



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

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

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ARTE MUSICAL SOLIDARIO PARA PERSONAS
CON PROBLEMAS DE CONDUCTA CANTÓN QUEVEDO, AÑO
2015”.**

AUTOR:

RONALD GEOVANNY FAUBLA LOOR

TUTORA:

ING. RUDY IVONNE ORTEGA CABRERA M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO

Yo, **RONALD GEOVANNY FAUBLA LOOR**, 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.

RONALD GEOVANNY FAUBLA LOOR

CERTIFICACIÓN

La suscrita, **ING. RUDY IVONNE ORTEGA CABRERA, M.Sc.**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado: **RONALD GEOVANNY FAUBLA LOOR**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de **ingeniero en Administración Financiera**, Titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ARTE MUSICAL SOLIDARIO PARA PERSONAS CON PROBLEMAS DE CONDUCTA CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015”** bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

ING. RUDY IVONNE ORTEGA CABRERA M.Sc.
ASESORA



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

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

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ARTE MUSICAL SOLIDARIO PARA PERSONAS
CON PROBLEMAS DE CONDUCTA CANTÓN QUEVEDO, AÑO
2015”.**

APROBADO:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA, M.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL
ING. CARLOS VILLACÍS LAÍNEZ, M.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL
ECON. DANIEL PARRA GAVILANES, M.Sc.

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecerle a ti mi Dios, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la Universidad Técnica Estatal de "Quevedo" por darme la oportunidad de ser parte de ella y llegar a ser una profesional.

A cada uno de mis profesores que fueron parte importante desde el inicio hasta la culminación de mi carrera aportando su conocimiento con todos sus alumnos y gracias a esa dedicación hoy disfrutamos de los resultados.

También deseo expresar mi más sincero agradecimiento, reconocimiento, cariño y amor a mis padres por todo el esfuerzo que hicieron para darme una profesión y hacerme una persona de bien, gracias por los sacrificios y la paciencia que demostraron todos estos años; gracias a ustedes he llegado a donde estoy.

Agradezco también de manera especial a mi asesora de proyecto Ing. Ivonne Ortega quién con sus conocimientos y apoyo supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta su culminación.

"Ahora puedo decir que todo lo que soy es gracias a todos ustedes"

DEDICATORIA

Este proyecto de grado se lo dedico a mi Dios por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Para mi amada esposa la Ing. Yadira García por sus constantes consejos e insistencia para culminar este ciclo de mi vida. A mis padres que me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, y para mis amados hijos un pilar fundamental en mi vida quienes han sido y son una motivación, inspiración y felicidad.

ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1.	Título / Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ARTE MUSICAL SOLIDARIO PARA PERSONAS CON PROBLEMAS DE CONDUCTA CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015”.
2.	Creador / subject	M	Faubla Loor Ronald Geovanny
3.	Materia / Subject	M	Ciencias Empresariales, Carrera de Ingeniería en Administración Financiera.
4.	Descripción / Description	M	
5.	Editor / Publisher	M	FCE: Carrera Ing. En Administración Financiera
6.	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7.	Fecha / Date	M	27/08/2013
8.	Tipo / Type	M	Proyecto de Grado
9.	Formato / Format	R	Programas: Word 2010; Pdf; Excel 2010; Power Point.
10.	Identificador / Identifier	M	ronaldfaubla@hotmail.com
11.	Fuente / Source	O	Habitantes del cantón Quevedo.
12.	Lenguaje / Languaje	M	Español
13.	Relación / Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura / Coverage	O	El cantón Quevedo pertenece a la Provincia de Los Ríos.
15.	Derechos / Rights	M	Ninguno
16.	Audiencia / Audience	O	Proyecto de Grado

ÍNDICE

	PÁGINA
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO	ii
CERTIFICACIÓN	iii
MIEMBROS DE TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	vii
ÍNDICE.....	i
ÍNDICE DE CUADROS.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	vii
ABSTRACT.....	viii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	2
1.2. Problematización	3
1.2.1 Planteamiento del problema	3
1.2.1.1. Diagnostico	3
1.2.2. Formulación del problema.....	4
1.2.3. Sistematización del problema.	4
1.3. Justificación	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. General	5
1.4.3. Específicos.....	5
1.5. Hipótesis	6

1.5.2. Hipótesis General	6
1.5.3. Hipótesis específicas	6
1.6. Variables	6
1.6.1. Independientes	6
1.6.2. Dependientes	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.1.1. Estudio de mercado	8
2.1.2. Estudio técnico.....	9
2.1.3. Estudio organizacional	10
2.1.3.1. Objetivos de un organigrama	10
2.1.4. Estudio financiero	11
2.1.5. Comportamiento de la demanda	11
2.1.5.1. Ingreso de los consumidores:	12
2.1.5.2. Cantidad de consumidores	12
2.1.5.3. Precio de los bienes complementarios.....	12
2.1.5.4. Precio de los bienes sustitutos.....	12
2.1.5.5. Gustos y preferencias	13
2.1.5.6. Expectativas.....	13
2.1.5.7. Comportamiento de la oferta.....	13
2.1.5.9. Costos de producción:	14
2.1.5.10. Flexibilidad de la tecnología:.....	14
2.1.5.11. Expectativas:.....	14
2.1.5.12. Cantidad de empresas:	14
2.1.6.1. Producto.....	15
2.1.6.2. Desarrollo de nuevos productos	15

2.1.6.3. Precio.....	16
2.1.6.4. Precios de transferencia	16
2.1.6.5. Dumping.....	17
2.1.6.6. Mercados grises.....	17
2.1.6.7. Plaza	17
2.1.6.8. Publicidad	18
2.2. MARCO LEGAL	18
2.2.1. Requerimientos para poner en funcionamiento la empresa	18
CAPÍTULO III.....	20
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
3.1 Materiales y Métodos	21
3.1.1. Materiales	21
3.2 Tipo de investigación	21
3.2.1. Aplicada	21
3.2.2. Documental.....	21
3.3. Población y muestra	22
3.3.1. Población	22
3.3.2. Muestra	22
CAPÍTULO IV.....	24
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
4.1. Estudio de Mercado	25
4.1.1. Resultado de las encuestas.....	25
4.1.1.1. Determinación de la demanda actual y proyectada	33
4.1.1.2. Demanda insatisfecha proyectada.....	33
4.2. Estudio Técnico	34
4.2.1. Nombre de la empresa.....	34
4.2.2. Slogan.....	34

4.2.3. Mix de Marketing.....	35
4.2.4. Estructura organizacional.....	40
4.3. Estudio Económico y Financiero.....	41
4.3.1. Inversión inicial	41
4.3.2. Balance inicial	43
4.3.3. Financiamiento del proyecto	43
4.3.4. Costos de producción	44
4.3.5. Proyección de costos y gastos.....	46
4.3.6. Estado de resultados	48
4.3.7. Flujo de caja.....	48
4.3.8. Valor Actual Neto VAN.....	50
4.3.9. Tasa Interna de Retorno TIR	50
4.3.10. Relación Beneficio Costo R B/C	51
CAPÍTULO V.....	52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
5.1. Conclusiones	53
5.2. Recomendaciones	54
CAPITULO VI.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	55
6.1. Bibliografía citada	56
CAPITULO VII.....	57
ANEXOS.....	57

ÍNDICE DE CUADROS

	PÁGINA
Cuadro 1. Orgullo propio.....	25
Cuadro 2. Resolución de problemas.....	26
Cuadro 3. Control ante problemas.....	27
Cuadro 4. Opiniones claras.....	28
Cuadro 5. Actuar y consecuencias.....	29
Cuadro 6. Problemas de conducta.....	30
Cuadro 7. Forma de mejorar conducta.....	31
Cuadro 8. Música como medio para mejorar la conducta.....	32
Cuadro 9. Demanda.....	33
Cuadro 10. Inversión inicial.....	42
Cuadro 11. Balance Inicial.....	43
Cuadro 12. Financiamiento.....	44
Cuadro 13. Amortización del crédito.....	44
Cuadro 14. Sueldos y salarios.....	45
Cuadro 15. Beneficios sociales.....	45
Cuadro 16. Publicidad.....	45
Cuadro 17. Servicios básicos.....	45
Cuadro 18. Promedio de inflación.....	46
Cuadro 19. Proyección de costos fijos y variables.....	47
Cuadro 20. Estado de resultados proyectados.....	48
Cuadro 21. Flujo de caja proyectado.....	49
Cuadro 22. Beneficio costo.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

	PÁGINA
Figura 1. Orgullo propio	25
Figura 2. Resolución de problemas	26
Figura 3. Control ante problemas.....	27
Figura 4. Opiniones claras	28
Figura 5. Actuar y consecuencias.....	29
Figura 6. Problemas de conducta	30
Figura 7. Forma de mejorar conducta.....	31
Figura 8. Música como medio para mejorar la conducta	32
Figura 9. Mapa de Quevedo	36
Figura 10. Mapa del centro de la ciudad de Quevedo	37
Figura 11. Organigrama de la empresa	40

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se lo realizo en la ciudad de Quevedo y su entorno, provincia Los Ríos. Con las siguientes coordenadas geográficas 1°02'96" de latitud Sur y los 79°44'81" de longitud oeste. El proceso investigativo tuvo una duración de 90 días.

La encuesta realizada a jóvenes da indicios que existen muchos problemas que agobian al joven y por ello se inclinan por vicios y otros males que aquejan a la sociedad actual, una forma de rescatarlos de ese ámbito es incursionar en el arte musical, con miras a formar artísticamente y contrarrestar todos los inconvenientes en esta etapa de vida. Los requisitos legales para la implementación de la empresa se inicia con la reserva del nombre comercial en la Superintendencia de compañía, obtención del RUC, previa constitución de la empresa en el Registro Mercantil, se incluye los permisos de funcionamiento y el pago de la patente municipal. El estudio técnico implementada para las actividades operativas de la empresa son el lugar, la localización, nombre de la empresa y finalmente la forma de entregar el servicio, lo que garantiza la correcta atención al joven. La inversión inicial es de \$25.608,71; los gastos financieros estarán cubiertos en un 70% mediante crédito bancario a una entidad financiera de la localidad, a 5 años plazo con una tasa de interés del 15%; Al final resultó con un VAN positivo de \$49.589,13; TIR de 63,56% considerado rentable financieramente. Finalmente se determinó una relación beneficio costo de 1,71 dólares.

ABSTRACT

The present study was conducted in the city of Quevedo and its surroundings, Los Ríos province. With the following geographical coordinates 1 ° 02'96 "south latitude and 79 ° 44'81" west longitude. The research process lasted 90 days.

