siempre y cuando la demanda no sea inferior al límite).

2.1.12.3 Ingeniería del proyecto.

La tecnología brinda diferentes alternativas de utilización y combinación, que afectan las inversiones los costos, gastos e ingresos del plan de negocios. (Flórez U.J.A. 2010)

Para los autores De Cos. C. M., y Trueba (2012) "un proyecto de ingeniería se establece para resolver un problema o transformar la realidad. Se basa en la ingeniería para aplicar técnicas y utilizar recursos, y requiere una inversión de

capital que tiene como fin crear una fuente de la que se deriva una corriente de bienes y servicios. Incluye la materialización de las inversiones necesarias y la organización de las correspondientes actividades y es susceptible de evaluación desde puntos de vista técnicos, económicos, sociales y ambientales."

Arriendo de local.

Según Van H. J. (2013). Ingresos recibidos a través de alquiler de propiedades públicas a terceros privados, como espacio para convenciones y bibliotecas.

Según el concepto del García F.J.C (2013) en el Art. 1883 del Código Civil define al contrato de arrendamiento, de la siguiente manera "Arrendamiento es un contrato en que las dos partes se obligan recíprocamente, la una a conceder el goce de una cosa, o a ejecutar una obra o prestar un servicio y la otra para este goce, obra o servicio un precio determinado, salvo lo que dispone las leyes del trabajo y otras leyes especiales".

De este modo el contrato de arrendamiento, es un acto de voluntad, por el cual una persona se obliga a proporcionar a otra el goce por un tiempo de una cosa mediante un precio que se denomina alquiler.

Maquinaria.

Menciona Martín. A. F. (2009) que maquinaria es una cuenta de activo perteneciente a la agrupación de inmovilizados material que recoge el conjunto

de máquinas que se utilizan en la empresa para desarrollo de su actividad productiva.

Equipo.

Cont. Activo fijo utilizado en el proceso productivo de una empresa. (Martin. A. F. 2008).

Según Flórez U.J.A (2010) menciona que equipo es la descripción, característica ventajas, beneficios y servicios que prestan los servicios que se han decidido comprar.

Muebles.

Menciona Martin. A. F. (2008) der., bien susceptible de ser trasladado de un lugar a otro sin que por ello pierda su naturaleza.

Para Van H.J.C (2013). Los muebles son aquellos elementos de la naturaleza, materiales, que pueden desplazarse de forma inmediata y trasladarse fácilmente de un lugar a otro, ya sea por sus propios medios (semoviente) o por una fuerza interna (automotores) o por una fuerza extraña y manteniendo su integridad.

Herramientas.

Existen diferentes herramientas y técnicas para abordar la planificación de un proyecto, las cuales permiten definir el curso de acción a seguir, que será tomado como base durante la ejecución del mismo.

2.1.12.4 Administración de proyecto.

Collado F.J.C (2008) publica que la administración de proyectos viene a ser la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requerimientos del proyecto.

De acuerdo con la publicación en línea de Sánchez. R (2012) la administración de proyectos es la aplicación de conocimiento, habilidades, herramientas, y técnicas a actividades de proyectos de manera que cumplan o excedan las necesidades y expectativas de partidos interesados de un proyecto. Cumplir o exceder las necesidades o expectativas de los partidos interesados invariablemente involucran balancear demandas que compiten entre sí, tales como:

Alcance, tiempo, costo y calidad.

Partidos interesados con diferentes necesidades y expectativas.

Requerimientos identificados (necesidades) y requerimientos no identificados (expectativas).

2.1.12.5 Análisis de género.

Para Van H.J.C (2013). Una segunda tendencia reciente en el entorno de compra del consumidor puede denominarse complejidad por el género. Los papeles tradicionales, estilos de vida e intereses e intereses de hombres y mujeres son cada vez menos definidos. Las mujeres participan en profesiones dominadas por los hombres. Los hombres trabajan ahora en ocupaciones que alguna vez se consideraron solo para mujeres.

2.1.12.6 Análisis ambiental.

Según los Autores Pacheco J. F.; Contreras E.; Gálvez A. (2012). Es el proceso de análisis o de evaluación de impacto ambiental las instituciones deben identificar que el proyecto podrían generar en el ambiente, así como las medidas de intervención que dichos impactos requerirían y sus costos los cuales deben ser llevados a las evaluaciones: financiera costos y económicas social del proyecto. Esto permite minimizar errores de estimación de costos, escoger a las alternativas que más se adecuan al medio ambiente para asegurar la amortización del proyecto con la protección de los recursos naturales.

La evaluación del impacto ambiental en términos operativos y financieros establece el escenario para el paso final, el cual consiste en buscar formas de reducir el impacto ambiental de las alternativas que se están considerando o analizando es este paso el que se conecta con el sistema de control de un organización. El mejoramiento del desempeño ambiental de los productos y procesos existentes es el objetivo general de un sistema ambiental. (Hansen D.R., y Mowen M.M. 2008)

La política global y sectorial del estado, brinda instrumentos para exigir a las empresas incluir los costos ambientales, establecer un precio por el uso del medio ambiente y lograr una óptima asignación de los recursos. (Flórez. 2010)

2.1.13 Estudio económico

2.1.13.1 Inversión.

Según Gitman L. J. y Zutter C. H. J. (2012). La inversión es la aplicación que las personas físicas o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos, y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro. Eco. En la contabilidad nacional se denomina inversión, en términos monetarios, al valor de los bienes y servicios que se ponen a disposición del país a un año y que no se consumen dentro del periodo.

2.1.13.2 Financiamiento.

Van H. J. (2013). Técnicas utilizadas con mucho fines, como alcanzar déficit de flujo de caja anticipada, el financiamiento provisional de un proyecto y la implementación de un proyecto.

Financiamiento para Gitman L. J. y Zutter C. H. J (2012). Lo define como conjunto de recursos financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica (consumo, inversión o gasto de gobierno). En general se refiere a las cantidades de recursos tomadas en préstamo para realizar una actividad económica en forma total o complementaria.

2.1.13.3 Plan de producción.

Monferrer T. D, (2013). Por norma general, en las sociedades desarrolladas los deseos y necesidades se satisfacen a través de productos. Normalmente el término producto nos sugiere un bien físico, tal como un automóvil, un televisor o una cámara de fotos. Sin embargo, hoy en día son pocos los productos que no vienen acompañados de ciertos elementos adicionales como servicios adicionales, información, experiencias, etc.

En este sentido, debemos concebir el producto como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades. Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias, etc.

Bajo esta definición, debemos entender el término producto desde un enfoque amplio en el que, además de los propios bienes físicos y los servicios (educación, sanidad, restaurantes, hoteles, limpieza, envío postal, etc.).

Cerón I. A.; Alcántara R. H.; Figueroa V. J. G (2009). Se puede considerar un producto como el conjunto de beneficios y servicios que ofrece un comerciante en el mercado.

Un producto es un complejo de atributos tangibles e intangibles e incluso embalaje, color, precio, prestigio del fabricante y del vendedor, que el comprador puede aceptar como algo que ofrece satisfacción a sus deseos o necesidades.

2.1.13.4 Plan de publicidad.

Clow. K. E.; Baack D. (2010). Las reuniones iniciales entre la agencia que se ha seleccionado y la agencia de publicidad y equipo de marketing de la empresa son momentos claves. Estas reuniones deben usarse para combinar todos los elementos de la publicidad. Incluso entonces, quedan pendientes algunos proyectos de planeación e investigación.

A si mismo mediante visita a miembros de la comunidad, empleados y otros socios comerciales, los miembros de la agencia de publicidad pueden llegar a entender cabalmente al cliente, debe llevar a cabo una investigación específica para el producto. Es necesario identificar dos cosas en este punto. La primera es quien usa este producto y como se usa. Es crucial entender al usuario típico del producto, el cual debe coincidir con el mercado objetivo de la empresa. Además, conocer cómo se usa el producto puede ser especialmente ventajoso en el desarrollo de una campaña creativa. Con base a esta investigación, la agencia podrá descubrir la idea principal de venta que se puede utilizar en la campaña publicitaria.

2.1.13.5 Costos.

Para los Autores Pacheco J. F.; Contreras E.; Gálvez A. (2012). Corresponde a los egresos que deben ejecutar en la etapa de ejecución del proyecto, es decir, todos los costos iniciales necesarios para echar andar el proyecto. Incluyendo los costos ambientales, entre otros.

Hansen D.R., Y Mowen M.M (2008) menciona que costos es el efectivo o un valor equivalente de un efectivo sacrificado por productos y servicios que se

esperan que aporten un beneficio presente o futuro a una organización. Hablamos de un equivalente de efectivo porque los activos que no representan efectivo pueden ser intercambiados por los bienes y servicios deseados.

2.1.13.6 Plan de ingresos.

Según la publicación de la Universidad de Illinois (2013) plan de ingresos es el paso siguiente es hacer una estimación de ingresos para calcular el monto de dinero que habrá disponible durante el término del plan fijado. El término fijado puede ser de un mes, un año o cualquier otro período de tiempo. Ya que la mayoría de las cuentas se pagan mensualmente, se recomienda empezar con un plan mensual.

Muchas personas reciben ingresos que provienen de más de una fuente. La siguiente es una lista de fuentes de ingreso posibles.

Sueldos, salarios.

Ingresos por empleo por cuenta propia.

Pensión/jubilación.

Beneficios por desempleo.

Asistencia pública.

Seguro social.

Beneficios para los veteranos.

Inversiones.

Prestaciones de seguros.

Prestaciones por discapacidad.

Pensión alimenticia y mantención de menores.

Ayuda de familiares/amigos.

Otros.

2.1.13.7 Estado de resultados.

Menciona, Baena (2010) que es el informe financiero básico que refleja la forma y la magnitud del aumento, o la disminución del capital contable de una entidad, como consecuencia del conjunto de transacciones habituales y extraordinarias, acaecidas durante el periodo, diferentes de los aportes y las disposiciones de recurso por los dueños de la empresa y de las contribuciones directas de capital efectuadas a las entidades.

2.1.13.8 Punto de equilibrio.

Menciona Toro L.F.J (2010) que es el análisis CUV puede emplearse para estudiar como diferentes alternativas tipo "que pasa si" pueden ser estimadas por un gerente y como estas afectan el ingreso operacional. El punto de equilibrio es con bastante frecuencia un concepto muy útil en estos análisis, y se define como la cantidad de producido tal que iguala los ingresos totales con los costos totales, lo cual equivale a decir que es el volumen de producido para el cual el ingreso operacional es cero.

Vaquiroy C.J.D. (2013) menciona que el flujo neto de efectivo es la sumatoria entre las utilidades contables con la depreciación y la amortización de activos nominales, partidas que no generan movimiento alguno de efectivo y, que por lo tanto, significa un ahorro por la vía fiscal debido a que son deducibles para propósitos tributarios. Cuanto mayor sea la depreciación y mayor sea la amortización de activos nominales menor será la utilidad antes de impuestos y por consiguiente menor los impuestos a pagar.

Según lo que publica Núñez J.L. (2009) la utilización del flujo neto de efectivo es básico para la evaluación de inversiones, ya que permite conocer el saldo

de dinero que habrá al final de cada periodo (años), con dichas cifras se determina el nivel de rentabilidad del proyecto.

2.1.14 Evaluación financiera

2.1.14.1 Flujo de fondos netos

López D. G. (2008). El Flujo de fondos del proyecto sin incluir el financiamiento (free cash flow) debe descontarse con la tasa de interés que se le exigiría a un activo de riesgo similar

El flujo de fondos o flujo de caja consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año (o período por período). Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, etc. Por lo tanto, el flujo de fondos puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión

2.1.14.2 Rentabilidad.

Van H. J. (2013). La cantidad total de ingreso que una agencia espera obtener de un impuesto; se determina multiplicando la tasa del impuesto por base impositiva. Además, la tasa anual de rendimiento de una inversión, expresada como porcentaje de la inversión.

Es la diferencia entre la tasa de rendimiento del capital invertido y la tasa de interés que se paga por el uso de ese capital. Resultado de una operación financiera que reporta un saldo positivo cuando los ingresos son superiores a la suma de los gastos realizados; la tasa de rentabilidad o rendimiento puede expresarse como un porcentaje o como una relación entre las ganancias obtenidas y el total de los gastos, consideradas ya las amortizaciones sobre inversiones.

López D. G. (2008). Es el cociente entre el valor actual de los ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión.

Valor actual neto

Pacheco J. F.; Contreras E.; Gálvez A. (2012). El VAN se define como el valor actualizado de los ingresos menos el valor actualizado de los costos durante la vida útil del proyecto. El criterio de decisión para conocer si el proyecto es rentable, se presenta en las siguientes alternativas: $VAN > 0$, el proyecto es rentable, $VAN = 0$, el proyecto es indiferente. $VAN < 0$, el proyecto no es rentable. Se puede decir que el VAN del proyecto es el valor actual del excedente que se obtiene por encima del que se lograría mediante la inversión, que representa el costo de oportunidad del capital invertido.

Tasa interna de retorno

López D. G. (2008). Representa una medida de la rentabilidad que se obtiene al vencimiento del proyecto. Supone implícitamente que los flujos de fondos son reinvertidos a la misma TIR hasta el final de la vida en el mismo proyecto o en otros proyectos con idéntico rendimiento.

Pacheco J. F.; Contreras E.; Gálvez A. (2012). La TIR o tasa de rentabilidad se define como aquella tasa de descuento que hace igual a cero el valor actual de un flujo de ingresos netos (VAN), es decir, los ingresos actualizados iguales a los costos actualizados, la TIR mide la rentabilidad financiera del proyecto, la TIR siempre debe utilizarse en conjunto con el VAN, por el motivo de que si se produce más de un cambio de signo en los flujos, es posible más de una solución, es decir, puede haber varias TIR. El criterio de la TIR asume que los fondos liberados por el proyecto se reinvierten a esa misma tasa, cuando lo lógico es asumir que se invierten a la tasa de oportunidad.

Una interpretación importante de la TIR es que ella es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado para financiar la totalidad de un proyecto, pagando con los beneficios (flujos netos de efectivo) la totalidad del capital y de sus intereses, y sin perder un solo centavo. Meza (2010).

Relación beneficio costo

Según Toro L.F.J (2010) la relación beneficio costo tiene bastante uso en proyectos de naturaleza social, en proyectos gubernamentales y de construcción civiles. Se usan también en proyectos relacionados con inversiones financiadas por organismos internacionales en lo que se exigen a ser explícito en los beneficios y costos.

López D. G. (2008). Cuando existen proyectos mutuamente excluyentes la relación beneficio costo no es un indicador confiable.

Tiempo de recuperación del capital

Según López D. G. (2008). Menciona que tiempo de recuperación es el periodo de tiempo que una empresa tarda en recuperar la inversión realizada.

2.2 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1 Alarmas

Menciona Larousse (2009) que las alarmas es un dispositivo para advertir un peligro. Inquietud causada repentinamente por la amenaza de un mal.

Se entiende por alarma la señal o aviso que advierte sobre la proximidad de un peligro. El aviso de alarma informa a la comunidad en general o a una entidad específica (como ser los bomberos o la policía) que deben seguir ciertas instrucciones de emergencia dado que se ha presentado una amenaza.

2.2.2 Estudio de Mercado

Benassini M. (2009). 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 dispuesto a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente que tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes o servicios 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 justificado. Cuando el estudio se hace como un paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio para instalar, con las previsiones correspondientes para las aplicaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Para Meza O.J (2010) es un estudio de demanda, oferta y precio de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica en la formulación de un proyecto, porque del resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación.

El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, buscan cuantificar los bienes y - o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. Flórez .U.J.A. (2010)

Importancia.

La importancia del estudio de mercado está en que se recoge información sobre los productos o servicios que se supone suministrara el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión.

2.2.13 Estudio técnico

Según la publicación de Widget B. H. (2009) el estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y

recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente.

2.2.14 Estudio económico

Para Camacaro E. R., y Varón F. (2013) el análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

2.2.15 Evaluación financiera

Ministerio de planificación. (2012). Es un enfoque costo beneficio, el objetivo es determinar si los beneficios que se obtienen son mayores que los costos involucrados. Para ello, es necesario identificar, medir y valorar los costos y beneficios del proyecto.

Amat O. (2012). Dice que por evaluación financiera se puede entender el estudio que se hace de la información, que proporciona la contabilidad y toda la demás información disponible para tratar de determinar la situación financiera o sector específico de ésta. La evaluación financiera realiza un diagnóstico de la salud financiera de la empresa prestando primero atención a los signos vitales (liquidez, rentabilidad y endeudamiento), con el fin de determinar su estado.

La evaluación financiera identifica -desde el punto de vista de un inversionista o un participante en el proyecto - los ingresos y los egresos atribuibles a la realización del proyecto, y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo. La evaluación financiera juzga el proyecto, desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y el flujo de fondos generado por el proyecto. La evaluación financiera se realiza a través de la presentación sistemática de los costos y beneficios financieros de un proyecto, los cuales se resumen por medio de indicadores de rentabilidad, definidos según criterio determinado.

2.3 Fundamentación legal

2.3.1 Estructura Legal para la Constitución de la Empresa.

Para constituir una micro empresa o una gran industria los procesos legales a seguir son los siguiente:

Reservar un nombre este trámite se realiza en el balcón de servicio de la Superintendencia Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Hay mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

Elabora los estatutos. Es el contrato social que regirá la sociedad y se valida mediante una minuta firmada por un Abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.

Abre una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, son.

Capital mínimo: 800.00 dólares para compañía anónima

Carga de socios en la que se detalla la participación de cada uno.

Copia de cedula y papeleta de votación de cada socio.

Luego debes pedir el "Certificado de cuenta de integración de capital", cuya entrega demora aproximadamente 24 hora.

Eleva a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprueba el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

Publica en un diario. La Superintendencia de Compañías entregara 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Opten los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea la empresa se debe: pagar la patente municipal y pedir certificado de cumplimiento de obligaciones.

Inscripción de la compañía. Lleva todos los documentos antes descritos al registro mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

Obtención de documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregan los documentos para abrir el RUC de la empresa.

Inscripción de nombramiento de representante. En el Registro Mercantil se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa, con su razón de aceptación.

Obtención del RUC. El Registro Único de Contribuyente (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

El formulario correspondiente debidamente lleno.

Original y copia de la escritura de constitución.

Original y copia del nombramiento.

Copia de cedula y papeleta de votación de los socios.

De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizara el trámite.

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

Afiliación a la Cámara de Comercio. Previa a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías se procede a la afiliación respectiva, según el Artículo 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

2.3.2 Constitución de la empresa

CONTRATO DE EMPRESA

OTORGANTE: EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD.

En la ciudad de La Maná,

Cantón del mismo nombre, Provincia de Cotopaxi, hoy,
ante mi Doctor Fernando Rodríguez Boada, Notario de este Cantón
comparecen libre y voluntariamente, por una parte, los
señores.....

.....

.....
Los comparecientes son mayores de edad, ecuatorianos, domiciliados en este Cantón, legalmente capaces para contratar y obligarse, a quienes de conocerles doy fe. Cumplidos por mí el Notario con los preceptos legales previos a la celebración de la presente escritura, otorgan y dicen: Que elevan a escritura pública la minuta que me presentan y copiada textualmente es como sigue: SEÑOR NOTARIO: En el registro de escrituras públicas a su cargo sírvase extender una de constitución de la empresa COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD EN LA CIUDAD DE LA MANÁ, al tenor de las siguientes cláusulas. CLÁUSULA PRIMERA.- CONSTITUCIÓN.- ACCIONISTA FUNDADORA.- Comparecen al otorgamiento de la presente escritura:

.....
.....

La compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, legalmente capaz para contratar y obligarse quien libre y voluntariamente expresa su voluntad de constituir una sociedad anónima organizada de conformidad con las leyes vigentes de la República del Ecuador y regida a las estipulaciones estatutarias contenidas en la cláusula segunda de este contrato CLÁUSULA SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA EMPRESA.

CAPITULO PRIMERO: DE LA EMPRESA

ARTICULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN.- La empresa que se constituye por la presente escritura se denomina EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD EN LA CIUDAD DE LA MANÁ.

