



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS”.

Tesis previa a optar el
grado de Ingeniera
Comercial

AUTORA:

● **YULIANA CECIVEL SARANGO ROMERO**

DIRECTOR DE TESIS:

● **ING. ROCIO DEL CARMEN TORAL TINITANA**

Nueva Loja-Ecuador
2013

CERTIFICACIÓN

ING. ROCIO DEL CARMEN TORAL TINITANA

DIRECTORA DE TESIS

C E R T I F I C A:

Haber dirigido y supervisado, en todas sus partes el desarrollo del trabajo de tesis titulado ***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS”*** de autoría de la postulante Yuliana Cecivel Sarango Romero, cuyo informe cumple con los requisitos exigidos por los reglamentos de la Universidad Nacional de Loja, con los procedimientos técnicos del Estudio de Factibilidad y con las normas de la investigación científica, por lo tanto, autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, febrero 2013

ING. ROCIO DEL CARMEN TORAL TINITANA

DIRECTORA DE TESIS

AUTORIA

Las ideas, resultados y propuestas planteadas en el presente trabajo investigativo han sido desarrollados con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de la presente declaración, la autora se responsabiliza del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis de grado.

Yuliana Cecivel Sarango Romero

AGRADECIMIENTO

Uno de los valores más importantes de las personas es la gratitud, en este sentido expreso el agradecimiento eterno, a la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia.

A los señores profesores que han sabido impartir sus conocimientos y experiencia desinteresadamente y de manera especial a la Ing. Rocío Toral por su desprendimiento intelectual, colaboración y acertada orientación en el proceso de este trabajo de investigación.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades

La Autora

DEDICATORIA

Los resultados de este proyecto, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

Yuliana Cecivel

a. TÍTULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS”.

b. RESUMEN

El presente trabajo investigativo denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS”, se ha realizado en base a lo que establece el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja; en lo concerniente a los reglamentos referentes a su estructura.

El trabajo se compone de las siguientes partes:

En la primera parte, se realiza el estudio de mercado, para lo cual se diseñó un cuestionario de preguntas dirigidas a los jóvenes de entre los 14 y 28 años de edad habitantes de la ciudad de Nueva Loja, esta técnica de recolección de información permitió el estudio de la demanda y posteriormente la determinación de la demanda insatisfecha de los servicios de enseñanza de Modelaje, la cual asciende a 4.826 jóvenes, de igual manera se obtuvo información acerca de los gustos y preferencias de los usuarios del servicio.

Seguidamente se realizó el estudio técnico, en el cual se determinó el tamaño de la planta, cuya capacidad instalada es igual a 360 estudiantes, iniciando con una capacidad utilizada de 288 jóvenes. Además se determinó que la localización óptima de la planta es a en la Vía a Quito Km 2 ½ a pocos metros del Redondel del Trabajador, finalmente en este

apartado se determinó el proceso del servicio a prestarse y la distribución que requiere la planta para su óptimo funcionamiento.

En el Análisis Administrativo, se estableció la Base Legal, Estructura Manual de funciones, Organigramas.

En el Estudio económico se determinó los requerimientos de maquinaria, mano de obra y demás implemento necesarios para prestar el servicio, llegando a establecer que la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto asciende a \$30.687,18.

En la Fase siguiente de la evaluación Económica se utilizó indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Período de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente el presente trabajo se lo sintetiza en conclusiones y recomendaciones.

SUMMARY

This research paper called "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A SCHOOL OF MODELS IN THE city of Nueva Loja, Sucumbios province," has been made based on what the Rules for Academic System at the National University of Loja; with regard to the regulations regarding its structure.

The work consists of the following parts:

In the first part is done the market research, for which it was designed a series of questions aimed at young people between 14 and 28 years of age living in the city of Nueva Loja, this technique allowed the collection of information study of demand and subsequently the determination of the unmet demand for education services in Modeling, which amounts to 4826 young people, just as we obtained information about the tastes and preferences of service users.

Was then made the technical study, which determined the size of the plant, whose capacity is equal to 360 students, starting with a capacity utilization of 288 young people. Also determined that the optimum location of the plant is on the Way to Quito 2 ½ miles of the arena a few meters Worker finally determined in this section is the process of service provided and the distribution required for optimal plant operation.

The Management Analysis, established the legal basis, structure functions Manual, Organizational.

Economic Survey determined the requirements of machinery, labor and other supplies needed to provide the service, coming to establish that the investment required for the implementation of the project is \$ 30,687.18.

In the next phase of economic evaluation used indicators such as Net Present Value, Internal Rate of Return, Benefit Cost Ratio, Payback Period Capital and Sensitivity Analysis.

Finally, this paper summarizes the conclusions and recommendations on.

c. INTRODUCCIÓN

En todas las sociedades del mundo existen grupos de jóvenes en busca de alternativas en cuanto a la profesión se refiere, por ello en la actualidad el modelaje se ha constituido como un medio de formación profesional el que permite a los jóvenes incursionar en esta nueva actividad.

Pero en sociedades como la nuestra, que se ven afectadas por el incremento en las familias, se hace imposible para muchos jóvenes llevar a cabo esta actividad.

Dentro de este contexto se presenta el siguiente trabajo investigativo el cual se orienta a proyectar una alternativa diferente de servicio en la ciudad de Nueva Loja y como un aporte académico se presenta al estudio de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS”.

La Academia de Modelaje a implementarse en esta ciudad ocupará un espacio muy importante en el desarrollo de esta región y por lo tanto de nuestro país.

Es inquietante el problema por el que atraviesan los jóvenes debido a la falta de orientación para emprender en ciertas actividades, como es el

modelaje, por tal motivo como egresada de la Carrera de Administración de Empresas, presento un estudio que coadyuve a solucionar, en forma parcial la falta de un centro de modelaje instalado adecuadamente, que permita el ingreso de los jóvenes sin mayor costo y que reciban una buena formación profesional.

Se pretende aportar en forma decisiva con proyectos de inversión que de ser puesto en marcha se está contribuyendo con la sociedad; ya que se plantea un servicio de calidad y a precios competitivos; creando fuentes de trabajo que proporcionan ingresos a la población.

La Escuela de Modelaje brindará servicios de educación con clases de relaciones humanas, desarrollo de la personalidad, expresión corporal, etiqueta, protocolo, normas de urbanidad, salud, formación física del cuerpo, bailes, pasarela, fotografía, etc.

La presente investigación tiene las siguientes partes: Título, el cual muestra una idea general del trabajo desarrollado, seguidamente consta el Resumen en el que se hace una breve descripción del tema tratado. Introducción la misma que describe algunos antecedentes del entorno social, haciéndose énfasis en la contribución eficiente de la investigación para la sociedad en general, y señala las partes de la que consta la tesis. A continuación se presenta la Revisión de la Literatura en donde se detallan los conceptos teóricos que sustentaron el desarrollo de la

práctica; los Materiales y Métodos utilizados para el desarrollo y consecución de cada uno de los objetivos específicos, además de los procedimientos utilizados para la obtención de la información.

Posteriormente se presentan los Resultados, donde se presentan las diferentes fases del Estudio de Factibilidad; la Discusión donde se fundamenta los resultados y el aporte que se brinda para dar solución a la falta de un servicio que se considera importante dentro entorno estudiado.; finalmente se presentan las Conclusiones y Recomendaciones del trabajo investigativo, la Bibliografía donde constan los diferentes libros, revistas, páginas web, que sirvieron de apoyo para el desarrollo del trabajo; los Anexos que servirán de sustento a los lectores.

d. REVISION DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

HISTORIA DEL MODELAJE

El famoso mundo del modelaje, ha sido y será un mito con mucha tradición desde hace algunos años, hasta este tiempo moderno. Sin embargo muchos no lo consideran como una tradición, sino que piensan que ha evolucionado; ya que, el hombre desde sus primeros años de existencia en el mundo sentía la necesidad de usar vestimenta, no sólo por deseo, sino por una necesidad primordial, como es cubrirse de las inclemencias del tiempo.

Además, esto ya es una costumbre obligatoria para no verse desnudo, y de ahí la idea de escoger diferentes tipos de trajes, que con el pasar del tiempo, se ha convertido en una plaza competitiva, donde diseñadores de todas partes del mundo, exhiben sus trajes y promocionan sus diseños, con la colaboración de profesionales modelos.

Constituyéndose en una profesión, para muchos jóvenes, y como complemento de aquello las buenas costumbres, etiqueta, glamour, cuidado del cuerpo, etc., son factores importantes que deben tomar en cuenta para ser parte de un modelo profesional.

HISTORIA DE LA INVENTORA DE LA MODA COCO CHANEL.

A finales de los años XX, los diseños, las ideas, la forma de innovar, el estilo de vestir y la forma de presentarse ante la sociedad con buenas normas de etiqueta y glamour, hicieron de COCO CHANEL, un hito histórico infalible en cualquier cronología de la moda, la ropa diseñada por ella, no solamente era una forma de vestir, más bien una manera de ver la vida, pelo corto, trajes ajustados, muy convenientes, prácticos, sobrios, era su sello indiscutible, tal impacto causa su manera radical de ver la moda, que hasta el día de hoy el estilo chanel, ha prevalecido en el cambiante mundo de la moda, hasta llegar a las pasarelas con sus diferentes estilos.

Principales Escuelas de Modelos en el Mundo.

En la actualidad existe un sin número de escuelas de modelaje entre las más importantes se destacan la escuela de modelaje la ESMOND, que es una de las más antiguas en cuanto a moda y glamour, la FUNDACIÓN ARS NOVA, abre la primera escuela de modelos en España, como centro autorizado para impartir los estudios de diseño y especialidad en este arte. La Escuela ATRASSER DE FASHIÓN CENTER, es otra importante escuela reconocida en el ámbito mundial por formar excelentes profesionales. Otra de ellas es la escuela de MODELOS FRANCESAS, caracterizada por ser una instrucción de mucha relevancia, entre otras más, etc.

Escuelas de Modelos en el Ecuador.

A través de los tiempos y con la influencia de los países europeos y de Norteamérica, el Ecuador también se ha visto en la necesidad de implementar empresas de este tipo, para competir con audacia y esfuerzo en el complejo mundo competitivo que actualmente está provocando esta profesión.

Hoy en día en el país existen escuelas de modelos de primera clase, como es el caso de una de ellas que se creó en el año de 1985 con el nombre de CECILIA NIEMES S.A., la misma que por su larga y exitosa trayectoria de haberse mantenido 28 largos años en el mercado local, nacional e internacional, hace que sea la mejor del país, gracias al excelente servicio brindado por su personal calificado.

Esta prestigiosa escuela de modelaje, ha crecido paulatinamente obteniendo reconocimiento por empresas de diferentes partes del mundo, en donde jóvenes iniciaron sus primeros pasos quienes ahora se encuentran ocupando las primeras filas en las pasarelas europeas, trabajando en medios de comunicación y televisión ya sea actuando o cantando, aptitudes que fueron valoradas en este tipo de escuelas.

Modelos

Podríamos hablar de varias clases de modelos, puesto que el mundo de la moda es tan extenso que ya puede hablarse de modelos especializados en diferentes ámbitos. Solo vamos a centrarnos en 3:

- *Los modelos publicitarios:* Los modelos publicitarios merecen mención puesto que son personas que vemos a diario hacia cualquier sitio que miremos, en casa viendo la televisión, cuando leemos revistas o periódicos o simplemente caminando por la calle en cualquier valla publicitaria.

Estos modelos publicitarios aparecen en todo tipo de anuncios.

- *Modelos de tallas grandes:* Los modelos de talla grande son modelos que usan una talla 44 o más. En la moda, la industria de tallas grandes aún no tiene mucha demanda, pero está creciendo poco a poco
- *Modelos de pasarela:* Son estos lo que la gente considera modelos con más glamour, las más cotizadas, las más perseguidas y las mejor pagadas. Cuando hablamos de modelos de pasarela sabemos directamente, que serán personas bellas, con cuerpos espectaculares, medidas perfecta

Estos modelos si que tienen que seguir unas pautas y tener ciertos requisitos para poder acceder a las pasarelas. Son a los que todos los jóvenes anhelan llegar a parecerse, los que muchas veces caminan al borde de la enfermedad para seguir en el candelero.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO DE INVERSIÓN

“Es una propuesta que surge como resultados de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos.”¹

Propósito

El propósito del proyecto de inversión 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.

Importancia de la Elaboración de Proyectos

“La ejecución de proyectos de inversión constituye un motor de desarrollo de una región o país, ya que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales.”²

Evaluación de proyectos de inversión

La evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

¹ FERNÁNDEZ E., Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera. Pág., 15

² CORDOVA Padilla, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 10

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“Es el análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio o desarrollo o implementación.”³

Se entiende por factibilidad a la disponibilidad de recursos necesarios para cumplir con los objetivos de una actividad o proyecto.

“El proyecto de factibilidad consiste en un documento escrito que sirve como herramienta y guía de un proceso lógico, progresivo, realista coherente y orientado a la acción futura para tomar la decisión de asignar recursos hacia un objetivo determinado.”⁴

Componentes del Estudio de Factibilidad

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de cuatro análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Organizacional y Base Legal
- Estudio Financiero.

³ <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad>

⁴ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos- Identificación, formulación y Evaluación. Pág. 13

ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de Mercado utiliza una serie de técnicas útiles para obtener información del medio que rodea al proyecto, que le permita pronosticar las tendencias futuras de su comportamiento”⁵

Es la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda

Objetivos del Estudio de Mercado

“El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.”⁶

Esta información debe ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

- ⇒ Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensa ofrecer.
- ⇒ Que dichos consumidores puedan ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensa ofrecer.
- ⇒ Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuada.
- ⇒ Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

⁵ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos- Identificación, formulación y Evaluación. Pág. 86

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

El estudio de Mercado contempla



ELABORADO POR: La Autora

Investigación de Mercado

Se trata de una de las herramientas más útiles para conocer la situación del entorno que rodea a la organización, es el procedimiento sistemático de recopilar, registrar y analizar todos los datos relacionados con los problemas en la comercialización de bienes o servicios. Esta investigación de mercado es aplicable a cualquier fase de la comercialización por lo tanto, no está restringida a ningún tipo específico de problema.

Análisis de la Demanda

“Consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto mediante la ayuda de estadísticas, entrevistas, cuestionarios y otros.

Los aspectos básicos de la determinación de la demanda son:

- ✓ Los precios del producto
- ✓ El ingreso y egreso de los consumidores
- ✓ El número de integrantes de cada sector de consumidores
- ✓ Los precios de los productos complementarios o sustitutos.

La oferta

Consiste en establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que ésta será cubierta por la producción presente o futura de la imagen que se pretende producir en el mercado.

Los elementos fundamentales en la determinación de la oferta de un producto son:

- ✓ El costo de producción
- ✓ El nivel tecnológico
- ✓ La marca
- ✓ El precio del bien y
- ✓ La competencia. ”⁷

Proyección de la Oferta

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas por la demanda, dado que realiza un estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de

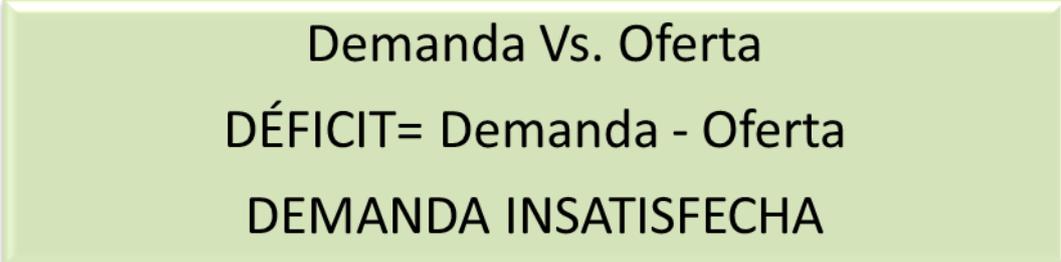
⁷ ILPES. Guía para la presentación de proyectos. Pág. 74-76

bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la identificación de fuentes primarias y secundarias que le den confiabilidad al estudio.

Demanda vs. Oferta

“La comparación de la demanda efectiva con la oferta proyectada (periodo por periodo), permite hacer una primera estimación de la demanda insatisfecha. En efecto, existe **demanda insatisfecha** cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas.

