



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

Tesis de grado previa la obtención del
Título de Ingeniera en Gestión
Empresarial

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
ESTUDIO DE GRABACIÓN Y PRODUCCIÓN DE VIDEOS PARA
EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO
2014.

AUTORA:

LISSETH MARIA REQUENA ANCHUNDIA

DIRECTORA:

ING. VICTORIA VELASCO BARAHONA MSC

QUEVEDO – ECUADOR

2015



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

Tesis de grado previa la obtención del
Título de Ingeniera en Gestión
Empresarial

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
ESTUDIO DE GRABACIÓN Y PRODUCCIÓN DE VIDEOS PARA
EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO
2014.

Presentado al Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias
Empresariales como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en
Gestión Empresarial

APROBADO:

Ing. Mariela Andrade Arias, MSc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Washington Carreño Rodríguez, MSc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Julia Fajardo Arriaga, MSc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

**Quevedo – Ecuador
2015**

CERTIFICACIÓN

Ing. Victoria Velasco Barahona MSc, Directora de Tesis de grado.
CERTIFICA: Que la egresada **LISSETH MARIA REQUENA ANCHUNDIA**, realizó la Tesis de Grado previa a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial titulada **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTUDIO DE GRABACIÓN Y PRODUCCIÓN DE VIDEOS PARA EVENTOS SOCIALES EN EL CANTÓN QUEVEDO EN EL AÑO 2014**. Bajo mi dirección habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Victoria Velasco Barahona MSc
DIRECTORA DE TESIS DE GRADO

AUTORÍA

Yo, **LISSETH MARIA REQUENA ANCHUNDIA**, declaró que la presente investigación 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.

Por medio de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente a esta Tesis de grado de la Escuela de Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo para que sirva como medio de consulta a futuras generaciones.

Lisbeth Maria Requena Anchundia
C.I. 1206734525

DEDICATORIA

Al terminar mi carrera profesional he logrado culminar unos de mis primeros objetivos en mi vida y quiero darles las gracias a todas las personas que estuvieron siempre dándome su apoyo condicional a Dios primeramente por haber dado la vida, salud y por haberme permitido llegar tan lejos pese a las circunstancias de la vida.

A mis padres que sin duda alguna estuvieron siempre presentes, a mi madre por ser madre y padre a la vez que siempre ha sido mi pilar fundamental para salir adelante y siempre he contado con su apoyo incondicional, a mi papá por haber dado el estudio y siempre por haberme apoyado en todo lo que he necesitado aunque no haya compartido mi vida con él, agradecida siempre.

A mis hermanos José, que pese a que no está conmigo siempre he tenido su apoyo a la distancia más que un hermano es mi amigo y siempre he recibido su apoyo incondicional, a mi hermano Orlando que a pesar de las dificultades que hemos tenido siempre nos hemos apoyado cuando más nos hemos necesitado, a mi hermano Klever que siempre ha estado y ha compartido conmigo toda mi vida. A mis tías Sira, y Adita que toda la vida me han brindado su apoyo para que yo siga adelante y sea una persona de éxitos.

Lisbeth Requena Anchundia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia y seres más queridos, en especial a mi mamá por no perderse un sólo día de mi vida haciendo de mis días una alegría constante, por su difícil reconocida labor de ser la mamá

Agradezco a mis hermanos que siempre están pendientes de mis avances académicos y de guiarme hacia un futuro donde podré celebrar el alcance de mi más grandes meta.

A mi directora de Tesis, Ing. Birmania Velasco por su esfuerzo y dedicación quien con su conocimiento, paciencia y experiencia ha logrado en mí que pueda culminar con este sueño.

A mis amigas que han sido parte de mi vida ha Sarita, Ingrid, Rosita, Leonardo que siempre han estado conmigo en las buenas y en la malas que siempre me ha podido brindar su apoyo incondicional su lealtad en toda mi vida agradecida con ellos siempre por ser parte de este logro, mi amiga Rosita que fue la persona quien me ha ayudado y me ha brindado su amistad su paciencia, su solidaridad para que logre este objetivo.

A los largo de este camino muchas personas han sido parte de mi vida profesional a los amigos que están y los que no están en este momento agradecida siempre porque en su momento me extendieron su mano y me supieron brindar su apoyo su amistad y en algún momento supieron aconsejarme , gracias por formar parte de mi vida.

Lisbeth Requena Anchundia

ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1	Título/Title	M	Estudio de factibilidad para la creación de un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo en el año 2014.
2	Creador/Subject	M	Requena Anchundia Lisseth María
3	Materia/Subject	M	Ingeniera en Gestión Empresarial
4	Descripción/Description	M	El tema de tesis se eligió con la finalidad de crear un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo en el año 2014. La presente tesis contiene la Introducción, Problematicación, Justificación, Objetivos, Hipótesis, Fundamentación teórica, Resultados de la investigación, la Discusión diseñada para implantar el Estudio de Factibilidad, Conclusiones y Recomendación.
5	Editor/Publisher		Requena Anchundia Lisseth María
6	Colaborador/Contributor		Ing. Birmania Velasco Barahona MSc
7	Fecha/Date		
8	Tipo/Type		Tesis de Investigación.
9	Formato/Format		Programas: Microsoft Word 2010; Microsoft Excel 2010; Microsoft Power Point 2010

10	Identificador/Identifier	M	lissetherequena_ge@hotmail.com
11	Fuente/ Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Área de Emprendimiento y Administración.
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencia/Audiencie	O	Tesis de Grado

INDICE

	Pág.
PORTADA.....	i
TRIBUNAL CALIFICADOR.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
AUTORÍA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPITULO I .MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	2
1.1.1. Problematización.....	22
1.1.1.1. Planteamiento del problema.....	22
1.1.1.2. Diagnóstico del problema.....	22
1.1.1.3. Pronóstico.....	22
1.1.1.4. Control del pronóstico.....	22
1.1.1.5. Formulación del problema.....	23
1.1.1.6. Sistematización.....	23
1.1.2. Justificación.....	24
1.2. Objetivos.....	25
1.2.1. Objetivos general.....	25
1.2.2. Objetivos específicos.....	25
1.3. Hipótesis.....	26
1.3.1. Hipótesis general.....	26
1.3.2. hipótesis específicas.....	26
1.3.3. Variables.....	26
CAPITULO II .MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACION.....	27
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	28
2.1.2. Modos de edición lineal.....	29
2.1.2.1. Playrec.....	29
2.1.2.2. Assemble (o Ensamble).....	29
2.1.2.3. Inserto.....	30

2.1.3.	Edición de audio y vídeo digital	30
2.1.3.1.	Las diferencia básicas entre la edición no lineal y la lineal.....	30
2.1.4.	Estudio de factibilidad.....	31
2.1.4.1.	Presentación de la idea de negocio.....	32
2.1.4.2.	Organización, control y auditoria del estudio de factibilidad	32
2.1.4.3.	Análisis del entorno general	32
2.1.4.4.	Influencia del entorno económico	33
2.1.5.	Estudio de mercado.....	34
2.1.5.1.	Demanda.....	34
2.1.5.2.	Demanda insatisfecha	35
2.1.5.3.	Demanda futura.....	35
2.1.5.4.	La oferta	35
2.1.4.5.	El precio.....	36
2.1.4.6.	Comercialización	36
2.1.4.7.	Segmentación de Mercado.....	37
2.1.4.8.	Estrategias de segmentación	38
2.1.5.	Estudio técnico.....	38
2.1.5.1.	Localización del proyecto.....	39
2.1.5.2.	Tamaño del proyecto.....	39
2.1.5.3.	Capacidad del proyecto	39
2.1.5.4.	Inversiones	40
2.1.5.5.	Materia prima.....	40
2.1.5.6.	Costos de operación y producción	40
2.1.5.7.	Plan de ejecución del proyecto.....	40
2.1.5.8.	Ingeniera del proyecto	40
2.1.5.9.	La organización	41
a.	Cronograma de realización.....	41
b.	Análisis de costos.....	42
2.1.6.	Estudio económico financiero.....	43
2.1.6.1.	Inversiones	43
2.1.6.2.	Determinación de los coste	44
2.1.6.3.	Determinación de los costes totales anuales por naturaleza.....	44
2.1.6.4.	Estados financieros Pro-forma	44
2.1.6.5.	Financiamiento	45
2.1.6.6.	Evaluación financiera.....	46
2.1.6.7.	Indicadores financieros.....	46

2.1.6.8.	Indicadores de liquidez	46
2.1.6.9.	Indicadores económicos	47
a.	La inflación	48
b.	Tasa de desempleo	48
c.	Tasa de crecimiento	48
2.1.7.	Fundamentación legal	50
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		54
3.1.1.	Materiales	55
3.1.2.	Métodos utilizados en la investigación.....	55
3.1.2.1.	Método inductivo	55
3.1.2.2.	Método deductivo	55
3.1.2.3.	Método analítico	56
3.2.	Tipos de investigación	56
3.2.1.	Descriptiva.....	56
3.2.2.	Exploratoria	56
3.3.	Diseño de la investigación	57
3.3.1.	No Experimental	57
3.3.2.	Encuesta.....	57
3.3.3.	Tipos de preguntas utilizadas	57
3.3.4.	Instrumentos.....	58
3.3.5.	Fuentes de la investigación	58
3.3.5.1.	Fuentes primarias.....	58
3.3.5.2.	Fuentes secundarias	58
3.4.	Población y muestra	58
3.4.1.	Población.....	58
3.4.1.1.	Muestra.....	60
3.4.1.2.	Análisis e Interpretación de Resultados.....	61
3.4.1.3.	Construcción del Informe de la Investigación	61
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		62
4.1.	Análisis y resultados de las encuestas.....	63
4.1.1.	Estudio de mercado.....	80
4.1.1.1.	El servicio	81
4.1.1.2.	Demanda actual y demanda futura.....	81
4.1.1.3.	Demanda actual	81
4.1.1.4.	Demanda futura.....	81
4.1.1.5.	Oferta actual	82

4.1.1.6.	Demanda Insatisfecha Actual	82
4.1.1.7.	Estrategias de mercado.....	83
a.	Publicidad	83
b.	Precio	84
c.	Promoción	84
d.	Plaza.....	84
4.1.2.	Estudio técnico	84
4.1.2.1.	Tamaño del proyecto	85
4.1.2.2.	Localización de proyecto	85
4.1.2.3.	Macro Localización	85
4.1.2.4.	Micro Localización	86
4.1.2.5.	Razones de la Ubicación	87
a.	Estructura física.....	87
4.1.2.6.	Denominación del Estudio	89
a.	Nombre.....	89
b.	Logotipo.....	89
c.	Slogan	90
d.	Visión.....	90
e.	Misión	91
f.	Valores Corporativos	91
4.1.2.7.	Estructura Organizacional de la empresa.....	91
4.1.2.8.	Funciones de la estructura Organizacional de la empresa	92
a.	Gerente general.....	92
b.	Secretaria	93
c.	Departamento de producción del servicio.....	93
d.	Fotógrafo profesional.....	93
e.	Diseño grafico.....	94
f.	Productor	94
g.	Editores de videos	94
h.	Camarógrafo.....	94
4.1.2.9.	Presupuesto Técnico	95
a.	Equipo de Computación	95
b.	Equipo tecnológico	95
c.	Equipos de oficinas	96
d.	Equipos Varios	96
4.1.3.1.	Presupuestos.....	97

4.1.3.2.	Presupuesto de inversión	97
4.1.3.3.	Especificaciones de la obra.....	97
4.1.3.4.	Activos Fijos	101
4.1.3.5.	Inversiones Fijas.....	102
4.1.3.6.	Depreciación de los activos fijos.....	105
4.1.3.7.	Activos diferidos	106
a.	Servicios básicos.....	106
b.	Costos de constitución.....	106
c.	Gastos administrativos	107
d.	Gastos de publicidad	107
e.	Costos fijos.....	108
4.1.3.8.	Plan de financiamiento	108
a.	Financiamiento de la inversión	109
b.	Préstamo bancario	109
c.	Ingresos.....	109
d.	Estado de pérdidas y ganancias.....	111
e.	Flujo de caja	112
4.1.3.9.	Evaluación financiera.....	113
b.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	113
c.	Valor Actual Neto (VAN)	114
d.	Relación Beneficio / Costo	115
	CAPITULO V .CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
5.1.	Conclusiones	119
5.2.	Recomendaciones	120
	CAPITULO VI. BIBLIOGRAFIA	121
	CAPITULO VII. ANEXOS	126

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro.	Pág.
1. Existencia de un estudio de grabación.....	63
2. Adquisición de servicio.....	64
3. Conocimiento de un estudio de grabación	65
4. Tipos de nombres para el estudio de grabación	66
5. Preferencia del precio	67
6. Servicios a ofrecer	68
7. Mejoramiento de las fotografías.....	69
8. Importancia de la tecnología	70
9. Tipos de slogan.....	71
10. Preferencia de transiciones y efectos a cada fotografía	72
11. Duración de un video	73
12. Musicalización de los videos.....	74
13. Preferencia de tipos de música.....	75
14. Preferencia de un video	76
15. Tiempo de duración de la fotografía	77
16. Tipo de fondo	77
17. Tipo de diseño para un video.....	78
18. Tipo de portal para un video	79
19. Demanda futura proyectada del 2014 hasta el 2017	82
20. Demanda insatisfecha actual y proyectada. Años: 2014-2017	83
21. Equipos de computación.....	95
22. Equipos tecnológicos.	95
23. Equipos de oficinas	96
24. Equipos varios	96
25. Presupuesto referencial	98
26. Activos fijos	102
27. Depreciación de los materiales	105
28. Activos diferidos de los servicios básicos	106
29. Activos diferidos de los costos de constitución	106

30. Activos diferidos de los gastos de administración	107
31. Activos diferidos de los gastos de publicidad	107
32. Costos fijos	108
33. Plan de financiamiento del préstamo bancario.	108
34. Tabla de amortización del banco nacional del fomento	109
35. Tabla de amortización del préstamos bancario.....	109
36. Ingresos del estudio	110
37. Estado de pérdidas y ganancias	111
38. Flujo de caja.....	112
39. Tasa interna de retorno.....	114

INDICE DE GRAFICOS

Grafico	pág.
1. Existencia de un estudio de grabación.....	63
2. Adquisición del servicio.....	64
3. Conocimiento de un estudio de grabación	65
4. Tipos de nombres para el estudio de grabación	66
5. Preferencia del precio	67
6. Servicios a ofrecer	68
7. Mejoramiento de las fotografías.....	69
8. Preferencia del precio sección fotográfica	70
9. Tipos de slogan.....	71
10. Preferencia de transiciones y efectos a cada fotografía	72
11. Duración de un video	73
12. Musicalización de los videos.....	74
13. Preferencia de tipos de música.....	75
14. Preferencia de un video	76
19. Demanda futura proyectada del 2014 hasta el 2017	82
20. Periodo de recuperación	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig.	Pág.
1. Mapa del cantón Quevedo	85
2. Ubicación del estudio de grabación y producción de videos.....	86
3. Diseño de instalaciones del estudio	88
4. Logotipo del estudio	90
5. Organigrama del estudio de grabación y producción de videos.....	92

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación de este proyecto tiene como objetivo primordial determinar cuáles serán los costos y gastos necesarios para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales el cual es un servicio que está dirigido a toda la población del cantón Quevedo que estén interesados en un servicio innovador de editar videos y fotografías para todo eventos sociales.

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales tiene como misión promover los mejores videos de alta definición y calidad en fotografía, mientras que la visión es ser una empresa líder y solidad en el mercado de la población del cantón Quevedo en la edición de videos para todo tipo de eventos sociales.

En esta investigación se detallan los varios puntos con respecto a la definición de estudio de factibilidad, el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico financiero con la finalidad de demostrar si dicha investigación tiene rentabilidad del mismo para de esta forma aplicar cada paso que se deban aplicar para definir dicho proyecto.

El éxito que obtendrá esta propuesta innovadora de crear un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales sin duda alguna tendrá una favorable demanda de aceptación en el mercado del cantón Quevedo.

ABSTRACT

The research project aims primarily to determine the costs and expenses necessary for the creation of the recording studio and video production for social events which is a service that is aimed at the entire population of the canton Quevedo who are interested will be in an innovative service to edit videos and photos for all social events.

The recording studio and video production for social events aims to promote the best HD videos and quality in photography, while the vision is to be a leader and market solidad population Quevedo Canton in Enterprise Edition Videos for all types of social events.

In this investigation, several points are detailed with respect to the definition of feasibility study, market research, technical study and financial economic study in order to prove whether such research have a return thereof to thereby apply each steps need to be applied to define the project.

The success you get this innovative proposal to create a recording studio and video production for social events will undoubtedly have a positive demand for market acceptance Quevedo Canton.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El proyecto que se presenta a continuación tiene como finalidad demostrar si la creación de un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo es factible o rentable. En la actualidad, frecuentemente se presentan acontecimientos importantes en la vida de cada familia tales como: cumpleaños, matrimonio, bautizos, 15 años, fiestas temática, despedidas entre otros, Frente a esta necesidad lo que se busca es introducir al mercado una nueva propuesta creando videos de alta definición a través de la fotografía y grabaciones en vivo, Para todo tipo de eventos sociales.

El estudio de factibilidad es la primera fase para la creación del estudio de producción de videos para eventos por medios de las fotografías ya que es donde se formula y evalúan la viabilidad del proyecto a realizarse, la idea es incursionar en el mercado una empresa que cumpla con todas y cada una de las exigencias de sus clientes, por más singular que éstas sean, la finalidad es que cada evento sea único, logrando con esto, total satisfacción a nivel personal de quien nos contrata. La meta de toda empresa es alcanzar la excelencia logrando satisfacer las necesidades de los clientes con eficiencia, y el grado en que éstas sean cubiertas dependerá no sólo de las expectativas sino también de la calidad y el valor agregado que se dan a las mismas.

En este proyecto se plantea un estudio de factibilidad para conocer la viabilidad de la propuesta a realizar en la ciudad de Quevedo con su respectivo estudio de mercado, estudio técnico, el económico financiero con la finalidad de determinar la factibilidad del mismo y poder tener un nicho de mercado posicionado. En la parte de marco teórico se basa en dos

Categorías semánticas que hacen referencia al estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, mientras que en la segunda parte abarca el tema sobre el estudio de factibilidad.

En la metodología de la investigación se enfoca los diferentes métodos y técnicas que se hicieron posible en la elaboración de esta investigación, en cuanto a los resultados de este análisis se muestra el porcentaje obtenidos a través de las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Quevedo.

Definitivamente se concluye este proyecto con una serie de conclusiones y recomendaciones.

1.1.1. Problematicación

1.1.1.1. Planteamiento del problema

Incidencia del estudio de factibilidad para la creación de un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo en el año 2014.

1.1.1.2. Diagnóstico del problema

En la ciudad de Quevedo actualmente no existe este tipo de estudio dedicados a la edición de videos y fotografías, aunque existen varias empresas que solo se dedican a brindar el servicio de decoración y bufet , al realizar un análisis de mercado en la Ciudad, encontramos que no existe esta clase de empresa que se dedique a este tipo de actividad, Por esta razón surge la idea de crear e implementar este estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, ya que es una alternativa nueva e innovadora en el mercado de la cantón de Quevedo, tienen como objetivo brindar la excelencia a nuestro cliente con un ambiente acogedor, buena atención y confort.

1.1.1.3. Pronóstico

Con la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, se espera en un futuro obtener una cadena de cliente potenciales con consolidándola líder en el mercado Quevedeño y logrando así expandirse a nivel nacional.

1.1.1.4. Control del pronóstico

En este proyecto se pretende introducir al mercado dicho estudio utilizando todas estrategias necesarias concernientes a la realización del estudio de factibilidad y obtener la viabilidad deseada.

1.1.1.5. Formulación del problema

Cuál será la incidencia del estudio de factibilidad para la creación de un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo en el año 2014.

1.1.1.6. Sistematización

¿De qué manera el estudio de mercado incide en la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón de Quevedo año 2014?

¿Cómo influye el estudio técnico en la producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo año 2014?

¿Cómo el estudio económico financiero influye en la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón de Quevedo año 2014?

1.1.2. Justificación

La presente investigación se realiza con la propósito de efectuar un Estudio de factibilidad para la creación de un estudio de grabación y producción de videos eventos en el cantón Quevedo, se justifica con el objetivo de poder brindar una alternativa diferente y profesional de editando videos de alta calidad.

Por tal motivo se realiza esta investigación, ya que no hay un líder que se encuentre posicionado en el mercado, más aún, no existe una empresa que brinde exclusivamente este tipo de servicios de editar videos con fotografías o grabación en vivos para algún evento social.

