



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 Ingeniero en
Gestión Empresarial

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
REVISTA INFORMATIVA EN EL GAD DEL CANTÓN EL
EMPALME, AÑO 2014

AUTOR

ROMERO CEVALLOS JONATHAN GERMAN

DIRECTORA

ING. ELIZABETH NÚÑEZ BARTOLOMÉ, M.SC.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **ROMERO CEVALLOS JONATHAN GERMAN**, 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 de este trabajo, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

JONATHAN ROMERO CEVALLOS
CI. 131116707-4

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

La suscrita, **ING. ELIZABETH NÚÑEZ BARTOLOMÉ**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado **ROMERO CEVALLOS JONATHAN GERMÁN**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA EN EL GAD DEL CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2014**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ING. ELIZABETH NÚÑEZ BARTOLOMÉ M.Sc
DIRECTORA



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

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA
INFORMATIVA EN EL GAD DEL CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2014”**

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de
Ingeniero en Gestión Empresarial

Aprobado:

Lcdo. Manuel Montalvo Ramos, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Julia Fajardo Arriaga, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Oscar Moncayo Carreño, M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO –ECUADOR
2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado en este largo transcurso de mi vida estudiantil y hoy permitir culminar con éxito este gran logro.

A mis padres Luis Romero Villarroel y Ana Cevallos Intriago por ser mis guías y ejemplos a seguir, gracias por su valioso apoyo y por esta en todo momento pendiente de mí.

Gracias mil gracias Queridos Padres.

A mis hermanos Ana y Luis, a mis amigos que siempre estuvieron conmigo apoyándome y dándome ánimo para seguir, el camino no fue fácil, pero con la ayuda de Dios y el apoyo de ustedes no hubiese cumplido este objetivo.

A mi docentes que con su dedicación dejaron e impartieron sus conocimientos para así poderme desarrollar como un profesional de éxito.

A la Ing. Elizabeth Núñez, directora de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado todo el esfuerzo y perseverancia para poder culminar con éxito mi vida Universitaria. Este gran logro se lo debo a Él.

Con todo mi amor a 2 personas importantes en vida, mis padres. Éste logro es de ustedes, porque siempre estuvieron ahí para apoyarme y darme su hombro cuando sentía que no podía avanzar.

A mis hermanos Luis Antonio y Cristina Romero Cevallos quienes nunca me dejaron solo y estuvieron ahí en todo momento para motivarme y sacarme una sonrisa con sus ocurrencias.

Gracias a esas personas protagonistas en mi vida, personas que llegaron en el mejor momento para llenarme de felicidad, a mis familiares paternos y maternos que siempre estuvieron pendiente de cada logro ya que son un gran apoyo para mi vida.

Con todo cariño les dedico esta tesis a ustedes.

Jonathan Romero Cevallos

ÍNDICE

CONTENIDO	Pág.
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	iii
TRIBUNAL DE TESIS.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES	xv
 CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Diagnóstico del problema.....	3
1.2.2. Pronóstico.	4
1.2.3. Formulación del Problema	4
1.2.3.1. Sistematización del Problema	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
1.5. Hipótesis	6
1.5.1. Hipótesis general	6
1.5.2. Hipótesis específicas.....	6
1.5.3. Variables	6
 CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	7
2.1. Fundamentación teórica.....	8

2.1.1.	Factibilidad o proyecto definitivo	8
2.1.2.	Inversión.....	8
2.1.4.	Estudio de mercado	10
2.1.4.1.	Análisis externo del mercado	11
2.1.4.2.	Análisis interno.....	12
2.1.5.	Estudio técnico.....	12
2.1.6.	Localización del proyecto.....	13
2.1.7.	Determinación del tamaño óptimo.....	15
2.1.8.	Ingeniería del proyecto (selección de tecnología)	17
2.1.9.	Estudio financiero.....	17
2.1.10.	Evaluación económica	18
2.1.11.	Valor actual neto (VAN).....	18
2.1.12.	Tasa anual equivalente (TAE o TIR)	19
2.2.	Fundamentación conceptual	20
2.2.1.	Investigación de mercados.....	20
2.2.2.	Estudio técnico.....	21
2.2.3.	Estudio económico.....	22
2.2.4.	Evaluación económica	22
2.3.	Fundamentación Legal.....	24
2.3.1.	Ley Orgánica de Comunicación	24
CAPÍTULO III	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.1.	Materiales y métodos	33
3.1.1.	Materiales.....	33
3.1.2.	Métodos de investigación.....	33
3.2.	Tipos de investigación.....	34
3.3.	Diseño de investigación	34
3.4.	Técnica de investigación	35
3.5.	Población y muestra.....	35
CAPÍTULO IV	RESULTADO	36
4.1.	Resultados	37
4.1.2.	Estudio técnico.....	49

4.1.3. Estudio económico.....	54
4.1.4. Estudio financiero.....	60
 CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
5.1. Conclusiones.....	71
5.2. Recomendaciones.....	72
 CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA	73
6.1. Literatura Citada.....	74
 CAPÍTULO VII ANEXOS	76

ÍNDICE DE CUADROS

CUADROS	Págs.
1 Revista informativa	37
2 Elaboración de revista informativa	38
3 Creación de una revista informativa en el gad del cantón el Empalme	39
4 Secciones de la revista	40
5 Demanda de la revista	41
6 Precio	42
7 Canales de distribución	43
8 Nombre de la revista	44
9 Demanda potencial	46
10 Demanda futura	46
11 Demanda insatisfecha	47
12 Población objetivo	48
13 Requerimiento de la mano de obra	54
14 Equipos de computación	54
15 Equipo de oficina	55
16 Muebles de oficina	55
17 Suministros y servicios básicos	55
18 Presupuesto del costo de producción	56
19 Gastos administrativos	57
20 Servicios públicos	57
21 Otros gastos	58
22 Gastos del establecimiento	58
23 Mantenimiento y reparación	59
24 Total gastos administrativos	59
25 Inversión fija o activos no corriente	60
26 Inversión diferida	60
27 Capital de trabajo	61
28 Inversión inicial	62
29 Rol de pagos	63
30 Presupuesto de ingresos	64

31	Depreciación de activos fijos.....	64
32	Mantenimiento de activos fijos.....	64
33	Costos fijos y variables.....	65
34	Estado de resultado.....	66
35	Flujo neto de efectivo.....	67
36	Indicadores de rentabilidad.....	68
37	Recuperación de la inversión.....	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Gráficos	Págs.
1	Revista informativa.....	37
2	Elaboración de revista informativa.....	38
3	Creación de una revista informativa en el gad del cantón El Empalme	39
4	Secciones de la revista.....	40
5	Demanda de la revista.....	41
6	Precio	42
7	Canales de distribución.....	43
8	Nombre de la revista.....	44
9	Distribución de la oficina y equipos.....	53

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación denominada “Estudio de factibilidad para la creación de una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme, año 2014”, ha sido desarrollada metodológicamente, diagnosticando la situación actual de los habitantes de viven desinformado de la actividades de hace el señor acalde en mejora del Cantón. Tiene como objetivo determinar la factibilidad técnica-económico-financiera para la puesta en marcha de una revista informativa sobre las actividades desarrolladas en beneficio de los ciudadanos del Cantón con el fin de contribuir al desarrollo del Buen Vivir. Con esta revista se pretende contribuir a la mejora del espacio informativo del Gobierno Autónomo Descentralizado, es decir, que no, tan solo, sean las personas adultas las que se informen, sino, también los niños, para que de esta forma no se pierdan las costumbres de nuestros ancestros que forjaron el desarrollo del Cantón. Para el GAD es de mucha importancia esta revista, visto, que en ella se mantendrá informada a la comunidad de todos los aspectos inherentes al cabildo. Para la ejecución de este proyecto se contará con el respaldo del alcalde, el cual tiene un inversión total de \$ 21.252,70; un VAN \$ 28.892,08 de y un TIR de 63%.

ABSTRACT

This research entitled "Feasibility study for the creation of an information magazine on the GAD Canton El Empalme, 2014", has been developed methodologically, diagnosing the current situation of the citizens living uninformed of the activities of Mr. ago mayor in improving the canton. Aims to determine the financial, economic and technical feasibility for the implementation of an information magazine on the activities developed for the benefit of the citizens of Canton in order to contribute to development of Good Living. This magazine is intended to contribute to improving the information space of the Autonomous Government Decentralization, ie, no, just, be adults that are reported, but also the children, so that in this way do not miss the customs of our ancestors that shaped the development of the canton. For GAD is very important this magazine, seen, that it will keep the community informed of all aspects inherent to the council. For the implementation of this project will have the support of the mayor, which has a total investment of \$ 21,252.70; a NPV of \$ 28,892.08 and an IRR of 63%.

(DUBLIN CORE) esquema de codificaciones

1	Título / Tittle	M	Estudio de factibilidad para la creación de una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme, año 2014
2	Creador / Creator	M	Jonathan German Romero Cevallos; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia / Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Gestión Empresarial “Estudio de factibilidad para la creación de una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme, año 2014”
4	Descripción / Description	M	El estudio de mercado se lo realizó en el Cantón El Empalme, “Estudio de factibilidad para la creación de una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme, año 2014”, permitió determinar viabilidad financiera de la creación de la revista
5	Editor / Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales. Carrera, Ingeniería en Gestión Empresarial, Jonathan German Romero Cevallos
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7	Fecha / Date	M	Abril 2015
8	Tipo / Type	M	Estudio de Factibilidad
9	Formato / Format	R	Doc. Word 2010
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente / Source	O	Estudio de Factibilidad, estudio de mercado, viabilidad financiera
12	Idioma / Language	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	Localización: Ámbito Empresarial
15	Derechos / Rights	O	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Tesis (thesis)

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Las tienen sus raíces en los panfletos, almanaques y otros documentos impresos que lentamente, comenzaron a aparecer en intervalos regulares. Las primeras revistas reunían una gran variedad de materiales para enfocar intereses particulares (Jessimm, 2012).

La primera revista publicada fue una alemana: *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668. Pronto surgieron otras publicaciones periódicas en Francia, Inglaterra e Italia; para la década de 1670 vieron la luz de algunas más, ligeras y divertidas. La preliminar de todas ellas fue *Le Mercure Galant*, en 1672, que más tarde se llamó *Mercure de France* (Jessimm, 2012).

La revista informativa es la conexión de comunicación más completa y directa, informa de manera más detenida y con un más amplio cubrimiento del tema o sucesos es decir se hace un análisis más profundo profesional y especializadamente involucrando conjuntamente y de una sola vez a sus públicos internos y externos sobre temas concretos que cualquier medio de comunicación trata de manera general (Jessimm, 2012).

En El Ecuador los medios de comunicación tienen vital importancia en la vida diaria. Además de mantener informado a un comprimido humano respecto de lo que está sucediendo a su alrededor, forman un instrumento eficaz para la entrega de mensajes, por lo tanto, de ideologías, en virtud de que ofrecen un conjunto de enseñanzas sobre la realidad social respecto a lo económico, la ciencia, la política, la cultural, la moral y lo religioso., etc.

En el Cantón El Empalme no existe una revista en la que permita informar a los habitantes sobre las actividades que realizan las autoridades municipales, por ello, nace la idea de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una revista informativa en el GAD.

1.2. Problematicación

1.2.1. Diagnóstico del problema

La falta de comunicar labores hace que las personas carezcan de información turbando hechos relevantes, de los cuales la municipalidad se ha visto envuelta, por carecer de un espacio dónde se dé la oportunidad de dar informes detallados de las actividades realizadas en mejora de la comunidad.