The survey of youth gives evidence that there are many problems that beset the young and so are inclined to vices and other ills of today's society, a way to rescue them from this area is to explore the musical art, with a view to forming artistically and counteract all the problems in this stage of life. The legal requirements for the implementation of the company starts with the reservation of trade names in the Superintendency of company, obtaining the RUC, after incorporation of the company in the Commercial Register, operating permits and the payment of the municipal license is included. The technical study implemented for operational activities of the company are location, location, company name, and finally how to deliver the service, which guarantees the right care to the young. The initial investment is \$ 25,608.71; financial expenses will be covered by 70% by bank credit to a financial institution of the town, a 5-year term and an interest rate of 15%; It turned with a positive NPV of \$ 49,589.13; IRR of 63.56% considered financially profitable. Finally, a cost-benefit ratio of \$ 1.71 was determined.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Es conocido por todos que la música es inclusiva ya que agrupa varias dimensiones como sociales, afectivas, educativas y curativas, además se ha utilizado como herramienta de relajamiento o terapia psicológica, lo cual indica el efecto que tiene la música en el ser humano.

El presente proyecto tiene como finalidad establecer un estudio de factibilidad sobre la creación de un centro de arte musical solidario para personas con problemas de conducta en la ciudad de Quevedo y se pretende superar los altos niveles de fracaso escolar y desigualdades creadas por falta de afecto y/o rebeldía en alguno de los casos.

Mediante este proyecto se pretende aportar con música como terapia para los jóvenes con problemas de conducta. Se ha comprobado que la música posee propiedades curativas, terapéuticas, lúdicas, afectivas, y educativas.

En la presente investigación establece los siguientes capítulos alineados a la consecución de los objetivos planteados.

El capítulo I se establece el marco contextual donde se delimita el problema de la investigación, los objetivos, hipótesis y variables de investigación.

En el capítulo II conformado por el Marco teórico, conceptual y legal que fundamenta los conceptos, teoría y las bases legales del estudio.

En el capítulo III, conformada por la metodología utilizada, tipos y técnicas de investigación de estudio, necesarios para la obtención de los resultados.

En el capítulo IV se detalla los resultados y discusión, obtenidos en la investigación a fin de establecer el estudio de factibilidad.

En el capítulo V se detalla las conclusiones y recomendaciones en base a los hallazgos realizados.

En el capítulo VI se establece la bibliografía planteada en el marco teórico, así como la linkografía que sustentó la base legal, y, finalmente

El capítulo VII detalla los anexos pertinentes al proceso investigativo, así como fotos de la investigación.

1.2. Problematización

Los problemas de conducta que existen con las personas de la ciudad de Quevedo se deben a los fracasos escolares y desigualdades creadas por circunstancias geográficas, sociales o económicas.

Se vio la necesidad de brindar oportunidad específica a los centros musicales diseñando un sinnúmero de actividades para que a través de la música las personas con problemas de conducta expresen sus sentimientos y emociones utilizando y ejecutando instrumentos musicales.

1.2.1 Planteamiento del problema

1.2.1.1. Diagnostico

CAUSA	EFEECTO	PRONOSTICO	CONTROL
Baja autoestima	Poca capacidad de enfrentar problemas	Aumento de suicidios o vicios	Incremento de autoestima
Problemas de conducta	Incomprensión en el ámbito conductual	Emociones reprimidas	Reducción de problemas de conducta

Fracasos escolares	Poco poder de concentración por problemas	No culminan su etapa escolar	Culmina su etapa escolar
Problemas familiares	Relegados e incomprensidos	Rechazo familiar	Apoyo familiar

1.2.2. Formulación del problema

¿De qué manera la música puede influir en la conducta de las personas en la ciudad de Quevedo?

1.2.3. Sistematización del problema.

¿Cómo el estudio de mercado podrá definir la implementación de un centro de arte musical solidario?

¿Permitirá el diseño del estudio técnico determinar el tamaño y la ingeniería del proyecto?

¿Se podrá cuantificar las inversiones para el desarrollo del proyecto a través del estudio económico?

1.3. Justificación

La idea para la elaboración de este proyecto es presentar un centro de arte musical solidario para personas con problemas de conducta, acorde a las exigencias y necesidades de la población de Quevedo. Hace énfasis en brindar seguridad a los distintos factores enmarcando el respeto y la seguridad a este centro que busca brindar ayuda de calidad con seguridad y respeto.

Además este proyecto tiene como finalidad beneficiar a personas con problemas de conducta; y de esta manera el centro de arte solidario se lo aproveche al

máximo con las ventajas que ofrecerá. Aquí podemos cuantificar el grado de aceptación que tiene el centro de arte y poder obtener conocimientos.

Con todo lo expuesto se pretende desarrollar el perfil profesional y académico del autor de la presente investigación ya que aportaría significativamente en un mejor desempeño administrativo.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de arte musical solidario para personas con problemas de conducta en la ciudad de Quevedo. Año 2015.

1.4.3. Específicos

1. Identificar mediante un estudio de mercado los requerimientos para la instauración del centro de arte musical solidario.
2. Ilustrar y elaborar un estudio técnico del centro de arte musical para comprender de mejor manera su localización, dimensión y equipamiento.
3. Elaborar un estudio económico para conocer el monto de la inversión y las fuentes de financiamiento.

1.5. Hipótesis

1.5.2. Hipótesis General

El estudio de factibilidad permitirá la creación de un centro de arte musical solidario para personas con problemas de conducta en la ciudad de Quevedo. Año 2015.

1.5.3. Hipótesis específicas

1. El estudio de mercado determinará la aceptación del centro de arte musical solidario por parte de los habitantes del cantón Quevedo.
2. El estudio técnico del centro de arte musical comprenderá de mejor manera su localización, dimensión y equipamiento.
3. El estudio económico permitirá conocer la rentabilidad del negocio

1.6. Variables

1.6.1. Independientes

Aceptación Centro de Arte
Localización, dimensión y equipamiento
Rentabilidad
Negocio

1.6.2. Dependientes

Estudio de mercado
Estudio Técnico
Estudio económico

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Estudio de mercado

Uno de las principales propuesta para mantener en claro lo que es la demanda, oferta y precio, es realizar una análisis minuciosos de los pro y contra de los resultados de la empresa con el fin de cumplir con los estudios técnicos, administrativo, financiero, el cual ayuda a medir los factores interno y externo **(Meza, 2010)**.

Se fundamente como importante porque es la encargada de medir la información de los productos o servicios que ingresen a la empresa, con el propósito de realizar la inversión necesaria del producto, también es necesario conocer a que se refiere el estudio ambiental ya que se la hace primordial al momento de crear alguna actividad económica, este tipo de investigación o propuesta la realizan personas profesionales que saben al respecto del tema con el fin de tomar una buena decisión dentro de la empresa **(Meza, 2010)**.

Al realizar la economía a la empresa esta se radica en analizar el mercado con el fin de mejorar todo aquel recurso que lo tiene limitados ya sea algún bien o servicio para cubrir la necesidad de la empresa

En lo referente a la inversión esta se encarga de indagar sobre cómo se encuentra la empresa económicamente con el fin de proyectar a futura alguna propuesta de creación

Como en toda empresa los problemas económicos van de la mano para cualquier área dentro de la misma. Implica todo esfuerzo humano, los insumos que tengan para satisfacer las necesidades de la empresa o la población

Todas las personas involucradas dentro de la empresa deben conocer cómo se va a gastar su dinero y en que deben invertirlo, y establecer con qué dinero dispone la institución **(Sapag, 2011)**.

Aspectos fundamentales

- ✓ Verifica como se encuentra el bien o servicio de la empresa de una forma detallada
- ✓ Analiza los exactos segmentos de mercado
- ✓ Determina los exactos diagnóstico de la oferta y demanda
- ✓ Realiza proyección específicas
- ✓ Revisa las demandas de la empresa
- ✓ Establece los exactos canales de comercialización para ponerla al público **(Sapag, 2011)**.

2.1.2. Estudio técnico

Dicho estudio se lo realiza mediante la elaboración de productos necesarios con el fin de cumplir con los objetivos principales de la empresa o de alguna proyección empleada

Mide la importancia de lograr que los productos que se van a disponer a la venta sean de calidad. Dichos estudios deben ir de la mano con el fin de cumplir con las expectativas de producción de mercado. Se realiza un análisis bien detallado de como es el manejo primordial de las maquinaria o equipos que se van a utilizar dentro de la investigación.

Algunos expertos indican que los estudios de mercado realizan proyectos de inversiones con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa a esto se le denomina una factibilidad del proyecto **(Meza, 2010)**.

Aspectos fundamentales

- ✓ Lugar de la investigación
- ✓ Volumen del proyecto
- ✓ Implementación de tecnología

2.1.3. Estudio organizacional

Para este estudio primordial como es el estudio organizacional, las realiza las empresas mediante las funciones determinadas e indicando los presupuesto que van a utilizar dentro de la institución. Dichos estudio se basa de forma impertinente sobre la estructura de la organización, basándose en las políticas implementadas dentro de la empresa el cual ayuda a verificar como se encuentra organizada la empresa y si cumplen las operaciones designadas. Aquí se designa el número de personal y cuál será su medio de pago determinadas para cada área **(Meza, 2010)**.

Una vez analizados los aspectos primordiales dentro de la empresa se especifica las ventajas y desventajas estas investigaciones recaen para las empresas sin fines de lucro, también se deben basar a las leyes establecidas por la Súper de Compañías con el fin de mantener una exacta proyección de inversión **(Meza, 2010)**.

Toda ejecución de trabajo debe ser proyectada y controlada, con la finalidad de obtener una organización exacta una vez realizada una estructura organizacional, se implementa los recursos financieros de la empresa para este caso, verificando los montos de las inversiones realizadas **(Meza, 2010)**.

Para mantener una excelente organización dichas funciones se deben establecer mediante un organigrama bien estructurado con la finalidad de que dentro de la empresa no se cumplan doble funcionalidad y que cada personal se encargue de su área establecida. Para que se cumpla dicha propuesta se debe elaborar un organigrama mediante graficas bien establecidas **(Meza, 2010)**.

2.1.3.1. Objetivos de un organigrama

- ✓ Especificar los cargos establecidos dentro de la empresa
- ✓ Brindar medios de comunicación establecidos
- ✓ Establecer el nivel jerárquico dentro de la empresa

- ✓ Excelente organización

Es de mucha importancia realizar un estudio administrativo y organizacional con el fin de especificar como se encuentran los proyectos realizadas por la misma empresa se la realiza para que la empresa no tenga algún perdida y se mantenga en alto **(Meza, 2010)**.

2.1.4. Estudio financiero

El estudio financiero es el encargado de verificar como se encuentran los indicadores de rentabilidad y su respectiva evaluación financiera, se la toma como referencia para que las organizaciones puedan cumplir a cabalidad lo implementado en el proyecto que se traza la empresa. A parte se indica que todo proceso debe realizarse mediante el cumplimiento de las políticas establecidas dentro de la empresa a fin de satisfacer sus necesidades y cumplimiento los parámetros establecidos por la misma institución **(Meza, 2010)**.