Mediante este proyecto se pretende satisfacer las necesidades de los consumidores, y el grado en que éstas sean cubiertas dependerá no sólo de las expectativas de los clientes sino también de la calidad y el valor agregado que se dan a las mismas, siendo ésta la excelencia.

La creación de esta propuesta, contribuirá a solucionar muchos inconvenientes que se puedan dar en las diferentes empresas que necesiten algún tipo de proyecciones basadas en videos o algún evento social que requiera la ciudadanía Quevedeña.

Con el estudio factibilidad se pretende mostrar, que en el ámbito de investigación, que se ha creado una necesidad de desarrollar una empresa de este tipo , la cual cumpla con las necesidades de la ciudadanía y brindar un servicios de calidad y una alternativa diferente , realizando dicho estudio nos permitirá conocer la viabilidad del proyecto.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Establecer la incidencia del estudio de factibilidad para la creación de un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo en el año 2014.

1.2.2. Objetivos específicos

Analizar de qué manera el estudio de mercado incide en la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo año 2014.

Indagar como el estudio técnico influye en la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el canon Quevedo año 2014.

Elaborar el estudio económico financiero que demuestre la viabilidad de la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo año 2014.

1.3. Hipótesis

1.3.1. Hipótesis general

El estudio de factibilidad incidí positivamente en la creación de un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo en el año 2014.

1.3.2. hipótesis específicas

La realización del estudio de mercado incidí positivamente en la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo año 2014.

El estudio técnico influirá en la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón de Quevedo año 2014.

Permitirá conocer el estudio económico financiero la viabilidad del proyecto para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo año 2014.

1.3.3. Variables

Variable independiente

Estudio de factibilidad para la creación del estudio de grabación y producción de videos

Variable dependiente

Eventos sociales

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Edición de video

La edición de vídeo se puede decir que un paso en el cual, un editor transforma un trabajo audiovisual o visual a partir de medios que pueden ser archivos de video, fotografías, gráficos, o animaciones. En la mayoría de los casos se incluye audio que puede ser música o el diálogo de personajes, pero también existen ediciones donde no se usa el audio y únicamente se utilizan medios visuales. Naturalmente la edición de video se realiza por computadora, junto con un programa especializado en edición de video donde el editor manipula los medios con ayuda de diferentes herramientas, para así lograr una "composición" deseada y obtener un resultado final, comúnmente llamado "video final" o "película final".

La edición básica consiste en reproducir los medios, "recortarlos" y ordenarlos en tiempo real. Aunque sucede, como en cualquier otro estilo de edición, pueden agregarse efectos, transiciones, filtros o textos para mejorar o enfatizar el video que va a crearse, todo depende de lo que se quiera realizar.

Se define como una aplicación de software que permite editar videos digitales en una computadora. Estas herramientas suelen incluir la posibilidad de cortar y pegar sectores de un video, agregar efectos especiales y transiciones, importar y exportar videos en distintos formatos, etc. Algunos ejemplos de editores de videos son Media100, Lightworks, Sony Vegas, Avid, Adobe Premiere, UleadVideoStudio, Apples Final Cut Pro, Windows MovieMaker, iMovie, NERO 7 Ultra, Pinnacle, Sherif y VirtualDub (cabe aclarar que estos editores son propietarios, es decir, su licencia no permite la copia).

La edición de video por computadora es llamada edición de video no lineal en contraste con la edición de videos lineal utilizada en los clásicos sapes.

El video es digital en la computadora, y puede manipularse fácilmente. Los clips son ordenados en una línea de tiempo y pistas de audio. Pueden agregarse título, efectos, y finalmente “renderizarse” en un nuevo video. Los videos digitales pueden distribuirse de múltiples formas como DVD, web streaming, iPod, CD-ROM, o trasladarlos al sistema analógico en una casete.

A continuación se presenta dos tipos de edición e videos, el lineal o analógica y la no lineal o por ordenador.

2.1.2. Modos de edición lineal

La edición lineal es la tradicional, analógica. También se le llama edición máquina-máquina. En ella se va avanzando de principio a fin porque se trabaja sobre una cinta. En este tipo de edición siempre se utilizarán como mínimo dos vídeos, en el que uno trabaja de player (reproductor) y el otro de recorder. Un recorder puede hacer ambas funciones, sin embargo el player sólo puede hacer una. Han de seleccionarse las imágenes que se quieren del player y grabarse en el recorder. Existen tres modos de edición lineal: Play-rec, Assemble/y e Insert.

2.1.2.1. Playrec

Es la forma más simple de editar. Tan sólo hay que apretar play y rec. Es el método que utilizan los vídeos caseros, ya que es la única manera de edición que permiten. Puesto que es la edición menos precisa en el corte entre dos imágenes se produce una ruptura de sincronismos que deriva en un salto de imagen.

2.1.2.2. Assemble (o Ensamble)

La única diferencia al PLAYREC es que los dos magnetoscopios se sincronizan mediante un rebobinado de cinco segundos, lo cual hace que el corte sea limpio. Mientras que en PLAYREC se editaba apretando la tecla rec, con este método se dan puntos de entrada in y de salida out, tanto en el player como el recorder. Para reproducir el fragmento seleccionado se presiona la

tecla frame. Para ejecutar la edición se presiona auto edit., de este modo ambas máquinas realizan un rebobinado de cinco segundos en las cintas para cuadrar sus impulsos de sincronismos. Al grabar las imágenes se borra la información anterior pistada en la cinta master. Este tipo de edición necesita que la cinta master no sea virgen, es decir que esté pistada al menos seis segundos. Para acabar la edición hay que pulsar la tecla stop.

2.1.2.3. Inserto

Es el modo de edición más profesional ya que permite seleccionar los elementos a grabar (vídeo o audio -sea CH1 o CH2-). De este modo podremos grabar nuevas señales sobre la cinta sin perjudicar al resto de señales. En la banda magnética la imagen ocupa la parte superior y el audio, separado en dos canales, se sitúa en líneas en la parte inferior. Por tanto, el CH2 al encontrarse más cerca del borde de la banda magnética, se dañará con más facilidad. Por lo que este canal de audio se utilizará para sonido ambiente.

2.1.3. Edición de audio y vídeo digital

Después de las etapas de preproducción (guion y preparativos) y de producción (grabación), entramos que la última y definitiva fase, en la etapa de postproducción o edición. Ahora es el momento de seleccionar todo el material que hemos grabado y darle forma a través del montaje o edición. El montaje consiste en ordenar nuestros planos con el objetivo de narrar con un buen ritmo la idea que habíamos desarrollado en nuestro guion. En la actualidad y gracias a la tecnología del vídeo digital, la edición la podemos realizar en un ordenador en nuestra casa. Lo primero que deberemos hacer es hacer un buen visionado de todo lo grabado, descartando la toma mala o innecesaria. Y una vez seleccionado el material válido, debemos pasarlo al ordenador, y ya podemos comenzar nuestro montaje.

2.1.3.1. Las diferencias básicas entre la edición no lineal y la lineal

Existen varias diferencias importantes entre ambos protocolos de montaje. Si bien es cierto que la edición lineal ya está prácticamente en desuso si largo

tiempo de vida ha hecho que se instaure una lógica de trabajo y precisa que de alguna u otra sobrevive en el modelo no lineal veamos algunos elementos de interés.

La edición lineal permite trabajar en directo sobre la cinta en los formatos betcam, $\frac{3}{4}$ (u-matic), DVCAM, DVCPRO, digital-S. Aunque algunos de estos formatos sean digitales tiene una diferencia importante: son cintas y por lo tanto el acceso la información es de tipo secuencial y no aleatorio. En este caso la edición se limita elegir fragmentos de una cinta y copiarlos en otra en un orden fijado. Tiene la ventaja de la facilidad para reproducir (emitir) inmediatamente el resultado de la grabación o hacerle rápidos retoques.

La edición no lineal hace todo el procedimiento de manera virtual, manipulando en material (archivos digitales VI, MPEG, ECT) mediante un software especial instalado en el ordenador. Se trata de archivos de video y audio digital, almacenados en un disco duro de acceso rápido.

2.1.4. Estudio de factibilidad

Ramírez (2010) El estudio de factibilidad podrá pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio si se lo realiza dentro de parámetros de alto calidad, de exigencias de emprendedores e inversiones sobre ellos mismos y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de la investigación necesaria a cumplir, para lograr información seria y creíble sobre el proyecto de inversión.

El estudio de factibilidad, tiene 6 grandes pasos a seguir que son:

1. presentación de la idea de negocio
2. organización, control y auditoria del estudio
3. análisis del entorno general
4. análisis del entorno sectorial
5. análisis por áreas funcionales del proyecto
6. decisión de montar la empresa

2.1.4.1. Presentación de la idea de negocio

Un estudio de factibilidad debe iniciar presentando la idea emprendedora anotando si sobre ella se hizo o no un análisis de pre factibilidad, en cuyo después de la presentación, se anexa su resumen ejecutivo.

La idea emprendedora se presenta así:

- Título o nombre del proyecto
- Equipo emprendedor inversor
- Descripción del producto

2.1.4.2. Organización, control y auditoria del estudio de factibilidad

Para conseguir la participación de emprendedores inversores en las empresas operando y las proyectadas, antes que altos beneficios a corto plazo, es menester ofrecer garantías de un manejo transparente de todos los recursos a cargo de los ejecutivos directores de la compañía de un proyecto.

Las garantías de manejo transparente en un proyecto de factibilidad inician en el manejo abierto de la información disponible sobre el proyecto a favor del grupo emprendedor inversor ,a partir de allí se imprime confiabilidad, es decir el proyecto mismo, desde su grupo impulsor, obtiene confianza generándose esta entre cada miembro del grupo unos con otros, disminuyendo estos los costó de transacción personal y de gestión al interior del grupo y hacia el exterior, para convocar nuevos posibles participantes en el proyecto.

2.1.4.3. Análisis del entorno general

La mayoría de los autores en el área de formulación y evaluación de proyectos e inversión, o bien no proponen hacer análisis de entorno general, por considerar que ello es aplicable a empresas en marcha, o bien lo dejan para después de hacer el estudio de las áreas funcionales.

Los administradores de empresas han reconocido ocho fuerzas en el microambiente o entorno general, las cuales de una u otra forma afectan a las

empresas, sea que estén operando o se prevea instalarlas. Por esa situación, con razón, aconsejan la necesidad o importancia de identificarlas en una perspectiva preventiva, en noción estratégica, para mover o dejar quietas a las organizaciones según la dirección ímpetu e influencia de esas fuerzas, las cuales son: económicas, sociales, culturales, geográficas y demográficas, políticas, legales, tecnológicas y por ultimo medioambientales.

2.1.4.4. Influencia del entorno económico

El entorno económico hace referencia a lo que se denomina la macroeconomía, esto es, el estudio de los fenómenos que afectan al conjunto de la economía, incluidos la inflación, el desempleo y el crecimiento de la economía.

El entorno económico tiene un singular sobre las empresas activas y sobre los proyectos de inversión. Al punto de originar el auge o la desaparición de las existentes, impulsando también la creación de empresas o clausurando esta posibilidad. Para medir la influencia del entorno económico sobre su empresa a instalar y planificar la forma como estas deben actuar frente a sus distintas variables, ellas deben ser entendidas para aprender a identificar cuando son una amenaza o una oportunidad para el proyecto.

Las variables macroeconómicas a considerar en función de un proyecto emprendedor son: el producto interno bruto, el ingreso per cápita y salario básico, la tasa de inflación, la tasa de interés, la devaluación, la disponibilidad de crédito, nivel de desempleo, reservas internacionales, impuesto y tamaño de mercado del país donde producirá y venderá, todo en aras de establecer la demanda económica de un mercado.

Bolterf (2005) Es el análisis efectivo de la conveniencia o no de aplicar recursos y en qué condiciones, con las cuantificaciones requeridas, las estrategias y las actividades resultantes, todo ello ordenado en el tiempo.

2.1.5. Estudio de mercado

Urbina (2010) Es la determinación y cuantificación de la oferta y demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Cuyo objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado tomando en cuenta de riesgo.

Miranda (2005) El estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas, que condicionan el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este. Entre ellas podemos mencionar: la tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingresos de la misma, el precio de los bienes competitivos, el precio de los bienes complementarios, el crecimiento de algún renglón estratégico de la economía, las tarifas o subsidios cuando se trata de servicios públicos, los hábitos de consumo, las políticas de gobierno (racionamientos de divisas, tipos de cambio diferenciales, fijación y control de precios, impuestos, medidas de protección para determinados insumos o productos, etc.).

Córdoba (2006) El estudio de mercado es la inversión de la suma importancia por la gran cantidad de información que puede aportar a la investigación. Permite conocer la situación que existe entre la oferta, la demanda y los determinados precios de un bien para saber si existe una demanda potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos.

2.1.5.1. Demanda

Es la cantidad de bienes o servicios requeridos en el mercado para satisfacer una necesidad o deseo, única a las posibilidades de adquirirlo. Los factores que influyen en la demanda son el precio de los bienes o servicios competitivos y las preferencias del consumidor. Desde el punto de vista del consumidor la demanda puede ser directa (cuando el bien o servicio es adquirido por el consumidor final), intermedia (cuando el bien o servicio que se trata es insumo para un bien o servicio final) o complementaria (cuando el

bien o servicio que se trata es insumo para un bien o servicio final) o complementaria (cuando el bien o servicio se complementa con otros productos).

Córdoba (2006) La demanda nos permitirá saber si nuestro producto puede ser aceptado, también hay que tener en mente que aunque exista una falta del producto, puede no existir una necesidad o deseo por parte del mismo mercado, es decir, que no exista un producto o servicio dentro de un mercado definido.

2.1.5.2. Demanda insatisfecha

Urbina (2010) Se llama demanda insatisfecha a las cantidades de un producto que es probable que el mercado consuma en años futuros, sobre las cuales se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

2.1.5.3. Demanda futura

Cordero (2005) Es aquella que se espera obtener mediante la ejecución de planes de mercado de mediano y largo plazo. Precisamente en virtud de la demanda futura se han desarrollado las técnicas para el pronóstico del mercado.

2.1.5.4. La oferta

Restrepo (2006) Se define como la cantidad de un producto o servicio que puede obtenerse en una determinada unidad productiva durante cierto periodo. Está definida como el volumen y grado de adecuación de los recursos físicos, humanos, tecnológicos y de investigación.

Zúñiga (2007) La oferta de un proyecto de manejo y conservación de recursos naturales estada por los bienes y servicios que ofrece el proyecto al mercado

y que los clientes o compradores demandan, o bien que el estado o sus instituciones pagan a nombre de la sociedad.

2.1.4.5. El precio

Urbina (2010) Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Martínez (2006) Es el límite en el cual se puede ubicar la producción ya que cuando el precio es mayor o igual al costo, la oferta puede mantenerse en el mercado, pero cuando el precio es menor, la permanencia de la oferta es dudosa, ya que económicamente no puede justificarse.

2.1.4.6. Comercialización

Uribe (2006) La comercialización comprende las formas de almacenamiento, los medios de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores o clientes, asistencia técnica a los usuarios y los mecanismos de promoción y publicidad.

Los medios de transporte usados, así como el canal de distribución que se maneja, como se dijo anteriormente tiene un impacto directo sobre el precio final del bien o servicio que los consumidores tendrán que pagar. Los canales de distribución pueden ser:

- Productor-consumidor, el cual es el canal más corto, el bien va directamente desde el productor hasta el consumidor final. Productor-minorista-consumidor, donde hay un intermediario para distribuir los productos. Productor-mayorista-minorista-consumidor, este canal contiene dos intermediarios, por lo que el precio se eleva sustancialmente durante este canal de distribución.
- Productor-agente-mayorista-minorista-consumidor, estos canales funcionan cuando las empresas productoras están lejos de los centros

de consumo y tienen que valerse de agentes que den a conocer el producto a los intermediarios mayoristas, donde el canal continúa como en el anterior.

Gittinger (2005) La comercialización se entiende en conjunto de actividades relacionadas con la circulación de los bienes y servicios desde sitios en que producen hasta llegar al consumidor final. El contribuye también a precisar las especificaciones de los bienes que necesita la comunidad y a conocer las preferencias de los consumidores.

2.1.4.7. Segmentación de Mercado

Fred (2005) La segmentación de mercado se utiliza con mucha frecuencia en la implantación de estrategias al menos por tres motivos importantes. En primer lugar, estrategias como el desarrollo de mercados, el desarrollo de productos, la penetración en el mercado y la diversificación requieren el incremento de las ventas por medio de nuevos mercados y productos.

Para poder realizar una segmentación de mercados, la empresa debería considerar como requisitos básicos:

- ✓ Que exista una heterogeneidad en las preferencias de comprar de los individuos y por tanto en sus decisiones o comportamiento
- ✓ Que la empresa pueda adaptar su plan de marketing a cada segmento
- ✓ Que el valor actual esperado al segmentar el mercado sea mayor que la rentabilidad esperada de otras alternativas.
- ✓ Que el beneficio esperado por las ventas al segmento sea mayor que el coste de dirigir una estrategia a ese segmento.

2.1.4.8. Estrategias de segmentación

Lambin (2005) Tras segmentar el mercado, la empresa debe decidir a qué segmentos va a dirigirse en la fase de posicionamiento en los segmentos de mercado. Existen diferentes estrategias comerciales de cobertura del mercado, podemos distinguir tres estrategias principales:

- La estrategia indiferenciada o de cobertura completa. La empresa se dirige a mercado con un único plan de marketing sin preocuparse de las diferencias que puedan existir entre los principales segmentos.
- Estrategias diferenciadas. La empresa se dirige a cada segmento o nicho de mercado con un plan de marketing diferente. Con esta estrategia la empresa busca obtener altos ingresos que superen los costes de atender más de un segmento y una mayor adaptación a la preferencia de los consumidores que desemboque en la fidelidad de los clientes.
- Estrategias concentradas. La empresa elige atender un solo segmento de mercado pretendiendo aumentar así la cuota de mercado.

2.1.5. Estudio técnico

Flores (2006) El estudio técnico sirve para hacer un análisis sobre la factibilidad de producir la cantidad de bienes o servicios necesarios para de esta manera satisfacer la demanda actual, conocer también el tamaño de la planta o local necesario para satisfacer dicha demanda y que herramientas, equipo y en qué forma deben de encontrarse las instalaciones para un desarrollo de actividades óptimo.

Meza (2010) Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado,

pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio.

2.1.5.1. Localización del proyecto

Fernández (2007) Se define la macro localización y micro localización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible.

Rosales (2007) El estudio de localización tiene como propósito seleccionar la ubicación as conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas conduzca hacia el mayor beneficio para los usuarios y la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores condicionantes.

2.1.5.2. Tamaño del proyecto

Miranda (2005) El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

2.1.5.3. Capacidad del proyecto

La forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por unidad de tiempo. Existen también algunas medidas que permiten complementar la apreciación del tamaño del proyecto, pueden ser entre otras; el monto de la inversión asignada del proyecto, el número de puestos de trabajos creados, el área física ocupada, la participación en el mercado o lo niveles de ventas alcanzados, entre otras.

La capacidad del proyecto podemos distinguir tres situaciones:

- Capacidad diseñada: Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.

- Capacidad instalada: corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.
- Capacidad utilizada: Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando.

2.1.5.4. Inversiones

Fernández (2007) Se deben describir y especificar en detalle las construcciones o remodelaciones necesarias para la puesta en marcha del proceso de producción. Se deben incluir las obras de infraestructura, que sean necesarias para la operación del proyecto.

2.1.5.5. Materia prima

Se deben estimar los requerimientos y costos de materia prima para un determinado nivel de producción, cantidades de inventarios, productos en proceso y terminado.

2.1.5.6. Costos de operación y producción

Se deben especificar los requerimientos de mano de obra tanto a nivel operacional, como administrativo y gerencial, gasto de transporte de suministro e insumos etc.

2.1.5.7. Plan de ejecución del proyecto

Se refiere a un programa en que se muestren en detalle todas las actividades necesarias para la construcción y equipamiento, como para la puesta en marcha del proyecto.

2.1.5.8. Ingeniera del proyecto

Durante la etapa de perfil no se suele definir la tecnología optima, sin embargo durante la formulación debe considerarse este problema de manera tal que la definición concreta del proyecto en esa etapa de factibilidad se realice

teniendo la certeza que la tecnología adoptada den los análisis previos de factibilidad sea óptima.