Se puede afirmar que la demanda está satisfecha cuando los compradores encuentran los bienes y servicios en las cantidades y precios que están dispuestos a pagar.”⁸

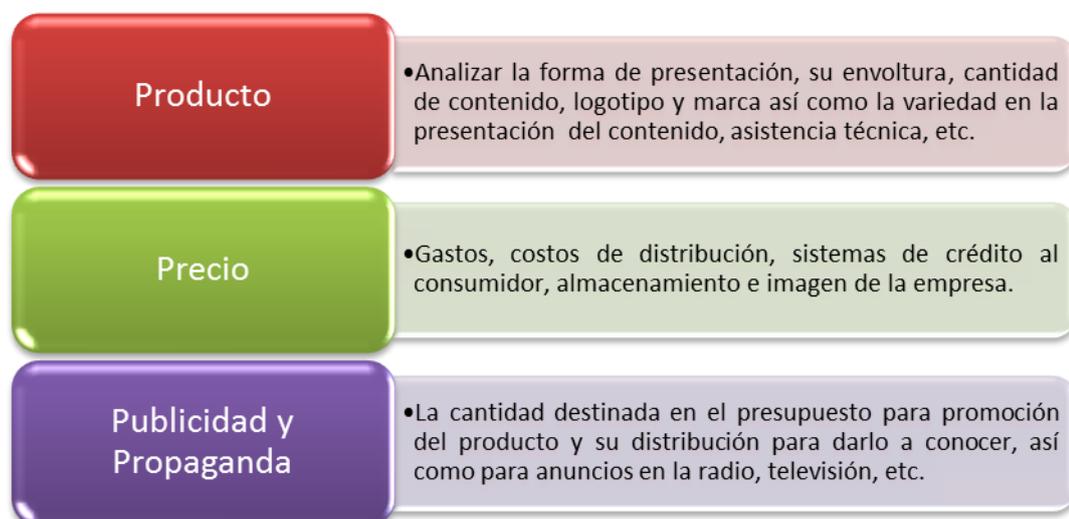


Demanda Vs. Oferta
DÉFICIT= Demanda - Oferta
DEMANDA INSATISFECHA

Estrategias de la comercialización

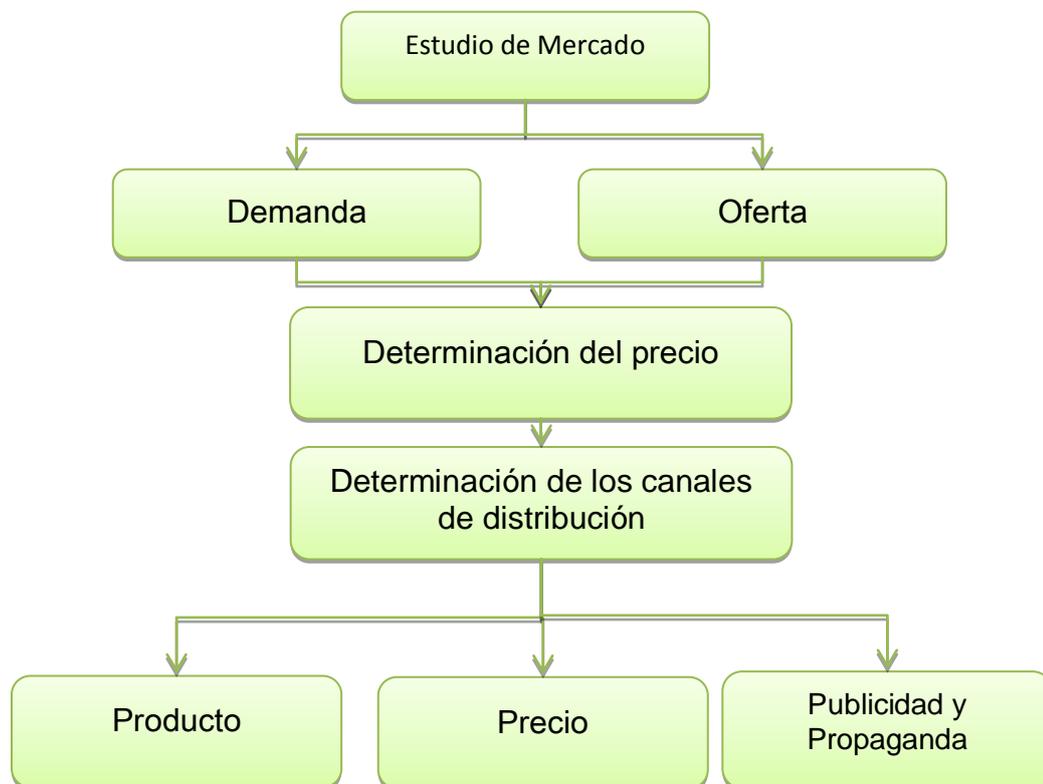
“Se trata de la forma que el bien será distribuido a los consumidores. Los aspectos referentes a la comercialización se pueden dividir en tres variables.”⁹

⁸ MIRANDA M. Juan José. Gestión de proyectos: identificación, formulación y evaluación financiera. Pág. 102



FUENTE: Formulación de Proyectos
ELABORADO POR: La Autora

Diagrama de Factibilidad Comercial



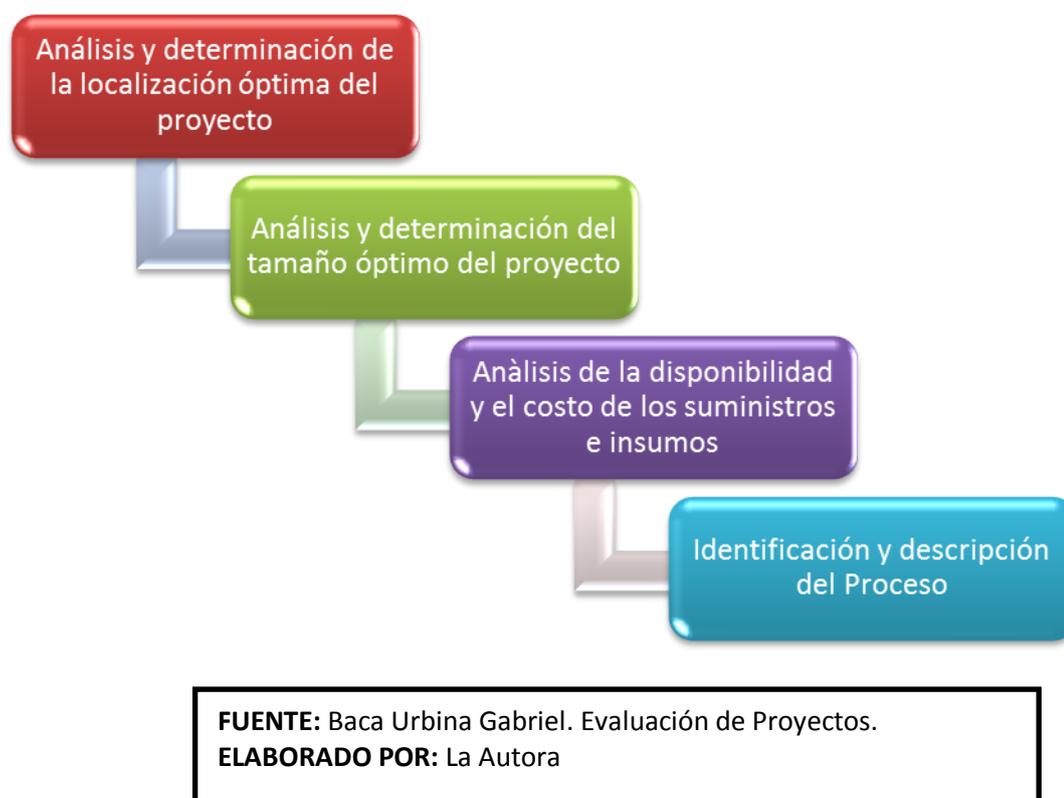
FUENTE: Formulación de Proyectos
ELABORADO POR: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO

“Tiene por objeto proveer información para cualificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertenecientes a esta área. Su propósito es determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto (materia prima, mano de obra, etc.); en este estudio se incluyen los aspectos de tamaño, localización e ingeniería.”¹⁰

Partes que Conforman el Estudio Técnico

Las partes que conforman el estudio técnico se muestran en la siguiente figura:

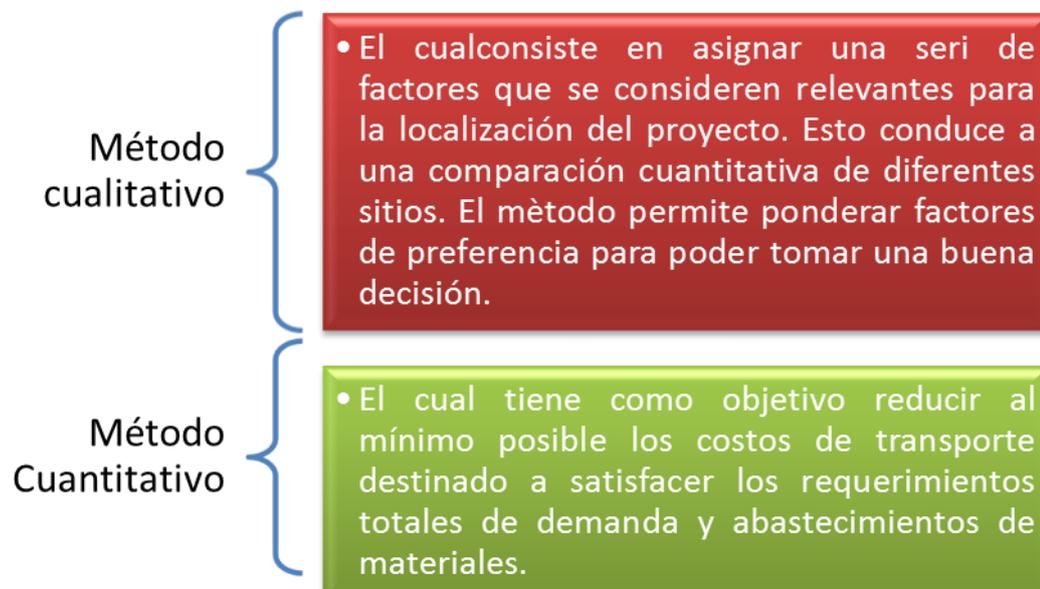


¹⁰ CÓRDOVA Padilla, Marcial.. Formulación y Evaluación de Proyectos. Pág. 24

Localización óptima del Proyecto

La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. Su objetivo general es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

Para decidir cuál es la localización óptima del proyecto se puede utilizar:



FUENTE: Formulación y Evaluación de Proyectos
ELABORADO POR: La Autora

Factores determinantes de la Localización

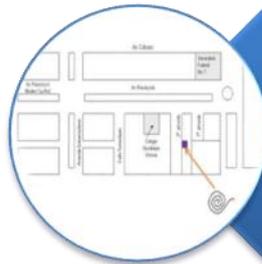
La decisión de localización tiene repercusiones de orden económico y social a largo plazo, por lo tanto su estudio supone un análisis integrado con las otras variables del proyecto tales como: mercado, transporte, políticas de estímulos, restricciones financieras.





Macrolocalización

La macrolocalización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.



Microlocalización

El análisis de microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida

Determinación del tamaño de una Planta

“El tamaño se califica por la capacidad de producción y requerimientos que de los bienes tenga el proyecto y el demandante respectivamente.

Para determinar el tamaño de una planta se tiene que tomar en cuenta:

- ⇒ **La demanda:** El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en cada caso de que la demanda sea claramente superior, si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso.
- ⇒ **Los suministros e insumos:** El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto.

- ⇒ **Tecnología y equipos:** Existen cierto proceso o técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser implacables, ya que por debajo de ciertos niveles, los costos serían elevados que no se justificaría la operación de la planta, La relación entre el tamaño del proyecto y la tecnología influyen no solo en el tamaño sino también en sus inversiones y en su costo de producción.
- ⇒ **Recursos Financieros:** Estos deben ser los necesarios para poder satisfacer la inversión de la planta.”¹¹

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo de la Ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

- ⇒ **Proceso de Producción:** Es el proceso que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos, su objetivo general es optimizar el funcionamiento y la operación del proceso productivo.

¹¹ CORDOVA Padilla,, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.. Pág. 24

Diagrama del Proceso

Para representar el proceso productivo existen varios métodos entre los que se tienen:

- **Diagrama de Bloques.-** Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre los insumos se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección de flujo.
- **Diagrama de Flujo.-** Es una herramienta por medio del cual se describe cada una de las actividades del proceso de producción. Se utiliza una simbología internacionalmente aceptada para representar operaciones estas son:

| SÍMBOLO | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
|  | Operación.- Representado por un círculo e indica que se está efectuando un cambio o transformación |
|  | Transporte.- Representado por una flecha direccionada e indica una acción de movilización de algún elemento en determinada operación. |
|  | Demora.- Representada por una D indicando que existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno y efectuar la actividad correspondiente. |

| | |
|---|--|
|  | Almacenamiento.- Representado por triángulo y puede ser de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado. |
|  | Inspección.- Representado por un cuadrado y es la acción de controlar que se ejecute correctamente una actividad o verificar la calidad. |
|  | Operación combinada.- Representado por los símbolos correspondientes e indican que se efectúan simultáneamente dos acciones. |

La descripción del proceso de producción debe estar acompañada de la especificación del tiempo empleado, la distancia recorrida y el tipo de acción efectuada.

Distribución de la Planta

Se deberán dimensionar las diferentes áreas que conforman la planta y que servirán de base para la elaboración del Proyecto, una buena distribución de la planta es aquella que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, además mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

“Los objetivos y principios de una distribución de Planta son los siguientes:

- a) Integración total: Integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.

- b) Mínima distancia de recorrido: Al tener una visión total del conjunto, se debe de tratar reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
- c) Utilización del espacio cúbico: Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical, esta opción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
- d) Seguridad y Bienestar para el Trabajador: Este debe ser uno de los objetivos principales en toda la distribución.”¹²

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y BASE LEGAL.

“Determina si existe una estructura funcional y/o divisional de tipo formal o informal que apoyen y faciliten las relaciones entre personal, sean empleados o gerentes, de tal manera que provoquen un mejor aprovechamiento de los recursos especializados y una mayor eficiencia y coordinación entre los que diseñan, procesan, producen y comercializan los productos o servicios. Esta factibilidad puede ser difícil de determinar en proyectos innovadores o novedosos, dado que no hay una estructura previa conocida.”¹³

El estudio de viabilidad legal debe informar si la legalidad vigente permite, o más bien no impide la realización del proyecto empresarial.

¹² PRONADRI-SIEPA. Taller para la preparación d Proyectos de Inversión. .Pág. 254

¹³ WIKIPEDIA. Factibilidad. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad# Factibilidad Organizacional](http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad#_Factibilidad_Organizacional). Consultado el 20-11-2011.

Representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores.

Para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

Base legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- **Acta Constitutiva.-** Es el documento certificador de la conformación de la empresa, en él debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se ha constituido la empresa.

- **La Razón Social o Denominación.-** es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de alguno de ellos. La denominación objetiva hace referencia a la actividad de la compañía. El nombre debe ser claramente distinguido de cualquier otro, constituye una propiedad de la compañía y no puede ser adoptada por ninguna otra.

- **Domicilio.-** Toda empresa tendrán un único domicilio principal que estará dentro del territorio nacional y podrán tener más de un domicilio especial, determinado por el lugar donde función las sucursales o agencias.

- **Objeto De La Sociedad.-** Es la actividad que realiza la compañía debe reunir las siguientes características:
 - ❖ No ser contrario al orden público
 - ❖ No ser contrario a las leyes mercantiles
 - ❖ No ser contrario a las buenas costumbres
 - ❖ Ser real
 - ❖ Ser de lícita negociación
 - ❖ No tender al monopolio

El interés a formar una compañía por parte de las personas es el obtener utilidades.

- **Capital Social.-** Las compañías como personas jurídicas están constituidas por un patrimonio inicial, este asciende con las aportaciones de los socios o accionistas. El capital es fijo o invariable ya que su cifra consta en la escritura constitutiva

- **Tiempo De Duración De La Sociedad.-** Toda sociedad tiene un tiempo de vida para la cual se planifica, este tiempo es de 30 años. Si

se desea prolongar este plazo se lo puede hacer con previo trámite solicitando a la Superintendencia la prolongación de la compañía

- **Administradores.-** La compañía como persona jurídica que es y por lo tanto persona ficticia solo puede actuar a través de su representante legal. En las compañías personalistas la administración está ligada a los socios en cambio en las capitalistas es de tipo profesional.

Estructura Organizacional

“Es la capacidad de una organización de dividir el trabajo y asignar funciones y responsabilidades a personas y grupos de la organización”¹⁴

Para cada proyecto es posible definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión, y por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva.

La estructura organizacional tiene como objetivo determinar las funciones y responsabilidades del personal, así como también establecer las relaciones entre éstos para lograr que se trabaje con eficiencia para alcanzar los objetivos de la organización.

¹⁴ LUSTHAUS Charles. Evaluación Organizacional: Marco para mejorar el desempeño. Pág. 53

Niveles de la Organización

La organización funciona empleando una filosofía empresarial donde se da acceso a la originalidad y participación de los trabajadores.

Su estructura se aparta de los esquemas tradicionales y reduce la actividad en un nivel plano y flexible.

Organigrama

“Identifica los departamentos, las líneas de reporte, los parámetros de control y la cantidad de personal.

