



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TEMA:**

**“PLAN DE INVERSIÓN PARA LA MODERNIZACIÓN DE LOS  
SERVICIOS DE LA EMPRESA DANISA RECORDS, CANTÓN  
QUEVEDO PERIODO 2014 – 2017”.**

**AUTORA:**

**LEMA MERELLO LUPE DANISA**

**DIRECTOR:**

**ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, M.Sc.**

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2015**





**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
EN ADMINISTRACION FINANCIERA**

**TEMA:**

**“PLAN DE INVERSIÓN PARA LA MODERNIZACIÓN DE LOS  
SERVICIOS DE LA EMPRESA DANISA RECORDS, CANTÓN  
QUEVEDO PERIODO 2014 – 2017”.**

**AUTORA:**

**LEMA MERELLO LUPE DANISA**

**DIRECTOR:**

**ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, M.Sc.**

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2015**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

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

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

f. \_\_\_\_\_  
**Lupe Danisa Lema Merello**

## CERTIFICACIÓN

El suscrito certifica que la tesis de grado para la obtención del Grado Académico de Ingeniera en Administración Financiera cuyo tema de tesis denominada “**PLAN DE INVERSIÓN PARA LA MODERNIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA DANISA RECORDS, CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2014-2017**”, de autoría de la señorita LUPE DANISA LEMA MERELLO, ha sido revisada en todos sus componentes por lo que se autoriza su presentación formal ante el tribunal respectivo.

f. \_\_\_\_\_

**ING. DENNIS AGUIRRE VALVERDE, M.Sc.  
DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO**

**Presentado al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias  
Empresariales como requisito previo para la obtención del título  
de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**APROBADO:**

---

ING. Enrique Vásquez Aguirre, M.Sc

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

ING. Silvia Jaramillo Mieles, M.Sc

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

LCDO. Luis Villota Guevara, M.Sc

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**Quevedo – Ecuador**

**2015**

*El presente trabajo está especialmente dedicado a Dios, por haberme dado luz, confianza y seguridad cuando la necesitaba y haberme permitido llegar a culminar con éxitos mi carrera universitaria.*

## **DEDICATORIA**

*A mis padres por ser la parte fundamental en mi vida y darme el apoyo necesario, en cada momento.*

*A mi esposo por su apoyo y confianza irremplazable en cada situación que se nos ha presentado.*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por haberme acompañado en todo este trayecto de mis estudios porque me ha dado la suficiente fuerza y valor para culminar una etapa profesional en mi vida.

También al apoyo brindado por parte de mi familia, ha sido incondicional ya que han estado pendientes de mí en cada paso y logro que he alcanzado.

A mi esposo, por su apoyo en el transcurso de todas aquellas barreras que he cursado en esta carrera universitaria, por participar y colaborar en muchos momentos de alegría, tristeza y hacerme saber que siempre podré contar con su ayuda.

Al Ing. Dennis Aguirre Valverde M.Sc, por toda su colaboración brindada, que aportó con sus amplios conocimientos en el área, durante la elaboración de este trabajo de investigación.

Agradezco a todas las personas que hicieron posible desarrollar el presente trabajo investigativo, donde colaboraron muy acomedidamente.

## ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

<b>(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN</b>
--

1.	<b>Título / Title</b>	“PLAN DE INVERSIÓN PARA LA MODERNIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA DANISA RECORDS, CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2014 – 2017”.
2.	<b>Creador / subject</b>	Lema Merello Lupe Danisa
3.	<b>Materia / Subject</b>	Ciencias Empresariales: Carrera de Ingeniería en Administración Financiera.
4.	<b>Descripción / Description</b>	La presente investigación denominada Plan de inversión, se encuentra enfocado a mejorar los servicios de la empresa audiovisual Danisa Records, ubicada en la ciudad de Quevedo y con ello se lo considera como un aporte para lograr satisfacer las exigentes necesidades de sus clientes y potenciales consumidores.
5.	<b>Editor / Publisher</b>	FCE: Carrera de Ingeniería en Administración Financiera
6.	<b>Colaborador / Contributor</b>	Ninguno
7.	<b>Fecha /Date</b>	31 de marzo de 2015
8.	<b>Tipo /Type</b>	Tesis de Grado

<b>9.</b>	<b>Formato /Format</b>	Programas: Word 2010; Pdf; Excel 2010; Power Point.
<b>10.</b>	<b>Identificador /Identifier</b>	llupita61@hotmail.com
<b>11.</b>	<b>Fuente / Source</b>	Habitantes del cantón Quevedo.
<b>12.</b>	<b>Lenguaje / Lenguaje</b>	Español
<b>13.</b>	<b>Relación / Relation</b>	Ninguno
<b>14.</b>	<b>Cobertura / Coverage</b>	El cantón Quevedo que pertenece a la Provincia de los Ríos.
<b>15.</b>	<b>Derechos / Rights</b>	Ninguno
<b>16.</b>	<b>Audiencia / Audience</b>	Tesis de Grado

# ÍNDICE

## PÁGINA

PORTADA .....	i
DECLARACION DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO.....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
FORMATO DE TRIBUNAL DE TESIS .....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	vii
INDICE.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	xx
SUMMARY.....	xxi

## CAPITULO I

<b>MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 INTRODUCCIÓN.....	2
1.2 PROBLEMATIZACIÓN.....	4
1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2.1.1 DIAGNÓSTICO.....	6
1.2.1.2 PRONÓSTICO.....	7
1.2.1.3 CONTROL DEL PRONÓSTICO .....	8
1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9

1.2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	10
1.4 OBJETIVOS.....	12
1.4.1 GENERALES.....	12
1.4.2 ESPECÍFICOS.....	12
1.5 HIPÓTESIS.....	13
1.5.1 GENERAL.....	13
1.5.2 ESPECIFICAS.....	13
1.6 VARIABLES .....	13
1.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	13
1.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	13

## **CAPITULO II**

<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>14</b>
2.1 FUNDAMENTACION TEORICA.....	15
2.1.1 Empresa.....	15
2.1.2 Proyecto.....	15
2.1.3 Inversion .....	16
2.1.3.1 Plan de inversion .....	16
2.1.3.2 Plan financiero .....	17
2.1.3.3 Apalancamiento financiero .....	18
2.1.3.4 Apalancamiento operativo .....	18
2.1.3.5 Decisiones de inversion y Decisiones de financiacion .....	19

2.1.3.6 Riesgo de las inversiones .....	20
2.1.3.7 Tipos de proyectos de inversion .....	20
2.1.3.8 Ciclo de vida del proyecto .....	22
2.1.3.9 Etapas principales de un proyecto .....	24
2.1.3.9.1 La idea .....	25
2.1.3.9.2 Pre - inversion .....	25
2.1.3.9.2.1 Perfil .....	25
2.1.3.9.2.2 Pre factibilidadl .....	25
2.1.3.9.2.3 Factibilidad .....	26
2.1.3.9.3 Inversion .....	27
2.1.3.9.4 Operacion .....	27
2.1.3.1.0 Estudios que integran un proyecto de inversion .....	28
2.1.3.1.0.1 Estudio de mercado .....	28
2.1.3.1.0.2 Estudio Tecnico .....	28
2.1.3.1.0.2.1 Localizacion del proyecto .....	29
2.1.3.1.0.2.2 Determinacion del tamaño optimo .....	30
2.1.3.1.0.2.3 Ingenieria del proyeto .....	31
2.1.3.1.0.2.4 Clase de Tecnologia .....	31
2.1.3.1.0.3 Estudio Organizacional .....	32
2.1.3.1.0.4 Estudio Financiero .....	33
2.1.4 Metodos para evaluar proyectos de inversion .....	34

2.1.4.1 Tasa de descuento .....	34
2.1.4.2 Valor presente neto .....	35
2.1.4.3 Tasa interna de retorno .....	35
2.1.4.4 Tasa verdadera de rentabilidad .....	36
2.1.4.5 Costo Anual Uniforme Equivalente .....	37
2.1.5 Analisis de las fuentes de financiamiento del proyecto .....	38
2.1.5.1 Financiamiento con proveedores .....	38
2.1.5.2 Financiamiento con un credito bancario .....	39
2.1.5.3 Financiamiento con un leasing .....	40
2.1.5.4 Costo de capital .....	41
2.1.5.4.1 La autofinanciacion... .....	41
2.1.5.4.2 Capital neto de trabajo... .....	42
2.1.5.4.3 Clasificacion de las fuentes de financiamiento... .....	43
2.1.5.4.4 Criterios de selección de las fuentes de financiaci... .....	43
2.2 FUNDAMENTACION CONCEPTUAL.....	45
2.2.1 Produccion audiovisual .....	45
2.2.1.1 Industrias culturales, industrias creativas.....	46
2.2.1.2 La industria audiovisual.....	46
2.2.1.3 El mercado audiovisual .....	47
2.2.1.3.1 Las ventanas tradicionales .....	47
2.2.1.3.2 Las nuevas ventanas: importancia de los mercados agregados. ....	48

2.2.1.4 El producto audiovisual .....	48
2.2.1.5 La cadena de valor del producto audiovisual .....	49
2.2.1.6 El marco conceptual de la innovacion tecnologica.....	49
2.2.1.7 Empresa innovadora .....	49
2.2.1.8 Caracteristicas de la empresa innovadora .....	50
2.2.1.9 Proceso de innovacion teconologica.....	50
2.2.2.0 Innovacion tecnologica como proceso en la empresa .....	50
2.2.2.1 El proceso innovador como estrategia de cambio .....	51
2.2.2.2 Planificacion tecnologica y estrategica .....	51
2.2.2.3 Planeacion de estrategias tecnologicas .....	52
2.2.2.4 La estrategia tecnologica .....	52
2.2.2.5 Infraestructura audivisual .....	52
2.2.3 Equipos audiovisuales .....	53
2.2.3.1 Equipos modernos para una productora de audio y video .....	53
2.3 FUNDAMENTACION LEGAL.....	58

### **CAPITULO III**

<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>65</b>
3.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACION.....	66
3.1.1 Método Analitico.....	66
3.1.2 Método Inductivo.....	66
3.1.3 Método Deductivo.....	67
3.2 Tipo de investigación.....	67

3.2.1 Investigacion Descriptiva.....	67
3.2.2 Investigacion de campo.....	68
3.2.3 Investigacion Documental.....	68
3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	69
3.3.1 Diseño descriptivo tipico.....	69
3.3.2 Diseños transeccionales exploratorios.....	69
3.3.3 Diseño experimental verdadero.....	69
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	70
3.4.1 Poblacion.....	70
3.4.2 Muestra.....	70
3.4.3 Calculo de la muestra .....	70
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>72</b>
4.1 RESULTADOS.....	73
4.1.1 Estudio de mercado.....	73
4.1.2 Diagnostico del sector de servicios audiovisuales.....	80
4.1.2.1 Poder de negociacion de clientes.....	80
4.1.2.2 Poder de negociacion de los proveedores.....	80
4.1.2.3 Amenaza de nuevos entrantes.....	82
4.1.2.4 Amenaza de productos sustitos.....	82
4.1.2.5 Rivalidad entre los competidores.....	83
4.1.3 Estudio tecnico y la ingenieria del proyecto.....	86

4.1.3.1 Localizacion de DANISA RECORDS.....	87
4.1.3.2 Distribucion de la empresa.....	87
4.1.3.3 Caracteristicas de la tecnologia.....	88
4.1.3.4 Maquinaria y equipo requerido.....	89
4.1.3.5 Estudio Administrativo.....	89
4.1.3.5.1 Selección de personal.....	90
4.1.3.6 Estudio legal.....	91
4.1.3.6.1 Servicio de rentas internas.....	91
4.1.3.7 Aspecto laboral.....	91
4.1.4 Estudio financiero – economico.....	93
4.1.4.1 Materiales directos.....	93
4.1.4.2 Mano de obra directa.....	94
4.1.4. 3 Materiales indirectos.....	94
4.1.4. 4 Mano de obra indirecta.....	95
4.1.4. 5 Costos fijos y variables.....	96
4.1.4. 6 Inversion inicial.....	98
4.1.4. 7 Proyeccion de costos.....	98
4.1.4. 8 Flujo de caja proyectado.....	99
4.1.4. 9 Evaluacion del pan de inversion.....	101
4.1.4.9.1 Tasa minima aceptable de rentailidad (TMAR).....	101
4.1.4.9.2 Valor actual neto.....	102

4.1.4.9.3 Tasa interna de retorno.....	103
4.1.4.9.4 Punto de equilibrio.....	103
4.2 DISCUSION.....	105
<b>CAPITULO V</b>	
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>109</b>
5.1 Conclusiones.....	110
5.2 Recomendaciones.....	112
<b>CAPITULO VI</b>	
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>114</b>
6.1 LITERATURA CITADA.....	115
6.2 LINKOGRAFÍA.....	118
<b>CAPITULO VII</b>	
<b>ANEXOS.....</b>	<b>119</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>pág.</b>
1. Empresas que se dedican a las reproducciones audiovisuales .....	73
2. Personas que han participado en alguna producción audiovisual.....	74
3. Ingresos económicos a través del servicio audiovisual.....	75
4. Inversión en producciones audiovisuales .....	76
5. Meses que se organizan spots publicitarios o eventos .....	77
6. Presupuesto anual en los últimos tres años .....	78
7. Pago por servicio audiovisual .....	79
8. Poder de negociación de los proveedores .....	81
9. Amenaza de productos sustitutos.....	82
10. Proyección de la oferta.....	83
11. Segmentación de la demanda .....	84
12. Determinación del consumo Per Cápita.....	84
13. Demanda potencial.....	85
14. Equipos para la empresa Danisa Records.....	93
15. Personal de la empresa Danisa Records.....	94
16. Muebles y enseres .....	94
17. Equipos de computación.....	95
18. Mano de obra indirecta.....	95
19. Costos fijos y variables .....	96

2.0. Inversion inicial.....	98
2.1. Proyeccion de costos .....	99
2.2. Flujo de caja proyectado.....	100
2.3. Cálculo del valor actual neto.....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico</b>	<b>pág.</b>
1. Conocimiento de empresas de servicios audiovisuales.....	73
2. Participación en la producción audiovisual.....	74
3. Ingresos económicos a través del servicio audiovisual.....	75
4. Inversión en producciones audiovisuales .....	76
5. Meses que se organizan spots publicitarios o eventos .....	77
6. Presupuesto anual en los últimos tres años .....	78
7. Pago por servicio audiovisual .....	79
8. Localización de la empresa Danisa Records .....	87
9. Distribución de la empresa Danisa Records.....	88

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado Plan de inversión, se encuentra enfocado a mejorar los servicios de la empresa audiovisual Danisa Records ubicada en la ciudad de Quevedo, para con ello satisfacer las exigentes necesidades de los clientes y potenciales consumidores. En la actualidad existen pocas empresas que brindan un servicio audiovisual profesional, por esta causa se dio la iniciativa de emprender una inversión considerable que permita mejorar y renovar los equipos tecnológicos audiovisuales e infraestructura, para entregar un servicio altamente calificado y personalizado.

En el desarrollo de esta investigación se utilizó el método analítico, el mismo que analizara de manera minuciosa los resultados finales de este trabajo, es decir se estudiará las encuestas acerca del objeto de estudio, también se logró utilizar el método inductivo que permite obtener una conclusión partiendo de los hechos, además empleando el método deductivo se podrá recoger, organizar, resumir, presentar y analizar los resultados de la inversión.

A través del estudio de mercado que se realizó a la población de Quevedo, se logró obtener los resultados, el mismo que llevó a determinar la oferta y la demanda, permitiendo conocer las necesidades insatisfechas de los habitantes. Mediante el análisis financiero se obtuvo como resultado que el proyecto es rentable para el plan de inversión, ya que se considera una tasa mínima aceptable de rentabilidad del 4.09%, una TIR del 17.08%, un VAN de US\$ 701.914,37, teniendo en consideración que para cumplir con el préstamo establecido el pago de los costos fijos y variables tendría un ingreso como punto de equilibrio de US\$ 2.425.22. Por ello se puede ultimar que el presente plan de inversión es fiable.

## SUMMARY

This research project called Investment Plan, is focused on improving the audiovisual services company Danisa Records located in the city of Quevedo, to thereby meet the demanding needs of customers and potential customers. At present there are few companies that provide professional audiovisual service, for this cause came the initiative to undertake a significant investment to improve and renew the audiovisual equipment technology and infrastructure to deliver a highly qualified and personalized service.

The analytical method used in the development of this research, the same to analyze minutely the final results of this work, ie surveys on the subject matter will be studied, he also managed to use the inductive method for a conclusion from the facts, besides using the deductive method you can collect, organize, summarize, present and analyze the results of the investment.

Through market research that was conducted in the town of Quevedo, it was possible to get the results, the same that led to determine the supply and demand, enabling meet the unmet needs of the inhabitants.

The financial analysis was obtained as a result that the project is profitable for the investment plan as it is considered a minimum acceptable yield of 4.09%, an IRR of 17.08%, an NPV of US \$ 701,914.37 rate, taking into consideration to meet the established loan payment of fixed and variable costs would have income as the balance of US \$ 2.425.22. Therefore it can finalize this investment plan is reliable.



**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA**  
**INVESTIGACIÓN**

## 1.1 Introducción

La presente investigación lleva por título Plan de inversión para la modernización de los servicios de la empresa DANISA RECORDS, cantón Quevedo periodo 2014-2017, cuyo principal objetivo es la implementación de mejores servicios a la productora audiovisual, con la adquisición de equipos de mayor tecnología e infraestructura de la misma.

Se eligió desarrollar esta investigación que conlleva estudios y análisis, debido a que existen pocas empresas con este tipo de servicio en el medio, lo cual ha hecho más viable la realización de este proyecto de inversión.

Los medios audiovisuales se han convertido en una herramienta de gran ayuda para empresas o personas particulares que han deseado un trabajo profesional de audio y video, dominando de esta manera un mercado altamente competitivo. Condicionalmente estas empresas se encuentran ubicadas en ciudades más grandes del país, debido a su extensa demanda que presentan hoy en día.

Actualmente en la ciudad de Quevedo, esta productora dedicada a brindar un servicio básico de grabaciones en general, presenta un desarrollo poco competitivo que no permite llenar aquellas expectativas exigentes de sus demandantes, como son trabajos audiovisuales altamente calificados.

Por ello el Plan de Inversión está direccionado a la presente empresa, el mismo que se llevara a cabo en la ciudad antes mencionada, ciudadela el Guayacán.

En la actualidad el sector audiovisual cuenta con una extensa gama de innovaciones tecnológicas, permitiendo a ciertas productoras de audio y video desarrollar sus servicios profesionales en este campo, conllevando de esta manera a conseguir la productividad y competitividad en este mercado.

El objetivo del plan de inversión es determinar un estudio técnico, conducido por la ingeniería del proyecto, el financiamiento, el tamaño, la localización, la capacidad técnica, sus costos e ingresos, como también definir la estrategia económica – financiera que permita comprobar la factibilidad de la inversión que va a tener esta empresa audiovisual.

Esta investigación comprende los siguientes capítulos:

El capítulo I, denominado Marco contextual delimita la problemática, objetivos y todos sus componentes literalmente como influencia al trabajo de investigación.

El capítulo II, que comprende el Marco teórico, expone y analiza los enfoques de teorías válidos, complementado por métodos y herramientas de estudio, donde también intervienen las disposiciones legales - reglamentarias aplicables, a empresas e instituciones.

El capítulo III, compuesto por la Metodología de la investigación, describe los métodos, técnicas e instrumentos, que nos permitirá obtener la información necesaria para desarrollar el análisis de los resultados.

El capítulo IV, que conlleva Resultados y discusión, está constituido por el análisis e interpretación de los resultados en relación con los objetivos y las hipótesis planteadas de la presente investigación.

El capítulo V, denominado Conclusiones y recomendaciones, se muestra las indicaciones o sugerencias respectivas al desarrollo de los resultados generados anteriormente.

El capítulo VI, anexos incluye todos los instrumentos utilizados, esquemas o gráficos, fuentes, guías o anexos de referencias que ayuda para ampliar la información descrita en el presente trabajo.

## **1.2 Problematización:**

### **1.2.1 Planteamiento del problema**

Dentro del campo audiovisual existen grandes competencias de la misma rama, creando de esta manera un mercado altamente creativo y competitivo. Sin embargo existen productoras audiovisuales que se dedican a realizar producciones de alta y baja calidad, debido a que no todas cuentan con los mismos recursos tecnológicos que hoy en día se necesitan para desarrollar un trabajo de producción altamente calificado.

Estas empresas audiovisuales son capaces de ofrecer una gran variedad de servicios al público en general, donde el consumidor puede ser participe planteando sus propias ideas dependiendo del servicio que solicite; por otro lado son impulsadoras de crecimiento y desarrollo de pequeñas, medianas y grandes empresas.

A pesar de las ventajas que pueden tener, estas presentan múltiples problemas debido a ciertos factores que afectan el desarrollo productivo de la empresa, como es el factor competitivo, demográfico, económico, tecnológico y cultural.

La problemática que presenta la Productora Audiovisual, es la ineficiencia en la calidad de sus producciones, lo cual se deriva a la falta de equipamiento tecnológico, donde consecuentemente no ha logrado alcanzar sus metas propuestas y superarse en el mercado audiovisual.

La falta de personal capacitado, es un factor que se encuentra vinculado con cualquier tipo de empresa, lo que no permite desenvolverse de manera óptima en las diferentes áreas asignadas y poder desarrollar correctamente sus funciones.

Esto implicaría una baja competitividad y productividad, ya que una productora de Audio & Video estará enfocada siempre a cautivar la atención necesaria de sus clientes y porque no, captar potenciales mercados.

En la actualidad existen pocas productoras que cuentan con una gran variedad de equipos modernos, para la realización de las múltiples producciones que hoy en día son exigidas por sus demandantes, y es que esto se debe a que sus costos para la adquisición de estos mencionados implementos son muy elevados.

Al no contar con las herramientas necesarias para desempeñar el trabajo audiovisual, se crea una deficiencia al querer competir con otras productoras nacionales que se encuentran radicadas en ciudades más grandes y bajo este contenido resultaría difícil lograr posicionarse en el mercado.

Se ha analizado en particular la incorrecta administración de las finanzas como una de las tantas causas que afecta a las empresas que se dedican a brindar el servicio audiovisual, ya que el mal manejo de sus recursos produce el fracaso de la misma, al tener un rendimiento bajo ya que no se estaría generando ganancias o mayores ingresos que puedan cubrir aquellos costos ocasionados.

Muchas de las empresas conllevan a una insolvencia técnica, al no poseer dinero suficiente para cancelar obligaciones o deudas que tendría actualmente la empresa, todo esto ocasionado al mal manejo de los fondos. Debido a esta situación la productora no puede cumplir sus objetivos, planes y metas propuestas.

Algunas empresas cualquiera que sea su actividad, se presentan reacias frente al cambio de querer usar equipos técnicamente modernos, como es el caso de la productora Danisa Records, la misma que no cuenta con herramientas actualizadas para poder realizar los diversos trabajos que exige una sociedad que constantemente está progresando y demandando servicios altamente profesionales.

Por tal motivo esta empresa de servicios no garantiza un buen desempeño en el mercado audiovisual porque no cuenta con los implementos necesarios que proyecten una eficiente producción tanto de audio como video.

El poco interés en querer aplicar nueva tecnología en las diferentes producciones audiovisuales, es también una de las causas que involucra a una empresa no poder desarrollarse en el campo audiovisual, ni mucho menos poder competir con grandes productoras reconocidas en nuestro país, ya que la competitividad es un factor que siempre tratara de cubrir aquellas necesidades de sus consumidores, y sobrellevar a la captación de potenciales mercados.

En este sentido la empresa Danisa Records no podrá posicionarse en un mercado meta, todo esto a consecuencia de no poder lograr una mejora y fortalecimiento de sus servicios.

Bajo este contenido, es relevante caracterizar a las empresas audiovisuales como instrumentos de la industria televisiva, en cuanto a su volumen, tipos de contenido y estructura organizacional, los mismos que permiten producir proyectos competitivos e innovadores a beneficio del consumidor.

#### **1.2.1.1 Diagnóstico (causas y efectos)**

##### **A. Causas:**

- ❖ Falta de personal capacitado, en el ámbito tecnológico para las diferentes áreas de producción audiovisual.
- ❖ Los costos son muy elevados para la adquisición de equipos modernos tanto de audio como video.
- ❖ La incorrecta administración del dinero.
- ❖ Resistencia al cambio de querer usar equipos técnicamente modernos.
- ❖ Poco interés en aplicar nueva tecnología en las diferentes producciones audiovisuales.

## **B. Efectos:**

- ❖ Baja competitividad y productividad en el mercado.
- ❖ Deficiencia en la calidad de los trabajos audiovisuales.
- ❖ Fracaso de la empresa, proyectado a través de un rendimiento bajo y seguido de la insolvencia técnica.
- ❖ Desarrollo insuficiente en cuanto al proceso audiovisual.
- ❖ No permite contribuir a la mejora y fortalecimiento de los servicios audiovisuales.

### **1.2.1.2 Pronóstico**

- ❖ Afecta al crecimiento productivo e influye el bajo desarrollo competitivo en el mercado audiovisual, ocasionando una baja rentabilidad y demanda en la empresa.
- ❖ El contar con un servicio ineficiente y de pésima calidad trae consigo una fuerte desventaja, que es el no poder estar a la altura de las otras productoras audiovisuales reconocidas.
- ❖ La incidencia en la administración de recursos, afectaría a la modernización de servicios audiovisuales, ya que impide la realización de futuras inversiones debido a su falta de liquidez de la empresa.
- ❖ Impide competir con grandes empresas nacionales e internacionales, debido a su calidad de trabajo proyectada actualmente, donde no apropia las necesidades de sus consumidores.
- ❖ Al presentar desinterés en la avanzada tecnología, no se obtendrían óptimos resultados de calidad altamente mejorado en las producciones audiovisuales, donde su falta de capacidad tecnológica impide solventar problemas de servicio en cuanto a video y audio.