2.1.5.9. La organización

Miranda (2005) Los analistas de empresa parecen estar de acuerdo en el sentido de que uno de los mayores tropiezos que suelen encontrar en las organizaciones tiene su origen en un alto porcentaje en problemas de índoles administrativos. Resulta elemental, entonces, hacer esfuerzos conducente a identificar el modelo administrativos que en mejor forma se amolde a los propósitos de la empresa. Cada proyecto de inversión presenta característica específicas que permiten determinar una estructura organiza coherente con los requerimientos propios de la etapa de ejecución y de las etapa de funcionamiento.

a. Cronograma de realización

Al culminar los diferentes estudios técnicos estaremos en capacidad de elaborar un cronograma de actividades en donde con algunas precisión se señalaran las principales actividades con sus respectivas Fechas de realización.

En este cronograma deberán aparecer entre otras las siguientes actividades:

- Realización de los estudio técnicos y económicos
- Constitución jurídica de la empresa
- Solicitud de permisos a las autoridades
- Negociación y compra de terrenos
- Negociación y comprar de equipos
- Construcción y obras civiles complementarias
- Instalación y montaje
- Puesta en marcha

b. Análisis de costos

Gómez (2012) Consiste en la determinación y distribución de los costos de inversión física y de los de operación del proyecto, en términos totales y unitarios. En la última parte de estudio técnico se debe ejecutar y presentar en el proyecto siguiendo el orden y los parámetros que se detallan a continuación:

A. Costos totales de la inversión física.

1. Costo total de la construcción de obras físicas
2. Costos de equipos y maquinarias. Es la suma de todos los gastos de inversión para la adquisición, transporte y montaje de equipos.
3. Existencias .compute los gastos de acumulación y mantenimiento de las existencia normales de las materias primas.

B. Costo total de la operación

Deben calcularse para los tres niveles de producción, estimados como máximo mínimo y promedio en la operación de la empresa, los siguientes elementos.

1. Costos de mano de obra
2. Costos de materiales
3. Costos de servicios
4. Depreciación

C. Costos unitarios

Para cada uno de los niveles de producción estimados como máximo mínimo y promedio, deberá presentarse el cálculo de los respectivos costos unitarios desglosados en las misma partes en que se haya distribuido el costo total, teniendo en cuenta los siguientes los costos

unitarios básicos, los costos unitarios mínimos y la clasificación de los rubros en fijos y variables.

2.1.6. Estudio económico financiero

Pérez (2011) Se entiende el estudio de los ingresos, costos y rentabilidad de empresas individuales considerando todos los factores de producción como pagados a precios corrientes de mercado.

Es el instrumento fundamental que permite determinar la capacidad financiera de la empresa para llevar delante de un proyecto. La proyección financiera, también llamada flujo de caja o cash-flow, permitirá verificar si la empresa es capaz de generar los fondos requeridos para llevar a cabo el proyecto.

Miragem (2006) El estudio económico puede realizarse desde dos puntos de vista distintos: el económico que estudia la relación entre ingresos y costes, y el financiero que analiza la relación entre costes, y el financiamiento, que analiza la relación entre cobros y pagos.

El presupuesto de explotación o estudio económico pretende reflejar la previsión del resultado del funcionamiento de proyecto a lo largo de su vida útil. Básicamente, consiste en las siguientes determinaciones:

- Coste de funcionamiento del proyecto en cuestión
- Coste unitario del producto o de los servicios generales
- Estimación de la rentabilidad

2.1.6.1. Inversiones

León (2005) La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, también la podemos definir como la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la

producción a futuro. Por otro lado, también se dice que "es gastar dinero con la esperanza de obtener utilidades".

2.1.6.2. Determinación de los coste

Brusola (2005) Los costes se pueden calcular globalmente para el sistema productivo diseñado o específicamente, por secciones o productos tanto unos como otros podrán referirse al ejercicio económico anual como a cualquier otra unidad de tiempo.

2.1.6.3. Determinación de los costes totales anuales por naturaleza

Quizás sea este método, que computa los costes por naturaleza previstos durante un año, el más sencillo. Para ello, será necesario determinar todos los costes previstos según naturaleza durante la fase de explotación o de utilización del proyecto, decir todos aquellos costes afectados según la siguiente relación.

- costes de los materiales
- coste de trabajo personal
- sueldos, salarios y cotes accesorios
- remuneración del empresario
- seguros personales
- costes por utilización de equipos e instalación

2.1.6.4. Estados financieros Pro-forma

Sosa (2010) El objetivo de la planeación financiera es comprender y proyectar su futuro financiero. Las proyecciones financieras se utilizan para evaluar y pronosticar los planes de negocios, para estimar las necesidades financieras futuras y para establecer presupuestos internos de operación. La creación de estados financieros proforma es una manera estándar de pronosticar el futuro financiero e una empresa (una proforma es simplemente una proyección. Por

ejemplo un balance general proforma proyecta los activos y pasivos al final de un periodo futuro.)

2.1.6.5. Financiamiento

Morales (2005) Es la obtención de recursos financieros que requiere la empresa para poder realizar sus operaciones cotidianas o de crecimiento a largo plazo. Para financiarse, las empresas obtienen este recurso de las diversas fuentes de financiamiento que conforman lo que se conoce como estructura capital, estas fuentes de financiamiento aportan los recursos requeridos, y con ello se genera el costo del financiamiento, de acuerdo con la combinación de las fuentes de financiamiento.

En la estructura de capital se deben tomar en consideración varios factores que nos permitan establecer la mejor combinación de financiamiento que cumpla con las necesidades de cada empresa entre los factores que se deben considerar para realizar una selección de las distintas fuentes de financiamiento se encuentra los siguientes:

- El destino de los recursos
- El plazo por el que se utilizan los recursos
- La tasa de interés que causara el financiamiento
- Las garantías exigidas
- La injerencia en la administración de la empresa
- La capacidad de la empresa para generar los recursos que permitan amortizar el crédito.

León (2005) En este aspecto se debe mostrar un resumen ordenado en un cuadro, las fuentes de los recursos financieros que se utilizaran y su distribución en los diversos usos que comprenden el proyecto o, en otras palabras, el orden y el destinado de los recursos.

2.1.6.6. Evaluación financiera

La demostración de la viabilidad financiera del proyecto y el examen de su sensibilidad a las probables variaciones de las magnitudes que conforman su planteamiento básico se ha con instrumentos de análisis financieros que el documento del proyecto debe presentar.

Como instrumentos de análisis financiero se utilizan los indicadores siguientes:

- Puntos de nivelación de ingresos y gastos
- Análisis del movimiento de cajas, presentado en el cuadro de fuentes y usos actualizados financieramente para calcular :
 - a) La tasa interna de retorno
 - b) El valor neto actualizado
 - c) Indicadores contables de acuerdo a la naturaleza del proyecto
 - P.E. periodo de recuperación de la inversión.

2.1.6.7. Indicadores financieros

Baena (2010) Una razón financiera es una operación matemática entre dos cantidades tomadas de los estados financieros (balance general y el estado de resultados) y otros informes y datos complementarios. Se realiza para llevar a cabo un estudio o análisis de cómo se encuentran las finanzas de la empresa; también pueden ser usadas como indicadores de gestión.

Los indicadores financieros se clasifican en:

2.1.6.8. Indicadores de liquidez

Determina la capacidad que tiene la empresa para responder por las obligaciones contraídas a corto plazo; esto quiere decir que se puede establecer la facilidad de la empresa compañía y organización para cubrir sus pasivos de corto plazo, con la conversión en efectivo de sus activos, de igual forma los corrientes o a corto plazo.

- **Indicadores de actividad:** Tratan de medir la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos, según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos. Constituyen un importante complemento de las razones de liquidez; debido que miden la duración del ciclo productivo y del periodo de cartera.
- **Indicadores de endeudamiento:** Tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.
- **Indicadores de rentabilidad:** Miden la efectividad de la administración de la empresa para controlar costos y gastos, transformando así las ventas en utilidades. Estos indicadores son un instrumento que permite al inversionista analizar la forma como se generan los retornos de los valores invertidos en la empresa, mediante la rentabilidad del patrimonio y la rentabilidad del activo.

2.1.6.9. Indicadores económicos

Sotelo (2005) Toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo para el análisis de la viabilidad de nuestro proyecto. Los indicadores económicos con los que se cuentan son el valor presente neto (VPN), la tasa interna de rendimiento y la recuperación de la inversión

Numeramos por tanto como problemas de cualquier economía moderna los tres siguientes:

- La inflación
- El desempleo
- El crecimiento económico

a. La inflación

Se la define como un crecimiento en el nivel general de precios. Dada la importancia que este dato tiene sobre el nivel de vida y la producción, se convierte en una información fundamental a la hora de toma de decisiones. Señalaremos a continuación los dos índices principales para el cálculo de la variación en los precios, que son: el índice de precio de consumo (IPC) y el deflactor de PIB.

- **EL índice de precio de consumo (IPC).** Es un índice de precios que muestra la evolución del coste de una cesta de compra típica de una familia media representativa de la economía del país. Tiene como objetivo medir la evolución del nivel de precios de los bienes y servicios.
- **Deflactor del PIB** Es un indicador de la inflación alternativo al IPC, que se diferencia de este en que el deflactor incluye todos los bienes y servicios componentes de la demanda final de la economía. Muestra el IPC incluye solo una cesta representativa de bienes y servicios.

b. Tasa de desempleo

Se refiere a la no utilización de todos los factores de producción disponibles en la economía, es decir, tanto del factor recursos naturales como el factor trabajo, como el factor capital.

c. Tasa de crecimiento

Recogerá la variación porcentual en la producción de bienes y servicios, dentro del territorio nacional (si calculamos con el PIB), o bien, obtenidos por los residentes de un país (si lo calculamos con el PNB) durante un periodo de tiempo. Esta tasa se calcula a partir de la magnitud de producción valorada en términos reales. "Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial

Los criterios de decisión de la TIR son:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, aceptar el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, rechazar el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa gane por lo menos su rendimiento requerido. Este resultado debe aumentar el valor de mercado de la empresa, al igual que en el valor presente neto.

2.1.7. Fundamentación legal

**LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN
RESUELVE:
EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACIÓN DE LA LEY DE PROPIEDAD
INTELLECTUAL**

Título Preliminar

Art. 1.- El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos;
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a. Las invenciones;
 - b. Los dibujos y modelos industriales;
 - c. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales
 - f. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g. Los nombres comerciales;
 - h. Las indicaciones geográficas; e,
 - i. Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

Art. 2.- Los derechos conferidos por esta Ley se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador.

Art. 3.- El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el organismo administrativo competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la presente Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

**ESTATUTO DE LA ENTIDAD DE GESTION DE DRECHOS DE LOS
PRODUCTORES AUDIVISUALES (EGEDA – ECUADOR)
SECCION PRIMERA
DE LA SOCIEDAD
TITULO**

DENOMINACION, OBJETO, DURACION, DOMICILIO

Art. 1.-Denominación.- La sociedad de gestión colectiva EGEDA – ECUADOR, es una entidad de gestión de derechos de los productores audiovisuales, sin fines de lucro, con personería jurídica propia, de derechos privado, que se rige por la ley de propiedad intelectual publicada en el registro oficial 320 del 19 de mayo de 1998; el reglamento a la ley publicado en el registro oficial 12º del 1 de febrero de 1999: Decisión 351 de acuerdo de Cartagena el título XXIX del libro primero del código civil; por el presente estatuto; por los reglamentos internos; y todas aquellas disposiciones legales que le lucre aplicables.

Art. 2.-Objetivo.- Constituye objeto y fin de primordial de la sociedad de gestión colectiva EGEDA – ECUADOR ,la gestión, representación, protección y defensa de los intereses y derechos de los productores de obras y grabaciones audiovisuales, así como de sus derecho habitantes, antes personas , sociedad y organización públicas y probadas, tanto ecuatorianas, como los terceros países. En especial, el objeto de la asociación y la gestión y protección de los derechos de propiedad intelectual que los productores de obras y grabaciones audiovisuales corresponden como consecuencia de:

- a) La comunicación pública de obras y grabaciones audiovisuales.
- b) La retransmisión integra, inalterada y simultanea de obras y grabaciones audiovisuales, emitidas o trasmitidas por terceros emisores o transmisores, con posteriores distribuciones a receptores individuales o colectivos mediante señal difundida en forma inalámbrica o bien cuando dicha señal es transmitida por hilo, cable. Fibra óptica otro procedimiento análogo.

- c) La remuneración que , de acuerdo con las tarifas establecidas por la sociedad de gestión colectiva EGEDA – ECUADOR, publicaciones en el registro oficial, por disposición de la dirección nacional de derecho de autor y conexos, deben abonar los usuarios de grabaciones audiovisuales que utilicen para los actos de comunicación pública.
- d) La reproducción de grabaciones audiovisuales, o de fragmentos secuencias de las mismas o de las partes o capítulos de que consten, en soportes multimedia, es decir aquellos soportes.

CAPITULO N° III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos

3.1.1. Materiales

- Computadora portátil hp
- Lapiceros y lápices
- Borrador
- Mouse
- Calculadora
- Cuaderno
- Tesis de grado
- Libros relacionados al tema de investigación.
- Impresora
- Papelería
- Memorias USB
- Internet
- CD'S

3.1.2. Métodos utilizados en la investigación

A fin de desarrollar nuestro tema de investigación se considerado aplicables los siguientes métodos: inductivo, deductivo, y el analítico.

3.1.2.1. Método inductivo

Este método permitirá comprobar o descartar las hipótesis planteadas a través de la encuesta que se realizará a los habitantes del cantón Quevedo.

3.1.2.2. Método deductivo

Es un procedimiento de desarrollo real de los conocimientos sobre los procesos, su comportamiento y sus interacciones. Este proceso que va lo general a lo particular.

Por medio de este método, se clasifico y organizo la información obtenida en la investigación con el propósito de realizar un estudio profundo de factibilidad para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo.

3.1.2.3. Método analítico

Se procederá a revisar ordenadamente cada uno de los indicadores que permitieron la formulación de las hipótesis y que engloban al marco teórico, conjuntamente con la información se obtendrá a través del método inductivo para determinar las conclusiones con respecto a los gustos y preferencias que permitirán conocer la viabilidad del estudio de factibilidad de la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Descriptiva

Se utilizó este tipo de investigación para describir la situación actual del mercado, así como las costumbres y actitudes de los posibles clientes potenciales.

3.2.2. Exploratoria

Con este tipo de investigación permitió conocer los intereses, comportamiento, gustos y preferencia, Cualidades y necesidades de la población específica con la finalidad de analizar los datos y obtener información para comprobar que tan viable es la idea de crear el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. No Experimental

En este tipo de diseño de investigación se utilizó para cumplir los objetivos planteados y comprobar las hipótesis planteadas de dicha investigación.

3.3.2. Encuesta

Esta Técnica permitió obtener datos de los clientes con respecto a sus gustos y preferencias con respecto a la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo año 2014. Se realizó la encuesta a la población comprendida en 15 a 49 años de edad.

3.3.3. Tipos de preguntas utilizadas

a) Cerradas

Son preguntas en las que sólo se permite contestar mediante una serie cerrada de alternativas, que por lo general son de sí o no. Estas preguntas se utilizaron para conocer si los clientes estarían de acuerdo o no con la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo.

b) Opción Múltiple

Forma de evaluación por la cual se solicita a los encuestados o examinados seleccionar una o varias de las opciones de una lista de respuestas.

Este tipo de preguntas se utilizaron para conocer el precio, y gustos y preferencia, Cualidades y necesidades que le agradan a los encuestados para determinar si es factible dicho proyecto.

3.3.4. Instrumentos

Cuaderno de Notas: Registro de los hechos reservados.

Cámara Fotográfica: Máquina para visualizar imágenes o hechos reales para avivar la memoria visual y reconstruir los hechos.

3.3.5. Fuentes de la investigación

3.3.5.1. Fuentes primarias

Con este tipo de información se proporcionó datos principales a nuestra investigación la misma que se obtuvo mediante las encuestas realizadas a la población del cantón Quevedo, para conocer el nivel de aceptación del servicio que brindará el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

3.3.5.2. Fuentes secundarias

Se obtuvo a través de datos estadísticos del INEC, utilizaron datos e información de fuentes bibliográficas tales como: textos, folletos, revistas y en internet.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Según los datos estadístico proporcionados por el instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) del 2010, se tomó como base la edades comprendida entre 15 a 64 años, teniendo una población activa de 107.834 personas y para obtener la PEA 2014 se realizó una proyección tomando como referencia la tasa poblacional 2,41%.

Proyección de la población

Datos

Pob₂₀₁₄= Población en el año 2014

X₂₀₁₀= Población en el año 2010

T = Tasa de crecimiento de la población

t₁= Tiempo inicial

t₂= Tiempo final

Población año 2014

Datos

Pob₂₀₁₄= ?

X₂₀₁₀= 307.384 personas

T = 2,41 %

t₁= 2010

t₂= 2014

Formula:

$$\text{Pob. 2014} = X_{2010} * (1+T)^{t_2 - t_1}$$

$$\text{Pob. 2014} = 307.384 * (1 + 0,00241)^{2014 - 2010}$$

$$\text{Pob. 2014} = 307.384 * (1 + 0,00241)^4$$

$$\text{Pob. 2014} = 338.064 \text{ Personas}$$

3.4.1.1. Muestra

Para obtener el tamaño de la muestra de la población objetiva del cantón Quevedo se utilizó la fórmula de muestra poblacional simple la cual obtendremos cuantas personas deben ser encuestadas en cantón Quevedo tomando como universo objetivo poblacional comprendida entre 15 a 64 años de edad cuya población proyectada del 2014 es 338.064 personas.

Cálculo de la muestra:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo Objetivo

E= Error de muestreo (0,05)

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

Cálculo de muestra poblacional para encuestar

Población a encuestar

$$n = \frac{338.064}{(0,05)^2(338.064 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{338.064}{0,0025(338.064)}$$

$$n = \frac{338.064}{846.16}$$

$$n = 399 \text{ Personas}$$

3.4.1.2. Análisis e Interpretación de Resultados

Una vez aplicada la encuesta se procedió tabular los datos de forma manual, que por lo consiguiente se ingresó los datos obtenidos de las encuesta para de esta forma realizar las respectiva tabulación e interpretación de los datos arrojados en las encuestas aplicadas a los habitantes del cantón de Quevedo.

(Ver Tablas de Estadísticas y Análisis en resultados)

3.4.1.3. Construcción del Informe de la Investigación

Una vez tabulados las tablas estadísticas con sus respectivos análisis se procede a la hacer las respectivas recomendaciones y conclusiones del proyecto.

CAPITULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis y resultados de las encuestas

A continuación se muestran los datos tabulados de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Quevedo.

1. ¿A usted le gustaría que existiera en el cantón Quevedo un estudio de grabación y producción de videos para todo tipo de actos sociales?

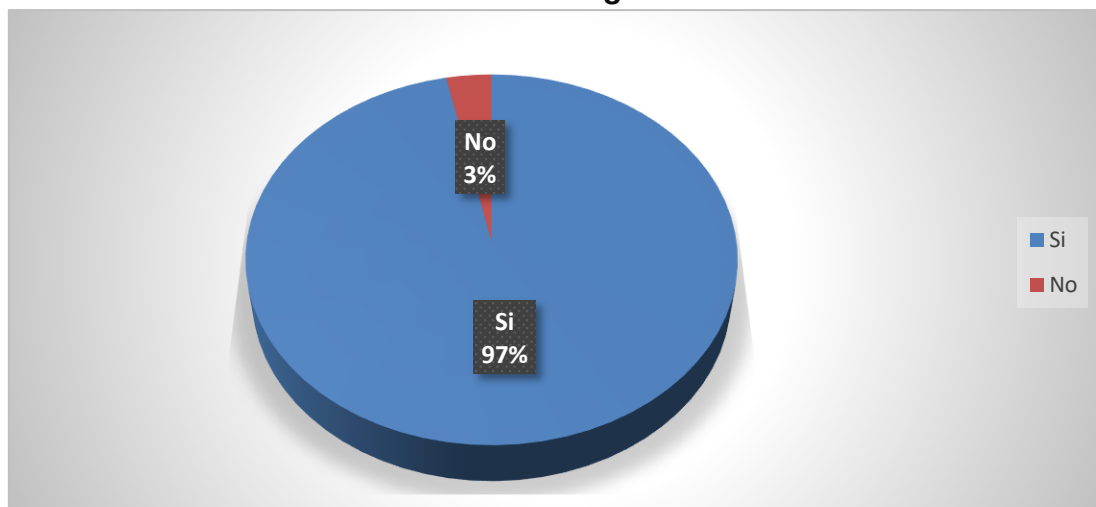
Cuadro 1. Existencia de un estudio de grabación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	386	97%
No	13	3%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: Autora

Grafico 1. Existencia de un estudio de grabación.