Los requerimientos reflejarán las habilidades necesarias para entregar valor a los clientes, las líneas de reporte identificarán las responsabilidades, poder y flujo de información, cantidad de personal subordinado controlado directamente por un gerente o supervisor se denominará parámetro de control”¹⁵

Funciones y tareas del Personal.

➤ **Descripción del Cargo**

“Significa relacionar que hace el ocupante, cómo lo hace?, en qué condiciones lo hace. La descripción del Cargo es un retrato simplificado del contenido y de la principales responsabilidades del cargo.”¹⁶

¹⁵ GRAHAM Friend. Cómo diseñar un Plan de Negocios. Pág. 158.

¹⁶ CHIAVENATO Idalberto. Gestión del Talento Humano. Pág. 183

ESTUDIO FINANCIERO

Establece las necesidades del capital, las fuentes de financiamiento, la liquidez y la rentabilidad del proyecto con el fin de administrar y minimizar el impacto del riesgo en la empresa.

La información utilizada en el Estudio financiero proviene de dos grandes fuentes: El estudio de mercado por medio del cual se determinan los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio. Por su parte, el Estudio Técnico nos suministra información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, etc.

“Esta información se resume en una serie de cuadros y apartados de la siguiente manera:

- ❖ **Inversión Inicial:** Se refiere al costo de las adquisiciones como terrenos, edificios, maquinara, equipos, activos intangibles, etc. También el costo de consultorías y asesorías relacionadas con la inversión inicial.
- ❖ **Costos de Producción y de Operación:** Se refiere a los costos directos, indirectos y generales, relacionados con la operación y la producción. Entre estos se pueden citar la Materia Prima, los insumos, la mano de obra, los servicios de energía y comunicación, los costos de alquiler, etc.

- ❖ **Capital de Trabajo:** Se refiere a la cantidad de efectivo necesario para la operación del proyecto. Normalmente este capital de trabajo va relacionado con el nivel de actividad del proyecto y se recupera una vez que el proyecto finalice su vida útil.

- ❖ **Costo de Capital:** Se refiere al costo de financiamiento del proyecto y se determina en función de las diferentes fuentes de financiamiento del proyecto.

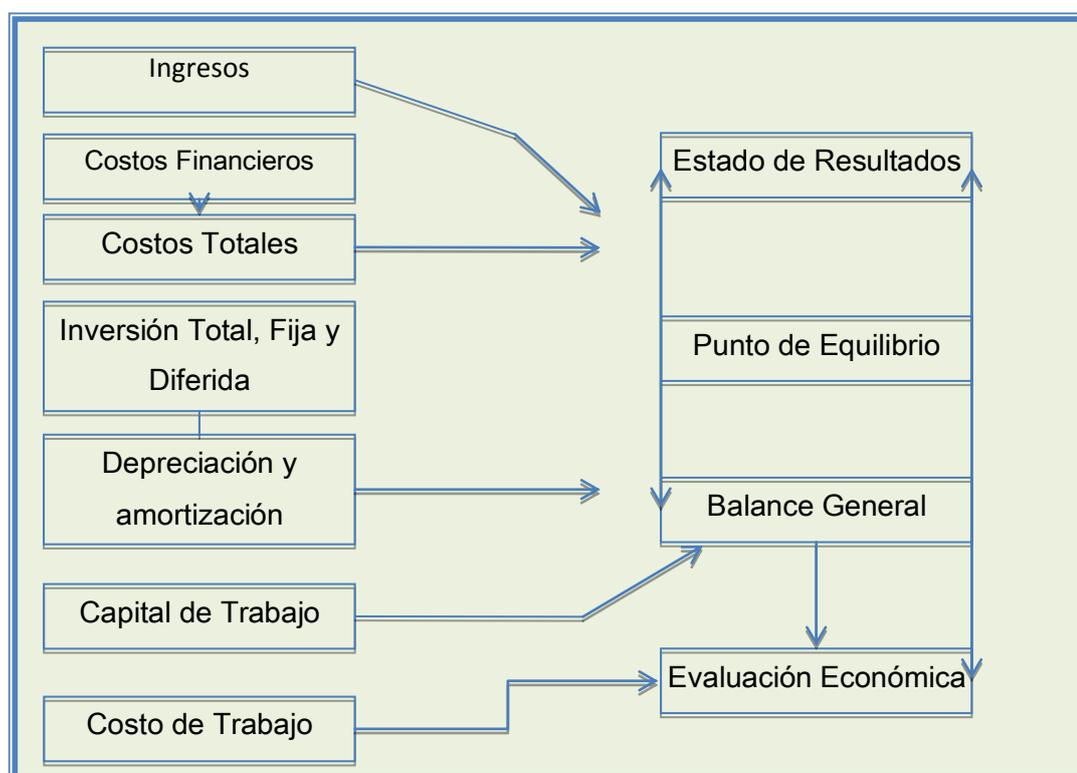
- ❖ **Flujos de Efectivo del Proyecto:** Toma como base los precios y cantidades del producto que se planea vender anualmente según el estudio de mercado, así como los costos de producción, operación y depreciaciones de los activos, se construyen los flujos del efectivo del proyecto, que son los que se utilizarán para calcular la rentabilidad del proyecto.

- ❖ **Rentabilidad del Proyecto:** Para determinar la rentabilidad del proyecto se hace uso de las técnicas de evaluación de inversiones como el VAN y la TIR.

- ❖ **Escenarios:** Debe llevarse a cabo un análisis de al menos tres escenarios (normal, pesimista y optimista), que nos permita sensibilizar la rentabilidad del proyecto, ante cambios de las principales variables macro y micro económicas. La estimación de

estos tres escenarios depende mucho del estudio de mercado, de la reacción de la competencia y de las expectativas económicas actuales y futuras del país al momento de llevar a cabo los estudios.”¹⁷

Estructuración del Análisis Económico



FUENTE: BACA Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos
ELABORADO POR: La Autora

Dentro del Estudio de Factibilidad es indispensable el análisis de diferentes variables claves que llevaran a la toma de decisión en cuanto a continuar con el proyecto o no, para poder evaluar de mejor manera es indispensable analizar las siguientes herramientas de proyección que serán la guía para la

¹⁷ FERNANDEZ Espinoza, Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera. Pág. 45

toma de decisiones con respecto a sí es factible o no la ejecución del negocio

“Ingresos

El ingreso es la cantidad de dinero que se le retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones y se dice que el ingreso total, es el que proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio medio de cada unidad. El precio medio es igual al ingreso medio.

Determinación de Costos

El costo es la suma de obligaciones en que se incurre una persona física o moral para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.

Para los proyectos de inversión los costos están divididos en:

- Costo de producción.
- Costos de administración.
- Costos de ventas.
- Costos financieros.

Inversión

Es el monto de capital que se le asigna a un proyecto, con la esperanza de que este pueda producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia en dinero, pero existen otras inversiones que solo buscan el beneficio social.

Depreciaciones y Amortizaciones

- *Depreciación* es el valor que pierden los bienes con el paso del tiempo y solo se aplica a los activos fijos.
- *Amortización* es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión de un activo diferido.

El motivo de hacer los cargos de depreciación y amortización es recuperar la inversión por vía fiscal, evitando así que la empresa se descapitalice.

Al ser cargado un costo sin hacer desembolso se aumentan los costos totales ocasionando pagar menos impuestos y tener mayor dinero en efectivo disponible.

Capital de Trabajo

Es el capital adicional, lo que necesitamos para hacer la primera corrida de producción antes de recibir ingresos (activo circulante), simplemente, el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar.

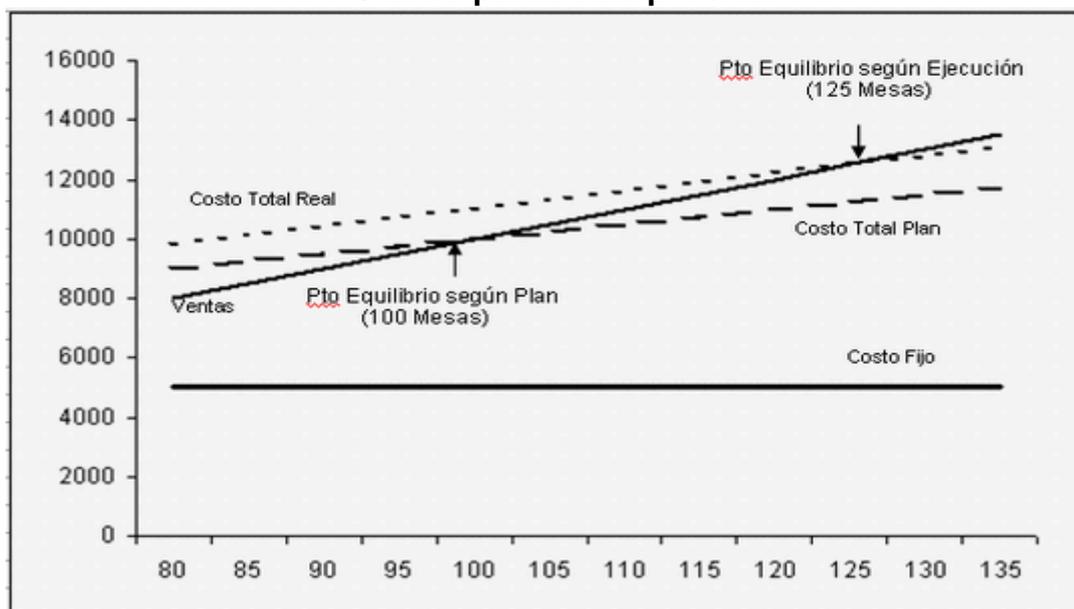
Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es donde los ingresos son iguales a los costos. Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.”¹⁸

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \text{Costos Fijos} / (\text{precio} - \text{costos variables})$$

¹⁸ <http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm>

Gráfico punto de equilibrio



Estado de Resultados

“Proporciona un resumen financiero de los resultados de las operaciones de la empresa durante un periodo determinado.

Balance General.

Presenta una declaración resumida de la situación financiera de la empresa en un momento dado. El estado balancea los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o capital (lo que proporcionaron los propietarios)”¹⁹

Evaluación Financiera

“En esta etapa se evalúa el proyecto por medio de diferentes métodos cuantitativos. Culmina dicha evaluación comparando los resultados de los

¹⁹ GITMAN Lawrence. Principios de Administración Financiera. Pág. 38

diferentes métodos ponderados con la importancia relativa que los expertos le asignen a cada uno. Se escoge el que mejor califique.

Los objetivos de la Evaluación del proyecto de inversión son:

- Determinar si el proyecto de inversión es aceptable o nó.
- Establecer barreras para juzgar la bondad de dicho proyecto.
- Evaluar su pronta recuperabilidad y rendimiento.

Los indicadores utilizados para evaluar son:

- **Valor Anual Neto (VAN):** Descuenta los flujos de la tasa mínima y le resta la inversión necesaria para el proyecto. Si la diferencia es positiva el proyecto puede resultar atractivo.

$$\mathbf{VAN = Sumatoria Flujo Neto Actualizados - Inversión}$$

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

- **Periodo de Recuperación:** Su objetivo es determinar el tiempo en que se recupera la inversión.

Formas de Cálculo:

| | |
|--|--|
| Lo flujos de ingresos son uniformes | Se divide el valor de la inversión entre los flujos de ingresos anuales. |
| Los Flujos de ingresos no son uniformes | Se suman los flujos que se esperan sean generados a través de los años hasta que igualen la inversión. |

$$PRC = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \frac{\text{SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

- **Tasa Interna de Rendimiento:** Índice, medida de equivalencia o base de comparación capaz de resumir las diferencias de importancia que existen entre las alternativas de inversión. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos o egresos.²⁰

$$TIR = \text{Tasa menor} + \text{Diferencia de Tasas} \frac{VAN \text{ Tasa Menor}}{VAN \text{ Tasa Menor} - VAN \text{ Tasa Mayor}}$$

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

²⁰ http://www.fca.unam.mx/capitulos/unidad8_tf.pdf

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptar el proyecto.
 - Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
 - Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazar el proyecto.
-
- **Relación Beneficio/Costo:** El indicador beneficio / costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:
 - $B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto
 - $B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto
 - $B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto

Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{SUMATORIA DE INGRESOS}}{\text{SUMATORIA DE EGRESOS}}$$

- **Análisis de Sensibilidad:** El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad > a 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad < a 1 el proyecto no es sensible.

Se calcula de la siguiente manera:

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencia\ de\ Tasas \frac{VAN\ Tasa\ Menor}{VAN\ Tasa\ Menor - VAN\ Tasa\ Mayor}$$

- a) **Diferencia de la TIR= Nueva TIR– TIR Proyecto**
- b) **Porcentaje de Variación= (Dif. TIR/TIR Proyecto) x 100**
- c) **Coeficiente Sensibilidad= Porcent. Variación/ Nueva TIR**

e. MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

Material de oficina: Hojas de papel bond, lapiceros, borrador.

Equipo de Técnico: Computador, impresora, copiadora, calculadora, scanner, proyector, etc.

Material bibliográfico: Libros, revistas, tesis, publicaciones, etc.

MÉTODOS

Para la ejecución de la presente investigación se aplicó los siguientes métodos:

Científico

Este método se utilizó en la ejecución y desarrollo de la investigación, permitiendo una secuencia lógica, de las diferentes fases que contiene el estudio de Factibilidad.

Inductivo

La inducción permitió establecer la importancia que tiene el análisis de la factibilidad de proyectos de inversión, a partir de los cuales se respalda una adecuada toma de decisiones.

Deductivo

La aplicación de este método se aprecia en el análisis de la necesidad que tiene la juventud que habita en la ciudad de Nueva Loja, a partir de la cual se determinó la factibilidad de la implementación de una escuela de modelaje en este sector del país.

Analítico

Este método permitió el análisis de la oferta y la demanda, permitiendo establecer la demanda insatisfecha, la cual será cubierta en parte por la presente propuesta.

Estadístico

Este método se utilizó para el análisis y presentación de los diferentes datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población de la ciudad de Nueva Loja.

TÉCNICAS

Bibliográfica

Esta técnica permitió la recolección de referentes teóricos que sirvieron de orientación para la aplicación práctica. Datos que fueron obtenidos en diferentes bibliotecas de la ciudad, zona y provincia,

Observación

Del mismo modo se realizó una **observación** minuciosa, y aplicación de encuestas, y entrevistas, etc., a fin de recolectar datos cuantitativos, abordando el objeto de estudio.

Encuesta

La encuesta permitió obtener datos reales acerca de la acogida que tendrá el proyecto a implementarse, permitiendo el Estudio de Mercado.

Procedimientos

El proceso que se siguió para el desarrollo de la investigación se dividió en cuatro etapas propias de los estudios de factibilidad, así:

Estudio de Mercado: Esta etapa se inició con la elaboración del cuestionario de preguntas que permitieron la obtención de datos para el análisis de la demanda, en esta etapa también se realizó el estudio de los canales de comercialización por medio de los cuales se dará a conocer la nueva empresa.

Estudio Técnico: En esta etapa se determinó la capacidad instalada y utilizada del proyecto, para lo cual se consideró los implementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. También se definió la localización del proyecto, para lo cual se considerando los factores locacionales que inciden directamente en la decisión. Además se determinó los procesos que se aplicarán en el servicio a prestar.

Estudio Organizacional: Para la organización administrativa de la empresa de servicios, se realizó una investigación bibliográfica y campo, dando a conocer su base legal, estructura jurídica, niveles jerárquicos y distribución de funciones, haciendo hincapié en las técnicas organizacionales para una eficiente prestación de servicios.

Estudio Financiero: En esta etapa se determinó el monto al cual ascienden las inversiones, los presupuestos de operación para la vida

útil del proyecto, el financiamiento de las operaciones, la construcción de los estados financieros y consecuentemente la evaluación del proyecto, demostrando con fundamentos sencillos y claros, la evidencia de factibilidad del mismo.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

El mercado objetivo está constituido por los habitantes del área urbana de la ciudad de Nueva Loja, específicamente el proyecto está dirigido a la población comprendida entre los 14 a 28 años de edad, la misma que se demuestra en la siguiente tabla.

**POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD
CENSO POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010
AREA # 210150 NUEVA LOJA**

| CUADRO N° 01 | | | |
|---------------------|---------------|--------------|---------------|
| Edad | Sexo | | Total |
| | Hombre | Mujer | |
| 14 | 539 | 546 | 1085 |
| 15 | 523 | 553 | 1076 |
| 16 | 534 | 557 | 1091 |
| 17 | 492 | 562 | 1054 |
| 18 | 478 | 471 | 949 |
| 19 | 390 | 493 | 883 |
| 20 | 423 | 481 | 904 |
| 21 | 405 | 483 | 888 |
| 22 | 488 | 518 | 1006 |
| 23 | 425 | 514 | 939 |
| 24 | 430 | 525 | 955 |
| 25 | 441 | 514 | 955 |
| 26 | 420 | 521 | 941 |
| 27 | 409 | 481 | 890 |
| 28 | 472 | 517 | 989 |
| TOTAL | 6.869 | 7.736 | 14.605 |

FUENTE: INEC Censo de Población y Vivienda 2010

ELABORADOR POR: La Autora

El cuadro muestra que el total de población comprendida entre los 14 y 28 años de edad de la ciudad de Nueva Loja, en el año 2010 es de 14,605 personas; del cual 6.869 son hombres y 7. 736 son mujeres.