2.1.5. Comportamiento de la demanda

La demanda es satisfactoria por los consumidores porque les ayuda a conocer como se encuentra la demanda dentro del mercado competidor y esta a su vez ayuda a los productores de las empresas a realizar una oferta específica para poder responder a cualquier demanda que se encuentren expuestas, también mediante la realización de la demanda se puede especificar el punto de equilibrio del mercado **(Sapag, 2011)**.

Dichos comportamiento de la demanda ayudan a cumplir con las necesidades de los clientes con el fin de manera un buen ingreso para ellos. Los diversos clientes buscan poner en venta una serie de producto con el propósito de hacer producir sus ingresos **(Sapag, 2011)**.

Como es bien saber debido a que existe mucha limitación de recursos se hace necesario que el consumidor implante nuevas medidas de compras a distintos precios. Esto se la establece porque da a conocer lo que el consumidor está dispuesto a adquirir y a como lo desea vender (**Sapag, 2011**).

2.1.5.1. Ingreso de los consumidores

El debido ingreso a los consumidores se las realiza con el fin de adquirir un producto específico con el fin de aumentar o disminuir los recursos para la empresa, y estas a su vez generen buenos ingresos (**Sapag, 2011**).

2.1.5.2. Cantidad de consumidores

Se realiza un análisis de la cantidad de consumidores para establecer los productos que van a salir a la venta y que genere buenos ingresos para la empresa, mientras más consumidores encontremos mayores ventas se tendrá (**Sapag, 2011**).

2.1.5.3. Precio de los bienes complementarios

Se establece que dentro de la empresa deben realizar una variación de precios bien específico para que los consumidores puedan escoger de una manera oportuna una serie de producto que hayan elaborado a fin de satisfacer sus necesidades, estos cambios se las establece como viene complementarios (**Sapag, 2011**).

2.1.5.4. Precio de los bienes sustitutos

Aplicar una variación de precios bien empleados para que la demanda dentro de la empresa no sea modificada y sus bienes puedan ser sustitutos a fin de que no recaiga el producto que tiene a la venta (**Sapag, 2011**).

2.1.5.5. Gustos y preferencias

Se puede apreciar que dentro del mundo estamos rodeados de gente que poseen diferentes tipos de gustos y preferencia, ya que prefieren comprar un producto asignado así se aumente o disminuya el precio de venta (**Sapag, 2011**).

2.1.5.6. Expectativas

Se realiza una serie de variación de las expectativas de cambios sustanciales de precio de un producto designado (**Sapag, 2011**).

1. Demanda elástica: se la aplica cuando la variación de la elasticidad es superior a uno

2. Demanda inelástica: se la emplea cuando su variación es menor que uno y demuestra su cambio más sensible de la empresa

3. Elasticidad unitaria: Se asemeja a los cambios de la demanda con el precio asignado por la empresa (**Sapag, 2011**).

2.1.5.7. Comportamiento de la oferta

Dicho procedimiento estudia el comportamiento real de la oferta mide la relación de la cantidad que se encuentra ofertada de acuerdo al producto designado mediante las transacciones establecidas (**Sapag, 2011**).

Las respectivas ofertas indican como se verifica el costo de producción de los productos designados por la empresa e indagan sobre la cantidad de empresas las cuales llevan el mismo proceso de venta (**Sapag, 2011**).

2.1.5.9. Costos de producción

Cuando se observa que los productores realizan un alza a sus productos esto beneficia a los fabricantes de las empresa, pero si estas a su vez baja, afectan directamente a la oferta que posee los fabricantes catalogándolo estadísticamente con una curva hacia abajo (**Sapag, 2011**).

2.1.5.10. Flexibilidad de la tecnología

Cuando la empresa posee nuevas tecnologías esta ayuda a que la empresa pueda producir en menor tiempo, y ayuda a su vez a que los costos de producción no aumenten (**Sapag, 2011**).

2.1.5.11. Expectativas

Como producto se plantea expectativas dentro de las empresas fabricantes con el fin de los productos puedan aumentar sustancialmente y a su vez tener ingresos beneficiosos para la empresa (**Sapag, 2011**).

2.1.5.12. Cantidad de empresas

Una vez que los productores vean que existe un aumento de nuevas empresas productoras esta indica que toda oferta recaiga (**Sapag, 2011**).

2.1.5.13. Precios de los bienes relacionados

Todo precio que disponga el productor debe ir relacionado con la venta esto ayuda a que la empresa pueda mantener un aumento en sus ventas, pero si no realizan la respectiva relación esto radica a que la empresa pueda bajar su demanda ocasionando que el producto decaiga (**Sapag, 2011**).

2.1.6. Mezcla de mercadotecnia. Las cuatro P

2.1.6.1. Producto

Todo producto dentro de la empresa se las identifica como propiedades intangibles, esto ayuda a que el consumidor pueda satisfacer sus necesidades de compra (**Munch, 2010**).

Se las emplea mediante tres aspectos importantes:

Producto básico Mide sustancialmente la resolución del problema

Producto real Se basa en la calidad de los productos puesto a la venta

Producto y el valor agregado Implica en la adquisición de un producto con su respectivo valor agregado

2.1.6.2. Desarrollo de nuevos productos

Para que los consumidores puedan satisfacer con sus necesidades se ha realizado la creación de nuevos productos bien las características y necesidades de cada personal, se implementa también un logotipo bien llamativo que atraiga al cliente (**Munch, 2010**).

La creación de una nueva marca es muy importante que da a conocer a la empresa, para el cumplimiento de la creación del nuevo producto se establece los siguientes parámetros:

- ✓ Satisface la necesidad de los clientes
- ✓ Especifica un diseño llamativo
- ✓ Presentación del nuevo producto
- ✓ Nueva marca establecida
- ✓ Implementación de la mercadotecnia

- ✓ Nuevo producto al mercado
- ✓ Promoción

2.1.6.3. Precio

Los precios se los implanta de acuerdo a los tipos de producto que se encuentre en el proceso de creación, también depende de cómo acepte el consumidor el producto expuesto a la venta, esto se lo realiza con el fin de que la empresa pueda recuperar lo que invirtió en el negocio **(Munch, 2010)**.

Dichos precios se los relaciona mediante los diferentes factores implementados dentro de la empresa como son: verificar el tipo de cliente que ingresa a la empresa, ven las competencias de las demás empresas y verifican su proceso de fabricación **(Munch, 2010)**.

Actualmente realizan una serie de cálculos para poder establecer un precio que salga a la venta esta se la realiza con el fin de que la empresa pueda recuperar los costos de fabricación **(Munch, 2010)**.

Se verifica para aplicar un precio a un producto designado esta fijación de precio se la emplea con la finalidad de que la empresa no tenga complicación al momento de vender sus productos **(Munuera & Rodríguez, 2012)**.

2.1.6.4. Precios de transferencia

Cada precio determinado para la venta de los productos debe ser fijados mediante los precios de bienes o servicios, esto evita tener inconvenientes con las exportaciones realizadas. La adquisición de productos a los mercados exteriores proporcionan una flexibilidad al momento de fijar un precio establecido no genere precio alto para la venta de los productos designados por la empresa **(Munuera & Rodríguez, 2012)**.

2.1.6.5. Dumping

El Dumping se encargase manejar un precio estable para los productos que salen del territorio ecuatoriano, esto puede afectar radicalmente a las empresa fabricantes de productos. Por en mucho de los casos el gobierno es el encargado de disponer de los precios a los productos que se tienen en venta, incluso disponen del logotipo establecido para cada producto **(Munuera & Rodríguez, 2012)**.

2.1.6.6. Mercados grises

Una variable de entorno crítica en la fijación de precios internacionales es el sistema de distribución. Si la empresa tiene su propia red de ventas es más probable que conozca las condiciones del mercado y que tenga un elevado control sobre el precio final al que se comercializan sus productos, lo que permitirá un rápido ajuste a los cambios que se producen. Sin embargo, cuando trabaja con distribuidores independientes, u control sobre los precios finales es prácticamente nulo **(Munuera & Rodríguez, 2012)**.

2.1.6.7. Plaza

Este tipo de marketing mix se la emplea justamente cuando el producto ya está a punto de salir a la venta esto se los emplea mediante un tipo de publicidad **(Munch, 2010)**.

Se la realiza con la finalidad de especificar un producto en un lugar específico para que el producto pueda salir a la venta

La mezcla de mercadotecnia es la encargada de seleccionar el producto indicado para ponerlo a la venta o para realizar la debida exportación **(Munch, 2010)**.

2.1.6.8. Publicidad

La publicidad se la implementa con el fin de dar a conocer sobre la existencia de un producto específico para la venta, logrando así más canales de comercialización, en esta se le implementa la respectiva calidad del producto y los beneficios que tendrán

Todos tienen costos, ventajas y desventajas. La utilización de estos se relacionan con las características del producto y el presupuesto de publicidad. Existen otros medios de publicidad no pagada, algunas revistas, conferencia de prensa y entrevistas, pero el mejor medio de publicidad no pagada es la calidad del producto y el buen servicio que presten los empleados al cliente, ya que un cliente satisfecho recomendará los productos o servicios.

2.2. MARCO LEGAL

2.2.1. Requerimientos para poner en funcionamiento la empresa

Los requisitos primordiales para que se dé un buen funcionamiento a la empresa se la menciona a continuación:

1. Crear un nombre novedoso para la creación de la empresa, los tramites deberán ser realizados en la Súper de compañías
2. Registrarse en el SRI y adquirir in RUC, dichos requisitos se los menciona a continuación:
 - Tener formulario del SRI
 - Escritura pública registrada en el Registro Mercantil
 - Copias de los acuerdos ministerial
 - Nombramiento del representante legal
 - El respectivo nombramiento de las organizaciones gubernamentales

3. El ministerio proporcionara el permiso de funcionamiento
4. Tener seguro
5. Permiso del Cuerpo de Bomberos. Los requisitos son:
 - RUC
 - Lugar donde funcionará el negocio

Nota: Lo permisos deben sacarse antes de que funcione el local

6. Estar al día en las patentes municipales

Los requisitos son:

- Cédula y papeleta de votación
- Planilla de luz
- Planilla de agua
- RUC
- Ubicación del negocio

7. Inscribir la compañía en el Registro Mercantil. Con todos los documentos antes escritos
8. Contratación del personal por medio del Ministerio de Relaciones Laborales (MRL). Por medio del cual los empleados deben presentar previamente su Curriculum Vitae, con todos los requisitos necesarios para poder realizar el contrato correspondiente.
9. Seguro obligatorio del personal por medio del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Con contrato de plazo fijo y aviso de entrada del MRL.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Materiales y Métodos

El presente estudio se lo realizo en la ciudad de Quevedo y su entorno, provincia Los Ríos. Con las siguientes coordenadas geográficas 1°02'96" de latitud Sur y los 79°44'81" de longitud oeste. El proceso investigativo tuvo una duración de 90 días.