ARTICULO SEGUNDO.- DURACIÓN.- La duración de la empresa es de, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura en el Registro Mercantil.- este plazo podrá prorrogarse o restringirse o la empresa podrá disolverse anticipadamente, por resolución de la Junta General de Accionistas o por las causas señaladas en la Ley de Empresa.

ARTÍCULO TERCERO-NACIONALIDAD Y DOMICILIO. - la compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal se establece en el Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

ARTICULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL.- Esta empresa tendrá como su objeto social, realizar actividades de servicio a la ciudadanía da la Ciudad de La Maná, Provincia de Cotopaxi contando con infraestructura adecuada, así como personal capacitado; y, todos los demás requerimientos necesarios, para

brindar un mejor servicio y atención óptima a los clientes. Para el cumplimiento de su objeto la compañía podrá intervenir como socia en la formación de toda clase de sociedades o empresa de idéntico objeto social, aportar a las mismas o adquirir acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas. En general podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, acordes con su objeto social.

ARTICULO QUINTO: TRANSFORMACIÓN FUSIÓN Y ESCISIÓN.- La empresa podrá ser transformada en otra de las especies contempladas en la Ley de empresa, ser fusionada con otra u otras para formar una sola, así como escindirse en otra u otras sociedades si así lo resolviere la Junta General de Accionistas. CAPITULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL.-

ARTICULO SEXTO: DEL CAPITAL SOCIAL- El capital suscrito de la empresa es de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (SUS). Las acciones constarán de títulos numerados que serán autenticados con la firma del Presidente y del Gerente General. La empresa reconocerá como propietario de cada acción a una sola persona natural o jurídica.

ARTÍCULO SÉPTIMO: EMISION DE LAS ACCIONES.- La empresa podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto del capital suscrito.

ARTICULO OCTAVO: DERECHOS Y DEBERES. Todos gozarán de iguales derechos y Responsabilidades que se determinan en la Ley de empresas, en especial los contemplados en el Art. 207 del citado cuerpo legal, de las que se establecen en el presente Estatuto y de las que legalmente les fuere impuesta por la administración de la empresa.

ARTICULO NOVENO: FONDO DE RESERVA.- La empresa de acuerdo a la ley formará un fondo de reserva, destinando para este objeto un porcentaje no menor de un diez por ciento de las utilidades líquidas y realizadas en cada ejercicio económico, hasta completar por lo menos un equivalente al cincuenta por ciento del capital suscrito. De la misma manera, deberá ser reintegrado el fondo de reserva, si después de constituido resultare disminuido por cualquier motivo. De crearse un fondo de reserva voluntario, para el efecto se deducirá también de las utilidades líquidas y realizadas, el porcentaje que determine.

CAPITULO TERCERO: GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA:

ARTICULO DÉCIMO. - La empresa estará gobernada por la Gerente General.

ARTICULO DÉCIMO PRIMERO: ATRIBUCIONES Y DEBERES.- Son atribuciones y deberes de la Gerente General:

- a) Designar, suspender y remover a cualquier personal o funcionario cuyo cargo hubiese sido establecido por el Estatuto.
- b) Acordar sobre las retribuciones y resolver sobre las renunciaciones que presentaren;
- c) Conocer el balance general, el estado de cuenta de pérdida y ganancias, las memorias e informes de los administradores, el presupuesto anual de la empresa, cuyo proyecto será elaborado por la Gerente General:
- d) Resolver acerca de la amortización de conformidad con lo dispuesto en el Art. 196 de la Ley de Compañías:

e) Resolver acerca de la forma de reparto de los beneficios sociales que deberá realizarse en proporción a la utilidad, para lo cual la Gerente General presentará un proyecto de distribución de utilidades,

f) Decidir acerca de la prórroga del contrato social;

g) Disponer que se efectúe las deducciones para el fondo de reserva legal a que se refiere el Art. 12 de los Estatutos, así como para el voluntario si se acordare crearlo;

h) Facultad al Gerente General el otorgamiento de poderes que deban extenderse a favor de funcionarios o empleados de la empresa o de cualquier persona extraña a ella, para que en determinadas circunstancias o en forma permanente puedan intervenir a nombre y en representación de la empresa en actos y contratos, negocios y operaciones de la misma, pudiendo el mandatario por lo tanto, suscribir, endosar, avalar o aceptar a nombre de ella, letras de cambio, pagares, cheques y demás títulos valores en la cuantía y bajo las condiciones que este organismo, establezca, de conformidad con lo dispuesto en el Art. 260 de la Ley de Compañías;

i) Autorizar al Gerente General la compra, venta o hipoteca de los inmuebles y en general, la celebración de todo acto o contrato oneroso, así como la imposición de gravámenes sobre ellos, si esto no está en el objeto social de la empresa;

j) Resolver acerca de la fisión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la empresa;

k) Nombrar, liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación;

l) Interpretar obligatoriamente el presente Estatuto, así como resolver las dudas que hubieren en la interpretación del mismo;

m) Reformar los Estatutos Sociales cuando lo estime necesario; y,

n) Dirigir la marcha y orientación general de los negocios sociales, ejercer las funciones que le correspondan como órgano supremo de la empresa y resolver los asuntos que específicamente le competen de conformidad con la Ley y sobre los puntos que en general sean sometidos a su consideración, siempre que no sean de competencia de otro funcionario.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO REPRESENTACIÓN LEGAL.- Corresponde al Gerente General de la empresa la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: ATRIBUCIONES Y DEBERES El Gerente General de la Compañía desempeñarán su gestión con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente y tendrá las facultades para las cuales los mandatarios necesitan de poder especial, así como las enumeradas en el Art. 48 del Código del Procedimiento Civil. Tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

- a) Ejercer la representación legal, judicial, extrajudicial de la empresa, representación que se extenderá a todos los asuntos relacionados con el giro o tráfico de ésta;
- b) Cumplir y hacer cumplir la Ley el contrato social y los acuerdos y resoluciones legítimos;
- c) Realizar todos los actos de administración y gestión diaria de las actividades de la compañía orientadas a la consecución de su objeto social;
- d) Formular recomendaciones que considere convenientes en cuanto a la distribución de nulidades y la constitución de reservas;
- e) Nombrar y remover al personal de la empresa;
- f) Arrendar o subarrendar, vender, transferir, enajenar, permutar y grabar toda clase de bienes muebles e inmuebles;
- g) Designar apoderados especiales de la compañía así como construir procuradores judiciales, cuando considere necesario o conveniente hacerlo.
- h) Presentar dentro de los tres meses posteriores a la terminación del correspondiente ejercicio económico, el balance anual, el Estado de pérdidas y ganancias y facilitar el estudio de la contabilidad,
- i) abrir y cerrar cuentas corrientes de cualquier otra naturaleza y designar a la o las personas autorizadas para emitir cheques o cualquier otra orden de pago contra las referidas cuentas;

j) Librar, aceptar, endosar y avalar letras de cambio cheques, pagares y otros títulos de crédito o efectos de comercio:

k) Elaborar el presupuesto de la empresa;

l) Responder por los daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de las disposiciones legales, estatutarias independientemente de la acción penal correspondientes;

m) Presentar a la Superintendencia de compañías dentro del primer cuatrimestre de cada año la información requerida en el Art. 20 de la Ley de Compañías;

n) Continuar en el desempeño de sus funciones aun cuando hubiere concluido el plazo para el que hile designado, mientras su sucesor no tome posesión de su cargo, sin embargo, en el caso de haber presentado su renuncia podrá separarse cuando hayan transcurrido treinta días de aquel en que la presentó; y;

o) ejercer y cumplir todas las atribuciones y deberes que reconoce e impone la Ley y los Estatutos así como todas aquellas que sean inherentes a su función y necesarias para el cabal cumplimiento de su cometido.

ARTICULO DÉCIMO QUINTO: NORMAS SUPLETORIAS.- Para todo aquello que no haya expresa disposición estatutaria se aplicaran las normas contenidas por la Ley de Compañías y demás leyes y reglamentos pertinentes vigentes a la fecha en que se otorga la Escritura Pública de constitución de la empresa, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos

ARTICULO DÉCIMO SEXTO: DISPOSICIONES TRANSITORIAS.- Por esta única ocasión la accionista resuelve nombrar como Gerente General a, por el periodo de dos años previsto en el Estatuto; de igual forma se autoriza a la señoraa que de todos los pasos necesarios para el perfeccionamiento del presente acto.

Usted señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para la plena validez de esta escritura. Hasta aquí la minuta firmada por el Doctor Jaime López Muñoz con numero del código de abogados del Pichincha. Minuta que queda elevada a escritura pública con todo el valor legal”.

Leída que fue por mí el Notario, el total contenido de esta escritura a los otorgantes se afirman, ratifican y firman, en unidad de acto conmigo El Notario, de todo lo cual doy fe

... ello confiero es SEGUNDA COPIA de Contrato de Empresa, firmada y sellada en el mismo lugar y fecha de celebración.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA

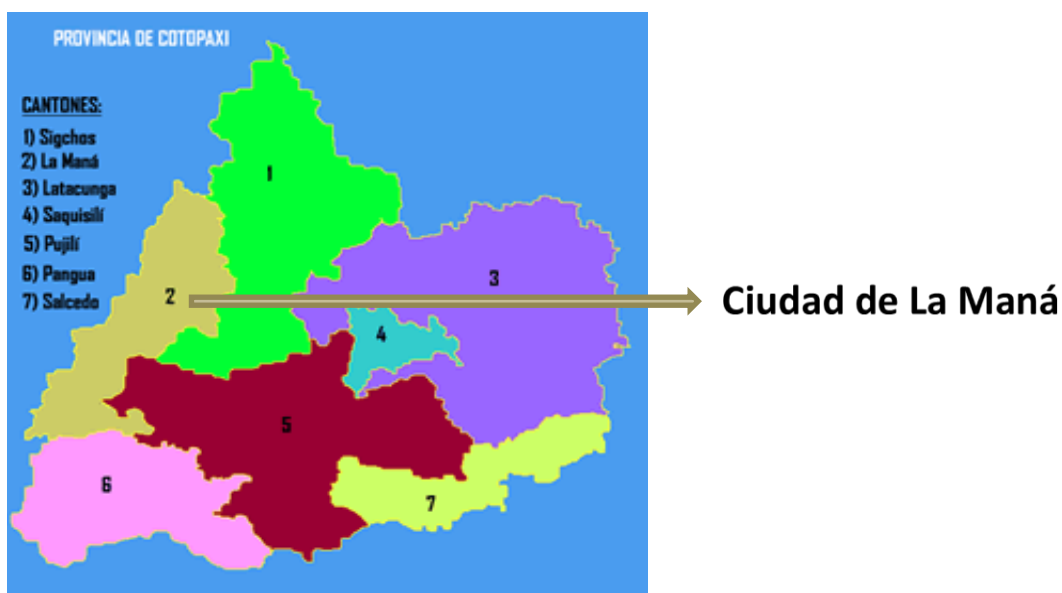
INVESTIGACIÓN

3.1 MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1 Localización

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad La Maná localizado en la región natural occidental de la cordillera de los andes, en la provincia de Cotopaxi, sus límites son; Norte: con la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo. Sur: el río Calope es el accidente geográfico que la separa de la parroquia Moraspungo, cantón Pangua. Este: la parroquia La Esperanza del cantón Pujilí y Sigchos. Oeste: el cantón Valencia y Quinsaloma de la provincia de Los Ríos.

Figura 1: Localización



http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Divisi%C3%B3n_pol%C3%ADtica_-_administrativa_-_territorial_de_Cotopaxi

Figura 2: Mapa de localización de la ciudad de La Maná



Mapa para llegar a La Maná.

<http://www.pueblos20.net/ecuador/comollegar.php?id=3982>

3.1.2 Materiales

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los siguientes materiales.

Computador

Impresora

Libros

Revistas

Internet

Esferos

Pendrive

Hojas

Calculadora

3.1.3 Métodos

El método que se utilizó en la investigación es el siguiente:

3.1.3.1 Inductivo.

El razonamiento inductivo uno de los pilares sobre el que se apoya el enfoque cualitativo de la investigación, se demostró los estudios obtenidos, de observación, de campo, encuestas, los mismos que permitió interpretar los datos y optimizar los resultados de manera lógica, y llegar a demostrar la hipótesis planteada.

3.1.3.2 Deductivo.

El razonamiento deductivo constituye una de las principales características de enfoque cuantitativo de la investigación, permitiendo deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas para luego comprobar su validez.

3.1.3.3 Análisis.

El método de análisis se emplea para conocer mejor los objetos de estudio, realizar un estudio pormenorizado y de forma organizada.

3.1.3.4 Síntesis.

Permitió conocer a profundidad la realidad con lo que se enfrenta, simplifica su descripción y descubrir relaciones aparentemente ocultas contribuyendo con nuevos conocimientos.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación es un proceso por el cual se enfrentan y se resuelven problemas en forma planificada, con una determinada finalidad.

3.2.1 Descriptivo

Este tipo de investigación describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés, de tal manera que se recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría resumiendo la información de manera cuidadosa para luego analizar minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

3.2.2 Explicativo

Por medio de este tipo de investigación se busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto determinando cuáles son las causas y los efectos que constituye la falta de una empresa comercializadora de alarmas de seguridad, mediante la prueba de hipótesis. Los resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos, es decir permitió darnos cuenta de un aspecto de la realidad.

3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Técnicas e instrumentos

Constituyen el conjunto de mecanismos, medios y recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuáles se investiga, es decir son procedimientos y recursos fundamentales de recolección de información, que permitió acercar a los hechos y acceder a su conocimiento.

3.3.1.1 Técnicas

Encuesta.

Una vez elaborado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacer llegar al encuestado, la misma que se contó con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogieron de modo especial y se determinó del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilitó la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

Entrevista.

Esta técnica permitió la recopilación de información mediante una conversación profesional, los resultados que se lograron en la misión dependieron en gran medida del nivel de comunicación entre la investigadora y los participantes de la misma.

3.3.1.2 Instrumentos

Es la herramienta que fue utilizada por la investigadora para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilitó resolver el problema de mercadeo que se materializa mediante un dispositivo o formato impreso o digital que se utilizó para registrar o almacenar los aspectos más relevantes de la investigación obtenidos de las fuentes investigadas.

3.4 POBLACIÓN O MUESTRA

3.4.1 Población

La población que se estimó para la realización del presente trabajo investigativo fue el siguiente:

Cuadro 1 Población

Participantes	Población
Propietarios de Vivienda/ comerciantes.	2000
TOTAL	2000

Elaborado por: Autora

Fuente: GAD. Municipal de La Maná

El universo objetivo destinado para el objeto de estudio es de 2000 participantes, dentro del mismo se encuentran propietarios de viviendas comprendidas en un nivel económico-social medio, locales comerciales, financieros y de servicios según los datos obtenidos del registro de patentes existentes en el Gobierno Descentralizado del cantón La Maná.

3.4.2 Muestra

Es la aproximación del verdadero valor de una población, que refleja las características que define la población del cual fue extraída.

3.4.2.1 Simbología del cálculo de la muestra.

n= tamaño de la muestra.

Z = Margen de confiabilidad 95%

e = Diferencia máxima o error entre la media poblacional y la desviación
muestral 5%

P = Probabilidad 5%

Q = No Probabilidad 5%

N = Cantidad de la población.

3.4.2.2 Aplicación del instrumento

Datos:

n = ?

N = 2000

P =0. 5

Q =0. 5

Z = 1.96

e = 0.05

Formula:

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1) * e^2 + p * q * z^2}$$

3.4.2.3 Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1) * e^2 + p * q * z^2}$$

$$n = \frac{2000 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(2000 - 1) * 0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{2000 * 0.5 * 0.5 * 3.8416}{(1999) * 0.0025 + 0.5 * 0.5 * 3.8416}$$

$$n = \frac{1920.80}{4.9975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1920.80}{5.9579}$$

$$n = 322.39$$

$$n = 322 \text{ Personas a encuestar.}$$

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

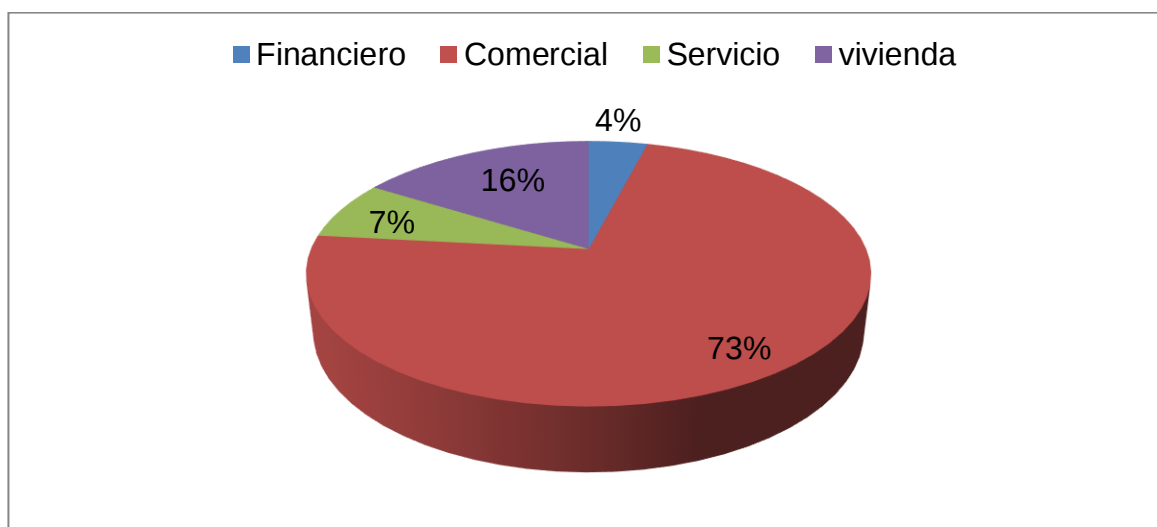
Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas.

Pregunta # 2 ¿Qué tipo de negocio tiene?

Cuadro 2: Qué tipo de negocio tiene.

TIPO DE NEGOCIO	ENCUESTADOS	%
Financiero	13	4%
Comercial	234	73%
Servicio	23	7%
Vivienda	52	16%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #1 Qué tipo de negocio tiene.



Elaboración: Autora

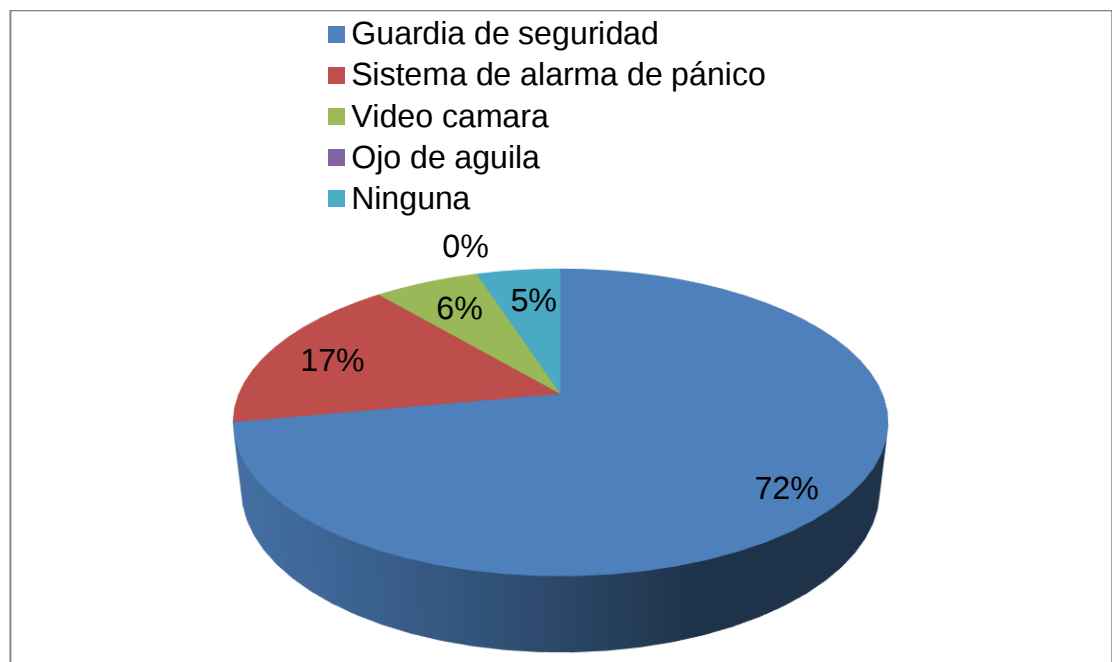
Al realizar la encuesta se pudo determinar que las personas se dedican más al sector comercial con un 73%, a vivienda el 16% seguido por el sector de servicios con el 7% y el 4% corresponde al sector financiero.