Siendo necesario determinar la población actual; para lo cual se considera la tasa de crecimiento de la ciudad de Nueva Loja:

| TASA DE CRECIMIENTO | |
|----------------------------|-------------|
| CUADRO N° 02 | |
| Sexo | T.C. |
| Hombre | 3,61% |
| Mujer | 4,59% |

FUENTE: INEC. www.ecuadorencifras.com
ELABORADOR POR: La Autora

Con estos datos se procedió a determinar la población actual mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PO 7 = Pa (1 + i)^1$$

$$PO 7 = 6869 (1 + 0,0361)^1$$

$$PO 7 = 7117$$

PROYECCIÓN DE POBLACIÓN COMPRENDIDA ENTRE LOS 14 Y 28 AÑOS DE EDAD PARA EL AÑO 2011

| CUADRO N° 03 | | | | |
|---------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| SEXO | POBLACIÓN 2010 | T.C. | POBLACIÓN 2011 | % |
| MASCULINO | 6.869 | 3,61 | 7.117 | 46,79 |
| FEMENINO | 7.736 | 4,59 | 8.091 | 53,21 |
| TOTAL | 14.605 | | 15,208 | 100% |

ELABORADOR POR: La Autora

La empresa brindará el servicio en la ciudad de Nueva Loja, cuya población proyectada para el año 2011 es de 15.208 habitantes con edades que oscilan entre los 14 a 28 años de edad. Cifra que representa el universo en estudio.

Determinación del Tamaño de la Muestra

El universo para obtener la muestra está constituido por la población joven de la ciudad de Nueva Loja, de la provincia de Sucumbíos. Establecido el Tamaño del universo, se procedió a extraer la muestra que servirá de base para aplicar posteriormente la encuesta, es así que estimando un margen de error del 5% se utilizó la siguiente fórmula.

Fórmula para determinar la Muestra

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

De donde:

- n** = Tamaño de la muestra
- Z** = Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)
- p** = 0,50 probabilidad de que el evento ocurra
- q** = 0,50 probabilidad de que el evento no ocurra
- N** = 15.208 ciudadanos jóvenes de Nueva Loja
- \sum^2 = 0,05 de margen de error.

Sustituyendo:

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50 * 0,50). 15.208}{(0,05)^2(15.208 - 1) + (0,50 * 0,50)(1,96)^2}$$

$$n = 374,72$$

$$n = 375 \text{ encuestas}$$

Para la obtención de información necesaria para el estudio de mercado, del presente proyecto de factibilidad se aplicarán 375 encuestas dirigida a la población comprendida entre los 14 a 28 años de edad, habitantes de la ciudad de Nueva Loja.

f. RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO.

Con el adecuado manejo del proceso de investigación de mercado se trata de encaminar el proyecto según los resultados que nos proporcione el estudio, de tal manera que permita conocer si el servicio logrará o no la aceptación de los futuros usuarios.

El estudio de mercado se realiza con la finalidad de obtener información a través de fuentes primarias o secundarias para estimar la demanda insatisfecha que será la población que el proyecto tratará de satisfacer, y así lograr la implementación del Proyecto planteado. Para este fin se estimará en forma técnica la demanda existente en la ciudad de Nueva Loja, que en este caso son los jóvenes de 14 a 28 años de edad.

Uno de los principales objetivos es fijar el precio del servicio en función de lo que se paga en el mercado. Además determinar el canal de comercialización y los medios publicitarios que se utilizarán para promocionar los servicios que presta la Academia de Modelos, estos medios pueden ser a través de la radio, prensa, televisión, spot publicitarios, trípticos informativos, etc.

Área de Influencia

Para realizar un estudio de mercado, es indispensable determinar el área de influencia para la implementación de la Escuela de Modelaje, esto nos

conlleva a definir la población, tamaño y segmentación del mercado de la muestra; con estos datos se procederá a la aplicación de las encuestas, con la finalidad de recolectar información que permita conocer la oferta y la demanda del servicio.

Segmentación de Mercado

Para determinar con precisión el número de encuestas a aplicar en cada grupo del universo en estudio, se procedió a distribuir el tamaño de la muestra; por clasificación de grupos de edad de 14 a 18; de 19 a 23; y, de 24 a 28 años en el siguiente cuadro se demuestra lo planteado.

GRUPOS DE POBLACIÓN SEGÚN EDAD Y SEXO CON SUS RESPECTIVAS CANTIDADES DE ENCUESTAS

| CUADRO N° 04 | | | | | |
|--------------------------|---------------------|----------|---|-----------------------|-------------------------------|
| Grupos por edad | Habitantes 2010 (a) | T.C. (b) | Proyección Habitantes 2011 $c = a * (1+b)$ | Fracción Muestreo (d) | N° Encuestas $e = (c * d)$ |
| Población 14 - 18 | | | | | |
| Hombres | 2.566 | 3,61% | 2.658 | 0,024658074 | 66 |
| Mujeres | 2.689 | 4,59% | 2.812 | 0,024658074 | 69 |
| Población 19 - 23 | | | | | |
| Hombres | 2.131 | 3,61% | 2.208 | 0,024658074 | 55 |
| Mujeres | 2.489 | 4,59% | 2.603 | 0,024658074 | 64 |
| Población 24 - 28 | | | | | |
| Hombres | 2.172 | 3,61% | 2.249 | 0,024658074 | 55 |
| Mujeres | 2.558 | 4,69% | 2.677 | 0,024658074 | 66 |
| TOTAL | 14.605 | | 15.208 | | 375 |

FUENTE: Cuadro N° 01-03

ELABORADOR POR: La Autora

NOTA: Fracción de Muestreo = $n/N = 375/15208 = 0.0246658074$

ANÁLISIS DE ENCUESTA A LA POBLACIÓN DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿A usted le Interesaría aprender un tipo de arte expresiva en su tiempo libre?

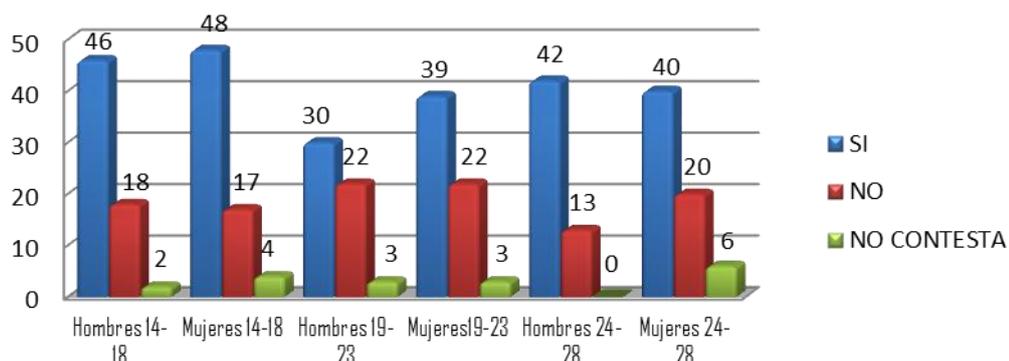
PREFERENCIA DE LOS JÓVENES POR LAS ARTES EXPRESIVAS EN GENERAL

| CUADRO N° 05 | | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------|------------|--------------|------------|--------------|------------------------|-------------|
| POBLACION | N° ENCUESTAS | SI | % | NO | % | NO CONTESTA | % |
| Población 14 - 18 | | | | | | | |
| Hombres | 66 | 46 | 69,70 | 18 | 27,27 | 2 | 3,03 |
| Mujeres | 69 | 48 | 69,57 | 17 | 24,64 | 4 | 5,80 |
| Población 19 - 23 | | | | | | | |
| Hombres | 55 | 30 | 54,55 | 22 | 40,00 | 3 | 5,45 |
| Mujeres | 64 | 39 | 60,94 | 22 | 34,38 | 3 | 4,69 |
| Población 24 - 28 | | | | | | | |
| Hombres | 55 | 42 | 76,36 | 13 | 23,64 | 0 | - |
| Mujeres | 66 | 40 | 60,61 | 20 | 30,30 | 6 | 9,09 |
| TOTAL | 375 | 245 | 65,33 | 112 | 29,87 | 18 | 4,80 |

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADOR POR: La Autora

GRÁFICO N° 01
**PREFERENCIA DE LOS JÓVENES POR LAS ARTES EXPRESIVAS EN
GENERAL.**



Interpretación:

Del total de los 375 encuestados de 14 a 28 años de edad, 245 jóvenes de ambos sexos han confirmado que si les gustaría aprender algún tipo de arte expresiva en sus tiempos libres, lo que en porcentaje representa el 65,33%, cifra que permitirá deducir quienes serán los demandantes potenciales. Por otra parte tenemos que 112 jóvenes afirman que no les gustaría aprender ningún tipo de arte expresiva lo que representa 29,87%. Y 18 jóvenes que representa un 5,60% de la población total, no emiten un criterio acerca de la pregunta planteada.

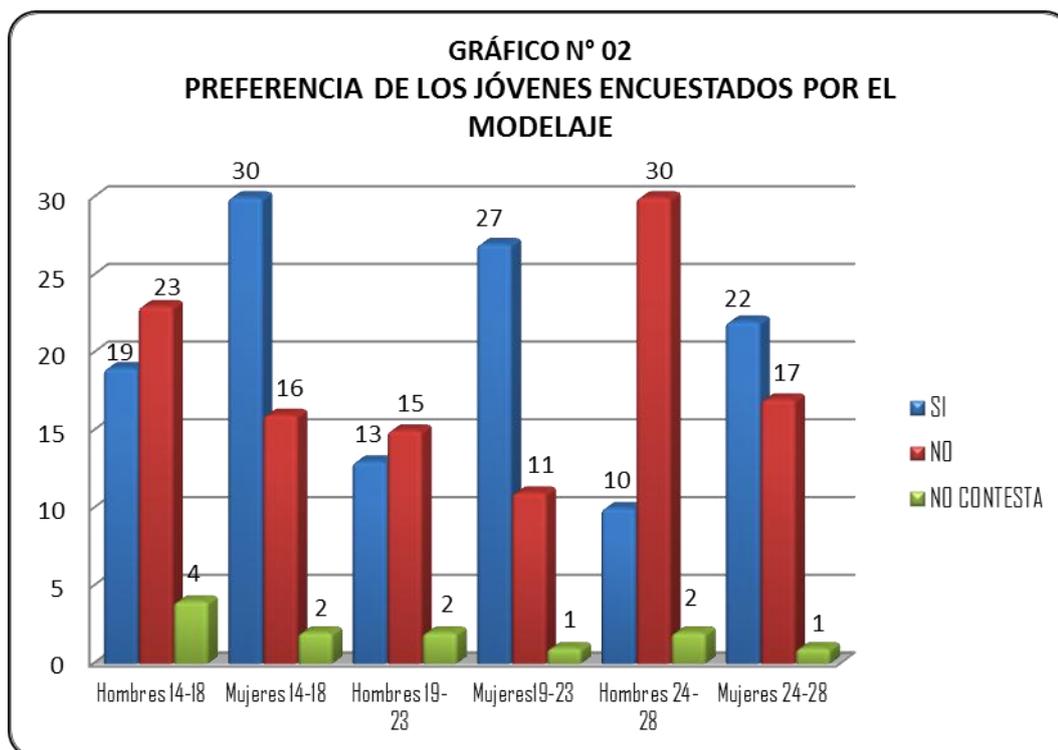
2. ¿A usted le gusta el modelaje?

PREFERENCIA DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS POR EL MODELAJE

| CUADRO N° 06 | | | | | | | |
|------------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|-------------|-------------|
| POBLACION | N° ENCUESTAS | SI | % | NO | % | NO CONTESTA | % |
| Población 14-18 | | | | | | | |
| Hombres | 46 | 19 | 41,30 | 23 | 50,00 | 4 | 8,70 |
| Mujeres | 48 | 30 | 62,50 | 16 | 33,33 | 2 | 4,17 |
| Población 19-23 | | | | | | | |
| Hombres | 30 | 13 | 43,33 | 15 | 50,00 | 2 | 6,67 |
| Mujeres | 39 | 27 | 69,23 | 11 | 28,21 | 1 | 2,56 |
| Población 24-28 | | | | | | | |
| Hombres | 42 | 10 | 23,81 | 30 | 71,43 | 2 | 4,76 |
| Mujeres | 40 | 22 | 55,00 | 17 | 42,50 | 1 | 2,50 |
| Total | 245 | 121 | 49,39 | 112 | 45,71 | 12 | 4,90 |

FUENTE: Investigación Directa. Cuadro N° 05

ELABORADOR POR: La Autora



Interpretación:

Al consultar a la muestra en estudio si les interesaría el modelaje se obtuvo como resultado que 121 jóvenes que representa el 49,39% les atrae este tipo de arte expresiva.

Mientras que 112 jóvenes que representa el 45,71% no les atrae el modelaje debido a diferentes factores; finalmente el 4,90% que corresponde a 12 personas no emiten su opinión, debido que no tienen definido una posición a la interrogante planteada. Cifras que permitirán en lo posterior determinar la demanda real de la empresa a crearse.

3. ¿Si se instalara en la ciudad de Nueva Loja una escuela de modelaje, ingresaría a dicha institución?

JOVENES QUE LES INTERESA INGRESAR A LA ESCUELA DE MODELAJE

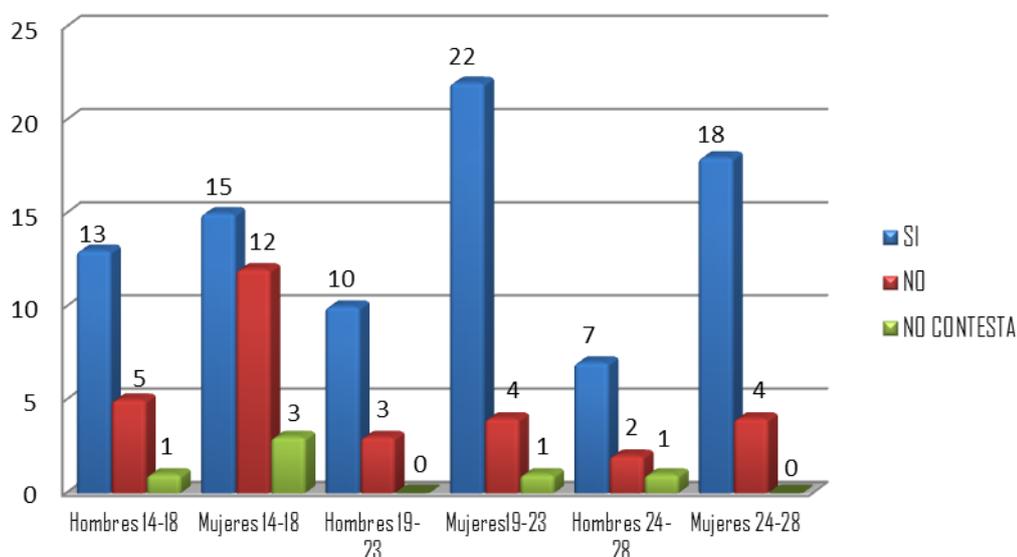
CUADRO N° 07

| POBLACION | N° ENCUESTAS | SI | % | NO | % | NO CONTESTA | % |
|------------------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-------------|-------------|
| Población 14-18 | | | | | | | |
| Hombres | 19 | 13 | 68,42 | 5 | 26,32 | 1 | 5,26 |
| Mujeres | 30 | 15 | 50,00 | 12 | 40,00 | 3 | 10,00 |
| Población 19-23 | | | | | | | |
| Hombres | 13 | 10 | 76,92 | 3 | 23,08 | 0 | - |
| Mujeres | 27 | 22 | 81,48 | 4 | 14,81 | 1 | 3,70 |
| Población 24-28 | | | | | | | |
| Hombres | 10 | 7 | 70,00 | 2 | 20,00 | 1 | 10,00 |
| Mujeres | 22 | 18 | 81,82 | 4 | 18,18 | 0 | - |
| Total | 121 | 85 | 70,25 | 30 | 24,79 | 6 | 4,96 |

FUENTE: Investigación Directa. Cuadro N° 05

ELABORADOR POR: La Autora

GRÁFICO N° 03
JÓVENES QUE LES INTERESA INGRESAR A LA ESCUELA DE MODELAJE.



Interpretación:

Al consultar a los jóvenes 121 que les agrada el modelaje, si les interesaría ingresar a una escuela de modelaje se obtuvo que 85 jóvenes que corresponde a 70,25%, si estaría dispuestos a ingresar a la escuela; el 24,79% que corresponde a 30 jóvenes no estarían dispuestos a ingresar por diferentes factores, entre los cuales está la crisis económica o simplemente no consideran una fuente de trabajo; finalmente 6 jóvenes que representa el 4,96% no contestan.