Además es de vital importancia porque, se mantendría informada a una comunidad ansiosa de saber paso a paso de las actividades del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), además es la oportunidad que tendría el señor alcalde para comunicarse con ese grupo de ciudadanos que lo llevo al poder.

Es por ello que nace la idea de crear una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme, donde se informe a la comunidad de aspectos políticos, económicos, sociales, deporte, entretenimiento, etc.

Causas

- Falta de información
- Poco conocimiento
- Habitante quieren saber que sucede en el Cantón
- Desorganización en la información
- Mala distribución de información en el GAD

Efectos

- Información mal dada
- Desconocimiento de autoridades
- Habitantes desinformados
- Información no correcta
- Información imprecisa en el GAD

1.2.2. Pronóstico.

Crear una revista informativa municipal en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del Cantón El Empalme.

1.2.2.1. Control del pronóstico

El estudio de factibilidad para la creación de una revista informativa municipal contribuirá a mejorar las dudas que tiene la población sobre las obras y actividades realizadas por el alcalde municipal.

1.2.3. Formulación del Problema

La carencia de comunicación a los habitantes del Cantón El Empalme hace que vivan ajenos a las actividades realizada por los directivos del GAD.

1.2.3.1. Sistematización del Problema

1. ¿Cuál sería el grado de aceptación que tendrá la revista informativa en los habitantes del Cantón El Empalme?
2. ¿Cuáles serían los requerimientos técnicos que permitan conocer la posterior viabilidad económica-financiera?
3. ¿Cómo se determinaría la rentabilidad y viabilidad de la revista informativa en el GAD Municipal del Cantón El Empalme?

1.3. Justificación

Este trabajo se justifica porque tiene el objeto de informar a los habitantes del Cantón sobre las actividades realizadas por los directivos del GAD, ya sean proyecto, fiestas, actividades internas, contrataciones.

Además se pretende contribuir a la mejora del espacio informativo del Gobierno Autónomo Descentralizado, es decir, que no, tan solo, sea las personas adultas las que se informen, sino, también los niños, para que de esta forma no se pierdan las costumbres de nuestros ancestros que forjaron el desarrollo del Cantón.

Para el GAD es de mucha importancia esta revista, visto, que en ella se mantendrá informada la comunidad de todos los aspectos inherentes al cabildo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad técnico-económico-financiero para la creación de una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme, año 2014.

1.4.2. Objetivos específicos

- Establecer el grado de aceptación de la revista mediante un estudio de mercado
- Investigar los requerimientos técnicos que faciliten la puesta en marcha de la revista en el GAD Municipal del Cantón El Empalme.

- Determinar la viabilidad económica-financiera de la creación de la revista informativa en el GAD Municipal del Cantón El Empalme.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La factibilidad de la creación de una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme se determina con el estudio técnico-económico y financiero.

1.5.2. Hipótesis específicas

- El grado de aceptación de la revista se lo determina mediante el estudio de mercado.
- Con la investigación sobre los requerimientos técnicos facilita la puesta en marcha de la revista.
- La evaluación del proyecto determina la viabilidad de la creación de la revista informativa en el GAD del Cantón el Empalme.

1.5.3. Variables

Variable Independiente

Estudio técnico-económico-financiero

Variable dependiente

La factibilidad para la creación de una revista informativa en el GAD del Cantón El Empalme.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Factibilidad o proyecto definitivo

“Los capítulos (estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero) del estudio de factibilidad son similares a los del de pre factibilidad, salvo que en este primer nivel las investigaciones realizadas son de mayor profundidad, en las cuales ya se defienden estrategias para la materialización del proyecto” (Meza, 2013).

2.1.2. Inversión

“Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes y servicios cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio” (Meza, 2013).

Según Meza (2013) menciona que el periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En esta etapa se materializa lo definido en el estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al proyecto en condiciones de entrar en operación. Tales inversiones son: contras de terrenos, construcción de obra física, compra de maquinarias y equipos, compra de equipo de oficina, adquisición de materia primas, adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimiento para la producción del bien o servicio, programas de capacitación de personal para la operación de maquinarias y equipos, etc.

2.1.3. Operación

“Esta etapa corresponde a un período permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio. Al entrar el proyecto en operación se inicia su ciclo

de vida útil (tiempo estimado para la generación de beneficios) que termina en el momento de su liquidación. Durante todo el período de operación se realizan actividades de compra y transformación de materia prima, distribución, promoción y venta del producto, como de todo el proceso productivo, y todas aquellas actividades necesarias para alcanzar los objetivos del proyecto” (Meza, 2013).

“La operación de un proyecto es la concreción de un plan en hechos reales, mediante la movilización de recursos humanos, financieros y logísticos que se expresan en salidas de dinero como los costos de producción, administrativos, de ventas y financieros, y es ingresos por la venta del bien o servicio” (Meza, 2013).

Meza (2013) dice que una vez tomada la decisión de invertir en el proyecto se inicia un proceso que lo podemos resumir de la siguiente forma: los recursos monetarios invertidos se convierten en activos (se compra terrenos, equipos, edificaciones, vehículos, se contratan estudios, se hacen provisiones de capital de trabajo, etc.); estos activos, a través del proceso de producción y combinados con ciertos insumos (mano de obra, materiales, etc.), producen cierto bienes o servicios que al ser vendido genera un flujo de ingresos. Al comparar este flujo de ingresos con la inversión en activos y la compra de insumos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto.

“El resultado de todas estas entradas y salidas de dinero durante un tiempo considerando para medir la bondad financiera del proyecto (horizonte de evaluación del proyecto) conforma el Flujo de Caja, que es el elemento básico para la evaluación financiera del proyecto. Los flujos de caja se constituyen en el puente estratégico entre la formulación y la evaluación del proyecto” (Meza, 2013).

2.1.4. Estudio de Mercado

Estudio de mercado es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que éste muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. Más que centrar la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad el producto que éste demandará, en el estudio de mercado se tendrán que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, se analizará las condiciones del mercado externo (Meza, 2013).

La importancia del estudio de mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión. Sin lugar a dudas, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizará sus actividades económicas. El estudio de mercado se asimila a los cimientos en las construcciones. Si estos cumplen con las normas de construcción, la probabilidad de daños en la estructura disminuye notablemente. Si la investigación del mercado se realiza profesionalmente y se profundiza en aquellos elementos que pueden afectar el funcionamiento de la futura empresa, el estudio será consistente y se podrá obtener información que permitirá disminuir la incertidumbre, por lo que la toma de decisiones de invertir o no se hace sobre bases firmes (Meza, 2013).

Meza (2013) indica que los siguientes son los aspectos fundamentales mínimos que se deben considerar en un estudio de mercado:

- Caracterización del bien o servicio. Consiste en hacer una descripción detallada del bien o servicio que se va a vender.

- Determinación del segmento de mercado o área de cobertura que tendrá el bien o servicio.
- Realización de diagnósticos relativos a la oferta y demanda del bien o servicio.
- Proyección o pronóstico de la oferta y demanda del bien o servicio.
- Cuantificación de la demanda insatisfecha, si es que existe
- Determinación de los canales de comercialización que se emplearán para hacer llegar el bien o servicio al consumidor final.
- Definición de las políticas de ventas que regirán la comercialización del bien o servicio, en cuanto a precio del bien o servicio y condiciones de ventas (Meza, 2013).

2.1.4.1. Análisis externo del mercado

Macro-entorno: descripción de factores (demográficos, económicos, jurídicos, socio-culturales o tecnológicos) que escapan a nuestro control pero que afectarán a la marcha del negocio (Naveros & Cabrerizo, 2009).

Micro-entorno: identificación de clientes, competidores y proveedores.

- *Identificación de clientes:* tendremos que determinar el perfil de las personas que van a interesarse por nuestro producto o servicio, diferenciando entre el que toma la decisión de compra de los que los consumen, identificándolos por edad, sexo, recursos económicos, hábitos, etc. También conviene identificarlos por grupos homogéneos de los que se analiza un comportamiento, los elementos en que basan las decisiones de compra y los cambios de sus hábitos. Un cliente fidelizado es una garantía de éxito y es

más “barato” mantenerlo que captar a otro nuevo (Naveros & Cabrerizo, 2009).

- *Identificación de proveedores y cuántos va a necesitar la empresa*, la gama de productos que tienen en el mercado, plazos de entrega, condiciones de pago o canales de distribución (Naveros & Cabrerizo, 2009).
- *Identificación de la competencia*: Determinar cuáles son y cuál es su participación en el mercado, cómo se denominan, quiénes las constituyen, dónde están ubicadas, sus puntos fuertes y débiles y sus tendencias (Naveros & Cabrerizo, 2009).

2.1.4.2. Análisis interno

“Descripción de cuáles son las características personales, tanto positivas como negativas, así como las características técnicas, experiencia relacionada con la actividad de la empresa, también determinar el grado para dirigir y gestionar una empresa y la capacidad para obtener recursos necesarios” (Naveros & Cabrerizo, 2009).

“Por último destacar cuáles son las características del producto o servicio que ofrecen una ventaja o desventaja en relación a la competencia-el valor añadido” (Naveros & Cabrerizo, 2009).

2.1.5. Estudio Técnico

Estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc. El estudio técnico deber ir

coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio (Meza, 2013).

“El estudio técnico comprende los siguientes aspectos fundamentales: localización del proyecto, tamaño del proyecto y selección de la tecnología” (Meza, 2013).

2.1.6. Localización del proyecto

Meza (2013) dice que el objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construida las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar de domicilio. Lo ideal en los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obra civil de la futura empresa, éste no esté condicionado, es decir, que se puedan tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios público, mercado de materias primas, mercados de consumo del producto o servicio disponibilidad de mano de obra u la configuración topográfica del sitio

“En forma genética, la localización de un proyecto se orienta en dos sentidos: hacia el mercado consumidor o hacia el mercado de insumos o materias primas, dependiendo de que se agregue o no volumen al producto” (Meza, 2013).

“En el estudio de localización del proyecto se deben analizar las siguientes variables” (Meza, 2013).

- Transporte de insumo y de producto. Consiste en identificar aquellas localizaciones que hagan mínima la suma de los costos totales de trasladar los insumos hasta el centro de producción y los productos desde la planta hasta los centros de distribución (Meza, 2013).

- Costos laborales. Es importante este factor en la localización de proyectos, a tal punto de distinguir industrias orientadas hacia la mano de obra. Las empresas que se caracterizan por utilizar un alto porcentaje de mano de obra o por elaborar productos de alto valor unitario, suelen situarse cerca de los centros más poblados donde hay mayor disponibilidad o menor costo de ella (Meza, 2013).
- Insumos, disponibilidad y costos. Una de las limitaciones más importantes de cualquier proyecto es la existencia local de proveedores de materia prima y servicios (Meza, 2013).
- Limitaciones tecnológicas. Debe contarse con los conocimientos técnicos para crear realmente el producto en todos sus detalles, teniendo en cuenta la tecnología del proceso y los medios auxiliares disponibles (Meza, 2013).

En la localización de un proyecto, se suelen seguir dos etapas básicas:

- Macro localización. Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto (Meza, 2013).
- Micro localización. Ahora la investigación comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costo de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización (Meza, 2013).

2.1.7. Determinación del tamaño óptimo

“Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. La definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto” (Meza, 2013).