3.1.1. Materiales

- Impresora
- Copias
- Resma de Papel A4
- Calculadora
- Lapiceros
- Borrador
- Flas Memory
- Laptop
- Otros

3.2 Tipo de investigación

3.2.1. Aplicada

Este tipo de investiga se la aplica con la finalidad de darlos a conocer antes la sociedad. Con el objeto de realizar esta investigación, se aplicaron los conocimientos adquiridos, comprende la secuencia en el desarrollo de la misma.

3.2.2. Documental

Se considera la investigación documental, porque permite apoyarse mediante el uso de las fuentes de carácter documental como: archivos, manuales, memorias, documentos y otros muy necesarios para complementar este contenido.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

La población que se considera para esta investigación, está distribuida de la siguiente manera:

1		2		3										
4		5		6										
7		8		9										
10		11		12										
13		14		15										
16		17		18										
19		20		21										
22		23		24										
25		26		27										
28		29		30										
31		32		33										
34		35		36										
37		38		39										
40		41		42										
43		44		45										
46		47		48										
49		50		51										
52		53		54										
55		56		57										
58		59		60										
61		62		63										
64		65		66										
67		68		69										
70		71		72										
73		74		75										
76		77		78										
79		80		81										
82		83		84										
85		86		85										
87		87		86										
88		88		87										
89		89		88										
90		90		89										
91		91		90										
92		92		91										
93		93		92										
94		94		93										
95		95		94										
96		96		95										
97		97		96										
98		98		97										
99		99		98										
100		100		99										
101		101		100										
84	1205	QUEVEDO	< 1 año	4.182	4.175	4.163	4.152	4.143	4.137	4.131	4.127	4.124	4.122	4.121
85	1205	QUEVEDO	1 - 4	16.962	17.050	17.090	17.084	17.055	17.014	16.972	16.939	16.912	16.892	16.877
86	1205	QUEVEDO	5 - 9	20.426	20.693	20.943	21.171	21.358	21.496	21.576	21.598	21.577	21.535	21.483
87	1205	QUEVEDO	10 - 14	19.130	19.513	19.879	20.218	20.530	20.820	21.092	21.348	21.582	21.774	21.915
88	1205	QUEVEDO	15 - 19	17.353	17.750	18.149	18.547	18.946	19.340	19.725	20.091	20.430	20.745	21.039
89	1205	QUEVEDO	20 - 24	15.980	16.268	16.590	16.943	17.322	17.715	18.115	18.513	18.914	19.314	19.708
90	1205	QUEVEDO	25 - 29	14.188	14.390	14.599	14.819	15.052	15.306	15.588	15.901	16.242	16.607	16.986
91	1205	QUEVEDO	30 - 34	12.680	12.910	13.129	13.339	13.541	13.740	13.941	14.149	14.366	14.597	14.849
92	1205	QUEVEDO	35 - 39	11.532	11.797	12.058	12.314	12.565	12.809	13.042	13.266	13.480	13.686	13.890
93	1205	QUEVEDO	40 - 44	10.566	10.848	11.130	11.413	11.694	11.975	12.251	12.523	12.790	13.051	13.305
94	1205	QUEVEDO	45 - 49	9.131	9.417	9.702	9.988	10.271	10.554	10.838	11.123	11.409	11.694	11.977
95	1205	QUEVEDO	50 - 54	7.494	7.762	8.035	8.312	8.591	8.872	9.154	9.436	9.717	9.996	10.276
96	1205	QUEVEDO	55 - 59	5.695	5.907	6.127	6.357	6.595	6.840	7.090	7.345	7.603	7.864	8.127
97	1205	QUEVEDO	60 - 64	4.481	4.639	4.807	4.984	5.171	5.367	5.573	5.789	6.013	6.244	6.481
98	1205	QUEVEDO	65 - 69	3.403	3.513	3.631	3.756	3.890	4.031	4.182	4.341	4.509	4.688	4.875
99	1205	QUEVEDO	70 - 74	2.501	2.568	2.643	2.725	2.815	2.910	3.013	3.122	3.239	3.363	3.495
100	1205	QUEVEDO	75 - 79	1.727	1.760	1.799	1.843	1.893	1.949	2.012	2.080	2.154	2.234	2.319
101	1205	QUEVEDO	80 y Más	1.939	1.895	1.875	1.869	1.875	1.893	1.920	1.957	2.002	2.056	2.119

Fuente: Censo de población y vivienda (2010)

3.3.2. Muestra

Para efecto de obtener la muestra se tomó los datos proyectados del 2014 para las edades comprendidas entre 10 y 20 años (población joven) que en total suman 39.476 personas.

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

Dónde:

- n es el tamaño de la muestra;
- Z es el nivel de confianza; (1,96)

p es la variabilidad positiva; (0,50)

q es la variabilidad negativa;(0,50)

N es el tamaño de la población;(39.476 jóvenes)

E es la precisión o el error. (5%)

$$n = \frac{3,84 \times 0,25 \times 39.476}{(39.475) (0,0025) + 0,96}$$

$$n = \frac{37.896,96}{99,6475} = 380,31$$

$$n = 380$$

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró el muestreo probabilístico aleatorio simple para los jóvenes de la ciudad, quedando un total de 380. Esta técnica permitió generalizar los resultados que se obtuvo a partir de una muestra hacia toda la población.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Estudio de Mercado

4.1.1. Resultado de las encuestas

1.- ¿Se siente seguro de sí mismo?

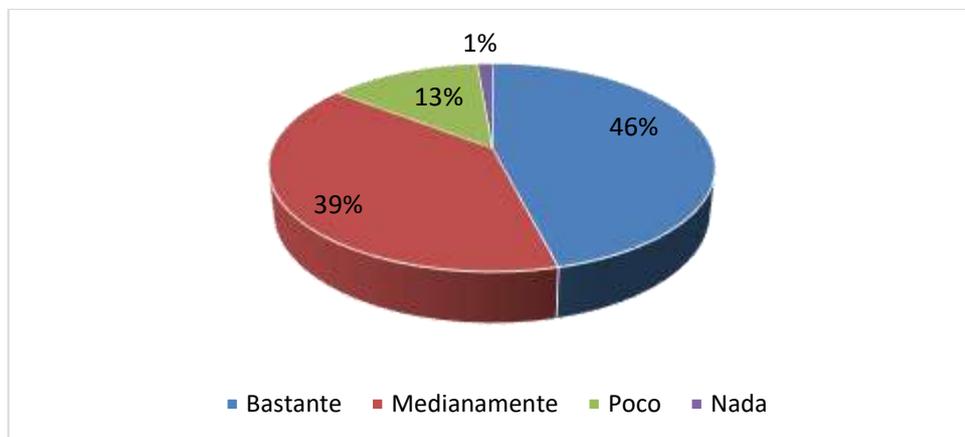
Cuadro 1. Orgullo propio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	175	46%
Medianamente	150	39%
Poco	50	13%
Nada	5	1%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Figura 1. Orgullo propio



Interpretación:

Tal como se aprecia en el cuadro y figura respectiva, el 46% de los jóvenes encuestados manifestaron que se sienten orgullosos de sí mismos, es decir tienen bastante seguridad propia, por lo tanto este ítem es favorable para su personalidad.

2.- Ante un problema, lo enfrenta y resuelve

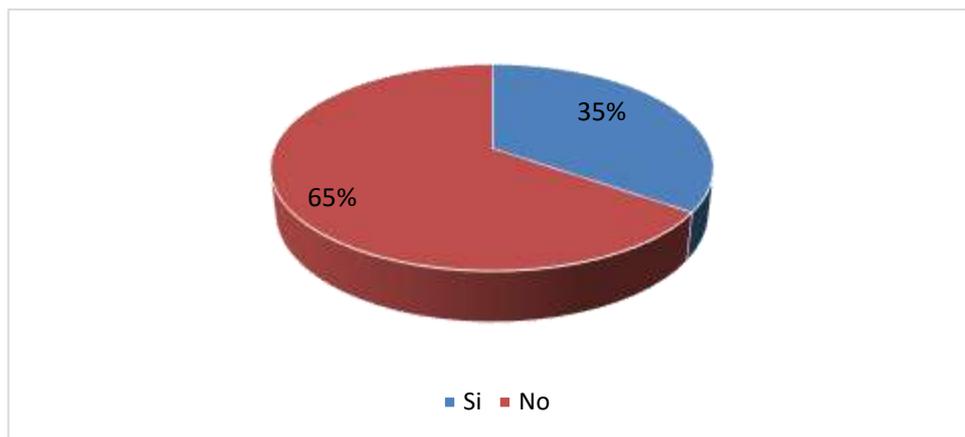
Cuadro 2. Resolución de problemas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	132	35%
No	248	65%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Figura 2. Resolución de problemas



Interpretación:

La edad de los encuestados es decisiva en cuestiones de resolución de problemas, pues nos encontramos que el 65% de ellos no pueden resolver sus problemas, se da los inconvenientes por todos conocidos con respecto a la conducta.

3.- ¿Mantiene el control ante un problema?

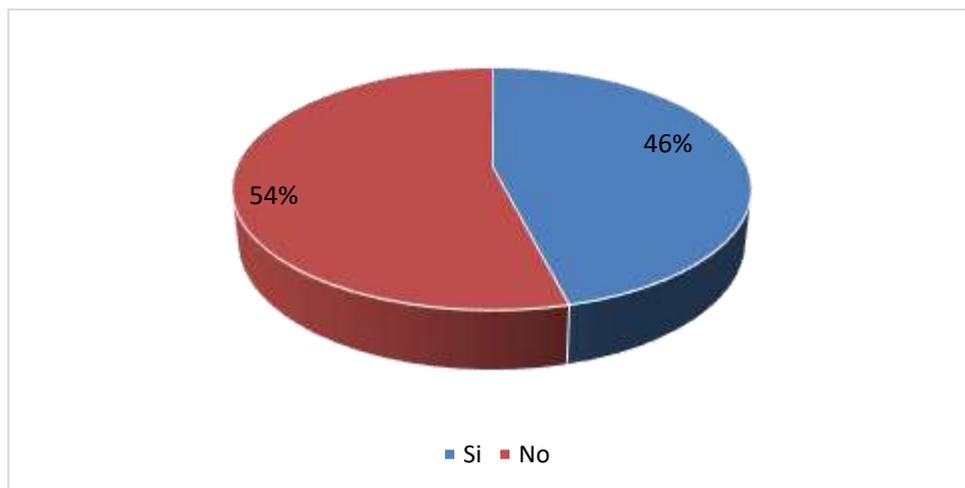
Cuadro 3. Control ante problemas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	175	46%
No	205	54%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Figura 3. Control ante problemas



Interpretación:

El 54% de los jóvenes encuestados no pueden tener un control total ante algún problema, mientras que el 46% sí. Este resultado da a conocer que ante la presencia de un problema en su mayoría no lo enfrentan, siendo desfavorable para su personalidad.