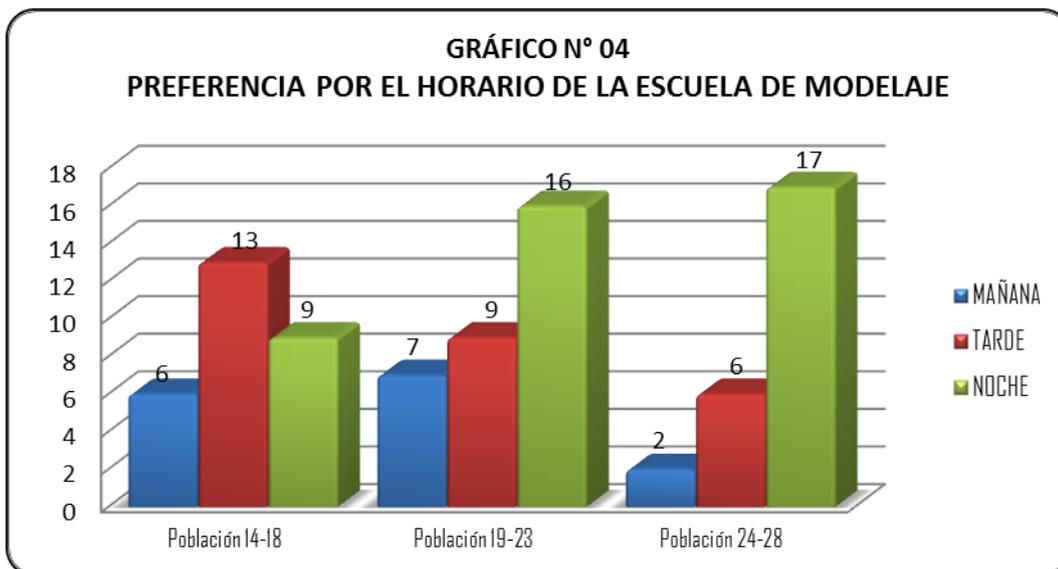
4. ¿Qué horario preferiría usted?

PREFERENCIA POR EL HORARIO DE LA ESCUELA DE MODELAJE. CUADRO N° 08

| POBLACION | Nº ENCUESTAS | MAÑANA | % | TARDE | % | NOCHE | % |
|------------------------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| Población 14-18 | | | | | | | |
| Hombres | 13 | 2 | 15,38 | 6 | 46,15 | 5 | 38,46 |
| Mujeres | 15 | 4 | 26,67 | 7 | 46,67 | 4 | 26,67 |
| Subtotal | 28 | 6 | 21,43 | 13 | 46,43 | 9 | 32,14 |
| Población 19-23 | | | | | | | |
| Hombres | 16 | 2 | 12,50 | 5 | 31,25 | 9 | 56,25 |
| Mujeres | 16 | 5 | 31,25 | 4 | 25,00 | 7 | 43,75 |
| Subtotal | 32 | 7 | 21,88 | 9 | 28,13 | 16 | 50,00 |
| Población 24-28 | | | | | | | |
| Hombres | 10 | 0 | - | 3 | 30,00 | 7 | 70,00 |
| Mujeres | 15 | 2 | 13,33 | 3 | 20,00 | 10 | 66,67 |
| Subtotal | 25 | 2 | 8,00 | 6 | 24,00 | 17 | 68,00 |
| TOTAL | 85 | 15 | 17,65 | 28 | 32,94 | 42 | 49,41 |

FUENTE: Investigación Directa. Cuadro N° 06

ELABORADOR POR: La Autora



Interpretación

La gráfica demuestra claramente que la preferencia por el horario es en la noche con un 49,41% que corresponde a 42 personas; mientras que en la tarde se inclinan un 32,94% que corresponde a 28 personas y en la mañana prefieren un 17,65% que corresponde a 15 personas. Cifras que serán consideradas en el estudio técnico y administrativo específicamente en el establecimiento del horario de atención al público.

5. ¿Qué le gustaría aprender en la escuela de modelos?

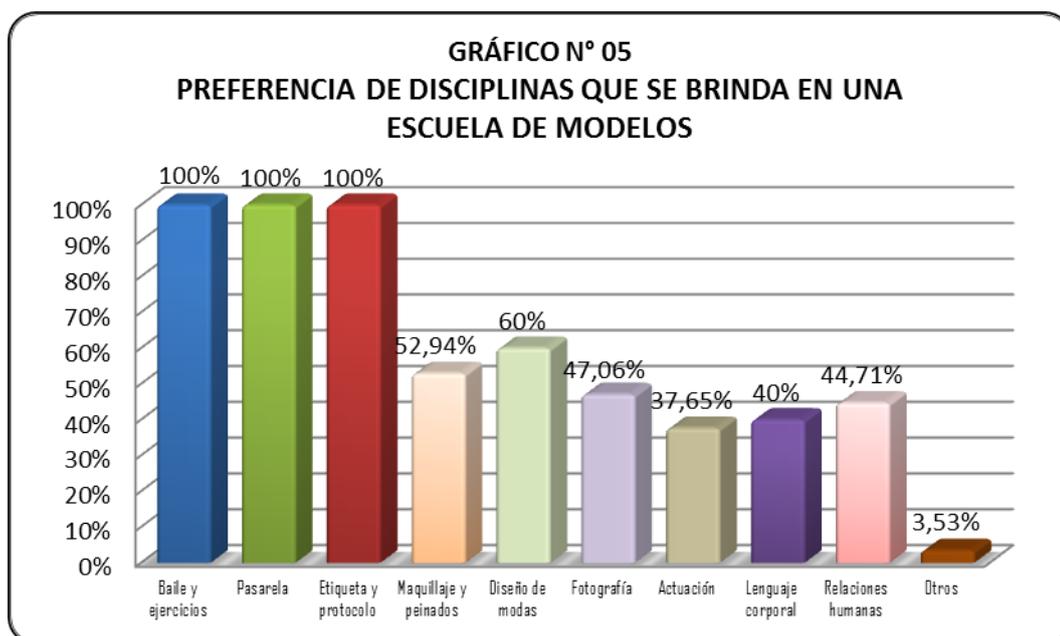
En esta pregunta se obtuvo más de una respuesta por persona encuestada, ya que les interesa aprender más de una disciplina; por tal motivo las frecuencias no concuerdan con el número de encuestados, una vez sumadas todas las frecuencias por asignatura y por encuestado se obtuvo los siguientes datos:

PREFERENCIA DE DISCIPLINAS QUE SE BRINDA EN UNA ESCUELA DE MODELOS

| CUADRO N° 09 | | | |
|--------------|-----------------------|------------|-------|
| ITEM S | ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | % |
| 1 | Baile y ejercicios | 85 | 100 |
| 2 | Pasarela | 85 | 100 |
| 3 | Etiqueta y protocolo | 85 | 100 |
| 4 | Maquillaje y peinados | 45 | 52,94 |
| 5 | Diseño de modas | 51 | 60 |
| 6 | Fotografía | 40 | 47,06 |
| 7 | Actuación | 32 | 37,65 |
| 8 | Lenguaje corporal | 34 | 40 |
| 9 | Relaciones humanas | 38 | 44,71 |
| 10 | Otros | 3 | 3,53 |

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADOR POR: La Autora



Interpretación

La gráfica demuestra que el 100% de los jóvenes de 14 a 28 años les gustaría recibir clases de Baile, ejercicios, Pasarela, Etiqueta y Protocolo;

seguido de un 60% que les gustaría recibir clases de Diseño de Moda; mientras que el 52,94% les gustaría recibir clases de Maquillaje y Peinados, en un 47,06% también le agradaría recibir clases de Fotografía; el 37,65% se inclina también por las clases de Actuación; el 40% se inclinan por las clases de Lenguaje Corporal; el 44,71% se inclina por las clases de Relaciones Humanas; finalmente el 3,53% se inclinan por varias disciplinas relacionadas con la moda.

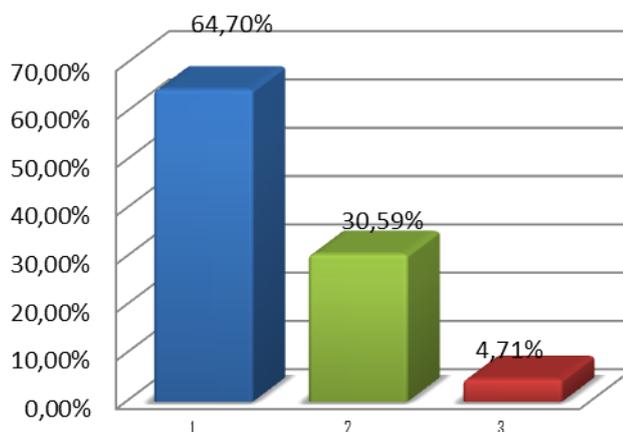
Cifras que demuestran las preferencias por todas las disciplinas; por tal motivo, la Academia iniciará sus actividades brindando todos los servicios anteriormente mencionados a sus estudiantes; ya que, todas han tenido una buena aceptación por parte de los jóvenes encuestados. La Academia contará con todo el personal calificado para cada área correspondiente en cada materia.

6. ¿Cuántos cursos de modelaje le interesaría recibir al año?

| CUADRO N° 10 | | |
|--------------|------------|------------|
| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | % |
| 1 | 55 | 64,70 |
| 2 | 26 | 30,59 |
| 3 | 4 | 4,71 |
| TOTAL | 85 | 100 |

FUENTE: Investigación Directa. Cuadro N° 08
ELABORADOR POR: La Autora

GRÁFICO N° 06
EXISTENCIA DE ACADEMIAS DE MODELAJE EN LA CIUDAD DE
NUEVA LOJA



Interpretación

Del total de jóvenes dispuestos a ingresar a la Escuela de Modelaje, el 64,70% les interesaría recibir un curso de modelaje al año, mientras que el 30,59% les interesaría recibir dos cursos al año y finalmente el 4,71% les interesaría recibir tres cursos al año.

7. ¿Existen academias de Modelos en la Ciudad de Nueva Loja?

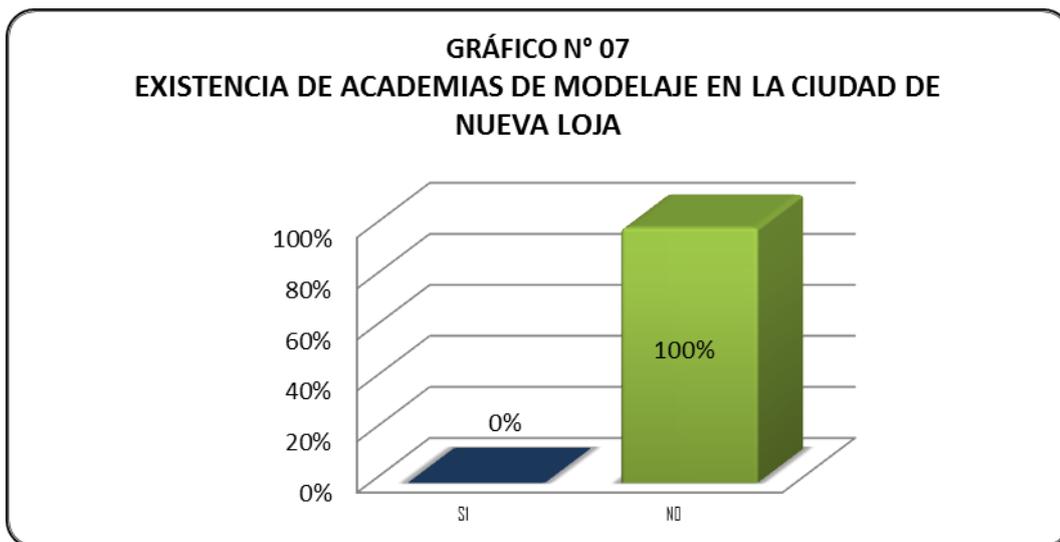
EXISTENCIA DE ACADEMIAS DE MODELAJE EN LA CIUDAD DE
NUEVA LOJA

CUADRO N° II

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------------|
| SI | 0 | 0 |
| NO | 375 | 100 |
| TOTAL | 375 | 100 |

FUENTE: Investigación Directa.

ELABORADOR POR: La Autora



Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que no existe una academia de Modelaje en la ciudad de Nueva Loja, información que permite determinar la ausencia de oferta de este servicio en el sector.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial para el proyecto a implementarse está dada por el total de jóvenes entre los 14 y 28 años de edad, quienes les agrada el modelaje, para lo cual se aplicó el siguiente procedimiento:

1. Se realizó la proyección de la población joven (entre los 14 a 28 años de edad) de la ciudad de Nueva Loja.
2. Se multiplicó por el porcentaje de atracción de los jóvenes hacia el modelaje, cuyo porcentaje se determinó en el cuadro N° 05, obteniendo así la demanda potencial.

PROYECCIÓN DE POBLACIÓN JOVEN DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA

| CUADRO N° 12 | | | | | | | |
|------------------------|-----------------------|------------------------------------|--|--|--|--|--|
| Grupos por edad | T.C. % (a) | Habitantes 2011 (b) | Proyección Habitantes 2012 c=b*(1+a) | Proyección Habitantes 2013 d=c*(1+a) | Proyección Habitantes 2014 e=d*(1+a) | Proyección Habitantes 2015 f=e*(1+a) | Proyección Habitantes 2016 g=f*(1+a) |
| Población 14-18 | | | | | | | |
| Hombres | 3,61 | 2.659 | 2.755 | 2.854 | 2.957 | 3.064 | 3174,4 |
| Mujeres | 4,59 | 2.812 | 2.942 | 3.077 | 3.218 | 3.365 | 3519,9 |
| Población 19-23 | | | | | | | |
| Hombres | 3,61 | 2.208 | 2.288 | 2.370 | 2.456 | 2.545 | 2636,4 |
| Mujeres | 4,59 | 2.603 | 2.722 | 2.847 | 2.978 | 3.115 | 3257,8 |
| Población 24-28 | | | | | | | |
| Hombres | 3,61 | 2.249 | 2.330 | 2.414 | 2.501 | 2.592 | 2685,3 |
| Mujeres | 4,69 | 2.677 | 2.803 | 2.934 | 3.069 | 3.210 | 3356,8 |
| TOTAL | | 15.208 | 15.839 | 16.497 | 17.179 | 17.890 | 18630,7 |

FUENTE: INEC.

ELABORADOR POR: La Autora

NOTA: Ejemplo de cálculo **2755**= 2659* (1+0.0361)

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

| CUADRO N° 13 | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|--------|----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------------------|
| Grupos por edad | | Población 2011 | Demanda Potencial 2011 | Proyección 2012 | Demanda Potencial 2012 | Proyección 2013 | Demanda Potencial 2013 | Proyección 2014 | Demanda Potencial 2014 | Proyección 2015 | Demanda Potencial 2015 | Proyección 2016 | Demanda Potencial 2016 |
| Población 14-18 | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 69,70% | 2.659 | 1.853 | 2.755 | 1.920 | 2.854 | 1.989 | 2.957 | 2.061,09 | 3.064 | 2.135 | 3174 | 2213 |
| Mujeres | 69,57% | 2.812 | 1.957 | 2.942 | 2.046 | 3.077 | 2.140 | 3.218 | 2.238,58 | 3.365 | 2.341 | 3520 | 2449 |
| Población 19-23 | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 54,55% | 2.208 | 1.204 | 2.288 | 1.248 | 2.370 | 1.293 | 2.456 | 1.339,67 | 2.545 | 1.388 | 2636 | 1438 |
| Mujeres | 60,94% | 2.603 | 1.586 | 2.722 | 1.659 | 2.847 | 1.735 | 2.978 | 1.814,88 | 3.115 | 1.898 | 3258 | 1985 |
| Población 24-28 | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 76,36% | 2.249 | 1.717 | 2.330 | 1.779 | 2.414 | 1.844 | 2.501 | 1.910,12 | 2.592 | 1.979 | 2685 | 2051 |
| Mujeres | 60,61% | 2.677 | 1.623 | 2.803 | 1.699 | 2.934 | 1.778 | 3.069 | 1.859,92 | 3.210 | 1.945 | 3357 | 2035 |
| TOTAL | | 15.208 | 9.940 | 15.839 | 10.351 | 16.497 | 10.780 | 17.179 | 11.224,25 | 17.890 | 11.687 | 18631 | 12170 |

FUENTE: Cuadro N° 5 y 12

ELABORADOR POR: La Autora

NOTA: Ejemplo de cálculo $1920 = 2755 * 69,70\%$

La demanda potencial para el año de implementación de la Escuela de modelaje es de 9.940 jóvenes cuyas edades oscilan entre los 14 a los 28 años de edad; en el primer año de funcionamiento alcanzará un total de 10.780 jóvenes; en el quinto año de vida útil alcanzará un total de 12.170 jóvenes.