Pregunta # 3 ¿Qué tipo de seguridad tiene su empresa?

Cuadro 3: Qué tipo de seguridad tiene su empresa.

TIPO DE SEGURIDAD	ENCUESTADOS	%
Guardia de seguridad	232	72%
Sistema de alarma de pánico	54	17%
Video cámara	20	6%
Ojo de águila	0	0%
Ninguna	16	5%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #2. Qué tipo de seguridad tiene su empresa.



Elaboración: Autora

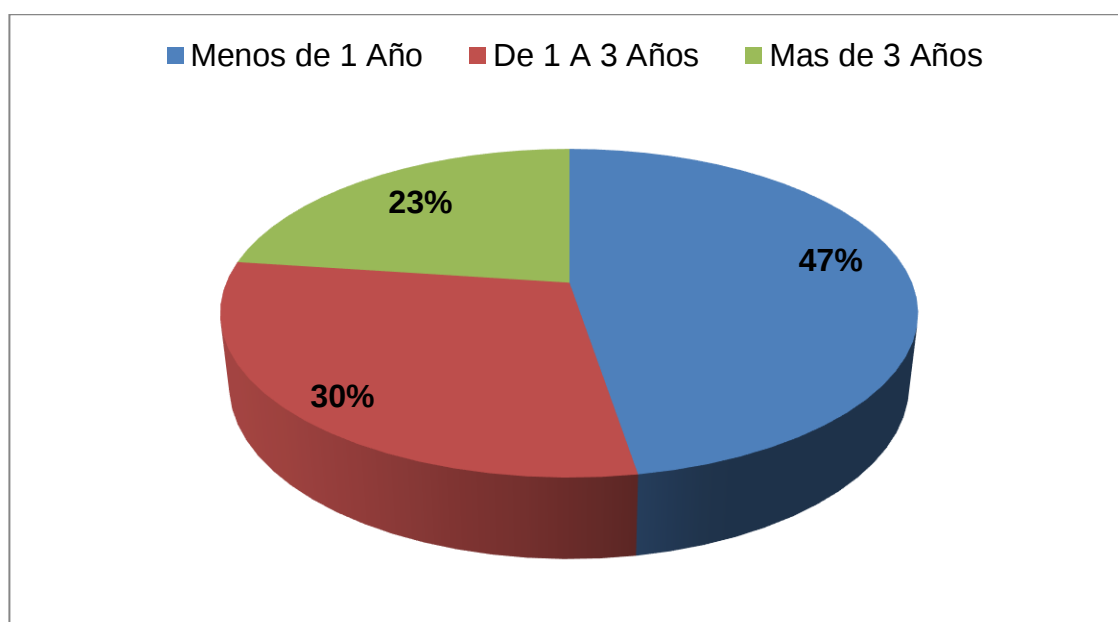
Nos indica que el 72% de la población encuestada cuenta con guardia de seguridad, 17% posee sistemas de alarmas de pánico, el 6% tiene video cámara de seguridad, mientras que el 0% de los encuestados no poseen ojo de águila y el 5% de la población encuestada no cuenta con ningún tipo de seguridad.

Pregunta #4 ¿Cuánto tiempo lleva usted utilizando este servicio de alarmas?

Cuadro 4: ¿Cuánto tiempo lleva usted utilizando este servicio de alarmas?

PERIODO	ENCUESTADOS	%
Menos de 1 Año	145	47%
De 1 A 3 Años	91	30%
Mas de 3 Años	70	23%
TOTAL	306	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #3. ¿Cuánto tiempo lleva usted utilizando este servicio de alarmas?



Elaboración: Autora

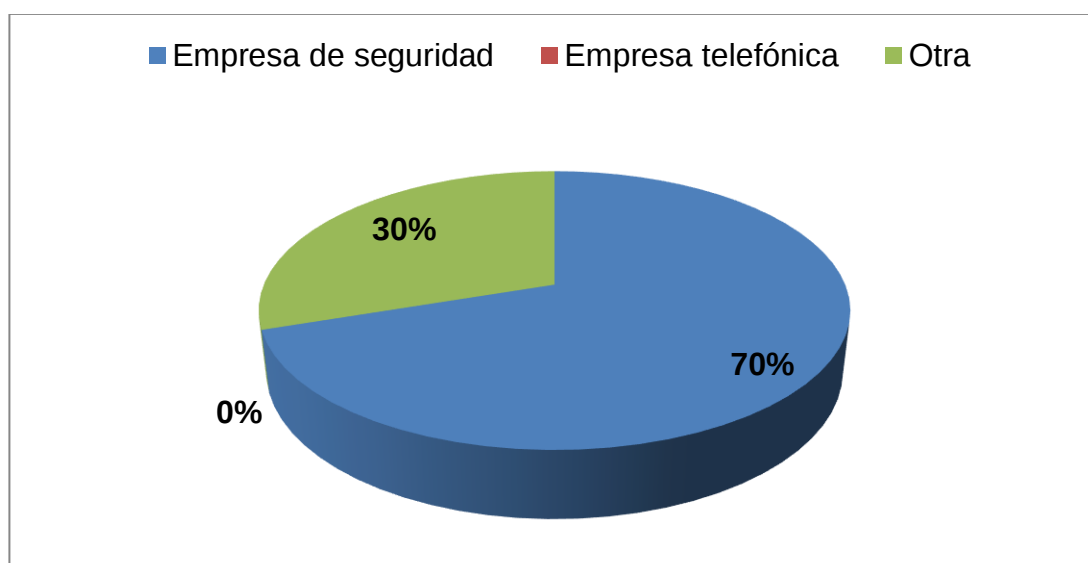
Se puede apreciar que el 47% de los encuestados llevan utilizando el servicio de alarmas menos de 1 año, el 30% de 1 a 3 años y 23% oscilan entre más de 3 años en la actualidad.

Pregunta #5 ¿Este servicio usted lo tiene contratado con una?

Cuadro 5: Este servicio usted lo tiene contratado con una.

EMPRESA	ENCUESTADOS	%
Empresa de seguridad	214	70%
Empresa telefónica	0	0%
Otra	92	30%
TOTAL	306	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #4. Este servicio usted lo tiene contratado con una.



Elaboración: Autora

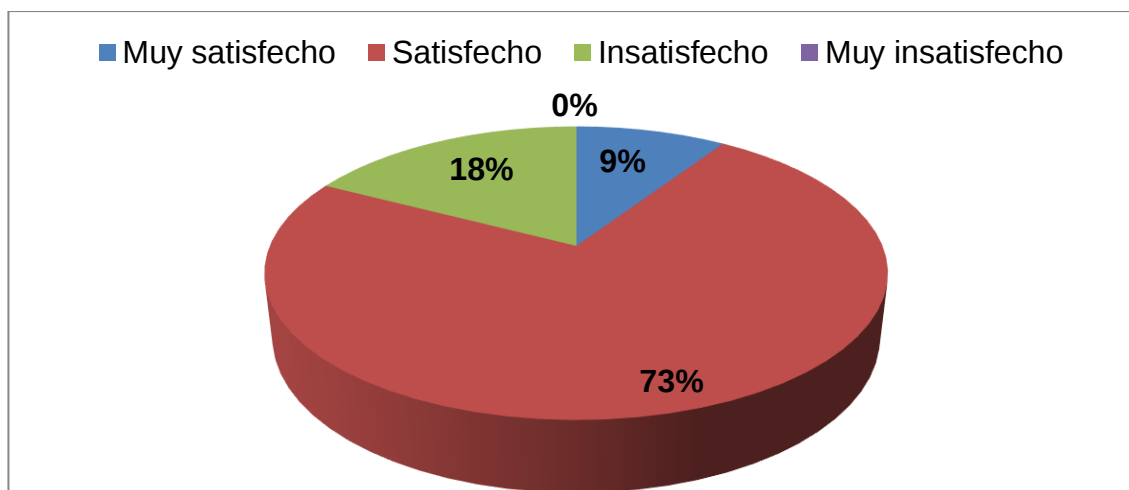
Al analizar se puede apreciar que el 70% de la población encuestada tienen contratos con empresas de seguridad, el 0% con empresas de telefonía mientras que el 30% tiene contratado su seguridad con otras empresas.

Pregunta #6 ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento actual del servicio?

Cuadro 6: ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento actual del servicio?

SATISFACCIÓN	ENCUESTADOS	%
Muy satisfecho	28	9%
Satisfecho	224	73%
Insatisfecho	54	18%
Muy insatisfecho	0	0%
TOTAL	306	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #5. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento actual del servicio?



Elaboración: Autora

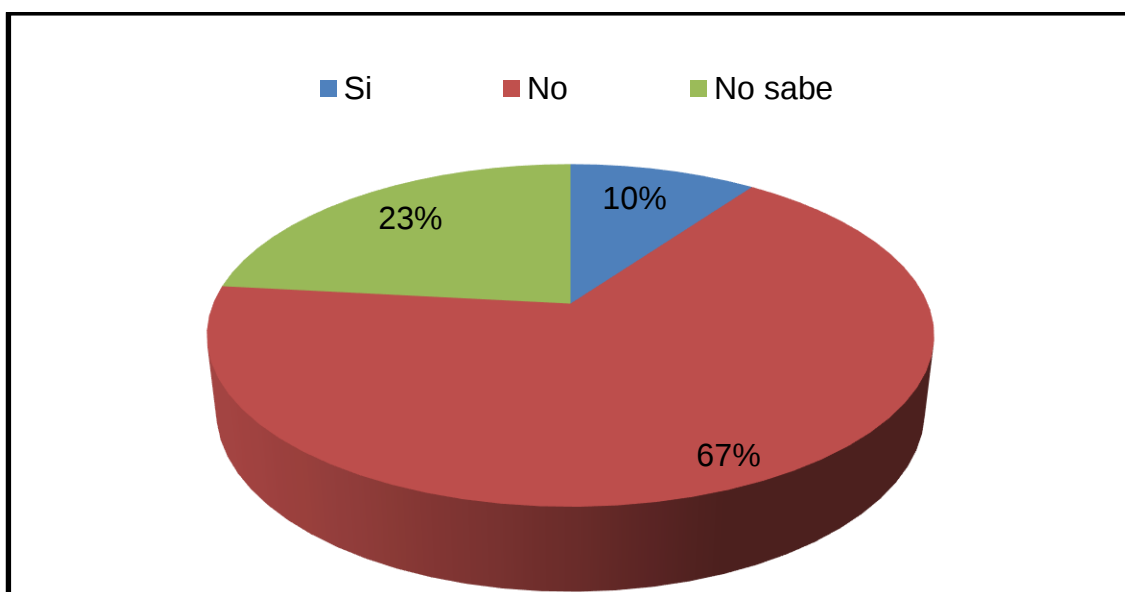
Al encuestar su grado de satisfacción el gráfico nos indica que el 73% se sienten satisfechos con el servicio, mientras que el 18% insatisfechos, y muy satisfecho un 9%, las personas muy insatisfechas se encuentran con un 0% de la población encuestada.

Pregunta #7 ¿Tiene conocimiento usted de alguna empresa que comercialice alarmas de seguridad en la ciudad de La Maná?

Cuadro 7: ¿Tiene conocimiento usted de alguna empresa que comercialice alarmas de seguridad en la ciudad de La Maná?

EMPRESA	ENCUESTADOS	%
Si	32	10%
No	215	67%
No sabe	75	23%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #6. ¿Tiene conocimiento usted de alguna empresa que comercialice alarmas de seguridad en la ciudad de La Maná?



Elaboración: Autora

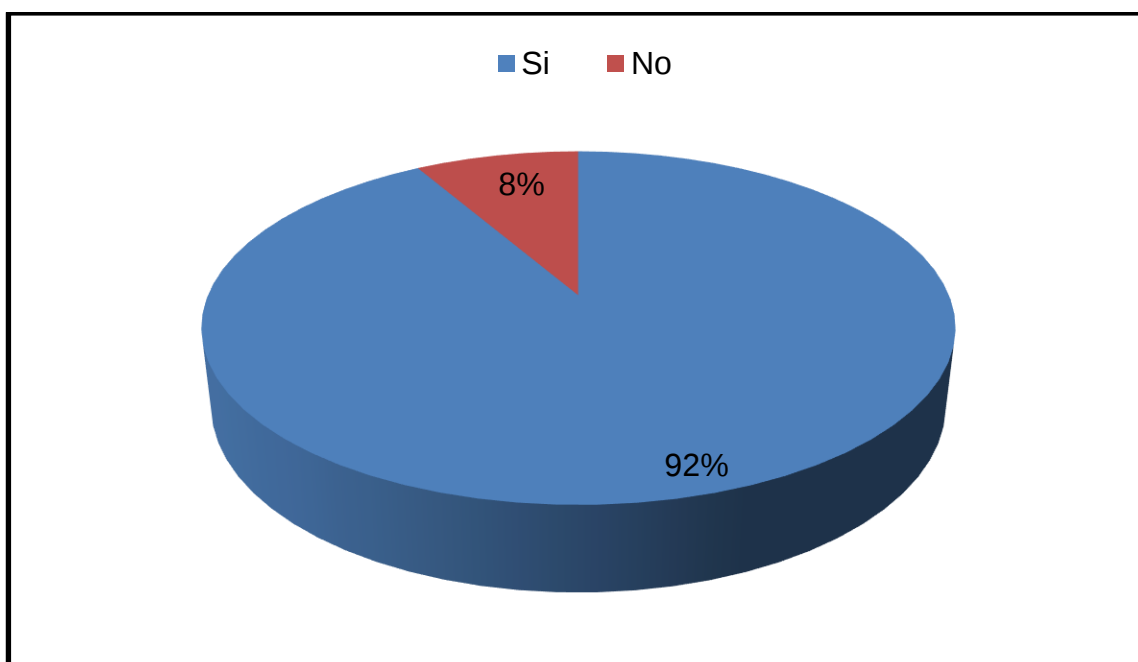
El gráfico nos indica que el 67% de la población encuestada no tiene conocimiento de una empresa que comercialice alarmas de seguridad en la ciudad de La Maná, el 23% no sabe y el 10% si sabe de alguna empresa que realice esta actividad.

Pregunta #8 ¿Le gustaría que en la ciudad de La Maná existiera una empresa comercializadora de alarmas de seguridad?

Cuadro 8: ¿Le gustaría que en la ciudad de La Maná existiera una empresa comercializadora de alarmas de seguridad?

ACEPTACIÓN	ENCUESTADOS	%
Si	295	92%
No	27	8%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #7. ¿Le gustaría que en la ciudad de La Maná existiera una empresa comercializadora de alarmas de seguridad?



Elaboración: Autora

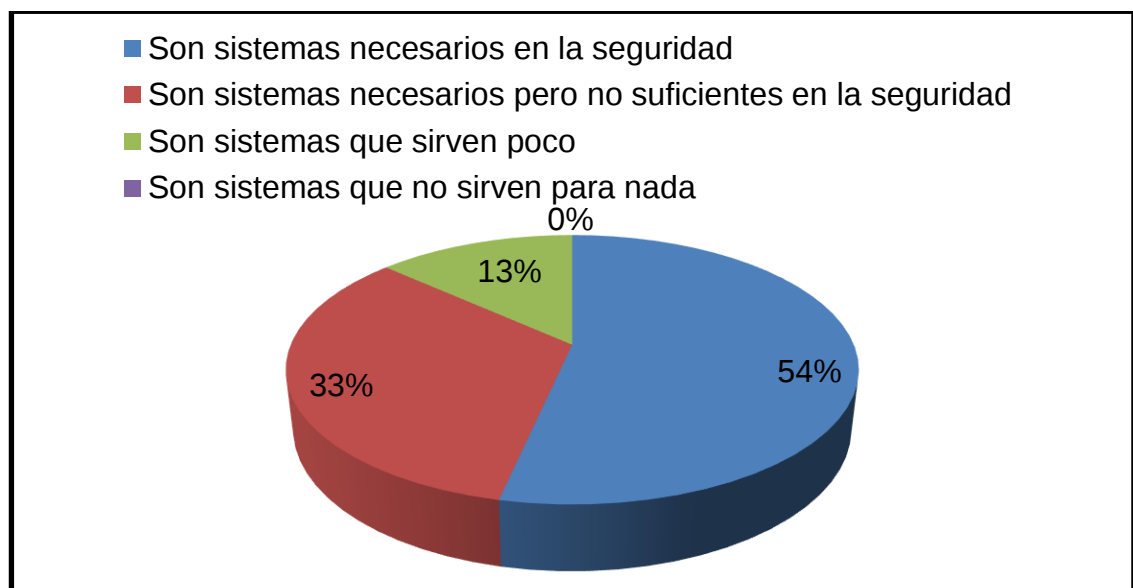
Podemos apreciar que al 92% de la población encuestada le gustaría que existiera una empresa comercializadora de alarmas de seguridad y el 8% menciona que no.

Pregunta #9 ¿Qué opina de las alarmas de seguridad?

Cuadro 9: Qué opina de las alarmas de seguridad.

OPINION	ENCUESTADOS	%
Son sistemas necesarios en la seguridad	172	53%
Son sistemas necesarios pero no suficientes en la seguridad	107	33%
Son sistemas que sirven poco	43	13%
Son sistemas que no sirven para nada	0	0%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #8. Qué opina de las alarmas de seguridad.



Elaboración: Autora

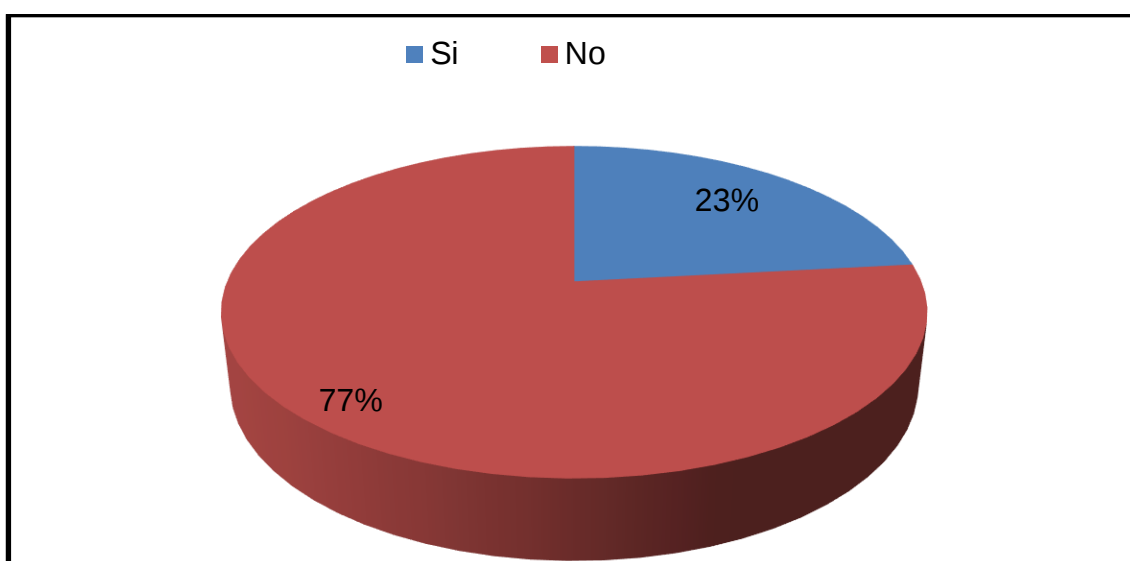
Podemos observar, el gráfico nos indica que, 54% dicen que las alarmas de seguridad son necesarias en la seguridad, el 33% mencionan que son sistemas necesarios pero no suficientes en la seguridad, el 13% argumentan que son sistemas que sirven poco mientras que el 0% de la población nos dicen que son sistemas que no sirven para nada en la seguridad.