“La preocupación por la optimización del tamaño del proyecto está en la aparición permanente de situaciones de sobre-dimensionamiento (caso más frecuente) o subdimensionamiento de inversiones públicas y privadas, lo que hace interesante este aspecto porque siempre existen en torno del proyecto una gran cantidad de expectativas y de intereses particulares que pueden forzar la realización de tamaños superiores a los justificables” (Meza, 2013).

Meza (2013) indica que es frecuente encontrar justificaciones de sobre-dimensionamiento de proyecto utilizado el argumento que conviene “adelantarse a la demanda”. En algunos casos este argumento carece de validez y simplemente se utiliza para justificar proyectos de dudosa prioridad; pero hay situaciones en las cuales la idea del sobre-dimensionamiento puede ser razonable, como en el caso de existir apreciables economías de escala que puedan justificar instalar capacidad que resultaría excesiva según los niveles actuales de demanda. El futuro crecimiento de la demanda podría llegar a justificar esa decisión y en tales casos, los mayores costos iniciales se verían compensados con las mayores ventas futuras. Este problema se puede obviar, en la mayoría de los proyectos, ampliando cuando la demanda lo justifique, es decir, realizando una construcción por etapas basando las decisiones de inversión en los actuales niveles de demanda, que son los que se conocen con mayor certeza.

“Desde el punto de vista de un proyecto de inversión privada la determinación de su tamaño está ligada con aspectos tales como las predicciones sobre las

tendencias, la estacionalidad de las venta y la demanda relativa de cada producto, lo que lleva a tener en cuenta el ritmo de producción” (Meza, 2013).

“En referencia a la capacidad de producción del proyecto, es necesario aclarar ciertos términos” (Meza, 2013).

- Capacidad diseñada: es el nivel de producción o de prestación de servicios en condiciones normales de operación.
- Capacidad instalada: es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria y equipo e infraestructura disponible pueden generar.
- Capacidad utilizada o real: es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas.

“Las etapas para determinar el tamaño de un proyecto son las siguientes

- La definición de los indicadores adecuados de capacidad
- La consideración de escenarios alternos de pronósticos de ventas
- El análisis de factores que condicionan el tamaño, tales como:
 - ✓ La demanda insatisfecha del bien o servicio
 - ✓ La disponibilidad, en cantidad y calidad, de materias primas
 - ✓ La disponibilidad de tecnología existentes
 - ✓ La disponibilidad de recursos financieros
 - ✓ La disponibilidad de mano de obra
- La determinación del tamaño óptimo que maximice el rendimiento financiero del capital humano” (Meza, 2013).

2.1.8. Ingeniería del proyecto (selección de tecnología)

“Un mismo producto puede producirse de mucha manera diferente, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado. Durante la etapa de perfil no se suele definir la tecnología óptima, sin embargo, durante la formulación debe considerarse este problema, de manera tal que la definición concreta del proyecto en su etapa de factibilidad se realice teniendo la certeza que la tecnología adoptada en los análisis previos de factibilidad sea la óptima” (Meza, 2013).

“La tecnología a ser seleccionada en un proyecto dado depende en gran medida del volumen de la demanda y, en consecuencia, es posible calcular cuál es técnicamente el proceso óptimo. No obstante, hay una serie de factores que no son directamente cuantificados pero que pueden hacer variar la elección del tipo de tecnología. Entre estos factores tenemos: la disponibilidad de capital, falta de acceso a insumos que alimenten los procesos de tecnología avanzada, análisis comparativo de las características técnicas de tipos extremos de procesos” (Meza, 2013).

2.1.9. Estudio Financiero

Mesa (2013) indica que el estudio financiero corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existe impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto. (Meza, 2013).

2.1.10. Evaluación Económica

“La evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica” (Baca, 2010).

“Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite determinar la implementación del proyecto. Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible que se empleará en la fabricación del producto; por tanto, la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación económica. Ahí radica su importancia. Por eso, los métodos y los conceptos aplicados deben ser claros y convincentes para el inversionista” (Baca, 2010).

2.1.11. Valor actual neto (VAN)

Para Ramos (2012) manifiesta que el Valor Actual Neto procede de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuro, originados por una inversión, la metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los cash-flows futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Donde cada valor representa lo siguiente:

Q_n Representa los cash-flows o flujos de caja
 I es el valor del desembolso inicial de la inversión
 N es el número de períodos considerado

“El tipo de interés es r . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad” (Ramos, 2012).

“Cuando el VAN toma un valor igual a 0, r pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno)” (Ramos, 2012).

2.1.12. Tasa anual equivalente (TAE o TIR)

“La TIR de la tasa interna de rentabilidad de un proyecto de inversión, pero esta TIR no tiene por qué ser necesariamente de un período anual” (Brun & Elvira, 2008, p.52)

La TAE es la TIR actualizada. Cuando una operación financiera no tiene períodos anuales de liquidación de intereses se debe realizar un transformación de la TIR resultante (mensual, trimestral, semestral, etc.) en una TIR anual o TAE (tasa anual equivalente o tasa anual efectiva). La anualización de una TIR se realiza mediante la fórmula siguiente” (Brun & Elvira, 2008, p.52)

$$TAE = (1 + TIR_d)^{365/d} - 1$$

“Donde «d» es el número de días que comprende cada período de liquidación. En caso de aplicar el año comercial, la fórmula que se aplica es la misma pero con el numerador del exponente igual a 360” (Brun & Elvira, 2009).

$$TAE = (1 + TIR_d)^{360/d} - 1$$

“En definitiva, la TIR de una operación con periodos de liquidación anual es igual a la TAE. En el caso de que una operación financiera no tenga periodos de liquidación anuales, se deberá convertir la TIR anual o TAE mediante la fórmula anterior expuesta” (Brun & Elvira, 2008).

2.2. Fundamentación Conceptual

2.2.1. Investigación de Mercados

“La investigación de mercado se puede considerar, igualmente como aquella que mediante la aplicación del método científico reúne, registra y analiza e interpreta la información objetiva sobre los hechos que tienen lugar en el proceso de comercialización de productos o servicios (Mesa, 2012).

“La investigación de mercados proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones” (Merino, 2010)

Análisis de la demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda” (Baca, 2010).

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Ittla.blogs, 2011).

Análisis de la oferta

“El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio” (Baca, 2010).

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen a distintos precios en un momento determinado” (Ittla.blogs, 2011).

2.2.2. Estudio Técnico

“Busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto” (Spag, 2011).

“El estudio técnico tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área” (Ponce, 2012).

Localización del proyecto

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

“El estudio de la localización consiste en identificar las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario” (Soto, 2009).

Determinación del tamaño óptimo

“Hace referencia a la capacidad de producción de bienes o servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de las maquinarias y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. La definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto” (Meza, 2010).

“Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción” (Aula fácil, 2015)

2.2.3. Estudio Económico

“Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetarios que proporcionan las etapas del proyecto y evaluar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (Baca, 2010).

“El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere” (Seldón, 2010).

2.2.4. Evaluación Económica

Baca (2010) describe los métodos actuales de evaluación que toman encuentras el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se compara con métodos contables de evaluación que no toma encuentras el valor del dinero a través del tiempo, y ambos se muestra su aplicación práctica.

“Es el estudio más acabado, denominado “factibilidad”, se elabora sobre de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información” (Cruz, 2010).

Valor Presente Neto (VPN)

“El valor presente neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos, el valor presente neto es la diferencia de los ingresos y los egresos en pesos de la misma fecha” (Meza, 2010).

“No basta con que las empresas generen utilidades, ya que esto no garantiza su permanencia en el mercado. Las utilidades, por si solas, son una medida engañosa sobre su desempeño, porque no tienen en cuenta el monto de la inversión que las genera” (Meza, 2010).

Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Podemos definir, entonces, la TIR, como la tasa de interés que hace el $VPN=0$, o también, la tasa de interés que iguala al valor presente de los flujos descontados con la inversión” (Meza, 2010).

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

Periodo de Recuperación de la Inversión

“El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión incluyendo el costo de capital involucrado” (Spag, 2011).

“La importancia de este indicador es que completa la información, muchas veces oculta por el supuesto de que, si el flujo no alcanza, “se adeuda” tanto el VAN como de la TIR” (Spag, 2011).

2.3. Fundamentación Legal

2.3.1. Ley Orgánica de Comunicación

Función Legislativa, Asamblea Nacional, Ley Orgánica de Comunicación, Año I-N° 22, Quito, martes 25 de junio de 2013.

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos.- Son titulares de los derechos establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

Art. 3.- Contenido comunicacional.-Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición

no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 9.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios;
- y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,

f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

3. Concernientes al ejercicio profesional:

- a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
- b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
- c. Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos;
- d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;
- e. Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia;
- f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla;
- g. No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística;
- h. Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional;
- i. Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales;
- j. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa; y,
- k. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:

- a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
- b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
- c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
- d. Abstenerse de difundir publireportajes como si fuese material informativo;
- e. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
- h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente;
- i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
- j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendiendo por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la

Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.

Art. 11.- Principio de acción afirmativa.- Las autoridades competentes adoptarán medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundadamente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos.

Tales medidas durarán el tiempo que sea necesario para superar dicha desigualdad y su alcance se definirá para cada caso concreto.

Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación.

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia

Art. 16.- Principio de transparencia.- Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

Art. 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 18.- Prohibición de censura previa.- Queda prohibida la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, accionista, socio, anunciante o cualquier otra persona que en ejercicio de sus funciones o en su calidad revise, apruebe o desaprobe los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación, a fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero.

Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa. Quienes censuren previamente o ejecuten actos conducentes a realizarla de manera indirecta, serán sancionados administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 10 salarios básicos unificados, sin perjuicio de que el autor de los actos de censura responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 19.- Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las acciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar.

Art. 29.-Libertad de información.-Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido.

Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos

3.1.1. Materiales

Materiales	Cantidad
Remas de papel formato A4	4
CD-RW	7
Bolígrafos	4
Lápices	4
Anillados	6
Carpetas	4
Empastados	2
USB	1
Calculadora	1
Cartuchos de impresora	2
Equipos	
Computadora portátil	1
Impresora multifuncional	1
Cámara Fotográfica	1
Elaborado por: Autor	

3.1.2. Métodos de Investigación

Método de observación.- Este método permitió formar preguntas de los problemas observado con el fin de encontrar soluciones al problema planteado en la investigación.

Método inductivo.- Se utilizó este método porque se investigó la necesidad de tiene los habitantes del cantón, con el fin de formular la hipótesis de investigación.

Método deductivo.- Permitted encontrar soluciones y comparar la hipótesis establecida en la investigación.

Método analítico.- Ayudó a analizar la problemática tanto interna como externa del cabildo.

Método descriptivo.- Se lo utilizó en el análisis de los datos reunidos en el estudio de mercado realizado a los habitantes del Cantón acerca de la creación de una revista informativa en el GAD.

3.2. Tipos de investigación

Investigación exploratoria.- Se utilizó esta investigación con el propósito de explorar los hechos de la problemática que se presentan el GAD al no contar con una revista que informe a los ciudadanos de los sucesos del cabildo.

Investigación explicativa.- Permitió dar una explicación del problema planteado en la investigación

Investigación correlacional.- Se realizó el estudio de cada variable con el propósito de dar una solución al problema planteado.

3.3. Diseño de investigación

Esta investigación se realizó mediante el diseño de la investigación cualitativa y cuantitativa. La investigación cualitativa se la empleó en el análisis de datos verbales y de la observación directa sobre el problema de estudio, con el propósito de obtener las conclusiones de una forma directa. La investigación cuantitativa se la aplicó en la tabulación y análisis de la encuestas aplicadas a la población inmersa a la investigación.