Análisis de datos

Se observa en el grafico numero 1 los habitantes encuestados de 15 a 64 años de edad del canton Quevedo con una poblacion proyectada del 2014 de 338.064 habitantes, dieron a conocer que el 97% si les gustaria que existiera este tipo de estudio mientras que el 3% dio a conocer que no les gusta por que simplemente no les llama la atencion.

2. ¿A usted le gustaría adquirir el servicio para la realización de videos para algún evento social?

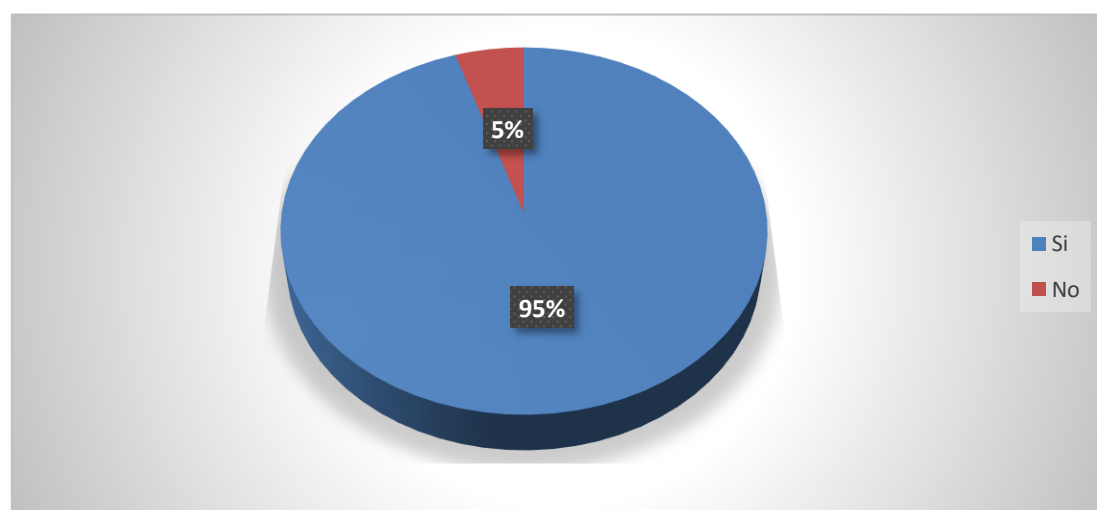
Cuadro 2. Adquisición del servicio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	379	95%
No	20	5%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 2. Adquisición del servicio.



Análisis de datos

Se observa que la mayoría de los habitantes del cantón Quevedo con un 95% si le gustaría adquirir el servicio de editar videos de alta definición para algún evento social, es decir que el servicio es aceptable por la ciudadanía, mientras que el 5% no le gustaría.

3. ¿Conoce Ud. si existe un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales?

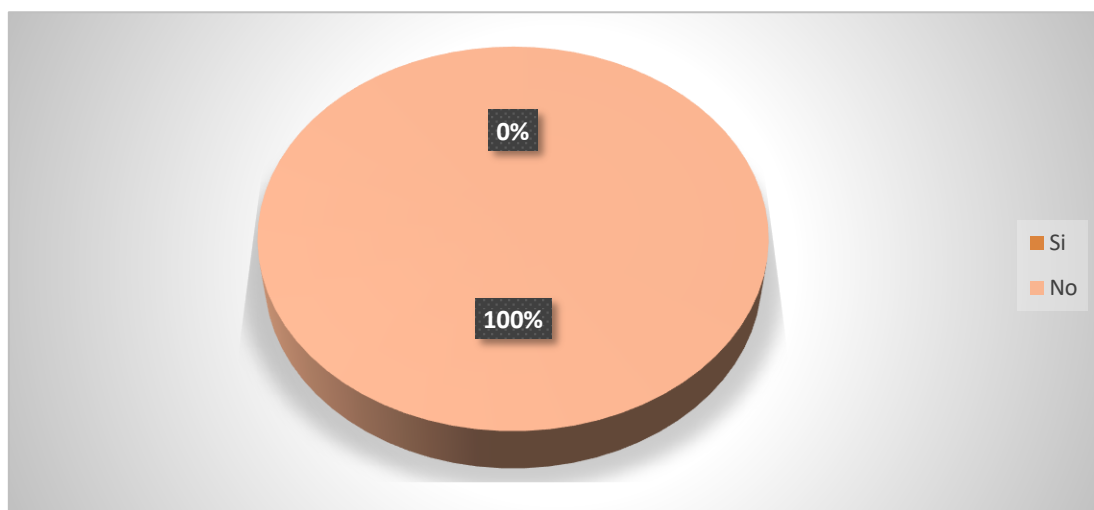
Cuadro 3. Conocimiento de un estudio de grabación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	399	100%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 3. Conocimiento de un estudio de grabación.



Análisis de datos

En el grafico numero 3 se observa con un 100 % que la poblacion encuestada entre 15 a 64 años de edad del canton Quevedo no conoce este tipo de estudio de grabacion y produccion de videos para eventos sociales dando a conocer que podria tener una buena aceptacion al mercado.

4. ¿Qué nombre le gustaría que llevara el estudio de grabación y producción de video para eventos sociales?

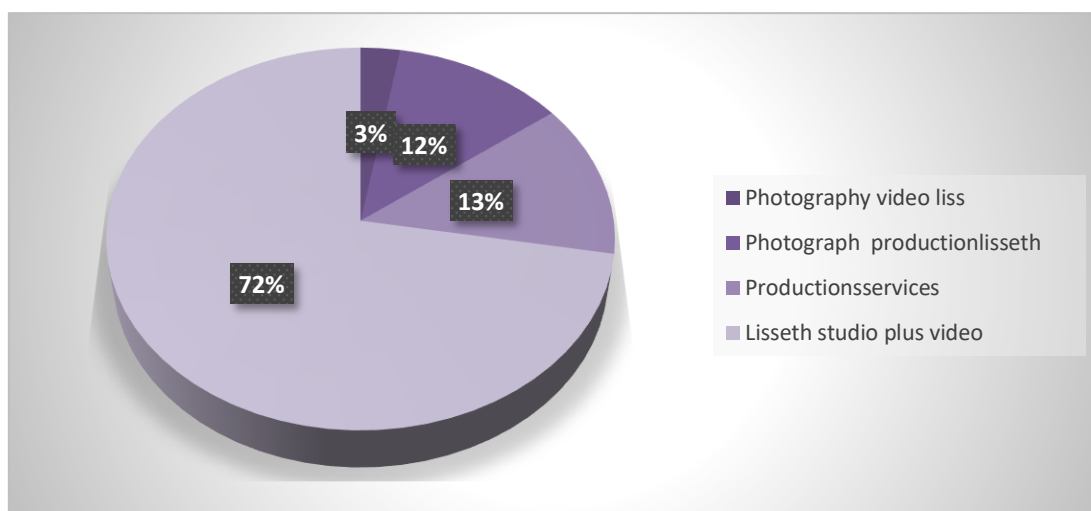
Cuadro 4. Tipos de nombres para el estudio de grabación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Photography video liss	11	3%
Photograph production lisseth	48	12%
Production services	52	13%
Lisseth studio plus video	289	72%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 4. Tipos de nombres para el estudio de grabación.



Análisis de datos

Se observa que el grafico número 4 los habitantes del cantón Quevedo prefieren el nombre de Lisseth studio plus videos con un 73% por qué les parece más atractivo en cambio con el 2 % production services, con el 12% photograph produccion lisseth, y con el 13% photography videos liss no les parece muy agradable el nombre para el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

5. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por la realización de un video?

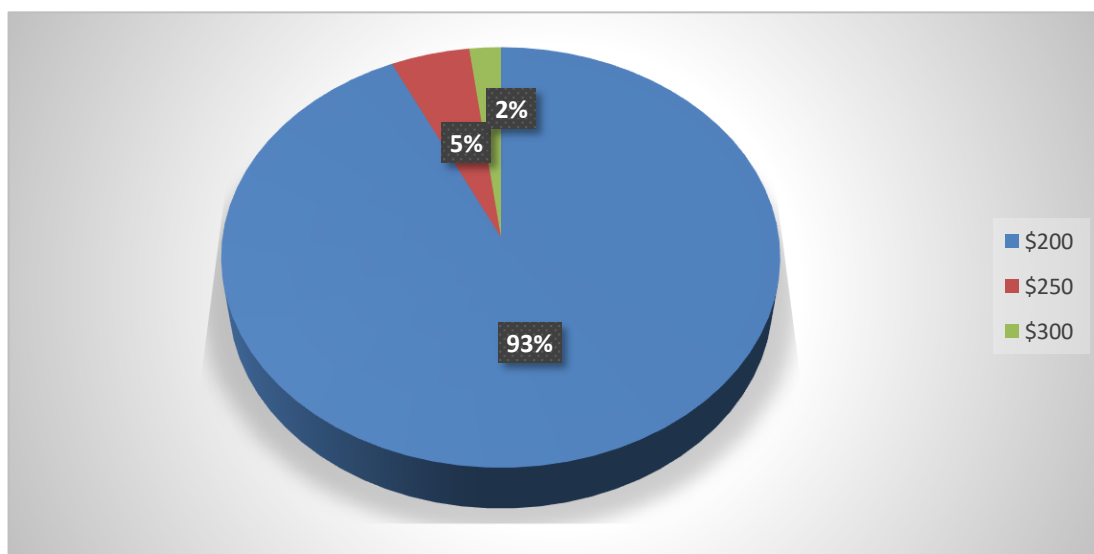
Cuadro 5. Preferencia del precio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$200	370	93%
\$250	20	5%
\$300	9	2%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 5. Preferencia del precio.



Análisis de datos

En la pregunta número 5 optaron con un 93 % pagar \$200 por la realización de videos para cualquier evento social, mientras que con un resultado de 5% pagarían \$250 y con 2% pagarían \$350.

6. ¿Qué servicios le gustaría que se ofrezcan en el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales?

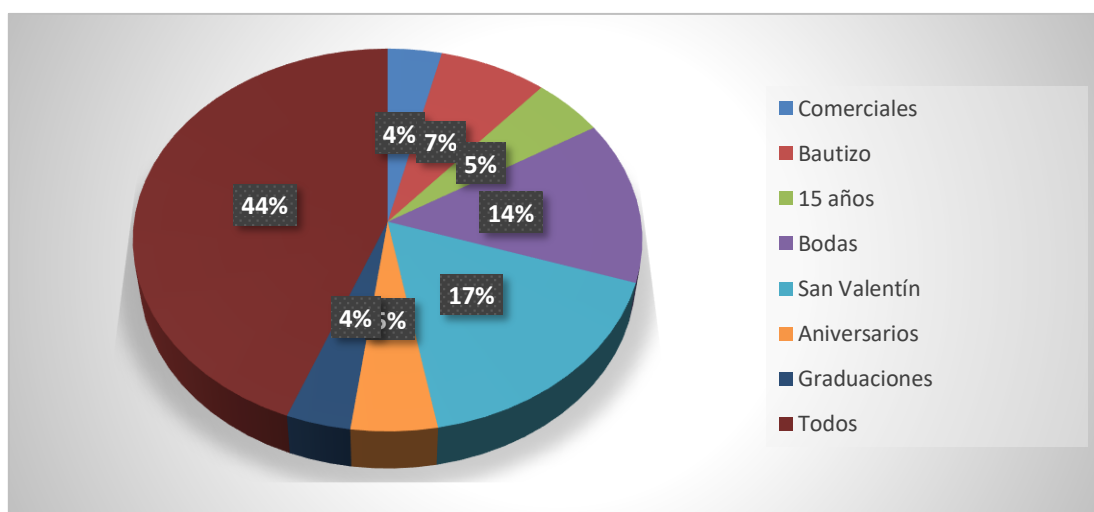
Cuadro 6. Servicios a ofrecer.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Comerciales	15	4%
Bautizo	30	7%
15 años	20	5%
Bodas	55	14%
San Valentín	68	17%
Aniversarios	20	5%
Graduaciones	15	4%
Todos	176	44%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 6. Servicios a ofrecer.



Análisis de datos

Se Observa que en el grafico número 6 que prefieren que se ofrezcan todos los servicios con 44%, en cambio con 4% comerciales, bautizo con 7%, 15 años con 5%, bodas con un 14%, san Valentín con un 17%, aniversarios con 5%, y por ultimo graduaciones con un 4%.

7. ¿Considera usted que las fotografías deberían obtener una mejora previa antes de la realización de un video?

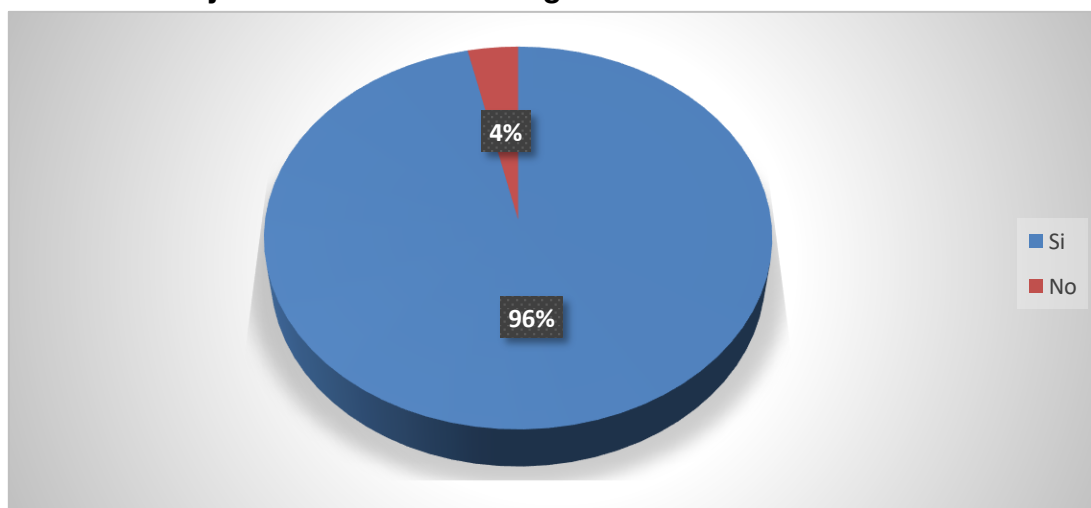
Cuadro 7. Mejoramiento de las fotografías.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	385	96%
No	14	4%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 7. Mejoramiento de las fotografías.



Análisis de datos

Se observó en el gráfico número 7 con el 96%, prefieren que las fotografías obtengan una mejora previa antes de la realización de un video porque de estas maneras las fotografías tuvieran una mejor resolución y poder corregir cualquier defecto mientras que el 4% considera que no es necesario.

8. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por una sección fotográfica para cualquier evento social?

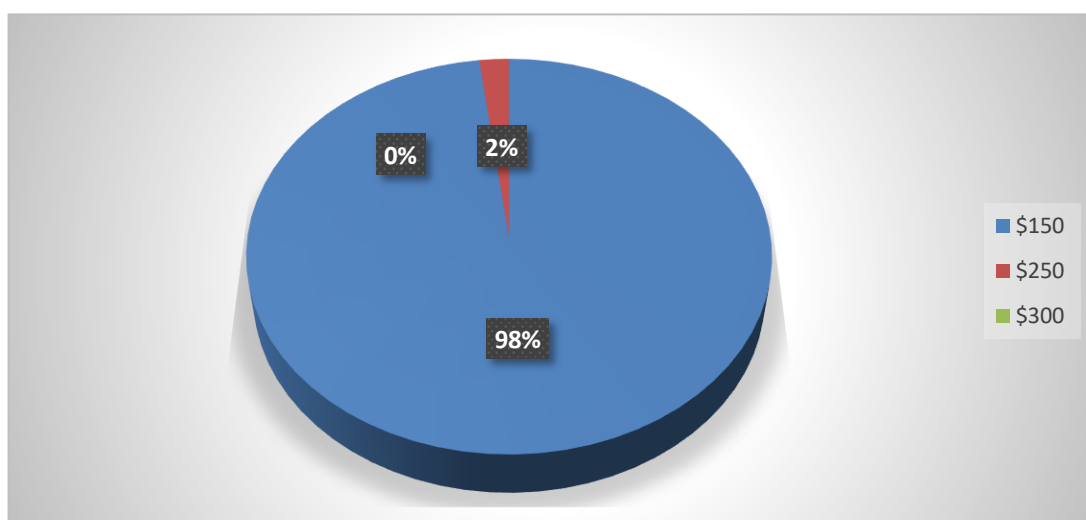
Cuadro 8. Preferencia del precio sección fotográfica.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 150	391	98%
\$ 250	8	2.0%
\$ 300	0	0%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 8. Preferencia del precio sección fotográfica.



Análisis de datos

Mediante la técnica aplicada se estableció que el 98% de la población estaría dispuesto a pagar por una sección fotográfica el valor de \$150 para cualquier evento social mientras que el 2 % \$250 y el 0% 300.

9. ¿Qué slogan le gustaría que tenga el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales?

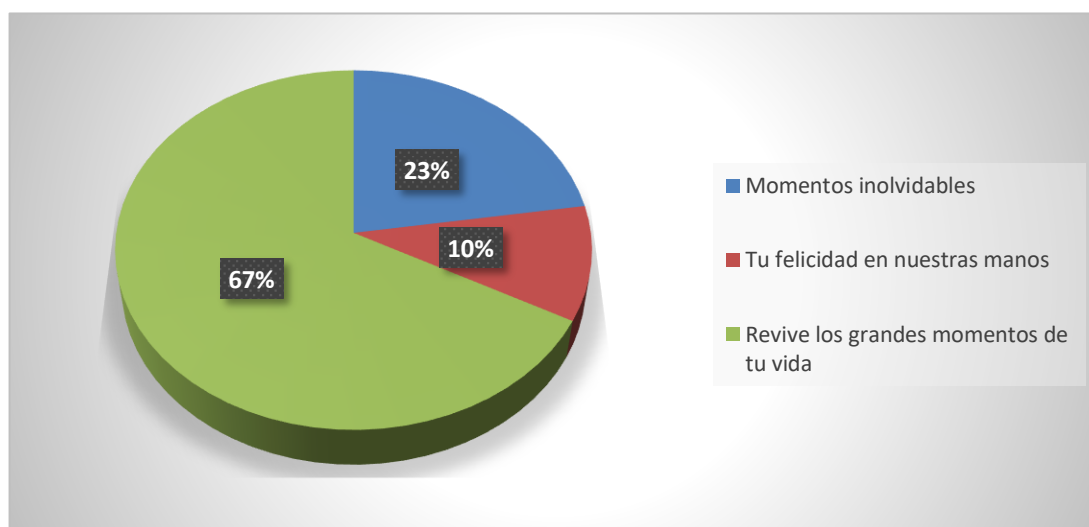
Cuadro 9. Tipos de slogan.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Momentos inolvidables	90	23%
Tu felicidad en nuestras manos	41	10%
Revive los grandes momentos de tu vida	268	67%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 9. Tipos de slogan.



Análisis de datos

Mediante la encuestas realizada se observar con un 67% que el slogan que le gustaría que el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, es de revive los grandes momentos de tu vida, con un 23% Momentos inolvidables, con un 10% tu felicidad en nuestras manos.

10. ¿Le gustaría que los videos contengan transiciones y efectos a cada fotografía?

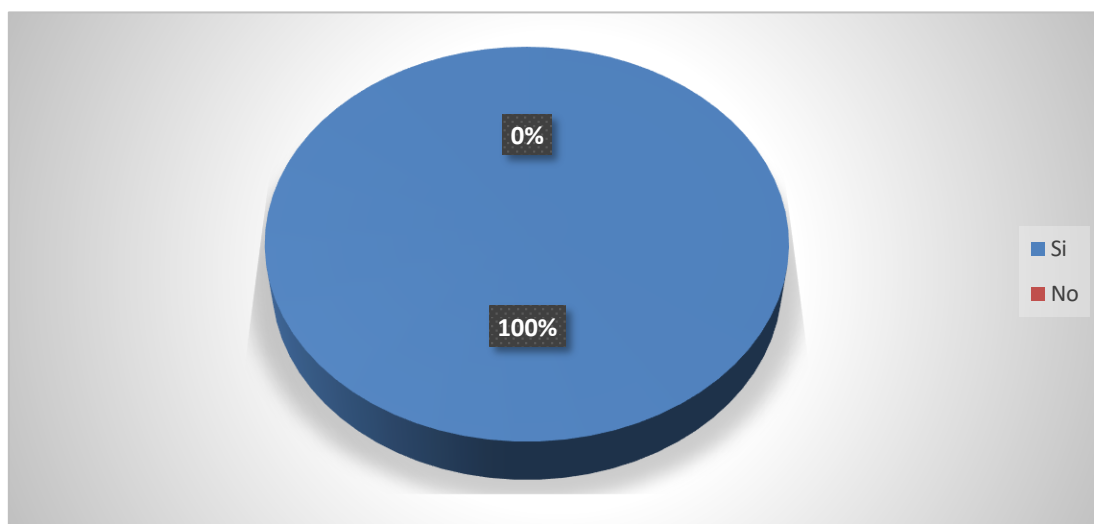
Cuadro 10. Preferencia de transiciones y efectos a cada fotografía.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	399	100%
No	0	0%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 10. Preferencia de transiciones y efectos a cada fotografía.