### ❖ 1.2.1.3 Control del pronóstico

- ❖ La empresa logrará una rentabilidad sostenible, si cuenta con un personal idóneo capacitado a utilizar los nuevos implementos y contar con la diseñada nueva estructura, por supuesto tomando como referencia el éxito de otras productoras audiovisuales que ya poseen mucha experiencia en el medio.
- ❖ En los últimos años la industria de producción ha tenido muchos cambios por ello las innovaciones tecnológicas mientras más avanzadas sean pueden realizar un satisfactorio trabajo en las empresas, ayudando de esta manera a contribuir un servicio confiable y relativamente eficiente, ya que aquello incrementa la rapidez, acompañado de óptimos resultados de muy buena calidad.
- ❖ Con la realización de este plan de inversión, nos permitirá reducir riesgos, eliminar costos que son innecesarios, a proyectar la demanda y logara ser competitivos en el mercado.
- ❖ La industria tecnológica está orientada al progreso económico de las empresas, por ello es imprescindible que la empresa Danisa Records esté familiarizado con los equipos modernos que día a día se generan, capacitarse constantemente, para el desarrollo de los diferentes servicios que oferta.
- ❖ Con el estudio de mercado se buscará confirmar la existencia de demanda insatisfecha, tomando en cuenta los requerimientos de los consumidores, para así poder implementar los nuevos equipos tecnológicos e infraestructura a la productora de audio y video ubicada en la ciudad de Quevedo, tomando en cuenta las variables necesarias para el desarrollo del estudio.

### **1.2.2 Formulación del problema:**

Todo lo mencionado anteriormente permite formular el siguiente problema:

¿Cómo incide el Plan de Inversión en la modernización de los Servicios de la Empresa Danisa Records, cantón Quevedo, para el periodo 2014-2017?

### **1.2.3 Sistematización del problema**

- ❖ ¿De qué manera la fundamentación científica aporta al desarrollo de un plan de inversión?
- ❖ ¿Cómo la situación del mercado permite la recopilación de información para la nueva productora de audio y video en la ciudad de Quevedo, Provincia de los Ríos?
- ❖ ¿De qué manera el estudio técnico y la ingeniería del proyecto aporta a la productora de audio y video ubicada en la ciudad de Quevedo?
- ❖ ¿Por qué es necesario fomentar un incremento económico para la mejora de la empresa audiovisual Danisa Records?
- ❖ ¿Qué estrategias contribuyen a la factibilidad de un plan de inversión, para la productora de audio y video?

### 1.3 Justificación

La decisión de ampliar la empresa audiovisual DANISA RECORDS se debe a que no hay muchas productoras de Audio & Video con las capacidades modernas que existen hoy en día y por lo tanto existe poca competencia en esta zona, pues si es verdad que existen empresas destinadas a brindar este servicio, pero ninguna a entregar un trabajo de alta calidad (videos full HD).

Todos tenemos la necesidad de conservar un recuerdo de fechas especiales u evento o acontecimiento importante de nuestras vidas, como también proyectar publicidades de nuestro negocio, y generar múltiples producciones televisivas, en nuestro medio.

En fin son muchas las producciones de audio y video que se pueden desarrollar, por ello la originalidad de este trabajo investigativo es aplicar un plan de inversión proyectado a mejorar una de las pocas Empresas Audiovisuales, que existen en este cantón, cautivando la atención de sus habitantes al consumir este servicio, entregado a través de un video o audio.

Al realizar una anticipada investigación del mercado que se tienen en este lugar, se detectó que hace falta una Productora Moderna, que sea capaz de satisfacer las necesidades más exigentes de sus actuales clientes y llenar las expectativas de sus potenciales consumidores, así de esta manera con la creación de un gran productora, las personas podrán acudir y solicitar el servicio que desean.

Bajo la búsqueda de un trabajo al máximo nivel de calidad se ha optado por las tecnologías más avanzadas, equipos modernos y una infraestructura para constituirse como una de las empresas con mejor equipamiento y capacidad de respuestas a los trabajos solicitados.

DANISA RECORDS tiene la oportunidad de crecer profesionalmente brindando a los habitantes de esta ciudad y sectores cercanos a ella, un lugar

con instalaciones adecuadas para que la población no tenga que viajar a grandes ciudades para realizar sus trabajos creativos, siendo la productora de alto nivel que les brinde este servicio como en las grandes ciudades.

Y así ofrecer una alternativa creativa frente a la creciente demanda de formatos audiovisuales, tanto por parte de instituciones públicas como de empresas privadas, o personas particulares.

Con el presente plan de inversión aplicado a la empresa Danisa records, se aportará a la creación de plazas de trabajo, fomentado empleo y contribuyendo al desarrollo socioeconómico del cantón Quevedo.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 General**

Realizar un plan de inversión que permita la implementación de equipos e infraestructura moderna a la empresa DANISA RECORDS, para mejorar la oferta de sus servicios audiovisuales.

### **1.4.2 Específicos**

1. Definir científicamente que es un plan de inversión, mediante la aplicación metodológica que permita el cumplimiento de cada fase del proceso investigativo.
2. Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda.
3. Efectuar un estudio técnico y la ingeniería del proyecto para la empresa audiovisual DANISA RECORDS.
4. Determinar las inversiones y el financiamiento, para la empresa audiovisual.
5. Definir los costos, los ingresos y la estrategia económica financiera para comprobar la factibilidad de la inversión.

## **1.5 Hipótesis**

### **1.5.1 General**

La realización del plan de inversión para la modernización de los servicios de la empresa DANISA RECORDS ubicada en la ciudad de Quevedo Provincia de los Ríos, ayuda al mejoramiento y fortalecimiento de la oferta de servicios audiovisuales.

### **1.5.2 Específicas**

1. La definición científica de un plan de inversión, mediante la aplicación metodológica permite el cumplimiento de cada fase del proceso investigativo
2. La realización del estudio de mercado permite determinar la demanda.
3. El estudio técnico y la ingeniería del proyecto determina los recursos necesarios para el correcto funcionamiento del negocio.
4. La determinación de la inversión y el financiamiento, favorece los recursos necesarios para el desenvolvimiento de la empresa.
5. Al definir los costos, los ingresos y la estrategia económica financiera admite comprobar la factibilidad de la inversión.

## **1.6 Variables**

### **1.6.1 Variable Independiente**

El plan de inversión para la modernización de los servicios de la empresa DANISA RECORDS.

### **1.6.2 Variable Dependiente**

El mejoramiento y fortalecimiento de la oferta de servicios audiovisuales.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Fundamentación Teórica**

### **2.1.1 Empresa**

Para Martínez F.L., (2009) “Una empresa es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas, que produce un valor material (un beneficio) tanta para las personas que han aportado ese dinero, es decir los propietarios, como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa, como son los empleados, a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos, refiriéndose a los clientes”.

Según Soria (2010) “Desde el punto de vista económico, empresa es una organización con fines de lucro, que pueden ser de diversa naturaleza jurídica y diferentes objetivos o giros de explotación. La empresa puede tener carácter individual cuando pertenece a una sola persona, o asumir la forma de una sociedad cuando está constituida por dos o más personas”.

De acuerdo a los conceptos anteriormente señalados, se entiende por empresa al grupo de personas y demás elementos materiales, técnicos y financieros, que complementan un objetivo a seguir como es producir y transformar materia prima en producto o satisfacer un servicio, con la finalidad de obtener un beneficio. Estas pueden ser de forma individual o estar constituida por varias personas, para el funcionamiento de su actividad económica.

### **2.1.2 Proyecto**

Para Rodríguez, García Mínguez & Lamarca Orozco (2007) “Es un proceso, es decir, un conjunto de actividades interrelacionadas, en las que se transforman un conjunto de recursos (inputs) en un conjunto de resultados (outputs) que tienen un sentido para alguien (un cliente, interno o externo). Es multidisciplinario, involucra recursos y habilidades de diferentes partes de una organización o de varias”.

Según Ocaña (2013) “Es un esfuerzo temporal emprendido para crear un único producto, servicio o resultado. No debemos confundirlo con lo que se denomina la “declaración de trabajo” (Statement of Work, habitualmente se utiliza el acrónimo inglés SoW), que es una descripción narrativa de los productos o servicios que serán suministrados por el proyecto bajo contrato”.

Podría definirse que es el conjunto de actividades que desarrolla una entidad para alcanzar un determinado objetivo, con el fin de implantar mejoras y estructuras. Además a través del proyecto se puede recolectar datos y análisis, que nos permitan obtener resultados satisfactorios, y concretos para determinar la viabilidad del proyecto.

### **2.1.3 Inversión**

Para Hernández, Hernández Villalobos & Hernández Suarez (2005) “Es la aportación de recursos para obtener un beneficio futuro. Se puede decir que inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir un bien o servicio y generar una utilidad”.

Mientras para Oliver & Senent i Moreno (2006) menciona que una inversión consiste en el desembolso de una cantidad de dinero para conseguir, a través del tiempo de vida de aquella, una cantidad total de dinero que exceda a la desembolsada. En otras palabras, podríamos definirla como la esperanza de obtener en el futuro una ganancia gracias a la inversión actual.

Consiste en la utilización de recursos financieros para renovación, ampliación o mejora de la empresa, y generar utilidad o beneficios en un futuro.

#### **2.1.3.1 Plan de inversión**

Para Fernández E.S., (2007) “Es una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos, cuyo propósito es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo

promueven y, como resultado de este, también se verán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido”.

Un proyecto de inversión prácticamente involucra un análisis económico-financiero, el mismo que abarca una análisis meticoloso, encerrando múltiples factores que podría afectar o no a la inversión propuesta es decir nos indicara el beneficio o tal vez perdida que tendrá al realizar un plan de inversión. Ayudado de métodos que determina si es rentable o no el propósito de conceptualizar un plan de inversión.

### **2.1.3.2 Plan financiero**

Para Welsch, Glenn & Cols (2005) señala que el plan financiero cuantifica los resultados financieros de implantar los objetivos, las estrategias planificadas, los planes y las políticas de la alta administración. El plan financiero representa, así, una traducción, a términos financieros, de los objetivos, las metas, y las estrategias para periodos específicos de tiempo.

Según Medina & Correa Rodríguez (2010) “El plan financiero de un proyecto recoge las distintas fuentes de financiación utilizadas para la puesta en marcha del mismo. Por tanto, para la elaboración del plan financiero, el promotor debe conocer las distintas alternativas financieras a las que puede recurrir para financiar las inversiones iniciales, realizando un análisis crítico de sus costes, ventajas e inconvenientes, seleccionando así las alternativas de menor coste en función de sus necesidades”.

Se puede deducir que el plan financiero es una herramienta que ayuda a establecer y determinar objetivos con una interpretación cuantificada de su negocio, permite alcanzar las metas propuestas con dirección en el plano económico. Es importante porque además de definir la situación económica de la empresa es un instrumento vital para los inversionistas, empresarios que deseen mejorar sus horizontes de carácter presupuestal a través de un documento detallado, que especifica la viabilidad de la inversión, el

financiamiento que requiere, analizando múltiples factores, para llevar a cabo un plan financiero.

### **2.1.3.3 Apalancamiento Financiero**

Para Dasi, Dolz & Ferrer Ortega & Ibarra Juan (2006) lo “define como la relación entre el pasivo exigible y los fondos propios. En los casos en los que la rentabilidad económica es superior al coste de los recursos ajenos, un apalancamiento fuerte aumenta la rentabilidad financiera de los propietarios de la empresa. Por el contrario, incrementa el riesgo financiero ante un incremento del coste de los recursos ajenos o una reducción de la rentabilidad económica”.

Según Briseño (2006) “El apalancamiento financiero se define como la capacidad de utilizar cargos financieros fijos para aumentar los efectos que producen los cambios en la utilidad antes de intereses e impuestos (UAI) sobre las utilidades por acción (UPA). Donde estos cargos financieros fijos, básicamente son los intereses sobre la deuda y los dividendos de acciones preferentes”.

Este indicador de endeudamiento, significa en otras palabras hacer uso de la deuda de la empresa para obtener rentabilidad financiera, es decir aumentar la rentabilidad esperada del Capital propio. Cabe recordar que esta herramienta es manejada por las empresas, donde utilizan el Costo por el interés Financiero para con ello poder obtener Utilidades netas.

### **2.1.3.4 Apalancamiento Operativo**

Según Briseño (2006) “Es la capacidad de uso de los costos fijos de operación para incrementar la utilidad antes de intereses e impuestos (UAI). Cuando hay un apalancamiento operativo, un incremento en las ventas provoca un incremento más que proporcional en la UAI, así como un decremento en las ventas, provoca un decremento proporcionalmente mayor en las UAI”.

Para Horngren, Foster, & Srikant M, (2007) “Es el efecto que los costos fijos tienen en los cambios en la utilidad operativa a medida que se presentan cambios en las unidades vendidas y, por lo tanto, en la contribución marginal. Señala que las organizaciones que tienen una alta proporción de costos fijos en sus estructuras de costos, poseen un alto apalancamiento operativo”.

Como lo señala estos autores no es más que aprovechar los costos fijos de operación para aumentar al máximo las ventas sobre utilidades antes de intereses e impuestos, este apalancamiento se puede apreciar en empresas con altos costos fijos y bajos costos variables. Además debe tenerse en consideración que cuanto más alto es el grado de apalancamiento operativo, mayor será el riesgo para las empresas, porque por ejemplo cuando una empresa decide invertir ya sea en activos, estas inversiones se hacen con la idea de renovar la tecnología o recursos de la misma y, dichas inversiones afectan también a los costos variables, entre ellos la mano de obra directa, porque ocurre una deducción en los costos de la empresa.

#### **2.1.3.5 Decisiones de Inversión y Decisiones de Financiación**

Para Montserrat & Josep (2013) “Los gestores de las empresas toman un conjunto de decisiones de inversión y financiación, y como consecuencia de estas decisiones, el mercado da un valor determinado a la empresa. Toda decisión financiera, ya sea de inversión o financiación va a condicionar los resultados de la empresa, consecuentemente su valor”.

También Montserrat & Josep (2013) menciona “Las decisiones de inversión y financiación se reflejan en las cotizaciones de sus acciones, en todas aquellas empresas que cotizan en un mercado bursátil, y en la cotización de los títulos de su deuda, bonos u obligaciones, si están admitidos a cotización en un mercado secundario”.

### 2.1.3.6 Riesgo de las Inversiones

Según Lawrence & Michael D (2005) “El riesgo asociado con una inversión dada está directamente relacionado con su rentabilidad esperada. En general, cuanto mayor es la gama de rentabilidades posibles, mayor es el riesgo de la inversión, y viceversa. Por otro lado, las inversiones más arriesgadas deben proporcionar los niveles de rentabilidad más altos. En general, los inversores intentan minimizar riesgos para un nivel de rentabilidad dado o a maximizar la rentabilidad para un nivel de riesgo dado”.

Para Marks (2011) “El riesgo en las inversiones viene principalmente de precios demasiado altos, los mismos que pueden darse debido a un excesivo optimismo y un inadecuado escepticismo y aversión al riesgo. Otros factores subyacentes que lo fomentan incluyen aspectos tales como una baja rentabilidad de las inversiones “sin riesgo”, unos rendimientos elevados de inversiones de alto riesgo, altos flujos de entrada de capital, y fácil acceso al crédito. La clave está en comprender el impacto que tienen todas estas cosas en conjunto”.

Todo proyecto de inversión o cualquier actividad económica que el inversionista o empresario desee emprender va tener incertidumbre en tomar una decisión acertada, ya que la probabilidad de generar una rentabilidad alta puede ser poca o mucha, todo depende del grado de inversión que se esté generando.

### 2.1.3.7 Tipos de Proyecto de Inversión

Por lo general, los proyectos de inversión se clasifican en tres campos:

a) **Según la categoría**, de acuerdo a esta clasificación los proyectos pueden ser de :

**Producción de bienes:** se orientan a la transformación de recursos primarios en productos para el consumo como, por ejemplo, la transformación de la leche en productos lácteos.

**Prestación de servicios:** satisfacen necesidades humanas utilizando bienes ya producidos por el hombre como, por ejemplo, el servicio de transporte, hotelería, recreación, etc.

b) **Según la actividad económica**, dependiendo del sector económico que atienden estos pueden ser, agropecuarios, industriales, de servicios, pecuarios, agroindustriales, industriales, turísticos, comerciales, etcétera.

c) **Según su carácter y entidad que los promueve**, estos se clasifican en :

**Proyectos privados:** se implementan cuando existe una demanda real en el mercado y le otorgan a la entidad que los promueve una rentabilidad que satisface sus expectativas mínimas de rendimiento.

**Proyectos sociales o de inversión pública:** tienen como finalidad mejorar el bienestar de una comunidad a través de la prestación de un servicio o del suministro de un bien.

Según Fernandez E. S. (2007) desde el punto de vista económico los proyectos pueden ser de dos tipos.

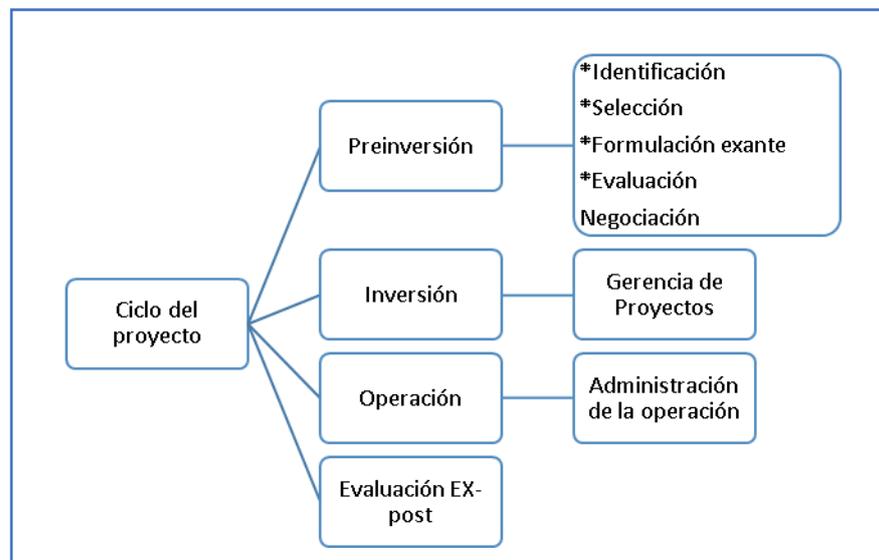
- **Proyectos marginales.-** no afectan las condiciones económicas de una zona o un país. En este caso se estaría hablando de todos aquellos proyectos de mediano tamaño, desarrollados ya sea por la empresa privada, o por el Estado.
- **Proyectos no marginales.-** si afectan las condiciones económicas de una región o un país. En este caso se estaría hablando de proyectos privados a gran tamaño como zonas francas, desarrollo turístico, instalación de grandes empresas industriales o los proyectos al nivel de

infraestructura pública como carreteras, puertos, vivienda, hospitales, etc.

Los proyectos de inversión pueden ser de diferentes criterios, de acuerdo a su actividad económica, cada uno tiene sus parámetros pero con un único objetivo que es mejorar su crecimiento a través de un mejoramiento aceptado y así cumplir con los objetivos trazados que tienen cada una de las diferentes empresas dedicadas a producir bienes y generar servicios.

### 2.1.3.8 Ciclo de vida del Proyecto

Según Miranda J. (2012) “El ciclo del proyecto señala las diferentes etapas que recorre el proyecto desde que se concibe una idea hasta que se materializa en una obra o acción concreta, estas etapas son la pre inversión, la inversión o ejecución y la etapa de funcionamiento u operación y lo que se suele denominar como la evaluación ex-post”.



Fuente Libro: Miranda J., Gestión de proyectos, 2012

a) **Pre inversión.-** corresponde a todos los estudios que se precisa adelantar antes de tomar la decisión formal de canalizar o no recursos hacia algún objetivo particular; esta fase incluye:

- ❖ **Identificación de proyectos** se fundamenta en la explicación de los aspectos principales de un problema, carencia, limitación o necesidad y el planteamiento de las posibles alternativas de

solución, también la forma como se puede aprovechar una oportunidad en un entorno propicio.

- ❖ **Selección** dado que no existen suficientes recursos para atender los requerimientos de todos los proyectos identificados, se precisa un proceso riguroso que permita ponderar cada respuesta y facilitar su jerarquización para seleccionar entre muchos los que mayor valor agregado ofrezcan para la sociedad.
- ❖ **Formulación** los proyectos seleccionados son sometidos al proceso de formulación que no es otra cosa que la organización en forma sistemática de todos los aspectos de diferente índole (entorno, mercado, técnico, organizacional, jurídico, institucional, ambiental y financiero).
- ❖ **Evaluación** para determinar la bondad, conveniencia, oportunidad o pertinencia del proyecto (evaluación financiera), buscando eficiencia en la asignación de recursos (evaluación económica), aplicando el criterio de redistribución de ingresos se logra la evaluación social, adicionalmente se incorpora al análisis los efectos que sobre el medio ambiente se espera origine el proyecto durante la ejecución y operación (evaluación ambiental).
- ❖ **Negociación** el estudio de pre inversión, se constituye en el instrumento idóneo para ofrecer el proyecto a potenciales inversionistas financiadores y autoridades, lo que determina un proceso ponderado de negociación.

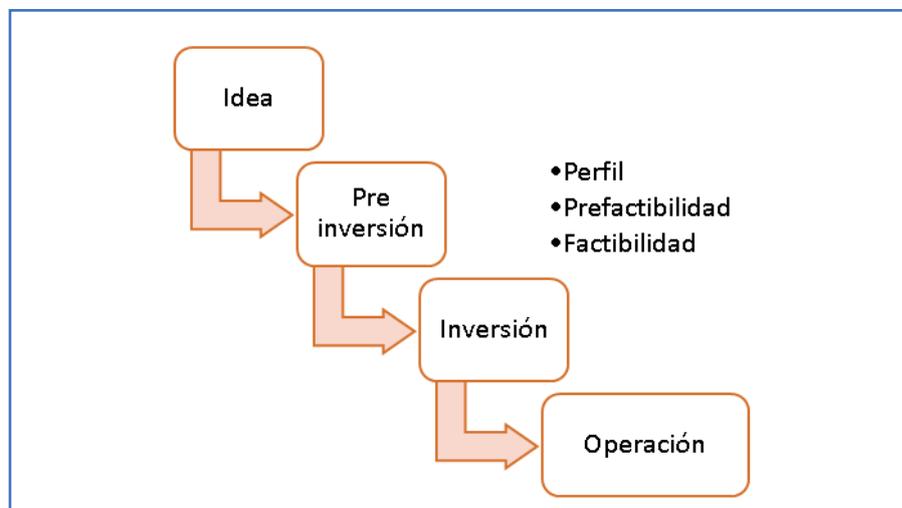
**b) Inversión o Ejecución.-** es una etapa de movilización de recursos tanto humanos como financieros, logísticos y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de una empresa.

- c) **Operación.-** suceden los procesos básicos de la acción administrativa, como la planeación, ejecución, seguimiento, y control por eso se suele denominar también la “administración de la operación del proyecto”.
- d) **Evaluación ex – post** se presenta con el fin de verificar la bondad de los instrumentos de captura, procesamiento, análisis de la información, mecanismos de decisión y negociación utilizados.

### 2.1.3.9 Etapas principales de un Proyecto

Para Meza (2010) “El estudio de proyectos se lleva a cabo en una sucesión de etapas, en cada una de la cuales se reduce el grado de riesgo o incertidumbre. Cada etapa representa inversiones, lo que significa que la profundidad y extensión de cada una ella no debe ir más allá de lo necesario para adoptar la decisión de continuar o detener el estudio de proyecto”.

Con base en lo anterior, el ciclo de vida de un proyecto contiene cuatro grandes etapas: idea, pre inversión, inversión y operación.



Fuente Libro: Meza, Orozco Jhonny de Jesús, evaluación financiera de proyectos, 2010

#### 2.1.3.9.1 La idea

En esta etapa se identifican los problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse. La gran mayoría de las ideas que terminan en proyectos de inversión surgen del diagnóstico de las

necesidades y problemas imperantes en una sociedad, de tal forma que las diferentes alternativas de solución a estas necesidades plantean las ideas de los proyectos.

#### **2.1.3.9.2 Pre-inversión**

Esta etapa corresponde a todos los estudios que son necesarios realizar antes de tomar la decisión de la inversión. Es conocida también como la Formulación y Evaluación del proyecto de inversión, que dependiendo del nivel de profundidad de los estudios y de la calidad de la información recolectada se realiza a nivel de, *Perfil, Pre factibilidad o Factibilidad*.

##### **2.1.3.9.2.1 Perfil**

Para las diferentes alternativas de solución, o para la oportunidad de negocio, deben estimarse las inversiones, los costos y beneficios de manera preliminar, es decir, sin entrar a investigaciones de terreno.

Los elementos principales que deben analizarse en la formulación del proyecto, durante la etapa de perfil, son: estudio de mercado, tamaño y localización del proyecto, tecnología, monto de las inversiones y el marco institucional.

##### **2.1.3.9.2.2 Pre factibilidad**

En esta etapa se profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias, lo que significa que además de la información obtenida a través de fuentes bibliográficas es menester hacer investigaciones de campo.

Depurando en un mayor grado de detalle, los aspectos de consumo, técnico, financiero, institucional, administrativo, jurídico y ambiental. Se debe definir alternativas de tamaño y localización; seleccionando un modelo técnico adecuado; diseñando una organización para las etapas de instalación y operación; determinando flujos de caja derivados de los presupuestos de inversiones, costos e ingresos; y finalmente aplicando criterios de rentabilidad financiera, económica, social y ambiental.