3.4. Técnica de investigación

Observación.- Ésta técnica permitió observar con atención los hechos con el propósito de tomar datos e información para luego registrarlos y analizarlos.

Encuestas.- Ayudó a obtener los datos de la muestra, permitiendo conocer las opiniones de los ciudadanos acerca de la creación de una revista donde se informe a los ciudadanos de las actividades realizadas por el GAD Municipal para el bien de la comunidad, para posteriormente ser analizadas y sacar conclusiones.

3.5. Población y muestra

Población. Para el desarrollo de esta investigación se tomó la población total del Cantón El Empalme que está conformado por 80.363 habitantes según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2015).

Muestra. Para el extracto de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

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

n	=	Tamaño de la muestra	=	?
U	=	Universo	=	80363
P	=	Probabilidad de éxito	=	50% = 0,50
Q	=	Probabilidad de fracaso	=	50% = 0,50
Z	=	Nivel de confianza	=	95% = Coeficiente
e	=	Margen de error	=	5% = 0,05

$$n = \frac{80363 * 0,50 * 0,50 * 3,8416}{(80363 - 1) * 0,0025 + 0,50 * 0,50 * 3,8416}$$

$$n = 382$$

Es decir la muestra es de 382 habitantes a encuestar.

CAPÍTULO IV

RESULTADO

4.1. Resultados

Tabulación de las Encuestas Realizadas a los Habitantes del Cantón Empalme.

Pregunta 1

¿Usted ha escuchado hablar si el GAD del Cantón El Empalme tiene una revista en la cual que se informe a la ciudadanía?

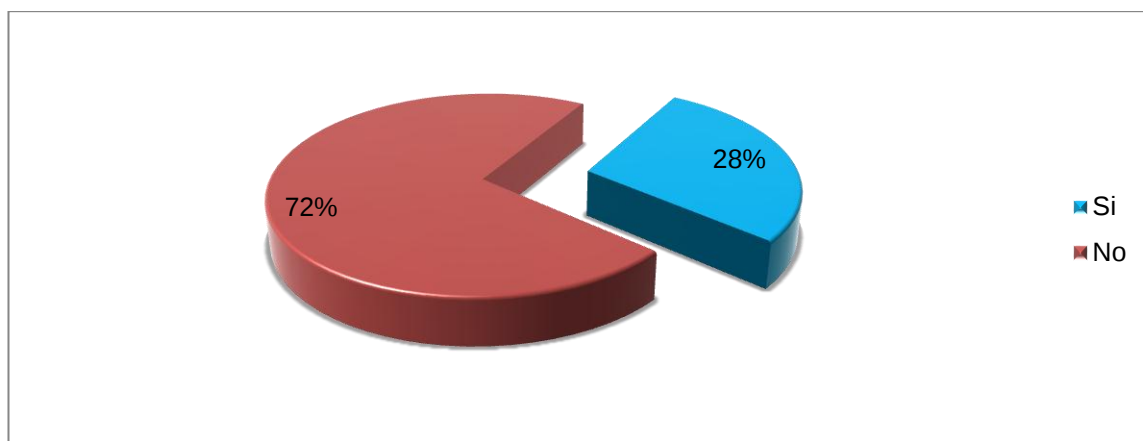
Cuadro 1 REVISTA INFORMATIVA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	107	28%
No	275	72%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Gráfico 1 Revista Informativa



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Autor

Análisis

Según el gráfico 1 el 72% de los encuestados indicó que el GAD del Cantón El Empalme no cuenta con una revista que informe sobre las labores realizadas por el alcalde en mejora del Cantón, mientras que el 28% menciona lo contrario.

Pregunta 2

¿Le gustaría que El GAD del Cantón El Empalme elabore una revista informativa dónde se informe de las obras realizadas?

Cuadro 2 ELABORACIÓN DE REVISTA INFORMATIVA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	307	80%
No	75	20%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Autor

Gráfico 2 Elaboración de Revista Informativa



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Autor

Análisis

De acuerdo al gráfico 2 el 80% de los encuestados manifestó que si les gustaría que GAD del Cantón El Empalme cuente con una revista donde mantenga informada a la comunidad y un 20% mencionó que no

Pregunta 3

¿Qué opinión le merece la creación de una revista informativa publicada por el GAD del Cantón El Empalme?

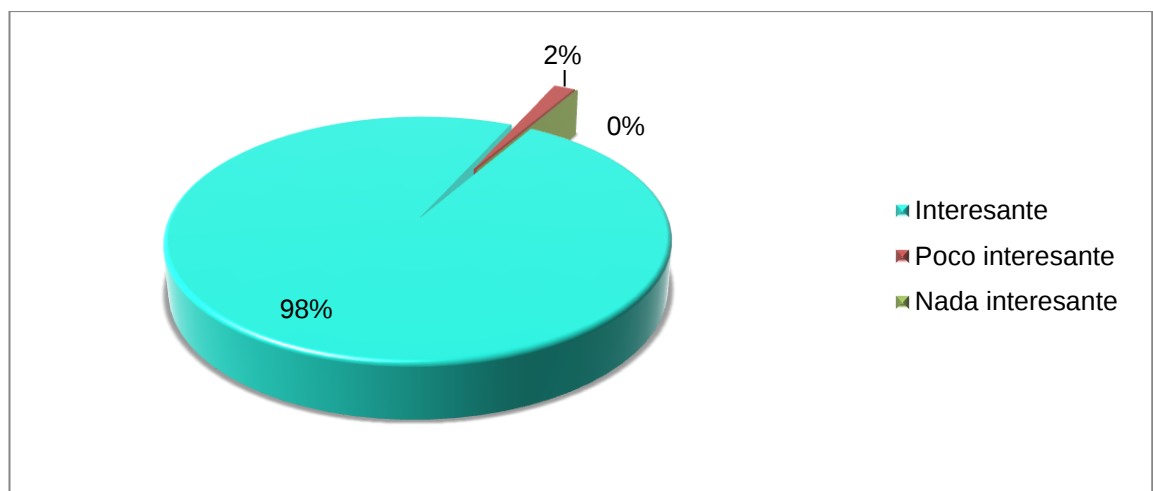
Cuadro 3 CREACIÓN DE UNA REVISTA INFORMATIVA EN EL GAD DEL CANTÓN EL EMPALME

Preguntas	Frecuencia	Porcentaje
Interesante	302	98%
Poco interesante	5	2%
Nada interesante	0	0%
Total	307	100%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Gráfico 3 Creación de una Revista Informativa en el GAD del Cantón El Empalme



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Autor

Análisis

Según el gráfico 3, el 98% de los encuestados mencionaron que sería interesante la creación de una revista informativa y apenas un el 2% indicó que es poco interesante.

Pregunta 4

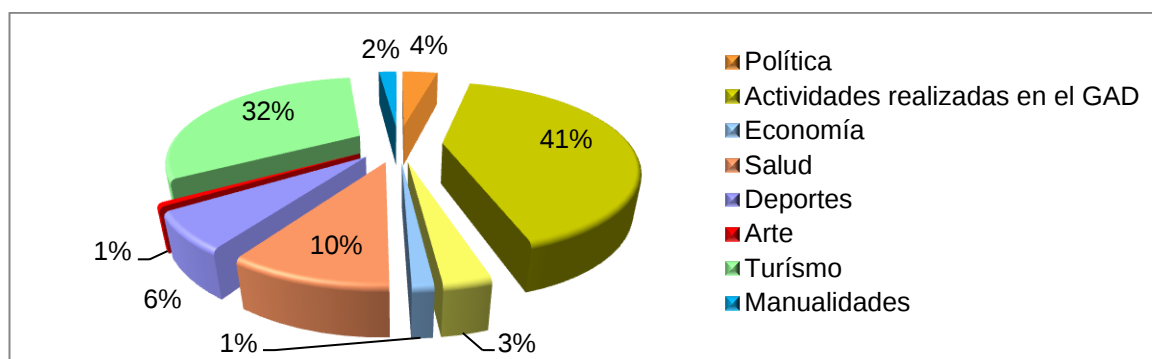
¿Qué secciones le gustaría que tenga la revista informativa publicada por el GAD?

Cuadro 4 SECCIONES DE LA REVISTA

Preguntas	Frecuencia	Porcentaje
Política	12	4%
Actividades realizadas en el GAD	127	41%
Educación	9	3%
Economía	4	1%
Salud	30	10%
Deportes	20	7%
Arte	2	1%
Turismo	97	32%
Manualidades	6	2%
Total	307	98%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Autor

Gráfico 4 Secciones de la Revista



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme
Elaborado por: Autor

Análisis

Según el gráfico 4 el 41% de los encuestados manifestó que en la revista exista secciones donde se informe las actividades realizadas por el GAD, el 32% sobre el turismo en el Cantón, 10% Salud, 6% Deportes, 4% política, el 3% educación el 2% manualidades y el 1% arte y economía.

Pregunta 5

¿Compraría usted la revista publicada por el GAD?

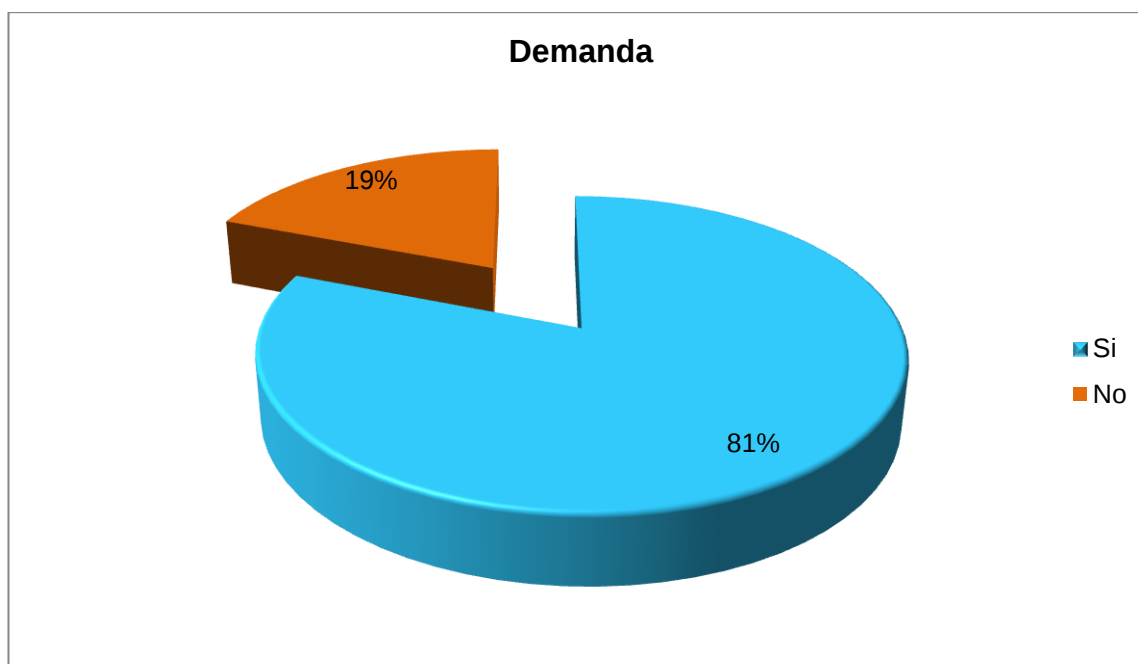
Cuadro 5 DEMANDA DE LA REVISTA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	249	81%
No	58	19%
Total	307	100%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Gráfico 5 Demanda de la Revista



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Análisis

Según el gráfico No. 5 el 81% de los encuestados indicó si compraría la revista publicada por el GAD del Cantón El Empalme y el 19% manifestó que no la comprarían.