4.- ¿Manifiesta claramente sus ideas y opiniones sobre algo?

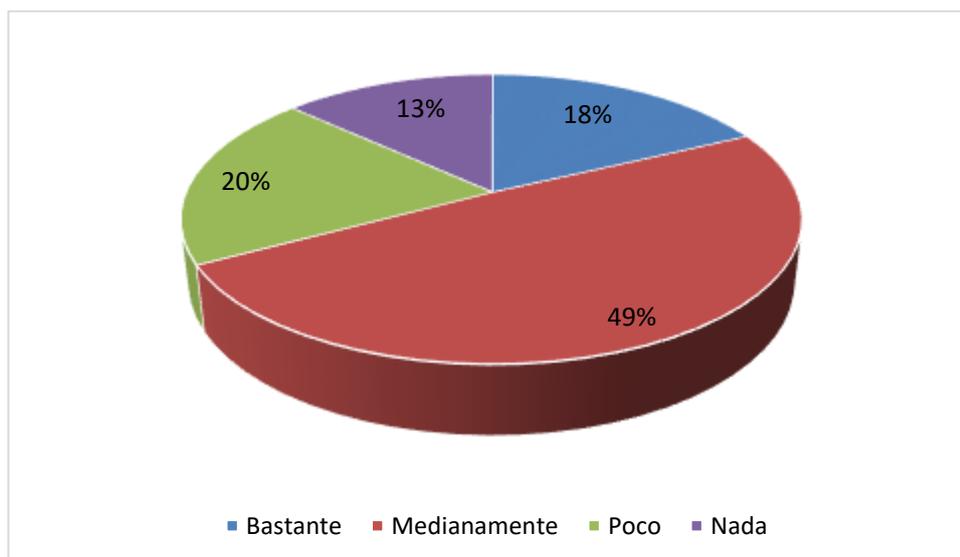
Cuadro 4. Opiniones claras

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	68	18%
Medianamente	187	49%
Poco	75	20%
Nada	50	13%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Figura 4. Opiniones claras



Interpretación:

El 49% de los encuestados puede manifestar claramente sus ideas y opiniones sobre algo, mientras que el 20% poco pueden manifestar sus opiniones.

5.- ¿Tiene conciencia de que su actuación puede tener consecuencias buenas o malas?

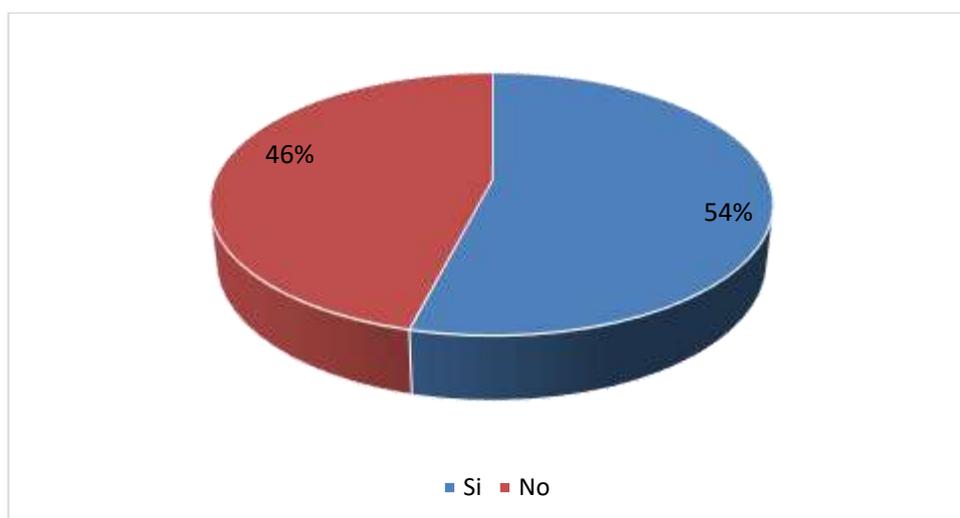
Cuadro 5. Actuar y consecuencias

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	205	54%
No	175	46%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Figura 5. Actuar y consecuencias



Interpretación:

El 54% de los encuestados asegura que si tiene conciencia de las consecuencias que tienen sus actos, mientras que el 46% manifiesta no tener un claro conocimiento de las consecuencias de los actos que ocasionan.

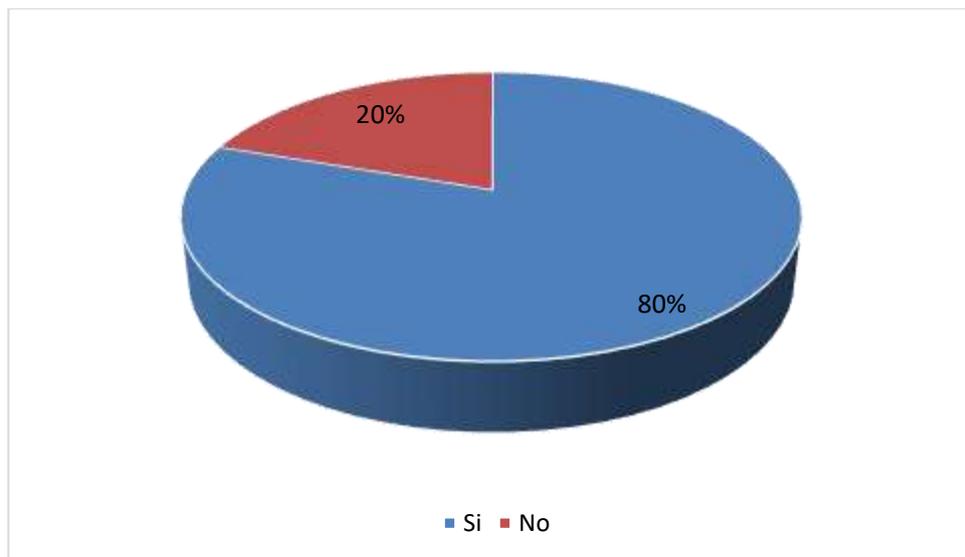
6.- Reconoce que tiene problemas de conducta en su hogar o establecimiento educativo

Cuadro 6. Problemas de conducta

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	305	80%
No	75	20%
Total	380	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo
Elaborado: El autor

Figura 6. Problemas de conducta



Interpretación:

De acuerdo a esta pregunta, el 80% de los encuestados reconoce que tienen algún tipo de problema o dificultad en la institución educativa o en su hogar lo que genera puentes de conflicto que ocasiona mala conducta entre los jóvenes.

7.- ¿Conoce alguna forma de mejorar su conducta?

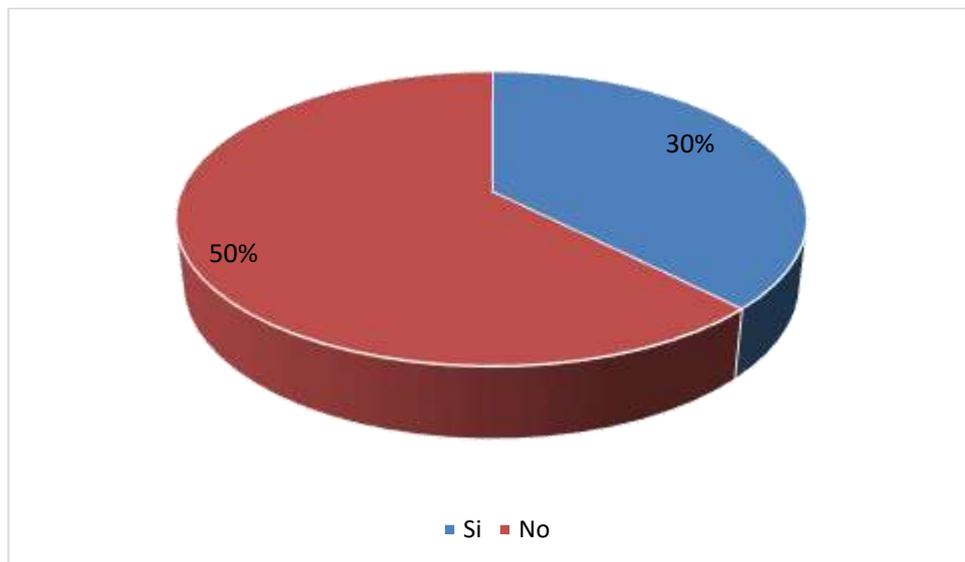
Cuadro 7. Forma de mejorar conducta

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	115	38%
No	190	62%
Total	305	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Figura 7. Forma de mejorar conducta



Interpretación:

El 62% de los encuestados aseguran que no conocen alguna forma o procedimiento para mejorar su conducta, mientras que el 38% manifiesta que sí, esto brinda la oportunidad de ingresar con un proyecto para solucionar en arte esta problemática que es muy común entre los jóvenes de la actualidad.

8.- ¿Le gustaría incursionar en la música como medio para mejorar su conducta?

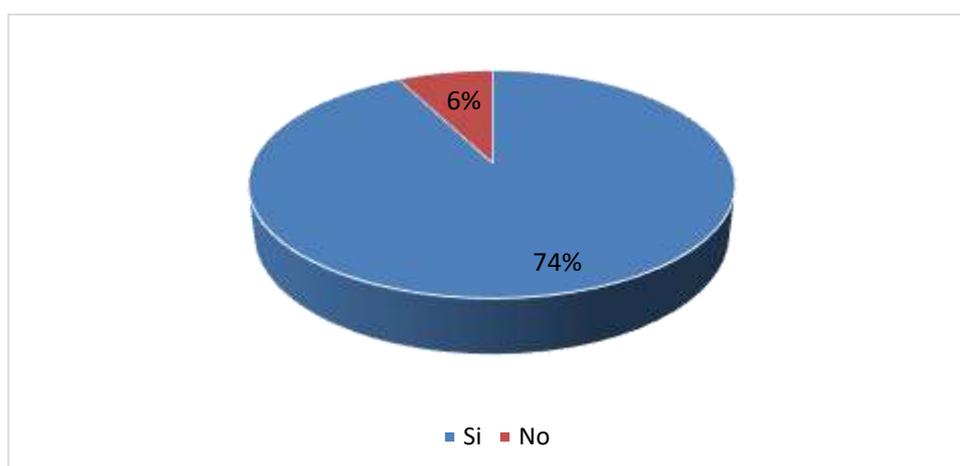
Cuadro 8. Música como medio para mejorar la conducta

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	282	92%
No	23	8%
Total	305	100%

Fuente: Jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Figura 8. Música como medio para mejorar la conducta



Interpretación:

Según la pregunta sobre la preferencia por la música como medio para mejorar la conducta entre los jóvenes, se destaca que el 92% de ellos manifiestan que si se interesarían en incursionar en la música, mientras que el 8% restante manifestó que no, pues consideran que el deporte es un medio también para mejorar la conducta.