Análisis de datos

Se observa en el grafico número 10 con un 100% que si les gustaría que los videos contengan transiciones y efectos en sus fotografías ya que les parece más creativo y da una nueva visión a las fotos de sus videos en el momento de la reproducir.

11. ¿A usted qué tiempo le gustaría que durare un video?

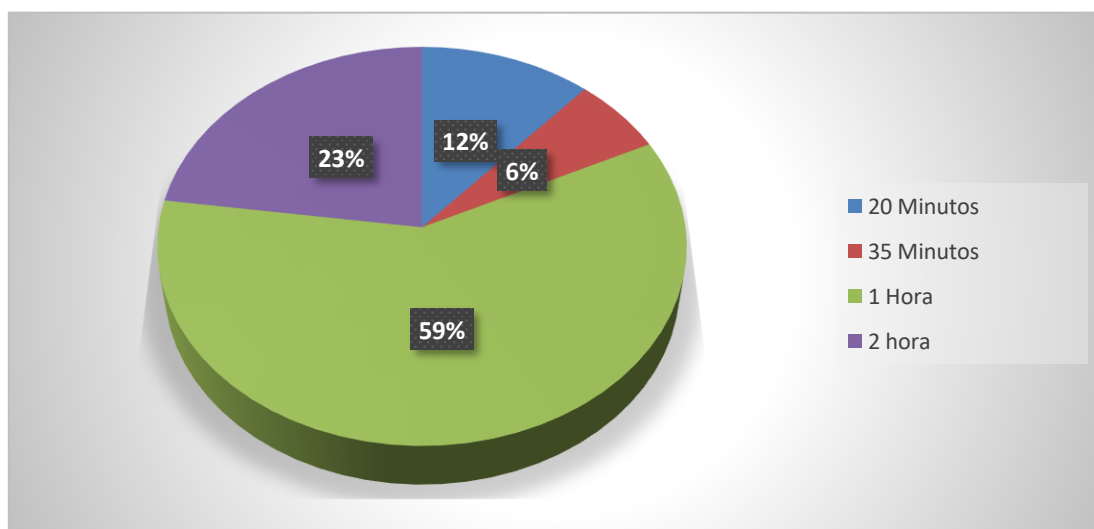
Cuadro 11. Duración de un video.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
20 Minutos	46	12%
35 Minutos	25	6%
1 Hora	237	59%
2 hora	91	23%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 11. Duración de un video.



Análisis de datos

Mediante la encuestas realizada se pudo observar en el grafico número 11 con un 59% que le gustaría 1 hora duración de un videos mientras que el 23% 2 horas y 35 minutos con un 6% y por ultimo con un 12 % 20 minutos.

12. ¿Considera usted que en la realización de un video debería contener música de fondo?

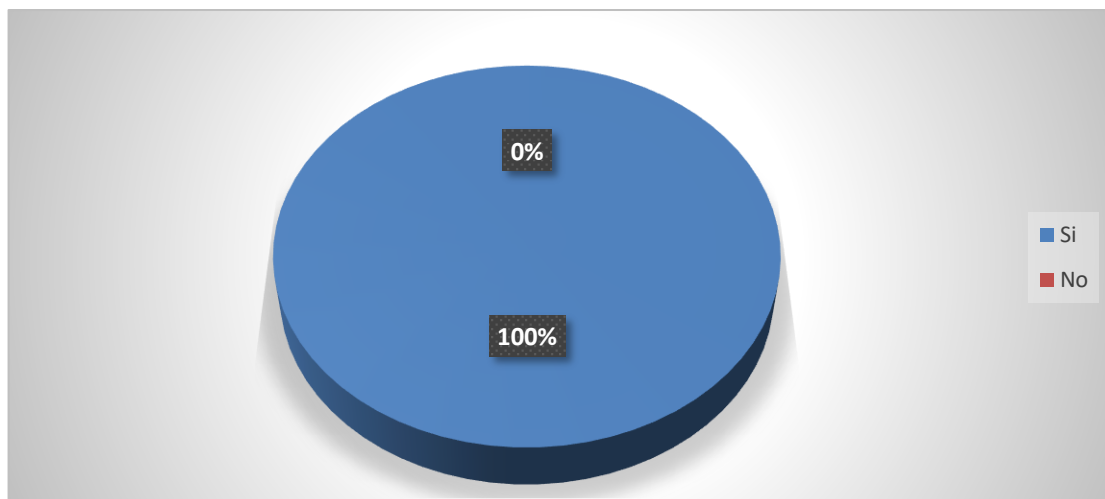
Cuadro 12. Musicalización de los videos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	399	100%
No	0	0%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 12. Musicalización de los videos.



Análisis de datos

En el grafico número 12 se observa con un 100 % que los habitantes de del cantón Quevedo considera que para la realización de un video es de gran importancia la música de fondo para de esta manera la reproducción de un video sea más entretenida.

13. ¿Para actos de índole familiar que tipos de música le gustaría que tenga un video en su edición?

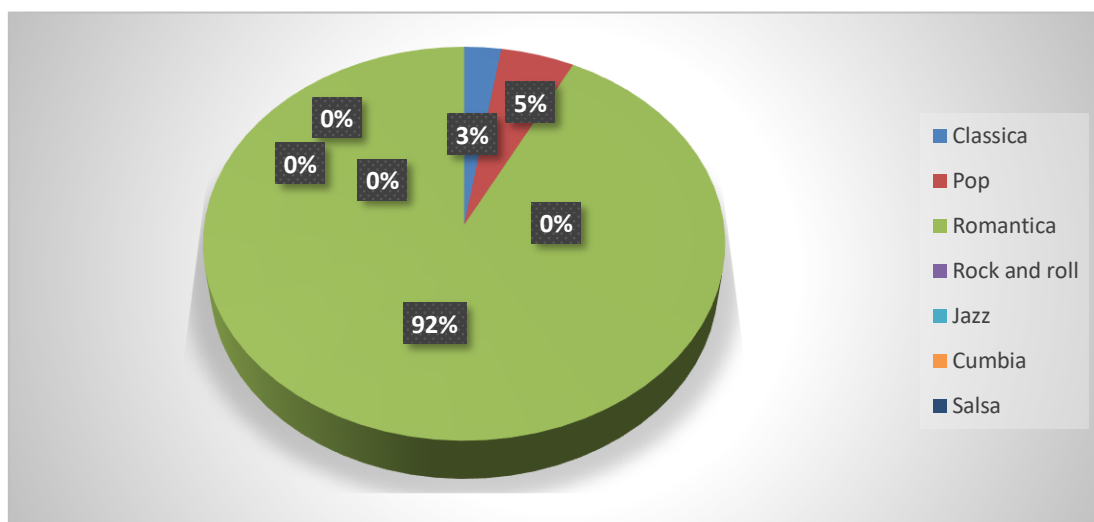
Cuadro 13. Preferencia de tipos de música.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Classica	10	3%
Pop	20	5%
Romantica	369	92%
Rock and roll	0	0%
Jazz	0	0%
Cumbia	0	0%
Salsa	0	0%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 13. Preferencia de tipos de música.



14. Considera usted que las fotografías debería contener diseños o sticker en la creación de un video?

Análisis de datos

Mediante la encuestas realizada se observar en el grafico número 13 con un 92% prefieren música románticas que contenga un video de índole familiar al momento de su reproducción mientras con un 5 % música pop, clásica un 3% y las otras alternativas tales como : Romántica, Rock and roll, Jazz, Cumbia ,Salsa con un 0%.

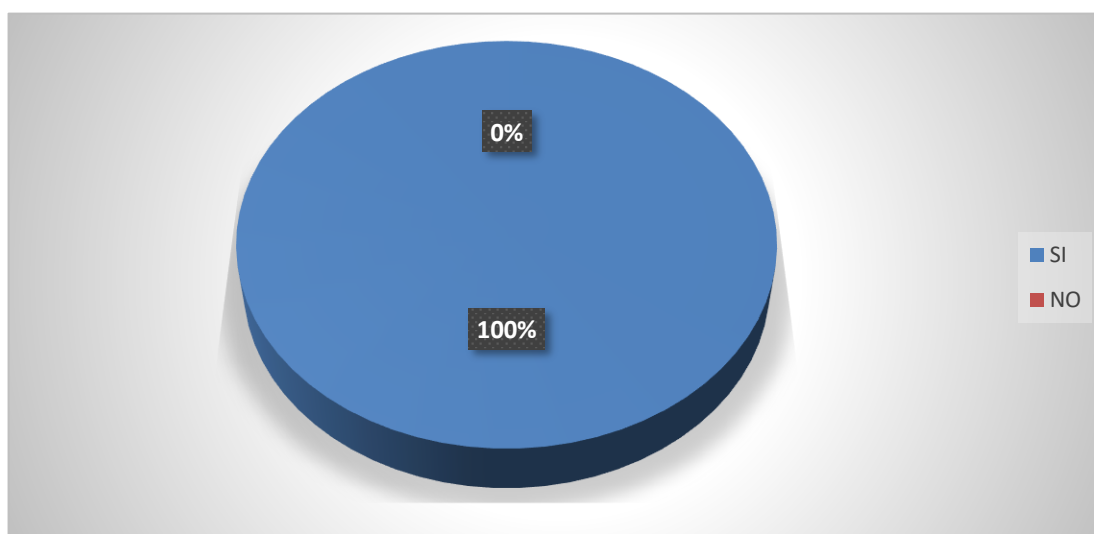
Cuadro 14. Preferencia de un video.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	399	100%
NO	0	0%
TOTAL	399	100%

Elaborado por: Lisseth Maria Requena Anchundia

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Grafico 14. Preferencia de un video.



Análisis de datos

Mediante la técnica aplicada se estableció que el 100% está de acuerdo que la fotografía en los videos contenga stickers al momento de la edición en cuanto a sus colores y estilo se refiere, mientras que el 0% expuso que no son necesarios en un video.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
2 Segundos	385	97%
4 Segundos	9	2%

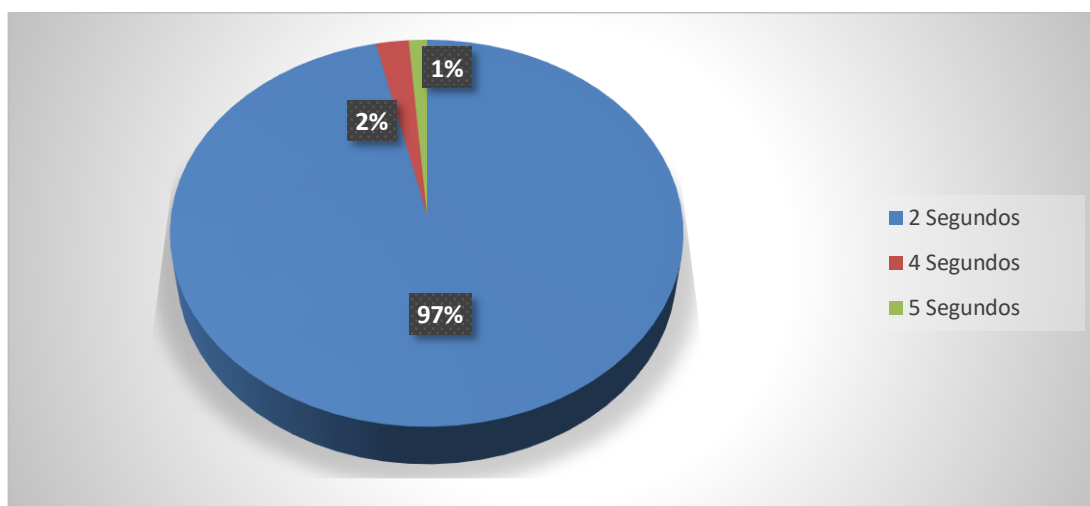
5 Segundos	5	1%
TOTAL	399	100%

15. ¿Qué tiempo le gustaría a usted que permanezca una fotografía en un video para un evento social?

Cuadro 15. Tiempo de duración de la fotografía.

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo
Elaborado por: La Autora

Grafico 15. Tiempo de duración de la fotografía.



Análisis de datos

Se observa en el grafico número 15 con un 97% prefieren 2 segundos que las fotografías permanezcan en el transcurso de su reproducción, mientras que con un 2% 4 segundos y por ultimo 5 segundos con un 1%.

16. ¿Qué tipo de fondo le gustaría que contenga el video al momento editar?

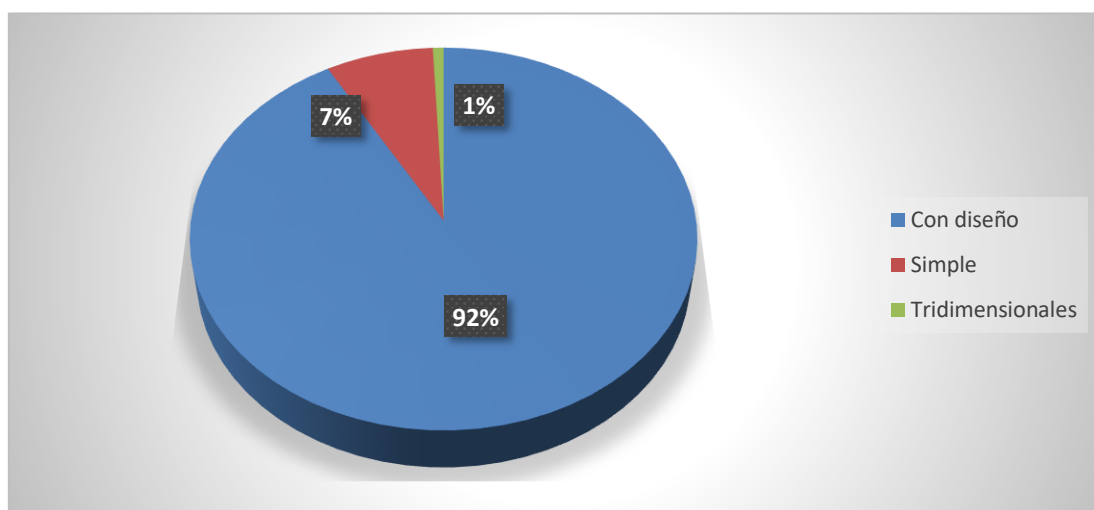
Cuadro 16. Tipo de fondo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Con diseño	366	92%
Simple	30	7%
Tridimensionales	3	1%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico 16. Tipo de fondo.



17. ¿A usted qué tipo de diseño le gustaría?

Análisis de datos

Se observa en grafico número 16 que los habitantes del cantón Quevedo prefieren con diseños con un 92 % porque hay personas que se identifican con los diseños que contengan colores y formas, mientras que con un 7% simple porque son personas más reservadas y tridimensionales con 1%.

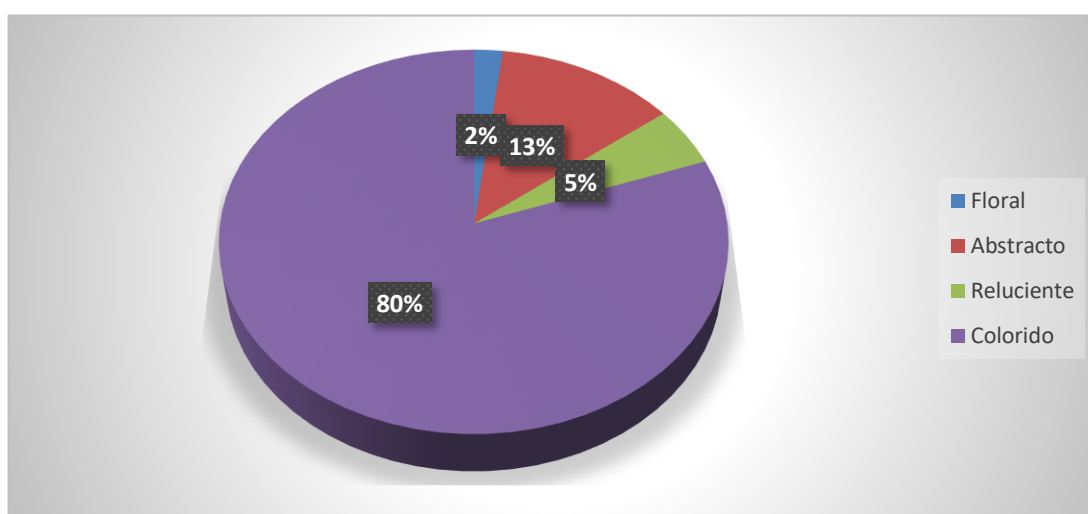
Cuadro 17. Tipo de diseño para un video.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Floral	8	2%
Abstracto	50	12%
Reluciente	20	5%
Colorido	321	80%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico17. Tipo de diseño para un video.



Análisis de datos

En el grafico número 17 se pudo establecer que la mayoría de las personas encuestadas prefieren con un 80% sea colorido, mientras que con 13% abstracto, 15% reluciente , y por ultimo con un 2% floral.

18. ¿A usted qué tipo de portal le gustaría que contenga el estuche del CD de su video?

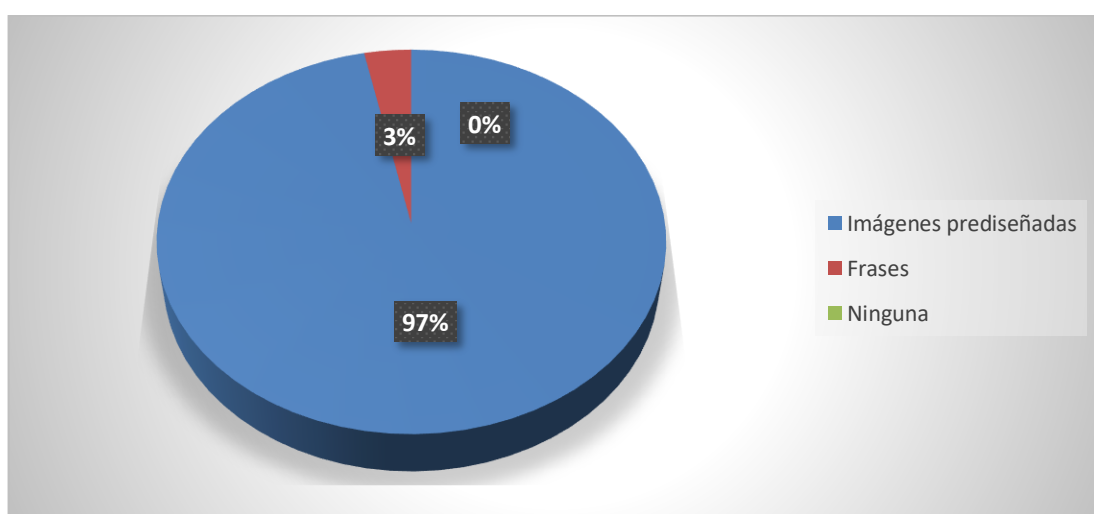
Cuadro 18. Tipo de portal para un video.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Imágenes prediseñadas	386	97
Frases	13	3%
Ninguna	0	0%
Total	399	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población objetivo del cantón Quevedo

Elaborado por: La Autora

Grafico18. Tipo de portal para un video.



4.1.1. Estudio de mercado

Análisis de datos

Se observa en el grafico número 18 las personas encuestas tiene una gran preferencia en que el portal del CD sea imágenes prediseñadas con un 97%, mientras que con un 3% solo prefieren frases.

Este proyecto está dirigido a los habitantes del cantón Quevedo entre las edades de 15 a 64 años con población activa de proyectada del año 2014 de 338.064 habitantes, para conocer su opinión y preferencias con respecto a la

creación del estudio de grabación y producción de videos para evento sociales que se quiere realizar.

En la creación del estudio de grabación y producción de video para eventos sociales se estima a futuro cobrar por la edición de videos el valor de \$200, sección fotográfica \$150, dependiendo de la clase de servicio que requiera el cliente.