Pregunta #10 ¿Usted actualmente cuenta con un servicio de alarmas de seguridad?

Cuadro 10: ¿Usted actualmente cuenta con un servicio de alarmas de seguridad?

ACEPTACIÓN	ENCUESTADOS	%
Si	74	23%
No	248	77%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #9. ¿Usted actualmente cuenta con un servicio de alarmas de seguridad?



Elaboración: Autora

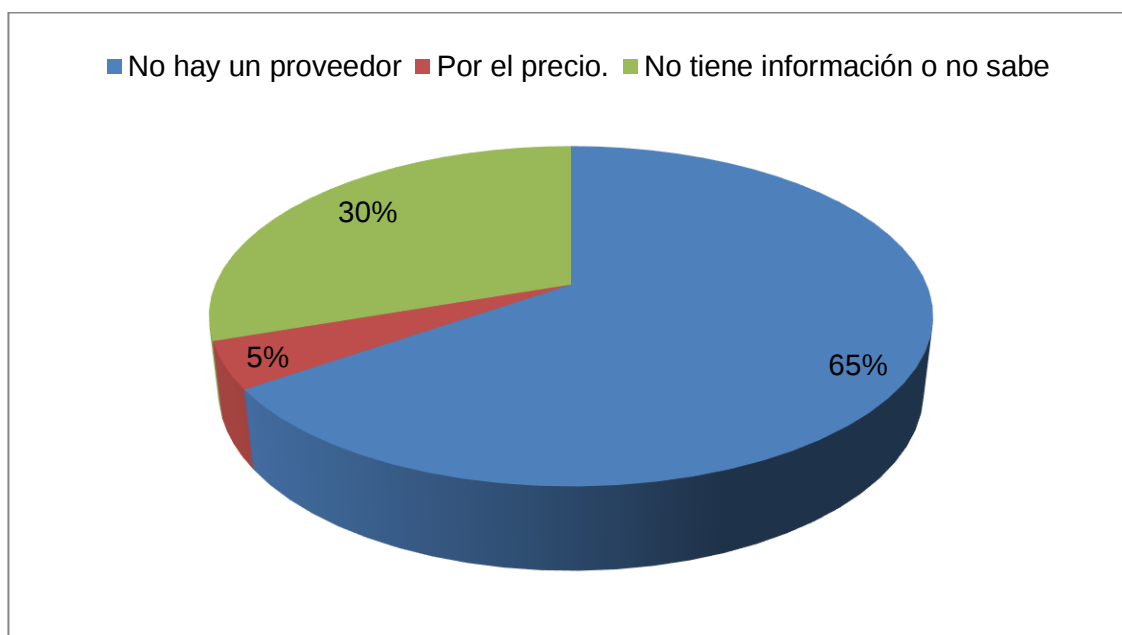
Al analizar esta pregunta mencionaron que el 77% de la población encuestada no cuentan con un servicio de alarmas de seguridad y el 23% si tienen alarmas de seguridad en sus empresas.

Pregunta #11 Si su respuesta a la pregunta anterior es NO ¿por qué motivo?

Cuadro 11: Si su respuesta a la pregunta anterior es NO porque motivo.

EMPRESA	ENCUESTADOS	%
No hay un proveedor	162	65%
Por el precio.	11	5%
No tiene información o no sabe	75	30%
TOTAL	248	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #10. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO porque motivo



Elaboración: Autora

El 65% de los encuestados contestaron que no cuentan con alarmas de seguridad porque no existe un proveedor, el 30% porque no tiene información y el 5% de los encuestados por el precio.

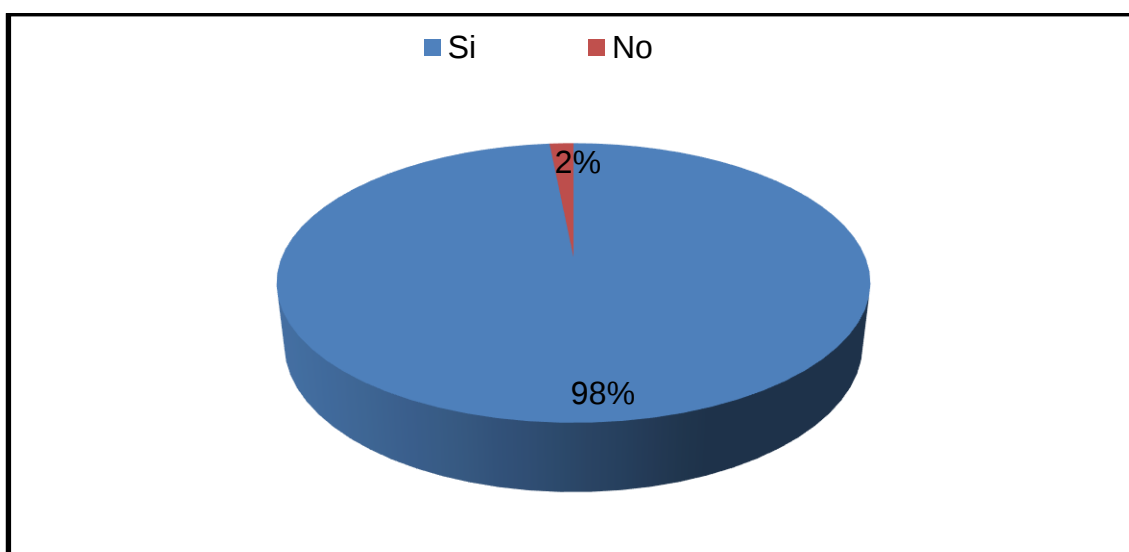
Pregunta #12 ¿Estaría usted interesado en adquirir o comprar alarmas de seguridad?

Cuadro 12: ¿Estaría usted interesado en adquirir o comprar alarmas de seguridad?

ACEPTACIÓN	ENCUESTADOS	%
Si	317	98%
No	5	2%
TOTAL	322	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Autora

Gráfico #11. ¿Estaría usted interesado en adquirir o comprar alarmas de seguridad?



Elaboración: Autora

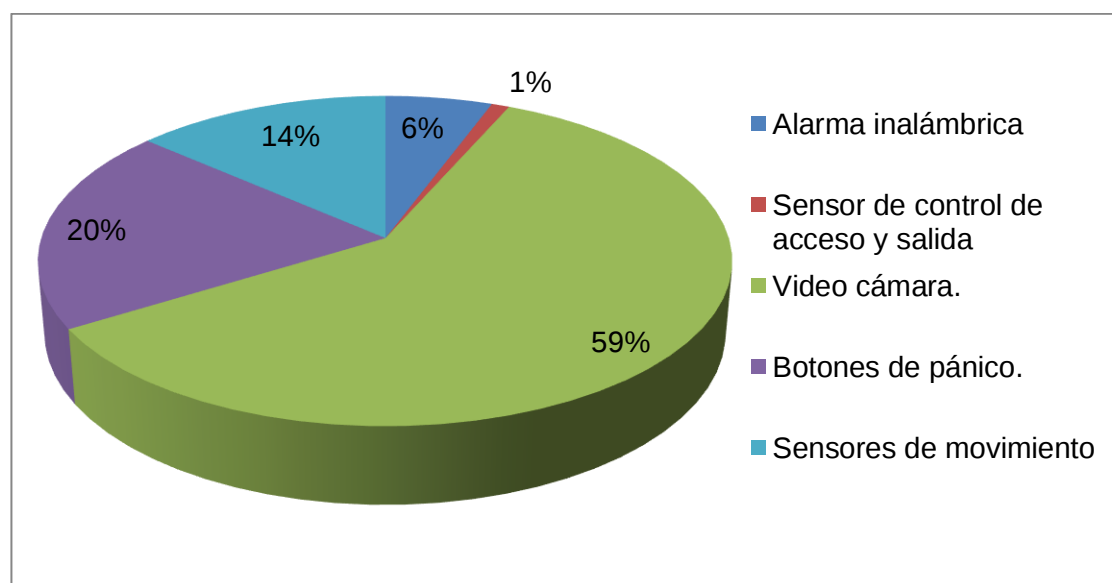
El 98% de la población encuestada está interesado en adquirir alarmas de seguridad y el 2% no estaría interesado.

Pregunta #13 ¿Qué tipo de alarma de seguridad le gustaría instalar?

Cuadro 13: ¿Qué tipo de alarma de seguridad le gustaría instalar?

TIPO DE SEGURIDAD	ENCUESTADOS	%
Alarma inalámbrica	18	6%
Sensor de control de acceso y salida	3	1%
Video cámara.	188	59%
Botones de pánico.	65	20%
Sensores de movimiento	43	14%
TOTAL	317	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #12. ¿Qué tipo de alarma de seguridad le gustaría instalar?



Elaboración: Autora

Al analizar el gráfico podemos apreciar que el 59% le gustaría instalar video cámaras de seguridad, el 20% botones de pánico, mientras que el 14% le gustaría sensores de movimiento, el 6% alarma inalámbrica y el 1% de la

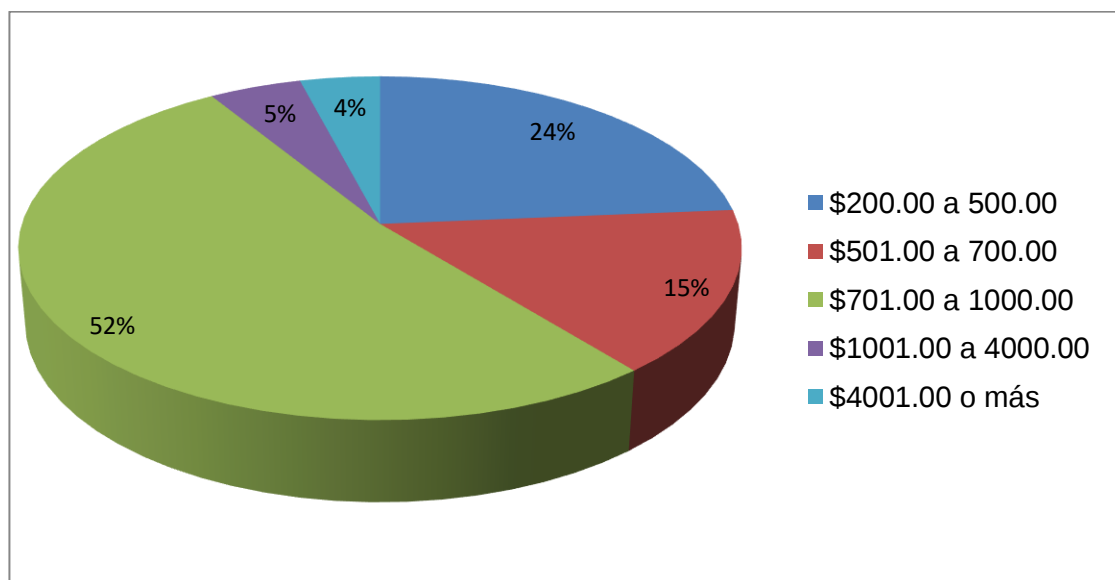
población encuestada nos dice que instalaría sensores de control de acceso y salida.

Pregunta #14 ¿Qué valor estaría dispuesto a invertir por la adquisición de alarmas de seguridad?

Cuadro 14: ¿Qué valor estaría dispuesto a invertir por la adquisición de alarmas de seguridad?

VALORES	ENCUESTADOS	%
\$200.00 a 500.00	75	24%
\$501.00 a 700.00	49	15%
\$701.00 a 1000.00	165	52%
\$1001.00 a 4000.00	15	5%
\$4001.00 o más	13	4%
TOTAL	317	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #13. ¿Qué valor estaría dispuesto a invertir por la adquisición de alarmas de seguridad?



Elaboración: Autora

Al realizar esta pregunta el 52% de la población encuestada nos dice que estaría dispuesto a invertir un promedio de \$701.00 a \$1000.00 en la adquisición de alarmas de seguridad, el 15% un monto de 501.00 a 700.00

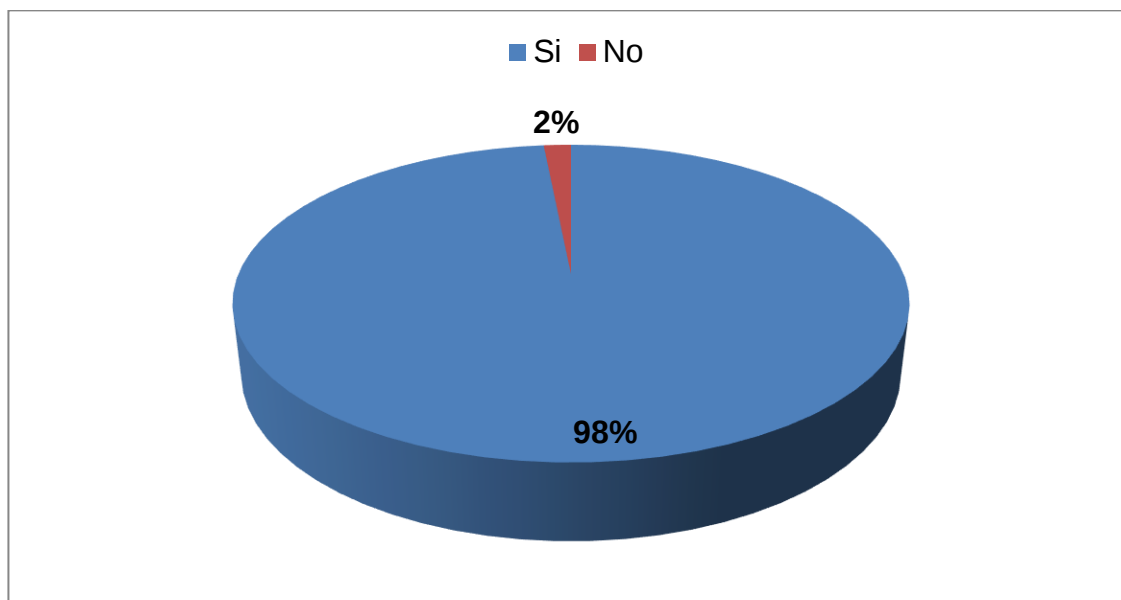
dólares americanos, el 24% de 200.00 a 500.00, el 5% mencionen de entre 1001.00 a 4000.00 y el 4% más de 4000.00 dólares.

Pregunta #15 ¿Le gustaría recibir una oferta especial sobre alarmas de seguridad?

Cuadro 15: ¿Le gustaría recibir una oferta especial sobre alarmas de seguridad?

OFERTA	ENCUESTADOS	%
Si	317	98%
No	5	2%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #14. ¿Le gustaría recibir una oferta especial sobre alarmas de seguridad?



Elaboración: Autora

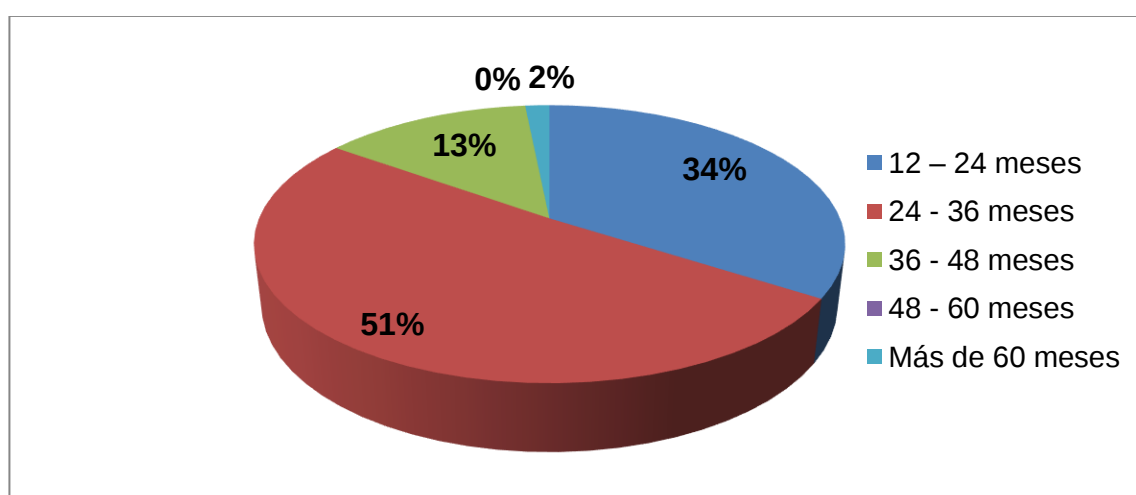
Al preguntar si le gustaría recibir una oferta especial sobre alarmas de seguridad contestaron el 98% de la población que si le gustaría mientras que el 5% no está interesado en las ofertas.

Pregunta #16 ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a contratar este servicio?

Cuadro 16: ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a contratar este servicio?

MESES	ENCUESTADOS	%
12 – 24 meses	108	34%
24 - 36 meses	161	51%
36 - 48 meses	43	14%
48 - 60 meses	0	0%
Más de 60 meses	5	2%
TOTAL	317	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #15. ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a contratar este servicio?



Elaboración: Autora

Del total de los encuestados el 51% nos señala que estaría dispuesto a contratar el servicio por el lapso de 24 a 36 meses, el 34% de 12 a 24 meses,

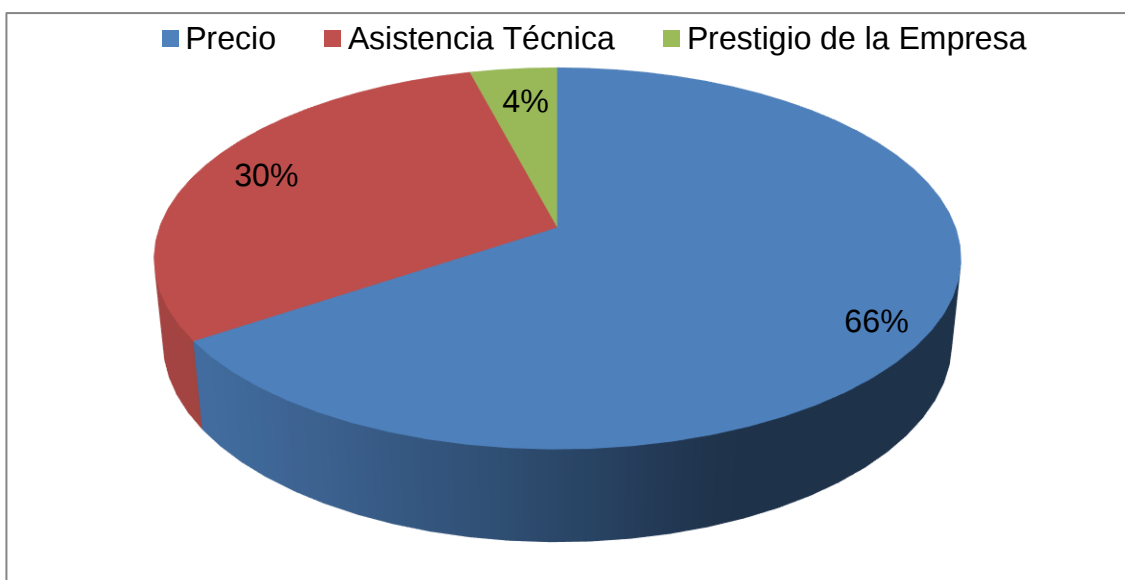
el 14% mencionan de 36 a 48 meses, mientras que el 2% más de 60 meses y el 0% de 48 a 60 meses.

**Pregunta #17 A la hora de contratar un servicio de alarma de seguridad
¿Qué es lo que usted elegiría primero?**

**Cuadro 17: A la hora de contratar un servicio de alarma de seguridad
¿Qué es lo que usted elegiría primero?**

DESCRIPCIÓN	ENCUESTADOS	%
Precio	208	66%
Asistencia Técnica	96	30%
Prestigio de la Empresa	13	4%
TOTAL	317	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico #16. ¿Qué es lo que usted elegiría primero?