4.1.1.1. Determinación de la demanda actual y proyectada

Cuadro 9. Demanda

Años	Jóvenes total	Porcentaje de jóvenes que desean (92%)	Demanda total
2015	40.160	36.947	36.947
2016	40.817	37.552	37.552
2017	41.440	38.125	38.125
2018	42.013	38.652	38.652
2019	42.519	39.117	39.117

Fuente: Encuesta a jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

Tal como se aprecia en el cuadro 9 del total de jóvenes del cantón, el 92% de ellos si desean tomar clases de música como medio para mejorar la conducta, en base a esto se calculó la demanda actual y futura para el centro de arte. Se obtuvo un total de 36.947 jóvenes que demandan esta actividad.

4.1.1.2. Demanda insatisfecha proyectada

Años	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha	% tomada de la D.I.	Total en personas	Costo mensual del curso USD	Ingresos totales
2015	0,00	36947	-36.947	3,0%	1.108	\$ 60,00	\$ 66.504,96
2016	0,00	37552	-37.552	3,0%	1.127	\$ 70,00	\$ 78.858,44
2017	0,00	38125	-38.125	3,0%	1.144	\$ 80,00	\$ 91.499,52
2018	0,00	38652	-38.652	3,0%	1.160	\$ 90,00	\$ 104.360,29
2019	0,00	39117	-39.117	3,0%	1.174	\$ 100,00	\$ 117.352,44

Fuente: Encuesta a jóvenes del cantón Quevedo

Elaborado: El autor

De acuerdo al cuadro 10. Se tomará el 3% de la demanda insatisfecha con un costo mensual del curso de 60 dólares para el primer año, dicho costo se incrementará acorde la inflación vigente para cada año, se obtiene ingresos por 66.504, 96 dólares para el primer año.

4.2. Estudio Técnico

Para el desarrollo del estudio de factibilidad para la creación de un centro de arte musical solidario para personas con problemas de conducta cantón Quevedo se necesitó de los siguientes requisitos obligatorios para su normal funcionamiento.

4.2.1. Nombre de la empresa



El nombre propuesto para la empresa es AyudArte, con relación a la actividad que se va a ejercer.

4.2.2. Slogan

El eslogan es el lema publicitario para dar a conocer la empresa, para este caso se consideró “*Porque tú puedes crear arte*” como forma de expresar la importancia y capacidad que poseen los jóvenes en nuestra empresa.

4.2.3. Mix de Marketing

a) Producto

El producto que se ofrece en sí es intangible, considerado servicio, es decir se promociona aprender a entonar con instrumentos musicales. Las características son:

- La calidad del servicio que se ofrece
- El método innovador en la enseñanza

Se describe los servicios que se ofrecerá.

Cuadro 10. Servicios a ofertar por la empresa

Servicio	Descripción	Método utilizado
Canto	Solista, grupal, coro	Vocalización, modulación de voz
Instrumentos musicales	Solista, grupo	Aprender a tocar instrumentos musicales en la práctica

Elaborado: El autor

Estrategia de producto

El valor agregado que se implantará será el método novedoso de enseñar.

b) Precio

El precio está condicionado a la oferta y demanda del servicio.

Estrategia de precio

Por apertura se establece un 20% de descuento en la inscripción y matrícula para los primeros 10 alumnos que ingresen a recibir clases.

Cuadro 11. Precio de los servicios a ofertar por la empresa

Servicio	Precio
Canto	\$60,00
Instrumentos musicales	\$50,00

Elaborado: El autor

c) Plaza

Se estipula la descripción relativa a:

Macro localización

La empresa se instalará en el cantón Quevedo, provincia los Ríos por la gran demanda que se expone en el apartado anterior.



Figura 9. Mapa de Quevedo

Micro localización

Como se observa en la figura de abajo la mejor opción para instalar la empresa es el sector céntrico, por lo que muchos habitantes de la ciudad se movilizan en este sector, siendo adecuada para la instalación de la empresa en la calle quinta entre siete de octubre y la calle Marcos Quintana, tal como se aprecia en la figura 10.

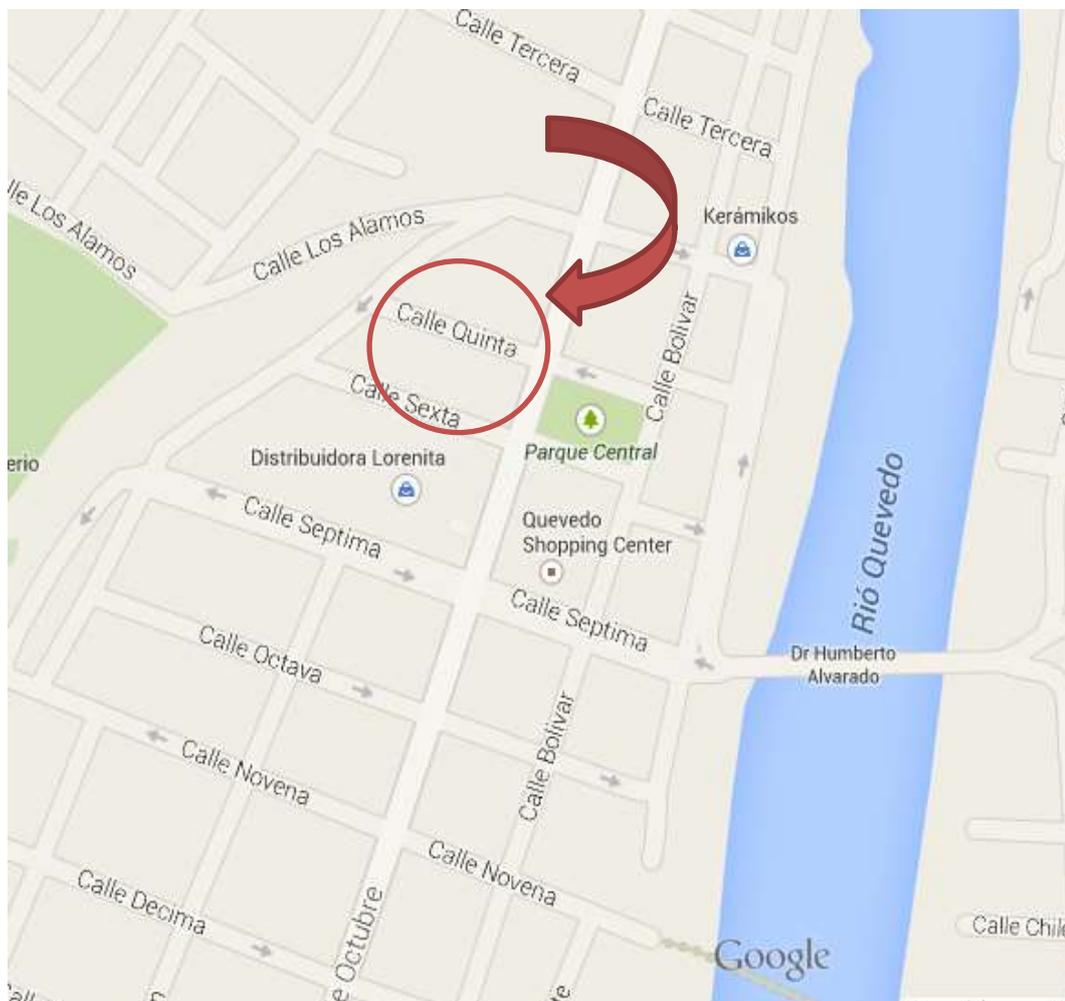


Figura 10. Mapa del centro de la ciudad de Quevedo

Canal de distribución

El canal de distribución será directa, es decir empresa - cliente

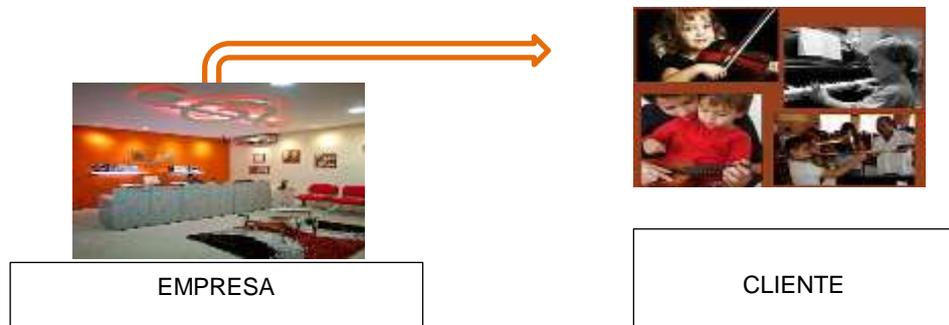


Figura 11. Canal de distribución de la empresa

Merchandising

El principal efecto que se persigue, es el de vender más con menos gastos. Todos los elementos de servicio de la empresa estarán alineados por tipo, y características.

Logística

La logística planteada para la empresa es:

- Cercanía al mercado
- Cercanía a los proveedores
- Vías de acceso

d) Promoción

Antes de la inauguración de la empresa, se realizará una campaña de promoción para dar a conocer la empresa.

Para esta promoción se usará diversos medios: Prensa escrita, radio, folletos. Se contará con ofertas de lanzamiento para los clientes.

- **Publicidad**

El servicio que se pretende brindar es poco conocido, se realizará una campaña publicitaria en los principales medios de comunicación escritos.

Hojas volantes

Mediante este medio publicitario se pretende dar información de la nueva empresa, se contratará especialistas para que sean entregadas las hojas volantes.

Radio

Se pautará emisiones publicitarias en las emisoras de mayor sintonía del cantón, para el efecto se establece el respectivo plan de medio.

Banner

Se establecerá la elaboración de banners publicitarios para dar a conocer la empresa.

Periódico

Se establece publicidad por medio impreso, se detalla en el plan de medio

4.2.4. Estructura organizacional

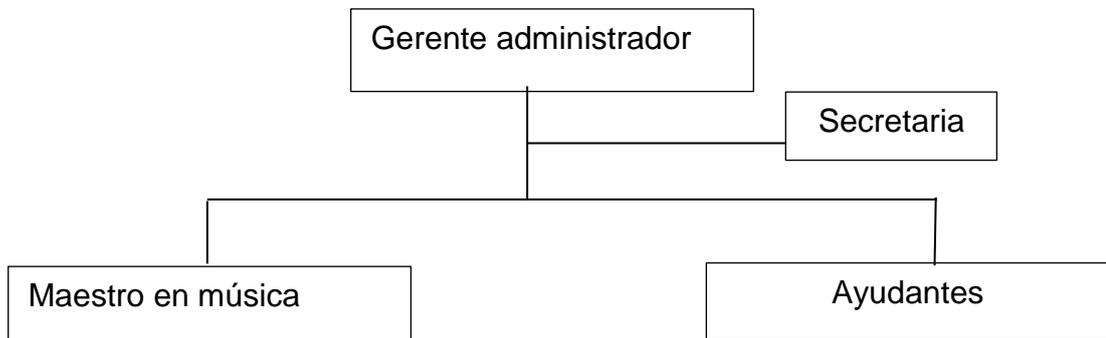


Figura 12. Organigrama de la empresa

La estructura organizativa es lineal y en la figura se puede apreciar su disposición

Gerente administrador

Funciones

- Supervisar las actividades realizadas en la empresa
- Planear , ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa de la empresa
- Desarrollar estrategias para el cumplimiento de las metas dela empresa
- Analizar los datos financieros.
- Controlar disciplinariamente a todo el personal.
- Evaluar el rendimiento del personal.