DEMANDA REAL

Es toda la población segmentada que realmente desearía ingresar a la escuela de Modelaje, la cual se demuestra en el siguiente cuadro:

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL

| CUADRO N° 14 | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|----------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|
| Grupos por edad | % Demanda Real | Demanda Potencial 2011 | D. Real 2011 | Demanda Potencial 2012 | D. Real 2012 | Demanda Potencial 2013 | D. Real 2013 | Demanda Potencial 2014 | D. Real 2014 | Demanda Potencial 2015 | D. Real 2015 | Demanda Potencial 2016 | D. Real 2016 |
| Población 14-18 | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 41,30% | 1853 | 765 | 1920 | 793 | 1989 | 822 | 2061 | 851 | 2135 | 882 | 2213 | 914 |
| Mujeres | 62,5% | 1957 | 1223 | 2046 | 1279 | 2140 | 1338 | 2239 | 1399 | 2341 | 1463 | 2449 | 1531 |
| Población 19-23 | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 43,33% | 1204 | 522 | 1248 | 541 | 1293 | 560 | 1340 | 580 | 1388 | 601 | 1438 | 623 |
| Mujeres | 69,23% | 1586 | 1098 | 1659 | 1149 | 1735 | 1201 | 1815 | 1256 | 1898 | 1314 | 1985 | 1374 |
| Población 24-28 | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 23,81% | 1717 | 409 | 1779 | 424 | 1844 | 439 | 1910 | 455 | 1979 | 471 | 2051 | 488 |
| Mujeres | 55,00% | 1623 | 892 | 1699 | 934 | 1778 | 978 | 1860 | 1023 | 1945 | 1070 | 2035 | 1119 |
| TOTAL | | 9940 | 4910 | 10351 | 3589 | 10780 | 5338 | 11224 | 5565 | 11687 | 5802 | 12170 | 6.049 |

FUENTE: Cuadro N° 6 y 13

ELABORADOR POR: La Autora

NOTA: Ejemplo de cálculo $765 = 1853 * 41,30\%$

La demanda real de la Escuela de Modelaje en el año de implementación del proyecto alcanza los 4.910 jóvenes; en el primer año de funcionamiento alcanzará un total de 3.589 jóvenes; en el tercer año alcanzará un total de 5.565 jóvenes y en el quinto año de funcionamiento alcanzará un total de demanda real de 6.049 jóvenes.

DEMANDA EFECTIVA

Es toda la población segmentada que en la práctica son requeridos los servicios de la escuela de modelaje.

Para determinar la demanda efectiva que es la que realmente el proyecto se encarga de satisfacer, es necesario realizar los siguientes cálculos:

- ① Primero se realiza el cálculo del uso promedio de los servicios que prestará la escuela de modelaje, así:

| PROMEDIO DE CONSUMO | | |
|---------------------|------------|---------------|
| CUADRO Nº 15 | | |
| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | F*X |
| 1 | 55 | 55,00 |
| 2 | 26 | 52,00 |
| 3 | 4 | 12,00 |
| TOTAL | 85 | 119,00 |

FUENTE: Cuadro Nº 7 y 10
 ELABORADOR POR: La Autora
 NOTA: Ejemplo de cálculo 55= 55*1

$$X = \frac{\sum F * X}{\sum F} = \frac{119}{85} = 1,4$$

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

| CUADRO N° 16 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|---------------|------|----------|-----------|----------------------|----------|-------------|----------------------|----------|-------------|----------------------|----------|-------------|----------------------|----------|-------------|----------------------|----------|-------------|----------------------|
| Grupos por edad | % D. Efectiva | U.P. | AÑO 2011 | | | AÑO 2012 | | | AÑO 2013 | | | AÑO 2014 | | | AÑO 2015 | | | AÑO 2016 | | |
| | | | D. Real | D. Efect. | D. EFECTIVA SERVICIO | D. Real | D. Efectiva | D. EFECTIVA SERVICIO | D. Real | D. Efectiva | D. EFECTIVA SERVICIO | D. Real | D. Efectiva | D. EFECTIVA SERVICIO | D. Real | D. Efectiva | D. EFECTIVA SERVICIO | D. Real | D. Efectiva | D. EFECTIVA SERVICIO |
| Población 14-18 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 68,42 | 1,4 | 765 | 523 | 733 | 793 | 543 | 760 | 822 | 562 | 787 | 851 | 582 | 815 | 882 | 603 | 845 | 914 | 625 | 876 |
| Mujeres | 50,00 | 1,4 | 1223 | 612 | 856 | 1279 | 640 | 895 | 1338 | 669 | 937 | 1399 | 700 | 979 | 1463 | 732 | 1024 | 1531 | 766 | 1072 |
| Población 19-23 | | | | | | | | 0 | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 76,92 | 1,4 | 522 | 402 | 562 | 541 | 416 | 583 | 560 | 431 | 603 | 580 | 446 | 625 | 601 | 462 | 647 | 623 | 479 | 671 |
| Mujeres | 81,48 | 1,4 | 1098 | 895 | 1253 | 1149 | 936 | 1311 | 1201 | 979 | 1370 | 1256 | 1023 | 1433 | 1314 | 1071 | 1499 | 1374 | 1120 | 1567 |
| Población 24-28 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres | 70,00 | 1,4 | 409 | 286 | 401 | 424 | 297 | 416 | 439 | 307 | 430 | 455 | 319 | 446 | 471 | 330 | 462 | 488 | 342 | 478 |
| Mujeres | 81,82 | 1,4 | 892 | 730 | 1022 | 934 | 764 | 1070 | 978 | 800 | 1120 | 1023 | 837 | 1172 | 1070 | 875 | 1226 | 1119 | 916 | 1282 |
| TOTAL | | | 4910 | 3447 | 4826 | 3589 | 3595 | 5034 | 5338 | 3748 | 5248 | 5565 | 3907 | 5470 | 5802 | 4073 | 5702 | 6.049 | 4247 | 5945 |

FUENTE: Cuadro N° 7-14-15

ELABORADOR POR: La Autora

NOTA: Ejemplo de cálculo:

- ✓ Demanda Efectiva: $523=765*68,42\%$
- ✓ Demanda Efectiva Servicio: $733=523*1,4$

La demanda efectiva de la Escuela e Modelaje en el año de implementación asciende a 3.447 personas; en el tercer año ascenderá a 3.907 jóvenes y en el año quinto año ascenderá a 4.247 jóvenes dispuestos que realmente están dispuestos a ingresar a la escuela de modelaje. Mientras que de acuerdo al Uso promedio de Servicio, se estima que la demanda de jóvenes en el año implementación del proyecto será de 4.826; en el tercer año de vida útil del proyecto se estima que esta cifra ascenderá a 5.470 y en el quinto año de vida útil esta cifra alcanzará 5945 demandantes del servicio.

ESTUDIO DE LA OFERTA DEL SERVICIO

Según la información obtenida y las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Nueva Loja, Pregunta N°07, cuadro N°11, se determinó que en este sector del País no se encuentra establecida ninguna Escuela de Modelaje, ya que el 100% de las personas encuestadas manifiestan que no existen academias de modelos en la Ciudad de Nueva Loja; motivo por la cual se concluye que “**no existe oferta**” de este tipo de servicios en el sector de influencia del proyecto.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Del análisis de la oferta se ha considerado que no existe una competencia en ningún lugar de la provincia de Sucumbíos lo que significaría que la

“oferta es cero”. Es importante destacar el interés que tiene un sector de la población por este tipo de empresas de modelaje según la información recopilada en el Estudio de la Demanda. (Pregunta N° 07 cuadro N° 11 ver pág. 64 y 65) Además de una investigación realizada a través de la página web del Servicio de Rentas Internas, se ha constatado que en el país existen 5 escuelas de modelos, las cuales están ubicadas en las ciudades de Quito, Guayaquil y Loja, con lo que se verifica que en la ciudad de Nueva Loja no existen empresas dedicadas a esta actividad económica. (Ver anexo N° 05)

DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR (*Balance Oferta-Demanda*)

El estudio de mercado realizado ha permitido determinar la demanda y oferta de servicios para aprendizaje de modelaje profesional en esta ciudad. Sobre la base de esta información se ha establecido la diferencia entre la demanda y oferta, lo que constituirá la demanda insatisfecha del proyecto.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

| CUADRO N° 17 | | | |
|---------------------|-------------------------|---------------|-----------------------------|
| AÑO | DEMANDA EFECTIVA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA |
| 2011 | 4826 | 0 | 4826 |
| 2012 | 5034 | 0 | 5034 |
| 2013 | 5248 | 0 | 5248 |
| 2014 | 5470 | 0 | 5470 |
| 2015 | 5702 | 0 | 5702 |
| 2016 | 5945 | 0 | 5945 |

FUENTE: Cuadro N° II y IG
ELABORADOR POR: La Autora

Confrontando la demanda versus la oferta, se establece que la demanda insatisfecha del servicio que prestará la Escuela de Modelaje para el año de implementación es de 4.826, para el tercer y quinto año de vida útil del

proyecto se estima que la demanda insatisfecha alcanzará las cifras de 5.470 y 5945 respectivamente.

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Se define la comercialización como el conjunto de actividades, en técnicas de marketing, planificadas y diseñadas para permitir que el servicio establecido por los directivos de la empresa, logren su eficiencia en calidad para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario. Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha, de acuerdo a la competencia y según el crecimiento de la población. Dentro de estos parámetros se analizará el servicio, precio, plaza y promoción que son elementos propios de la comercialización.

↑ Servicio

El servicio que la escuela de modelaje realizará, tiene como finalidad formar profesionales en modelaje, cuya formación considerará los diferentes estilos tales como modelaje en pasarela, modelaje publicitario, modelaje en televisión, baile, salud, lenguaje corporal, etiqueta, protocolo, fotografía, maquillaje, peinado, relaciones humanas, desarrollo de la personalidad, actuación, diseño de modas, etc. , que será distribuido de acuerdo a un cronograma distribuido en tres niveles, básico, medio y profesional, con duración de cuatro meses cada uno, logrando al cabo de un año obtener un certificado avalizado por el Ministerio de Educación.

Este servicio es el punto central del estudio del mercado. Los servicios serán comercializados teniendo siempre presente que lo básico será la satisfacción de los usuarios, por tanto sintetizando diremos que el servicio a ofrecerse es el de la formación integral de modelos, con diferentes alternativas educativas, de manera que el joven comprenda que esta institución tendrá la finalidad de formar ejemplo de jóvenes con buenos valores morales, costumbres de urbanidad y protocolo, distinción al vestir y caminar, etc., que harán de un individuo una persona distinguida y especial.

El presente proyecto es una alternativa de actividad para los jóvenes que deseen incursionar en el mundo del modelaje.

Precio

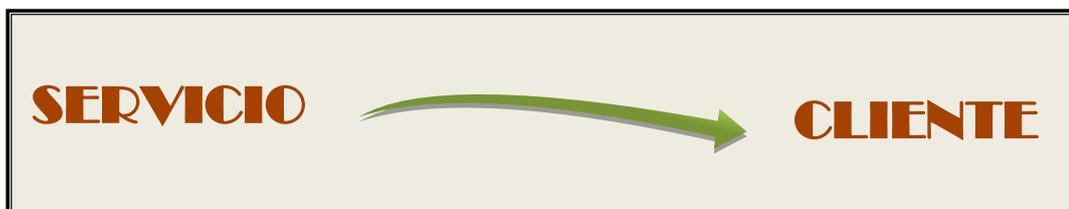
Es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio.

El precio establecido para ingresar a este nuevo centro de modelaje se ha considerado sobre la base de los precios de la competencia en otros sectores del país; también se considerarán los costos de producción y todos los costos que se incurran para la instalación e implementación de la Academia, además marginando el porcentaje de utilidad que la empresa planificará, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva del consumidor.

🏠 Plaza

La plaza se conoce como el sitio de intercambio de los productos y/o servicios, también se conoce como el lugar de transacciones que se encuentra entre los oferentes y demandantes de uno o varios productos o servicios que se encuentran disponibles a un precio definido en un momento determinado. Con estas consideraciones cualquier servicio que ingresa en el mercado tiene un lugar o un sector en donde los demandantes realizan la adquisición del servicio, en el caso actual del proyecto que se investiga tiene una plaza determinada, en la ciudad de Nueva Loja.

En el presente proyecto el canal de comercialización se lo hará en forma directa en el cual se relaciona al servicio directamente al usuario.



PROMOCIÓN

Los procesos de comercialización, tienen relación directa con la promoción y la publicidad del servicio que la empresa pondrá a disposición de los usuarios en el mercado.

Es cierto que la promoción es un concepto de varios criterios para la venta, sin embargo debe tomarse en consideración los más importantes como son, la promoción, publicidad y propaganda.

🏠 **La Promoción:** Constituye toda estrategia de mercado para estimular al usuario y por ese motivo ayudar al vendedor en su trabajo.

En el presente caso se utilizarán técnicas como becas, se elegirá el mejor modelo en todas las ramas que se impartirán, podrán ser parte de alguna portada de revista local, nacional e internacional, así mismo tendrá la oportunidad de participar en eventos de belleza y desfiles de moda.

🏠 **La Publicidad:** Significa la utilización de medios impresos, verbales o televisivos, por los que se debe pagar un valor a quienes realizan este tipo de actividad publicitaria, cuyo blanco es incentivar a los padres y jóvenes a inscribirse en este centro de modelaje.

La publicidad se realizará utilizando los diarios locales y la radio, cuyas cantidades se detallan en el Estudio Financiero cuadro N°42, en los que constan los valores a invertir en este rubro.

Logotipo



ELABORADOR POR: La Autora

En toda la publicidad que se realizará para dar a conocer la Escuela de Modelaje se colocará el Logotipo diseñado para tal fin, el cual se constituirá en la carta de presentación de la Escuela; permitiendo una fácil identificación de la misma.

🏛️ **La Propaganda:** Tiene como característica que es gratuita y se transmite entre las personas por la bondad o no del servicio; depende terminantemente de la calidad del servicio que tenga, sin descuidar la imagen y prestigio que debe tener la empresa frente al público.

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta por su incidencia que tiene sobre los niveles de las inversiones y costos que se calculen y por ende en su rentabilidad.

Así mismo, la decisión que se adopte sobre el tamaño, también nos determinará la estimación de los ingresos tanto para matrículas como para pensiones; sin embargo, es necesario recalcar que la determinación del tamaño responde básicamente a una demanda proyectada a futuro, así como a los recursos disponibles.

Capacidad Instalada

La capacidad Instalada se refiere al volumen de producción que se puede obtener con los recursos disponibles de una empresa en determinado momento (recursos como dinero, equipos, personal, instalaciones, etc.)

Para determinar la capacidad Instalada de la Escuela de Modelaje se consideró lo siguiente:

- ⌚ En virtud de que para un mejor proceso de enseñanza aprendizaje es preferible un número reducido de estudiantes y de acuerdo al área que va a poseer cada salón de trabajo se ha considerado que cada grupo de estudiantes estará integrado por 15 personas.
- ⌚ Se contratará a 4 Profesionales en las diferentes disciplinas que se impartirán en la Escuela, cuyos horarios serán distribuidos de tal manera que permita que los cuatro dicten su clase simultáneamente; es decir se trabajará con 4 grupos de jóvenes a la vez.
- ⌚ Para tal fin se dispondrá de infraestructura que permita brindar las clases en ambientes adecuados, es así que se dispondrá de un aula en la que se pueda dictar clases teóricas con capacidad para 15 personas, un salón de maquillaje, un salón de pasarela, y un salón de baile.
- ⌚ De acuerdo a la distribución de las horas de trabajo existirán 6 horarios de dos horas cada uno.

Por lo tanto:

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

| Cuadro N° 18 | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|---|------------------------|------------------------|
| Número de jóvenes por grupo (a) | Número de Grupos Simultáneos (b) | Total de Jóvenes en un horario (c= a*b) | Número de Horarios (d) | Total alumnos (e= c*d) |
| 15 | 4 | 60 | 6 | 360 |

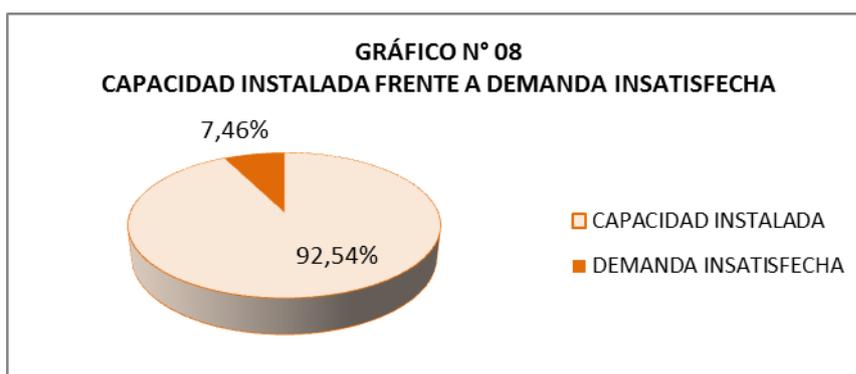
FUENTE: Investigación Directa
ELABORADOR POR: La Autora

La escuela de modelaje poseerá una infraestructura física suficiente para abarcar a la vez a 360 jóvenes hombres y mujeres de 14 a 28 años de edad de la ciudad de Nueva Loja, cifra que representa la capacidad instalada del proyecto a implementarse, cifra que representa el 7,46% frente a la demanda Insatisfecha.