Elaboración: Autora

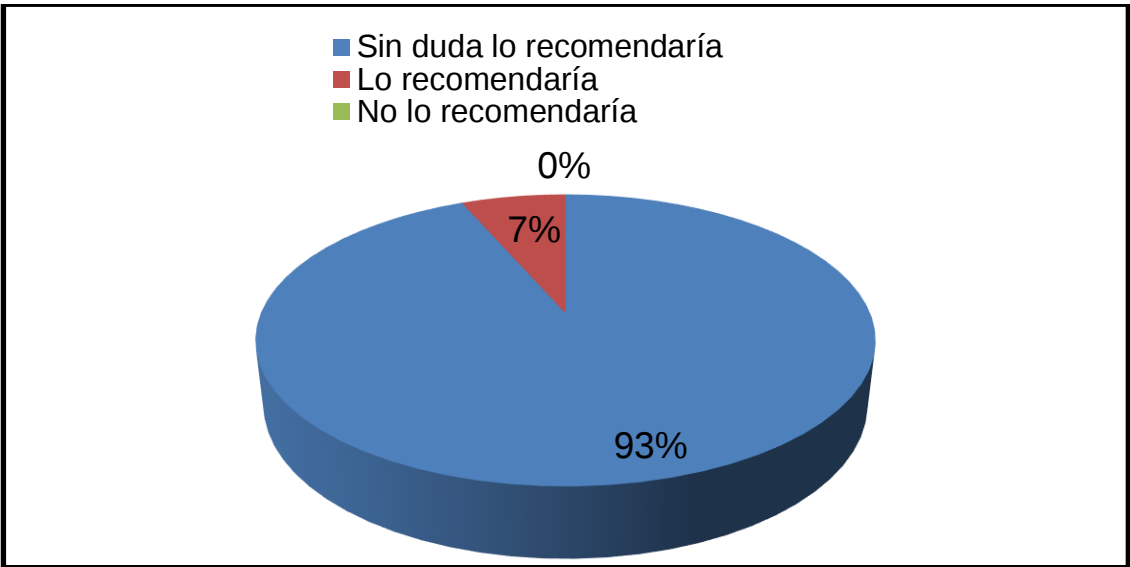
Según las respuestas obtenidas sobre cuál es la mejor elección que realizarían los clientes nos indican que por el precio con un 44%, el 30% menciona que es por la asistencia técnica, el 26% lo harían por el prestigio de la empresa.

Pregunta #18 ¿Recomendaría usted este servicio de seguridad privada a otras personas?

Cuadro 18: ¿Recomendaría usted este servicio de seguridad privada a otras personas?

RECOMENDACIÓN	ENCUESTADOS	%
Sin duda lo recomendaría	301	93%
Lo recomendaría	21	7%
No lo recomendaría	0	0%
TOTAL	322	100%
Fuente: Investigación de campo		
Elaboración: Autora		

Gráfico 17. ¿Recomendaría usted este servicio de seguridad privada a otras personas?



Elaboración: Autora

El gráfico 17, nos indica que el 93% de la población encuestada indica que sin duda lo recomendaría este servicio, el 7% lo recomendaría y el 0% no lo recomendaría.

4.1.1 Estudio de mercado

4.1.1.1 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se determinó en base a los datos obtenidos en las investigaciones realizadas en las encuestas, para establecer la oferta anual se ha tomado en cuenta que un promedio de vivienda, locales comerciales y/o servicios utilizan distintas clases de seguridad para protección de sus bienes. Para determinar la aceptación del producto se tomó en cuenta el gráfico 2.

Cuadro 19 Oferta Actual

OFERTA 2013	SEGURIDAD PROMEDIO	MENSUAL	ACEPTACIÓN	OFERTA DIARIA	OFERTA ANUAL
Guardia de seguridad	20	40	72%	576	6.912
Sistema de alarma de pánico	15	720	17%	1.836	22.032
Video cámara	17	24	6%	24	294
Ojo de águila	0	24	0%	0	0
Ninguna	16	0	5%	0	0
Elaboración: Autora			TOTAL	2.436	29.238

4.1.1.1.1 Oferta Proyectada

Para determinar la oferta proyectada como se puede apreciar en el cuadro 20 se utilizó la tasa de crecimiento poblacional que se ha utilizado en el cuadro 23. Ya que se asume que la oferta crece en igual proporción a la demanda.

Cuadro 20 Oferta Proyectada Año 2014 – 2018

Años	Oferta proyectada
2014	34.782
2015	35.923
2016	37.102
2017	38.318
2018	39.575
Total	182.700

Elaboración: Autora

4.1.1.2 Análisis de demanda

La población total de la provincia de Cotopaxi para el año 2013 está proyectada según el INEC, que se muestra en el cuadro 21.

Cuadro 21 Población total de la Provincia de Cotopaxi año 2013

Cantones	Viviendas particulares	Proyección en años				
		2014	2015	2016	2017	2018
Pangua	8.633	8.892	9.159	9.434	9.717	10.008
La Maná	15.003	15.453	15.917	16.394	16.886	17.393
Latacunga	63.315	65.214	67.171	69.186	71.262	73.399
Pujilí	27.567	28.394	29.246	30.123	31.027	31.958
Salcedo	23.567	24.274	25.002	25.752	26.525	27.321
Saquisilí	9.143	9.417	9.700	9.991	10.291	10.599
Sigchos	8.847	9.112	9.386	9.667	9.957	10.256
Total	156.075	160.757	165.580	170.547	175.664	180.934

Fuente: INEC - Investigación de Campo

Elaboración: Autora

La demanda para el año 2013 fue calculada en base a la aceptación determinada por la investigación directa cuyo resultado se puede observar en el gráfico 17. Para realizar el siguiente cálculo se consideró los 365 días que equivalen a los 12 meses del año. Aprecie el cuadro siguiente.

Cuadro 22 demanda actual 2013

Año	Actividad económica	Promedio comercial	Aceptacion encuesta	Anuales	Demanda
2013	15003	3	93%	12	55.811
Fuente: GAD. Municipal de La Maná - Investigación de campo					
Elaboración: Autora					

4.1.1.2.1 Demanda proyectada

Para determinar la demanda proyectada, se calculó la tasa de crecimiento poblacional considerando los años 2012 y 2014(véase en anexos 1) obteniendo una tasa de crecimiento poblacional del 3% anual.

Una vez obtenida la tasa de crecimiento se calculó la población para los años siguientes y se realizó el mismo proceso que el cuadro 22.

$$TC = \frac{\text{Año actual} - \text{Año anterior}}{\text{Año actual}}$$

$$TC = \frac{\text{Año 2013} - \text{Año 2012}}{\text{Año 2013}}$$

$$TC = \frac{15003 - 14566}{15003}$$

$$TC = \frac{492}{16.394}$$

$$TC = \boxed{3,00\%}$$

Cuadro 23 Demanda Proyectada

Años	Comercio	Demanda
2014	15.495	57.022
2015	16.003	58.892
2016	16.528	60.824
2017	17.070	62.819
2018	17.630	64.879
2019	18.209	67.007

Elaboración: Autora

4.1.1.2.2 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se calculó en base a la oferta proyectada menos la demanda proyectada de los cuadros 20 y 23 respectivamente.

Cuadro 24 Demanda Insatisfecha Proyectada 2014 – 2018

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Demanda insatisfecha
2014	34.782	57.022	-22.240
2015	35.923	58.892	-22.969
2016	37.102	60.824	-23.722
2017	38.318	62.819	-24.501
2018	39.575	64.879	-25.304

Elaboración: Autora

4.1.2 Estudio técnico

4.1.2.1 Macro-localización

La empresa “Lamansafe” se encontrará situada en el Ecuador, provincia de Cotopaxi, cantón La Maná.

4.1.2.1.1 Micro-localización

La ubicación del micro-emprendimiento es de vital importancia puesto que dedicaremos a la comercialización de alarmas de seguridad, la misma que estará ubicada en la ciudad de La Maná, en la calle Gonzalo Albarracín y Eugenio Espejo frente al terminal terrestre de la ciudad.

Figura 3 Micro- localización de la empresa.



4.1.2.2 Ingeniería del Proyecto

4.1.2.2.1 Terreno

La empresa “Lamansafe” ocupará un espacio físico de 20 metros de ancho por 20 metros de largo (400m²). Las instalaciones de la empresa, su adecuación y todo lo necesario para el funcionamiento, tendrá un costo, la misma que se detalla en el cuadro 30.

Con el proyecto se cubrirá el 75% de la demanda insatisfecha, atendiendo un promedio mensual de 46 clientes en el cantón La Maná.

Cuadro 25 Tamaño del proyecto

Años	Demanda insatisfecha	Tamaño 75%	Total comercio manual
2014	22.240	16.680	46
2015	22.969	17.227	48
2016	23.722	17.792	49
2017	24.501	18.376	51
2018	25.304	18.978	53

Fuente: Cuadro 24
Elaboración: Autora

4.1.2.2.2 Razón social de la empresa

La empresa de emprendimiento comercial por sus productos y servicios que ofertará el nombre de la empresa será.

“LAMANSAFE”

4.1.2.2.3 Logotipo de la empresa o Impacto Visual

El logotipo de la empresa ha sido creado de acuerdo al servicio que presta a los clientes.

Figura 4 Logotipo de la empresa



4.1.2.2.4 Eslogan

El eslogan es la expresión de una idea de fácil recordación el mismo que se quedara en la mente de los consumidores, por ello se ha elegido la frase.

“LA SEGURIDAD EN TUS MANOS”

a. Misión

Ser una empresa líder en la presentación de productos y servicios de seguridad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con productos de calidad y servicio oportuno.

b. Visión

Ser reconocidos a nivel local y nacional como una empresa líder en comercialización de alarmas de seguridad y ser número uno en ventas.

4.1.2.2.5 Proveedores

Los productos que se comercializaran en la micro-empresa serán adquiridos a las empresa de seguridad de gran prestigio en el país.

4.1.2.2.6 Análisis de competencia

Básicamente en la ciudad de La Maná no existe un lugar donde ofrezcan alarmas de seguridad, ya que los que ofrecen este servicio son de diversas ciudades del país.

4.1.2.2.7 Canales de comercialización

Los canales que utilizara la empresa será el indirecto, ya que los productos a comercializar serán adquiridos a empresas de seguridad y expendidos al consumidor final.

Figura 5 Canales de Comercialización del Producto



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Autora

4.1.2.2.8 Publicidad

Para dar a conocer nuestro servicio y fortalecer la penetración en el mercado utilizaremos el siguiente medio de comunicación como lo es la estación radial denominada “**Radio Stereo La Maná 94.3 FM**” del cantón La Maná, en la misma que se establecerá la emisión de 8 cuñas publicitarias diarias por un periodo de tres meses.

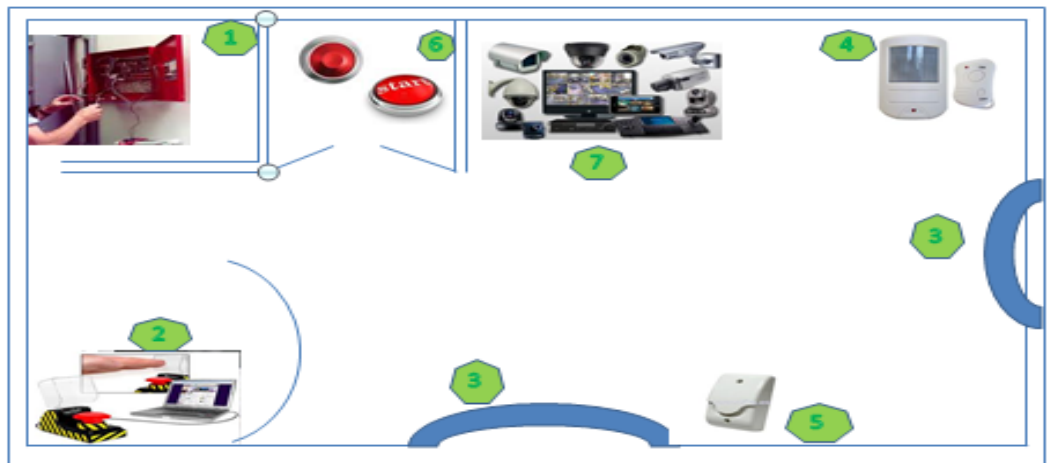
Cuadro 26 Resumen de Medio Publicitario

Medio Radial	Nº Cuñas Diarias	Total Cuñas Mensuales	Meses	Valor Mensual	Valor Total
Stereo La Maná	8	240	6	168,00	1008,00
Total inversion en medios publicitarios					1008,00
Fuente: Proforma de Radio Stereo La Maná					
Elaboración: Autora					

4.1.2.2.9 Diagrama de la Instalación

A continuación se muestra un diagrama de instalación de alarmas de seguridad, varía de acuerdo al gusto del cliente.

Figura 6 Diagrama de Instalación



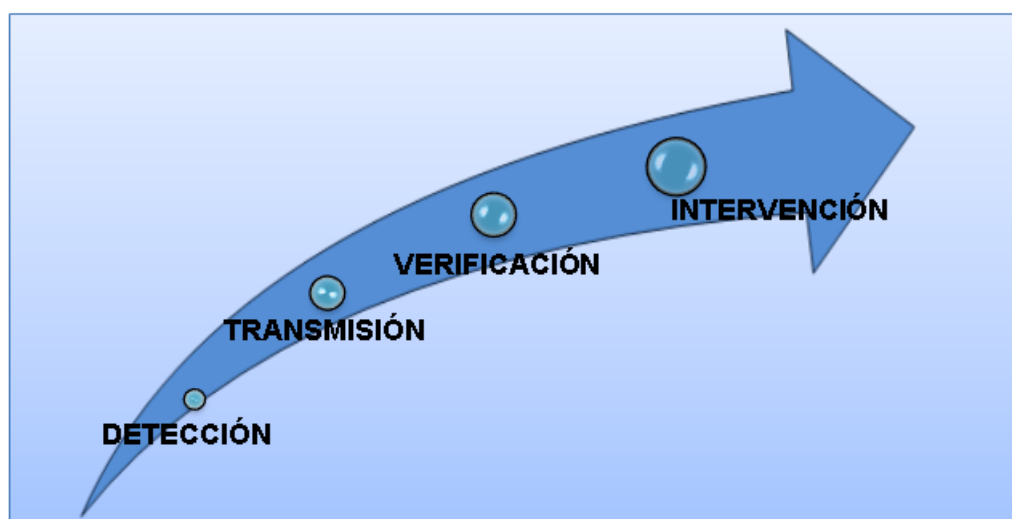
Fuente: Investigación de Campo
Elaborador por: Autora

- 1) Panel Central de Alarmas
- 2) Botón de Pánico
- 3) Sensores de Control de Acceso y Salida
- 4) Sensor Infrarrojo de Movimiento
- 5) Sirena Interior/ Exterior
- 6) Botón de Pánico
- 7) Video Cámara

4.1.2.2.10 Funcionabilidad de la alarma

Un sistema de alarma de seguridad funciona de la siguiente manera.

Figura 7 Diagrama de Funcionabilidad del Alarma



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora

Detección.- Los elementos encargados de disparar la alarma son los detectores de movimientos, los detectores de apertura de puertas o los botones de pánico (SOS) entre otros.

Transmisión.- Cuando la alarma se activa, transmite una señal a la central de monitoreo mediante la línea de teléfonos convencional.

Verificación.- Una vez recibida la alerta en la central receptora de alarmas, se verificará la información facilitando de esta manera la intervención rápida de los cuerpos de emergencia.

Intervención.- Verificada la alarma, la central receptora será la encargada de gestionar el aviso a todos los sistemas de emergencia como ECU911, patrullas móviles, además al usuario o a quienes el haya señalado como alternativas de aviso.

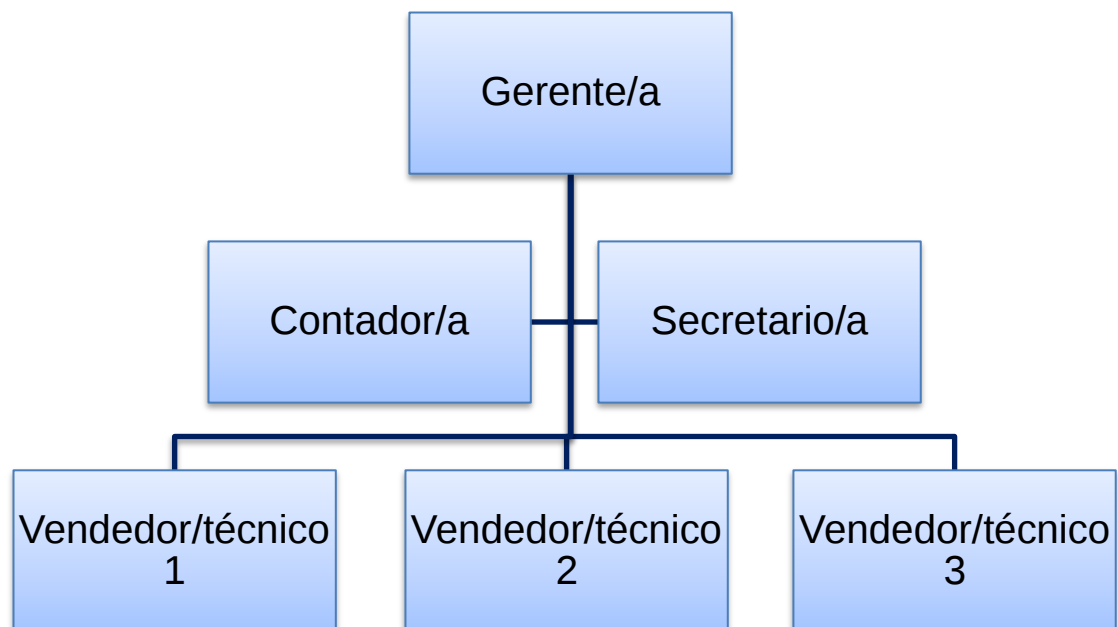
4.1.2.3 Vida útil del proyecto

La vida útil del proyecto será de 5 años en base a la durabilidad de los bienes.

4.1.2.4 Análisis de genero

Para el logro de los objetivos de la empresa se tomará en cuenta a todo el talento humano que posee la misma, para tal efecto se ha organizado de la siguiente manera como se detalla en la estructura organizacional de tipo jerárquico.

Figura 8 Organización



4.1.2.5 Análisis ambiental

La actividad que va a desarrollar la microempresa no origina efectos negativos al sector biótico y abiótico del entorno. Sin embargo todos los desechos producidos durante la comercialización de alarmas de seguridad se colectarán en su respectivo eco tachos y serán evacuados diariamente.

4.1.3 Estudio Económico

4.1.3.1 Presupuesto de Inversión

4.1.3.1.1 Inversión Fija

Para poner en marcha el proyecto se necesitara la inversión de lo siguiente en activos fijos.

Diferentes modelos y marcas de alarmas de seguridad para satisfacer la demanda insatisfecha de nuestros clientes.

Para la debida adecuación de oficinas se utilizará lo siguiente:

- Mercadería.
- Impresora.
- Teléfono inalámbrico marca: Panasonic, Modelo: KX-TG4062, color negro, cód.: 04500
- Grapadoras
- Perforadoras
- Computadora completa. Marca HP, Monitor: 14", procesador Intel core IS, Memoria: 6GB, disco duro: 750GB, sistema operativo: WIM8, 64BTS con cámara integrada.
- Escritorio, madera/metálico, Color café.
- Vitrinas 2.50m. de largo por 1.10m. de ancho

- Sillas de oficina color negro/rojo cód.:261.
- Archivadores Metálicos 4 gacetas color negro, cód.:06235.

Cuadro 27 Activos Fijos

Concepto	Cant.	V. Unitario	Total
ACTIVOS FIJOS			
Mercaderia			32.492,48
Equipos de oficina			
Teléfono inalámbrico	1	59,82	59,82
Grapadoras	1	2,50	2,50
Perforadoras	1	3,00	3,00
Equipos de computación			
Computadora HP	3	1.160,71	3.482,13
Impresora		378,21	378,21
Muebles de Oficina			
Escritorio	3	248,21	744,63
Vitrinas	3	250,00	750,00
Sillas de oficina	6	137,42	824,52
Archivador	2	308,15	616,30
Total Activos Tangibles			39.353,59
Imprevistos 3%			1.180,61
Total activos más imprevistos			40.534,20
Elaboración: Autora			

4.1.3.1.2 Inversión diferida

La inversión diferida para el proyecto es de 4.345,49 dólares americanos, que se detalla a continuación.