Al terminar este estudio se espera mejorar el nivel de información para tomar una decisión más ponderada y pasar al estudio de factibilidad, o proceder al diseño definitivo para ejecutarlo, o abandonar el proyecto de manera temporal o definitiva al no presentar ventajas significativas que ameriten su ejecución.

#### **2.1.3.9.2.3 Factibilidad**

El estudio de factibilidad debe conducir a:

- ❖ Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, tamaño, ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- ❖ Diseño del modelo administrativo
- ❖ Estimación del nivel de las inversiones y su cronología, costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- ❖ Identificación de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- ❖ Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.
- ❖ Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación, fiscales y ambientales.
- ❖ Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental.

En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

- Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
- Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- Validación de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio.

#### **2.1.3.9.3 Inversión**

El periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En esta etapa se materializa lo definido en el estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al proyecto en condiciones de entrar en operación.

#### **2.1.3.9.4 Operación**

Es bien importante puesto que el proyecto, dada su condición de temporalidad, se transforma en una empresa en operación que, obviamente, derivado de la necesidad de garantizar su permanencia, continuidad y sostenibilidad a través del tiempo, exigirá un formato diferente de organización.

En esta etapa suceden los procesos básicos la acción administrativa, vale decir: planeación, ejecución, seguimiento y control, por eso se suele denominar también la “administración de la operación del proyecto”.

Lo que mencionan estos autores (Meza, 2010)& (Miranda J. , 2012), sobre el ciclo del proyecto, se entiende que es un conjunto de procesos a desarrollar para determinar la decisión de continuar o no seguir con el proyecto de inversión. Cada una de estas etapas señala los factores que debe cumplir el evaluador de proyectos, para estructurar una provechosa inversión, ya que de ello depende el crecimiento de la actividad económica.

#### **2.1.3.10 Estudios que integran un Proyecto de Inversión**

Los capítulos que deben formar parte de un estudio de pre factibilidad y/o factibilidad son:

##### **2.1.3.10.1 Estudio de Mercado**

Para Meza (2010) ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizaran a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio.

Según (Fernandez E. S. (2007) “En este apartado se describen los productos o servicios que generara el proyecto, a qué mercado va dirigido, donde se ubica geográficamente este mercado, cual es la oferta y la demanda existente de productos y de materias primas. Los aspectos más relevantes que en términos generales deben ser analizados en un estudio del mercado del proyecto son: producto, mercado, oferta y demanda del mercado, materia prima, precio del producto”.

Se trata de estudiar todo lo que rodea a la empresa como el entorno legal, económico, tecnológico, infraestructuras, etc., en fin es un método de análisis y recolección de datos acerca de los clientes, el producto, el precio, competidores, proveedores, para mejorar la actividad de la empresa, y así satisfacer las necesidades que los consumidores esperan tener. Este estudio es muy importante cuando se quiere implementar o renovar ciertos factores.

#### **2.1.3.10.2 Estudio Técnico**

Para 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 objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc.”.

Según Fernández E.S. (2007) “El estudio técnico lo define y justifica como el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación”.

El estudio técnico significa analizar una serie factores que estarían afectando a la empresa para el desarrollo de su actividad, en otras palabras indica estudiar el producto o servicio de una manera minuciosa, renovar

equipos, tecnología, lugar, tamaño si debidamente se lo requiere para el mejoramiento de los servicios o bienes comercializados.

Esta etapa de estudio comprende los siguientes aspectos: localización, tamaño del proyecto y selección de la tecnología.

#### **2.1.3.10.2.1 Localización del Proyecto**

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

Meza (2010) también menciona que lo ideal en los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obrar civil de la futura empresa, este no este condicionado, es decir, que se puedan tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio.

En el estudio de localización del proyecto se deben analizar las siguientes variables:

- ❖ Transporte de insumos y productos
- ❖ Costos laborales
- ❖ Insumos, disponibilidad y costos
- ❖ Limitaciones tecnológicas
- ❖ Políticas nacionales o regionales
- ❖ Consideraciones ambientales.

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

- ✓ **Macro localización.-** Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.
  
- ✓ **Micro localización.-** Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las siguientes variables como: costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, administrativos o legales, etc.

#### **2.1.3.10.2.2 Determinación del Tamaño Optimo**

Según Meza (2010) hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo.

También Meza (2010) menciona que la preocupación por la optimización del tamaño del proyecto está en la aparición permanente de situaciones de sobre-dimensionamiento o sub-dimensionamiento de inversiones públicas y privadas, lo que hace interesante este aspecto porque siempre existen en torno del proyecto una gran cantidad de expectativas y de intereses particulares que pueden forzar la realización de tamaños superiores a los justificables.

#### **2.1.3.10.2.3 Ingeniería del Proyecto (Selección de Tecnología)**

Según Meza (2010) “La tecnología a ser seleccionada en un proyecto dado depende en gran medida del volumen de la demanda y, en consecuencia, es posible calcular cual es técnicamente el proceso óptimo. No obstante, hay una serie de factores que no son directamente cuantificables pero que pueden hacer variar la elección del tipo de tecnología”.

Entre estos factores tenemos: la disponibilidad de capital, falta de acceso a insumos que alimenten los procesos de tecnología avanzada, análisis comparativo de las características técnicas de tipos extremos de procesos.

#### **2.1.3.10.2.4 Clase de Tecnología**

- a) **Proceso de mano de obra intensiva.-** se da este proceso cuando se dispone de mano de obra barata, se requiere una cantidad pequeña de producción, hay poca disponibilidad de capital, la producción se realiza sobre pedido y se da una producción sin tener necesidad de tener inventarios ni mano de obra calificada
- b) **Proceso mecanizado.-** se utiliza cuando existe un costo relativamente alto de mano de obra, hay escasez de mano de obra calificada, existen grandes pedidos del producto, es necesario cumplir normas de calidad, se presenta un incremento rápido de la demanda y hay un mayor requerimiento de capital para inversión.
- c) **Proceso altamente mecanizado.-** cuando se requiere el uso de tecnologías avanzadas, la producción del bien se hace en serie, existe una demanda del bien o servicio muy amplia, hay necesidad de reducir costos de mano de obra, además se requieren de supervisores calificados, para ello es necesario contar con un departamento de ingeniería y se requiere hacer considerables inversiones.
- d) **Proceso robotizado o automatizado.-** se utiliza cuando la producción se realiza en un ambiente de alto riesgo para el personal y existe el peligro de contaminación o intoxicación, como en el caso de la industria automotriz, la minería y la industria química.

El proceso de producción de un bien o servicio requiere de los siguientes elementos básicos:

### **1. Selección de equipos y maquinarias**

Los equipos y maquinarias comprenden todos aquellos elementos que se necesitan para desarrollar el proceso de producción o prestación del servicio, y su elección debe hacerse con base en los siguientes aspectos: características técnicas, costos, vida útil, capacidad instalada y requisitos especiales.

### **2. Selección del personal de producción**

El personal de producción está estrechamente relacionado con el tipo de tecnología y con el tipo de maquinaria a utilizar en el proceso de producción del bien o servicio. Entre más mecanizado sea el proceso de producción menor será el requerimiento de mano de obra.

### **3. Descripción del proceso de producción**

Este proceso determina la forma como una serie de insumos (materias primas) se transforman en producto terminado, mediante la aplicación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria, equipos y procedimientos de operación.

#### **2.1.3.10.3 Estudio Organizacional**

Para Meza (2010) “Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularan las actividades durante el periodo de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos”.

Según Fernández E.S. (2007) la fase de ejecución, se hace necesario diseñar una estructura organizativa dentro de la empresa que le permita administrar el proceso de contratación, compras, adquisiciones,

construcciones, montaje de equipos, etc.; y para la fase de operación también es necesario definir una estructura organizativa completamente diferente a la fase de ejecución, donde cuyo objetivo principal es poner a funcionar el proyecto y alcanzar los objetivos trazados.

Comprende la estructura de la organización en todo sentido, valiéndose de dos procesos como son ejecución y operación, es decir, administrar los diferentes procesos dentro de la empresa, como por ejemplo departamentos asignados a compras, adquisiciones, y seguidamente poner en funcionamiento el proyecto de inversión con todos sus cargos. Llevar una adecuada estructura organizacional ayudará al mejor desenvolvimiento de las áreas de trabajo.

#### **2.1.3.10.4 Estudio Financiero**

Según Meza (2010) menciona que una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos. Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto.

Para Fernández E.S. (2007) el objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

Se fundamenta en tomar la decisión de invertir o no, es decir una vez considerado los anteriores procesos como estudio de mercado, estudio técnico, entre otros es hora de definir ingresos y costos a través de indicadores financieros para determinar si la inversión es rentable o caso contrario elegir una segunda alternativa de negocio.

## **2.1.4 Métodos para evaluar Proyectos de Inversión**

### **2.1.4.1 Tasa de Descuento**

Para Meza (2010) “Es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión de un proyecto. La tasa de descuento también la podemos definir como el costo de oportunidad en que se incurre al tomar la decisión de invertir en el proyecto en lugar de hacerlo en otras alternativas que nos pueda ofrecer el mercado financiero”. Esto último nos indica que la inversión cualquiera que sea la forma de financiarla, tiene un costo.

Según Sarmiento, Cayon Fallon, Rivera Ordoñez, & Serna Jurado (2007) “La tasa de descuento es aquella a la cual un inversionista, que tiene una sola oportunidad de inversión, decide invertir. Esto supone que ha decidido sacrificar su consumo inmediato para recibir en cambio una suma mayor en el futuro, esta tasa es la que hace equivalente el consumo de hoy a un consumo superior dentro de un periodo de tiempo”.

Si se le ofrece a este inversionista una tasa menor, decidirá consumir ahora. Por el contrario, si la tasa es mayor, la persona optará por invertir.

Es el valor que cuesta por obtener una inversión a través de un préstamo, considerada como un beneficio de la única alternativa que sea mejor o favorable para la empresa. Es importante en las empresas ya que estas siempre están en constantes planes de inversiones, donde regularmente se presentan ventajas y desventajas, donde tendrían que analizar las opciones de invertir y elegir un costo de oportunidad aceptable.

### **2.1.4.2 Valor Presente Neto**

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

Mientras para Vargas (2014) el valor actual neto (VAN), también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, es la medida de rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, es decir, mide en el momento inicial el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarla a cabo.

Claramente el valor presente es un método para evaluar cualquier proyecto de inversión, este indicador compara los ingresos con los respectivos egresos en una determinada fecha, es decir trata de descontar el flujo de mañana ósea futuro a una rentabilidad aceptable por medio de una tasa mínima. Conocido como valor del dinero en el tiempo le da énfasis a poder maximizar la inversión ya que ese es su objetivo.

Una forma más sencilla de expresar la ecuación para el cálculo del VPN, es la siguiente:

$$\text{VPN} = \text{VPI} - \text{VPE}$$

Donde:

VPI = Valor presente de ingresos. Representa en la ecuación el valor actualizado de todos los flujos netos de efectivo.

VPE = Valor presente de egresos, representando en la ecuación por la inversión inicial P.

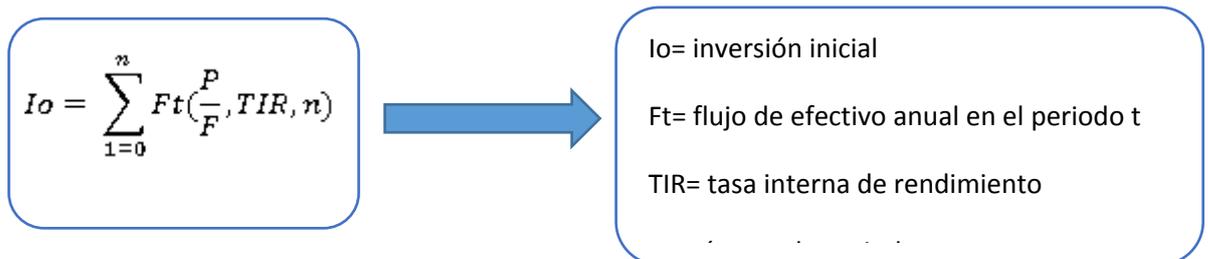
#### **2.1.4.3 Tasa Interna de Retorno**

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

Para Jimenez, Espinoza Gutierrez, & Fonseca Retana (2007) la tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) sea igual al valor

actual de los flujos de inversión (negativos). En otras palabras, la TIR es la tasa que descuenta los flujos asociados con un proyecto hasta un valor exactamente de cero.

La ecuación es la siguiente:

$$Io = \sum_{t=0}^n Ft \left( \frac{P}{F}, TIR, n \right)$$


Io= inversión inicial  
Ft= flujo de efectivo anual en el periodo t  
TIR= tasa interna de rendimiento

Indica el tipo de interés en el cual el valor presente neto lógicamente se hace cero, por ejemplo cuando la TIR es alta, significa que el proyecto de inversión es rentable, sin embargo, si el TIR se representa como baja, posiblemente no rentable por lo que se tendría que escoger un mejor opción favorable, es decir otro destino para nuestro dinero. En general es la tasa de interés que una persona estaría dispuesta a pagar por su inversión.

#### 2.1.4.4 Tasa Verdadera de Rentabilidad (TIR modificada)

Según Miranda M. J. (2005) menciona que la “verdadera tasa de rentabilidad” corresponde a los rendimientos que arrojan los dineros liberados por un proyecto y colocados a la tasa de oportunidad correspondiente. Si un proyecto genera una TIR del 30% por ejemplo, y como resultado de su operación produce anualmente unos excedentes en dinero que no se invierten en el mismo sino que se llevan a otra fuente de oportunidad que rinde el 40%, será preciso comparar la inversión con el valor final de los recursos liberados colocados en la fuente alterna para determinar la “tasa verdadera de rentabilidad”.

Para Meza (2013) “El proceso matemático de cálculo de la TIR supone que los flujos que libera el proyecto son reinvertidas a la misma TIR, y esta suposición es irreal cuando la TIR es mayor o menor que la tasa de oportunidad del inversionista. Precisamente, por esta suposición se llama a la

TIR tasa interna de retorno, debido a que no considera factores económicos externos al proyectos”.

Se entiende que para un inversionista es reunir las características del proyecto de inversión en una tasa interna de retorno, entonces es un método modificado de la TIR, que se encarga de medir la rentabilidad en porcentaje y una alternativa mejorada para los empresarios.

#### **2.1.4.5 Costo Anual Uniforme Equivalente (CAUE)**

Según Meza (2013) consiste en convertir los egresos e ingresos asociados al proyecto en cantidades anuales iguales equivalentes, lo que equivale a convertir estas partidas en cuotas (A) de una anualidad vencida.

Esto es equivalente a calcular la cuota (A) de una anualidad vencida conocidos el valor presente, que en ese caso es el VPN, la tasa de interés, que corresponde a la tasa de descuento, y el número de cuotas, que es el número de años de la vida útil del proyecto.

Se utiliza el método del valor presente neto, mediante el cual se calcula el VPN para el flujo de caja y se convierte en una serie anual uniforme equivalente, utilizando como tasa de descuento la tasa de oportunidad de la empresa o inversionista.

$$CAUE_{(f)} = VPN \left[ \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

Mientras para Miranda M. J. (2005) indica que cuando las vidas útiles de diferentes alternativas son distintas acudimos al criterio del Costo Anual Equivalente. Consiste pues, en tomar el flujo de fondos independientes de cada alternativa y convertirlos en un flujo uniforme para la correspondiente vida útil, de manera tal que el VPN del flujo original sea equivalente al flujo uniforme. En esta forma se obtiene un coste uniforme por periodo para las diferentes alternativas que permite su comparación y obviamente un camino de decisión expedito.

En una manera más sencilla se puede apreciar que este método denominado costo anual uniforme equivalente es dividir el valor presente neto en cada una de las partes anuales iguales, utilizando la respectiva tasa de descuento para calcular dicho proceso. Expresa todos sus flujos en una misma unidad de tiempo por periodo donde se debería elegir la alternativa que tenga el menor costo cantidad uniforme.

## **2.1.5 Análisis de las Fuentes de Financiamiento del Proyecto**

### **2.1.5.1 Financiamiento con Proveedores**

Para Meza (2010) al examinar el crédito con proveedores, como una fuente de financiamiento, menciona que se debe considerar la situación específica en la cual no se aprovecha el descuento por pronto pago ofrecido por el proveedor, sino que se paga el último día del plazo concedido.

- ✓ Si no se ofrece descuento por pronto pago no hay costo alguno por la utilización del crédito durante el periodo neto.
- ✓ Por la misma razón, si se aprovecha el descuento ofrecido por el proveedor, tampoco hay costo por el uso del crédito comercial. Sin embargo, si se ofrece un descuento por pronto pago y no se aprovecha, existe un costo de oportunidad definido.
- ✓ Su principal ventaja es su fácil disponibilidad. Las condiciones del crédito están previamente fijadas por el proveedor y no es necesario hacer ninguna negociación.
- ✓ La empresa no tiene que firmar ningún pagare que respalde la deuda y mucho menos prestar garantías, como si hay que hacerlo con otro tipo de créditos, como, por ejemplo, un sobregiro bancario o un crédito bancario a corto plazo.
- ✓ Es importante resaltar que muchas empresas acuden a otras fuentes de financiamiento de corto y largo plazo para poder aprovechar los descuentos por pronto pago.

Según Boedo (2007) menciona que en las operaciones de compra-venta de mercancía entre empresas es frecuente que la empresa vendedora otorgue a la compradora un plazo de tiempo para realizar el pago de la mercancía adquirida. Estamos ante una situación en la que la empresa compradora tiene la mercancía en su poder, y puede hacer uso de ella, sin embargo no se ha producido el pago efectivo de la misma. Se puede considerar, pues, que el proveedor está dejando a la empresa compradora “disfrutar de un dinero no suyo”. Esto es, el proveedor está financiando, durante el plazo de tiempo hasta el pago de la mercancía, a la empresa compradora.

Boedo (2007) también señala que desde el punto de vista contable en el Activo aumentaría la cuenta de Mercancía y en el Pasivo lo haría la cuenta de Proveedores. Este crédito concedido por los proveedores se denomina Crédito comercial o Crédito Proveedores.

#### **2.1.5.2 Financiamiento con un Crédito Bancario**

Para Meza (2010) indica que por lo general se asocia el costo del dinero a la tasa de interés. Al comparar varias opciones de crédito se recomienda elegir la más barata que se supone es aquella con una menor tasa efectiva anual. En verdad, este criterio ignora factores dinámicos que inciden en el costo del crédito como son el ahorro en impuestos por la deducibilidad de los intereses como gastos financieros, la forma y velocidad como se amortiza el crédito.

Según Borghi (2010) “El crédito bancario se trata de préstamos realizados por bancos tanto privados como estatales. Suelen clasificarse de la siguiente forma: préstamos personales, préstamos comerciales a corto plazo y préstamos a largo plazo”. El más utilizado por las empresas, es el préstamo a corto plazo, que puede solicitarse con la presentación de algunos datos como: Finalidad del préstamo; Cantidad necesaria; Plan de pagos; y Lista de garantías de pago.

Un crédito bancario es de gran ayuda para realizar una inversión que permita mejorar la actividad económica de la empresa, este puede ser a largo y corto plazo dependiendo del monto y decisión del propietario, empresario o inversionista. La mayoría escoge una tasa de interés baja, es decir menor tasa de interés, menor tasa de interés efectiva, para financiar equipos e implementos necesarios, infraestructura mejorada, entre otros aspectos que solvente el crédito bancario.

### **2.1.5.3 Financiamiento con un Leasing (arrendamiento Financiero)**

Según Meza (2010), existen dos tipos de leasing: el operativo y el financiero.

En el *leasing operativo* el arrendatario utiliza los servicios del activo durante el tiempo convenido, pero al final el activo es devuelto al arrendador; mientras que en el *financiero*, el arrendatario goza de una opción de compra del activo al final del plazo convenido, por un porcentaje de su costo inicial, cuyo valor generalmente es del 10%.

Mesen Figueroa (2007) Señala que “un *arrendamiento financiero* es aquel en el cual el arrendador transfiere sustancialmente al arrendatario todos los riesgos y ventajas inherentes a la propiedad del activo, esto aunque el título de propiedad de dicho activo no haya sido transferido a favor del arrendatario”. Consecuentemente, todo contrato de arrendamiento que no cumpla con tal condición necesariamente deberá ser considerado como *operativo*.

El leasing es una manera de financiamiento para personas jurídicas y naturales, este consiste en un contrato de arrendamiento para la adquisición de un bien, el mismo se divide en leasing operativo y financiero; el primero indica un contrato de servicios, por lo que se podría arrendar nuevamente, mientras que el otro es cuando el comprador que solicita un determinado bien lo solicita a una entidad Financiera la misma se lo arrienda, y al final tendría la opción de compra.

#### **2.1.5.4 Costo de Capital**

Para Barajas (2008) lo define como el costo promedio ponderado de las diferentes fuentes que la empresa utiliza para financiar sus activos. Por lo tanto, la rentabilidad mínima que deben producir los activos de la empresa corresponde al costo de capital, el mismo que se calcula para la estructura financiera de la empresa incluyendo en principio los pasivos de corto y largo plazo como el aporte de los propietarios de la misma. Su cálculo corresponde al costo promedio ponderado de cada una de las fuentes que financian la empresa.

Mientras para Miranda J. (2012) “El costo de capital es simplemente el costo que para una entidad representa el obtener recursos para financiar la adquisición de activos o garantizar su operación”. El identificar el costo de capital permite, en primer lugar medir los costos financieros de una empresa, y en segundo lugar tener un punto de referencia sobre el cual decidir la rentabilidad potencial aceptable.

Se puede deducir que el costo de capital es el fruto que una empresa desea obtener sobre sus inversiones, es decir es el costo para financiar sus bienes, y es aquí donde los inversionistas lo toman en cuenta ya que dicha inversión la han realizado con el único objetivo de mantener, una rentabilidad considerable en la empresa para su correcto funcionamiento.

##### **2.1.5.4.1 La Autofinanciación**

Para Miranda J. (2012) “La autofinanciación (Project finance) se concibe cuando una organización se establece empresarialmente para construir, poseer y operar un proyecto en forma rentable como unidad económica independiente”. El autofinanciamiento de proyectos es el mecanismo diseñado para la obtención de fondos para ejecutar un proyecto de inversión o desarrollo, en la que el flujo de fondos de efectivo durante la operación se considera como el único origen de los recursos para el servicio de la deuda y el rendimiento del capital invertido en el proyecto.

Según Juez & Martin Molina (2007) la autofinanciación es la parte del flujo de caja (cash-flow) que se reinvierte en la empresa. Cuanto mayor sea la autofinanciación, mayor independencia financiera tendrá la empresa respecto a terceros ajenos a ella.

La autofinanciación para una empresa es la cantidad de recursos económicos que se emplean para las diferentes inversiones o mejoras que se espera proyectar en un futuro, en términos generales es la capacidad para obtener recursos financieros a partir de los beneficios generados.

#### 2.1.5.4.2 Capital Neto de Trabajo

Según Briseño (2006) para medir la liquidez total de una empresa, es importante conocer el capital neto de trabajo. Este es un indicador que sirve para saber cuánto dinero habría en caso de liquidar el pasivo circulante.

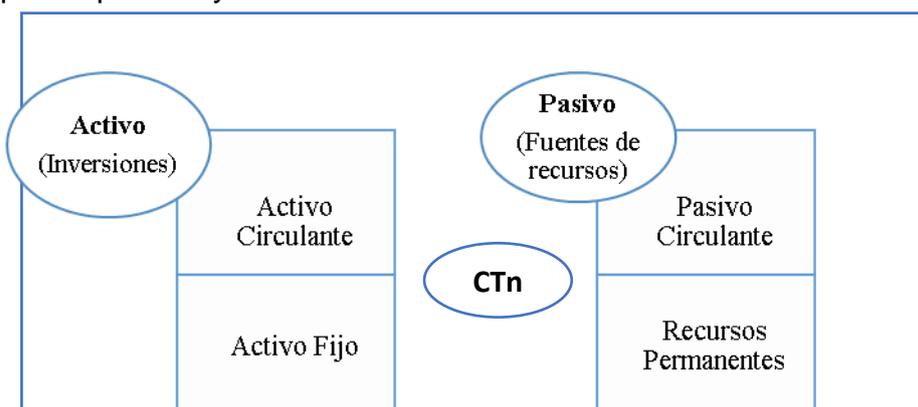
La fórmula es la siguiente:

$$\text{Capital Neto de Trabajo} = \text{Activo circulante} - \text{Pasivo a corto Plazo.}$$

Para Duarte & Lorenzo (2005) la definición clásica de CNT es la diferencia entre el activo circulante menos el pasivo circulante. Una definición que “dice mucho y no dice nada”. Dice mucho porque es fácil para calcular; no dice nada, porque no explica exactamente que es el Capital neto de trabajo.

También Duarte & Lorenzo (2005) indica que el concepto capital de trabajo neto está muy relacionado con el largo plazo, es decir con los recursos permanentes y con el activo fijo, elementos cuya adquisición y administración depende en buena medida del director general y del director financiero.

Este esquema puede ayudarnos a visualizarlo:



**Fuente Libro:** Duarte, Schlageter Javier; Lorenzo, Fernández Alonso, Finanzas Operativas, un coloquio, 2005.

#### **2.1.5.4.3 Clasificación de las Fuentes de Financiamiento**

Para Montserrat & Josep (2013) existen diversos criterios para clasificar las fuentes de financiación de la empresa. De la concepción clásica del término financiación, deriva la consideración de dos formas de realizar las aportaciones financieras en la empresa: en primer lugar aquel que tiene lugar a través de la financiación propia, y en segundo la que tiene lugar mediante la financiación ajena.