Pregunta 6

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la adquisición de la revista?

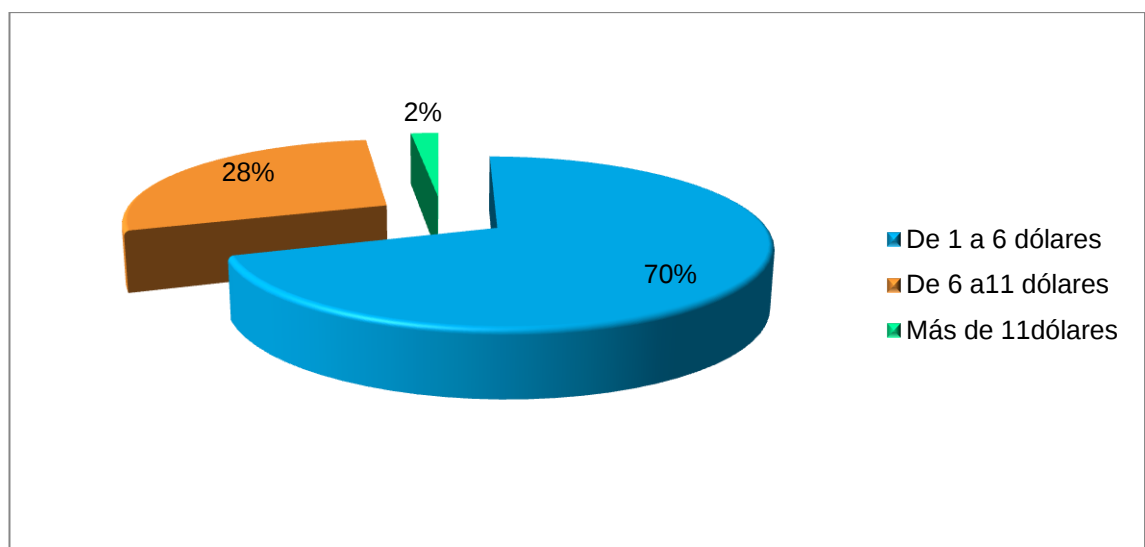
Cuadro 6 **PRECIO**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 6 dólares	174	70%
De 7 a10 dólares	70	28%
Más de 10 dólares	5	2%
Total	249	100%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Gráfico 6 Precio



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Análisis

De acuerdo al gráfico No. 6 el 70% manifiesta que están dispuesto a pagar por la revista de 1 a 5 dólares, el 28% de 6 a 10 dólares y el 2% más de 10 dólares.

Pregunta 7

¿Dónde le gustaría que se distribuya la revista?

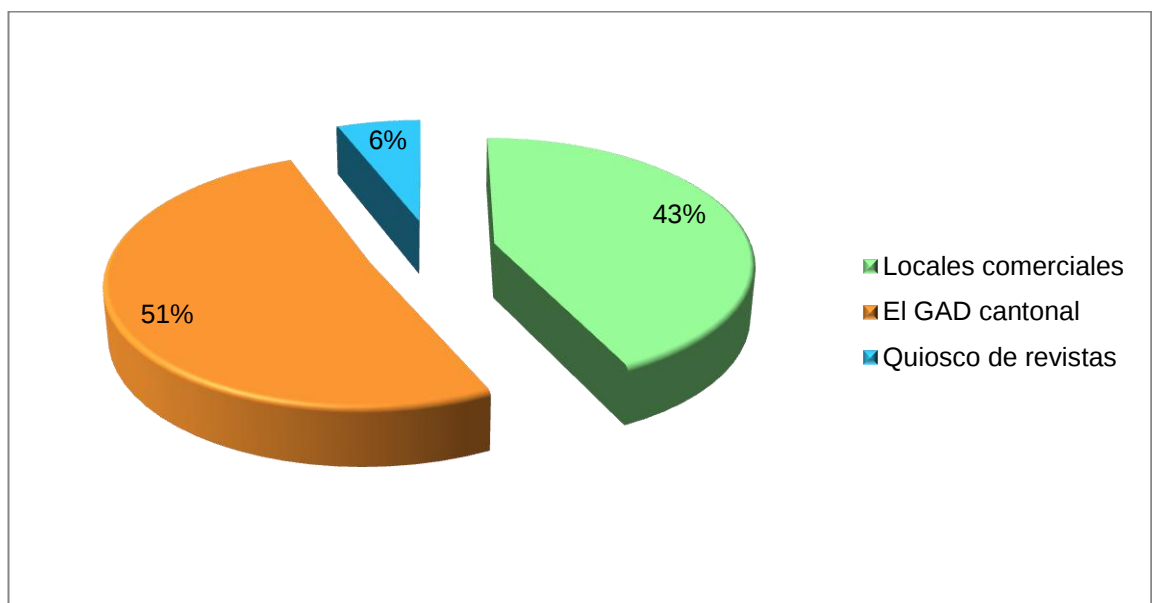
Cuadro 7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Locales comerciales	107	43%
El GAD cantonal	127	51%
Quiosco de revistas	15	6%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Gráfico 7 Canales de Distribución



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Análisis

Según el gráfico No. 7 el 51% de los encuestados manifestaron que la revista se venda en las instalaciones del GAD del Cantón El Empalme, 43% en locales comerciales y el 6% en quioscos re revistas.

Pregunta 8

¿Qué nombre le gustaría que tenga la revista?

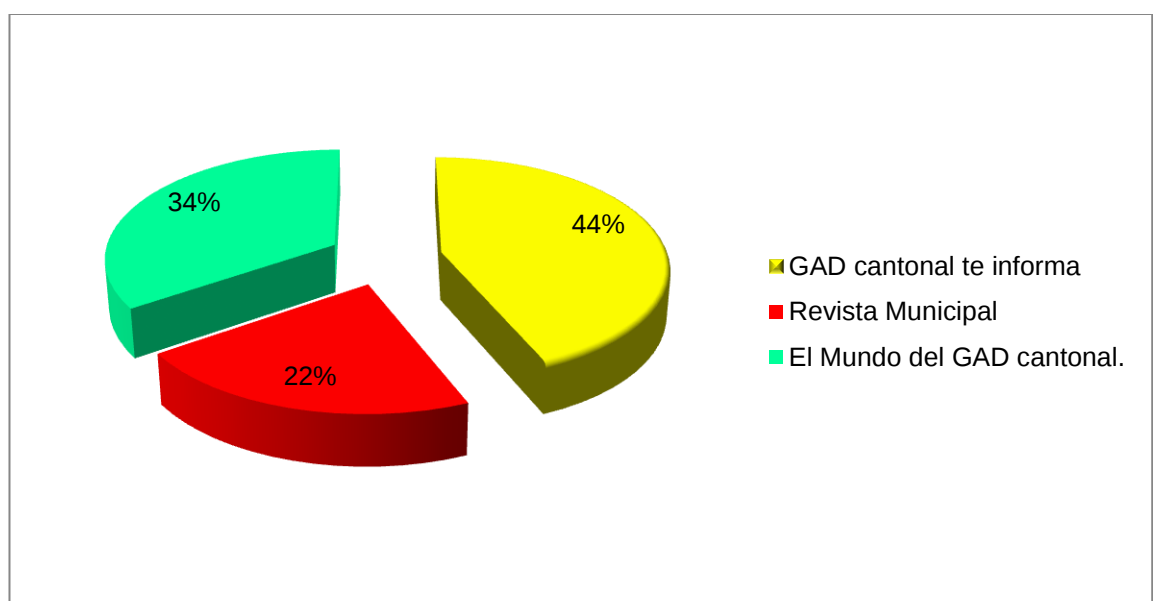
Cuadro 8 NOMBRE DE LA REVISTA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
GAD Cantonal te Informa	110	44%
Revista Municipal	55	22%
El Mundo del GAD cantonal.	87	35%
Total	382	100%

Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Gráfico 8 Nombre de la Revista



Fuente: Encuestas aplicada a los habitantes del Cantón El Empalme

Elaborado por: Autor

Análisis

Según el gráfico No. 8 el 44% de los encuestados manifestaron que la revista tenga como nombre El GAD cantonal te informa, el 34% El mundo del GAD cantonal y el 22% la revista municipal.

4.1.1. Estudio de Mercado

Un estudio de mercado se centra en analizar la oferta y la demanda de un bien o servicio dentro de un mercado con el fin de determinar la penetración que éste pueda tener en el mercado real. De esta forma se podrá conocer tanto las oportunidades como los riesgos” (startupsmentor.com, 2014).

Los estudios de mercado preparan a la empresa para poder conocer lo que éstas se encontrarán en el mercado. Lanzarse a éste sin conocerlo previamente incrementa las posibilidades de fracasar (startupsmentor.com, 2014).

Para realizar este estudio se utilizó herramientas de recolección de información como son: la observación directa y las encuestas realizadas a los habitantes del cantón El Empalme con el propósito de conocer sus necesidades.

La información proporcionada en este estudio da una idea clara y precisa para la toma de decisiones.

Mercado del Proyecto.- El mercado objetivo está conformado por 80.363 habitantes de Cantón El Empalme de la zona urbana y rural, que están interesados en informarse de los hechos y acontecimientos del GAD cantonal.

Análisis de la demanda

La población definida para este estudio es de 80.363 habitantes de la zona urbana y rural del Cantón El Empalme, a quienes se les preguntó que si compraría usted la revista publicada por el GAD, teniendo como resultado que un 81% indicaron que si comprarían esta revistas, además manifestaron que, de esta forma ellos estarían informados de las actividades realizadas por el GAD.

Demanda potencial

El mercado meta está conformado los clientes potenciales que se requieran captar para este proyecto es 65.094 que si estarían dispuestos en adquirir la revista.

Cuadro 9 DEMANDA POTENCIAL

Tamaño del mercado	Porcentajes de personas que adquiriría la Revista Informativa	Demanda potencial
80.363	81%	65.094

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Demanda futura

En el cálculo de la futura se considera un porcentaje de 2% como tasa de crecimiento poblacional, según el INEC, como se detalla a continuación:

Cuadro 10 DEMANDA FUTURA

Año	Demanda actual	Tasa de Crecimiento 2 %	Demanda Futura
2015	65.094	2%	66.396
2016	66.396	2%	67.724
2017	67.724	2%	69.078
2018	69.078	2%	70.460
2019	70.460	2%	71.869
2020	71.869	2%	73.306

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Análisis de la oferta

Este estudio actualmente no tiene ofertante por lo que, por lo que desde este punto de vista si sería viable el proyecto.

Demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha se determina mediante el estudio de la oferta y la demanda que para este estudio es la siguiente como se presenta en el siguiente cuadro.

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Oferta} - \text{Demanda}$$

Cuadro 11 DEMANDA INSATISFECHA

Años	Oferta futura	Demanda futura	Demanda insatisfecha futura
2015	0	66.396	-66.396
2016	0	67.724	-67.724
2017	0	69.078	-69.078
2018	0	70.460	-70.460
2019	0	71.869	-71.869
2020	0	73.306	-73.306

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Población objetivo

La población está dada por el porcentaje que se requiere alcanzar para la puesta en marcha del proyecto que para este estudio se pretende llegar en

25% de la población posibles compradoras de la revista publicada por el GAD de Cantón.