CAPACIDAD INSTALADA FRENTE A DEMANDA INSATISFECHA

| CUADRO N° 19 | | |
|------------------------------|-------|---------------------|
| Demanda Insatisfecha 1er año | % | Capacidad Instalada |
| 4.826 | 7,46% | 360 |

FUENTE: Cuadro N° 17
ELABORADOR POR: La Autora



CAPACIDAD UTILIZADA DE LA PLANTA

Como se trata del lanzamiento de una nueva escuela relacionada con el modelaje, se ha creído conveniente iniciar en el primer año con una utilización del 80% de su capacidad instalada; se estima que se irá incrementando en un 5% anual, hasta alcanzar el 100%, conforme se vaya posicionando la nueva empresa en el mercado. La producción según los niveles señalados se presenta en el siguiente cuadro:

| CAPACIDAD UTILIZADA | | | |
|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------------------------|
| CUADRO N° 20 | | | |
| AÑO | DEMANDA INSATISFECHA | % CAPACIDAD UTILIZADA | CAPACIDAD UTILIZADA |
| 0 | | | |
| 1 | | 80% | 288 |
| 2 | | 85% | 306 |
| 3 | 360 | 90% | 324 |
| 4 | | 95% | 342 |
| 5 | | 100% | 360 |

FUENTE: Cuadro N° 18
ELABORADOR POR: La Autora

El proyecto iniciará con una capacidad utilizada de 288 jóvenes; en el tercer año de funcionamiento se estima llegará a brindar sus servicios a 324 jóvenes y en el quinto año de vida útil llegará a atender a los 360 jóvenes que representa el 100% de su capacidad instalada.

LOCALIZACIÓN.

El análisis de la ubicación del proyecto puede realizarse con distintos grados de profundidad, que dependen del carácter de factibilidad, prefactibilidad o

perfil de estudio, independientemente de ello, hay dos etapas necesarias que realizar: la selección de una macrolocalización; y, dentro de ésta, la de la microlocalización definitiva.

Macrolocalización.

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, ubicada al Nororiente del Ecuador. Se ha considerado este cantón en razón de ser la zona más poblada de la Amazonía ecuatoriana.

También es importante acotar que la ciudad de Nueva Loja, es un lugar que cuenta con todos los requerimientos necesarios para invertir en un proyecto de esta naturaleza. Además, existen otros incentivos en la provincia; es decir, la Región Amazónica es declarada Turística por sus exuberantes bellezas y parajes existentes en la Amazonia.

MACROLOCALIZACIÓN

| CUADRO N°20 | |
|---------------------------------------|--------------------------|
| País de Origen: | Ecuador |
| Región: | Amazónica |
| Provincia: | Sucumbíos |
| Ubicación de la Provincia: | En el Noroeste del país |
| Ciudad: | Nueva Loja |
| Clima: | Cálido Húmedo |
| Temperatura: | de 25° a 30° C. promedio |
| Altura sobre el nivel del mar: | 297 metros |

MACROLOCALIZACIÓN ESQUEMA DE LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA



MICROLOCALIZACIÓN.

Uno de los aspectos técnicos y básicos es la ubicación propicia y eficiente de la academia, que permita cumplir con los objetivos y lograr rentabilidad; para lo cual es necesario analizar las ventajas y desventajas en cuanto a las zonas, regiones, ciudadelas y sitios considerados como alternativa, siempre en términos de costos de operación, inversión y ambientes sociales; en este último rubro, en el caso de las empresas cuya producción estuviere atentando con el entorno, la ecología, etc., para ello, este punto debe ser prolijamente estudiado. Considerando que en el presente proyecto estos factores no existen.

Para determinar la microlocalización del proyecto se analizarán los siguientes factores locacionales de tres opciones de localización:

Localización A: Vía Quito Km 2 ½ a pocos metros del redondel del trabajador

Localización B: Zona 1 Calle Ambato y General Miguel Iturralde - Frente ESPEA

Localización C: Zona 3 Av. 20 de Junio y calle Venezuela - Diagonal a T.S.E.S

**RANGOS DE EVALUACIÓN
CUADRO N° 21**

| | | | | | | | | | |
|------|---|---|-------|---|---|---|------|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Baja | | | Media | | | | Alta | | |

OPCIONES DE LOCACIÓN

| CUADRO N ° 22 | | | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------------|-------------|----|------------|----|------------|---|-------------|
| Nº | FACTORES LOCACIONALES | P (%) | A | p | B | p | C | p |
| 1 | Viabilidad | 20% | 10 | 2 | 9 | 1,8 | 9 | 1,8 |
| 2 | Facilidades de Alquiler | 20% | 9 | 1,8 | 9 | 1,8 | 8 | 1,6 |
| 3 | Seguridad | 25% | 10 | 2,5 | 8 | 2 | 8 | 2 |
| 4 | Servicios básicos | 15% | 10 | 1,5 | 10 | 1,5 | 9 | 1,35 |
| 5 | Clientes potenciales | 20% | 10 | 2 | 8 | 1,6 | 7 | 1,4 |
| Valor Objetivo Localización | | 100% | | 9,8 | | 8,7 | | 8,15 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

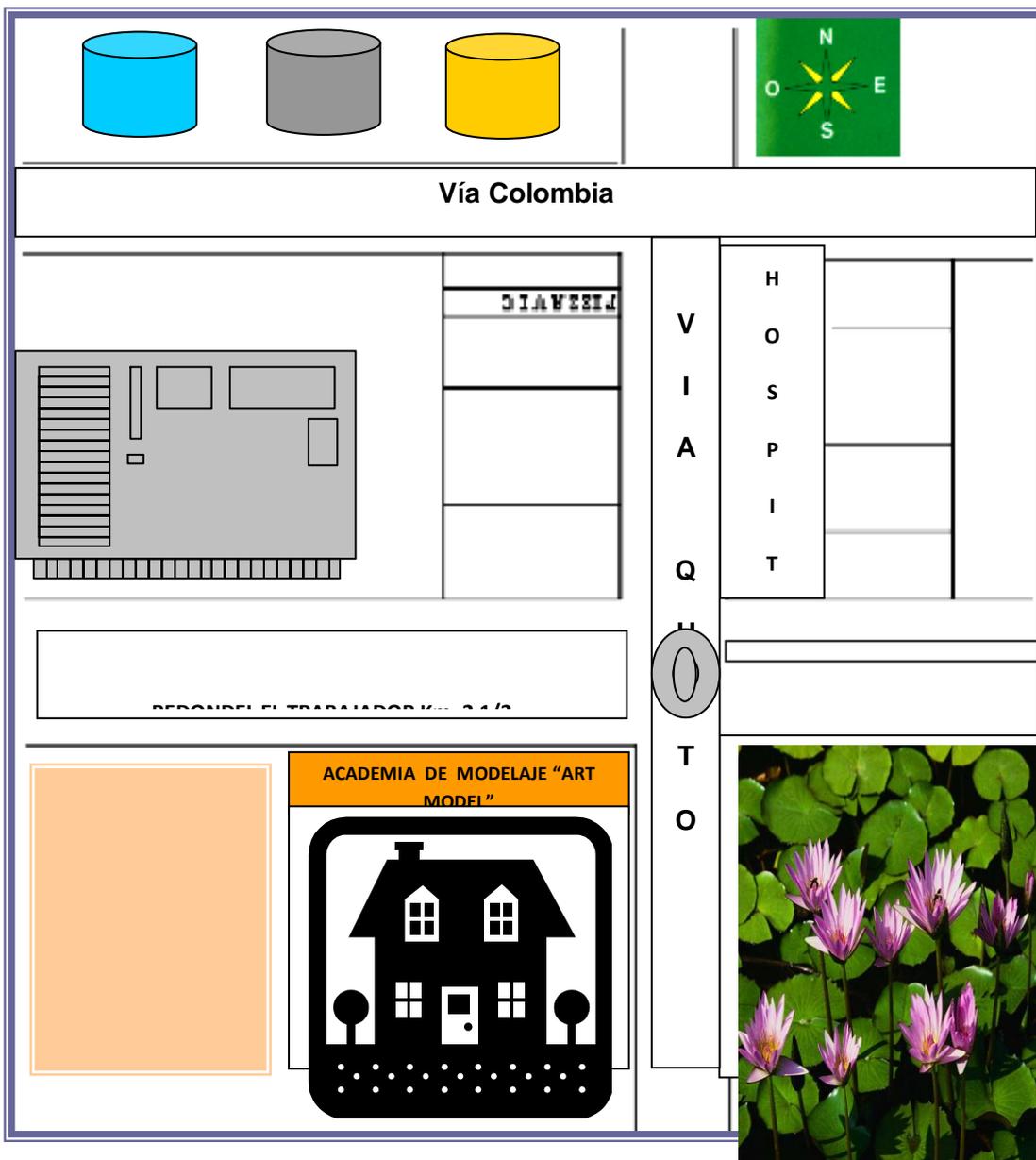
Tomando como referencia el análisis realizado se ratifica que la escuela de modelaje se ubicará en la en la vía Quito Km. 2 ½, a pocos metros del redondel del trabajador, en el camino desde la ciudad de Lago Agrio a Quito.

El lugar antes referido se lo determinó en función al análisis de los factores locacionales, cuya matriz ha permitido definir este sector; el cual se lo ha considerado por tratarse de una zona residencial de clase social media alta, lo que concita una serie de ventajas respecto a otros sitios de la ciudad.

La ciudadela se encuentra en la parte Nor-Oriental del centro de la ciudad, con amplios espacios para parqueamiento, seguridad y circulación vehicular. Es imprescindible que este local que va a ser rentado, cumpla con todos los requerimientos exigidos para que el personal de la empresa pueda trabajar con comodidad y a gusto. Por otra parte es importante recalcar la facilidad que existe de acceso al lugar, la disponibilidad de espacio físico suficiente par este tipo de servicios, la tranquilidad de esta zona residencial, lo que

hace que reúna las condiciones necesarias para el buen desempeño del personal, tanto operativo, como administrativo que labora en la empresa, y por ende, del rendimiento de los jóvenes estudiantes.

**MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA
GRÁFICO N° 10**



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

En la ingeniería debe demostrarse la factibilidad técnica de la aplicación de un proceso del servicio, el uso de maquinaria, equipos necesarios para la instalación de este nuevo centro; así como, el personal idóneo, tanto operativo como administrativo y, su distribución física que será en donde darán inicio a sus actividades diarias.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESTABLECIMIENTO

La Escuela de Modelos para su funcionamiento contará con una buena distribución de la planta; ya que, esta será la que proporcione condiciones de trabajo aceptables y que permitan la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para todo el personal que labore, y por ende también a los alumnos.

El local arrendado consta de dos plantas las mismas que para su funcionamiento se ha distribuido en el siguiente orden:

- ① La planta baja posee 284 metros cuadrados, espacio distribuido para el área administrativa salón social y baños.
- ① La segunda planta será el lugar destinado a las actividades diarias con los alumnos, esta consta de 284 metros cuadrados.

Para mejor comprensión ponemos a consideración la distribución física en el siguiente gráfico.

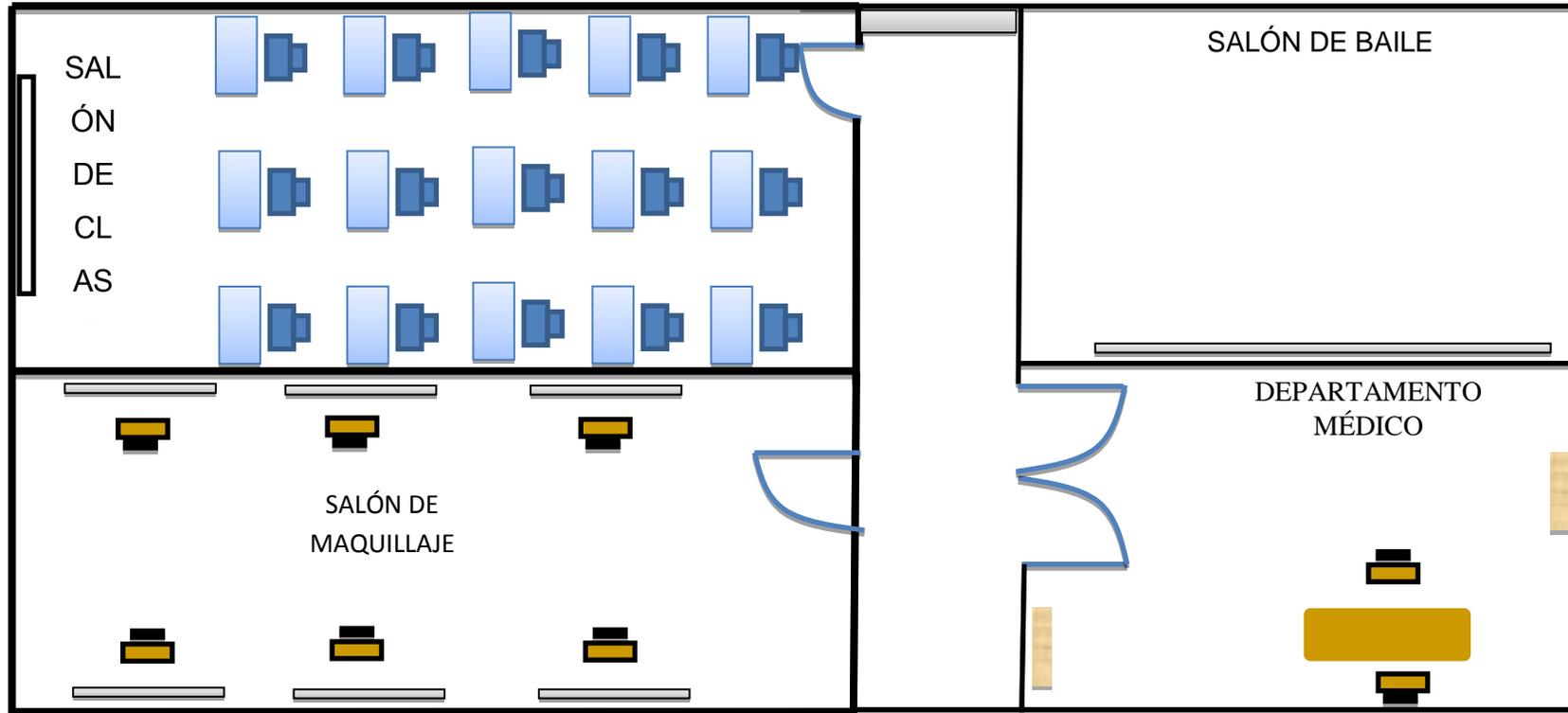


PRESENTACIÓN DE LA ECUELA DE MODELAJE “ART MODEL”
Primera Planta
GRÁFICO Nº 11





PRESENTACIÓN DE LA ECUELA DE MODELAJE ART MODEL Primera Planta GRÁFICO N° 12



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

PROCESO DEL SERVICIO

El proceso de la prestación de servicios de enseñanza de modelaje se inicia cuando el interesado se acerca a solicitar información acerca de horarios y costos, la secretaria procede a dar las indicaciones pertinentes indicando los niveles, duración y costos de matrícula, pensiones y formas de pago, si el cliente se decide procede a cancelar el dinero en la cuenta bancaria de la institución.

Una vez que es alumno cancela se debe acercar a secretaria a entregar el comprobante junto con los requisitos (copia de cédula), para que la secretaria proceda a su matriculación, además apertura el historial del alumno y archiva su carpeta.

El alumno debe asistir a las clases, las cuales están distribuidas de la siguiente manera: En la escuela recibirá dos horas diarias de clase dos días a la semana, por lo que existirán seis grupos, quienes recibirán clase de acuerdo al siguiente cuadro:

ASISTENCIA DE LOS ESTUDIANTES

| CUADRO Nº 23 | | | |
|--------------|-----------|---------|---------|
| Nº DE GRUPO | DÍAS | | HORARIO |
| | PRIMERO | SEGUNDO | |
| 1 | Lunes | Jueves | 15-17 |
| 2 | Lunes | Jueves | 18-20 |
| 3 | Martes | Viernes | 15-17 |
| 4 | Martes | Viernes | 18-20 |
| 5 | Miércoles | Sábado | 15-17 |
| 6 | Miércoles | Sábado | 18-20 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Los horarios se han establecido en atención a los datos obtenidos en la encuesta, en los cuales los jóvenes se inclinan por los horarios de la tarde y noche, puesto que en la mañana se dedican a sus estudios.