Una mayor especificación de la anterior clasificación, distingue entre:

- ❖ **Financiación propia externa**, aquella que aportan los accionistas desde el exterior de la empresa. Por ejemplo el capital social.
- ❖ **Financiación propia interna o autofinanciación**, generada por la propia empresa. Por ejemplo los beneficios no distribuidos.
- ❖ **Financiamiento ajena**, aquella que aportan los acreedores de la empresa. Por ejemplo los préstamos recibidos.

#### **2.1.5.4.4 Criterios de selección de las fuentes de financiación**

Los principales criterios a tener en cuenta son los siguientes:

- ❖ Coste efectivo de la fuente de financiación
- ❖ Efectos sobre la solvencia y rentabilidad de la empresa
- ❖ Destino o aplicación de la financiación
- ❖ Disponibilidad de recursos
- ❖ Condiciones de la amortización
- ❖ Formalización de la operación

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

La presente investigación se sitúa en la modernización de servicios audiovisuales, conllevado a la creación de infraestructura e implementación de equipos modernos para la empresa Danisa Records ubicada en el cantón Quevedo.

Por ende en este capítulo, señalaremos conceptos que sitúen aspectos importantes, acerca de la producción audiovisual y modernización de empresas audiovisuales.

### **2.2.1 Producción audiovisual ¿Qué es y cómo se hace?**

Definimos la producción audiovisual como el proceso que utiliza una combinación de imágenes y sonidos para presentar una información y un mensaje determinado. Consiste en el desarrollo de aquellas actividades relacionadas con la planificación, organización y administración de recursos humanos, financieros y materiales necesarios para llevar a cabo un proyecto de realización audiovisual.

Según Nieto (2012) menciona que en relación con la creación audiovisual, la producción audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se realiza, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo. Es a esta planificación a la que se conoce, tanto en el mundo de la industria cinematográfica como en el de la industria televisiva, como producción audiovisual.

La producción audiovisual es aquella actividad en la cual se puede desarrollar diferentes proyectos publicitarios, documentales, cortometrajes, entre otros. Dando a conocer un trabajo audiovisual, el mismo que va sobrellevado de algunos recursos financieros como humanos.

### **2.2.1.1 Industrias culturales, Industrias creativas**

Según Pardo (2014) los contenidos de ficción y entretenimiento se generan, pues, dentro de un contexto industrial que exige una perspectiva integradora, ya que pueden considerarse al mismo tiempo – y en grados diversos, según el tipo de contenido que se trate – una forma de expresión artística, una actividad industrial sujeta a leyes comerciales y un medio de difusión de ideas con impacto cultural y social.

Hoy en día la industria audiovisual se ve envuelta de diversos contenidos versátiles, llegando a la exigencia de personas o empresas que usan un servicio audiovisual, donde toda producción está sujeta a las leyes que se establecen para ciertas realizaciones de audio y video.

### **2.2.1.2 La industria audiovisual**

Pardo (2014) indica que la industria audiovisual se articula en torno a tres sectores clásicos producción, distribución y explotación, que se adaptan según los casos (cine, video, televisión, etc.). En este sentido, puede afirmarse que la industria del entretenimiento audiovisual funciona como cualquier industria de manufactura de bienes o servicios, por otro lado posee la misma infraestructura que el resto de industrias de fabricación de bienes o servicios.

Según Martínez Abadía & Fernández Díez (2013) la industria audiovisual ha adquirido hoy una mayor complejidad con la implantación de la tecnología digital, que ha provocado una gran diversificación de la oferta televisiva, el desarrollo imparable de internet y la telefonía móvil, como el desarrollo económico de productos de gran peso económico, entre ellos el sector de los videojuegos y servicios de todo tipo que revolucionan las fórmulas tradicionales de distribución, y exhibición del producto audiovisual.

La industria audiovisual se ha ido desarrollando económicamente a través del tiempo, presentando nuevas formas de producción audiovisual, ayudado de nuevas tecnologías que día a día van innovando para entregar un producto de calidad.

### **2.2.1.3 El mercado audiovisual**

Para Pardo (2014) “El ciclo de explotación comercial de los contenidos audiovisuales de ficción y entretenimiento ha ido creciendo a lo largo de los años con el nacimiento de cada nueva tecnología (cine, video, televisión, internet...). La aparición de nuevas formas de consumo audiovisual ha propiciado a su vez la aparición de nuevos mercados”.

La caracterización económica del mercado audiovisual es tan diversa como el número de agentes implicados en su actividad. La concepción de la televisión como núcleo del negocio-por su tamaño económico, por la cantidad de regulaciones que le afectan y por el volumen de sus audiencias cotidianas- apenas ofrece duda.

El mercado audiovisual es muy competitivo, ya que los productores de la industria cinematográfica siempre van siguiendo una perspectiva diferente para alcanzar un trabajo altamente calificado, lo que abrirá a nuevos mercados.

#### **2.2.1.3.1 Las ventanas tradicionales**

Según Pardo (2014) los mercados audiovisuales se organizan en una serie de “ventanas” de explotación (Windows), las mismas que responden a un orden marcado por criterios de exclusividad de consumo (novedad) y la correspondiente discriminación de precios, donde la ventana cinematográfica representa la oportunidad que el espectador tiene de ver una película, en unas condiciones que favorecen la experiencia audiovisual y a la que corresponde un precio de consumo mayor que en el resto de ventanas.

Las ventanas tradicionales es un método exclusivo de consumo para el consumidor, ya que tiene la oportunidad de conocer una producción audiovisual de diversos contenidos.

#### **2.2.1.3.2 Las nuevas ventanas: importancia de los mercados agregados**

Para Pardo (2014) “Los ejecutivos de las grandes productoras y distribuidoras son conscientes de asistir a los últimos coletazos de la actual

secuencia de ventanas comerciales, donde la tecnología digital está permitiendo la creación de productos multiplataforma con altos estándares de calidad de imagen y sonido”.

También Pardo (2014) menciona que en la mayoría de mercados, no se aplica una discriminación de precios en función de la calidad (valores de producción) o expectativas del productor audiovisual, el negocio está vinculado al número de consumidores, que parece haberse estancado. Sin embargo en los mercados agregados ya comienzan a hacer cierta discriminación en función de la calidad del producto.

Los mercados agregados son sitios donde prevalece la calidad del servicio audiovisual, acompañado del precio indiscutible, ya que para los productores es beneficioso que el contenido sea de gran aceptación hacia el público porque es un trabajo con calidad.

#### **2.2.1.4 El producto audiovisual**

Los contenidos audiovisuales de ficción y entretenimiento son bienes experienciales o servicios culturales, es decir, el público necesita consumirlos para determinar su valor. No siempre está sujeta a la discriminación de precio, ya que la calidad de un contenido audiovisual no se refleja en el precio.

Según Mayoral (2007) señala que los “Productos audiovisuales son aquellos productos de comunicación que se sirven de señales auditivas (diálogo, narración, música, efectos) y de señales visuales (imágenes, texto narrativo, subtítulos) para transmitir un mensaje”.

El producto audiovisual, es un contenido de audio y video dirigido a empresas, instituciones y todo tipo de personas que deseen una producción audiovisual, el mismo que está reflejado por la organización y planificación.

### **2.2.1.5 La cadena de valor del producto audiovisual.**

Para Pardo (2014) la cadena de valor está sufriendo un notable cambio debido a la digitalización y a las nuevas formas de consumo, sobre todo por la desaparición de la copia física y por la concentración en dos grandes mercados: el cine (productos de gran formato, sean películas, documentales o eventos) y el mercado doméstico como son las diferentes formas de video bajo demanda, principalmente a través de internet.

La digitalización de nuevas formas de producción audiovisual varía debido a la competencia que existe en el medio, como lo menciona este autor, sin embargo gracias a la tecnología y la nueva plataforma de audio y video han facilitado la concentración de enfocarse en más mercados.

### **2.2.1.6 El marco conceptual de la innovación tecnológica**

Para Martínez V. L. (2006) las empresas actuales, para poder sobrevivir en un mercado altamente competitivo de continuos cambios, no solo deben ser empresas eficientes que cumplan unas normas mínimas de operatividad, sino que además deben ser innovadoras, con una cultura organizativa compartida por sus miembros, y que satisfagan al cliente buscando siempre un vínculo, un compromiso con el que vaya más allá de la simple venta y que nos permita cubrir lo que demanda el mercado con nuestra oferta.

Las empresas modernas deben contar con una excelente organización a más de ser innovadoras en sus productos o servicios que ofrece, para obtener una alta demanda.

### **2.2.1.7 Empresa innovadora**

Según Martínez V. L. (2006) una empresa innovadora es una empresa que tiene equipos de trabajo comprometidos, voluntad empresarial que asume riesgos y, sobre todo, mucho trabajo diario resolviendo problemas, satisfaciendo necesidades, siendo creativos, mejorando productos y servicios y, por encima de todo, personas que sean capaces de romper el miedo al cambio. Estas características son las que permiten a algunas empresas

sorprender al mercado, a la competencia y llegar a ser líderes en el mercado y líderes en innovación.

La empresa innovadora es aquella que posee equipos de alta tecnología, capaz de desarrollar un trabajo de calidad, satisfaciendo las necesidades de sus clientes y llamar la atención potenciales consumidores, lo que permitirá ser líder en el mercado audiovisual, el mismo que sufre diversos cambios.

#### **2.2.1.8 Características de la empresa innovadora**

Según Durlandy (2008) las características que una empresa dentro de su modernización debe detallar la información tecnológica y económica, como tener constante interés por la superación profesional de todo el personal.

Una empresa innovadora cuenta con muchas características pero estas no bastan para describirla, sin embargo se puede decir que la misión de estas empresas es llegar a cumplir las diferentes expectativas de un mercado exigente y competitivo.

#### **2.2.1.9 Proceso de innovación tecnológica**

El proceso de innovación tecnológica conlleva a una transformación de procesos, realizados a través de un contexto metódico y organizacional, que involucra diversificaciones para llegar al producto o servicio mejorado.

#### **2.2.2.0 Innovación tecnológica como proceso en la empresa**

Para Martínez V. L. (2006) la innovación tecnológica es el resultado “tangible y real de la tecnología”, es lo que posibilita hoy en día que las empresas combinen perfectamente sus capacidades técnicas, financieras, comerciales y de gestión.

Permite lanzar y mejorar productos o procesos para determinar su competitividad en el mercado y, sobre todo, crear capacidades productivas y tecnológicas en el marco empresarial.

La empresa para mejorar su imagen y servicio, siempre va a buscar la manera de renovar o modernizar sus procesos en todo sentido, por ello la innovación tecnológica es de gran ayuda para optimizar alguna debilidad que este presentando la empresa.

#### **2.2.2.1 El proceso innovador como estrategia de cambio**

Según Martínez V. L. (2006) las empresas deben disponer de recursos humanos capacitados, formados para entender la tecnología, adaptarla, explicarla, mejorarla y para saber identificar las necesidades en cada momento, llevar a cabo una estrategia hacia la innovación que les permita asegurar un desarrollo competitivo basado en la tecnología.

Para ser parte de un cambio, la empresa debe estar puesta ante cualquier innovación que le permita desarrollar todo el potencial de tecnología para así poder desarrollarse en un mercado más amplio.

#### **2.2.2.2 Planificación tecnológica y estratégica**

Para empezar con el cambio, toda empresa debe valerse de un plan que le permita seguir las fases correspondientes hasta llegar a su objetivo planteado, esa es la manera de llegar a una correcta planificación tecnológica y estratégica.

#### **2.2.2.3 Planeación de estrategias tecnológicas**

Para Durlandy (2008) la planeación de estrategias es un proceso para traducir la misión, visión y estrategia en resultados tangibles, reduce los conflictos, fomenta la participación y el compromiso a todos los niveles de la

organización con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que se desea, para esto se deben plantear estrategias a nivel: de infraestructura, de comercialización, de diseño, de organización y gestión, de producción, de personal, de servicios, de marketing, de negocios y de conocimientos.

Es un método que fomenta el cambio de la producción audiovisual, para entregar un producto altamente calificado, reduciendo niveles de conflictos entre la tecnología y el conocimiento.

#### **2.2.2.4 La estrategia tecnológica**

Es la utilización de la tecnología para obtener ventaja sostenible sobre los competidores, no puede relegarse más a los niveles inferiores sino que debe integrarse en la estrategia global de la empresa. El cambio tecnológico en una empresa puede influir en la estructura del sector audiovisual, perfeccionando procesos e innovando nuevas formas de producción audiovisual.

#### **2.2.2.5 Infraestructura Audiovisual**

Actualmente una empresa audiovisual debe contar con una amplia infraestructura, capaz de desarrollar trabajos altamente calificados en la industria moderna de audio y video, llegando de esta manera a cumplir las exigencias de un mercado actual.



El mejoramiento de una infraestructura conlleva a brindar productos de calidad como producciones de audio y video, cine, efectos especiales, animación; ayudado de un personal profesionalmente capacitado, que con su creatividad y moderna tecnología podrá cumplir las expectativas o necesidades de los clientes, y porque no potenciales consumidores ofreciéndoles un servicio integral en todas las áreas especializadas del entorno audiovisual.

### **2.2.3 Equipos Audiovisuales**

El campo audiovisual incluye una amplia gama de equipos relevantes para la grabación, la reproducción y la presentación de los eventos que pueden tener aspectos visuales y de audio. Cualquier tipo de dispositivo que sea útil en cualquiera de estos dominios puede ser considerado una pieza vital.

#### **2.2.3.1 Equipos Modernos para una Productora De Audio Y Video**

##### **❖ Cámaras de cine EOS**

La gama de cámaras de cine EOS de Canon ofrece incomparables opciones creativas. Gracias a sus distintos soportes, que les permiten ser compatibles con el mayor número de objetivos posible, y a los sensores CMOS Súper 35 mm de gran tamaño, que ofrecen una calidad de imagen excelente, estas cámaras proporcionan la libertad necesaria para que no se quede ninguna historia sin contar.



**Aquí se presentan algunos de los equipos que la empresa Danisa Record desea implementar con este plan de inversión:**

❖ **EOS C100 Mark II**



Ideal para la producción de vídeo por una sola persona, la EOS C100 Mark II te permite hacer realidad tus mayores ambiciones visuales. Esta intuitiva cámara ofrece un rendimiento de imagen EOS Cine superior y auténtica libertad creativa.

❖ **EOS C300**



Una innovadora cámara de cine profesional, la EOS C300 combina la reconocida tecnología de vídeo y experiencia en objetivos de Canon con la creatividad EOS. Los objetivos intercambiables ofrecen una libertad sin precedentes para contar cualquier historia.

❖ **EOS C500 PL**

La potente EOS C500 PL compacta ofrece grabación de vídeo 4K, salida de datos RAW y Canon Log Gamma para obtener vídeos de alta calidad con un amplio rango dinámico. La montura PL es compatible con los objetivos estándar del sector.



### ❖ **Canon XA25**

Una videocámara profesional de entrada de gama ultra compacta con un rendimiento incomparable. La videocámara XA25 combina una extraordinaria calidad de imagen con grabación en formato dual y salida HD-SDI en un cuerpo compacto, lo que la hace ideal para la difusión y la grabación de contenidos basados en web profesionales.

### ❖ **Cámaras de video Sony NXCAM FS100**

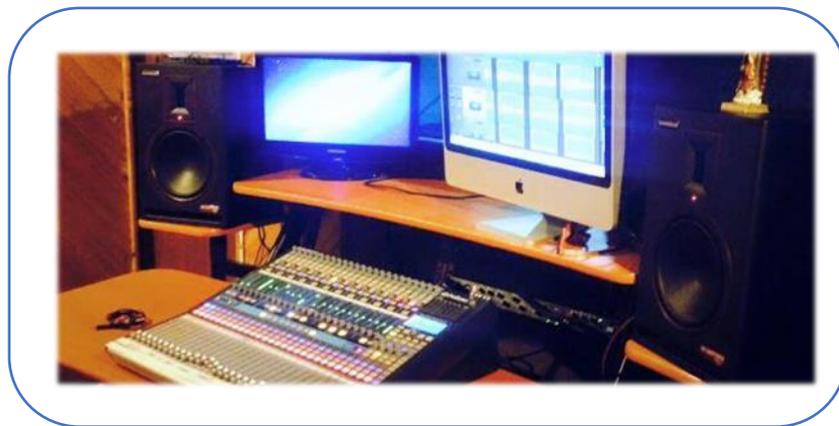


El camcorder NXCAM NEX-FS100 Súper 35mm ha sido específicamente desarrollado para la grabación de increíbles imágenes a bajo coste. El sensor CMOS de gran formato y gran sensibilidad puede producir imágenes progresivas completas 1920 x 1080 con baja profundidad de campo similares a las de una cámara de cine.

### ❖ **Servicio de post-producción de audio y video**

Para desarrollar su arte y creatividad, logrando reflejar los objetivos marcados en un vídeo interesante y preparado para su difusión o comercialización.

La postproducción es uno de los procesos más importantes en la elaboración de videos profesionales, se verifica, corrige y se monta el trabajo final después de muchas horas de planificación y grabación del audiovisual.



### ❖ **Servicio de estudio de grabación**



Este servicio consiste en la producción de demos y canciones para músicos, autores, letristas, compositores, cantantes y artistas de todos los géneros Musicales, realización de cortinas musicales y broadcasting. En una productora de audio y video nunca debe faltar la asistencia necesaria que abarca todas las etapas de la producción musical, entre ellas: composición, arreglos musicales, grabación de la voz e instrumentos, mezcla y Masterización de la canción.

❖ **Servicio de cuña**



El objetivo de la cuña publicitaria es el mismo que todo el anuncio: impactar en el oyente para que recuerde el producto o servicio en el momento que lo necesite. Donde el cliente plantea la necesidad específica y la productora realiza los siguientes pasos: Análisis del mercado y del medio, Creatividad en la elaboración del guion, Elección de la locución y voces según su requerimiento, grabación digital, Musicalización, Post-producción. Masterización 100% profesión.

## 2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Los fundamentos legales que cubre el desarrollo de esta investigación se complementa en la Constitución de la República del Ecuador.

### Del Sistema Económico

#### Capítulo 1

#### Principios generales

**Art. 242.-** La organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios: y a la propiedad de los medios de producción.

**Art. 243.-** Serán objetivos permanentes de la economía:

1. El desarrollo socialmente equitativo, regionalmente equilibrado, ambientalmente sustentable y democráticamente participativo.
2. La conservación de los equilibrios macroeconómicos, y un crecimiento suficiente y sostenido.
3. El incremento y la diversificación de la producción orientados a la oferta de bienes y servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado interno.
4. La participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado Internacional.

**Art. 244.-** Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá:

1. Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza.

2. Promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos. Impulsar la libre competencia y sancionar, conforme a la ley, las prácticas monopólicas y otras que la impidan y distorsionen.
3. Vigilar que las actividades económicas cumplan con la ley y Regularlas y controlarlas en defensa del bien común.
4. Crear infraestructura física, científica y tecnológica; y dotar de los servicios básicos para el desarrollo.

### **Ley de Régimen Tributario Interno**

**Art. 2.- Sujetos pasivos.-** Son sujetos pasivos del impuesto a la renta en calidad de contribuyentes: las personas naturales, las sucesiones indivisas, las sociedades definidas como tales por la Ley de Régimen Tributario Interno y sucursales o establecimientos permanentes de sociedades extranjeras, que obtengan ingresos gravados.

**Art. 5.- Grupos económicos.-** Para fines tributarios, se entenderá como grupo económico al conjunto de partes, conformado por personas naturales y sociedades, tanto nacionales como extranjeras, donde una o varias de ellas posean directa o indirectamente 40% o más de la participación accionaria en otras sociedades.

### **Ley Orgánica de Comunicación**

#### **TÍTULO II**

#### **Principios y derechos**

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

1. Referidos a la dignidad humana:
  - a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
  - b. Respetar la intimidad personal y familiar
  
2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:
  - a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
  - b.
  - c. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,
  
3. Concernientes al ejercicio profesional:
  - a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
  
  - b. Abstenerse de omitir y tergiversar elementos de la información u opiniones difundidas;
  
  - c. Abstenerse de usar la condición de comunicador social para obtener beneficios personales;
  
  - d. No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial informativa; y,
  - e. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.
  
4. Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:
  - a. Respetar la libertad de expresión, ORectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;

- b. Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias;
- c. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
- d. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.

#### **TÍTULO IV**

##### **Regulación de contenidos**

**Art. 60 Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.-** Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

**Art. 61.- Contenido discriminatorio.-** Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

**Art. 66.- Contenido violento.-** Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza.

**Art. 68.- Contenido sexualmente explícito.-** Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos.

Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas.

**Art. 69.- Suspensión de publicidad.-** De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá

disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.

## **TÍTULO V**

### **Medios de comunicación social**

**Art. 70.- Tipos de medios de comunicación.-** Los medios de comunicación social son de tres tipos:

1. Públicos;
2. Privados; y,
3. Comunitarios.

**Art. 71.- Responsabilidades comunes.-** La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad.

## **SECCIÓN I**

### **Medios de Comunicación Públicos**

**Art. 78.- Definición.-** Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público.

- a. Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea.
- b. Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas.
- c. La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial.

## **SECCIÓN II**

### **Medios de comunicación privados**

**Art. 84.- Definición** Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

## **SECCIÓN III**

### **Medios de comunicación comunitarios**

**Art. 85.- Definición.-** Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas.

Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de lucro y su rentabilidad es social.

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### 3.1 Materiales y Métodos

#### 3.1.1 Materiales

Rubros	Cantidad	Precio unitario	Total
<b>Servicios básicos</b>			
Agua, luz, teléfono	2	22,00	44,00
<b>Equipos de Computación</b>			
Computador, internet	1	950,00	950,00
Cartuchos de color	2	8,00	16,00
Cartuchos negros	4	8,00	32,00
Memory Flash de 2 Gb.	2	1,00	2,00
CD	4	1,50	6,00
Resaltador	4	0,80	3,20
Copias	250	0,05	12,50
Resmas de papel bond	3	6,00	18,00
Empastados	4	20,00	80,00
<b>Personal</b>			
Estudiante	1	250,00	250,00
<b>Movilización</b>			
Transporte	100	1,00	100,00
<b>Alimentación</b>			
Almuerzos	20	2,00	40,00
<b>SUBTOTAL</b>			
			-
<b>Imprevistos 7%</b>			91,26
<b>Total de Gastos</b>			<b>\$ 1.644,96</b>

#### 3.1.2 Métodos de la investigación

Al tratarse de una Investigación de factibilidad se utilizó:

### **3.1.2.1 Método Analítico**

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.

Con este método se analizará la información de una manera exhaustiva para determinar en qué forma se ayudará al desenvolvimiento de esta investigación, mediante este procedimiento se analiza las encuestas realizadas determinadas por la muestra, además la inversión que se realizará junto con los posibles ingresos y egresos para determinar el giro del negocio.

### **3.1.2.2 Método Inductivo**

El método inductivo, sin dudas, es uno de los métodos más populares a la hora de la investigación científica y del pensamiento, en tanto, su característica más saliente y distintiva es que llega a la obtención de conclusiones o teorías sobre diversos aspectos a través del análisis de casos particulares.

Con este método científico se obtendrá una conclusión partiendo de la observación de los hechos; la derivación inductiva que parte también de los hechos y permite llegar a una generalización; y la constatación. Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado. Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, mediante diversas observaciones de los sucesos u objetos en estado de hipótesis natural, una conclusión que resulte general para todos los eventos de la misma clase.

### **3.1.2.3 Método Deductivo**

El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Este método es utilizado para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar, los resultados de la observación en el método deductivo, esto implica la recolección y presentación de datos sistemáticos para dar una idea clara de la inversión a realizar en la empresa Danisa Records.

## **3.2 Tipo de investigación**

Esta investigación será de perfil explicativo o causal y constituirá en el estudio de la información recopilada, en referencia al plan de inversión para la modernización de los servicios de la Empresa Danisa Record.

### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

El Diseño de investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera.

Este tipo de investigación se basa en la descripción del trabajo mediante la obtención de la información sobre los análisis de los datos de la encuesta y entrevista y poner en práctica el plan de inversión.

### **3.2.2 Investigación de Campo**

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular.

Este tipo de investigación es básica para cualquier trabajo de esta magnitud ya que nos permite tener un acercamiento directo con las personas encuestadas y el personal de la empresa en estudio, además definir el verdadero fin del esta investigación y aportar con mejores ideas para el Plan de Inversión.

### **3.2.3 Investigación Documental**

La investigación documental está basada en conocimientos ciertos y fundamentados, ya que en su mayoría son estudios o proyectos a realizar, con propuestas concretas y soluciones reales, no ficticias, aunque en ocasiones manejemos conocimientos empíricos pero ya comprobados.

Para el cumplimiento de este trabajo es necesario revisar otros Planes de Inversión a más de esto es indispensable la revisión de proformas, cuál de ellas van a dar un giro importante y positivo al negocio como empresa, con esto hacer la comparación entre otras empresas con la misma actividad y tomar la mejor decisión para aportar con ideas positivas y proporcionar rendimiento al negocio.

### **3.3 Diseño de investigación**

#### **3.3.1 Diseño Descriptivo Típico**

Su objetivo es observar, describir y documentar aspectos de una situación que ocurre de manera natural, examinando las características de una muestra sencilla e identifica fenómeno, variables, definiciones conceptuales y operacionales.

#### **3.3.2 Diseños transeccionales exploratorios**

Su propósito, comenzar a conocer una comunidad, un contexto, un evento, una situación, una variable o un conjunto de variables. Es una exploración inicial en un momento específico.

Se aplica a problemas de investigación nuevos o pocos conocidos, es el preámbulo de otros diseños posteriores, son muy utilizados dentro del enfoque cualitativo o “inmersión inicial en el campo”.

#### **3.3.3 Diseño Experimental Verdadero**

El diseño experimental verdadero es considerado como el método más preciso de la investigación experimental, en el que se trata de comprobar o refutar una hipótesis en forma matemática junto con el análisis estadístico.