4.1.1.1. El servicio

El servicio que se pretende brindar a la ciudadanía del cantón Quevedo es la realización de videos profesionales y fotografía de alta definición para todo tipo de actos sociales, editados con fotografía dando como resultado una visión más entretenida de ver sus fotos convertirlas en videos con diseños innovadores, y con la mejor tecnología y dando la optativa de que cada persona pueda dar su toque de creatividad y personalidad para la realización de un video para algún tipo de acto social.

4.1.1.2. Demanda actual y demanda futura

4.1.1.3. Demanda actual

La demanda actual para el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales es de un 95% estaría dispuesto adquirir este tipo de servicio dentro del cantón Quevedo con una población proyectada del 2014 de 338.064 habitantes entre las edades de 15 a 64 años, y la predisposición del 95% se tiene una demanda actual de 321.161 estarían dispuesto a adquirir el servicio para la realización de videos para algún evento social.

4.1.1.4. Demanda futura

Para la proyección de la demanda para el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales se tomó en cuenta como meta las 379

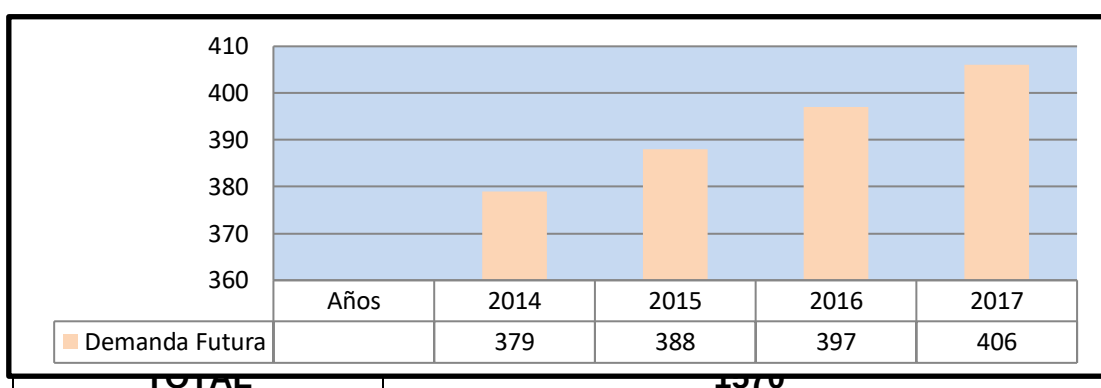
personas que van adquirir el servicio, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del año 2014 facilitada por el instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) del 2010 que según el censo es el 2,41%.

Cuadro 15. Demanda futura proyectada del 2014 hasta el 2017

Elaborado por: Lisseth Maria Requena Anchundia

Fuente: Elaboración propia

Grafico 15. Demanda futura proyectada del 2014 hasta el 2017



Analisis La demanda futura para el proyecto para el año 2014 es de 379 habitantes del canton quevedo, la misma que el año 2017 vemos un incremento de 406 habitantes.

4.1.1.5. Oferta actual

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales la oferta actual seria por cada prestación de servicio tendrá un costo de \$ 200 por la realización de un video y \$150 sección fotográfica por el trabajo realizado, siempre y cuando dependiendo de la calidad y formato del videos y fotografía que requiera el cliente para algún evento social.

4.1.1.6. Demanda Insatisfecha Actual

Para este proyecto la demanda insatisfecha actualmente no tiene ninguna competencia en el mercado del cantón Quevedo, que presten el servicio de editar videos por medio de fotografía convertirlas en videos o en películas, por

tal razón surge la total posibilidad de captar un nicho mercado insatisfecho en el área de edición de videos.

Cuadro 16. Demanda insatisfecha actual y proyectada. Años: 2014-2017

Años	Demanda Futura	Oferta futura	Demanda Insatisfecha
2014	379	0	-379
2015	388	0	-388
2016	397	0	-397
2017	406	0	-406

Elaborado por: La autora

Análisis: Se concluye que la demanda ha tenido mayor crecimiento que la oferta en los años analizados dando a conocer que no tiene una demanda insatisfecha.

4.1.1.7. Estrategias de mercado

a. Publicidad

Para dar a conocer el servicio de la edición de video se emprenderá toda la publicidad necesaria para que la población demandante conozca acerca de los servicios, que el estudio de grabación y producción de videos ofrecerá, utilizando la publicidad vía internet como las página web como Facebook entre otras, se hará uso de entrega de tarjetas de presentación, como también volantes de publicidad para dar a conocer nuestro servicios y por último se utilizara las cuñas por radio y televisión.

b. Precio

El precio que se estimó para la realización de un video es \$200, por una sección fotográfica de 200 fotos \$150 dólares, siempre y cuando dependiendo de la calidad del servicio y el formato de videos y fotografía que requiere el cliente.

c. Promoción

La promoción que se utilizara para promocionar nuestro servicios se incluirá cupones de descuentos por cada edición de videos y fotografías para todo tipo de actos sociales, también habrá una promoción de un álbum de 150 fotografías 2 videos DVD con grabación de videos alta definición hasta 1 o 2 hora de duración y la Elección de la musicalización tu videos y la elección de títulos efecto o diseños especiales.

d. Plaza

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales se utilizara el marketing directo donde se ofrece directamente nuestros servicios al cliente.

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales estará ubicado en un lugar estratégico de canto en cdla el guayacán segunda etapa Mz – 12 11 SL-10 por la empresa eléctrica para de esta manera facilitar la accesibilidad de nuestros cliente. Además contara con las instalaciones respectivas y adecuadas para de esta manera brindar a nuestro cliente un buen servicio y un ambiente acogedor.

4.1.2. Estudio técnico

Se lo entiende al estudio técnico como un análisis específico donde se establecerá la ubicación exacta del estudio de grabación y producción de

videos para eventos sociales, en la que nos ayuda a establecer el lugar indicado para este estudio, teniendo en cuenta también que nos permite establecer el tamaño de la empresa para que así tenga un buen funcionamiento. Donde se determinara la tecnología adecuada para dicho proyecto, la misma que nos ayuda a tener las mejores decisiones financieras.

4.1.2.1. Tamaño del proyecto

Para la creación del estudio de grabación y producción de videos evento social se requerirá para la inversión del estudio un solar de 12x 20 m² el estudio contara con una infraestructura moderna totalmente climatizado contara con sus respectivos compartimiento para baños una oficina adecuada y una sala de espera moderna y previamente equipada y una sala especializada donde se harán las ediciones de videos y fotografía para todo tipo de acto social.

4.1.2.2. Localización de proyecto

La localización del proyecto es de gran importancia porque permite obtener una ubicación exacta para el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, para lograr un mejor funcionamiento, se debe considerar muchos aspecto, ya que la viabilidad de la empresa depende en muchas ocasiones de las estrategia de ubicación adecuada para de esta manera obtener una mejor accesibilidad tanto operacional o publicitaria de la empresa.

4.1.2.3. Macro Localización

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales estará ubicado en el cantón Quevedo se encuentra ubicado al 1° 20' 30" de Latitud Sur y los 79° 28' 30" de Longitud occidental, dentro de una zona del trópico húmedo, su delimitación se encuentra entre :Al norte: Buena Fe y Valencia. Al Sur: Mocache. Al Este: Ventanas y Quinsaloma. Al Oeste: El Empalme.

Figura 1. Mapa del cantón Quevedo



Fuente: www.quevedo.gob.ec

4.1.2.4. Micro Localización

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales estará ubicado cdla el guayacán segunda etapa Mz – 12 11 SL-10 por la empresa eléctrica.

Figura 2. Ubicación del estudio de grabación y producción de videos.



Elaborado por: La Autora

4.1.2.5. Razones de la Ubicación

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales cuenta con todos los servicios básicos requeridos para prestar el servicio adecuado en cuanto a la creación del estudio contara con los servicios básicos necesarios como la luz eléctrica, agua potable, alcantarillado. Además el estudio estará en el cantón Quevedo donde es una zona poblada y transitable en donde la línea de transporte del grupo 8, 7,1 estará a pocos paso lo que permite percatar la existencia del estudio y de los servicios a ofrecer.

a. Estructura física

El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales contara con una moderna infraestructura con tus sus funcionamiento adecuado para este estudio. Además el estudio tendrá un espacio adecuado para cada área establecida en lo que respecta al tamaño de la infraestructura será una adecuación apropiada para la instalación de los equipos que se utilizaran.

El estudio de grabación y producción de videos para eventos contará con departamentos que serán distribuidos de la siguiente manera:

❖ **Área Administrativa**

- Gerencia
- Secretaria

❖ **Departamento de produccion del servicio**

- Fotógrafo profesional
- Diseño grafico
- Productor : editores de videos, camarógrafo

Figura 3. Diseño de instalaciones del estudio



Elaborado por: La Autora

4.1.2.6. Denominación del Estudio

a. Nombre

El estudio tendrá un nombre que difunda originalidad y posteriormente fue elegido por las personas encuestadas del cantón Quevedo el estudio se llamara con el nombre de: Lisseth studio plus video.

b. Logotipo

El logotipo que se mostrara a continuación es para que las personas identifiquen el estudio de grabación y producción de videos para evento sociales, que es el siguiente:

Figura 4. Logotipo del estudio



Elaborado por: La Autora

c. Slogan

El slogan para el estudio de grabación y producción y videos para eventos sociales es el siguiente:

Revive los grandes momentos de tu vida

d. Visión

Ser una empresa líder, solida, competitiva de los segmento del mercado de la edición de videos para eventos sociales, mediante la diversificación, creatividad, y originalidad en sus videos con la óptima calidad y alta definición del mismo considerando nuestro trabajo un arte y su satisfacción total es nuestra garantía para seguir trabajando y ser testigos de los momentos más importantes en su vida.

e. Misión

Proveer los mejores videos de alta definición y calidad en fotografía, videos para todos tipos de actos sociales unificando sus esfuerzos y profesionalismo y calidad de trabajo y que nos permita consolidar como una empresa Quevedeña dedicada solamente a la edición de videos.

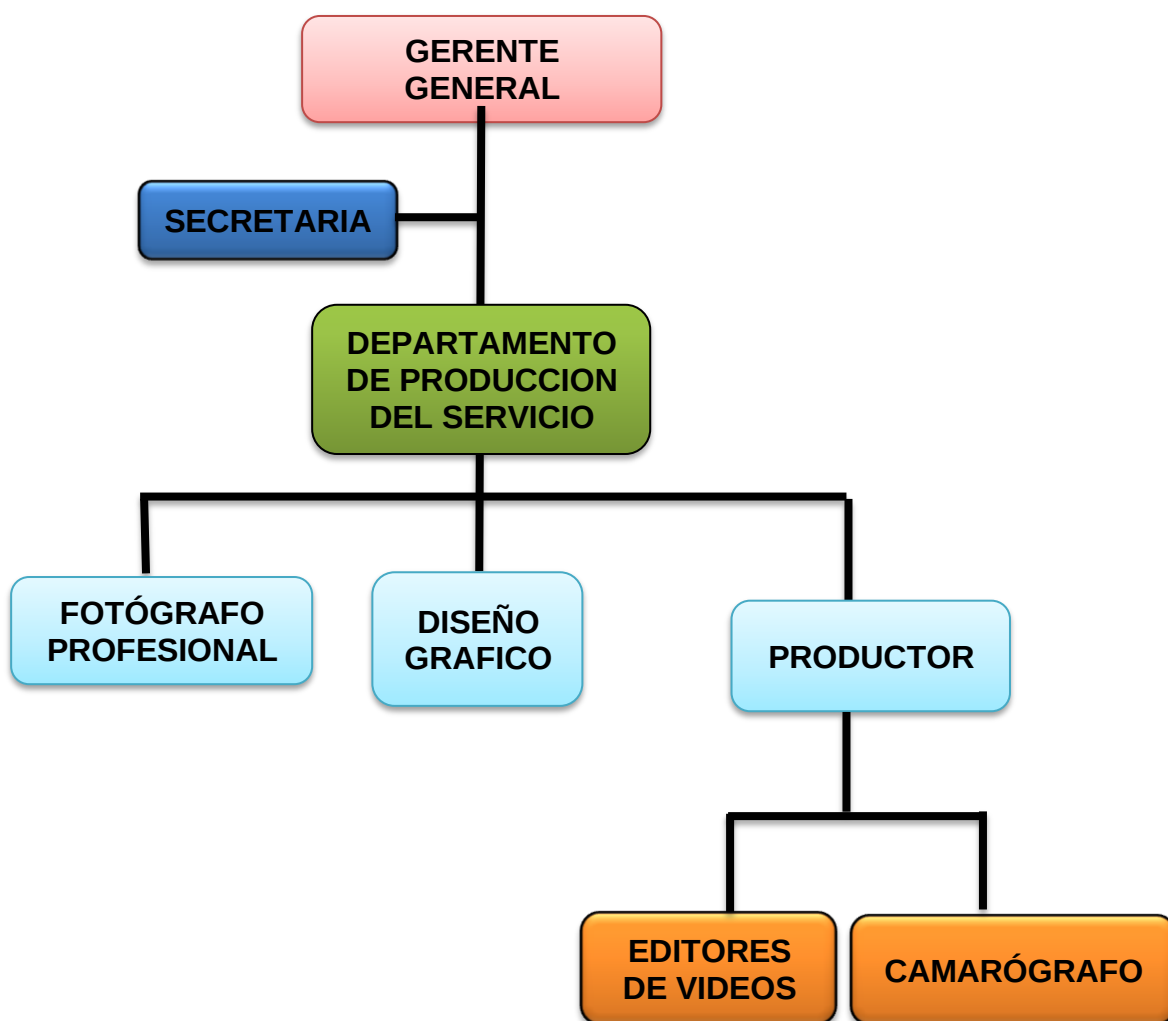
f. Valores Corporativos

- Compromiso con la satisfacción del cliente.
- Dedicación a sus necesidades.
- Sencillez y claridad en el trato
- Responsabilidad en nuestra labor.

4.1.2.7. Estructura Organizacional de la empresa

El Diseño de la Estructura Administrativa para el estudio de grabación y producción de videos para eventos social es una jerarquización vertical simple que mostramos a continuación.

Figura 5. Organigrama del estudio de grabación y producción de videos.



Elaborado por: Lisseth Requena Anchundia

4.1.2.8. Funciones de la estructura Organizacional de la empresa

a. Gerente general

El gerente es responsable de una sola actividad de la organización por ejemplo, finanzas o administración de recursos humanos establece políticas operativas y guían la interacción de la organización y su entorno.

Es responsable de la definición de los ejes estratégicos de la empresa, es decir, de la determinación de sus objetivos y medios necesarios para lograrlos. Como compositor el gerente general marca las pautas para la obtención y el uso de los recursos de la empresa conforme a un plan, y organiza las tareas de los otros actores dentro de una estructura.

b. Secretaria

El rol de la secretaria consiste en recibir amablemente a las personas de su entorno y a los visitantes y en estar a la escucha de los otros. Tiene la responsabilidad de un servicio o de varios miembros de personal por eso debe ser capaz de deducir y sintetizar unas de las tareas es organización y gestión del empleo del tiempo, documentación, búsqueda de información y rendición de cuentas), recepción y envío de la correspondencia.

c. Departamento de producción del servicio

El departamento de producción del servicio es el encargado de las operaciones o de la ingeniería, es el área donde un negocio tiene como función primordial de la transformar insumos o recursos como energías, materia prima, mano de obra, o de algún bien o servicios.

d. Fotógrafo profesional

El fotógrafo profesional se encarga de captar las imágenes con una cámara, por intermedio de una acción fotoquímica de luz o de otras formas de energía radiante, para luego ser reproducidas en un papel especial se puede decir que le da totalmente el valor artístico a las fotografías de selección de temas encuadre iluminación etc. además sirve como auxiliar de obras artísticas.

e. Diseño grafico

El diseño gráfico es el que proyecta mensaje a través de imágenes es una composición gráfica de múltiples elementos gráficos previamente distinguidos dentro de un espacio visual y de esta manera transmitir un mensaje al espectador de esta manera busca una máxima eficacia y comunicativa que por medio de esta composición impacte visualmente a los espectadores y de esta manera lo forme receptivo.

f. Productor

Se lo considera como persona natural o jurídica que tiene la iniciativa de poder de decisión económica y técnica está a cargo de los aspectos organizativos de la elaboración y transformación de una película o videos, el productor tiene el poder de contratar el personal adecuado y de la financiación de los trabajos.

g. Editores de videos

Los editores de videos son aquellos que se encargan de la edición del mismo y colocan fragmentos de videos, como fotografía, gráficos, efectos digitales o cualquier otro material audiovisual utilizando diferentes programas para la edición.

h. Camarógrafo

El camarógrafo es la Persona que tiene como labor operar una cámara para filmar imágenes cinematográficas o de televisión además se encarga de las correcciones de foto necesarias para que el espectador encuentre un trabajo nítido.

4.1.2.9. Presupuesto Técnico

Continuación se detallan todos los equipos que se van a utilizar para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

a. Equipo de Computación

A continuación se detallan los equipos informáticos que se necesitara para la edición de videos

Cuadro 17. Equipos de computación

Descripción	Cantidad
Computador Apple imac qc I5 3 con programas de edición de última generación	3
Computadoras de oficinas desktop M27 Marcitech	3
Impresora Multifunción Canon PIXMA MX451	3
Total	9

Elaborado por: La autora

b. Equipo tecnológico

El equipo tecnológico se detallan todos los instrumento necesarios para la Edición de videos y fotografías utilizando equipos de alta tecnología.

Cuadro 18. Equipos tecnológicos.

Descripción	Cantidad
Cámara profesional de fotos Canon Rebel XSI, 12.2 Mega píxeles	2
Filmadora de videos	2
Juego de Luces (2 paraguas, 2 luces, 2 trípodes	1
Scanner de diapositives/Fotos	1
TOTAL	6

Elaborado por: La autora

c. Equipos de oficinas

El equipo de oficina es necesario utilizar todos estos instrumentos para el estudio de grabación y producción de videos que ayudara a tener un ambiente organizado. A continuación se detallan los siguientes.

Cuadro 19. Equipos de oficinas

Descripción	Cantidad
Teléfono Inalámbrico Panasonic	4
Aires Acondicionados Split Prima ASW24C2EL - 24000 BTU Blanco	2
Archivador de 4 gavetas metal	4
Sillón ejecutivo	3
Escritorio metálicos de oficinas	4
Muebles para espera	3
Sillas para oficinas	4
Total	24

Elaborado por: La autora

d. Equipos Varios

A continuación detallan los equipos varios

Cuadro 20. Equipos varios

Descripción	Cantidad
Mesas esquinas para oficinas	2
Dispensador de agua	2
Tv Led LG 3D Smart50LB6500	2
Total	6

Elaborado por: La autora

e. Impacto Ambiental

La calidad ambiental es una de las grandes aspiraciones de la humanidad ya que la contaminación ambiental es un problema al que tiene que enfrentarse el mundo actual.

El proyecto no afectara al medio ambiente, ni directa ni indirectamente, tampoco requieren de un estudio de impacto ambiental en ningún aspecto

Las operaciones del estudio de grabación y producción de videos no causarán problemas de tipo ambiental, por lo que se considera al proyecto como neutral al ambiente.

4.1.3. Estudio financiero

El estudio financiero permite determinar cuál va ser la capacidad financiera del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales la cual se determina el presupuesto que se requerirá para invitar dicho estudio y determinar cuáles serán los costos que se generaran en la prestación de los servicios de la edición de videos.

4.1.3.1. Presupuestos

4.1.3.2. Presupuesto de inversión

El presupuesto de la inversión para el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales con las especificaciones descritas y su principal fuente de información económica del estudio técnico es el siguiente que se detallan a continuación.