Cuadro 12 POBLACIÓN OBJETIVO

Años	Demanda insatisfecha	Porcentaje	Población Objetivo
2014	-66.396	35%	-23.239
2015	-67.724	35%	-23.703
2016	-69.078	35%	-24.177
2017	-70.460	35%	-24.661
2018	-71.869	35%	-25.154
2019	-73.306	35%	-25.657

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Marketing Mix

Es una mezcla prevista de los elementos controlables de un producto comúnmente denominado como las 4P: producto, precio, plaza y promoción. Estos cuatro elementos se ajustan hasta que la combinación correcta se encuentra al servicio de las necesidades de los clientes del producto, mientras que la generación de ingresos óptimo. A veces el primer P (Producto) es sustituido por la presentación.

Precio. Es el valor que los habitantes del Cantón pagarían por la adquisición de la revista. Basado en la información obtenida en el estudio de mercado dónde un 70% de los encuestados mencionaron que estarían dispuestos pagar el valor de 6.00 dólares por la revista.

Producto. A los habitantes de Cantón se le ofrecerá una revista dónde se incluye información relevante en cuanto a las actividades realizadas en beneficio del Cantón, además tendrá información basada a los lugares turísticos de Cantón, salud, y deportes de acuerdo a las opiniones de los ciudadanos encuestados en el estudio de mercado.

Plaza o canales de distribución. La distribución se realizará mediante la exhibición en locales comerciales y en la secretaria del GAD Municipal, donde las personas que acudan hacer alguna diligencia tengan la oportunidad de adquirir la revisita.

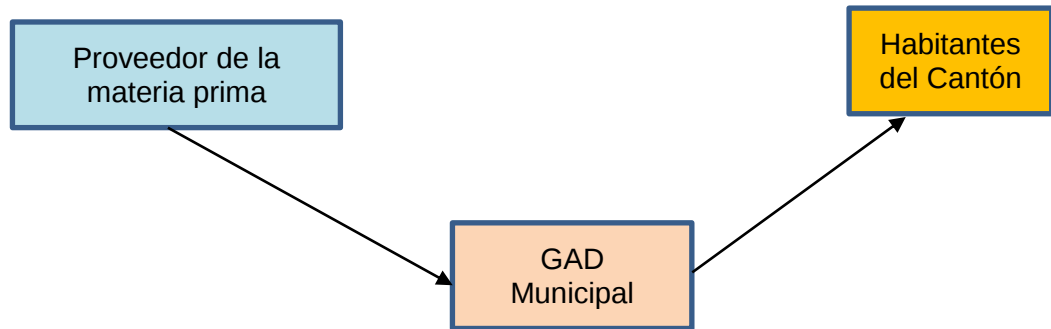


Figura N° 1 Canales de Distribución

4.1.2. Estudio Técnico

Localización.- El lugar donde se editará la Revista Informativa del GAD del Cantón El Empalme que está ubicado en la Av. Quevedo.

Macro-localización

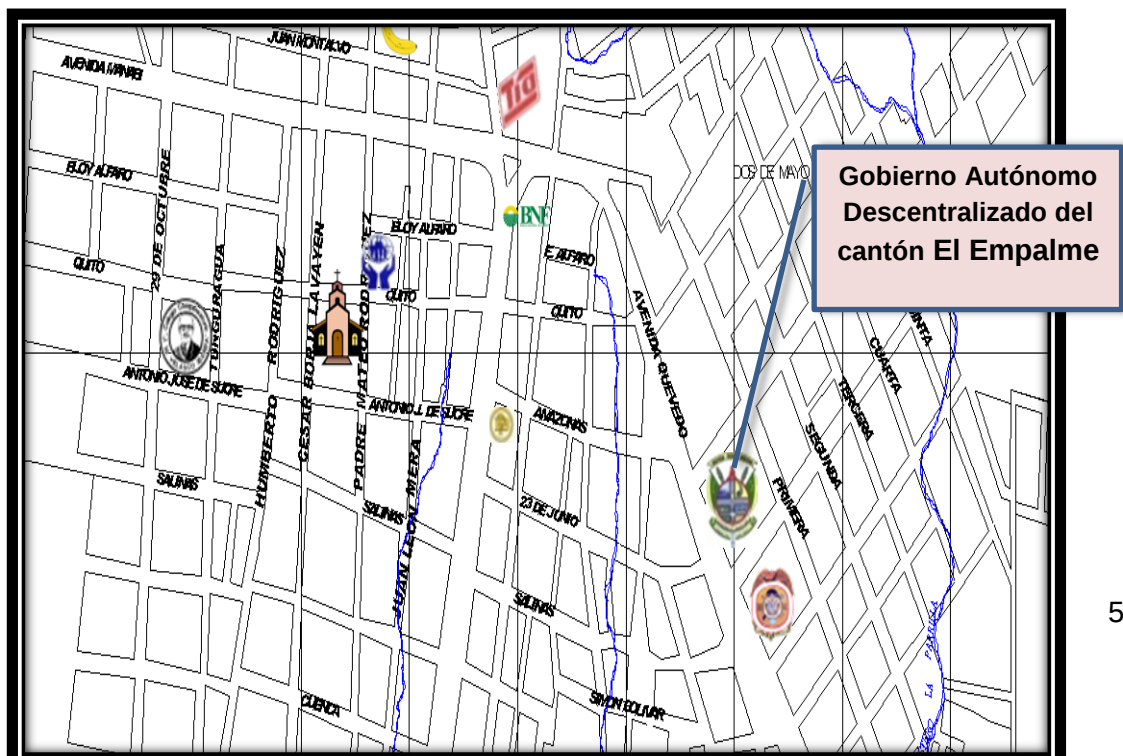
Para este estudio el servicio se dará en la provincia del Guayas, Cantón El Empalme.



Imagen 1 Mapa Del Guayas, cantón El Empalme

Micro-localización

Permitió determinar el lugar exacto donde se editará la revista será en la Av. Quevedo y Calle Amazonas Esquina, en la Ciudadela Dos de Mayo de la Parroquia Velasco Ibarra de la ciudad de El Empalme ocupa el extremo Norte de la Provincia del Guayas, la cabecera cantonal está ubicada en la siguiente posición astronómica: 1° 3 minutos de latitud sur y 79° de longitud occidental de Greenwich.



Identificación del producto

“REVISTA INFORMATIVA”

EL GAD CANTONAL TE INFORMA

Se trata de una revista donde se informará a los ciudadanos del Cantón sobre las actividades y obras realizada por el alcalde, además tendrá secciones de política, entretenimiento, economía, lugares turísticos del Cantón, etc.

Este producto tratará de satisfacer las necesidades de los habitantes en cuanto a fortalecer el conocimiento de los ciudadanos que carecen de información inherente al trabajo realizado en el GAD.

Tecnología

Para la digitación de la revista se utilizaran programas que permitan el manejo eficaz y eficiente al momento de la diagramación y ejecución del arte. Estos programas son: Corel Draw, Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop, entre otros.

Producto

El diseñador gráfico es el encargado de realizar el arte en la revista con la información recopilada.

Para un buen servicio se requiere de:

- Autoedición de área gráfica
- Ficha técnica clara
- Portada y fotografía
- Redacción claro y preciso
- Colores apropiados
- Excelente ortografía
- Hoja numeras
- Firma de autores y fotografías

Característica de la revista

Tamaño: A3

Portada: Papel cauche brillante de 250gr con barniz UV.

Páginas: Papel bond de 75gr.

Impresión: Full Color

Número de páginas: 40

Encuadernación: Grapado

Requerimientos técnicos de maquinarias, equipos y recursos humanos.

Programa de diseño

Para la elaboración de la revista se la realizará con la ayuda de los siguientes programas:

- Adobe Photoshop CS6.- Permite editar imágenes con el propósito de mejorar la productividad.

- Adobe Illustrator CS6.- Ayuda a crear ilustraciones vectoriales, partiendo de la creación gráfica para el diseño de impresión, gráficos aminorados, etc.
- Quark Xpress.- Este programa permite diseñar los contenidos de gran impacto social con total libertad creativa y flexible en el momento de diseñar.

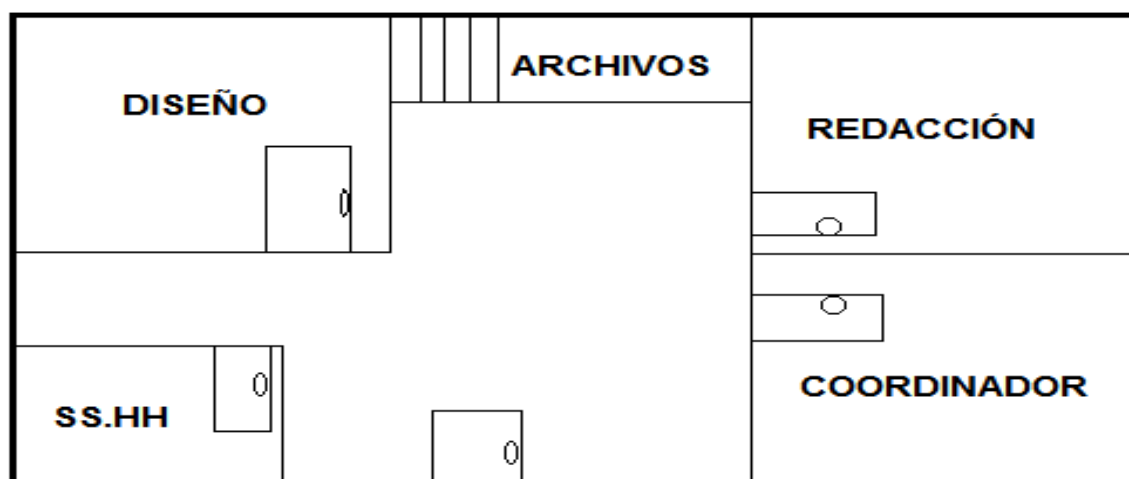
Proveedores

- **Mundo office:** materiales de oficina
- **Computron:** Equipo tecnológicos.
- **Indumaster:** Muebles de oficina

Distribución de la oficina y equipos

La distribución de la oficina se la realizó de acuerdo al espacio requerido para el normal funcionamiento y desarrollo de las funciones de los miembros que intervienen en la creación de la revista informativa del GAD municipal del Cantón El Empalme.

GRÁFICO 9 DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA Y EQUIPOS



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Autor

Esta área está bien distribuida, consta de espacio para las oficinas, los archivadores, muebles para la impresora, y el servicio higiénico.

Requerimiento de la mano de obra

Con el fin de determinar la operatividad y la eficacia en la fabricación de la revista se ha contratado personal eficiente y con experiencia para cumplir con sus funciones con el fin de brindar un producto de calidad a los ciudadanos del Cantón.

A continuación se detalla el requerimiento de la mano de obra.