Para algunas de las ciencias físicas, como la física, la química y la geología, este es un procedimiento estándar de uso común. Por otro lado, para las ciencias sociales, la psicología y la biología, puede ser un poco más difícil de emplear.

## **3.4 Población y muestra**

### **3.4.1 Población**

La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

### **3.4.2 Muestra**

A partir de la observación de una parte o subconjunto de una población, denominada muestra, el mismo que se efectuó con la población del cantón Quevedo, al muestreo lo podemos definir como el conjunto de observaciones necesarias para estudiar la distribución de determinadas características en la totalidad de una población.

Proporciona ventajas de índole económicas y prácticas, nos brinda la alternativa de optar por otra alternativa, ya que en lugar de investigar el total de la población, se investiga tan sólo una parte de ella, proporcionando con esto la información en forma más oportuna, eficiente y exacta, eliminando con ello recurrir a encuestar a toda la población

### **3.4.3 Cálculo de la muestra**

En el cantón Quevedo provincia de Los Ríos existe una población de 86.754 mujeres y 86.821 de hombres, representado por un total de 173.575 habitantes, lo cual representó la población total para la realización de esta investigación. Estos datos fueron obtenidos de acuerdo al censo del 28 de noviembre del 2010, según los datos oficiales del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

Entonces el universo (n) elegido para este estudio tiene una cifra de 173.575 habitantes y donde el error de muestreo (E) es de 0,05 admisible.

Para la obtención de la muestra se aplicó la fórmula siguiente:

**En donde:**

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

**n=** Muestra

**Z=** Nivel de Confianza

**p=** Probabilidad de Éxito

**q=** Probabilidad de Fracaso

**N=** Universo

**E=** Nivel de error

**Cuadro # 03**

Nivel de Confianza (Z)	
75%	1,15
80%	1,28
85%	1,44
90%	1,65
95%	1,96
95,50%	2
99%	2,58

Entonces:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(173,575)}{(0,05)^2 (173,575-1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)} = \frac{166.701,43}{434,8954} = 383,31$$

**n= 383,31**

Por lo que se procederá a realizar la encuesta a 383 personas que laboren en empresas o que estén en relación con el medio de servicio que se ofrecerá, en la ciudad de Quevedo.

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

**Objetivo:** Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda.

## 4.1. Resultados

### 4.1.1. Estudio de mercado

El presente estudio de mercado pretende determinar la oferta y la demanda de la empresa audiovisual DANISA RECORDS, donde se orientó en encontrar respuestas a la factibilidad del plan de inversión, el mismo que se guio en la búsqueda de necesidades insatisfechas para de esta manera mejorar el servicio de los demandantes y clientes potenciales. Para lo cual se realizó las encuestas, asignadas al cantón Quevedo, provincia de los Ríos.

### CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA APLICADA

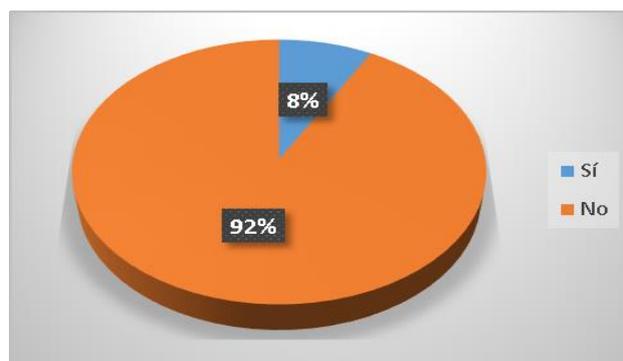
**Pregunta 1.- ¿Conoce Ud. Empresas del medio que se dedique a las reproducciones audiovisuales?**

**Cuadro 1**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	32	8%
No	351	92%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autora: Lupe Lema



**Gráfico 1.** Conocimiento de Empresas de servicios audiovisuales.

### **Análisis:**

Del 100% de los encuestados manifestaron que un 8% tienen conocimiento que existe una empresa que se dedique a dar este servicio audiovisual, mientras que un 92% aseguran desconocer que existe un entidad con esta actividad.

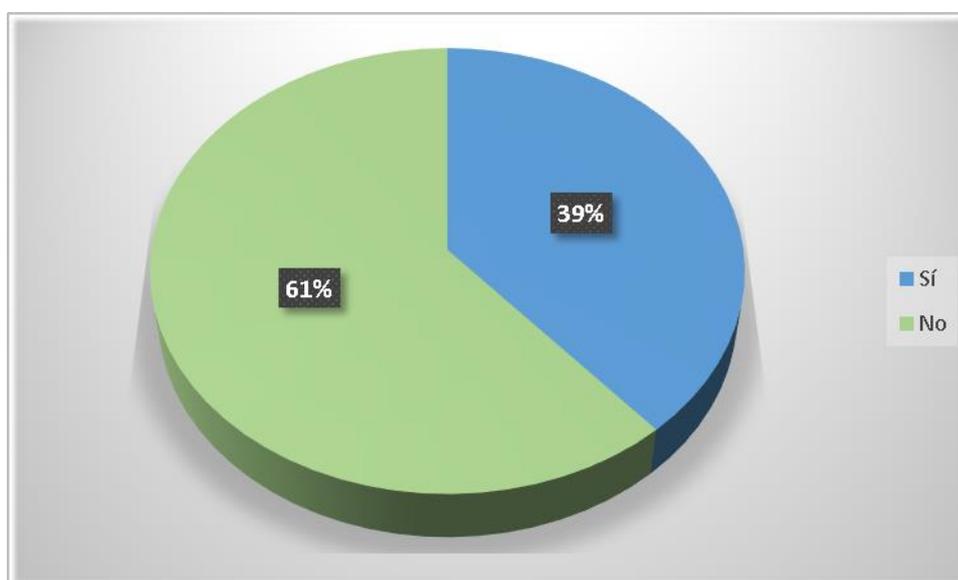
## Pregunta 2.- ¿Ha participado en alguna producción de audiovisuales?

**Cuadro 2**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	148	39%
No	235	61%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autora: Lupe Lema



**Gráfico 2.** Participación en la producción de audiovisuales.

### **Análisis:**

De acuerdo con los resultados obtenidos correspondiente a la segunda pregunta, dentro de la encuesta se obtuvo que un 61% equivalente a 235 personas mencionan que no han participado en una producción audiovisual, mientras que el 39% manifestaron que si han sido parte de dicha producción, haciendo mención a 148 integrantes de la zona de Quevedo, de esta manera completando el 100%.

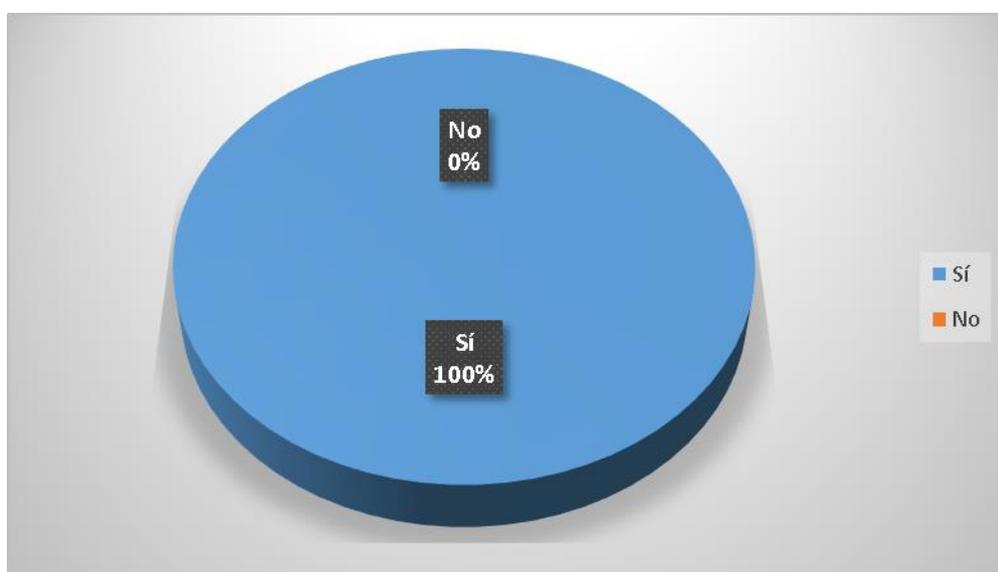
**Pregunta 3.- ¿Cree Ud. Que produciendo audiovisualmente podrá conseguir ingresos económicos?**

**Cuadro 3**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	383	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autora: Lupe Lema



**Gráfico 3.** Ingresos económicos a través del servicio audiovisual.

### **Análisis:**

En esta pregunta realizada a la población de Quevedo, se determinó que el 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo que una producción audiovisual conseguirá aumentar sus ingresos económicos, porque al contar con un servicio de audio y video estarían ayudando a mejorar la imagen de su negocio, consecuentemente atraerían mucho más clientela.

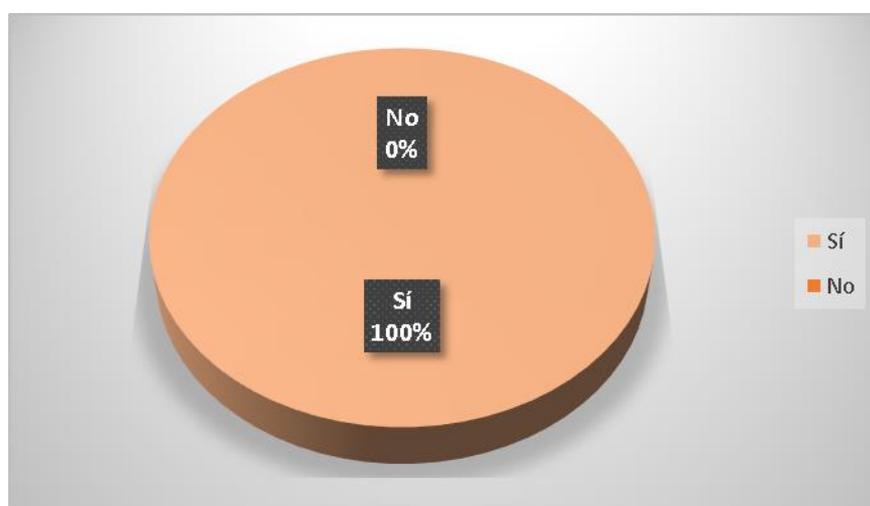
#### Pregunta 4.- ¿Invertiría Ud. En una producción audiovisual?

**Cuadro 4**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	383	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Autora: Lupe Lema



**Gráfico 4.** Inversión en producciones audiovisuales

#### **Análisis:**

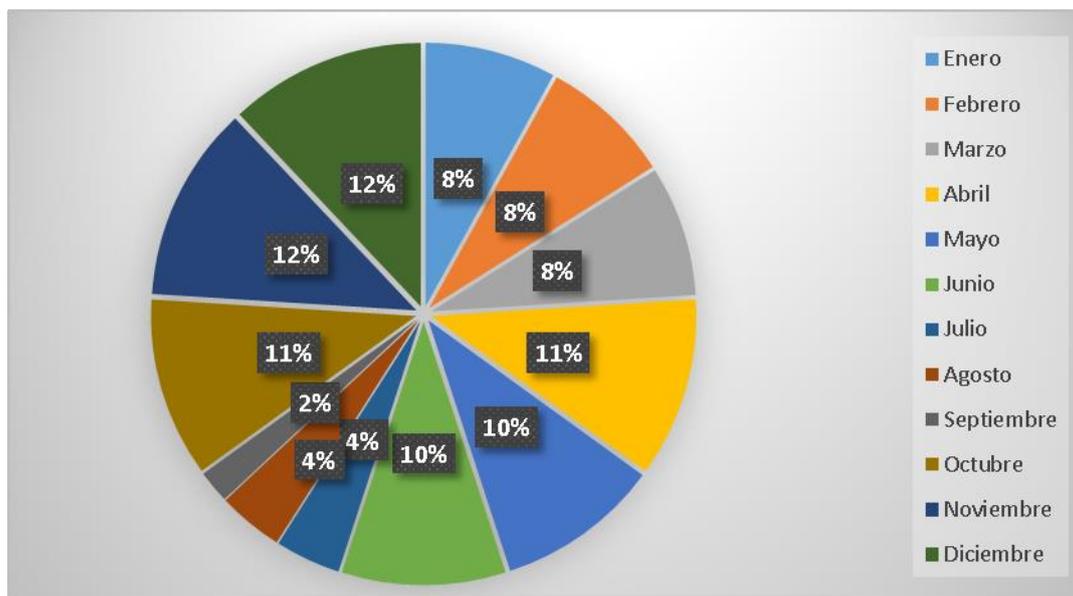
Al apreciar el gráfico correspondiente a la cuarta pregunta, logramos definir que el 100% de los encuestados están seguros que sí invertirían en la producción audiovisual para aumentar sus ingresos.

**Pregunta 5.- ¿En qué meses del año con frecuencia organiza spot publicitarios o eventos sociales?**

**Cuadro 5**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Enero</b>	218	8%
<b>Febrero</b>	215	8%
<b>Marzo</b>	215	8%
<b>Abril</b>	301	11%
<b>Mayo</b>	294	10%
<b>Junio</b>	281	10%
<b>Julio</b>	110	4%
<b>Agosto</b>	100	4%
<b>Septiembre</b>	75	2%
<b>Octubre</b>	294	11%
<b>Noviembre</b>	325	12%
<b>Diciembre</b>	329	12%
<b>Total</b>	<b>2757</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Autora: Lupe Lema



**Figura 5.** Meses que se organizan spot publicitario o eventos.

**Análisis.**

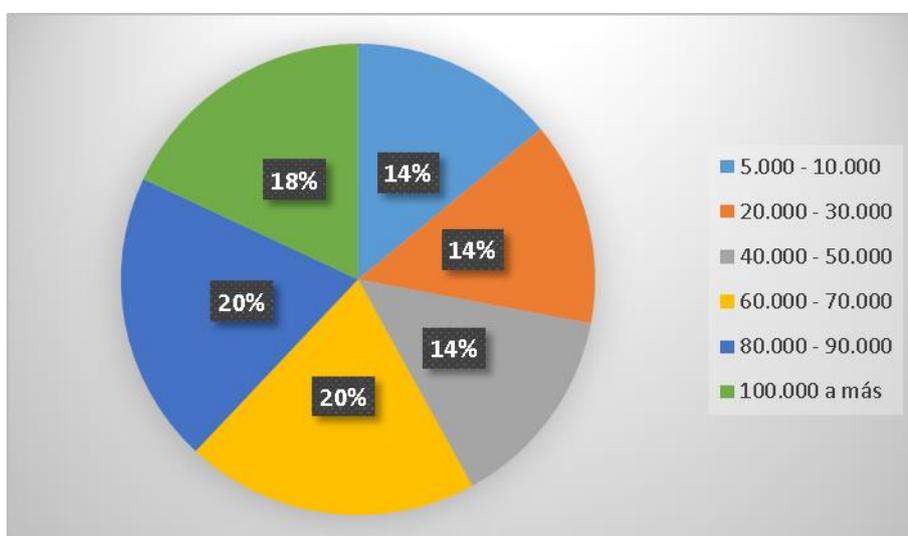
Según el gráfico se aprecia que los meses del año que tienen mayor frecuencia al realizar spots publicitarios o eventos sociales representan con un 12% noviembre y diciembre meses donde más se pauta, seguido de abril y octubre con un 11% y 10 % para mayo - junio, y finalmente con un 8% ,4% y 2% los meses restantes.

**Pregunta 6.- ¿Cuál ha sido el presupuesto promedio anual de los últimos tres años para realizar los eventos de la empresa?**

**Cuadro 6**

<b>OPCIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
5.000 - 10.000	218	14%
20.000 - 30.000	215	14%
40.000 - 50.000	215	14%
60.000 - 70.000	301	20%
80.000 - 90.000	294	20%
100.000 a más	281	18%
<b>Total</b>	<b>1524</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
 Autora: Lupe Lema



**Figura 6.** Presupuesto anual en los últimos 3 años.

**Análisis:**

Según la encuesta realizada y la apreciación de la figura el presupuesto promedio anual de los últimos tres años para realizar los eventos, el 20% asignaron un presupuesto entre \$60.000,00 a \$90.000,00 seguido de valores muy bajos pero no menos importante con un 14% para las cantidades de 5.000,00 – 10.000,00 - 20.000,00 – 30.000,00 y 40.000,00 – 50.000,00, mientras que un 18% el presupuesto promedio anual de los últimos tres años para realizar los eventos ha sido de \$100.000 en adelante.

### Pregunta 7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

Cuadro 7

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
500 - 1.000	83	22%
1.001 - 2.000	251	66%
2.001 - 3.000	25	7%
3.001 - 4.000	8	1%
4.001 - 5.000	5	1%
5.001 - 6.000	4	1%
6.000 a más	7	2%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Autora: Lupe Lema

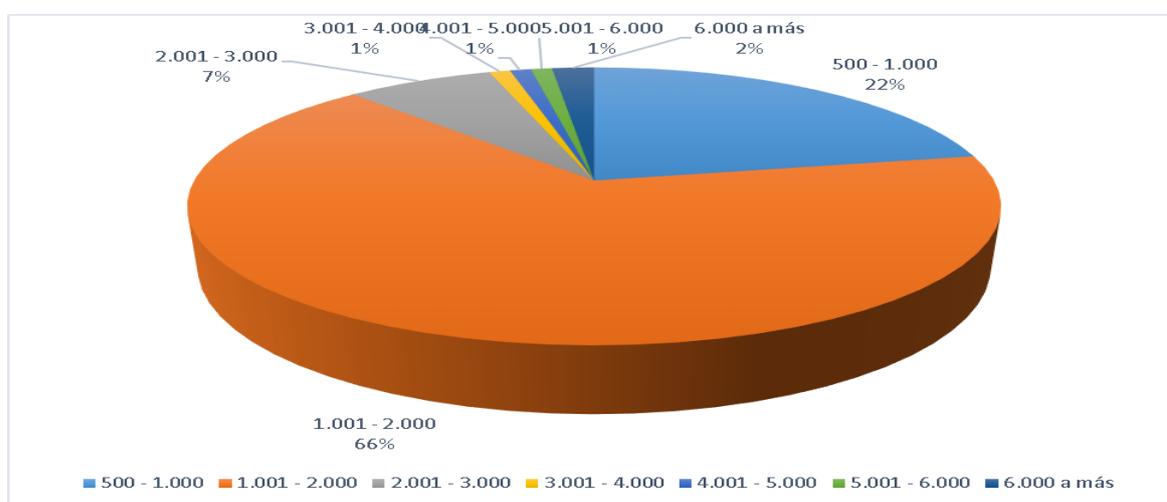


Figura 7. Pago por servicio de audiovisuales.

#### Análisis:

Los encuestados consideran que están dispuestos a pagar por el servicio audiovisual un valor de \$ 1.001,00 – 2.000,00 para un 66%, mientras un 22% entre 500.00 – 1.000,00 haciendo mayoría y el restante entre 7%, 2% y 1% valores más altos.

## **Cuadro 8**

### **4.1.2. Diagnóstico del Sector de Servicio Audiovisuales**

Con el objetivo de efectuar un diagnóstico en el sector de servicios audiovisuales de la ciudad de Quevedo, se utilizó como herramienta de estudio, las cinco fuerzas de Michael Porter, las mismas que están aplicadas a la realidad del sector antes mencionado.

#### **4.1.2.1. Poder de negociación de Clientes**

El sector de servicio audiovisual de la ciudad de Quevedo se caracteriza por tener una gama de competencia de periodistas radiales, los cuales prestan servicios o alquilan la voz para videos de manera rustica, lo que no hay en nuestra ciudad es una empresa que se dedique a dar este tipo de servicio audiovisual ya que para muchos clientes potenciales al tratar de hacer un spot publicitario o grabaciones para eventos sociales o culturales se requiere contratar empresas de las grandes ciudades como Guayaquil, Quito, entre otras y obtener un servicio de calidad, generando grandes costos. Según información obtenida, éste agrupa a 4 microempresas y 3 radios que cobran por dar un servicio amateur restándole calidad y profesionalismo al mismo.

La ventaja de esta empresa en estudio será de contar con personal altamente capacitado y equipos tecnológicos que brinden satisfacción al cliente local y satisfacer sus necesidades, exigiendo precios acorde a la necesidad del gusto de los clientes.

#### **4.1.2.2. Poder de negociación de los Proveedores**

Para tener la idea clara de este punto es importante tomar en cuenta a los principales proveedores de los equipos y materiales a implementar en este plan de inversión como se detalla a continuación:

<u>PROVEEDOR</u>	<u>EQUIPOS</u>	<u>MARCAS</u>	<u>UBICACIÓN DEL PROVEEDOR</u>
Visión XXI	Pantalla Plana	Jbl Profesional	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Monitores	Sony	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Microfónica	QOMO	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Controles de Luz	Epson	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Videos Conferencias	Epson	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Sistema de Votación	Jbl Profesional	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Reveladores	Jbl Profesional	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Paneles Táctiles	Jbl Profesional	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Botoneras	Jbl Profesional	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Equipo de Audio	Jbl Profesional	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Sistema de Conferencia	Jbl Profesional	Guayaquil
Soluciones Audiovisuales	Sistema de Traducción Simultanea	Jbl Profesional	Guayaquil
Video center	Cámaras	Sony	Guayaquil
Pionerr	Cámaras	Sony	Guayaquil
Indumaster S.A.	Sillas	Únicos	Quevedo
Indumaster S.A.	Escritorios		Quevedo
Indumaster S.A.	Archivadores de Pie		Quevedo
Indumaster S.A.	Archivadores de Volátiles		Quevedo
Indumaster S.A.	Muebles		Quevedo
Indumaster S.A.	Armarios		Quevedo
Indumaster S.A.	Otros		Quevedo
Mundoffice S.A.	Suministro de Oficinas	Varios	Quevedo
Conasepri Cía. Ltda.	Seguridad Electrónica	Único	Quevedo

**Fuente:** Proformas

**Autora:** Lupe Lema

La negociación con los proveedores deben acordar que los pagos serán al día y que estarán financiados por la Corporación Financiera Nacional CFN., y por este motivo los pagos serán en efectivo o cheque, que de ahí en adelante si las compras serian requeridas deberían ser a crédito a seis meses, de acuerdo al circulante de efectivo.

No es obligación adquirir absolutamente todos los productos que ofrecen; es potestad de la empresa y el requerimiento de la misma abastecerse de aquellos equipos que piense que tendrán un aporte significativo al giro de la entidad.

#### 4.1.2.3. Amenaza de nuevos entrantes

Las barreras de entrada para el servicio de audiovisuales dependen de la calidad del servicio que se pretenda montar, en el caso de nuestra localidad no hay amenazas considerables ya que no hay empresas dedicadas a dar este tipo de servicio con los estándares de calidad como se lo pretende hacer.

Las barreras de salida son altas, la inversión para el montaje de esta empresa de servicio es muy costosa, incluyen valores tales como inversión en infraestructura, inversión en equipos y materiales, y al no ser costos bajos, es necesario que la empresa se quede en el mercado y luche por sobresalir.

#### 4.1.2.4. Amenaza de productos sustitutos

Para establecer la amenaza de productos sustitutos, se procederá a establecer los productores amateur que podrían ser una amenaza por sus valores muy bajos pero con un nivel de calidad muy bajos por su nitidez y resolución.

**Cuadro 9**

<b>PRODUCTORES</b>	<b>SERVICIOS</b>
Johnson PROTV	Grabaciones de Audio y Video
ROQ	Publicidad de Video, información y entretenimiento.
REY	Publicidad de Video, información y entretenimiento.
BF Visión	Publicidad de Video, información y entretenimiento.
Radio Viva	Voz en OFF
RVT Radio	Voz en OFF
Carnaval	Voz en OFF

**Fuente:** Investigación de la Autora

**Autora:** Lupe Lema

A pesar de no ser sustitutos perfectos, son de una u otra manera, productores que influyen en la demanda de este servicio por sus costos muy módicos.

#### 4.1.2.5. Rivalidad entre los competidores

En el cantón Quevedo, en todas sus zonas se encuentran 7 tipo de personas o que trabajan para las empresas antes mencionadas y que brindan un servicio de audiovisuales; afortunadamente, no existe una empresa dedicada exclusivamente a dar este servicios, por lo tanto, la guerra de precios, no tiene mayor complejidad porque ante todo está la buena calidad.

##### a) Oferta

Para obtener el mercado total de empresas o personas que se dedican a este servicio ya sea rustico o profesional se procedió a solicitar al Servicio de Rentas Internas (SRI) el número total de contribuyentes dedicados a esta actividad que se encuentren registrados dentro de la ciudad de Quevedo, con sus respectivos nombres, razón social y direcciones; gracias a ese dato, se pudo obtener un mercado total de 7 contribuyentes relacionados con el servicio de audiovisuales que pueden ser competencia

PRODUCTORES	SERVICIOS	RUC	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD
Johnson PROTV	Grabaciones de Audio y Video	1204134397001	Parroquia 7 de Octubre y 1era	Servicios Audiovisuales y Afines
ROQ	Publicidad de Video, información y entretenimiento.	1290036302001	Ciudadela Bella Vista	Servicios de Comunicación Social y Afines
REY TV	Publicidad de Video, información y entretenimiento.	0991317371001	Parroquia El Guayacán Tercera Etapa.	Servicios de Comunicación Social y Afines
BF Visión	Publicidad de Video, información y entretenimiento.	0906227509001	Av. 7 de Agosto	Servicios de Comunicación Social y Afines
Radio Viva	Voz en off	1204134397001	Calle Bolívar entre 6ta y 7ma.	Servicios de Comunicación Social y Afines
RVT Radio	Voz en off	0190335275001	San Camilo calle EE.UU	Servicios de Comunicación Social y Afines
Radio Carnaval	Voz en off	1290057479001	Av. Quito, Km 1.5 Vía Sto. Domingo	Servicios de Comunicación Social y Afines

## b) Segmentación de la Demanda

Con el propósito de obtener información del sector de servicios audiovisuales dentro de la ciudad de Quevedo, como también los datos obtenidos reflejen la realidad, se consideró una población de 173.575 habitantes, lo cual representó la población total de acuerdo al último CENSO del 28 de noviembre del 2010, según los datos oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y con una tasa de crecimiento del 2.4% para el cantón Quevedo.