Secretaria

Funciones

- Planificar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades
- Organizar y controlar el Archivo General.
- Velar por el cumplimiento de las obligaciones pendientes
- Guardar adecuadamente la documentación que se genera en la empresa.

Maestro en Música

Funciones

- Enseñar escritura y lectura de música
- Enseñar afinación y canto
- Enseñar ritmo
- Enseñar a interpretar algún instrumento y montar canciones
- Organizar una banda o coro para dar a mostrar el proceso formativo

Ayudantes

Funciones

- Dar apoyo y colaborar con el maestro de música en las tareas que le sean encargadas.
- Estar en contacto a la largo de todo el curso con el maestro de música para coordinar los ensayos.
- Asistir a todos los ensayos.
- Mantener un correcto y ejemplar comportamiento en los ensayos.

4.3. Estudio Económico y Financiero

4.3.1. Inversión inicial

Toda la inversión necesaria para poner en funcionamiento la empresa, se detalla en el cuadro 10, se destaca la inversión fija tangible que corresponde a la compra de los principales instrumentos musicales, así como los demás requerimientos para el proceso administrativo. Se adjunta además el capital de trabajo para poner en marcha la empresa como son los pagos de servicios básicos, arriendo del local, mano de obra directa e indirecta, entre otros.

Cuadro 12. Inversión inicial

Rubro	Cant.	Valores USD	
		Unitario	Total
Inversión fija tangible			
Adecuación de local	1	2.500,00	2.500,00
Equipos musicales y otros			
Amplificadores	1	890,00	890,00
Aire acondicionado (24000 BTU)	1	1005,00	1.005,00
Guitarras Yamaha electroclásica	5	199,00	995,00
Flautas Yamaha	5	13,80	69,00
Melódica Bandleader	5	15,00	75,00
Violines Thunder Lux de colores	5	96,00	480,00
Saxofón Alto Yamaha	2	1850,00	3.700,00
Órgano Yanaha Psr-e 443	2	498,00	996,00
Yamaha Dtxplore Batería Eléctrica	1	900,00	900,00
Equipo de computación			
Computador	1	650,00	650,00
Impresora láser multifunción	1	245,00	245,00
UPS	1	120,00	120,00
Equipo de oficina			
Televisor LED	1	700,00	700,00
Sumadora	1	50,00	50,00
Alarma	1	550,00	550,00
Muebles y enseres			
Estante con gavetero	2	450,00	900,00
Vitrinas	1	350,00	350,00
Equipos Extensiones, cables, micrófonos)	1	850,00	850,00
Escritorio modular	1	150,00	150,00
Sillas giratoria	1	75,00	75,00
Butacas	2	100,00	200,00
Papelera	1	20,00	20,00
Archivador metálico	1	160,00	160,00
Accesorios			
Acopladores de instrumentos, audífonos)	1	800,00	800,00
Herramientas varias (cajas, desarmadores)	1	320,00	320,00
Total inversión fija			17.750,00
Rubro	Cantidad	Valores USD	
		Unitario	Total
Inversión fija intangible			
Gastos de creación de la empresa	1	1500,00	1.500,00
Pago de impuestos municipales y otros	1	250,00	250,00
Total inversión intangible			1.750,00
Capital de trabajo			
Costos de administración			
Mano de obra indirecta	2 meses	951,83	1.903,65
Mano de obra directa	2 meses	1043,76	2.087,52
Gastos de ventas	2 meses	398,77	797,53
Servicios básicos	2 meses	210,00	420,00
Arriendo	2 meses	450,00	900,00
Total capital de trabajo			6.108,71
Total			25.608,71

Elaborado: El autor

4.3.2. Balance inicial

Cuadro 13. Balance Inicial

Balance inicial	
Activos	
Activos corrientes	
Caja-Banco	6108,71
Activos fijos depreciables	
Adecuación local	2500,00
Herramientas de trabajo	2795,00
Equipos de cómputo y oficina	2315,00
Muebles de oficina	2705,00
Equipos y materiales	1120,00
Activos fijos diferidos	
Gastos de constitución	1750,00
Total activos	19293,71
Pasivos	
Pasivos corrientes	
Préstamo	17.926,10
15% Participación trabaj. por pagar	
25% Imp. A la renta por pagar	
Total pasivos	
Patrimonio	
Capital	1367,61
Utilidades retenidas	
Utilidades retenidas años anteriores	
Total patrimonio	1367,61
Total pasivo + patrimonio	19293,71

Elaborado: El autor

Se establece en el cuadro 13 el balance inicial de la empresa contando con los activos, pasivos y patrimonio.

4.3.3. Financiamiento del proyecto

Se espera aportar con el 30% del total de la inversión y el restante mediante crédito bancario, a 5 años plazos y una tasa de interés del 15%, se obtiene el siguiente cuadro de amortización del crédito.

Cuadro 14. Financiamiento

Financiamiento	Porcentaje	Monto
Aporte propio	30%	7.682,61
Aporte Entidad Financiera	70%	17.926,10
Total		25.608,71

Elaborado: El autor

$$\begin{aligned}
 \text{Años} &= 5 \\
 \text{Interés} &= 15\% \\
 \text{Deuda} &= 17.926,10 \\
 A &= P(i(1+i)^n / (1+i)^n - 1) \\
 A &= 5347,63
 \end{aligned}$$

Cuadro 15. Amortización del crédito

Año	Interés	Cuota anual	Amortización	Deuda después del pago (saldo)	Pago Mensual
0				17.926,10	
2015	2.688,91	5.347,63	2.658,72	15.267,38	445,64
2016	2.290,11	5.347,63	3.057,53	12.209,85	445,64
2017	1.831,48	5.347,63	3.516,16	8.693,69	445,64
2018	1.304,05	5.347,63	4.043,58	4.650,12	445,64
2019	697,52	5.347,63	4.650,12	0,00	445,64

Elaborado: El autor

4.3.4. Costos de producción

Para efecto de establecer todos los costos para la empresa, se han realizado cuadros de costos de sueldos y salarios con todos los beneficios sociales; costo por publicidad y costo de servicios básicos.

Cuadro 16. Sueldos y salarios

N°	Título	Cargo	Sueldo	
			Mensual	Anual
1	Administrador	Administrador	589,23	7179,03
2	Maestro en Música	Instructor	407,93	4970,10
3	Secretaria	Secretaria contadora	362,60	4417,87
4	Ayudantes en música (2)	Ayudantes	321,54	7835,31
Total Año				24.313,95

Elaborado: El autor

Cuadro 17. Beneficios sociales

N°	Cargo	Sueldo	Décimo o 3ero	Décimo o 4to	Vacaciones	Aporte patronal	Aporte personal	Total mes	Total año
						IESS 11,15%	Fondo 9,35%		
1	Administrador	650	54,17	54,17	325	72,48	60,78	589,23	7179,03
2	Maestro en Música	450	37,50	37,50	225	50,18	42,08	407,93	4970,10
3	Secretaria	400	33,33	33,33	200	44,60	37,40	362,60	4417,87
4	Ayudantes en música (2)	354,71	29,23	29,23	175,355	39,10	32,79	321,54	7835,31
Total Año									24.313,95

Elaborado: El autor

Cuadro 18. Publicidad

N°	Concepto	cantidad	precio unitario	Valores (\$)	
				mes	año
1	Hojas volantes	1.000	0,007	6,87	82,40
2	Radio	30	6,00	288,40	3.460,80
3	Banner	5	80,00	51,50	618,00
4	Periódico	7	18,00	52,00	624,00
Total Año					4.785,20

Elaborado: El autor

Cuadro 19. Servicios básicos

N°	Concepto	cantidad	precio unitario	Valores (\$)	
				mes	año
1	Agua	1	10,00	10,00	120,00
2	Teléfono	1	25,00	25,00	300,00
3	Luz	1	150,00	150,00	1.800,00
4	Internet	1	25,00	25,00	300,00
5	Arriendo	1	450,00	450,00	5.400,00
Total Año					7.920,00

Elaborado: El autor

4.3.5. Proyección de costos y gastos

Tal como se detalla en el cuadro 19 los costos y gastos del proyecto se proyectaron para cinco años, considerando una tasa inflacionaria del 3.52 % (promedio hasta septiembre 2014, según BCE, cuadro 18). Se obtuvo de costos fijos para el primer año \$45.222,54 y variables \$4.200,00 dando un total de \$ 49.422,54.

Cuadro 20. Promedio de inflación

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2014	4,19%
Agosto-31-2014	4,15%
Julio-31-2014	4,11%
Junio-30-2014	3,67%
Mayo-31-2014	3,41%
Abril-30-2014	3,23%
Marzo-31-2014	3,11%
Febrero-28-2014	2,85%
Enero-31-2014	2,92%
Promedio hasta sept.	3,52%

Fuente: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Cuadro 21. Proyección de costos fijos y variables

Costos	% incremento	Años proyectados				
		2015	2016	2017	2018	2019
Fijos						
Depreciaciones		\$ 4.655,76	\$ 4.655,76	\$ 4.655,76	\$ 4.430,19	\$ 4.430,19
Salario operarios	3,52%	\$ 12.717,05	\$ 13.164,69	\$ 13.628,09	\$ 14.107,80	\$ 14.604,39
Sueldo Administrativo	3,52%	\$ 11.596,90	\$ 12.005,11	\$ 12.427,69	\$ 12.865,15	\$ 13.318,00
Pago cuota de la deuda		\$ 5.347,63	\$ 5.347,63	\$ 5.347,63	\$ 5.347,63	\$ 5.347,63
Servicios básicos						
Teléfono	3,52%	\$ 300,00	\$ 310,56	\$ 321,49	\$ 332,81	\$ 344,52
Agua	3,52%	\$ 120,00	\$ 124,22	\$ 128,60	\$ 133,12	\$ 137,81
Internet	3,52%	\$ 300,00	\$ 310,56	\$ 321,49	\$ 332,81	\$ 344,52
Arriendo	3,52%	\$ 5.400,00	\$ 5.590,08	\$ 5.786,85	\$ 5.990,55	\$ 6.201,42
Publicidad	3,52%	\$ 4.785,20	\$ 4.785,20	\$ 4.953,64	\$ 5.128,00	\$ 5.308,51
Total costos fijos		\$ 45.222,54	\$ 46.293,82	\$ 47.571,24	\$ 48.668,06	\$ 50.037,00
Variables						
Costo de servicio						
Uso de los instrumentos	3,52%	\$ 4.200,00	\$ 4.347,84	\$ 4.500,88	\$ 4.659,32	\$ 4.823,32
Total costos variables		\$ 4.200,00	\$ 4.347,84	\$ 4.500,88	\$ 4.659,32	\$ 4.823,32
Total costos fijos y variables		\$ 49.422,54	\$ 50.641,66	\$ 52.072,12	\$ 53.327,38	\$ 54.860,32