Cuadro 28 Inversión Diferida

Concepto	P.U.	Anual
Gastos de arriendo	250,00	3.000,00
Permiso de bomberos		60,00
Patentes		165,38
Estudio de factibilidad		393,54
Investigaciones previas		600,00
Total		4.218,92
Imprevistos 3%		126,57
Total más imprevistos		4.345,49
Elaboración: Autora		

4.1.3.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo para que la microempresa inicie su actividad comercial por el primer trimestre es de 35.782,20 Dólares americanos.

Cuadro 29 Capital de Trabajo

Denominación del puesto	Costo mensual	Costo Anual
Gerente	600,00	7.200,00
Contador	400,00	4.800,00
Secretaria	318,00	3.816,00
Cajera	318,00	3.816,00
Vendedor/técnico (3)	954,00	11.448,00
Servicios básicos	35,00	420,00
Arriendo de local	250,00	3.000,00
Suministros de oficina	15,00	180,00
Mantenimiento equipos		60,00
Total	2.890,00	34.740,00
Imprevistos 3%		1.042,20
Total más imprevisto		35.782,20
Elaboración: Autora		
Anexo N°.9		

4.1.3.3 Resumen de inversión

Las inversiones totales para este proyecto se estiman en el siguiente cuadro:

Cuadro 30 Resumen de Inversión

Inversiones	2013 en US\$
Fijo	40.534,20
Diferido	4.345,49
Capital de trabajo	35.782,20
Total	80.661,89

Elaboración: Autora

4.1.3.4 Ingresos

Se estima que en un mes se atenderá a 46 empresas en el año 2014 multiplicado por 360 días, la tasa de crecimiento anual por ventas. (Ver cuadro 25) y el 25% de utilidad.

Cuadro 31 Ingreso

Ingreso por ventas anuales 2013 - 2019					
Ingreso	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	276.172,90	287.772,16	293.527,61	304.975,18	316.564,24
Total	276.172,90	287.772,16	293.527,61	304.975,18	316.564,24

4.1.3.5 Presupuesto de Egreso

Se estima que el presupuesto de egreso para el funcionamiento de la microempresa es el siguiente.

4.1.3.5.1 Remuneraciones

Se ha considerado a todos los que laboraran en la microempresa.

Cuadro 32 Remuneraciones 2014

Concepto	Trimestral	Anual
Sueldos	1.636,00	19.632,00
Décimo tercero	136,33	1.635,96
Décimo cuarto	106,00	1.272,00
Aporte patronal	182,41	2.188,92
Total	2.060,74	24.728,88

Elaboración: Autora

4.1.3.5.2 Servicios básicos

Cuadro 33 Servicios Básicos

Concepto	Trimestral	Anual
Luz	21.00	252.00
Agua	5.00	60.00
Teléfono	9.00	108.00
Total	35.00	420.00

Elaboración: Autora

4.1.3.5.3 Costo de mantenimiento

Cuadro 34 Mantenimiento

Concepto	Trimestral	Anual
Equipo de computo	55.00	220.00
Muebles de oficina	5.00	20.00
total		240.00

Elaboración: Autora

4.1.3.5.4 Materiales y suministros

Cuadro 35 Materiales y Suministros

Concepto	Mensual	Anual
Papelería	15.00	180.00
Otros egresos	100.00	1200.00
total	115.00	1380.00

Elaboración: Autora

4.1.3.5.5 Local Comercial

Cuadro 36 Local Comercial

Concepto	Mensual	Anual
Arriendo de local	250,00	3.000,00
Total	250,00	3.000,00

Elaboración: Autora

4.1.3.5.6 Permiso de funcionamiento

Cuadro 37 Permiso de Funcionamiento

Concepto	Anual
Patentes	165,38
Cuerpo de bomberos	60,00
Total	225,38

Elaboración: Autora

4.1.3.6 Resumen de egresos**Cuadro 38 Resumen de Egresos**

Tipo de egreso	Años				
	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneraciones	24.728,88	26.707,19	28.843,77	31.151,27	33.643,37
Servicios básicos	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Mantenimiento	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Materiales y suministros	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Local comercial	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Transporte	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Permiso de funcionamiento	225,38	225,38	225,38	225,38	225,38
Total más imprevistos	30.594,26	32.572,57	34.709,15	37.016,65	39.508,75
Imprevistos 3%	917,83	977,18	1.041,27	1.110,50	1.185,26
Total más imprevistos	31.512,09	33.549,75	35.750,42	38.127,15	40.694,01

Elaboración: Autora

4.1.3.7 Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto se realizara de siguiente manera:

El 20% será capital propio y el 80% se financiara con el Banco Nacional de Fomento (BNF)

Cuadro 39 Financiamiento

Concepto	Fuentes	
	Absoluto \$	Relativo
Aportación inicial	16.132,38	20%
Crédito	64.529,51	80%
Total	80.661,89	100%

Fuente: BNF
Elaboración: Autora

4.1.3.7.1 Amortización

La siguiente tabla de amortización fue realizada en la institución bancaria del Banco Nacional de Fomento, que se detalla a continuación

BANCO NACIONAL DE FOMENTO						
CRÉDITO	64529,51					
INTERÉS	12%					
PLAZO	5					
CUOTAS ANUALES	12					
MESES	60					

Cuadro 40. Amortización

Periodos	Fecha	Días	Amortización del Capital	Interés	Cuota	Saldo Capital
0						64.529,51
1	15/11/2013	30	526,31	429,84	956,15	64.003,20
2	15/12/2013	60	531,57	424,57	956,14	63.471,63
3	14/01/2014	90	536,89	419,26	956,15	62.934,74
4	13/02/2014	120	542,26	413,89	956,15	62.392,48
5	15/03/2014	150	547,68	408,47	956,15	61.844,80
6	14/04/2014	180	553,16	402,99	956,15	61.291,64
7	14/05/2014	210	558,69	397,46	956,15	60.732,95
8	13/06/2014	240	564,28	391,87	956,15	60.168,67
9	13/07/2014	270	569,92	386,23	956,15	59.598,75
10	12/08/2014	300	575,62	380,53	956,15	59.023,13
11	11/09/2014	330	581,37	374,77	956,14	58.441,76
12	11/10/2014	360	587,19	368,96	956,15	57.854,57
13	10/11/2014	390	593,06	363,09	956,15	57.261,51
14	10/12/2014	420	598,99	357,16	956,15	56.662,52
15	09/01/2015	450	604,98	351,17	956,15	56.057,54
16	08/02/2015	480	611,03	345,12	956,15	55.446,51
17	10/03/2015	510	617,14	339,01	956,15	54.829,37
18	09/04/2015	540	623,31	332,84	956,15	54.206,06
19	09/05/2015	570	629,55	326,60	956,15	53.576,51
20	08/06/2015	600	635,84	320,31	956,15	52.940,67
21	08/07/2015	630	642,20	313,95	956,15	52.298,47
22	07/08/2015	660	648,62	307,53	956,15	51.649,85
23	06/09/2015	690	655,11	301,04	956,15	50.994,74
24	06/10/2015	720	661,66	294,49	956,15	50.333,08
25	05/11/2015	750	668,28	287,87	956,15	49.664,80
26	05/12/2015	780	674,96	281,19	956,15	48.989,84
27	04/01/2016	810	681,71	274,44	956,15	48.308,13
28	03/02/2016	840	688,52	267,62	956,14	47.619,61
29	04/03/2016	870	695,41	260,74	956,15	46.924,20
30	03/04/2016	900	702,36	253,78	956,14	46.221,84
31	03/05/2016	930	709,39	246,76	956,15	45.512,45
32	02/06/2016	960	716,48	239,67	956,15	44.795,97
33	02/07/2016	990	723,65	232,50	956,15	44.072,32

34	01/08/2016	1020	730,88	225,26	956,14	21.795,59
35	31/08/2016	1050	738,19	217,96	956,15	21.057,40
36	30/09/2016	1080	745,57	210,57	956,14	20.311,83
37	30/10/2016	1110	753,03	203,12	956,15	19.558,80
38	29/11/2016	1140	760,56	195,59	956,15	18.798,24
39	29/12/2016	1170	768,17	187,98	956,15	18.030,07
40	28/01/2017	1200	775,85	180,30	956,15	17.254,22
41	27/02/2017	1230	783,61	172,54	956,15	16.470,61
42	29/03/2017	1260	791,44	164,71	956,15	15.679,17
43	28/04/2017	1290	799,36	156,79	956,15	14.879,81
44	28/05/2017	1320	807,35	148,80	956,15	14.072,46
45	27/06/2017	1350	815,42	140,72	956,14	13.257,04
46	27/07/2017	1380	823,58	132,57	956,15	12.433,46
47	26/08/2017	1410	831,81	124,33	956,14	11.601,65
48	25/09/2017	1440	840,13	116,02	956,15	10.761,52
49	25/10/2017	1470	848,53	107,62	956,15	9.912,99
50	24/11/2017	1500	857,02	99,13	956,15	9.055,97
51	24/12/2017	1530	865,59	90,56	956,15	8.190,38
52	23/01/2018	1560	874,24	81,90	956,14	7.316,14
53	22/02/2018	1590	882,99	73,16	956,15	6.433,15
54	24/03/2018	1620	891,82	64,33	956,15	5.541,33
55	23/04/2018	1650	900,73	55,41	956,14	4.640,60
56	23/05/2018	1680	909,74	46,41	956,15	3.730,86
57	22/06/2018	1710	918,84	37,31	956,15	2.812,02
58	22/07/2018	1740	928,03	28,12	956,15	1.883,99
59	21/08/2018	1770	937,31	18,84	956,15	946,68
60	20/09/2018	1800	937,21	9,47	946,68	0,00
Fuente: BNF						
Elaboración: Autora						

4.1.3.8 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos y variables del proyecto es el siguiente que se detalla a continuación.

Cuadro 41 Costos Fijos y Costos Variables

Costos Operaciones		Mensual	Anual
Fijos	Sueldos	1.636,00	19632
	Décimo tercero	136,33	1.635,96
	Décimo cuarto	106,00	1.272,00
	Aporte patronal	182,41	2.188,92
	Local comercial	250,00	3.000,00
	Depreciación	32,80	393,55
	Amortización	956,15	11.473,80
	Sub Total Costos Fijos		39.596,23
Variables	Servicios básicos	35,00	420,00
	Transporte	50,00	600,00
	Mantenimientos	60,00	720,00
	Materiales y suministros	115,00	1.380,00
	Transporte	50,00	600,00
	Permiso de funcionamiento	18,78	225,38
	Sub total costos variables		3.945,38
	Total		43.541,61
	Imprevistos 3%		1.306,25
	Total más imprevistos		44.847,86
Elaboración: Autora			

4.1.3.9 Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio es importante realizar los siguientes pasos:

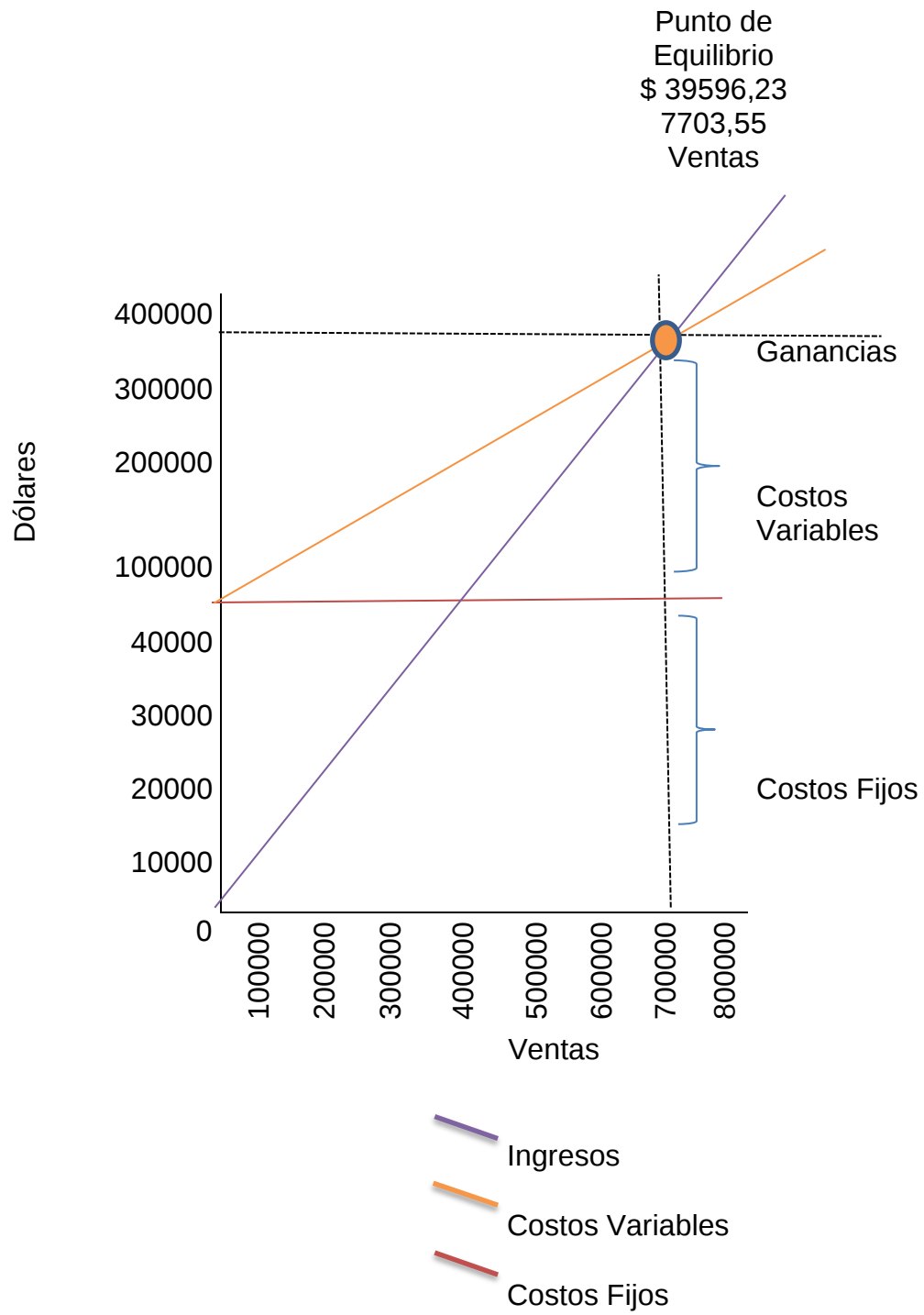
COSTO VARIABLE POR UNIDAD				=	COSTO VARIABLE TOTAL			
					UNIDADES PRODUCIDAS			
		CVU		=	3945,38			
					269			
		CVU		=	14,67			

MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO				=	PRECIO DE VENTA - COSTO VARIABLE UNITARIO			
		Mcu		=	PVU - CVU			
		Mcu		=	19,81	-	14,7	
		Mcu		=	5,14			

UMBRAL DE RENTABILIDAD				PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTOS FIJOS TOTALES							
				MARGEN DE CONTRIBUCION UNITARIO							
		UR	=	Pvu X Cft							
				Mcu							
		UR	=	19,81	X	39.596,23					
				5,14							
		UR	=	152.607,26							

PUNTO DE EQUILIBRIO		COSTOS FIJOS TOTALES									
		MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL									
	Pe	=		CFT							
				Mcu							
	Pe	=		39.596,23							
				5,14							
	Pe	=		7.703,55							

Gráfico 22 Punto de Equilibrio



4.1.4 Evaluación financiera

4.1.4.1 Determinación de la tasa de descuento

La tasa de descuento es la medida financiera que se aplicara para determinar el valor actual de un pago futuro, por medio de la tasa mínima atractiva de rendimiento se demostrara si el proyecto es viable o no.

4.1.4.1.1 Tasa mínima atractiva de rendimiento

Para obtener la tasa mínima atractiva de rendimiento se utiliza la información proporcionada del Banco Central del Ecuador, esto concerniente a la tasa activa referencial que es de 8.17% para el mes de Diciembre del 2013, y la tasa de inflación anual que es de 2.70%. Ver anexo 10

$$\text{Ir} = \text{Interés Nominal (in)} - \text{Inflación (f)}$$

$$\text{Ir} = 8.17\% - 2.70\%$$

$$\text{Ir} = 5.47\%$$

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de Interés Real (Ir)} + \text{Tasa de Inflación (f)} + (\text{Ir} \times \text{f})$$

$$\text{TMAR} = 5.47\% + 2.70\% + (5.47\% \times 2.70\%)$$

$$\text{TMAR} = 8.32\%$$

4.1.4.2 Evaluación financiera

La evaluación financiera permite determinar cuáles son los riesgos, beneficios y ganancias del proyecto, para tal efecto se calculara lo siguiente:

4.1.4.2.1 Flujos de efectivos

Para conocer la cantidad de efectivo que requiere la micro-empresa e iniciar su actividad comercial durante los primeros periodos, es necesario realizar el flujo de efectivo ya que nos permite evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y su necesidad de liquidez.

4.1.4.2.2 Flujo de efectivo bruto

El flujo de efectivo bruto se calculó teniendo en cuenta todas las entradas de efectivo (+) y los desembolsos o salidas del efectivo (-), requeridos durante la vida útil del proyecto.

		276.172,90	287.772,16	293.527,61	304.975,18	316.564,24
	0	1	2	3	4	5
(+)						
(-)						
	80.661,89	31.512,09	33.549,75	35.750,42	38.127,15	40.694,01

4.1.4.2.3 Flujo de efectivo neto

Para calcular el flujo de efectivo neto se realiza la diferencia entre las entradas del efectivo y los desembolsos o salidas de efectivo, requeridos durante la vida útil del proyecto.

		244.660,81	254.222,41	257.777,19	266.848,03	275.870,23
	0	1	2	3	4	5
(+)						
(-)						
80.661,89						

4.1.5 Evaluación

La evaluación de un proyecto es muy importante para tal efecto se obtendrá los cálculos del VAN, TIR, R b/c, PRIA y TRV los datos que se utilizaron fueron del flujo de efectivo neto y se calculó a través de Microsoft Excel 2010.

4.1.4.2.5 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN = + \$ 24.683.67 lo que se puede analizar que el proyecto es viable para su inversión.

4.1.4.2.6 Tasa Interna de Retorno (TIR)

El TIR = 28%, lo que quiere decir que el proyecto es factible.

4.1.4.2.7 Razón Beneficio Costo

Para calcular la razón beneficio costo se lo determinara con la siguiente formula:

$$\text{Razón beneficio costo} = \frac{\text{valor actual de entradas de efectivo}}{\text{valor actual de salidas de efectivo}}$$

$$Rb/c = 1,13$$

4.1.4.2.8 Periodo de Recuperación de Inversión Actualizada

$$\text{PRIA} = \text{Año inmediato anterior en que se recupera la inversión} + \frac{\left[\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión} \right]}{\text{Flujo de Efectivo del año en que se recupera la inversión}}$$

El periodo de recuperación para el proyecto es de 2 años, 8 meses y 16 días.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Mediante la información y análisis realizado durante la investigación del proyecto se ha llegado a la siguiente conclusión.