**Cuadro 11**

<b>Años</b>	<b>Aumento Poblacional de Quevedo</b>	<b>Prestación de Servicios Audiovisuales</b>	<b>Total de servicio por Año</b>
2010	173.575	3	520.725
2011	177.741	3	533.222
2012	182.007	3	546.020
2013	186.375	3	559.124
2014	190.848	3	572.543
2015	195.428	3	<b>586.284</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Lupe Lema

- **Determinación del consumo Per Cápita**

En consideración a lo obtenido en el estudio de mercado a través de la encuesta se determinó que el consumo per cápita va en relación a un mínimo de 3 prestaciones de servicio audiovisuales de acuerdo al aumento poblacional

**Cuadro 12**

<b>Años</b>	<b>Demanda Actual</b>	<b>Población</b>	<b>Consumo Per Cápita</b>
2015	586.284	195.428	3

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Lupe Lema

- **Demanda Potencial**

Los clientes potenciales para este servicio son las empresas, aunque no se desliga el brindar este servicio a personas que deseen el servicio de grabaciones para eventos sociales, por esta razón se trabaja con toda la población de Quevedo.

**Fórmula para la demanda potencial**

**Cuadro # 13**

<b>Demanda Potencial</b>			
<b>Q</b>	=	<b>(n)(p)(q)</b>	
<b>n</b>	=	195.428	Población (clientes)
<b>p</b>	=	\$ 500,00	
<b>q</b>	=	3	Servicio por año
<b>Q</b>	=	(195428)(500)(3)	
<b>Q</b>	=	<b>\$ 293.142</b>	

**Fuente:** Encuesta

**Autora:** Lupe Lema

Aplicando la formula se obtuvo \$ 293.142 la demanda potencial por la prestación de servicios audiovisuales.

**c) Análisis de la Competencia**

Con el objetivo de analizar a la competencia, se analizarán los siguientes aspectos acerca de la oferta

- Productos
- Plaza
- Precios
- Productos de mayor rotación
- Forma de pago a proveedores
- Forma de cobro a clientes
- Estrategias

Mediante la obtención de datos de los factores anteriormente mencionados, la competencia podrá ser analizada, de tal manera que DANISA RECORDS pueda plantear sus ventajas competitivas y a la vez sus objetivos comerciales a corto y a largo plazo.

**Objetivo:** Efectuar un estudio técnico y la ingeniería del proyecto para la empresa audiovisual DANISA RECORDS.

Para la modernización de la empresa audiovisual, es necesario fijar la ubicación, tamaño, distribución y las áreas físicas donde se desplegaran los equipos modernos de alta tecnología, se determinará la ingeniería del proyecto de inversión, que conlleva a la construcción y acondicionamiento acústico del lugar donde estará ubicada la productora de audio y video.

#### **4.1.3. Estudio Técnico y la ingeniería del proyecto**

- **Misión**

DANISA RECORDS, es una empresa dedicada a prestar servicios de audiovisuales, a empresas y contribuyentes naturales, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes en el campo audiovisual, haciendo énfasis en soluciones integrales a salas de juntas, auditorios, aulas, dentro de un marco regido por la calidad y la excelencia. Trabajar en el mejoramiento continuo de nuestras capacidades y potenciales como elementos esenciales para el logro de la satisfacción del cliente y el crecimiento de la organización.

- **Visión**

DANISA RECORDS. Para el 2020 será una empresa líder y de principal recordación en el sector audiovisual con una gran capacidad para ofrecer servicios apropiados a nuestros clientes, lo cual nos convertirá en proveedores

estratégicos de soluciones integrales para satisfacer sus necesidades. Nuestro afán de mejorar continuamente nos llevará a ser los dueños de una cultura corporativa basada en el desarrollo de todos nuestros colaboradores y en el cumplimiento de acciones orientadas a la búsqueda de un crecimiento permanente del negocio.

#### 4.1.3.1. Localización de DANISA RECORDS

La idea de esta empresa de servicios surge debido a la disponibilidad del Gerente Propietario Sr. Eduardo Espinoza quien cuenta con una infraestructura arrendada, el mismo que tiene adecuado sus instalaciones para ubicar los equipos tecnológicos y muebles para la implementación de plan de inversión, dicho terreno e infraestructura está ubicada en la parroquia El Guayacán Barrio 9 de Julio, recorrido del Seleccionado Calle 2 S6-283 como se aprecia en el croquis.

Grafico 8



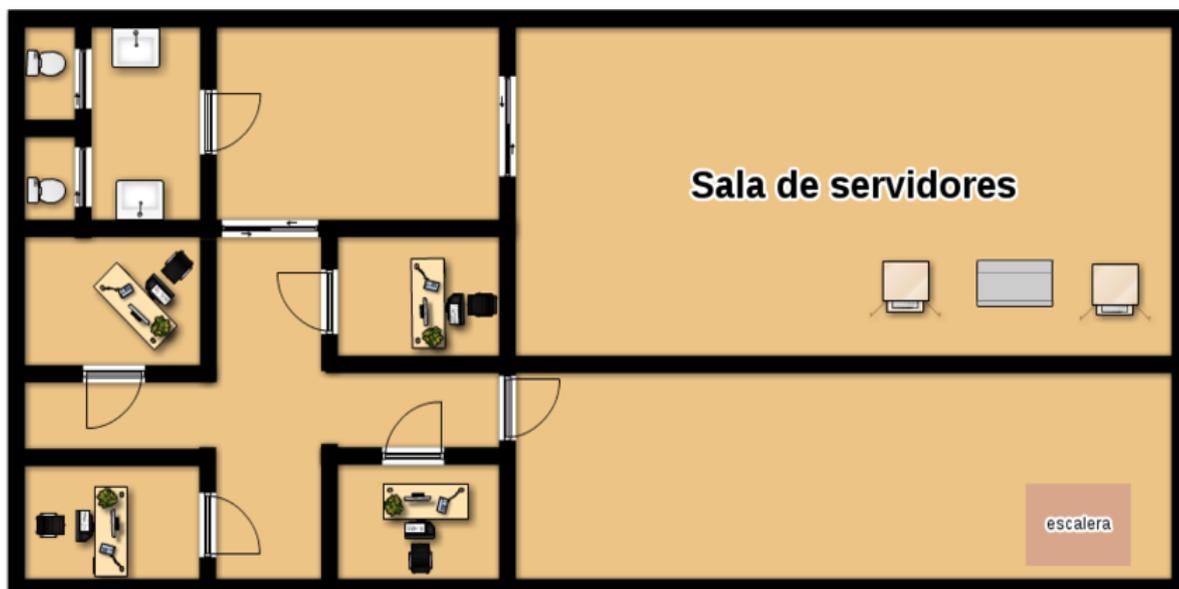
Fuente: Mapa de Quevedo  
Autora: Lupe Lema

#### 4.1.3.2. Distribución de la empresa

El terreno y la construcción cuentan con un área total de 2305,84 metros cuadrados, la misma que está dividida de la siguiente manera:

- Área de terreno: 1845,09 metros cuadrados.
- Área de construcción: 460,75 metros cuadrados.

**Grafico 9**



**Fuente:** Mapa de Quevedo

**Autora:** Lupe Lema

Cuenta con una sala de servidores donde se instalarán los paneles para crear las producciones de grabación, cuatro oficinas de las que se repartirán de la siguiente manera: dos oficinas para el arreglo y el matiz de las producciones, una para secretaria y contabilidad y otra para administración.

#### **4.1.3.3. Características de la Tecnología**

La tecnología es una pieza fundamental para el éxito de este proyecto porque debe contar con buenas máquinas y software para el desarrollo del mismo, la inversión en tecnología en esta etapa del proyecto deberá verse justificada en la optimización de los recursos dentro de esta actividad. La tecnología a utilizarse será la siguiente:

- Computadoras
- Impresoras
- CDs.
- RenderSolft
- Internet
- Nero (Quemador de Discos).

- 

#### 4.1.3.4. Maquinaria y Equipo requerido

Los equipos que se utilizarán serán necesarios para llevar al cumplimiento de las expectativas de producciones audiovisuales DANISA RECORDS, serán las siguientes:

- Pantallas Planas
- Monitores
- Microfonía
- Controladores de luz
- Video Conferencias
- Sistemas de votación
- Relevadores
- Paneles táctiles
- Botoneras
- Equipo de Audio
- Sistemas para conferencias
- Sistemas de traducción simultánea

#### 4.1.3.5. Estudio Administrativo

- **Gerente General.-** Persona que será el ente regulador de la empresa de producciones audiovisuales, que esté en capacidad de tomar decisiones, que pueda planificar las actividades, organizarlas, dirigir las y controlarlas, y para ello, debe tener conocimiento afines a la productividad de esta actividad.
- **Contador.-** Dicha persona, además de tener conocimientos contables, deberá tener conocimientos tributarios y laborales, ya que será responsable de la parte tributaria de la empresa, así como también del aspecto laboral y cumplimiento de obligaciones financieras de la organización. Por lo tanto, que será el encargado del aspecto legal.

- **Gerente Operacional.-** Persona que se encargara de las reproducciones de grabaciones con altos conocimientos en diseño gráfico y comunicación social.
- **Vendedor.-** Persona que se encargara del área de ventas en atención al cliente portando liderazgo y sensibilidad al momento de tener acercamiento con el cliente.

#### 4.1.3.5.1. Selección de Personal

Una vez de haber captado la mayor cantidad de aspirantes posibles, se procede a realizar la selección y para ello se procederá de la siguiente manera:

- **Filtrar a los aspirantes.-** Para encontrar al personal idóneo, se procederá a depurar a los aspirantes por medio de parámetros tales como experiencia, estudios, edad, estado civil, entre otros; con el propósito de que la empresa tenga una base de aspirantes razonablemente filtrada de acuerdo a sus intereses.
- **Encuesta.-** Posteriormente de haber filtrado a los aspirantes, se procederá a citar a los seleccionados para poder realizar una encuesta. A continuación se presentará un ejemplo de encuesta, la misma que debe ser modificada para enfocarse a cada uno de los aspirantes requeridos.
  - a. Nombre
  - b. ¿Casado o Soltero?
  - c. ¿Tiene hijos?
  - d. ¿Por qué dejó su trabajo anterior?
  - e. ¿Cuál de sus trabajos anteriores le gustó menos y por qué?
  - f. ¿Qué tipo de actividades le gusta realizar en su trabajo?
  - g. ¿Qué es lo que más valora de un puesto de trabajo?
  - h. Valores personales

i. ¿Qué salario le gustaría ganar?

Después de haber realizado las encuestas a cada uno de los aspirantes, se procede a evaluar los intereses de la empresa contra los intereses de los postulantes, y en base a ello se filtra otra cantidad de aspirantes, para con los finalistas realizar una entrevista.

- **Entrevista.-** Se realizará exclusivamente con el gerente, el mismo que de manera personalizada conversará con cada uno de ellos y de acuerdo a su criterio, elegirá a la persona idónea para el puesto de trabajo respectivo.
- **Contratación.-** Finalmente, se procede al proceso de contratación, en el cual, el empleador estipula las actividades y normativas de trabajo, así también como horarios, sueldo, beneficios de ley y vacaciones.

#### **4.1.3.6. Estudio Legal**

##### **4.1.3.6.1. Servicio de Rentas Internas**

Posteriormente se procede a tramitar el registro del RUC en el Servicio de Rentas Internas, en donde se realizan los siguientes trámites con la finalidad de obtener el RUC (Registro único de contribuyentes).

- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- Un documento de servicio básico donde conste el domicilio donde funcionará la compañía.

##### **4.1.3.7. Aspecto laboral**

DANISA RECORDS debe ser inscrita en dos entidades, las mismas que puedan regular su situación laboral. Estas entidades son las siguientes.

- **Ministerio de Relaciones laborales**

Se debe registrar con el nombre del representante legal ya que DANISA RECORDS no es Compañía mediante el Ruc en el Ministerio de Relaciones laborales mediante la presentación de la copia de cédula y papeleta de votación del representante legal, y copia del RUC. Una vez registrada la empresa se puede realizar las siguientes actividades:

- a) Contratos de trabajo.
- b) Actas de finiquito.
- c) Legalizar pagos de decimos y utilidades.
- d) Entre otros.

- **IESS**

Es obligación de la empresa registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, mediante la copia de la cédula del representante legal, copia del RUC, planilla de servicio básico donde funcionara la empresa con la dirección, con la finalidad de realizar los siguientes trámites:

- Número patronal y clave
- Avisos de entrada de nuevos trabajadores
- Avisos de salida de trabajadores
- Registro de novedades por días no laborados, variación de sueldos, etc.
- Impresión de planillas
- Comprobantes de pago
- Entre otros.

**Objetivo:** Determinar las inversiones y el financiamiento, para la empresa audiovisual.

#### **4.1.4. Estudio Financiero - Económico**

En este punto se cuantificarán todos los costos que implican el inicio de la actividad económica, los mismos que representan la inversión inicial de DANISA RECORDS. Tanto la maquinaria y equipo a utilizar, los muebles, enseres e instrumentos, están en función del tamaño de la empresa.

Es decir el estudio económico-financiero hace referencia a los recursos económicos que se van a utilizar, el costo total de operación que servirán, para determinar la evaluación financiera del presente plan de inversión.

##### **4.1.4.1. Materiales Directos**

Dentro de material directo están clasificado todos los equipos que están relacionados con el servicio de audio y video que son los principales materiales para que funcione la empresa, como se detalla a continuación con los valores:

**Cuadro 14. EQUIPOS**

<b>DESCRIPCIÓN DE RUBRO</b>	<b>CANT.</b>	<b>COSTOS + IVA</b>	<b>COSTOS TOTAL</b>
Pantalla Plana	3	704,00	2.112,00
Monitores 42"	3	920,00	2.760,00
Microfonía	5	780,00	3.900,00
Controles de Luz	4	320,00	1.280,00
Videos Conferencias	2	820,00	1.640,00
Sistema de Votación	2	330,00	660,00
Reveladores	3	1.220,00	3.660,00
Páneles Táctiles	3	1.320,00	3.960,00
Botoneras	6	569,00	3.414,00
Equipo de Audio	3	1.598,00	4.794,00
Sistema de Conferencia	4	1.521,00	6.084,00
Sistema de Traducción Simultanea	4	785,00	3.140,00
Cámaras	4	4.200,00	16.800,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>46</b>	<b>15.087,00</b>	<b>54.204,00</b>

**Fuente:** Proforma

**Autora:** Lupe Lema

##### **4.1.4.2 Mano de Obra Directa.**

La empresa contara con el personal adecuado y capacitado ganando un sueldo en relación a lo estipulado por el Ministerio de Relaciones Laborales en su tabla sectorial como se detalla a continuación:

**Cuadro 15. PERSONAL**

DESCRIPCIÓN DE RUBRO	Cantidad	COSTOS/PERSONA	COSTOS
Agente Vendedor	1	358,00	358,00
Editor	2	359,00	718,00
Voz Off	1	359,00	359,00
Grabación	2	355,00	710,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 1.431,00</b>	<b>\$ 2.145,00</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales

**Elaborado:** Lupe Lema

#### 4.1.4.3 Materiales Indirectos

Los materiales indirectos también están considerados importantes dentro de este proyecto porque aquí se detalla la complementación para brindar un buen servicio en atención a nuestros clientes, el cual se detalla a continuación:

**Cuadro 16. MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN DE RUBRO	Cantidad	COSTOS + IVA	COSTOS TOTAL
Sillas para escritorio	6	35,00	210,00
Escritorios para Oficinas	6	120,00	720,00
Archivadores de Pie	4	225,00	900,00
Archivadores de Volátiles	4	125,00	500,00
Muebles sala de espera (1 juego)	1	1.100,00	1.100,00
Armarios	2	231,00	462,00
Mesas Stand	3	51,00	153,00
Aire Acondicionado Slip	3	1.598,00	4.794,00
Sillas de espera	7	29,00	203,00
Mesa sala de espera	2	35,00	70,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>38</b>	<b>3.549,00</b>	<b>\$ 9.112,00</b>

**Fuente:** Proforma

**Autora:** Lupe Lema

**Cuadro 17. EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN DE RUBRO	Cantidad	COSTOS + IVA	COSTOS TOTAL
Computadora y sus Partes	6	1.100,00	6.600,00
Impresora Matricial	2	220,00	440,00
Impresora Epson de Tinta continua	4	320,00	1.280,00
Impresora Copiadora Rico	1	2.320,00	2.320,00
Calculadora Eléctrica	3	85,00	255,00
Software Evolution Contable	1	1.980,00	1.980,00
Software Visión Programa Audiovisual	1	3.000,00	3.000,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>18</b>	<b>9.025,00</b>	<b>\$ 15.875,00</b>

**Fuente:** Proforma

**Autora:** Lupe Lema

#### 4.1.4.4 Mano de Obra Indirecta.

La mano de obra Indirecta está considerada el personal que hace oficina y complementa al personal para el éxito de la empresa como se observa en el cuadro siguiente:

**Cuadro # 18 PERSONAL DE OFICINA**

DESCRIPCION DE RUBRO	Cantidad	COSTOS/PERSONA	COSTOS
Gerente y Afines	1	500,00	500,00
Secretaria	1	359,00	359,00
Supervisor de Operaciones	1	429,00	429,00
Contador (Servicios Prestados)	1	250,00	250,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>4</b>	<b>\$ 1.538,00</b>	<b>\$ 1.538,00</b>

**Fuente:** Proforma

**Autora:** Lupe Lema

#### 4.1.4.5 Costos Fijos y Variables.

En los costos Fijos q se toma a consideración la energía eléctrica, arriendo, agua; los costos variables serán a medida que se labore en un periodo determinado como suministros y papelería de oficina se detalla en el cuadro siguiente:

**Cuadro 19. COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

DESCRIPCIÓN DE RUBRO	Cantidad	COSTOS + IVA	COSTOS TOTAL
<i>Variables (Suministros de Oficina)</i>			
Lápiz	20	0,20	4,00
Lapicero	20	0,30	6,00
Sacapunta	4	0,10	0,40
Borrador	10	0,30	3,00
Calculadora Científica	3	24,00	72,00
Grapadoras	5	2,50	12,50
Clic Pequeños	10	0,25	2,50
Clic Grandes	10	1,50	15,00
Hojas Resma	10	5,00	50,00
Sobres Manilas Tamaño Oficio	50	0,60	30,00
CDs. Caja	10	4,50	45,00
Goma	5	1,20	6,00
Carpetas	100	0,10	

			10,00
Cera para Dedos	5	1,60	8,00
Cuaderno Académico	6	2,50	15,00
Notas	5	1,20	6,00
Archivadores para Hojas	20	4,00	80,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>293</b>	<b>49,85</b>	<b>\$ 365,40</b>
<b>Fijos</b>			
Arriendo	1	250,00	250,00
Energía Eléctrica	1	50,00	50,00
Agua	1	5,00	5,00
Teléfono	1	28,00	28,00
Internet	1	45,00	45,00
Plan Telefónico	1	30,00	30,00
Movilización	1	200,00	200,00
Mantenimiento Y Limpieza	1	150,00	150,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>8</b>	<b>758,00</b>	<b>\$ 758,00</b>
<b>TOTAL COSTO FIJOS Y VARIABLES</b>			
	<b>301</b>	<b>807,85</b>	<b>\$ 1.123,40</b>

#### 4.1.4.6 Inversión Inicial.

En resumen se detalla la inversión inicial que se requiere para el proyecto de inversión para DANISA RECORDS.

**Cuadro 20. Valor Inversión Inicial**

<b>DETALLE</b>	<b>INVERSIÓN</b>
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	-
Equipos	<b>54.204,00</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
Personal	2.145,00
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	
Muebles y Enseres	9.112,00
Equipo de Computación	15.875,00
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
Personal Oficina	1.538,00
<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>	
Costos Fijos y Variables	1.123,40
<b>SUBTOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>83.997,40</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	<b>1.679,95</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 85.677,35</b>

**Objetivo:** Definir los costos, los ingresos y la estrategia económica - financiera para comprobar la factibilidad de la inversión.

#### 4.1.4.7 Proyección de Costos.

En este guion se evaluara los costos antes estimados de acuerdo a la necesidad de la empresa, proyectado a cinco años con un incremento del 4.5% para los costos de inversión para DANISA RECORDS, tomando en cuenta los equipos que tienen una vida útil de 10 años, mientras que en el cuarto año se prevé comprar nuevos equipos de cómputo por su vida útil que es de 3 años, además se consideró un 2% para imprevisto.

**Cuadro 22. Flujo proyectado****Cuadro 21. Proyección de Costos**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>					
Equipos	54.204,00	-	-	-	-
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Personal	2.145,00	2.241,53	2.342,39	2.447,80	2.557,95
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>					
Muebles y Enseres	9.112,00	-	-	-	-
Equipo de Computación	15.875,00	-	-	16.589,38	17.335,90
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>					
Personal Oficina	1.538,00	1.607,21	1.679,53	1.755,11	1.834,09
<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>					
Costos Fijos y Variables	1.123,40	1.173,95	1.226,78	1.281,99	1.339,68
<b>SUBTOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>83.997,40</b>	<b>5.022,69</b>	<b>5.248,71</b>	<b>22.074,28</b>	<b>23.067,62</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	<b>1.679,95</b>	<b>100,45</b>	<b>104,97</b>	<b>441,49</b>	<b>461,35</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 85.677,35</b>	<b>\$ 5.123,14</b>	<b>\$ 5.353,68</b>	<b>\$ 22.515,76</b>	<b>\$ 23.528,97</b>

En la proyección de la inversión considerando los costos que incurren dentro del proyecto se determinó la cantidad de \$83.997.40 más un 2% de imprevistos teniendo como resultado \$1.679,95.

Para empezar con la actividad económica la Corporación Financiera Nacional CFN concederá el préstamo por el valor de \$85.677.35 con un interés del 10% obteniendo como resultado \$8.567,74, es decir teniendo como total de la deuda un valor de \$94.245,09 el mismo que es pagadero a 5 años con cuotas anuales de \$18.849,02 incluido los intereses.

#### 1.1.4.4 Flujo de caja proyectado.

En el Flujo proyectado se lo realizó para cinco años ya que el préstamo se lo realizara por ese tiempo, tomando en cuenta un 9% de ingresos a partir del segundo año en los costos se tomaron de acuerdo a lo presentado en los cuadros anteriores, además se hizo referencia en los pagos de capital del préstamo y los intereses en un 10% anual teniendo, el objetivo de este flujo es medir las entradas y salidas de efectivo de la empresa como se utiliza de la forma siguiente:

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos Operacionales</b>						
Grabación de Videos	-	48.000,00	52.320,00	57.028,80	62.161,39	67.755,92
Spot Publicitario	-	60.000,00	65.400,00	71.286,00	77.701,74	84.694,90
Grabación Eventos Sociales	-	24.000,00	26.160,00	28.514,40	31.080,70	33.877,96
<b>Total de Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 132.000,00</b>	<b>\$ 143.880,00</b>	<b>\$ 156.829,20</b>	<b>\$ 170.943,83</b>	<b>\$ 186.328,77</b>
<b>Ingresos No Operacionales</b>						
Préstamo	\$ 85.677,35	-	-	-	-	-
Interés 10%	8.567,74	-	-	-	-	-
<b>Total Ingresos No Operacionales</b>	<b>\$ 94.245,09</b>	<b>\$ -</b>				
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 94.245,09</b>	<b>\$ 132.000,00</b>	<b>\$ 143.880,00</b>	<b>\$ 156.829,20</b>	<b>\$ 170.943,83</b>	<b>\$ 186.328,77</b>
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>						
Equipos	54.204,00	-	-	-	-	-
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
Personal	2.145,00	2.241,53	2.342,39	2.447,80	2.557,95	2.673,06
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>						
Muebles y Enseres	9.112,00	-	-	-	-	-
Equipo de Computación	15.875,00	-	-	16.589,38	17.335,90	18.116,01
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						
Personal Oficina	1.538,00	1.607,21	1.679,53	1.755,11	1.834,09	1.916,63
<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>						
Costos Fijos y Variables	1.123,40	1.173,95	1.226,78	1.281,99	1.339,68	1.399,96
<b>SUBTOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>83.997,40</b>	<b>5.022,69</b>	<b>5.248,71</b>	<b>22.074,28</b>	<b>23.067,62</b>	<b>24.105,66</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	<b>1.679,95</b>	<b>100,45</b>	<b>104,97</b>	<b>441,49</b>	<b>461,35</b>	<b>482,11</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 85.677,35</b>	<b>\$ 5.123,14</b>	<b>\$ 5.353,68</b>	<b>\$ 22.515,76</b>	<b>\$ 23.528,97</b>	<b>\$ 24.587,77</b>
Intereses CFN	-	1.713,55	1.713,55	1.713,55	1.713,55	1.713,55
Préstamo CFN	-	17.135,47	17.135,47	17.135,47	17.135,47	17.135,47
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 8.567,74</b>	<b>\$ 145.725,88</b>	<b>\$ 157.375,34</b>	<b>\$ 153.162,46</b>	<b>\$ 166.263,88</b>	<b>\$ 180.590,02</b>

#### **4.1.4.8 Evaluación del Plan de Inversión.**

Es importante realizar la evaluación del plan de inversión para medir su rentabilidad mediante los siguientes indicadores:

- Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad (TMAR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Punto de Equilibrio

##### **4.1.4.8.1 Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad (TMAR)**

Con la TMAR nos permite establecer el rendimiento de la inversión a realizar dentro del proyecto.

$$\text{TMAR} = \text{tim} + R (\text{tim} \times R)$$

$$\text{Tim} = 4.05\% \text{ (tasa de inflación a febrero de 2015)}$$

$$R = 9.54\% \text{ (tasa de interés activa referencia del Banco Central del Ecuador 2015)}$$

**DESPEJANDO:**

$$\text{TMAR} = 0.0405 + 0.0954 (0.0405 \times 0.0954)$$

$$\text{TMAR} = 0.0409$$

$$\text{TMAR} = 4.09\%$$

El cálculo de la TMAR se basó en la tasa de inflación hasta el mes de febrero que es la actualizada, mientras que para la tasa de interés activa se tomó como referencia la del Banco Central del Ecuador a la fecha.