4.1.3.3. Especificaciones de la obra

Las especificaciones de la construcción para la creación de estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales tendrá un espacio de 240 m2 la cual se detallan minuciosamente todos los aspectos necesario para dicha obra y que atreves de esta implementación, se pretende obtener una gran cantidad de demanda insatisfecha para de esta manera obtener el desembolso de la inversión realizada. A continuación se presenta el presupuesto para la construcción del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

Cuadro 21. Presupuesto referencial

Maestro constructor					
Presupuesto referencial					
Proyecto:	Construcción del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales				
Ubicación :	Cdla el guayacán segunda etapa Mz – 12 11 SL-10 por la empresa eléctrica.				
Oferente:	Orlando requena anchundia				
ITEM	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio	Total
	Construcción				
1	Hierro				
	Varillas 08 mm	40	\$ 6,00	\$ 240,00	
	Varillas 12 mm	40	\$ 13,00	\$ 520,00	\$ 760,00
2	Cemento fundas	110	\$ 7,00	\$ 770,00	\$ 770,00
3	Instalación eléctrica				
	Manguera negra 1 pulgada , m	75	\$ 0,44	\$ 33,00	
	Manguera negra 3/4 pulgada, m	80	\$ 0,35	\$ 28,00	
	Alambre galvanizado, negro kg	15	\$ 2,94	\$ 44,10	\$ 105,10
4	Instalación de agua potable				
	TUBO de ½	6	\$ 3,04	\$ 18,24	
	Teflón	10	\$ 1,50	\$ 15,00	
	Codo de ½	15	\$ 1,63	\$ 24,45	
	Te de ½	6	\$ 1,47	\$ 8,82	\$ 66,51
	Instalaciones agua servidas				
	Tubo 4 pulgadas	3	\$ 12,00	\$ 36,00	
5	Tubo 2 pulgadas	2	\$ 14,00	\$ 28,00	
	Te de 2 pulgadas	3	\$ 12,00	\$ 36,00	

	Codo de 2 pulgadas	7	\$ 8,50	\$ 59,50	
	Pegamentos, varios	4	\$ 2,13	\$ 8,52	\$ 159,50
	Tablas de madera de encofrado	12	\$ 11,95	\$ 143,40	\$ 143,40
	Cuartones	5	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 20,00
	Tiras de 10 cm	10	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 15,00
	Volquetada de arena	2	\$ 70,00	\$ 140,00	\$ 140,00
6	Alambres clavos aditivos etc			\$ 50,00	\$ 50,00
7	Alquiler de encofrado y fundida			\$ 500,00	\$ 500,00
8	Mano de obra				
9	1era semana				
10	Maestro albañil	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
	Fierreros	2	\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 240,00
	Ayudantes	2	\$ 60,00	\$ 120,00	\$ 120,00
	2da semana				
	Maestro albañil	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
	Fierreros	2	\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 240,00
	Ayudantes	5	\$ 60,00	\$ 300,00	\$ 300,00
	3era semana				
	Maestro albañil	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
	Ayudantes	1	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
	Electricista			\$ 300,00	\$ 300,00
11	Columnas 10				
12	Hierro				
	Varillas 14 mm	25	\$ 17,00	\$ 425,00	\$ 425,00
13	Varillas 8 mm	25	\$ 6,00	\$ 150,00	\$ 150,00
	Cemento funda	80	\$ 7,00	\$ 560,00	\$ 560,00
	Madera				
15	Tablas	20	\$ 3,00	\$ 60,00	
16	Varengas	8	\$ 4,00	\$ 32,00	
	Tiras 10 cm	10	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 107,00

	Lastre volquetas	2	\$ 70,00	\$ 140,00	\$ 140,00
	Varios			\$ 100,00	\$ 100,00
17	Mano de obra				
18	Una semana				
19	Maestro albañil	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
	Ayudantes	3	\$ 60,00	\$ 180,00	\$ 330,00
	Paredes				
	Bloques	2000	\$ 0,25	\$ 500,00	\$ 500,00
	Cemento	80	\$ 7,00	\$ 560,00	\$ 560,00
20	Arena volquetas	2	\$ 70,00	\$ 140,00	\$ 140,00
21	Madera (cañas)	50	\$ 1,25	\$ 62,50	\$ 62,50
22	Varios, cuerdas	20	\$ 0,97	\$ 19,40	\$ 19,40
23	Porcelanato m2	20	\$ 26,98	\$ 539,60	\$ 539,60
24	Bondex porcelanato, con resina	40	\$ 10,70	\$ 428,00	\$ 428,00
29	Mano de obra por m2	120	\$ 5,00	\$ 600,00	\$ 600,00
30	Revestimiento de cerámica				
31	Cerámica paredes x m2	30	\$ 12,04	\$ 361,20	\$ 361,20
	Bodex cerámica	30	\$ 7,58	\$ 227,40	\$ 227,40
32	Cemento	10	\$ 7,00	\$ 70,00	\$ 70,00
33	Mano de obra x m2	260	\$ 1,00	\$ 260,00	\$ 260,00
34	Pintura y materiales				
35	Empaste exterior	8	\$ 20,08	\$ 160,64	\$ 160,64
	Cinta masking multiuso	4	\$ 1,87	\$ 7,48	\$ 7,48
36	Pintura galón	8	\$ 24,81	\$ 198,48	\$ 198,48
	Brochas de 6 pulgadas	5	\$ 3,85	\$ 19,25	\$ 19,25
37	Varios			\$ 50,00	\$ 50,00
38	Grifería			\$ 69,54	\$ 69,54
39	Mano de obra			\$ 300,00	\$ 300,00

43	Puertas y ventanas				
45	Puertas	4	\$ 70,00	\$ 280,00	\$ 280,00
46	Ventanas	4	\$ 240,00	\$ 960,00	\$ 960,00
TOTAL					\$12.065,00

Elaborado por: La autora

Análisis: El presupuesto referencial para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales tendrá una inversión de \$ 12.065,00 para dicha construcción.

4.1.3.4. Activos Fijos

Los activo fijos son todos aquellos materiales que se necesitan para la ejecución de las actividades del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, en donde se muestra los activos fijos necesarios que se invertirá para la implementación del proyecto.

4.1.3.5. Inversiones Fijas

Cuadro 22. Activos fijos

Activos fijos	Unidad	Costo unitario	Total (usd\$)
Construcción y adecuación			
Terreno (240 m2)	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Área de construcción	1	\$ 12.065,00	\$ 12.065,00
Total de construcción y adecuación		\$ 27.065,00	\$ 27.065,00
Equipos de computación			
Computador Apple imac qc i5 3	3	\$ 690,00	\$ 2.070,00
Computadoras de oficinas desktop M27 Marcitech	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Impresora multifunción canon pixma mx451	3	\$ 164,56	\$ 493,68
Total de equipo de computación		\$ 1.354,56	\$ 4.063,68
Equipo tecnológico			
Cámara profesional de fotos Canon Rebel XSI, 12.2 Mega píxeles	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
Filmadora de videos	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
Juego de Luces (2 paraguas, 2 luces, 2 trípodes)	1	\$ 499,00	\$ 499,00
Scanner de diapositives/potos	1	\$ 149,95	\$ 149,95
Total de equipo tecnológico		\$ 2.748,95	\$ 4.848,95
Equipo de oficina			
Aires acondicionados split prima asw24c2el - 24000 btu blanco	2	\$ 764,95	\$ 1.529,90
Archivador de 4 gavetas metal	4	\$ 91,00	\$ 364,00
Teléfono Inalámbrico Panasonic	4	\$ 83,29	\$ 333,16
Sillón ejecutivo	3	\$ 115,00	\$ 345,00
Escritorio metálicos de oficinas	4	\$ 179,99	\$ 719,96
Muebles para espera	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Sillas para oficinas	4	\$ 47,99	\$ 191,96
Total de equipo de oficina		\$ 1.432,22	\$ 3.933,98
Equipo varios			
Mesas esquinaras para oficinas	2	\$ 94,50	\$ 189,00
Dispensador de agua	2	\$ 194,00	\$ 388,00
Tv led lg 3d smart50lb6500	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
Total de equipos varios		\$ 1.488,50	\$ 2.977,00
Total de activos fijos		\$ 34.089,23	\$ 42.888,61

Elaborado por: La autora

4.1.3.6. Depreciación de los activos fijos

Cuadro 23. Depreciación de los materiales

Descripción	Costo de adquisición	Tiempo de vida (en años)	Depreciación (%)	Depreciación mensual	Depreciación anual (años 1-4) en usd
Computador Apple imac qc I5 3	\$ 690,00	5	20%	\$ 11,50	\$ 138,00
Computadoras de oficinas desktop M27 Marcitech	\$ 500,00	5	20%	\$ 8,33	\$ 100,00
Impresora Multifunción Canon PIXMA MX451	\$ 164,56	5	20%	\$ 2,74	\$ 32,91
Cámara profesional de fotos Canon Rebel XSI, 12.2 Mega píxeles	\$ 1.200,00	3	33,33%	\$ 33,33	\$ 400,00
Filmadora de videos	\$ 900,00	3	33,33%	\$ 25,00	\$ 300,00
Juego de Luces (2 paraguas, 2 luces, 2 trípodes)	\$ 499,00	3	33,33%	\$ 13,86	\$ 166,33
Scanner de diapositives/potos	\$ 149,95	3	33,33%	\$ 4,17	\$ 49,98
Aires Acondicionados Split Prima ASW24C2EL - 24000 BTU Blanco	\$ 764,95	10	10%	\$ 6,37	\$ 76,50
Archivador de 4 gavetas metal	\$ 91,00	10	10%	\$ 0,76	\$ 9,10
Teléfono Inalámbrico Panasonic	\$ 83,29	10	10%	\$ 0,69	\$ 8,33
Sillón ejecutivo	\$ 115,00	10	10%	\$ 0,96	\$ 11,50
Escritorio metálicos de oficinas	\$ 179,99	10	10%	\$ 1,50	\$ 18,00
Muebles para espera	\$ 150,00	10	10%	\$ 1,25	\$ 15,00
Sillas para oficinas	\$ 47,99	10	10%	\$ 0,40	\$ 4,80
Mesas esquinaras para oficinas	\$ 94,50	3	33,33%	\$ 2,63	\$ 31,50
Dispensador de agua	\$ 194,00	3	33,33%	\$ 5,39	\$ 64,67
Tv Led LG 3D Smart50LB6500	\$ 1.200,00	3	33,33%	\$ 33,33	\$ 400,00
Total	\$ 7.024,23			\$ 152,22	\$ 1.826,62

Elaborado por: La autora

4.1.3.7. Activos diferidos

Los activos diferidos son aquellos activos intangibles que pertenecen a los gastos que hay que incurrir de manera necesaria para el debido funcionamiento de la empresa.

a. Servicios básicos

A continuación se detallan los servicios básicos que se utilizarán en el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

Cuadro 24. Activos diferidos de los servicios básicos

N°	Descripción	Costos mensual	Costos anual
1	Luz	\$ 150,00	\$ 1800,00
2	Agua	\$ 20,00	\$ 240,00
3	Teléfono / internet	\$ 60,00	\$ 720,00
Total de insumos		\$ 230,00	\$ 2.760,00

Elaborado por: La autora

b. Costos de constitución

Los gastos de constitución con aquellos pagos por trámites legales necesarios para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

Cuadro 25. Activos diferidos de los costos de constitución

N°	Descripción	Costos mensual
1	Patentes y permiso	\$ 100,00
2	Gastos de constitución	\$ 500,00
3	Cuerpo de bomberos	\$ 150,00
Total de los costos de constitución		\$ 750,00

Elaborado por: La autora

c. Gastos administrativos

A continuación se detallan los sueldos y salarios de las personas que trabajaran en el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

Cuadro 26. Activos diferidos de los gastos de administración

Cargo	Numero de puesto	Monto mensual por puesto	Monto mensual total
Gerencia	1	650,00	650,00
Secretaria	1	390,00	390,00
Fotógrafo profesional	4	450,00	1800,00
Diseñador grafico	1	450,00	450,00
Productor	1	500,00	500,00
Editores de videos	3	450,00	1350,00
Camarógrafo	2	450,00	900,00
Inversión total en recursos humanos	13	3340,00	6040,00

Elaborado por: La autora

d. Gastos de publicidad

Para dar a conocer el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales que se utilizaran para dar a conocer al público general el estudio se detallan a continuación.

Cuadro 27. Activos diferidos de los gastos de publicidad

Descripción	Cantidad	Costos unitario	Valor total
Página web	1	\$ 100,00	\$100,00
Tarjetas de presentación	500	\$ 0,25	\$125,00
Volantes	400	\$ 0,20	\$ 80,00
Las cuñas por radio y televisión	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Total de gasto de publicidad	902	\$ 170,45	\$375,00

Elaborado por: La autora

e. Costos fijos

A continuación se detallan los costos fijos que tiene el proyecto.

Cuadro 28. Costos fijos

Costos fijos	Mensual	Anual
Sueldo y salario	\$ 3.340,00	\$ 7.840,00
Servicios básicos	\$ 230,00	\$ 2.760,00
Depreciación	\$ 152,22	\$ 1.826,64
Total de los costos fijos	\$ 3.772,22	\$ 12.426,64

Elaborado por: La autora

4.1.3.8. Plan de financiamiento

El proyecto se financiara dela siguiente manera:

La inversión inicial para la implementación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales es de \$ 57.307.84.

La identidad financiera para el préstamo bancario es el Banco Nacional del Fomento con una tasa de interés del 15% anual.

Cuadro 29. Plan de financiamiento del préstamo bancario.

Necesidades del capital		Plan de financiamiento	
Construcción y adecuación	\$ 42.888,61	Patrimonio	
Equipos de computación	\$ 1.354,56	Recurso personales	\$37.307,84
Equipos tecnológico	\$ 2.748,95	Prestamos bancario	\$20.000,00
Equipo de oficina	\$ 1.432,22		
Equipo varios	\$ 1.488,50		
Servicios básicos	\$ 230,00		
Costos de constitución	\$ 750,00		
Gastos administrativos	\$ 6.040,00		
Gastos de publicidad	\$ 375,00		
Total	\$ 57.307,84	Total	\$57.307,84

Elaborado por: La autora

a. Financiamiento de la inversión

El financiamiento de la inversión inicial se lo realizo en el banco nacional del fomento a una tasa de interés de 15% y aun plazo de 4 años.

A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo bancario.

BANCO NACIONAL DEL FOMENTO

Datos del préstamo

Monto: \$ 20.000

Forma de pago: Cuesta Anuales

Tasa: 15%

Cuadro 30. Tabla de amortización del banco nacional del fomento

Cuota	Saldo Inicial	Interés	Cuota de Amortiza	Capital Amortizado	Valor a Pagar
1	\$20.000,00	\$3.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$8.000,00
2	\$ 15.000,00	\$2.250,00	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	\$7.250,00
3	\$ 10.000,00	\$1.500,00	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00	\$6.500,00
4	\$ 5.000,00	\$ 750,00	\$ 5.000,00	\$ 20.000,00	\$5.750,00

Elaborado por: La autora

b. Préstamo bancario

A continuación se muestra la tabla de amortización del prestamos bancario.

Cuadro 31. Tabla de amortización del préstamos bancario

Año	1	2	3	4
Monto del Préstamo	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00
Abono de capital	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Saldo	\$ 15.000,00	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00	\$ 0,00
Interés anual	\$ 3.000,00	\$ 2.250,00	\$ 1.500,00	\$ 750,00
Cuota mensual	\$ 250,00	\$ 187,50	\$ 125,00	\$ 62,50

Elaborado por: La autora

c. Ingresos

A continuación se detallan los ingresos que se obtendrían a ofrecer el servicio en el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales.

Cuadro 32. Ingresos del estudio

Descripción	Costo	Demanda	Total
Edición de videos	200	379	\$ 75.800,00
Sesión fotografía (200 fotos)	150	379	\$ 56.850,00
Otros ingresos			\$ 3.000,00
Total			\$ 135.650,00

Elaborado por: La autora

Análisis: El estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales tendría un total de sus ingresos de \$ 135.650,00 por sus servicios a ofrecer a la ciudadanía del cantón Quevedo.

d. Estado de pérdidas y ganancias

A continuación se muestran la utilidad adquirida al término del ciclo contable, de una forma detallada.

Cuadro 33. Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	AÑO				
	1	2	3	4	TOTAL
Ingresos	\$135.650,00	\$ 135.650,00	\$135.650,00	\$135.650,00	\$542.600,00
(-) Costos fijos	\$ 3.772,22	\$ 3.772,22	\$ 3.772,22	\$ 3.772,22	\$ 15.088,88
Utilidad bruta	\$131.877,78	\$ 131.877,78	\$131.877,78	\$131.877,78	\$527.511,12
(-)Costos de constitución	\$ 750,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 750,00
(-) Intereses del crédito bancario	\$ 250,00	\$ 187,50	\$ 125,00	\$ 62,50	\$ 625,00
Depreciaciones	\$ 1.826,62	\$ 1.826,62	\$ 1.826,62	\$ 1.826,62	\$ 7.306,48
Utilidad bruta antes de impuesto	\$129.051,16	\$ 129.863,66	\$129.926,16	\$129.988,66	\$518.829,64
Participaciones de trabajadores (15%)	\$ 19.357,67	\$ 19.479,55	\$ 19.488,92	\$ 19.498,30	\$ 77.824,45
Utilidad después de participación trabajadores	\$109.693,49	\$ 110.384,11	\$110.437,24	\$110.490,36	\$441.005,19
Impuesto a la renta (25%)	\$ 27.423,37	\$ 27.596,03	\$ 27.609,31	\$ 27.622,59	\$110.251,30
Utilidad neta	\$ 82.270,11	\$ 82.788,08	\$ 82.827,93	\$ 82.867,77	\$330.753,90

Elaborado por: La autora

e. Flujo de caja

Los resultados adquiridos del estado de pérdida y ganancia permitieron conocer el dinero con el que contara el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales una vez cumplido con cada una de las obligaciones por pagar.

Cuadro 34. Flujo de caja

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Total
Ingresos	\$ 135.650,00	\$135.650,00	\$135.650,00	\$135.650,00	\$542.600,00
Recursos personal	\$ 39.107,84	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 39.107,84
Préstamo bancario	\$ 20.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 20.000,00
Total ingresos	\$ 194.757,84	\$135.650,00	\$135.650,00	\$ 135.650,00	\$601.707,84
Construcción y adecuación	\$ 27.065,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 27.065,00
Costos de constitución	\$ 750,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 750,00
Costos fijos	\$ 3.772,22	\$ 3.772,22	\$ 3.772,22	\$ 3.772,22	\$ 15.088,88
Intereses del prestamos	\$ 250,00	\$ 187,50	\$ 125,00	\$ 62,50	\$ 625,00
Total de egresos	\$ 31.837,22	\$ 3.959,72	\$ 3.897,22	\$ 3.834,72	\$ 43.528,88
Flujo operacional	\$ 162.920,62	\$131.690,28	\$131.752,78	\$ 131.815,28	\$558.178,96
Participación de trabajadores (15%)	\$ 24.438,09	\$ 19.753,54	\$ 19.762,92	\$ 19.772,29	\$83.726,84
Impuesto a las renta (25%)	\$ 6.109,52	\$ 4.938,39	\$ 4.940,73	\$ 4.943,07	\$ 20.931,71
Flujo después de impuesto	\$ 132.373,00	\$106.998,35	\$107.049,13	\$ 107.099,92	\$453.520,41
Préstamo (abono capital)	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 20.000,00
Flujo de caja neto	\$ 127.373,00	\$101.998,35	\$102.049,13	\$ 102.099,92	\$433.520,41
Flujo de caja acumulado		\$229.371,36	\$331.420,49	\$433.520,41	

Elaborado por: La autora

4.1.3.9. Evaluación financiera

Dentro de la evaluación financiera y los valores adquiridos se establecen los indicadores para de esta manera conocer si el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales es rentable dicha inversión en el cantón Quevedo.

a. Determinación de la Tasa de Descuento

Se la denominada como tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), que se utiliza para renovar los flujos de caja proyectados de un proyecto. Tomando en cuenta esta tasa es la que medí la rentabilidad minina que se le puede requerir al proyecto tomando en cuenta siempre y cuando para que el riesgo sea rentable. Para poder obtener la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), se obtuvo que calcular la tasa de descuento mediante el cual se utilizó la siguiente formula.

TMAR= %Tasa Activa Efectiva Referencial BCE + %Riesgo País + % de Inflación

Tasa Activa Efectiva Referencial BCE	10,99%
Riesgo País	3,99%
Inflación	4,11%

TMAR=10,99 + 3,99 + 4,11
TMAR=19,09%

b. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa interna de retorno (TIR) es aquella que calcula la rentabilidad del dinero que se implemente dentro del proyecto a ejecutarse.

Para calcular la tasa de retorno, se utilizó la formula financiera que proporciona el programa Microsoft Excel, dando que el valor obtenido del TIR

es de 206 %, determinando que el presente proyecto alcanza el 206 %, es decir mayor a la tasa de interés que es de 19,9% dando a conocer que dicho proyecto es totalmente viable.

Cuadro 35. Tasa interna de retorno

Año	Flujo neto
0	-57.307,84
1	\$ 127.373,00
2	\$ 101.998,35
3	\$ 102.049,13
4	\$ 102.099,92
TIR	206%

Elaborado por: La autora

c. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) o valor actualizados nos permite calcular los valores presentes de los flujos de caja futuros de un proyecto.