- Al realizar el estudio de mercado a la población de la ciudad de La Maná se pudo apreciar la necesidad que existe de crear una empresa comercializadora de alarmas de seguridad. Porque a base de los resultados se puede analizar que el 92% de la población encuestada están de acuerdo con dicho proyecto y la funcionabilidad del mismo.
- Con el estudio de factibilidad técnica y tecnológica se constató que la ciudad de La Maná es un lugar apropiado para iniciar con una nueva empresa ya que posee todas las cualidades de inversión. Porque la empresa estará ubicada en el lugar estratégico comercial de la ciudad, cuenta con la disponibilidad de talento humano y fácil adquisición de mobiliarios favorable para la empresa.
- Al realizar el estudio económico se determinó una inversión de 80.661,89 dólares, generando un VAN de \$24.683.67, una rentabilidad del 28% y un periodo de recuperación de 2 años 8 meses 16 días, demostrando que es factible la creación de una empresa comercializadora de alarmas de seguridad en la ciudad de La Maná.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que para la creación de la empresa se cuente con el asesoramiento de un profesional en el aspecto legal de esta manera poner en ejecución este proyecto tan pronto como se obtenga por parte de los organismos legales la autorización de creación y funcionamiento de la empresa.
- Debido al crecimiento poblacional que posee el cantón La Maná, es recomendable que al momento de iniciar su actividad comercial se tome en cuenta al talento humano que posee nuestra ciudad.
- Para contribuir con el éxito de la empresa se recomienda considerar todos los aspectos económicos-financieros que se determinaron en el estudio económico de la investigación ya que ayuda a tener una visión más amplia de todo lo que se utiliza para el desarrollo y funcionamiento de la empresa en el mundo comercial y competitivo.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1 BIBLIOGRAFÍA

Amat O. (2012). Contabilidad y Finanzas para DUMMIES. Edición Wiley Publishing Inc. Barcelona.

Baena T.D. (2010). Análisis Financiero Enfoque y Proyecciones. Primera Edición. Bogotá.

Benassini M. (2009). Introducción a la Investigación de Mercados. Segunda Edición. Editorial Pearson Educación, S.A.

Boylestad R. L. (2011), Introducción al Análisis de Circuito. Doceava Edición. Editorial Pearson Educación, S.A.

Bush R.P., Hair J.F., Ortinau D.J., (2010) Investigación de Mercado. Cuarta Edición. México.

Clow. K. E.; Baack D. (2010). Publicidad Promoción y Comunicación Integral en Marketing. Cuarta Edición. Editorial PRENTICE. Hall. México.

Flórez U.J.A (2010). Proyecto de Inversión para las PYME. Creación de empresas. Bogotá, D.C editorial Ecoe.

García F. (2010). Gestión Comercial de La PYME. Primera Edición. Editorial IDEA.

García F.J.C (2013). Contrato de Arrendamiento. Derecho de Inquilinato del Código Civil Ecuatoriano.

Gitman L. J. y Zutter C. H. J (2012). Principios de Administración Financiera. Doceava Edición Pearson, México.

Hernández R., Fernández C., y Baptista P., (2010) Metodología de la Investigación. Quinta Edición. México D.F.

Hollender M., Beuthel C. (2011). Sistema Inteligente de Alarmas y Ventajas Operacionales. Editorial Chillen Air Support, Inglaterra.

Horngren C., Datar S., y Rajan M. (2012) Contabilidad de Costos. Decimocuarta edición. México.

Larousse (2009) Diccionario Enciclopédico Color. Compact Oceano.Vox 1. Madrid. Editorial, S.L.

Lopez D. G. (2008). Técnicas de Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Copyright by La Ley S. A.

Maristany J., (2007). Administración de Recursos Humanos. Segunda edición. México.

Meza O.J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Segunda Edición. Bogotá.

Ministerio de planificación. (2012). Metodología General de Preparación y Evaluación de Proyectos. Chile.

Monferrer T. D, (2013) Fundamentos de marketing, Primera edición, Publicacions de la Universitat Jaume I.

Pacheco J. F.; Contreras E.; Gálvez A. (2012). Guía Metodológica para la Preparación de Sitios de Disposición Final de residuos Sólidos Ordinarios. Editorial Naciones unidas CEPAL San José Costa Rica.

Prieto J. (2012). Gestión Estratégica Organizacional. Cuarta edición. Bogotá, D.C.

Ramírez D. (2012). Contabilidad Administrativa. Séptima edición. México, D.F.

Toro L.F.J (2010). Costos ABC y Presupuestos: Herramientas para la productividad. Bogotá: Editorial Ecoe.

Universidad San Francisco (2013). Revista Institucional Avances en Ciencia e Ingeniería. Volumen 5. Editorial Universidad San Francisco.

Valdovinos M.E (2012). Micro Localización y Macro Localización. Financiamiento de Proyectos Educativos. México.

Van H. J. (2013). Administración Financiera. Editorial Prentice Hall.

Vicente M. (2009). Marketing y Competitividad. Primera edición. Buenos Aires.

6.1 LINKOGRAFÍA

Acha D. Carlos (2010) Control de Alarmas. Recuperado de <http://controldealarmas.com/consejos-de-seguridad/botones-de-panico.html>

Alves a., y Pomonti R. (2009). Proyecto de inversión. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos70/proyecto-inversion/proyecto-inversion2.shtml>

Collado F.J.C (2008). Definición de Administración De Proyectos. Recuperado de <http://jcarloscolladofelix.blogspot.es/>

Duarte C. (2012). Concepto de empresa en Colombia. Recuperado de <http://www.gerencie.com/concepto-de-empresa-en-colombia.html>

Navajas, S.(2002-2013). Sensores de Movimiento Recuperado de <http://www.voltimum.es/news/8080/cm/sensores-de-movimiento.html>

Núñez J.L. (2009). Flujo Neto de Efectivo. BuenasTareas.com. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Flujo-Neto-De-Efectivo/32615.html>

Vargas M.J.E (2011). Macro localización, localización general del proyecto. Recuperado de <http://www.slideshare.net/AlbertoVargas8/macrolocalizacin-localizacin-general-del-proyecto>

Writtenby J.M.(2013). Cámaras de Seguridad. Recuperado de <http://www.camaras-y-seguridad.com/>

CAPITULO VII: ANEXOS

Anexo 1 Preguntas para encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO TESIS DE GRADUACIÓN

Soy alumna de la Facultad de Ciencias Empresariales de la U.T.E.Q. por tal motivo estoy realizando encuestas con el objetivo de obtener el título de Ingeniera en **GESTIÓN EMPRESARIAL**. El tema a investigar es, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ALARMAS DE SEGURIDAD EN LA CIUDAD DE LA MANÁ**. Considero que su opinión es importante para la realización del trabajo investigativo.

1. Identificación del encuestado.

Sexo: femenino _____ masculino _____

Edad: 18-30 _____ 30-40 _____ 40-50 _____ 50-65 _____

2. Qué tipo de negocio tiene

Financiero ----- comercial -----

Servicios ----- vivienda -----

3. Qué tipo de seguridad tiene su empresa

Descripción	Marque con una X
Guardia de seguridad	
Sistema de alarma de pánico	
Video cámaras	
Ojo de águila	
Ninguna	

4. ¿Cuánto tiempo lleva usted utilizando este servicio de alarmas?

Menos de 1 año ----- De 1 a 3 años -----
Más de 3 años -----

5. Este servicio usted lo tiene contratado con una

Empresa de seguridad ----- Empresa de telefonía -----
Otra -----

6. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el funcionamiento actual del servicio?

Muy satisfecho ----- Satisfecho -----
Insatisfecho ----- Muy Insatisfecho -----

7. ¿Tiene conocimiento usted de alguna empresa que comercialice alarmas de seguridad?

SI ----- NO ----- NO sabe -----

8. ¿Le gustaría que en la ciudad de La Maná existiera una empresa comercializadora de alarmas de seguridad?

SI ----- NO -----

9. Qué opina de las alarmas de seguridad

Marque con una (X)

Son sistemas necesarios en la seguridad -----
Son sistemas necesarios pero no suficientes en la seguridad -----
Son sistemas que sirven poco -----
Son sistemas que no sirven para nada -----

10. ¿Usted actualmente cuenta con un servicio de alarmas de seguridad?

SI -----

NO -----

11. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO porque motivo

No hay un proveedor. -----

Por el precio. -----

No tiene información o no sabe -----

12. ¿Estaría usted interesado en adquirir o comprar alarmas de seguridad para su local comercial?

SI -----

NO -----

13. ¿Qué tipo de alarma de seguridad le gustaría instalar en su local comercial?



Alarma inalámbrica -----



Sensor de Control de Acceso y Salida -----



Video Cámara. -----



Botones de Pánico. -----



Sensores de movimiento -----

14. ¿Qué valor estaría dispuesto a invertir por la adquisición de una alarma de seguridad?

\$200.00 - 500.00	-----	\$501.00 - 700.00	-----
\$701.00 - 1000.00	-----	\$1001.00 – 4000.00	-----
\$4001.00 o más.	-----		

15. ¿Te gustaría recibir una oferta especial sobre alarmas de seguridad?

SI -----
NO -----

16. ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a contratar este servicio?

12 – 24 meses	-----	24 - 36 meses	-----
36 - 48 meses	-----	48 - 60 meses o más	-----
Más de 60 meses	-----		

17. A la hora de contratar un servicio de alarma de seguridad.
¿Qué es lo que usted elegiría primero?

Marque con una (x) solo una opción:

Descripción	Marque con una X
Precio	
Asistencia Técnica	
Prestigio de la empresa.	

18.¿Recomendaría usted este servicio de seguridad privada a otras personas?

Sin duda lo recomendaría ----- Lo recomendaría -----
No lo recomendaría -----

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2 Proformas 1

ELECTRI AG.

SISTEMAS ELECTRONICOS



EL GUAYACAN – QUEVEDO - ECUADOR

Datos de la empresa

Empresa: Lamansafe
Nombre: Alcaciega Verónica
Dirección: Av. Gonzalo Albarracín y Eugenio Espejo
Teléfono: 0989294881
email: ealcaciega@hotmail.com

Asesor comercial: Sr. Torres José.

PROPUESTA

Fecha: 17 de Octubre del 2013.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTO
10	Cámara bullet aire libre 420 TVL, 3.6mm, 20 IR	27,99	279,90
8	Cámara avtech IVS Zoom Bullet 520 TVL, 4/9mm, 35 IR	53,99	431,92
8	Cámara bullet CMOS 600 TVL, 3.6mm, 26 IR	44,99	359,92
5	Cámara bullet T aire libre 600 TVL, 4/9mm, 36 IR	76,49	382,45
6	Cámara bullet aire libre 600 TVL, 9/22mm, 36 IR	89,10	534,60
9	Cámara bullet aire libre CMOS 600 TVL, 3.6mm, 26 IR	44,99	404,91
5	Cámara bullet 690 HTVL-E, 2.8/12mm, 42 IR	193,50	967,50
7	Cámara mini aire libre bullet 420 TVL, lente de 3.6mm	31,49	220,43
5	Cámara mini aire libre bullet 420 TVL, lente del agujero de	44,99	224,95
5	Cámara bullet 650 TVL, 5/50mm, 70 IR, menú OSD	293,55	1.467,75
6	Cámara HD-SDI al aire libre 1080p BALA, 2MP, 2.8/12mm, 42	197,10	1.182,60
6	Cámara 600 TVL, 2.8/12mm, 42 IR, Menu OSD	89,99	539,94
5	Cámara 700TVL Effio-960H, 2.8/12mm, 42 IR	119,10	595,50
6	Cámara Com 700 líneas de TV, 6 mm, de LED 2 IR	53,99	323,94
6	HD-SDI 1080p exterior BALA, 2MP, 3.6mm, 23 IR	134,10	804,60
6	Cámara bullet Effio 700 TVL, 2.8mm, 23 IR	80,99	485,94
6	Cámara dome interior 600 TVL, 3.6mm, 23 IR	49,99	299,94
5	Cámara dome exterior 690 HTVL-E, 2.8/12mm, 17 IR	179,10	895,50
		SUBTOTAL	10.402,29
		IVA 12%	1.248,27
		TOTAL	11.650,56

Anexo 3 Proforma 2



GLOBAL SYSTEM

SISTEMAS ELECTRONICOS

SU SEGURIDAD A OTRO NIVEL

— PROPUESTA

Datos del Cliente

Empresa: lamansafe
Nombre: Alcaciega Verónica
Dirección: Av. Gonzalo Albarracín E. Es.
Teléfono: 098-9294881
email: ealcaciega@hotmail.com

Propuesta N°: 113
Fecha: Latacunga, 16 /10 / 2013
Asesor Comercial: Segundo Viscaino
Teléfono: 032-801516 RUC.:030181999100-1
Teléfono celular: 095-646494
email: global-system-sv@yahoo.es

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cámara mini domo para interiores 420 TVL, 2.8mm, ángulo de visión amplio	5	40,49	202,45
Cámara dome aire libre 600TVL, 3.6mm, 20 IR	5	53,99	269,95
Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 2.8/12mm, 36 IR	5	112,5	562,5
HD-SDI exterior Vandal Dome 1080p, 2MP, 2.8/12mm, 21 IR	5	188,1	940,5
Cámara dome exterior CMOS 600 TVL, 3.6mm, 26 IR	6	44,99	269,94
Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 3.6mm, 23 IR	6	67,49	404,94
Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 2.8/12mm, 36 IR	6	89,99	539,94
Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 2.8mm, 23 IR	5	76,49	382,45
Alta velocidad PTZ Cámara 480 TVL, zoom 216X	5	479	2.395,00
AVTECH IVS PTZ 520 TVL, zoom 22	5	349	1.745,00
HD-SDI al aire libre PTZ 120X Zoom, HD 1080p día / noche	5	115	575
Alta velocidad PTZ Cámara 540 TVL, 432X, WDR, visión nocturna.	3	944	2.832,00
Alta velocidad PTZ Cámara 540 TVL, zoom 432	3	849,1	2.547,30
Alta velocidad PTZ Cámara 700 TVL-960H, 180X	5	494,1	2.470,50
1/3 "Sony Effio 700TVL-960H, de largo alcance IR del LED	6	125	750
Botón de pánico 433 Mhz	10	4,35	43,5
Pulsador de pánico pluoresente	12	2	24
Botón de panico detector de humo, luz	6	50	300
Botón De Pánico 433 Mhz	12	3	36
Pulsador de pánico pluoresente para alarma	12	8	96
Flex botón Home apple original Iphone 4 4s 4g 16 32 64gb	10	17	170
Sensores de acceso y salida	2	1.000,00	2.000,00
Kit Alarma Inalambrica Seguridad 24-7 Pir	6	70	420
12 "tiempo al aire libre de Vivienda de Cámaras de caja	12	16,19	194,28
Detector de movimiento de la cámara espía 600 TVL con audio	6	53,99	323,94
4CH DVR 120 Fps, pentaplex, VGA, 1 Audio.	5	319	1.595,00
SON: veinte y cuatro mil setecientos cuarenta y un con 01/100 dólares.	SUBTOTAL		22.090,19
	DESCUENTO: %		
	IVA 12%		2.650,82
	INVERSION TOTAL		24.741,01

Forma de Pago

Efectivo o Cheque
 50% De Contado a la firma del contrato
 50% a convenir

Por Global System

Aprobado por el Cliente

Anexo 4 Referencias de Precios.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	P.V. UNITARIO	P.V. TOTAL
3	Cámara bullet aire libre 420 TVL, 3.6mm, 20 IR	27,99	83,97	37,79	113,36
3	Cámara avtech IVS Zoom Bullet 520 TVL, 4/9mm, 35 IR	53,99	161,97	72,89	218,66
2	Cámara bullet CMOS 600 TVL, 3.6mm, 26 IR	44,99	89,98	60,74	121,47
3	Cámara bullet T aire libre 600 TVL, 4/9mm, 36 IR	76,49	229,47	103,26	309,78
2	Cámara bullet aire libre 600 TVL, 9/22mm, 36 IR	89,10	178,20	120,29	240,57
3	Cámara bullet aire libre CMOS 600 TVL, 3.6mm, 26 IR	44,99	134,97	60,74	182,21
4	Cámara bullet 690 HTVL-E, 2.8/12mm, 42 IR	193,50	774,00	261,23	1.044,90
5	Cámara mini aire libre bullet 420 TVL, lente de 3.6mm	31,49	157,45	42,51	212,56
2	Cámara mini aire libre bullet 420 TVL, lente del agujero de alfiler	44,99	89,98	60,74	121,47
3	Cámara bullet 650 TVL, 5/50mm, 70 IR, menú OSD	293,55	880,65	396,29	1.188,88
5	Cámara HD-SDI al aire libre 1080p BALA, 2MP, 2.8/12mm, 42 IR	197,10	985,50	266,09	1.330,43
4	Cámara 600 TVL, 2.8/12mm, 42 IR, Menu OSD	89,99	359,96	121,49	485,95
2	Cámara 700TVL Effio-960H, 2.8/12mm, 42 IR	119,10	238,20	160,79	321,57
3	Cámara Com 700 líneas de TV, 6 mm, de LED 2 IR	53,99	161,97	72,89	218,66
6	HD-SDI 1080p exterior BALA, 2MP, 3.6mm, 23 IR	134,10	804,60	181,04	1.086,21
5	Cámara bullet Effio 700 TVL, 2.8mm, 23 IR	80,99	404,95	109,34	546,68
4	Cámara dome interior 600 TVL, 3.6mm, 23 IR	49,99	199,96	67,49	269,95
2	Cámara dome exterior 690 HTVL-E, 2.8/12mm, 17 IR	179,10	358,20	241,79	483,57
3	Cámara mini domo para interiores 420 TVL, 2.8mm, ángulo de vis	40,49	121,47	54,66	163,98
2	Cámara dome aire libre 600TVL, 3.6mm, 20 IR	53,99	107,98	72,89	145,77
2	Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 2.8/12mm, 36 IR	112,50	225,00	151,88	303,75
2	HD-SDI exterior Vandal Dome 1080p, 2MP, 2.8/12mm, 21 IR	188,10	376,20	253,94	507,87
2	Cámara dome exterior CMOS 600 TVL, 3.6mm, 26 IR	44,99	89,98	60,74	121,47
2	Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 3.6mm, 23 IR	67,49	134,98	91,11	182,22
2	Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 2.8/12mm, 36 IR	89,99	179,98	121,49	242,97
2	Cámara dome aire libre 700TVL Effio-960H, 2.8mm, 23 IR	76,49	152,98	103,26	206,52
2	Alta velocidad PTZ Cámara 480 TVL, zoom 216X	479,00	958,00	646,65	1.293,30
2	AVTECH IVS PTZ 520 TVL, zoom 22	349,00	698,00	471,15	942,30
2	HD-SDI al aire libre PTZ 120X Zoom, HD 1080p día / noche	115,00	230,00	155,25	310,50
1	Alta velocidad PTZ Cámara 540 TVL, 432X, WDR, visión nocturna.	944,00	944,00	1.274,40	1.274,40
1	Alta velocidad PTZ Cámara 540 TVL, zoom 432	849,10	849,10	1.146,29	1.146,29
1	Alta velocidad PTZ Cámara 700 TVL-960H, 180X	494,10	494,10	667,04	667,04
5	1/3 "Sony Effio 700TVL-960H, de largo alcance IR del LED	125,00	625,00	168,75	843,75
28	Botón de pánico 433 Mhz	4,35	121,80	5,87	164,43
28	Pulsador de pánico pluoresente	2,00	56,00	2,70	75,60
28	Botón de panico detector de humo, luz	50,00	1.400,00	67,50	1.890,00
28	Botón De Pánico 433 Mhz	3,00	84,00	4,05	113,40
28	Pulsador de pánico pluoresente para alarma	8,00	224,00	10,80	302,40
28	Flex botón Home apple original Iphone 4 4s 4g 16 32 64gb	17,00	476,00	22,95	642,60
1	Sensores de acceso y salida	1.000,00	1.000,00	1.350,00	1.350,00
1	Kit Alarma Inalambrica Seguridad 24-7 Pir	70,00	70,00	94,50	94,50
1	12 "tiempo al aire libre de Vivienda de Cámaras de caja	16,19	16,19	21,86	21,86
3	Detector de movimiento de la cámara espía 600 TVL con audio	53,99	161,97	72,89	218,66
3	4CH DVR 120 Fps, pentaplex, VGA, 1 Audio.	319,00	957,00	430,65	1.291,95
	TOTAL	7.378,21	17.047,71	9.960,58	23.014,41