#### 4.1.4.8.2 Valor Actual Neto VAN

El valor actual neto, nos permitió calcular el valor presente para el flujo de caja proyectado a 5 años originados por la inversión, a continuación se realiza el cálculo del VAN mediante la siguiente fórmula.

**VAN** = Valor actual neto de la inversión

**A** = Valor de la inversión inicial

**Q1** = Valor neto del flujo de caja

**i1** = Tasa de retorno del periodo (0.0409)

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+i)^1} + \frac{Q2}{(1+i)^2} + \frac{Q3}{(1+i)^3} \dots$$

$$VAN = (\$ 8.567,74) + \frac{\$ 145.725,88}{(1+0,0409)^1} + \frac{\$ 157.375,34}{(1+0,0409)^2} + \frac{\$ 153.162,46}{(1+0,0409)^3} + \frac{\$ 166.263,88}{(1+0,0409)^4} + \frac{\$ 180.590,02}{(1+0,0409)^5}$$

Despejando:

$$VAN = 701.914,37$$

Es decir:

**Cuadro 23. Cálculo del Valor Actual Neto**

PERIODO	FLUJO DE CAJA	VAN
0	-	(8.567,74)
1	145.725,88	139.999,88
2	157.375,34	145.250,84
3	153.162,46	135.807,99
4	166.263,88	141.632,16
5	180.590,02	147.791,24
<b>VAN:</b>		<b>701.914,37</b>

**Fuente:** Investigación de la autora

**Autora:** Lupe Lema

El resultado del VAN da positivo por lo que el proyecto es rentable.

#### 4.1.4.8.3 Tasa Interna de Retorno TIR

La tasa interna de retorno en el presente estudio, permitió conocer los intereses que gana el dinero invertido en el proyecto, es decir medir la rentabilidad en términos porcentuales.

$$TIR = (8.567,74) + \frac{\$ 145.725,88}{(1+17,08)^1} + \frac{\$ 157.375,34}{(1+17,08)^2} + \frac{\$ 153.162,46}{(1+17,08)^3} + \frac{\$ 166.263,88}{(1+17,08)^4} + \frac{\$ 180.590,02}{(1+17,08)^5}$$

De acuerdo al procedimiento calculado en Excel tenemos la TIR superior a la tasa de descuento dando como resultado la fiabilidad del proyecto.

Donde se ha podido obtener como resultado, que el porcentaje que vuelve el VAN a cero es el 17,08%.

$$TIR = 17,08\%$$

#### 4.1.4.8.4 Punto de Equilibrio

Es el nivel en el que son exactamente iguales los beneficios por las ventas, a la suma de los costos fijos y variables, es decir, cuando ni se gana ni se pierde. Las relaciones entre el tamaño de los desembolsos de la inversión y el volumen que se requiere para lograr la rentabilidad se denomina análisis del punto de equilibrio.

- PE = Punto de equilibrio
- CF = Costos fijos totales
- CV = Costos variables totales
- VT = Ventas totales
- P = Precio de venta
- CVu = Costo variable unitario
- Q = Cantidad de unidades.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas netas}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{251.476,14}{1 - \frac{7.545,76}{\$ 789.981,80}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{251.476,14}{1 - \$ 104,69}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{251.476,14}{\$ 103,69}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \$ 2.425,22$$

Aplicando la Formula se determinó que para cumplir con el préstamo y el pago de los costos fijos y variables se tendría que obtener un ingreso como punto de equilibrio de \$ 2425,22.

## 4.2 Discusión.

### RESULTADO DEL OBJETIVO 1:

- ❖ Definir científicamente que es un plan de inversión, mediante la aplicación metodológica que permita el cumplimiento de cada fase del proceso investigativo.

En este objetivo fue necesario la aplicación de una metodología lógica acompañada de procesos, etapas a seguir, ya que al realizar el plan de inversión es indispensable destacar la información más relevante y minuciosa posible, tomando en cuenta los parámetros dentro de una inversión proyectada, además no dejando a un lado la evaluación del mismo con la finalidad de fundamentar el proyecto de inversión y determinar su factibilidad.

### HIPÓTESIS 1:

- ❖ La Definición científica de un plan de inversión, mediante la aplicación metodológica permite el cumplimiento de cada fase del proceso investigativo

La definición científica ayudó a esclarecer los avances metodológicos que se necesitan para realizar un plan de inversión contando con las fases o pasos estructurados que conllevaron al análisis del estudio de mercado a través de su encuesta, como el estudio técnico y la evaluación del proyecto.

## **RESULTADO DEL OBJETIVO 2:**

- ❖ Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda.

El estudio de mercado ayudó a determinar la oferta y demanda para la aprobación y ejecución del presente plan de inversión, fijando los requerimientos necesarios, consecuentemente obteniendo aceptación. Según los cálculos aplicados y utilizando la fórmula se obtuvo una demanda \$293.142., haciendo referencia a una población de 195.428 con un precio mínimo de \$500,00.

## **HIPÓTESIS 2:**

- ❖ La realización del estudio de mercado permite determinar la demanda.

En la evaluación de la hipótesis se determinó que es medible porque se comprobó el resultado en una aceptación favorable a la empresa audiovisual DANISA RECORDS, la misma que cuenta con una demanda de \$293.142 que la hizo aceptable para la inversión de este proyecto.

## **RESULTADO DEL OBJETIVO 3:**

- ❖ Efectuar un estudio técnico y la ingeniería del proyecto para la empresa audiovisual DANISA RECORDS.

En este punto se realizó el estudio técnico donde se pudo apreciar la ubicación exacta de las instalaciones, distribución por área de la empresa, los equipos a utilizar, el personal a escoger, mediante qué forma se efectuará la selección y los procesos del mismo, además la parte legal como tributaria también fue importante en este objetivo.

### **HIPÓTESIS 3:**

- ❖ El estudio técnico y la ingeniería del proyecto determina los recursos necesarios para el correcto funcionamiento del negocio.

En esta hipótesis se presentó y determinó los recursos necesarios para el proyecto con el fin de conocer los materiales, equipos, operatividad del plan de inversión y así cumplir el objetivo general y específico, siendo factible la ejecución del estudio técnico.

### **RESULTADO DEL OBJETIVO 4:**

- ❖ Determinar las inversiones y el financiamiento, para la empresa audiovisual

El cumplimiento de este objetivo fue de gran ayuda para determinar la inversión del plan obteniendo como resultado una inversión de \$ 85.677,35, tomando en cuenta los costos fijos y variables, conservando la idea de la inversión y solicitando un financiamiento por el valor de la inversión con una tasa de interés del 10% con un plazo de cancelación de 5 años.

### **HIPÓTESIS 4:**

- ❖ La determinación de la inversión y el financiamiento favorece los recursos necesarios para el desenvolvimiento de la empresa.

El cumplimiento de esta hipótesis comprobó que la inversión y el financiamiento favorecen a DANISA RECORDS al cumplimiento de su meta en brindar servicios de audio y video, ya que el financiamiento es un valor aceptable y que la inversión es recuperada antes de lo previsto, dando como resultado una inversión solvente.

## **RESULTADO DEL OBJETIVO 5:**

- ❖ Definir los costos, los ingresos y la estrategia económica financiera para comprobar la factibilidad de la inversión.

El cumplimiento de este objetivo tuvo como finalidad definir los costos e ingresos obteniendo un beneficio en los ingresos cubriendo la totalidad de sus costos y gastos, mediante el VAN, TIR, TMAR, y Punto de Equilibrio, definiendo este plan con una rentabilidad apropiada para el sector de audio y video.

## **HIPÓTESIS 5:**

- ❖ Al definir los costos, los ingresos y la estrategia económica financiera admite comprobar la factibilidad de la inversión.

La factibilidad de este plan hace que las estrategias financieras realizadas determinaron la rentabilidad plena del plan de inversión tomando en cuenta que los costos y gastos de la inversión son pieza determinante para el equipamiento de DANISA RECORDS y que manteniendo sus egresos mediante la propuesta se considera este proyecto fiable destacando las medidas financieras y de control.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. Conclusiones

- ❖ Según las definiciones explicadas de un plan de inversión se concluye que este es importante para destacar las partes relevantes de un plan de inversión no dejando a un lado las piezas más destacadas como es la evaluación de los costos fijos y variables, los ingresos a nivel de negocio, la parte del estudio técnico y sin dejar de lado la evaluación del plan a través del VAN, TIR, TMAR, y el punto de equilibrio.
- ❖ Para efecto el estudio de mercado realizado, se obtuvo un nivel de aceptación del 100% para la propuesta, lo que significa que existe una captación moderada de potenciales clientes en la ciudad de Quevedo. Además actualmente el ritmo de la población es acelerado y lo que se busca es rapidez, excelente servicio y confianza, donde justamente lo propuesto en el presente plan de inversión es contar con un sistema de optimización de tiempo y calificación del servicio, que permita satisfacer aquellas necesidades exigentes de los demandantes.
- ❖ Para elaborar el estudio técnico, se pudo concluir que la mencionada Productora de Audio y Video “Danisa Records” estará ubicada en la parroquia El Guayacán Barrio 9 de Julio, el mismo que está de acuerdo con los datos establecidos ya que se tomó en cuenta desde los equipos a utilizar hasta la parte legal del personal, en cuanto a la ubicación es indispensable, aunque se arriende este costo fijo, no es representativo para la empresa en comparación con los ingresos a obtener.
- ❖ De acuerdo al estudio económico - financiero realizado para la propuesta planteada se concluye que el proyecto es factible ya que cubre las expectativas de rentabilidad que se espera obtener en un periodo determinado de cinco años; según la evaluación financiera el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de \$ 701.914,37 lo que asegura un beneficio en el valor de la empresa al final de su vida útil,

por lo cual el proyecto es adecuado. A su vez también la tasa interna de retorno es del 17.08% la cual es mayor a la tasa de descuento, lo que asegura una rentabilidad de los recursos invertidos, también se determinó que para poder cumplir con el préstamo otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el pago de los costos fijos y variables se tendrá que obtener un ingreso como punto de equilibrio de \$2.425,22.

- ❖ En consideración a los resultados obtenidos en la investigación se demuestra la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto de inversión, donde el flujo de efectivo es altamente rentable por su solidez y el margen alto de ganancias que se refleja desde el primer año, en el cual se recupera inmediatamente el valor de la inversión realizada dejando una significativa utilidad. Al definir claramente los costos en \$ 83.997,40 con un 2% los resultados obtenidos en la investigación se demuestra una gran perspectiva.

## 5.2. Recomendaciones

- ❖ Es necesario seguir con el plan de inversión para la implementación de DANISA RECORDS, ya que científicamente está comprobado que al alcanzar puntualmente los procesos del plan de inversión se obtendrá una rentabilidad notable desde el primer año en el negocio de audio y video.
  
- ❖ Tomar en cuenta el estudio de mercado ya que fue de gran ayuda para llegar al logro favorable de esta investigación, dejando como resultado en el estudio de los posibles prospectos que desconocen que en la localidad no hay un medio que se dedique netamente a esta actividad, además se recomienda ampliar un poco más en las grabaciones de videos para eventos sociales.
  
- ❖ La innovación tecnológica en este proyecto es muy importante ya que se utiliza equipos de una tecnología avanzada para poder satisfacer a los clientes, entregando un trabajo de buena calidad y siempre estando a la vanguardia de la evolución tecnológica, por ello se recomienda guiarse en el estudio técnico ya que aquí se determinan los principales recursos, equipos materiales y personal humano calificado para la ejecución de este plan tomando en cuenta los costos incurridos para la ejecución del plan de inversión sin dejar a un lado el personal y los costos variables y el 2% de imprevistos.

- ❖ Destacando que la inversión es totalmente rentable, es de gran importancia llevar un seguimiento minucioso de la gestión para la óptima ejecución del proyecto y determinar el tiempo oportuno para la realización del financiamiento de la misma no descartando de presentar el proyecto a la Corporación Financiera Nacional (CFN) principal gestor de financiamiento.
  
- ❖ A través de los ingresos fijados para el primer y segundo año recomendamos establecer los valores para la actividad de audio como video y a la vez negociar con los proveedores citados en este plan de inversión, los mismos que están de acuerdo que el proyecto es factible para el desarrollo económico del cantón Quevedo, tomando en cuenta que a partir del segundo año existe un incremento del 9%, y de sus costos el 4.5% el mismo que va relacionado en el aumento del salario mínimo vital entre otros.

**CAPÍTULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. Literatura citada

- ADOLF RODES, Bach; 2014; Gestión económica y financiera de la empresa; 2da Edición; Ediciones Paraninfo S.A.
- ACADEMIA DE LAS CIENCIAS Y LAS ARTES de televisión, corporación multimedia; 2010; La industria audiovisual en España; Ediciones EOI (Escuela de organización industrial).
- BOEDO VILABELLA, Lucia; 2007; Las fuentes de financiación y su coste, aspectos fundamentales y operativa financiera; Ediciones Netbiblo, S.L.
- BRISEÑO RAMIREZ, Hugo; 2006; Indicadores financieros: fácilmente explicados; Ediciones Umbral S. A de C.V.
- BARAJAS NOVOA, Alberto; 2008; Finanzas para no financistas; 4ta Edición; Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- CASANI Fernando, Llorente Augusto, Pérez Eduardo; 2009; Economía de la empresa segundo bachillerato; Editorial Editex.
- COCOLLAR DASI, Angels, Dolz Consuelo, Ferrer Ortega Carmen, Iborra María; 2006; Fundamentos de Dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas; Editorial Paraninfo S.A.
- CHARLES T. Horngren, George Foster, Srikant M.; 2007; Contabilidad de costos: un enfoque gerencial; Ediciones Pearson Educación.
- DÍAZ ZAZO, Pilar; 2010; Orientación Socio laboral e iniciativa personal; 1era Edición; Ediciones Paraninfo S.A.
- DUARTE SCHLAGETER, Javier, Lorenzo Fernández Alonso; 2005; Finanzas operativas, un coloquio; Editorial Sociedad Panamericana de Estudios Empresariales A, C.
- FERNÁNDEZ, Espinoza Saúl; 2007; Los proyectos de inversión: evaluación financiera; 1era Edición; Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- FERNÁNDEZ, Esteban, Junquera Beatriz, Del Brío Jesús Ángel; 2009; Iniciación a los negocios. Aspectos directivos; Ediciones Paraninfo S.A.

- FIERRO MARTÍNEZ, Ángel; 2011; Contabilidad General; Ecoe Ediciones
- HERBAS OLIVER, José, Senent Moreno Joan Josep; 2006; Economía de la empresa para la pyme; Editorial Universidad Politécnica de Valencia
- HOWARD, Marks; 2011; Lo más importante para invertir con sentido común; Profit Editorial.
- HERNÁNDEZ, Abraham, Hernández Villalobos, Hernández Suarez Alejandro; 2005; Formulación y evaluación de proyectos de inversión; 5ta Edición; Editorial Thomson.
- JIMÉNEZ BOULANGER, Francisco, Espinoza Gutiérrez, Carlos; 2007; Ingeniería Económica; Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- JUEZ MARTEL, Pedro, Martin Molina Pedro; 2007; Manual de contabilidad para juristas: análisis y valoración de empresas, detección de prácticas perniciosas y aplicación de las distintas áreas del derecho; Editorial Wolters Kluwer España S.A.L.
- LAWRENCE, J. Gitman, Michael D. Joehnk; 2005; Fundamentos de inversiones ; Editorial Pearson Educación S.A
- LÓPEZ MARTÍNEZ, Francisco; 2009; La empresa explicada de forma sencilla; 1era edición; Editorial Libros de cabecera S.L.
- MEDINA HERNÁNDEZ, Urbano, Correa Rodríguez Alicia; 2010; Como evaluar un proyecto empresarial: una visión práctica; Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- MICHAEL C., Ehrhardt, Eugene F. Brigham; 2007; Finanzas Corporativas; 2da Edición; Cengage Learning Editores, S.A.
- MICHAEL A. Hitt; 2006; Administración; Editorial Pearson Educación
- MIRANDA JUAN, José; 2005; Gestión de proyectos: identificación-formulación, evaluación financiera, económica, social ambiental; MM Editores.
- MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús; 2013; Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel; Ecoe Ediciones.
- MARTINES VILLAVERDE, Lorena 2006; Gestión del cambio y la innovación en la empresa. Un modelo para la innovación empresarial; Ideas propias Editorial Vigo.

- MARTÍNEZ ABADÍA, José, Fernández Diez Federico; 2013; Manual del productor audiovisual; Editorial UOC.
- MONSERRAT CASANOVAS, Ramón, Bertrán Jordana, Josep; 2013; La financiación de la empresa: como optimizar las decisiones de financiación para crear valor; Profit Editorial.
- MUÑOZ ARCOS, Manuel; 2007; La pequeña empresa; 1era edición; Editorial libros en red.
- PARDO FERNÁNDEZ, Alejandro; 2014; Fundamentos de producción y Gestión de proyectos audiovisuales; Ediciones Universidad de Navarra.
- ROBBINS STEPHEN, P. Coulter Mary; 2005; Administration; 8va edition; Editorial Pearson Education.
- RODRIGEZ, José Ramón, García Mínguez Jordi, Lamarco Orozco, Ignacio; 2007; Gestión de proyectos informáticos: métodos, herramientas y casos; 1era edición; Editorial UOC.
- SARMIENTO SABOGAL, Julio, Cayon Follón, Edgardo, Rivera Ordoñez, Juan, Serra Jurado, Miguel; 2007; Matemáticas financieras en Microsoft Excel: la hoja de cálculo como la herramienta de solución de problemas; Pontificia Universidad Javeriana.
- VARGAS BELMONTE, Antonio; 2014; Marketing y plan de negocio de la microempresa; Ic Editorial.
- VERNOR, J., Mesen Figueroa; 2007; Aplicaciones prácticas de las normas internacionales de información financiera; Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- WELSCH HILTON, Gordon, Glenn A. y Cols; 2005; Presupuesto: planificación y control; 6ta edición México; Editorial Pearson Educación.

## 6.2 Linkografía

<http://www.Ley de la superintendencia de compañías>

<http://www.Ministerio de Relaciones Laborales.gob.ec>.

<http://www.Instituto Ecuatoriana de Seguridad Social.gob.ec>.

<http://www.Banco Central del Ecuador.gob.ec>.

<http://www.SRI.gob.ec>.

<http://www.Ley organiza de régimen de tributario interno>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Carga>

<sup>1</sup>Copyright © 2008-2013 – Definiciones de viabilidad Significado y Concepto

# **ANEXOS**

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

**Encuesta para la mejora de los servicios audiovisuales de la empresa  
“DANISA RECORDS”.**

**NOMBRE:** .....

**EMPRESA:** .....

**1. ¿Conoce Usted empresas del medio que se dediquen a las producciones audiovisuales?**

Sí  No

**2. ¿Ha participado en alguna producción audiovisual?**

Sí  No

**3. ¿Cree Ud. Que produciendo audiovisualmente podrá conseguir ingresos económicos?**

Sí  No

**4. ¿Invertiría Ud. En una producción audiovisual?**

Sí  No

**5. ¿En qué meses del año, con frecuencia organiza spot publicitarios o eventos sociales?**

Enero       Abril       Julio       Octubre

- Febrero  
Noviembre             Mayo       Agosto   
Marzo      Junio      Septiembre  
Diciembre

**6. ¿Cuál ha sido el presupuesto promedio anual de los últimos tres años para realizar los eventos de la empresa?**

- \$5.000 – \$10.000       \$ 40.000 – \$50.000       \$80.000 – \$90.000  
 \$20.000 – \$30.000       \$60.000 – \$70.000       \$10.000 – a más

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio audiovisual?**

- \$500 –\$1.000       \$2001 – \$3000       \$4001 – \$5000  
 \$1.001 – 2000       \$3001 – \$4000       \$5001 – \$6000  
 \$6000 – a más

## Anexo Información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Urbano	Rural	Viviendas**	Razón niños mujeres**	Analfabetismo	Edad promedio
Baba	20.765	5,2%	18.916	5,0%	39.681	5.368	34.313	11.967	475,4	14,5%	28
Babahoyo	77.967	19,6%	75.809	19,9%	153.776	90.191	63.585	47.361	382,5	6,7%	28
Urdaneta	15.063	3,8%	14.200	3,7%	29.263	6.240	23.023	8.959	443,3	10,1%	29
Mocache	19.996	5,0%	18.396	4,8%	38.392	8.028	30.364	11.516	479,5	13,5%	28
Montalvo	12.298	3,1%	11.866	3,1%	24.164	12.734	11.430	7.990	377,1	6,2%	29
Palenque	11.841	3,0%	10.479	2,8%	22.320	6.348	15.972	7.172	522,8	18,1%	28
Puebloviejo	18.614	4,7%	17.863	4,7%	36.477	7.871	28.606	10.837	472,1	10,6%	26
Quevedo	86.821	21,8%	86.754	22,8%	173.575	150.827	22.748	50.583	394,0	6,3%	27
Quinsaloma	8.627	2,2%	7.849	2,1%	16.476	4.573	11.903	5.051	492,3	11,8%	27
San Jacinto de Buena Fe	32.649	8,2%	30.499	8,0%	63.148	38.263	24.885	17.461	474,0	10,8%	26
Valencia	22.592	5,7%	19.964	5,3%	42.556	16.983	25.573	12.056	497,4	12,5%	26
Ventanas	33.785	8,5%	32.766	8,6%	66.551	38.168	28.383	19.771	448,4	8,5%	27
Vinces	37.081	9,3%	34.655	9,1%	71.736	30.248	41.488	21.742	450,4	11,4%	29
<b>Total</b>	<b>398.099</b>	<b>100%</b>	<b>380.016</b>	<b>100%</b>	<b>778.115</b>	<b>415.842</b>	<b>362.273</b>	<b>232.466</b>			

\*\*Particulares y colectivos    \*\*\* Razón niños mujeres

## Anexo Financiamiento Estratégico

FINANCIAMIENTO ESTRATÉGICO	
<b>DESTINO</b>	Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente. Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc. Asistencia técnica.
<b>BENEFICIARIO</b>	Personas naturales. Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privada, mixta o pública); bajo el control de la Superintendencia de Compañías. Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con personería jurídica.
<b>MONTO</b>	Hasta el 70%; para proyectos nuevos. Hasta el 100% para proyectos de ampliación. Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta. Desde US\$ 100,000* Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total): *El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.
<b>PLAZO</b>	Activo Fijo: hasta 10 años. Capital de Trabajo: hasta 3 años. Asistencia Técnica: hasta 3 años.
<b>PERÍODO DE GRACIA</b>	Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.
<b>TASAS DE INTERÉS</b>	Capital de trabajo: 10.5%; Activos Fijos: 10.5% hasta 5 años. 11% hasta 10 años.
<b>GARANTÍA</b>	Negociada entre la CFN y el cliente, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada. La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.
<b>DESEMBOLSOS</b>	

	De acuerdo a cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.
<b>SITUACIONES ESPECIALES DE FINANCIAMIENTO</b>	<p>Aporte del cliente en:</p> <p>Construcción: Hasta el 40% del costo del proyecto, conforme a normativa vigente de la CFN (incluye valor de terreno).</p> <p>Se financia:</p> <p>Terreno: Solamente en proyectos de reubicación o ampliación, conforme a normativa vigente de la CFN.</p>
<b>REQUISITOS</b>	<p>Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación.</p> <p>Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.</p> <p>Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.</p> <p>Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.</p> <p>Carta de pago de los impuestos.</p> <p>Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.</p> <p>Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.</p> <p>Proformas de la maquinaria a adquirir.</p> <p>Proformas de materia prima e insumos a adquirir.</p>

## Anexo Manual de crédito: Requisitos personas naturales

### NORMATIVA DE LA CFN

### LIBRO I: NORMATIVA SOBRE OPERACIONES

#### ANEXO 8A

REQUISITOS PERSONAS NATURALES		
No.	DESCRIPCIÓN	RECIBIDO
1.	Solicitud de financiamiento	
2.	Cédula de ciudadanía, y copia a color cédula de ciudadanía del deudor y cónyuge legítimo. Certificado del CONADIS, de ser el caso.	
3.	Fotocopia de la escritura de liquidación de la sociedad conyugal, capitulaciones matrimoniales, debidamente inscrita en el Registro CMI, de ser el caso.	
4.	Copia del RUC o RISE	
5.	Referencias del deudor principal, (2 personales, 3 comerciales, bancarias) originales y actualizadas, con números de contacto para verificación.	
6.	Información financiera (No aplica para proyectos nuevos): a. Declaración Impuesto a la Renta de los 3 últimos años, o pagos del RISE. b. Estados financieros de los tres últimos ejercicios fiscales de la actividad y balance con corte a la fecha, los mismos que sirvieron de base para la presentación de los declaraciones de impuestos. c. Declaraciones IVA, tres últimos meses (semestra) 12 últimas declaraciones (mensual). d. Estados de cuenta de las tarjetas de crédito del deudor de al menos los últimos 3 meses. e. Certificados de ingresos personales o familiares de deudor, cónyuge y garante según el caso. f. Flujo de caja de un año calendario y proyectado. (Anexo 11 de este manual)	
7.	Hoja de vida del solicitante detallando la experiencia en la actividad, y, de ser el caso, del administrador del negocio.	
8.	Fotocopia del último pago agua, luz o teléfono del domicilio del deudor u otro documento que certifique la dirección del solicitante	
9.	Fotocopia de documentos que acrediten que el solicitante posee bienes (Ej. matrícula de vehículo, matrícula de la nave, pago del impuesto predial), de ser el caso.	
10.	Detalle y propuesta de garantías (carta explicativa de garantías) y copias simples de escritura o título de propiedad del bien a hipotecar o preñar, de ser el caso.	