Elaborado: El autor

4.3.6. Estado de resultados

Cuadro 22. Estado de resultados proyectados

Detalle	Años proyectados				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	66.504,96	78.858,44	91.499,52	104.360,29	117.352,44
(-) Costo total y Gastos	49.422,54	50.641,66	52.072,12	53.327,38	54.860,32
(=) Utilidad Bruta Ventas	17.082,42	28.216,79	39.427,40	51.032,92	62.492,12
(-) Depreciaciones	4.655,76	4.655,76	4.655,76	4.430,19	4.430,19
(=) Utilidad Operacional	12.426,66	23.561,03	34.771,64	46.602,72	58.061,93
(-) 15% Repartición Utilidades	1.864,00	3.534,15	5.215,75	6.990,41	8.709,29
Subtotal	10.562,66	20.026,87	29.555,89	39.612,31	49.352,64
(-) 25% Imp. Renta	2.640,66	5.006,72	7.388,97	9.903,08	12.338,16
Subtotal	7.921,99	15.020,15	22.166,92	29.709,24	37.014,48
(=) Utilidad del Ejercicio	7.921,99	15.020,15	22.166,92	29.709,24	37.014,48

Elaborado: El autor

En lo que respecta al estado de resultados, se aprecia que para el año 2015, después de descontar todos los impuestos se obtiene 7.921,99 dólares de utilidad neta; para el año 2016 se obtiene 15.020,15 dólares y para el último año proyectado tenemos una utilidad neta del ejercicio de 37.014,48 dólares con lo que se considera que la empresa tiene viabilidad económica.

4.3.7. Flujo de caja

En lo que respecta al flujo de caja se establece que se obtiene flujos de: 10.078,77; 17.176,93; 24.323,70; 31.639,34 y 38.944,58 dólares para los años proyectados 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019 respectivamente.

Cuadro 23. Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	Años proyectados					
	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS						
VENTAS		66.504,96	78.858,44	91.499,52	104.360,29	117.352,44
TOTAL INGRESOS		66.504,96	78.858,44	91.499,52	104.360,29	117.352,44
(-) COSTOS VARIABLES		4.200,00	4.347,84	4.500,88	4.659,32	4.823,32
(=) MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		62.304,96	74.510,60	86.998,64	99.700,98	112.529,12
(-) COSTO FIJO		45.222,54	46.293,82	47.571,24	48.668,06	50.037,00
(-) DEPRECIACIONES		4.655,76	4.655,76	4.655,76	4.430,19	4.430,19
(=) UTILIDAD OPERATIVA		12.426,66	23.561,03	34.771,64	46.602,72	58.061,93
(-) 15% PARTICIPACIÓN UTILIDADES		1.864,00	3.534,15	5.215,75	6.990,41	8.709,29
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		10.562,66	20.026,87	29.555,89	39.612,31	49.352,64
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		2.640,66	5.006,72	7.388,97	9.903,08	12.338,16
(=) UTILIDAD NETA		7.921,99	15.020,15	22.166,92	29.709,24	37.014,48
(+) DEPRECIACIÓN		2.156,78	2.156,78	2.156,78	1.930,10	1.930,10
(-) Inversión Fija	17750,00					
(-) Inversión Intangible	1750,00					
(-) Capital de Trabajo	6.108,71					
Total Inversión Inicial	25.608,71					
Flujo de caja	-25.608,71	10.078,77	17.176,93	24.323,70	31.639,34	38.944,58

Elaborado: El autor

4.3.8. Valor Actual Neto VAN

Se determinó el VAN del proyecto, otorgándole un valor positivo que demuestra la viabilidad financiera de la empresa con \$49.589,13.

VAN						
$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$						
VAN=	i-	<u>10.078,77</u> (1 + 0.15) ¹	<u>17.176,93</u> (1 + 0.15) ²	<u>24.323,70</u> (1 + 0.15) ³	<u>31.639,34</u> (1 + 0.15) ⁴	<u>38.944,58</u> (1 + 0.15) ⁵
VAN=	i-	<u>10.078,77</u> 1,150	<u>17.176,93</u> 1,323	<u>24.323,70</u> 1,521	<u>31.639,34</u> 1,749	<u>38.944,58</u> 2,011
VAN=	-25.608,71	8.764,15	12.988,23	15.993,23	18.089,89	19.362,34
VAN=	-25.608,71	75.197,84				
VAN=	49.589,13					

4.3.9. Tasa Interna de Retorno TIR

15%	-25.608,71	<u>10.078,77</u> 0,15	<u>17.176,93</u> 1,15	<u>24.323,70</u> 1,32	<u>31.639,34</u> 1,52	<u>38.944,58</u> 1,75	<u>38.944,58</u> 2,01
	-25.608,71	8.764,15	12.988,23	15.993,23	18.089,89	19.362,34	
	VAN positivo	49.589,13					
Inversión 67%	-25.608,71	<u>10.078,77</u> 0,67	<u>17.176,93</u> 1,67	<u>24.323,70</u> 2,79	<u>31.639,34</u> 4,66	<u>38.944,58</u> 7,78	<u>38.944,58</u> 12,99
	-25.608,71	6.035,19	6.159,04	5.222,52	4.067,82	2.998,23	
	Van negativo	-1.125,91					
	TIR=	$Tm + (TM - Tm) \frac{VanTm}{(VanTm - VanTM)}$					
Inversión Tasa de interés	TIR=	0,67 $\frac{49.589,13}{50.715,04}$					
	TIR=	0,67 0,98					
	TIR=	63,56%					

De igual manera se estipuló el cálculo de TIR para lo cual se tomó la tasa de interés del préstamo como tasa menor y una tasa mayor al azar (67%) obteniéndose una TIR de 63,56% lo cual es considerado rentable financieramente puesto que supera la tasa de interés del mercado.

4.3.10. Relación Beneficio Costo R B/C

Cuadro 24. Beneficio costo

Descripción	Años proyectados				
	2015	2016	2017	2018	2019
Beneficios=	<u>66.504,96</u>	<u>78.858,44</u>	<u>91.499,52</u>	<u>104.360,29</u>	<u>117.352,44</u>
15%	1,15	1,32	1,52	1,75	2,01
	57.830,40	59.628,31	60.162,42	59.668,34	58.344,90
Beneficios=	295.634,37				
Costos =	<u>49.422,54</u>	<u>50.641,66</u>	<u>52.072,12</u>	<u>53.327,38</u>	<u>54.860,32</u>
15%	1,15	1,32	1,52	1,75	2,01
Costos =	42.976,12	38.292,37	34.238,27	30.490,10	27.275,27
	173.272,13				
RB/C	1,71				

Elaborado: El autor

Con respecto a la relación beneficio costo se determinó que se obtiene 71 centavos de dólar por cada dólar invertido, es decir la empresa es rentable desde el punto de vista financiero.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En base a los resultados determinados se concluye lo siguiente:

1. La encuesta realizada a jóvenes da indicios que existen muchos problemas que agobian al joven y por ello se inclinan por vicios y otros males que aquejan a la sociedad actual, una forma de rescatarlos de ese ámbito es incursionar en el arte musical, con miras a formar artísticamente y contrarrestar todos los inconvenientes en esta etapa de vida.
2. Los requisitos legales para la implementación de la empresa se inicia con la reserva del nombre comercial en la Superintendencia de compañía, obtención del RUC, previa constitución de la empresa en el Registro Mercantil, se incluye los permisos de funcionamiento y el pago de la patente municipal.
3. El estudio técnico implementada para las actividades operativas de la empresa son el lugar, la localización, nombre de la empresa y finalmente la forma de entregar el servicio, lo que garantiza la correcta atención al joven.
4. La inversión inicial es de \$25.608,71; los gastos financieros estarán cubiertos en un 70% mediante crédito bancario a una entidad financiera de la localidad, a 5 años plazo con una tasa de interés del 15%; Al final resultó con un VAN positivo de \$49.589,13; TIR de 63,56% considerado rentable financieramente. Finalmente se determinó una relación beneficio costo de 1,71 dólares.

5.2. Recomendaciones

En base a las conclusiones se recomienda lo siguiente:

1. Implantar la empresa debido a la necesidad descubierta, así como lograr que los jóvenes tengan un sitio donde puedan expresar su arte.
2. Considerar la estructura legal como primer requisito para constituir una empresa en el país, que si bien conlleva trámites extensos, son necesarios para que funcione legalmente.
3. Adecuar la empresa acorde a la edad de los usuarios que acudirán dando ventajas competitivas a la empresa además del firme compromiso de la gerencia en mejorar cada día el servicio para este fin.
4. Tomar en consideración la inversión inicial como punto de partida para establecer los parámetros productivos y a la vez manejar eficientemente el capital financiado para mantener la liquidez en la empresa.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía citada

Meza, J. d. (2010). *Evaluación financiera de proyectos. Segunda edición.*

Munch, L. (2010). *Administración, Gestión organizacional enfoques y procesos administrativos primera edición.*

Munuera, J. L., & Rodríguez, A. I. (2012). *Estrategias de marketing. Segunda edición.*

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación, segunda edición .*

CAPITULO VII
ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta



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

1. ¿Se siente seguro de sí mismo?

Respuesta

Bastante _____
Medianamente _____
Poco _____
Nada _____

2. ¿Ante un problema, lo enfrenta y resuelve?

Respuesta

Si _____
No _____

3. ¿Mantiene el control ante un problema?

Respuesta

Si _____
No _____

4. ¿Manifiesta claramente sus ideas y opiniones sobre algo?

Respuesta

Bastante _____
Medianamente _____
Poco _____
Nada _____

5. ¿Tiene conciencia de que su actuación puede tener consecuencias buenas o malas?

Respuesta

Si _____
No _____

6. ¿Reconoce que tiene problemas de conducta en su hogar o establecimiento educativo?

Respuesta

Si _____

No _____

7. ¿Conoce alguna forma de mejorar su conducta?

Respuesta

Si _____

No _____

8. ¿Le gustaría incursionar en la música como medio para mejorar su conducta?

Respuesta

Si _____

No _____