Los criterios de aceptación del VAN son:

Si el VAN > 0 el proyecto es factible
 Si el VAN < 0 se rechaza el proyecto
 Si el VAN = 0 el proyecto es indiferente

La fórmula del VAN es la siguiente.

Dónde:

I = inversión

FNE = flujo neto efectivo

i = tasa de descuento

n = número de periodos

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

$$VAN = -(57.307,84) + \frac{127.373,00}{(1+0.1909)^1} + \frac{101.998,35}{(1+0.1909)^2} + \frac{102.049,13}{(1+0.1909)^3} + \frac{102.099,92}{(1+0.1909)^4}$$

$$VAN = -(57.307,84) + \frac{127.373,00}{(1.1909)^1} + \frac{101.998,35}{(1.1909)^2} + \frac{102.049,13}{(1.1909)^3} + \frac{102.099,92}{(1.1909)^4}$$

$$VAN = \$284.867,34$$

El valor actual neto del proyecto es de \$ 284.867,34 es mayor que cero, lo que indica que el proyecto de la creación para el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales es totalmente viable dicha inversión para la realización de este estudio.

d. Relación Beneficio / Costo

La relación beneficio / costo se la determina por la relación entre el ingreso y el egresos, donde se explica como la cantidad adquirida en calidad de beneficio, para calcular la relación de beneficio / costo se debe realizar la siguiente formula.

$$B/C = \text{INGRESO} / \text{ENGRESO}$$

$$B/C = \$194.757,84 / \$ 31.837,22$$

$$B/C = \$6,12$$

La relación Costo Beneficio del proyecto para la creación del estudio es de \$6,12; es decir que por cada dólar invertido en el proyecto se percibe \$5,12 centavos de ganancia.

e. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de la inversión es el período en el que se recuperar el valor invertido. La inversión para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales es de \$ 57.307,84 es decir que la inversión la recupero desde el primo año.

Grafico 16. Periodo de recuperación

FLUJO	INVERSIÓN	F.N.E.	F.N.F. ACTUALIZADO
0	(57.307,84)		
1		127.373,00	70.065,16
2		101.998,35	25.374,65
3		102.049,13	44.741,29
4		102.099,92	44.792,08

Elaborado por: La autora

4.2. Discusión

Esta investigación tuvo como propósito determinar si es factible o no la creación de este estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, según Urbina (2010) determina que el estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la oferta y demanda, Cuyo objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado, De los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Quevedo, se logró identificar los gustos y preferencia de los mismos, y a la vez una demanda totalmente satisfecha, es decir que el servicio de editar videos tiene una gran aceptación por parte de la ciudadanía.

El estudio técnico según Meza (2010) se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto, a través del uso de esta técnica se logró determinar a la micro localización del proyecto donde se consideró las tecnologías a utilizar para el debido funcionamiento de estudio y poder brindar un servicio totalmente de alta calidad a la ciudadanía.

El estudio económico financiero según Pérez (2011) Se entiende como el estudio de los ingresos, costos y rentabilidad de empresas individuales considerando todos los factores de producción como pagados a precios corrientes de mercado, a través del uso de esta técnica se logró determinar el presupuesto necesario para la creación del estudio y grabación y producción de videos para eventos sociales donde la inversión inicial del proyecto es \$ 57.307.84. La cual se aportó de la banca privada con un valor de \$ 20.000 y recursos personales \$ 37.307.84. Y el flujo de caja proyectado a 4 años previa proyección de los ingresos y egresos.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

A través del estudio de mercado se conoció que en la actualidad el cantón Quevedo no cuenta con un estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, por lo tanto no existe ninguna competencia alguna que preste el servicio de editar videos de alta definición, dando a conocer que el servicio tiene una aceptación del 95 % por lo cual es posible dicha inversión. Además se logró conocer los gustos y preferencia de nuestros posibles clientes futuros.

Mediante el estudio técnico se logró obtener las respectivas características y el presupuesto técnico necesario para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales y a su vez conocer la ubicación exacta, el cual estará ubicado en el cantón Quevedo cdla el guayacán segunda etapa Mz – 12 11 SL-10, el tamaño indicado, y el diseño organizacional que coloco de forma específica cada uno de los cargos que se desempeñarán en la empresa a brindar dicho servicio.

Mediante el estudio financiero y económico se demuestra que el proyecto es viable ya que cuenta con una Tasa Interna de Retorno demasiado elevada de 206 % es decir mayor a la tasa de intereses del prestamos bancario y el Valor Actual Neto después de 4 años para la ejecución del proyecto es de \$ 284.867,34 logrando determinar que es conveniente la inversión para la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales en el cantón Quevedo, y la relación beneficio costo. Es de \$6,12; es decir que por cada dólar invertido en el proyecto se percibe \$5,12 centavos de ganancia.

5.2. Recomendaciones

Debido al rendimiento que ofrece esta idea es recomendable después de los 4 años proyectados innovar nuevos servicios, que permitan de esta manera alcanzar la visión que tiene el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales (Liseth Studio Plus Video), y que para la expansión geográfica del servicio se recomienda realizar el previo estudio de mercado constantemente que indique si dicha zona es la más indicada para la respectiva prestación del servicio.

Ampliar la estructura adecuada de acuerdo al crecimiento del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales, con tecnología de alta calidad, con un personal idóneo y capacitado, para que se desempeñen en los respectivos cargos administrativos de la empresa y poder brindar un servicio de alta definición de videos a nuestros clientes.

Implementar nuevas estrategias que permitan captar mayores clientes con la finalidad de que la inversión realizada en la creación del estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales tenga una buena administración y así se obtendrían resultados esperados a la inversión.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFIA

6.1. Literatura citada

- Antonio Restrepo barco, estrategias de producción y mercado (et al).- 1ª ed.-Bogotá: ceja 2006.
- Baca Urbina, Gabriel. 2010. Evaluación de proyectos. México. Sexta edición. Mcgraw-hill Págs.44).
- Bolterf, g.; lessard, p. 2005 ingeniería de los proyectos de desarrollo. Gestión participativa de desarrollo institucional. Societe de developemet internacional desjardins. Paris Francia.
- Brigham Houston, Eugene, fundamentos de administración financiera, Thomson, 2005. Págs.89.
- Carlos u. León Velarde, manejo y administración de información con énfasis en preparación y evaluación de proyectos, México, 2005, Págs.26).
- Carlos uriegas torres. “análisis económico de sistemas en la ingeniería”, (2005).ed. Limusa. Págs. 52, 189 y 523.
- Córdoba padilla, marcial. 2006. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá. Editorial ecoe ediciones. Págs. 22).
- David Fred R. Concepto de administración estratégica, Pearson Educación, México, 2005, ISBN 970-26-0427-3. Págs. 368.
- Fernández Espinoza, Saúl, los proyectos de inversión: evaluación financiera.-1ª.ed.-cartago: editorial tecnológica de costa rica, 2007.238 Págs. Apéndices isba 9977-66-1855.
- Fernando Brusola Simón, Manual de oficina técnica y proyectos, 2005. Edita, servicios de publicaciones camino de vera, s/n 46071 velencia.
- Flores Uribe, Juan Antonio. 2006. Proyecto de inversión para las pyme: creación de empresas. Bogotá. Editorial ecoe ediciones. Págs.42).
- Gerencia y planeación estratégica/Jean Paul sallena; revisión florentino rojas s, edición maría del mar ravassa g. _ Bogotá editorial norma, 2005. 1p-.

- Justo Sotelo navalpotro, Julián de unamuno hierro, maría teresa freiré rubio, teoría y modelos macroeconómicos, Madrid, 2005, sic editorial. Págs. 72.
- María luisa Martínez passarge, guía para la presentación de proyectos. Vigésimoséptima edición, 2006, siglo xxi editores, s.a. De c.ve.isbn 968-23-1687-1. Págs. 345.
- Mercado básico / Víctor Hugo cordero-2.reimpr.de la 1.ed.-san José, cr.: euned, 2005.236 Págs.; 21x27cm.
- Meza Orozco, Johnny de Jesús. Evaluación financiera de proyectos/Johnny de Jesús meza orozco.-3ª .ed.-Bogotá: eco ediciones, 2013,360 Págs.- (ciencias administrativas. Contabilidad u finanzas).
- Meza,/j.//(2010).//evolución financiera del proyecto.//Guillermo Peñalosa. / 2ed.//Bogotá - Colombia.//340 Págs.
- Miragem, Samuel, guía para la elaboración de proyectos de desarrollo / Samuel miregem, coordinador .-san José , costa rica : iica, 2006 382 p.-(iica : serie desarrollo institucional ; Págs.14)
- Miranda Miranda, juan José. Gestión de proyectos: evaluación financiera económica social ambiental / juan José miranda miranda.- 5ª.ed.-bogota: mm editores, 2005.
- Morales castro, Arturo y morales castro, José Antonio, respuestas rápidas para los financieros, Pearson educación, México, 2005, isbn: 970-26-0078-2 Págs.552.
- Paladines,/v.//(2012).//plan de negocio artesanal.//Santiago de chile-////chile.//6 Págs.
- Pérez e., Laura, un método eficaz para el análisis financiero de pequeños y medianos proyectos de inversión / Laura Pérez e.- san José, c.r.: instituto interamericano de cooperación para la agricultura. Programa de organización y administración para el desarrollo rural: iica. Oficina en costa rica, 2011. 64 Págs.; 23 cm.- (serio publicaciones misceláneas / iica, issn 05345391: no. A1/ sc-93-24).

- Rosales posas, ramón, la formulación e proyectos con énfasis en el sector agrícola. 1er reimp. De la 1er ed.- san José, c.r.: euned. 2007 280. Págs.
- Ramírez, Elbar, Proyectos de inversión competitivos/ Elbar Ramírez y Margot Cajigas.-Palmira: Universidad Nacional, 2010.44 Págs.; 23CM.ISBN 958-80-9524-7.
- Sosa Pulida, Demetrio. 2010. Guía de proyectos de inversión: con enfoque académico. México. Editorial limusa. Págs. 58)
- Zúñiga Blanco, Máyla, gestión de proyectos de conservación y manejo de recursos naturales.-1. Reimp. De la 1.ed.-san José c.r.; euned, 2007.

6.2. Linkografia

- Fuente: Servicio de Renta Interna de Quevedo.
- http://books.google.com.ec/books?id=bqPzq_LvWOQC&pg=PA19&dq=efinicion+gerente+general&hl=es&sa=X&ei=qHctVIXENMORsQSAvIDoCg&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20gerente%20general&f=false.
- http://books.google.com.ec/books?id=cl9f_vX5UC&pg=PA11&dq=definicion+secretaria&hl=es&sa=X&ei=OXotVPCcGPP7sASX0YGADw&ved=0CBQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20secretaria&f=false
- <http://books.google.com.ec/books?id=eWOvsi2iY8C&pg=PA18&dq=gerente+general+funciones&hl=es&sa=X&ei=8XQtVKmVNozmsATp6oLoDA&ve=0CBoQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false>.
- <http://conceptodefinicion.de/fotografia/>.
- <http://cursosgratis.aulafacil.com/CursoProtocolo/curso/Lecc-11.htm>.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Edici%C3%B3n_de_v%C3%ADdeo.
- <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MOMAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>.
- <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/80.pdf>.
- <http://www.egeda.ec/documentos/Estatutos.pdf>.
- <http://www.mastermagazine.info/termino/4680.php#ixzz3F17q2tfOhttp://.mastermagazine.info/termino/4680.php#ixzz3F11x4dUO>
- <http://www.uta.edu.ec/v2.0/phocadownload/externos/serviciopublico.pdf>.
- https://www.google.com.ec/search?q=ubicacion+de+quevedo&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=5p_3U9LLOq_ksATMg4L4Cw&ved=0CAgQ_AUo&biw=1366&bih=667#facrc=_&imgdii=_&imgsrc=yTSI8dy8ngMCeM%253A%3Bo6F7HrZ8q_vEOM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.viajandox.com%252Flosrios%252Flosrios_quevedo_mapa.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fturismoqueve.

CAPITULO VII

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA GESTION EMPRESARIAL



A continuación se le presentan una serie de ítems, los cuales le agradecemos su colaboración en responderlas con la mayor precisión, ya que con esto le dará un gran aporte a un estudio de investigación llevada a cabo.

Marque con una X la(s) opción(es) de su preferencia.

1. ¿A usted le gustaría que existiera en el Cantón Quevedo un estudio de grabación y producción de videos para todo tipo de actos sociales?

Si () No ()

2. ¿A Usted Alguna vez ha adquirido el servicio para la realización de videos para algún evento social?

Si () No ()

3. ¿Conoce Ud. si existe un estudio de grabación y producción de videos para eventos de tipo de acto social?

Si () No ()

4. ¿A usted qué nombre le gustaría que llevara el estudio de grabación y producción de video para eventos sociales?

Productions services	()
Photograph production liseth	()
Photography video liss	()
Liseth studio plus video	()

5. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por la realización de un video?

\$200 ()

\$250 ()

\$300 ()

6. ¿Qué servicios le gustaría a usted que se ofrezcan en el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales (Si su respuesta no es ninguna de las que se presenta a continuación enuncie un servicio)?

Comerciales ()

Bautizo ()

15 años ()

Bodas ()

San Valentín ()

Aniversarios ()

Graduaciones ()

Todos: _____

7. ¿Considera usted que las fotografías deberían obtener una mejora previa antes de la realización de un video?

Si () No ()

8. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por una sección fotográfica para cualquier evento social?

\$150 ()

\$250 ()

\$300 ()

9. ¿Qué slogan le gustaría que tenga el estudio de grabación y producción de videos para eventos sociales?

Momentos inolvidables ()

Tu felicidad en nuestras manos ()

Revive los grandes momentos de tu vida ()

10. ¿Le gustaría que los videos contengas animaciones tridimensionales?

Si () No ()

11. ¿Qué tiempo le gustaría que durare un video?

20 Minutos ()

35 Minutos ()

1 Hora ()

2 hora ()

12. ¿Considera usted que en la realización de un video debería contener música de fondo?

Si () No ()

13. ¿Para actos de índole familiar que tipos de música le gustaría que tenga un video en su edición?

Classic ()

Romántica ()

Pop ()

Rock and roll ()

Jazz ()

Cumbia ()

Salsa ()

14. ¿Considera usted que las fotografías debería contener diseños o sticker en la creación de un video?

Si () No ()

15. ¿Qué tiempo le gustaría a usted que permanezca una fotografía en un video para un evento social?

- 2 Segundos ()
- f. Segundos ()
- 6 Segundos ()

16. ¿Qué tipo de fondo le gustaría que contenga el video al momento editar?

- Con diseño ()
- Simple ()
- Ilustración ()

17. ¿Qué tipo de diseño le gustaría?

- Floral ()
- Abstracto ()
- Reluciente ()
- Colorido ()

18. ¿Qué tipo de portal le gustaría que contenga el estuche del CD de su video?

- Imágenes prediseñadas ()
- Frases ()
- Ninguna ()



CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010
Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC



Distribución por Edades

CEPAL/CELADE Redatam+SP 10/29/2014

Base de datos

Ecuador: Censo de Población y Vivienda 2010

Área Geográfica

Selección\PROVIN_12.sel

Título

Distribución por Edades

Nombre de la lista

RpBases\Tempo\~tmp_979251.dbf

Entidad

Cantón de empadronamiento

Llave

REDCODE

Código	Nombre del Cantón	Total	Total Seleccionado	Porcentaje
1201	BABAHOYO	153776	96938	63
1202	BABA	39681	23750	60
1203	MONTALVO	24164	14797	61
1204	PUEBLOVIEJO	36477	21934	60
1205	QUEVEDO	173575	107834	62
1206	URDANETA	29263	17514	60
1207	VENTANAS	66551	39492	59
1208	VINCES	71736	43111	60
1209	PALENQUE	22320	12923	58
1210	BUENA FE	63148	37624	60
1211	VALENCIA	42556	25422	60
1212	MOCACHE	38392	22640	59
1213	QUINSALOMA	16476	9629	58

Procesado con Redatam+SP

CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS - INEC, ECUADOR

WILLIAM FONG S.A. WFONG COTIZACIÓN

R.U.C. 1291731534001

Matriz: Bolívar # 810 y La Octava y Novena
Telfs.: 05-2750540 / 05-2753712 / 05-2753711 FAX. 05 - 2752577
Quevedo -Ecuador

Bodega de despacho:
Fecha: 13/10/2014 16:09:57
Moneda: DOLAR
Días de validez: 03/02/2015 16:09:57

Código: 0023857
Cliente: CONSUMIDOR FINAL
Ced./R.U.C.: 999999999999999999
Dirección: CONSUMIDOR FINAL

Teléfono:
Fecha de entrega: 13/10/2014 16:09:57
Solicitante:

No. Item	Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Dcto. %	Subtotal
01	00000151	VARILLA CORRUGADA 8MM X 12MT *	UNIDAD	10.00	4.7143	0.00	47.1430
02	00001088	VARILLA CORRUGADA 12MM X 12MT *	UNIDAD	15.00	10.5804	0.00	158.7060
03	00000001	CEMENTO FUERTE TIPO 1P SACO 50 KG C	SAC50K	75.00	6.8100	0.00	510.7500
04	00001549	ALAMBRE RECOCIDO #18 X KG	KILOGR	15.00	1.6600	0.00	24.9000
05	00001090	VARILLA CORRUGADA 14MM X 12MT *	UNIDAD	10.00	14.4018	0.00	144.0180
ESTO ES UNA COTIZACIÓN, NO REPRESENTA UN DOCUMENTO LEGAL.						Subtotal	885.52
						Descuento:	0.00
						Subtotal	885.52
						I.V.A.: 12.00%	106.26
						TOTAL US \$:	991.78

Firma Autorizada Recibi Conforme

EMISOR

CASA FERRETERIA FONG S.A. FERREFONG PROFORMA No. 30975

Quevedo - Ecuador
RUC: 0992625236001
TE: 2750540-2753711-2753712

Fecha : 13-10-2014
Cliente CONSUMIDOR FINAL

Alexandra Moraz

Descripción	Precio	Cantid	%desc.	Total
Manquera Negra 1" x roll(100mts)	31.82	1.00	0.00	31.82
Manquera Negra 3/4" x roll(100mts)	22.28	1.00	0.00	22.28
Tubo Rosc. Plásticama 1/2" x 6mts.	6.75	6.00	0.00	40.50
Teflon Aleman (Rojo)	0.54	10.00	0.00	5.36
Codo Rosc. (Hidro3) 1/2" Plásticama	0.35	15.00	0.00	5.28
Tee Rosc. (Hidro3) 1/2" Plásticama	0.77	6.00	0.00	4.61
Tubo desaque 4"x3mts Plásticama	11.24	3.00	0.00	33.72
Tubo desaque 2"x3mts Plásticama	4.49	2.00	0.00	8.98
Tee desaque 2" Plásticama	1.00	3.00	0.00	3.00
Codo desaque 50mm x90° Plástidor	0.43	7.00	0.00	3.00
Subtotal :				156.55
Descuento :				0.00
Transp. :				0.00
IVA :				19.03
TOTAL :				177.57

* Precios sujetos a cambio sin previo aviso

**CASA FERRETERIA FONG S.A. FERREFONG**

Quevedo - Ecuador
RUC: 0992625236001
TEL: 2750540 - 2753711 - 2753712

PROFORMA No. 30976

Fecha : 19-10-2014

Cliente CONSUMIDOR FINAL

Alexandra Mora

Descripción	Precio	Cantid	%desc.	Total
Clavos para Madera 2-1/2" x 1b.	0.58	20.00	0.00	11.61
Bondex Premium 1 25Kg	11.96	300.00	0.00	3,594.63
Cinta Encomada Abro (24mm x 40Yds)	1.02	4.00	0.00	4.07
F.Unidas Latex Sup. Blanco GL	14.73	1.00	0.00	14.73
F.Unidas Esm. Sup. Blanco GL	13.39	1.00	0.00	13.39
Brocha Wilson 6" rojo Premier	11.07	3.00	0.00	33.21
Sikaton Empaste p/interior 20Kg. c/r.	8.40	10.00	0.00	83.96
Sikaton Empaste p/exterior 20Kg. c/r.	17.59	10.00	0.00	175.93

Subtotal : 3,951.54
Descuento : 0.00
Transp. : 0.00
IVA : 471.78
TOTAL : 4,403.32

* Precios sujetos a cambio sin previo aviso