Anexo 5 Flujo de Caja

CONCEPTO	AÑOS					
	Inversión	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	0	276.172,90	287.772,16	293.527,61	304.975,18	316.564,24
Aporte propio						
Prestamos						
Total Ingresos		276.172,90	287.772,16	293.527,61	304.975,18	316.564,24
Costo de venta		204.572,52	208.663,97	212.837,25	217.093,99	221.435,87
Gastos de administración		30.594,26	32.572,57	34.709,15	37.016,65	39.508,75
Gastos de venta		1.608,00	1.608,00	1.608,00	1.608,00	1.608,00
Depreciación (-)		393,55	393,55	393,55	393,55	393,55
Amortización (-)		11.473,80	11.473,80	11.473,80	11.473,80	11.473,80
Total Egresos		248.642,13	254.711,89	261.021,75	267.585,99	274.419,97
Flujo Operacional		27.530,77	33.060,27	32.505,86	37.389,19	42.144,27
15% Participación de trabajadores		4.129,62	4.959,04	4.875,88	5.608,38	6.321,64
25% Impuesto a la Renta		5.850,29	7.025,31	6.907,50	7.945,20	8.955,66
Utilidad Neta		17.550,87	21.075,92	20.722,49	23.835,61	26.866,97
INVERSIÓN INICIAL	80.661,89	393,55	393,55	393,55	393,55	393,55
TOTAL INVERSIÓN	-80.661,89	17.944,42	21.469,47	21.116,04	24.229,16	27.260,52

Anexo 6 Estado de Resultado.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	276.172,90	287.772,16	293.527,61	304.975,18	316.564,24
(-) Costo de venta	204.572,52	208.663,97	212.837,25	217.093,99	221.435,87
Utilidad bruta	71.600,38	79.108,19	80.690,36	87.881,19	95.128,37
Gastos operativos					
Gastos de administració	30.594,26	32.572,57	34.709,15	37.016,65	39.508,75
Sueldos más beneficios	24.728,88	26.707,19	28.843,77	31.151,27	33.643,37
Servicios básicos	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Materiales y suministros	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Arriendo del local	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Transporte	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Mantenimiento	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Permiso de funcionamiento	225,38	225,38	225,38	225,38	225,38
Gastos de venta	1.608,00	1.608,00	1.608,00	1.608,00	1.608,00
Gastos de publicidad	1.008,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00
Gastos de transporte	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Amortización	11.473,80	11.473,80	11.473,80	11.473,80	11.473,80
Depreciación	393,55	393,55	393,55	393,55	393,55
Total gastos en operació	44.069,61	46.047,92	48.184,50	50.492,00	52.984,10
Utilidad Antes de Impues	27.530,77	33.060,27	32.505,86	37.389,19	42.144,27
15% Participación a Traba	4.129,62	4.959,04	4.875,88	5.608,38	6.321,64
Utilidad Antes de Impues	23.401,15	28.101,23	27.629,98	31.780,81	35.822,63
25% Impuesto a la Renta	5.850,29	7.025,31	6.907,50	7.945,20	8.955,66
Utilidad Neta	17.550,87	21.075,92	20.722,49	23.835,61	26.866,97
Utilidad Neta Acumulada	17.550,87	38.626,79	59.349,27	83.184,88	110.051,85
Elaborado Por: Autora					

Anexo 7 Cuadro de Remuneraciones

INGRESOS								
DENOMINACIÓN DEL PUESTO	No.	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	FONDOS RESERVA	TOTAL REM. MENSUAL	APORTE PATRONAL	TOTAL DE REMUNERACION MENSUAL
Gerente	1	600,00	26,50	50,00	49,98	726,48	66,90	793,38
Contador	1	400,00	26,50	33,33	33,32	493,15	44,60	537,75
Secretaria	1	318,00	26,50	26,50	26,49	397,49	35,46	432,95
Cajera	1	318,00	26,50	26,50	26,49	397,49	35,46	432,95
Vendedor/Técnico	1	318,00	26,50	26,50	26,49	397,49	35,46	432,95
TOTAL	5	1.954,00	132,50	162,83	162,77	2.412,10	217,87	2.629,97
Elaborado por: Autora								
sueldo solo de un trabajador								

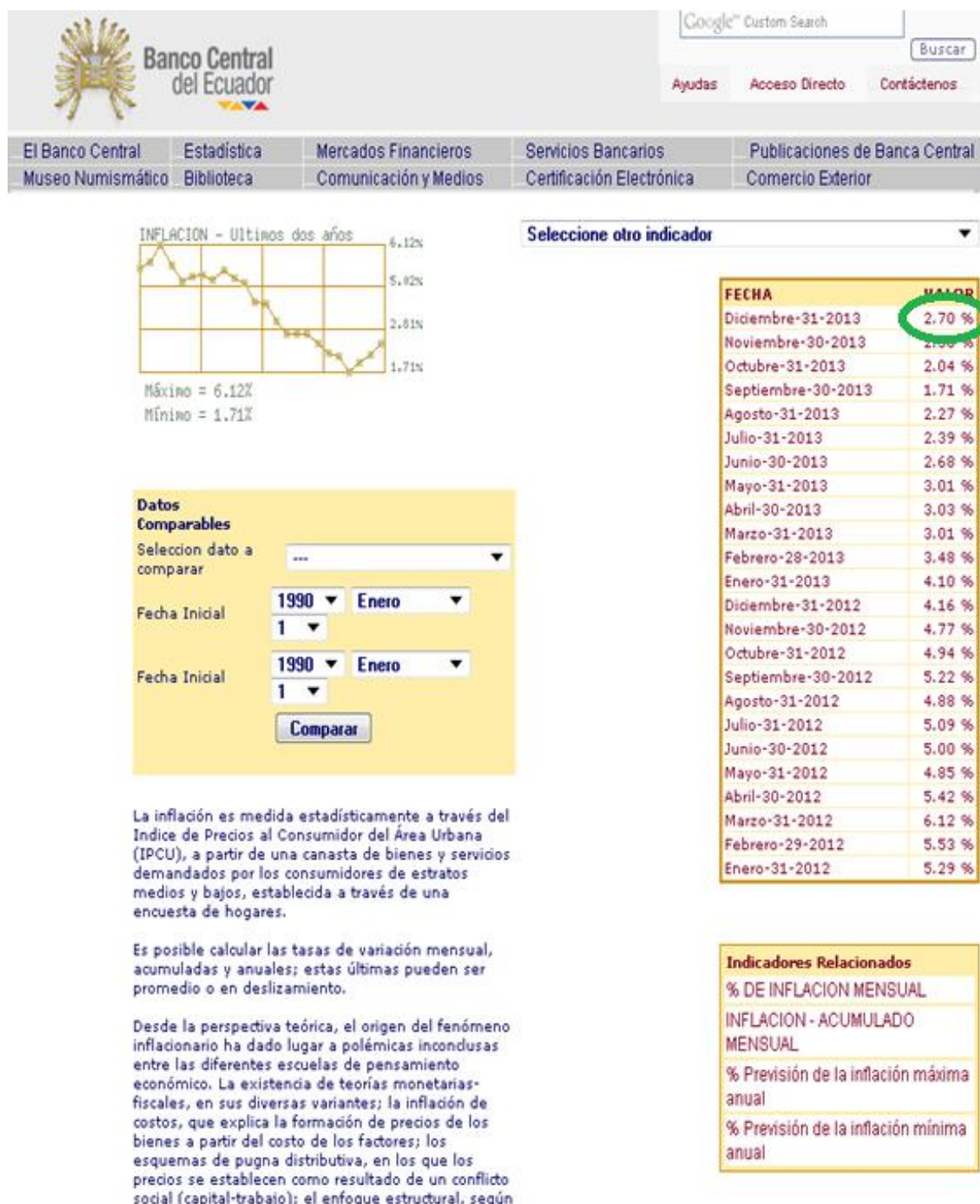
Anexo 8 Resumen de remuneraciones

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	No.	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	TOTAL REM. MENSUAL	APORTE PATRONAL	TOTAL DE REMUNERACIÓN MENSUAL	TOT.REM . ANUAL USS
Gerente	1	600,00	26,50	50,00	676,50	66,90	743,40	8.920,80
Contador	1	400,00	26,50	33,33	459,83	44,60	504,43	6.053,20
Secretaria	1	318,00	26,50	26,50	371,00	35,46	406,46	4.877,48
Cajera	1	318,00	26,50	26,50	371,00	35,46	406,46	4.877,48
Vendedor/Técnico	3	318,00	26,50	26,50	371,00	35,46	406,46	4.877,48
	7	1.636,00	106,00	136,33	1.878,33	182,41	2.060,75	24.728,97
Elaborado por: Autora								

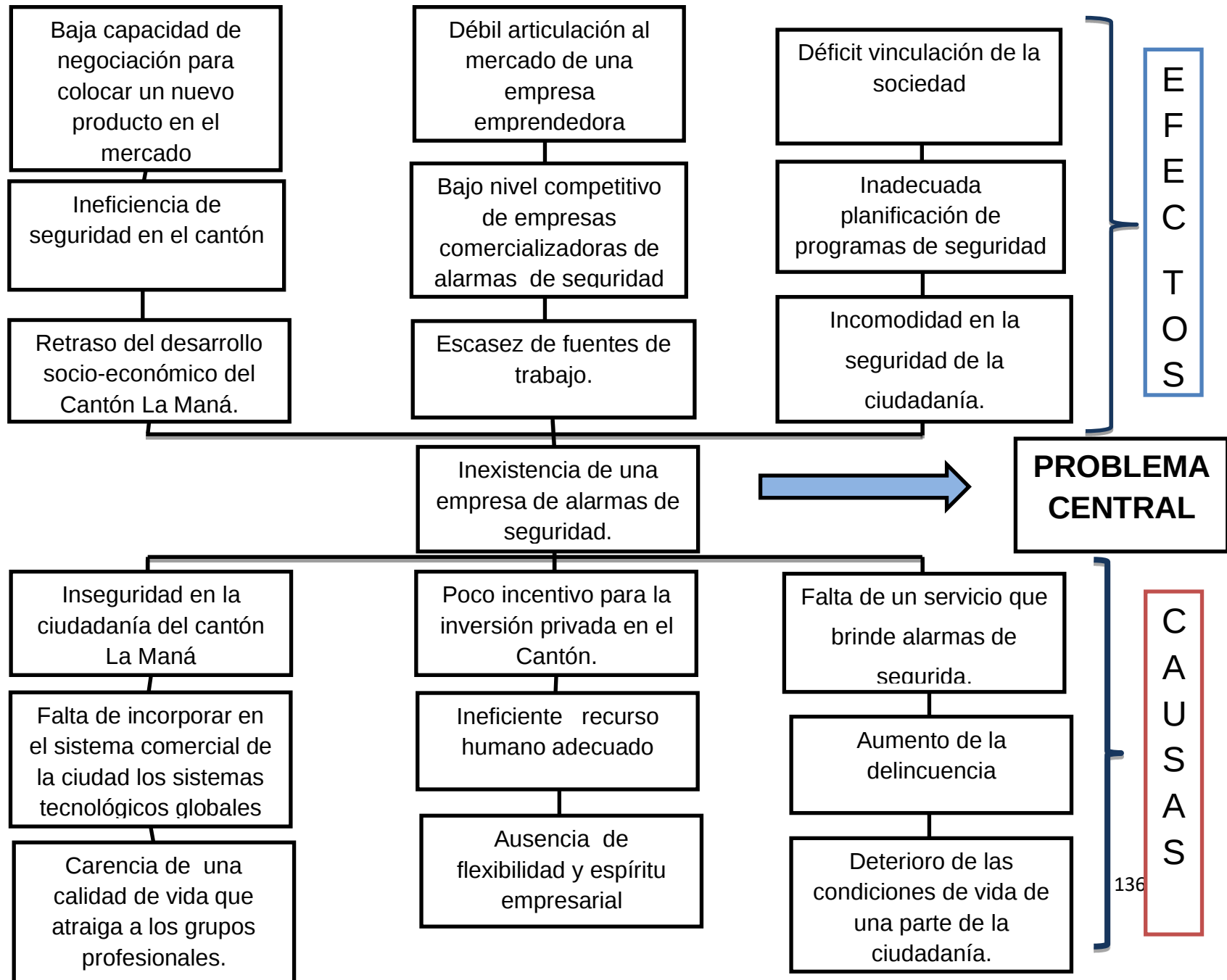
Anexo 9 Tabla de Interés del Banco Central del Ecuador.

Tasas de Interés			
DICIEMBRE 2013 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.2	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.3
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.5
Microcrédito Acumulación Simple	25.2	Microcrédito Acumulación Simple	27.5
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.5
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.6	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.53	Tasa Legal	8.17
Tasa Activa Referencial	8.17	Tasa Máxima Convencional	9.33
(*) Nota General: El artículo 6, del Capítulo I "Tasas de interés referenciales", y el artículo 3 del Capítulo II "Tasas de Interés de Cumplimiento Obligatorio", del título Sexto "Sistema de tasas de interés", del Libro I "Política Monetaria-Crediticia", de Codificación de Regulaciones del Banco Central del Ecuador, establece que, en caso de no determinarse las tasas de interés referenciales y máximas por segmento, para el período mensual siguiente regirán las últimas tasas publicadas por el Banco Central del Ecuador.			
Para mayor información, contáctenos: prod.dge@bce.ec			

Anexo 10 Tasa de Inflación del Banco Central del Ecuador



Anexo 11 Árbol de Problemas



Anexo 12 Matriz de Problematización

1.8. MATRIZ DE PROBLEMATIZACIÓN

Causa	Efecto	Pronóstico	Control de pronóstico	Problema	Sistematización del problema
Inexistencia de una empresa que comercialice alarmas de seguridad.	Retraso del desarrollo socio-económico del Cantón La Maná.	Presencia de una empresa que comercialice alarmas de seguridad.	Desarrollar la creación de una empresa comercializadora de alarmas de seguridad.	¿La ausencia de una empresa dedicada a la comercialización de alarmas de seguridad provoca la inseguridad en las viviendas, establecimientos comerciales generando el retraso del desarrollo en el cantón La Maná?	¿Qué efectos generará la creación de una empresa que comercialice alarmas de seguridad en el movimiento socio-económico del cantón La Maná?
Poco incentivo para la inversión privada en el Cantón.	Escasez de fuentes de trabajo.	Dificultad para conseguir trabajo.	Oportunidades de crear fuentes de trabajo.		¿Cómo influye el servicio de comercialización de alarmas de seguridad en el cantón La Maná?
Falta de un servicio que brinde alarmas de seguridad.	Incomodidad en la seguridad de los ciudadanos.	Carencia de conocimientos sobre alarmas de seguridad que alerten de posibles invasores.	Incentivo a la inversión privada.		¿Qué expectativas futuras se espera con la comercialización de alarmas de seguridad en el Cantón?

Anexo 13 Matriz de Marco Teórico

1.9. MATRIZ DE MARCO TEÓRICO

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	MARCO TEÓRICO
Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de alarmas de seguridad en el cantón La Maná.		Estudio de factibilidad. Creación de empresa. Comercialización. Alarmas de seguridad.	2.1.1 Estudio de Factibilidad 2.1.2 Inversión 2.1.3 Creación de Empresas 2.1.4 Comercialización 2.1.5 Alarma de Seguridad 2.1.6 Video Cámara 2.1.7 Cámara de Seguridad para Interiores 2.1.8 Botones de Pánico 2.1.9 Sensores de Movimiento 2.1.10 Locales Comerciales
	Desarrollar un estudio de mercado que determine cuáles son las necesidades y expectativas hacia el producto.	Estudio de mercado. Necesidades.	2.1.11 Estudio de Mercado Importancia. 2.1.11.1 Definición del producto 2.1.11.2 Análisis de la oferta 2.1.11.3 Análisis de la demanda 2.1.11.4 Demanda insatisfecha 2.1.11.5 Análisis de precio 2.1.11.6 Canales de comercialización
		Estudio económico. Seguridad.	2.1.12 Estudio técnico

	Determinar la factibilidad técnica y tecnológica para la instalación y operatividad del proyecto.	Personas. Bienes materiales.	2.1.12.1 Localización Macro localización Micro localización 2.1.12.2 Tamaño Físico Monetario 2.1.12.3 Ingeniería del proyecto Arriendo de local Maquinaria Equipo Muebles Herramientas 2.1.12.4 Administración del proyecto 2.1.12.5 Análisis de género 2.1.12.6 Análisis ambiental 2.1.13 Estudio económico 2.1.13.1 Inversión 2.1.13.2 Financiamiento 2.1.13.3 Plan de producción 2.1.13.4 Plan de publicidad 2.1.13.5 Costos 2.1.13.6 Plan de ingresos 2.1.13.7 Estado de resultados 2.1.13.8 Punto de equilibrio 2.1.14 Evaluación financiera 2.1.14.1 Flujo de fondos netos 2.1.14.2 Rentabilidad Valor actual neto Tasa interna de retorno
--	---	---------------------------------	--

	Diseñar un estudio de económico-financiero para la interpretación de la rentabilidad de inversión, riesgos y beneficios financieros del proyecto.		Relación beneficio costo Tiempo de recuperación del capital 2.2 Fundamentación conceptual 2.2.1 Alarmas 2.2.2 Estudio de Mercado 2.2.3 Estudio técnico 2.2.4 Estudio económico 2.2.5 Evaluación financiera
--	---	--	--

Anexo 14 Proforma de Muebles de Oficina



CESAR ALCIDES CUCHIPE AYALA

RUC: 0591721992001

DIR: SAN PABLO Y AMAZONAS

TELEFOS: 032687150/032688274/FAX:032695301

LA MANA - COTOPAXI - ECUADOR

Distribuidor de Artefactos, Motos, Dicieletas, Muebles, colchones, reloj, calzado, ropa, etc.



PROFORMA

SEÑOR: EMPRESA LAMANSAFE

C.I. : 180394120-0

FECHA: OCTUBRE 01 DEL 2013

TELEFONO:

989294881

DIRECCION: LA MANA, AV. GONZALO ALBARRACIN Y EUGENIO ESPEJO

CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P. TOTAL
3	COMPUTADORA COMPLETAS	1160,71	3482,10
	MARCA: HP		0
	MONITOR: 14"		0
	PROCESADOR INTEL CORE IS		0
	MEMORIA: 6 GB		0
	DISCO DURO: 750GB		0
	SISTEMA OPERATIVO: WIM8, 64 BTS		0
	CAMARA INTEGRADA		0
	ESCRITORIO, SILLA		0
3	ESCRITORIO	248,21	744,63
	MADERA/METALICO		
	COLOR: NEGRO/CAFÉ		
2	JUEGOS DE 4 SILLA	168,38	336,76
	MODELO: TANDEM ATHLANTA ECO		
	COD.: 1041		
6	SILLA DE OFICINA	137,42	824,52
	COLOR: NEGRO/ROJO		
	COD.261		
2	ARCHIVADORES METALICOS	308,15	616,3
	4 GAVETAS		
	COLOR: NEGROS COD: 06235		
1	TELEFONO FAX PANASONIC COD.: 06280	378,21	378,21
1	TELEFONO INALAMBRICO	59,82	59,82
	MARCA: PANASONIC, MODELO: KX-TG4062		
	COLOR: NEGRO,COD.:04500		
			0
		SUBTOTAL	6442,34
		IVA 12%	773,08
		TOTAL	7215,42


FIRMA AUTORIZADA



Anexo 15 Proforma Publicitaria

Radio Stereo **LA MANÁ**
Tu estación Fantástica

94.3 FM

No solo vendemos cuñas, vendemos soluciones de comunicación

COSTO

PAQUETE ESTELAR

DURACIÓN: POR UN MES

- ✓ 6 Cuñas Diarias de Lunes a Domingos + 2 de Bonificación
- Valor Mensual: \$ 150,00 + IVA

PAQUETE ESPECIAL

DURACIÓN: POR TRES MESES EN ADELANTE

- ✓ 8 Cuñas Diarias de Lunes a Domingos + 2 de Bonificación
- Valor Mensual: \$ 120,00 + IVA

Atentamente

RADIO LA MANA 94,3 FM
"FANTÁSTICA"
LIC ANITA VASCONEZ
GERENTE PROPIETARIA
Lic. Ana Lucía Vasconez Mora
GERENTE-PROPIETARIA

Dir.: Av. Manabí N° 174 y 19 de Mayo
Fonos: 032 688 888 - 032 688 967 / Cel.: 0997774492 / Fax: 032 688 917
Email: anitaluciavasconez@hotmail.com
LA MANÁ - ECUADOR

www.radiofantasticafm.com