Cuadro 13 REQUERIMIENTO DE LA MANO DE OBRA

Cargo	Sueldo Mensual (USD)	Cant.	Descripción de Puesto
Coordinador	\$ 925,63	1	Panificar, coordinar y controlar que se cumplan las actividades asignadas
Periodista	\$ 686,66	1	Encargado de generar ideas, recopilar, verificar la información obtenida
Redactor	\$ 686,66	1	Verificar correctamente la redacción y ortografía.
Editor	\$ 686,66	1	Encargo de diseñar e ilustrar gráficamente las ideas

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Autor

4.1.3. Estudio Económico

Cuadro 14 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Cantidad	Tipo	Costo Unitario	Costo Total
2	Computadora laptop	\$ 850,00	\$ 1.700,00
1	Computadora de escritorio (diseño)	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Impresora láser multifunción	\$ 350,00	\$ 350,00
Suman			\$ 3.550,00
2% Imprevisto			\$ 71,00
Total			\$ 3.621,00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 15 EQUIPO DE OFICINA

Cantidad	Tipo	Costo Unitario	Costo Total
1	Teléfono	\$ 75,00	\$ 75,00
3	Grapadoras	\$ 10,00	\$ 30,00
1	Split	\$ 850,00	\$ 850,00
Suman			\$ 955,00
2% Imprevisto			\$ 19,10
Total			\$ 974,10

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 16 MUEBLES DE OFICINA

Cantidad	Tipo	Costo Unitario	Costo Total
9	Sillas de oficina	\$ 150,00	\$ 1.350,00
3	Escritorios	\$ 120,00	\$ 360,00
3	Archivadores de 4 gavetas	\$ 130,00	\$ 390,00
3	Papeleras con 2 compartimientos	\$ 10,00	\$ 30,00
3	Basureros metálicos	\$ 10,00	\$ 30,00
3	Archivadores aéreos	\$ 90,00	\$ 270,00
1	Pizarras acrílicas	\$ 40,00	\$ 40,00
Suman			\$ 2.470,00
2% Imprevistos			\$ 49,40
Total			\$ 2.519,40

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Suministro y servicios básicos

Para la puesta en marcha de la creación de la revista se requiere de los siguientes suministros y servicios como se detallan a continuación:

Cuadro 17 SUMINISTROS Y SERVICIOS BÁSICOS

Cuenta	Detalle	Costo Mensual	Años				
			2015	2016	2017	2018	2019
Gasto de telecomunicaciones	Internet	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 307,50	\$ 315,19	\$323,07	\$ 331,14
Gasto de suministro de limpieza	Suministros de limpieza	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 123,00	\$ 126,08	\$129,23	\$ 132,46

Gasto de materiales de oficina	Materiales de oficina	\$ 55,00	\$ 660,00	\$ 676,50	\$ 693,41	\$710,75	\$ 728,52
Total otros gastos		\$90,00	\$1.080,00	\$1.107,00	\$1.134,68	\$1.163,04	\$1.192,12

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

4.1.3.1. Costos y gastos

Estos se dividen en tres grande grupos, los que están involucrados directamente con la producción, los gastos administrativos y los gastos ventas.

- Costo de producción

Cuadro 18 PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN

AÑOS	IMPRESIÓN DE LA REVISTA	PRECIO UNITARIO	TOTAL (USD)	Costo Mensual (USD)
2015	23.239	\$ 2,80	\$ 65.067,96	\$ 5.422,33
2016	23.703	\$ 2,80	\$ 66.369,32	\$ 5.530,78
2017	24.177	\$ 2,80	\$ 67.696,71	\$ 5.641,39
2018	24.661	\$ 2,80	\$ 69.050,64	\$ 5.754,22
2019	25.154	\$ 2,80	\$ 70.431,66	\$ 5.869,30

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 19 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuenta	Detalle	Costo Mensual	Años				
			2015	2016	2017	2018	2019
Sueldo	Coordinador	\$ 925,63	\$ 11.107,50	\$ 11.857,20	\$ 11.857,20	\$ 11.857,20	\$ 11.857,20
	Periodista	\$ 686,66	\$ 8.239,90	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68
	Redactor	\$ 686,66	\$ 8.239,90	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68
	Editor	\$ 686,66	\$ 8.239,90	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68
Total		\$ 2.985,60	\$ 35.827,20	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 20 SERVICIOS PÚBLICOS

Cuenta	Detalle	Costo Mensual	Años				
			2015	2016	2017	2018	2019
Servicios públicos	Energía eléctrica	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 369,00	\$ 378,23	\$ 387,68	\$ 397,37
	Teléfono	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 184,50	\$ 189,11	\$ 193,84	\$ 198,69
Total servicios públicos		\$ 45,00	\$ 540,00	\$ 553,50	\$ 567,34	\$ 581,52	\$ 596,06

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 21 OTROS GASTOS

Cuenta	Detalle	Costo Mensual	Años				
			2015	2016	2017	2018	2019
Gasto de telecomunicaciones	Internet	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 307,50	\$ 315,19	\$ 323,07	\$ 331,14
Gasto de suministro de limpieza	Suministro de limpieza	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 123,00	\$ 126,08	\$ 129,23	\$ 132,46
Gasto de materiales de oficina	Materiales de oficina	\$ 55,00	\$ 660,00	\$ 676,50	\$ 693,41	\$ 710,75	\$ 728,52
Total otros gastos		\$ 90,00	\$ 1.080,00	\$ 1.107,00	\$ 1.134,68	\$ 1.163,04	\$ 1.192,12

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 22 GASTOS DEL ESTABLECIMIENTO

Cuenta	Detalle	Año 2015
Gasto de establecimiento	Gastos de adecuación	\$ 550,00
Total gasto de establecimiento		\$ 550,00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 23 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN

Cuenta	Detalle	Años				
		2015	2016	2017	2018	2019
Mantenimiento y reparación	Equipo de computación	\$ 72,42	\$ 72,42	\$ 72,42	\$ 72,42	\$ 72,42
	Equipo de oficina	\$ 19,48	\$ 19,48	\$ 19,48	\$ 19,48	\$ 19,48
	Mueble de oficina	\$ 50,39	\$ 50,39	\$ 50,39	\$ 50,39	\$ 50,39
Total		\$ 142,29	\$ 142,29	\$ 142,29	\$ 142,29	\$ 142,29

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 24 TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos	\$ 35.827,20	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24
Servicios público	\$ 540,00	\$ 553,50	\$ 567,34	\$ 581,52	\$ 596,06
Gasto de telecomunicaciones	\$ 300,00	\$ 307,50	\$ 315,19	\$ 323,07	\$ 331,14
Gasto de suministro de limpieza	\$ 120,00	\$ 123,00	\$ 126,08	\$ 129,23	\$ 132,46
Gasto de materiales de oficina	\$ 660,00	\$ 676,50	\$ 693,41	\$ 710,75	\$ 728,52
Gasto de establecimiento	\$ 550,00	-	-	-	-
Mantenimiento y reparaciones	\$ 142,29	\$ 142,29	\$ 142,29	\$ 142,29	\$ 142,29
Total gastos administrativos	\$ 38.139,49	\$ 40.029,03	\$ 40.070,54	\$ 40.113,09	\$ 40.156,71

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

4.1.4. Estudio Financiero

Mediante este estudio se conocerá la rentabilidad de revista del GAD del Cantón El Empalme.

Inversión fija o activos no corrientes

Cuadro 25 INVERSIÓN FIJA O ACTIVOS NO CORRIENTE

Cuentas	Valor
Equipo de computación	\$ 3.621,00
Equipo de oficina	\$ 974,10
Muebles de oficina	\$ 2.519,40
Total inversión fija	\$ 7.114,50

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 26 INVERSIÓN DIFERIDA

Cuentas	Valor
Gasto de establecimiento	550,00
Total inversión diferida	550,00

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 27 CAPITAL DE TRABAJO

Cuenta	Mensual				
	2015	2016	2017	2018	2019
PRODUCCIÓN					
Costo de producción	\$ 5.348,05	\$ 5.455,01	\$ 5.564,11	\$ 5.675,40	\$ 5.788,90
Total capital de trabajo producción	\$ 5.348,05	\$ 5.455,01	\$ 5.564,11	\$ 5.675,40	\$ 5.788,90
ADMINISTRACIÓN					
Sueldos	\$ 2.944,70	\$ 3.141,88	\$ 3.141,88	\$ 3.141,88	\$ 3.141,88
Servicios público	\$ 44,38	\$ 45,49	\$ 46,63	\$ 47,80	\$ 48,99
Gasto de telecomunicaciones	\$ 24,66	\$ 25,27	\$ 25,91	\$ 26,55	\$ 27,22
Gasto de suministro de limpieza	\$ 9,86	\$ 10,11	\$ 10,36	\$ 10,62	\$ 10,89
Gasto de materiales de oficina	\$ 54,25	\$ 55,60	\$ 56,99	\$ 58,42	\$ 59,88
Gasto de establecimiento	\$ 45,21	-	-	-	-
Mantenimiento y reparaciones	\$ 11,70	\$ 11,70	\$ 11,70	\$ 11,70	\$ 11,70
Total capital de trabajo administración	\$ 3.134,75	\$ 3.290,06	\$ 3.293,47	\$ 3.296,97	\$ 3.300,55
Venta					
Publicidad	\$ 29,59	\$ 30,33	\$ 31,09	\$ 31,86	\$ 32,66
Total capital de trabajo venta	\$ 29,59	\$ 30,33	\$ 31,09	\$ 31,86	\$ 32,66
Total capital de trabajo	\$ 8.512,39	\$ 8.775,40	\$ 8.888,67	\$ 9.004,23	\$ 9.122,12

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Autor

Cuadro 28 INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL	Valor
Inversión fija	\$ 7.114,50
Inversión diferida	\$ 550,00
Inversión de capital de trabajo	\$ 8.512,39
Total inversión inicial	\$ 16.176,89

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Para la puesta en marcha de la creación de la revista se requiera la cantidad de **\$ 16.176,89** dólares el cual será financiado por el GAD de Cantón El Empalme.

Cuadro 29 ROL DE PAGOS

Mensual													
Detalle	Sueldo mensual	Cant.	Subtotal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal 11.15%	Total mensual	Anual 2015	Fondo de reserva 8,33%	2016	2017	2018	2019
Coordinador	\$ 750,00	1	\$ 750,00	\$ 62,50	\$ 29,50	\$ 83,63	\$ 925,63	\$ 11.107,50	\$ 749,70	\$ 11.857,20	\$ 11.857,20	\$ 11.857,20	\$ 11.857,20
Periodista	\$ 550,00	1	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 29,50	\$ 61,33	\$ 686,66	\$ 8.239,90	\$ 549,78	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68
Redactor	\$ 550,00	1	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 29,50	\$ 61,33	\$ 686,66	\$ 8.239,90	\$ 549,78	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68
Editor	\$ 550,00	1	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 29,50	\$ 61,33	\$ 686,66	\$ 8.239,90	\$ 549,78	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68	\$ 8.789,68
Total	\$ 2.400,00		\$ 2.400,00	\$ 200,00	\$ 118,00	\$ 267,60	\$ 2.985,60	\$ 35.827,20	\$ 2.399,04	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24	\$ 38.226,24

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Presupuesto de ingreso

Cuadro 30 PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑOS	DEMANDA DE LA REVISTA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2015	23.239	\$ 5,00	\$ 116.192,79
2016	23.703	\$ 5,00	\$ 118.516,65
2017	24.177	\$ 5,00	\$ 120.886,98
2018	24.661	\$ 5,00	\$ 123.304,72
2019	25.154	\$ 5,00	\$ 125.770,81

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Presupuesto de egresos

Cuadro 31 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Activos	Valor	Vida útil	% depreciación	Depreciación
Equipo de computación	\$ 3.621,00	3 años	\$ 33,33	\$ 1.206,88
Equipo de oficina	\$ 974,10	10 años	\$ 10,00	\$ 97,41
Muebles de oficina	\$.519,40	10 años	\$ 10,00	\$ 251,94
Total	\$.114,50			\$ 1.556,23

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 32 MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

Cuenta	Detalle	Años				
		2015	2016	2017	2018	2019
Mantenimiento y reparación	Equipo de computación	\$143,82	\$ 143,82	\$143,82	\$143,82	\$143,82
	Equipo de oficina	\$ 19,79	\$ 19,79	\$ 19,79	\$ 19,79	\$ 19,79
	Mueble de oficina	\$ 34,48	\$ 34,48	\$ 34,48	\$ 34,48	\$ 34,48
Total		\$ 198,08	\$ 198,08	\$ 198,08	\$ 198,08	\$ 198,08