#### REQUISITOS POR TIPO DE PROYECTO O PROGRAMA

No.	PROYECTO /PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	RECIBIDO
1.	Proyectos nuevos	Perfil o proyecto	
2.	Proyectos nuevos o de ampliación	Categorización ambiental emitida por el MAE	
3.	Para obras de construcción e infraestructura	Cronograma valorado de ejecución de obra RPPD - 04 del Proceso de Producto Combinado (donde se establezcan aportes del cliente y aportes CFN y planos arquitectónicos)	
4.		Planos de construcción aprobados, de ser el caso	
5.	Para actividades relacionadas con la explotación de minas y canchales	Concesión actualizada otorgada por el Ministerio de Recursos Naturales No Renovables y/o Organismo competente, para operar en dicho sector	
6.	Para financiamiento Programa Forestal	Ficha técnica para proyectos forestales RPPD- 03 del Proceso de Producto Combinado	
7.	Para financiamiento de obligaciones (apoyo productivo y financiero)	Certificado de liquidación de la obligación a la fecha y tabla de amortización de la misma.	
8.	Para Programa de Financiamiento a Emprendedores	Certificado emitido por autoridad competente	

- <sup>3)</sup> Es exigible balances auditados para clientes con un total de activos igual o mayor a USD 1 millón. Se exigirá la información financiera en función a lo determinado por SBS para los diferentes segmentos, lo constante en el presente numeral podrá modificarse en función de dicha disposición.

9.	Para Programa Plan Tierras	Copias de cédulas y papeleras de votación de cada uno de los integrantes de la asociación o cooperativa Copia de los nombramientos de los representantes legales de la asociación o cooperativa, debidamente registrados en el Min. de Inclusión Econ. Social Acuerdo ministerial de constitución de la asociación o cooperativa, emitido por el Ministerio de Inclusión Económica Social Resolución oficial mediante el cual fue aprobada la asociación o cooperativa Copia del acta de la asamblea firmada por todos los asociados, en la que autorizan al representante de la asociación o cooperativa, la compra de los bienes Plan de producción del bien inmueble a ser adquirido (proyecto aprobado por el MAGAP) Flujo de caja proyectados a 10 años, aprobados por el MAGAP Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones patronales de las asociaciones, otorgado por el IESS Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones tributarias de las asociaciones, emitido por el SRI	
10.	Renovación Industrial	Formulario de calificación del MIPRO	
11.	Financiamiento ex pescadores de arrastre	Certificado de haberse dedicado a la pesca de arrastre del MAGAP	
12.	Capital de trabajo de importación/exportación y/o factoring	a. Reporte de ventas de los dos últimos años y año actual proyectado. b. Historial de exportaciones de los dos últimos pagos indicando partida arancelaria, monto, fecha de pedido, fecha de embarque.	
13.	Capital de trabajo de importación y/o factoring	Historial de importaciones de los dos últimos pagos indicando partida arancelaria, monto, fecha de pedido, fecha de llegada, país de origen.	
14.	Factoring/reverse factoring	a. Comprobante de facturas compradas por la CFN (Anexo A del Proceso de Comercio Exterior) Listado de facturas para ser aprobadas por la CFN Reporte de cuentas por cobrar b. Registro de firmas autorizadas y encargadas de facturación (Anexo 5 del Proceso de Comercio Exterior) Para reverse factoring c. Reporte de compras a proveedores (Anexo 15 del Proceso de Comercio Exterior) d. Registro de firmas autorizadas y encargadas de recibir facturación.	
15.	Para financiamiento emergente para exportación de banana	a. Reporte de ventas de los tres últimos años y año actual proyectado. b. Reporte de compras semanal del último año c. Reporte de cuentas por cobrar y pagar semanal del último año d. Calificación de riesgo o reporte de buró de crédito certificado comercial de los clientes en el exterior, de que cumplan la condición de ser compradores regulares de al menos un año, emitido por una compañía especializada, a satisfacción de CFN.	
<b>RECIBIDO</b>			
Señor cliente, usted tiene un plazo máximo de 8 días, a partir de la notificación de requisitos adicionales para completar la documentación y/o el avalúo. Fecha que el cliente entrega requisitos: (dd/mm/aa) _____			
Nombre cliente	Firma	Nombre analista CFN	Firma

CFN se reserva el derecho de solicitar como requisitos adicionales, únicamente los siguientes:

- Avalúo de ser el caso (aplica entrega de facturas y/o declaración juramentada de propiedad).
- Salud de garante/cededor, de ser el caso.
- Carta de autorización para revisión por parte de CFN, cuando el garante/cededor sea persona (física).
- Referencias personales (no aplica para personas jurídicas), comerciales (3) y bancarias (2) del garante/cededor.
- Copias cédula de identidad o pasaporte a color garante y cededores, y su cónyuge, de ser el caso.
- Declaración notariada y juramentada sobre las vinculaciones por propiedad y por gestión, hasta el 4to grado de consanguinidad y 2do de afinidad con funcionarios de la CFN y calidad de PEP suscrita por el solicitante, así como deudas con entidades u organismos del Estado y países asociados con el Estado.

## Anexo Manual de crédito: Condiciones posterior a la instrumentación y durante la vigencia del financiamiento.

### CONDICIONES POSTERIORES A LA INSTRUMENTACION Y DURANTE LA VIGENCIA DEL FINANCIAMIENTO PERSONAS NATURALES

1. El cliente deberá mantener una contabilidad adecuada de la actividad y proporcionar a la CFN, durante la vigencia del crédito, los estados financieros trimestrales y anuales, 60 días luego del cierre del periodo trimestral y 90 días posteriores al cierre del ejercicio económico anual.
2. El cliente deberá presentar anualmente a la CFN, durante la vigencia del crédito: a) certificación de cumplimiento de obligaciones patronales al IESS; b) copias de las declaraciones del impuesto a la Renta e IVA realizadas al SRI; y, c) certificados del Registrador de la Propiedad de los bienes que constituyen la garantía de la operación de crédito y del Registro Mercantil para el caso de la garantía prendaria.
3. El cliente deberá cubrir el costo de actualización del avalúo de garantías, así como de las pólizas de seguro de los bienes constituidos en garantía, las mismas que deberán tener endoso de beneficiario acreedor a favor de la CFN, durante la vigencia del crédito, de acuerdo a lo establecido por la Superintendencia de Bancos y Seguros.
4. Si el cliente no actualiza el avalúo y las pólizas de seguro, la CFN se reserva el derecho de contratarlos directamente, cuyos costos se cargarán a la deuda que mantiene con la institución.
5. El cliente, durante la vigencia del crédito, mantendrá una relación en su negocio de PATRIMONIO / ACTIVO TOTAL, mínimo del 20%.
6. La CFN durante la vigencia del crédito, realizará actividades de supervisión, solicitará cualquier tipo de información y podrá verificar las inversiones realizadas, las garantías, el cronograma de actividades de la plantación (para proyectos forestales) y los libros contables, con el propósito de evaluar la gestión realizada y el cumplimiento de las condiciones establecidas en la resolución de aprobación del crédito.  
Los artesanos presentarán bajo juramento, en forma trimestral, estados de situación financiera personal, sin la firma de contador.
7. El cliente deberá mantener durante la vigencia del crédito la cobertura de garantía mínima exigible en relación al monto de la operación de crédito, a satisfacción de la CFN.
8. En caso de que el cliente incumpla una o parte de las condiciones o términos establecidos en este documento, la CFN podrá declarar de plazo vencido la operación e iniciar el cobro por la vía coactiva.
9. El cliente deberá notificar de inmediato a la CFN cualquier cambio de domicilio o teléfono, a fin de mantener actualizados sus datos.
10. El cliente tiene la obligación de informar de manera inmediata si se ha convertido en Persona Expuesta Políticamente durante la vigencia del crédito.

#### Persona Políticamente Expuesta:

Es la persona que desempeña o ha desempeñado funciones públicas destacadas en el país o en el exterior, que por su perfil pueda exponer en mayor grado a la entidad al riesgo de lavado de activos y financiamiento de delitos, por ejemplo, jefe de Estado o de un Gobierno, político de alta jerarquía, funcionario gubernamental, judicial o militar de alto rango, ejecutivo estatal de alto nivel, funcionario importante de partidos políticos. Las relaciones comerciales con los parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad y los colaboradores cercanos de una persona políticamente expuesta.

## ANEXO 10a

	PROYECTO / PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
1.	Financiamiento emprendedores	Personas jurídicas que durante los 5 primeros años de operación, se revertirá el menos el 50% de las utilidades en su emprendimiento o al menos hasta que el proyecto cumpla con una relación capital social /activo total del 10%.
2.	Financiamiento de mercados y centros de exposición artesanal	Presentación de la patente municipal.
3.	Financiamiento forestal	<p>a. El cliente, durante la vigencia del crédito, deberá cumplir con los requisitos establecidos en los anexos del Manual de Condiciones Técnicas para el Seguimiento y Evaluación del Cultivo Forestal.</p> <p>b. El cliente, durante la vigencia del crédito, deberá contar con un operador forestal, que cumpla con el perfil establecido para el efecto y que se responsabilice civil y penalmente, por la supervisión, manejo y resultado técnico de la plantación. En caso de existir cambio de Operador, el cliente deberá notificar de manera inmediata a la CFN y adjuntar el contrato del nuevo Operador.</p> <p>c. El cliente deberá inscribir la plantación de acuerdo al Régimen Forestal establecido por la institución competente, dentro del primer año de establecida la plantación, debiendo remitir a la CFN una copia certificada del mismo.</p> <p>d. El cliente se compromete a no realizar la corta o aprovechamiento de la plantación forestal, financiada, no sin antes notificar a la CFN, la cual deberá autorizar el aprovechamiento como requisito previo a la obtención de la Licencia de Aprovechamiento Forestal Maderero, emitida por la institución competente. En caso de incumplimiento será responsable civil y penalmente de acuerdo a lo que estipula la Ley.</p>
4.	Proyectos turísticos	<p>a. Licencia Única Anual de Funcionamiento o LUAF Art. 149 del Reglamento General de Actividades Turísticas, Registro Oficial 726; hasta 180 días posteriores a la implementación del negocio para el primer año, y de manera anual durante la vigencia del financiamiento.</p> <p>b. Permisos municipales necesarios para el funcionamiento del alojamiento</p> <p>c. Permiso otorgado por el Ministerio de Salud</p>
5.	Proyectos clasificados en categoría ambiental A por el Ministerio del Ambiente	Presentación de la ficha ambiental hasta 360 días posteriores al primer desembolso de la operación
6.	Proyectos clasificados en categoría ambiental B o C por el Ministerio del Ambiente	Certificación de aprobación de la auditoría ambiental emitida por la Autoridad Ambiental Nacional o un ente acreditado ante el Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA), un año después de ser otorgada la licencia ambiental y posteriormente a los tres años.
7.	Para Operaciones garantizadas con hipoteca	Presentar de manera anual durante la vigencia del crédito una fotocopia del pago del impuesto predial correspondiente al cierre del año en curso.

## Anexo Solicitud de financiamiento para proyectos

### Anexo 1 – SOLICITUD DE FINANCIAMIENTO

PARA FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS				
Tipo de proyecto	Nuevo <input type="checkbox"/>	Ampliación <input type="checkbox"/>		
Actividad del proyecto:				
Descripción del proyecto:				
Inversión total de proyecto (US\$)			Monto del crédito (US\$)	
Experiencia en la actividad:	Años	meses		
UBICACIÓN DEL PROYECTO				
Provincia:	Cantón:	Parroquia:		
Calle principal:	No.:	Calle secundaria:		
Sector/barrio:				
GENERACIÓN DE INGRESOS Y GASTOS				
	Actual		Proyectado	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual
Ingresos				
Gastos				
	Ventas USD		Ventas	
Año anterior	Proyectadas		% local 100	% exportación
			Ventas	
% a contado	% a crédito		% a contado 100	% a crédito
	100		100	
DETALLE DE INVERSIONES Y GASTOS (REFERENCIAL DEL PROYECTO)				
	Descripción	Monto US\$	Especificar aporte cliente o CFN	
	Materia prima (Capital de trabajo)			
	Tecnología (maquinaria y equipos)			
	Inversiones (activos fijos)			
	Fuente de repago (Ingresos alternos - periodicidad)			
	Número de empleos generados			

<sup>1</sup>El plan de inversiones es la clasificación Activos fijos, capital de trabajo; especificando rubros que financie cliente y CFN. Se presenta un formato referencial, se faculta anexar el Plan de Inversiones disponible.  
Se deberá adjuntar proformas y cotizaciones de equipos, maquinarias, y materia prima contempladas en el plan de inversiones con antigüedad máxima de 2 meses.

## Anexo Solicitud de financiamiento persona natural

SOLICITUD DE FINANCIAMIENTO PERSONA NATURAL RFFO-01 A											
Lugar y Fecha:											
Nueva Operación / línea <input type="checkbox"/>		Financiamientos adicionales <input type="checkbox"/>			Incremento de cupo de línea <input type="checkbox"/>		Renovación de línea <input type="checkbox"/>				
<b>I. DATOS DEL USUARIO FINANCIERO (CLIENTE)</b>											
Apellidos y Nombres:											
CC:		Pasaporte:			Nacionalidad:		Fecha de Nacimiento:				
Sexo		Estado CIVIL				Separación de Bienes	No. de Cargas	Formación académica	Profesión		
F <input type="checkbox"/>	M <input type="checkbox"/>	Soltero <input type="checkbox"/>	Casado <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Viuvo <input type="checkbox"/>	Unión Libre <input type="checkbox"/>	SI/No <input type="checkbox"/>	Superior <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primaria <input type="checkbox"/>	Sin Instrucción Académica <input type="checkbox"/>
Etnia						Carné del CONADIS					
Afroecuatoriana <input type="checkbox"/>		Montubio <input type="checkbox"/>	Indígena <input type="checkbox"/>	Mestizo <input type="checkbox"/>	Blanco <input type="checkbox"/>	Otros: <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>			
Dirección domicilio (provincia, cantón, parroquia, calles, número):											
Reside en vivienda											
Propio sin hipoteca <input type="checkbox"/>		Propio con hipoteca <input type="checkbox"/>		Arrendado <input type="checkbox"/>		Prestado <input type="checkbox"/>	Con familiares <input type="checkbox"/>				
Desde: (Día-Mes-Año) Valor Referencial de la vivienda:											
Tel. 1:		Tel. 2:		Celular:		Fax:	E-mail:				
Empleado público <input type="checkbox"/>			Empleado privado <input type="checkbox"/>			Trabajador independiente <input type="checkbox"/>					
Políticamente expuesto: SI <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>						Institución y cargo desempeñado:					
Actividad de la empresa:						Tiempo de trabajo (aa-mm-dd):					
Dirección de la empresa:											
Calle:					No.						
Sector/barrio:					Dpto:		País:				
Ingresos mensuales:			Activos:		Pasivos:		Patrimonio:				
<b>II. DATOS DEL CONYUGE</b>											
Apellidos y Nombres:											
CC:		Pasaporte:			Nacionalidad:		Fecha de Nacimiento:				
Formación académica		Profesión		Actividad Económica Actual		Empleo/negocio	Cargo	Antigüedad			
Superior <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Primaria <input type="checkbox"/>	Sin Instrucción Académica <input type="checkbox"/>								
Dirección empleo/negocio (provincia, cantón, parroquia, calles, número):											
Tel. 1:		Tel. 2:		Celular:		Fax:	E-mail:				
Ingresos mensuales:			Activos:		Pasivos:		Patrimonio (en caso de separación de bienes):				
<b>III. LA ACTIVIDAD / NEGOCIO / PROYECTO</b>											
Nombre del negocio:				Actividad del negocio:			Años en la actividad:				
Número de empleados existentes:											
Fijos:			Temporales:			Generados (si es del caso):					
Sector Económico:		RUC:		Activos USD:	Pasivos USD:	No. Clientes:	No. Proveedores:				
Dirección administrativa (provincia, cantón, parroquia, calles, número):								Propio <input type="checkbox"/>		Arrendado <input type="checkbox"/>	
Tel. 1:		Tel. 2:		Celular:		Fax:	E-mail:				
Dirección de la planta (provincia, cantón, parroquia, calles, número):											
Tel. 1:		Tel. 2:		Celular:		Fax:	E-mail:				
Envío correspondencia				Dirección administrativa <input type="checkbox"/>			Dirección planta <input type="checkbox"/>				
<b>IV. DATOS DEL FINANCIAMIENTO</b>											
ISO-9801 RFFO-01 A						Registros operativos PFO 1/4					

DESTINO	DESCRIPCIÓN	MONTO USD	PLAZO DÍAS	PERÍODO DE GRACIA
Activo Fijo	<input type="checkbox"/>			
Financiamiento a terceros	<input type="checkbox"/>			
Refinanciamiento de pasivos	<input type="checkbox"/>			
Capital de trabajo	<input type="checkbox"/> Inversión <input type="checkbox"/> Desembolso <input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Local			
Asistencia técnica	<input type="checkbox"/>			
Padrota	<input type="checkbox"/>			
Otros (especificar)	<input type="checkbox"/>			
Forma de Pago				
Mensual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Semestral <input type="checkbox"/>	A la vez <input type="checkbox"/>	
Fuente de Pagos				

V. DATOS DE LA GARANTÍA				
Tipo de garantía	Valor referencial	Descripción	Ubicación	Asignada
Credito				<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Hipoteca				<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Autopropiedad				<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Otro (especificar)				<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

VI. REFERENCIAS								
REFERENCIAS PERSONALES								
Nombre	Teléfono domicilio	Teléfono trabajo	Celular	Profesión	Ubicación (Ciudad, parroquia, calle)			
REFERENCIAS BANCARIAS								
Banco	N° de cuenta	Tipo de Cuenta	Fecha apertura	Saldo Promedio	Saldo actual	Moneda	N° de cheques	Tipo de Cheque

TARJETAS DE CREDITO				
Banco	Cartera	N° de Tarjeta	Vigencia	

REFERENCIAS COMERCIALES						
Nombre/empresa	Ciudad	Proveedor	Años	Año de compra/venta	Teléfono	

VII. PROPIEDADES						
Tipo	Dirección		Área referencial	Metros cuadrados	Hipotecado	
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	

DETALLE DE BANCOS - PRESTAMOS				
Banco	N° de cuenta	Monto préstamo (L)	Monto préstamo (M)	Fecha vencimiento préstamo

VIII. ESTADO SITUACION PERSONAL DEL CLIENTE			
Activos		Pasivos	
Efectivo en caja		Deudas bancarias a sola firma, corto plazo (hasta un año)	
Depósitos bancarios locales		Deudas garantizadas con activos	
Depósitos bancarios exteriores		Total deudas tarjetas de crédito	
Cuentas y documentos por cobrar		Cuentas por pagar	
Inversiones (pólizas, bonos, pólizas, bonos)		Deudas bancarias largo plazo (más de un año) (hipotecarias, prendarias)	
Inventarios/mercadería		Otras deudas	
Bienes inmuebles (propiedades)			
Bienes muebles (vehículo, maquinaria)			
Otros activos			
<b>Total Activos</b>		<b>Total Pasivos</b>	
		<b>Patrimonio</b>	
Ingresos Mensuales		Egresos Mensuales	
<b>Por negocio</b>		<b>Por negocio</b>	
Ventas		Costos de venta	
Otros ingresos *		Gastos generales (luz, agua, otros)	
		Pago de intereses	
		Otros egresos *	
<b>Personales</b>		<b>Personales</b>	
Sueldo		Alquiler	
Comisiones		Alimentación	
Dividendos		Educación	
Rentas		Vestuario	
Otros ingresos *		Consumo mensual tarjeta de crédito	
		Otros egresos *	
<b>Total Ingresos:</b>		<b>Total Egresos:</b>	
* Especifique otros ingresos:		* Especifique otros egresos:	
<b>UTILIDAD</b>			

#### NOTAS

1. Queda entendido que la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, también se podrá denominar en esta solicitud, la Corporación o CFN.
2. Declaro (amos) bajo la gravedad de juramento, que los datos asentados en mi (nuestra) solicitud de crédito son correctos, reconociendo que la CFN tiene el derecho y está plenamente facultada a comprobar la identidad del solicitante, a través de fuentes internas y externas; la veracidad y autenticidad de los datos que hubiese proporcionado; la capacidad crediticia conforme a las series prácticas y condiciones del mercado; la realización del avalúo practicado por un evaluador autorizado; y, o cumplir con todas las normas y formalidades que establecen las leyes y reglamentos para el otorgamiento de los créditos. Igualmente ratifico y declaro que los fondos entregados y recibidos por la institución tienen origen y destino lícito permitidos por las leyes de la República del Ecuador. Así mismo, autorizo (amos) a la CFN a realizar el análisis que considere conveniente e informar documentadamente a las autoridades competentes, en caso de investigación o determinación de transacciones y coincidencias o comportamiento inusuales y/o injustificados.
3. Acuerdo (amos) que tengo (amos) una obligación continua de enmendar job suplir la información proporcionada en esta solicitud, si alguno de los hechos esenciales que he (mos) expuesto aquí cambiara antes del cierre de la transacción.
4. Conviene (amos) que no prosperará el trámite de la presente solicitud, si falta alguno de los documentos solicitados por la CFN y que atende al objeto o al destino del crédito solicitado.
5. Las políticas de financiamiento aprobadas por el Directorio de la CFN, se aplicarán a todas las solicitudes admitidas para análisis con la información a partir de la fecha de aprobación de dichas políticas.
6. Persona políticamente expuesta: Es la persona que desempeña o ha desempeñado funciones públicas destacadas en el país o en el exterior, que por su perfil puede exponer en mayor grado a la entidad al riesgo de lavado de activos y financiamiento de delitos, por ejemplo, jefe de Estado o de un Gobierno; político de alta jerarquía; funcionario gubernamental, judicial o militar de alto rango; ejecutivo estatal de alto nivel; funcionario importante de partidos políticos. Las relaciones comerciales con, los parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad y los colaboradores cercanos de una persona políticamente expuesta. (Durante un año atrás contado a partir de la fecha de presentación de la presente solicitud).

#### Autorización para la verificación de datos

Autorizo a la CFN para que de forma expresa e irrevocable, obtenga de cualquier fuente de información y en cualquier momento, referencias relativas a mi comportamiento crediticio, al comportamiento de mis obligaciones y en general cualquier información relevante para conocer mi desempeño, capacidad de pago o para valorar el riesgo futuro de concederme crédito.

Certifico que la información arriba indicada es correcta y verdadera, entiendo que esta información será revisada por las autoridades, quienes la podrán considerar para todos los efectos legales.

Declaro bajo juramento que no se mantiene vínculos por gestión y/o administración con la CPN, de conformidad con lo dispuesto en los artículos No 72, 73 y 74 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

**OBSERVACIONES:**

\*\* Para todas las presentaciones, si no le resulta suficiente el espacio puede enviarnos los anexos necesarios además que todos ellos cuentan con la firma autógrafa o sellada del Beneficiario final autorizado y concuerdan los mismos datos que se solicitan según lo original. Este Solicitud puede ser enviada por Internet; su original debe ser enviado a CPN debidamente firmado.

Anexo (a) \_\_\_\_\_

Firma del cliente:  
Nombre: \_\_\_\_\_  
C.I: \_\_\_\_\_

Firma del cónyuge:  
Nombre: \_\_\_\_\_  
C.I: \_\_\_\_\_

Fecha de recepción: \_\_\_\_\_  
Recibido por: \_\_\_\_\_

## Anexo Aceptación de Empresa

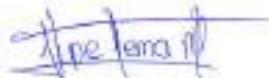
Quevedo, 10 de Marzo de 2014

Ing.  
Eduardo Espinoza Soria  
**GERENTE**  
**PRODUCTORA AUDIOVISUAL DANISA RECORDS**  
En su despacho.-

De mis consideraciones:

Yo, Lema Merello Lupe Danisa, como estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera, solicito su autorización para realizar mi Proyecto de Tesis en la Empresa que muy acertadamente Usted dirige; el tema sería: **PLAN DE INVERSIÓN PARA LA MODERNIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA DANISA RECORDS, CANTÓN QUEVEDO PERIODO 2014-2017.**

Atentamente,



Lema Merello Lupe Danisa  
**ESTUDIANTE**



Recibido  
12/marzo/2014



**DANISA RECORDS**



*Calidad en Imagen...*

Quevedo, 7 de Abril de 2014

## AUTORIZACIÓN

Señores

Facultad de Ciencias Empresariales

Yo, Ing. Eduardo Espinoza Soria, como Gerente General de la Empresa Audiovisual DANISA RECORDS, autorizo a la Srta. Lema Merello Lupe Danisa estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, a realizar el Proyecto de Tesis con el tema previsto, en las instalaciones de la productora.

Dando la disponibilidad para respectivas investigaciones, para el desarrollo de la misma.

Ing. Eduardo Espinoza S.  
**GERENTE GENERAL**

---

Dir. Cda. Guayacán 9 de Julio e-mail: [wdanisa@hotmail.com](mailto:wdanisa@hotmail.com) Cel. 069 999 510

Quevedo - Los Ríos

**Anexo** Fotografías de la productora Audiovisual