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 33 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Detalle	Cuenta	Costos fijos	Costos Variable
Producción	Costo de producción		\$ 65.067,96
Administración	Sueldos	\$ 35.827,20	
	Servicios público		\$ 540,00
	Gasto de telecomunicaciones	\$ 300,00	
	Gasto de suministro de limpieza		\$ 120,00
	Gasto de materiales de oficina		\$ 660,00
	Gasto de establecimiento	\$ 550,00	
	Mantenimiento y reparaciones	\$ 142,29	
Ventas	Publicidad	\$ 360,00	
Total		\$ 37.179,49	\$ 66.387,96

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 34

ESTADO DE RESULTADO

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2015	2016	2017	2018	2019
	Ventas	\$ 116.192,79	\$ 118.516,65	\$ 120.886,98	\$ 123.304,72	\$ 125.770,81
(-)	Gasto de producción	\$ 65.067,96	\$ 66.369,32	\$ 67.696,71	\$ 69.050,64	\$ 70.431,66
(=)	Utilidad bruta	\$ 51.124,83	\$ 52.147,32	\$ 53.190,27	\$ 54.254,08	\$ 55.339,16
(-)	Gastos administrativos	\$ 38.139,49	\$ 40.029,03	\$ 40.070,54	\$ 40.113,09	\$ 40.156,71
(-)	Depreciación de activos fijos	\$ 1.556,23	\$ 1.556,23	\$ 1.556,23	\$ 1.556,23	\$ 1.556,23
(-)	Gastos de venta	\$ 360,00	\$ 369,00	\$ 378,23	\$ 387,68	\$ 397,37
(=)	Utilidad operacional	\$ 11.069,11	\$ 10.193,06	\$ 11.185,27	\$ 12.197,07	\$ 3.228,85
	Gastos financieros	-	-	-	-	-
(=)	Utilidad ante de participación a trabajadores	\$ 11.069,11	\$ 10.193,06	\$ 11.185,27	\$ 12.197,07	\$ 13.228,85
(-)	Participación a trabajadores	-	-	-	-	-
(=)	Utilidad antes del imp. A la renta	\$ 11.069,11	\$ 10.193,06	\$ 11.185,27	\$ 12.197,07	\$ 13.228,85
(-)	Impuesto a la renta	\$ 2.435,20	\$ 2.242,47	\$ 2.460,76	\$ 2.683,36	\$ 2.910,35
(=)	Utilidad Neta	\$ 8.633,90	\$ 7.950,59	\$ 8.724,51	\$ 9.513,72	\$ 10.318,50

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Cuadro 35 FLUJO NETO DE EFECTIVO

FLUJO DE FONDOS NETO						
	INVERSIÓN	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019
INGRESOS						
INVERSIÓN GAD	\$ 16.176,89					
Venta		\$ 116.192,79	\$ 118.516,65	\$ 120.886,98	\$ 123.304,72	\$ 125.770,81
Gasto de producción		\$ 65.067,96	\$ 66.369,32	\$ 67.696,71	\$ 69.050,64	\$ 70.431,66
<u>TOTAL INGRESO</u>		\$ 51.124,83	\$ 52.147,32	\$ 53.190,27	\$ 54.254,08	\$ 55.339,16
EGRESOS						
Gastos administrativos		\$ 38.139,49	\$ 40.029,03	\$ 40.070,54	\$ 40.113,09	\$ 40.156,71
Depreciación de activos fijos		\$ 1.556,23	\$ 1.556,23	\$ 1.556,23	\$ 1.556,23	\$ 1.556,23
Gastos de venta		\$ 360,00	\$ 369,00	\$ 378,23	\$ 387,68	\$ 397,37
Total de Egresos		\$ 40.055,72	\$ 41.954,26	\$ 42.005,00	\$ 42.057,00	\$ 42.110,31
<i>Utilidad antes de la repartición de impuesto</i>		\$ 11.069,11	\$ 10.193,06	\$ 11.185,27	\$ 12.197,07	\$ 13.228,85
15% participación de trabajadores		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuesto a la renta		\$ 11.069,11	\$ 10.193,06	\$ 11.185,27	\$ 12.197,07	\$ 13.228,85
Impuesto a la Renta		\$ 2.435,20	\$ 2.242,47	\$ 2.460,76	\$ 2.683,36	\$ 2.910,35
UTILIDAD NETA		\$ 8.633,90	\$ 7.950,59	\$ 8.724,51	\$ 9.513,72	\$ 10.318,50
COSTO DE INVERSION						
Inversión fija	\$ 7.114,50					
Inversión diferida	\$ 550,00					
Inversión del capital de trabajo	\$ 8.512,39					
Flujo de caja	\$ (16.176,89)	\$ 8.633,90	\$ 7.950,59	\$ 8.724,51	\$ 9.513,72	\$ 10.318,50

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autor

Indicadores de rentabilidad

Cuadro 36 INDICADORES DE RENTABILIDAD

Indicadores de rentabilidad	
Tasa	15%
VAN	\$ 13.648,77
TIR	46%
B/C	\$ 1,27

Elaborado por: Autor

Análisis de los indicadores de rentabilidad

- El VAN es igual a **\$ 13.648,77**; positivo, lo que muestra que la creación de la revista en el GAD cantonal es viable desde el punto de vista económico
- La TIR es igual a **46%** siendo una tasa mayor a la que se utiliza para realizar los cálculos. Es decir que es rentable y atractiva la puesta en marcha del proyecto
- **Relación Beneficio Costo:** es igual a **\$ 1,27** evidentemente es mayor que 1, lo que indica que por cada dólar que se invierta retorna 0,27 centavos de dólar.

Tiempo de recuperación de la inversión

Cuadro 37 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CONCEPTO	AÑOS					
	Inversión	2015	2016	2017	2018	2019
		1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA		8.633,90	7.950,59	8.724,51	9.513,72	10.318,50
INVERSIÓN	16.176,89					
FLUJO ACUMULADO		8.633,90	16.584,50	25.309,01	34.822,73	45.141,23

Elaborado por: Autor

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

- a Año inmediato anterior en que se recupera la inversión
- b Inversión Inicial
- c Flujo acumulado del año inmediato anterior que se recupera la inversión
- d Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión

$$PRI = 2 + \frac{-407,60}{7.950,59}$$

$$2 + \frac{-0,051,95}{11,40}$$

11 meses

$$12,00$$

12 días

Es decir que la inversión se recupera en 1 año, 11 meses y 12 días financieramente, se demuestra la viabilidad del proyecto y satisfacción de los habitantes del Cantón.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Una vez concluida con la investigación se concluye que:

- Mediante el estudio de mercado se determinó que un 81% de los ciudadanos del Cantón El Empalme si están dispuestos en adquirir la revista del GAD cantonal ya que manifestaron que es una forma directa de mantener informado a los habitantes.
- Con el estudio técnico se determinó el lugar donde se editará la Revista Informativa, que será en las instalaciones del GAD del Cantón, además se requiere de programas informático que permitan editar la revista de forma correcta, con el fin de empezar con la ejecución del proyecto.
- El VAN es igual a 13.648,77; positivo, lo que muestra que la creación de la revista en el GAD cantonal es viable desde el punto de vista económico, la TIR es igual a 46% siendo una tasa mayor a la que se utiliza para realizar los cálculos. Es decir que es rentable y atractiva la puesta en marcha del proyecto, la relación Beneficio Costo: es igual a 1,27 evidentemente es mayor que 1, lo que indica que por cada dólar que se invierte retorna 0,27 centavos de dólar lo que determina la viabilidad económica, financiera.

5.2. Recomendaciones

Realizadas las conclusiones se recomienda que:

- Ejecutar el proyecto de la creación de la revista, por cuanto, existe la necesidad de mantener informado a los ciudadanos del Cantón con el fin de que conozcan de obras que realiza el cabildo al bien de la comunidad empalménse.
- El personal encargado en el manejo de los recursos económicos y materiales lo distribuya de manera uniforme con el propósito de dar efectividad la puesta en marcha del proyecto.
- Se invierta en el proyecto ya que los resultados de los indicadores económicos son positivos, por lo que hace atractivo el proyecto desde el punto de vista económico financiero debido a que su inversión se recupera en el corto plazo.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada

Baca, G. 2010. Evaluación de Proyectos. Sexta edición. p. 8, 15 y 41

Brun, X., Benito, E. & Pung, P. 2008. Matemática Financiera y Estadística Básica. Besa Editorial. S.L. Barcelona. Impreso en España. p.p. 52-53

Galindo, C. 2011. Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Primera edición. Bogotá Colombia. pp.76-77

Mesa, M. 2012. Fundamentos de marketing. Primera edición Bogotá. D. C. Pág. 36.

Meza, J. 2013. Evaluación Financiera de Proyectos. Tercera edición Bogotá. pp.20-27. p.29. p.150, 165

Naveros, J. & Cabrerizo M. 2009. Dirección y Gestión de Empresas Plan de Negocios. Impreso en España. pp. 9-10.

Spag, N. 2011. Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. Segunda edición. p. 123, 307.

Linkografías

BusinessDictionary.com. 2014 <http://www.businessdictionary.com/definition/marketing-mix.html>. Recuperado en marzo de 2015.

Jessimm. 2012. Historia de la revista. Recuperado en <http://www.slideshare.net/Jessimm/historia-de-la-revista-12791978>. Noviembre 2014.

Ley Orgánica de Comunicación. 2012. recuperado en http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf. 5 febrero del 2015.

Ramos. 2012. Análisis Económicos-Evaluación de Proyectos. Recuperado en <http://www.slideshare.net/chepuis1234/valor-actual-neto-14137884>, enero 2015.

Romero, P. 2014. La importancia de realizar un estudio de mercado, recuperado en <http://www.startupsmentor.com/es/blog/general/la-importancia-de-realizar-un-estudio-de-mercado>, el 5 de febrero 2015.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1

Formato de Preguntas para Encuestas

Por favor sírvase contestar las siguientes preguntas, es con el fin de conocer la aceptación de una revista informatiza que el lanzara el GAD del Cantón.

Sexo F ☐ M ☐

Edad _____

1. ¿Conoce usted si el GAD del Cantón tenga una revista dónde se informa a la ciudadanía?

Si ☐

No ☐

2. ¿Le gustaría que GAD elabore una revista informativa dónde se informe de las obras realizadas?

Si ☐

No ☐

3. ¿Qué opinión le merece la publicación de una revista informativa publicada por el GAD?

Muy interesante ☐

Interesante ☐

Poco interesante ☐

4. ¿Qué secciones le gustaría que tenga la revista informativo publicada por el GAD?

Política ☐

Actividades realizadas en GAD ☐

Educación ☐

Economía ☐

Deportes ☐

Arte ☐

Lugares turísticos de Cantón ☐

Manualidades ☐

5. Compraría usted la revista publicada por el GAD

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la adquisición de la revista?

De 1 a 3 dólares ☐

De 4 a 5 dólares ☐

De 6 a 9 dólares ☐

De 10 a más dólares ☐

7. Dónde le gustaría que se distribuya la revista

Locales comerciales ☐

El GAD cantonal ☐

Quiosco de revistas ☐

8. ¿Qué nombre le gustaría que tenga la revista?

GAD cantonal te informa ☐

Revista Municipal ☐

El Mundo del GAD cantonal. ☐

Otro ☐ ¿Cuál? _____