Cada uno de los 6 grupos recibirá dos horas de clases diarias, que a la semana serían 4 horas, dando un total de 16 horas al mes, y esto por los 4 meses que durará cada nivel, resulta 64 horas, tanto para el básico, medio y profesional, que en sí, al finalizar el curso habrán recibido un total de 192 horas, que es la totalidad de asistencia que cada alumno debería recibir por cada nivel.

El programa de producción de servicios para los cinco años de funcionamiento del proyecto se presenta en el siguiente cuadro.

TABLA DE ASISTENCIA DE LOS ESTUDIANTES

| CUADRO N° 24 | | | | | | |
|-----------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|
| HORARIO DE 15 - 17 PM | | | | | | |
| GRUPOS | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado |
| 1 | X | | | X | | |
| 3 | | X | | | X | |
| 5 | | | X | | | X |

| CUADRO N° 25 | | | | | | |
|-----------------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|
| HORARIO DE 18 - 20 PM | | | | | | |
| GRUPOS | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado |
| 2 | X | | | X | | |
| 4 | | X | | | X | |
| 6 | | | X | | | X |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Estos son los horarios establecidos para los jóvenes que deseen ingresar a la Escuela de Modelaje, quienes podrán escoger el horario que más les convenga.

Para su ingreso deberán realizar el correspondiente pago de matrícula para todo el curso de un año, seguidamente también cancela el primer pago de pensión, y así sucesivamente cada mes hasta terminar el primer nivel básico que tiene una duración de 4 meses.

Lo jóvenes tienen el compromiso asistir normalmente y aprobar el primer NIVEL BÁSICO que será el punto de partida de una serie de conocimientos imprescindibles, que tendrán su continuación en los periodos subsecuentes, teniendo obligatoriamente que aprovechar las 64 horas que se impartirán en el lapso de 4 meses, el mismo que se encontrará distribuido en horarios de dos días a la semana.

A continuación se presenta un caso ilustrativo para el primer grupo que asistirá a clases los lunes y jueves en el horario de 15h00 a 17h00 de la semana y estas son las materias que recibirá:

↑ **Lunes:** El alumno recibirá en su primera hora de clases los conocimientos de tres materias que son: Desarrollo de la personalidad, relaciones humanas, y todo lo relacionado a la salud del cuerpo, con nutrición y formas dietéticas muy adecuadas. Todos los

días lunes podrán recibir conocimientos de estas materias, claro que si en un día lunes enseño desarrollo de la personalidad; el otro lunes a la primera hora verán relaciones humanas; y, así sucesivamente. En su segunda hora conocerá lo referente a modelaje en pasarela.

🏠 **Jueves:** En la primera hora recibirán normas de urbanidad en todo lugar público y privado. Segunda hora baile moderno, gimnasia, aeróbicos, etc.

De esta misma forma se enseñará a los cinco grupos más, obteniendo los primeros conocimientos básicos de esta profesión.

Una vez que se han finalizado los primeros cuatro meses correspondientes al nivel básico el alumno debe realizar el quinto pago de pensión mensual para continuar sus estudios en el NIVEL MEDIO.

En este Nivel el alumno deberá asistir 4 meses más, dos horas diarias por dos días a la semana; es decir este nivel también tiene una duración de 64 horas de clase. A continuación se presenta un caso ilustrativo del Segundo Nivel.

🏠 **Lunes:** En la primera hora de 15h00 a 16h00, recibirá expresión corporal y en la segunda hora de 16h00 a 17h00, modelaje en fotografía y publicidad.

🏠 **Jueves:** En la primera hora de 15h00 a 16h00, recibirá maquillaje, peinados, vestimenta, diseños, etc. En la siguiente hora de 16h00 a 17h00, se verá, danza, baile, y ritmos clásicos.

Y de esta manera se procederá a enseñar a los 5 grupos restantes, que una vez aprobado este nivel, estarán listos para terminar el último nivel profesional.

En el noveno mes el alumno deberá realizar otro pago mensual para ingresar al NIVEL PROFESIONAL, y de igual manera cancelar el resto de meses hasta haber cancelado un total de 12 mensualidades que es lo que dura todo el curso.

De igual manera se presenta un caso ilustrativo referente a los conocimientos que los alumnos recibirán en el Nivel Profesional durante cuatro meses de formación:

🏠 **Lunes:** En la primera hora de 15h00 a 16h00, reciben materias de lenguaje corporal parte dos, meditación, etc. Segunda hora, clases de 16h00 a 17h00, modelaje en televisión, actuación, etc.

🏠 **Jueves:** De 15h00 a 16h00, reciben todo lo relacionado a la etiqueta, protocolo y glamour, etc. Y de 16h00 a 17h00, todo lo relacionado a bailes clásicos de diferentes partes del mundo.

Así mismo se procederá a impartir los conocimientos del nivel profesional para el resto de grupos.

Una vez concluidos los tres niveles de preparación el alumno estará en capacidad de desenvolverse en un mundo complejo y competitivo, donde actualmente la impresión que da cada persona, ya sea en el trato, en sus costumbres, relaciones con el mundo social tanto público y privado, normas de etiqueta, vestimenta, las buenas maneras de dirigirnos y comportarnos, siempre será la carta de presentación para una buena imagen.

Cuando el alumno aprueba los tres niveles se procede a la entrega un certificado avalizado por el Ministerio de Educación y Cultura

Simbología Utilizada



Inicio o fin del proceso



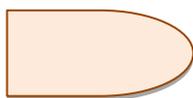
Operación: Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento



Documento: Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.



Transporte: Indica cada vez que un documento se mueve o traslada a otra oficina y/o funcionario



Demora: Indica cuando un documento o el proceso se encuentra detenido, ya que se requiere la ejecución de otra operación o el tiempo de respuesta es lento.

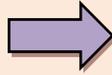


Almacenamiento: Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.



Inspección: Indica cada vez que un documento o paso del proceso se verifica, en términos de la calidad, cantidad o características. Es un paso de control dentro del proceso.

FUJOGRAMA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ENSEÑANZA DE MODELAJE

| ACTIVIDADES |  |  |  |  |  |  |  | TIEMPO |
|--|--|---|---|---|---|---|---|--------------|
| Alumno solicita información acerca de matrículas |  | | | | | | | 5 min |
| Secretaria Informa horarios y precios de matrículas y pensiones | |  | | | | | | 10 min |
| Alumno procede al pago de la matrícula y pensión mediante el depósito del dinero en la cuenta bancaria de la institución | | | | | |  | | 15 min |
| Secretaria recibe comprobante de pago y verifica su autenticidad | | |  | |  | | | 5 min |
| Secretaria procede a matricular al alumno. | | | | | | | | 10 min |
| Secretaria apertura el Historial del alumno y procede a su archivo | | | | | |  | | 5 min |
| Inicio de Clases | | | |  | | | | 10 min |
| TIEMPO | | | | | | | | 60min |

Elaborado por: La Autora

PROGRAMA DE ESTUDIOS.

En la academia de modelaje se conocerá, asignaturas relacionadas a las buenas costumbres, modales, relaciones públicas, etc. Que son parte indispensable del diario vivir en la sociedad; ya que, de alguna manera también influirán en cualquier medio de trabajo que realiza cualquier persona. El curso tiene la duración de 1 año con tres niveles: Básico, Medio y Profesional. Cada nivel durará 4 meses, al término del mismo se recibirá un Certificado avalizado por el Ministerio de Educación.

a) NIVEL BÁSICO: (primer grupo en su horario de 15h00 a 17h00, recibe clases los lunes y jueves con dos horas diarias, total a la semana 4 horas).

Lunes: 15h00 a 16h00- Desarrollo de la personalidad, relaciones humanas, salud del cuerpo;

Lunes: 16h00 a 17h00- Modelaje en pasarela y estilos de caminar;

Jueves: 15h00 a 16h00- Normas de urbanidad en lugares públicos y privados;

Jueves: 16h00 a 17h00- Baile moderno, gimnasia, aeróbicos, etc.

b) NIVEL MEDIO: (primer grupo en su horario de 15h00 a 17h00, recibe clases los lunes y jueves con dos horas diarias, total a la semana 4 horas).

Lunes: 15h00 a 16h00- expresión corporal primera parte;

Lunes: 16h00 a 17h00- Modelaje publicitario, fotografía y comerciales, etc.;

Jueves: 15h00 a 16h00- Maquillajes, peinados, diseño de modas, etc.;

Jueves: 16h00 a 17h00- Danza, ballet, bailes clásicos, etc.

c) NIVEL PROFESIONAL: (primer grupo en su horario de 15h00 a 17h00, recibe clases los lunes y jueves con dos horas diarias, total a la semana 4 horas).

Lunes: 15h00 a 16h00- Lenguaje corporal segunda parte;

Lunes: 16h00 a 17h00- Modelaje en TV, actuación, etc.;

Jueves: 15h00 a 16h00- Maquillajes, peinados, diseño de modas, etc.;

Jueves: 16h00 a 17h00- Bailes clásicos de diferentes países, etc.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La forma de la organización es muy importante. Pues de ella dependerá la capacidad de reacción de la empresa frente a los cambios que puedan ocurrir o las necesidades que puedan crearse.

La empresa la Escuela de Modelaje “ART MODEL”, ha decidido formarse como una compañía de Responsabilidad Limitada

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Organización Legal y Administrativa

Para la organización jurídica y motivada por la idea de incentivar la inversión en nuestra provincia, se ha previsto la implementación de una **compañía de Responsabilidad Limitada**, se regirán en las normas.

Estructura Legal

La implementación de la escuela de modelaje en la ciudad de Nueva Loja se conformará como una compañía de Responsabilidad Limitada, con un paquete accionario de 20.687 acciones con un valor nominal de 1usd. Por cada acción.

Por cuestiones de legalidad una vez que haya sido realizada la escritura pública y constando la misma en el reglamento interno y orgánico funcional, según lo dispuesto en el artículo 150 de la Ley de Compañías, se inscribirá en el Registro Mercantil. En lo referente al pago de impuestos y tributación la antes mencionada Sociedad Anónima, se regirá conforme a lo dispuesto en el Código Tributario vigente.

Esta compañía de Responsabilidad Limitada, cuyo fin es la formación integral de las personas en la rama artesanal del modelaje, se regirá por lo dispuesto en la Ley de Educación específicamente a lo académico. Esta escuela de Modelaje se regirá de acuerdo con la Ley de Educación y Cultura vigentes en nuestro país.

Datos de la Empresa:

- **Domicilio:** Ciudad de Nueva Loja “Calles Avenida Quito, junto al redondel del trabajador”
- **Capital Social** es de 30.687,18 dólares
- **Razón Social:** “Escuela de Modelos - “ART MODEL Cía. Ltda.”
- **Objeto Social:** Formar Modelos profesionales.
- **Número de accionistas:** mínimo 3 personas
- **Duración de la Empresa:** 5 años

ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL ADMINISTRATIVA**Determinación de Niveles Jerárquicos**

Toda empresa tiene una estructura general y constituida por un sistema de cometidos funcionales y jerárquicos, enlazados entre sí y orientados hacia el fin común de producir bienes o servicios, este sistema de cometidos viene a formar una estructura orgánica, adaptada en cada caso a las características de la empresa y de las circunstancias que le rodean.

Los Niveles jerárquicos que comprenderá la estructura administrativa de la empresa son los siguientes:

Nivel Legislativo

Cumple con la función de legislar sobre las políticas que debe seguir la organización, establecer procedimientos, dictar reglamentos ordenanzas y

resoluciones, etc., y decidir sobre los aspectos de mayor importancia que se presenten en la Institución. Este nivel lo conforma la Junta General de socio.

Nivel Directivo

Este representa el segundo nivel jerárquico sus funciones son la planificación, organización, dirección y ejecución del proceso productivo y administración general de la empresa. El nivel ejecutivo o directivo es impersonal, cuando existe un presidente, director o gerente, cualquier de ellos será el responsable, de todas las actividades que se desarrollen en la empresa. En el presente caso existirá un Gerente y a la vez Director.

NIVEL ASESOR

Tiene como función asesorar, aconsejar e informar respecto a los asuntos jurídicos que quieran los directivos y personal de la Academia. La asesoría Jurídica no es permanente, la realiza un profesional del derecho que no pertenece a la empresa, por lo tanto se recurrirá a él cuando la situación lo amerite. Ejm. El Doctor en Leyes.

Nivel de Apoyo o Auxiliar

Las funciones de este nivel son las de ejecutar actividades administrativas de rutina y de servir como un apoyo a otros niveles administrativos. El grado de autoridad es mínimo, y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles superiores. Está conformado por la secretaría, y Guardianía.

Nivel Operativo

Se encarga de la formación de los futuros modelos. En este nivel se encuentran los departamentos o secciones que se encargan de la marcha operativa de la Escuela de Modelaje. Este nivel es el que realmente brinda el servicio de educación a los jóvenes, o sea es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa y de ejecutar las órdenes emanadas por los órganos Legislativo y Ejecutivo. A este nivel pertenecen los profesores de las diferentes áreas.

Niveles Administrativos de la Organización de la Empresa:

- **Nivel Legislativo:** Junta General de Accionistas (3 socios)
- **Nivel Directivo:** Gerente
- **Nivel Asesor:** Asesoría Jurídica
- **Nivel Apoyo o Auxiliar:** Secretaria
- **Nivel Operativo:** Todas las personas que intervienen directamente entregando el servicio de la Academia de Modelos en este caso profesores y el jefe de marketing.

ORGANIGRAMAS

Organigrama Estructural

Es la representación esquemática, básica de la empresa, la misma que permite determinar los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad entre los diferentes departamentos, unidades o secciones que conforman la estructura administrativa de la Escuela de Modelos.

Organigrama Funcional

Consiste en representar gráficamente las funciones básicas de una unidad administrativa. El Organigrama que se representa en el proyecto es un resumen de las funciones detalladas en el manual correspondiente, y como finalidad tiene visualizar las diferentes funciones que cumplen los miembros de personal de los departamentos y secciones de la empresa.

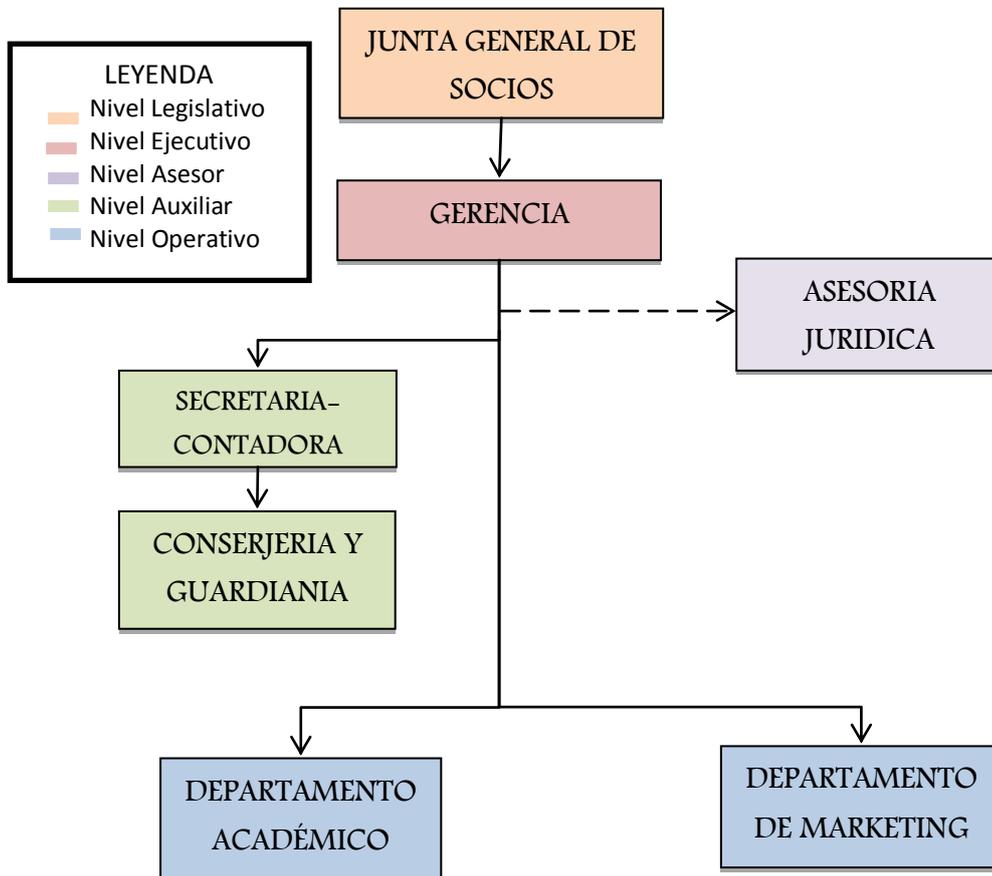
Organigrama Posicional

Es la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una Empresa o Entidad (Jefe de Personal de Contabilidad Técnico en Servicios de Producción, Director Administrativo, Financiero. etc.)



ESCUELA DE MODELAJE “ART MODEL Cía. Ltda.”

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

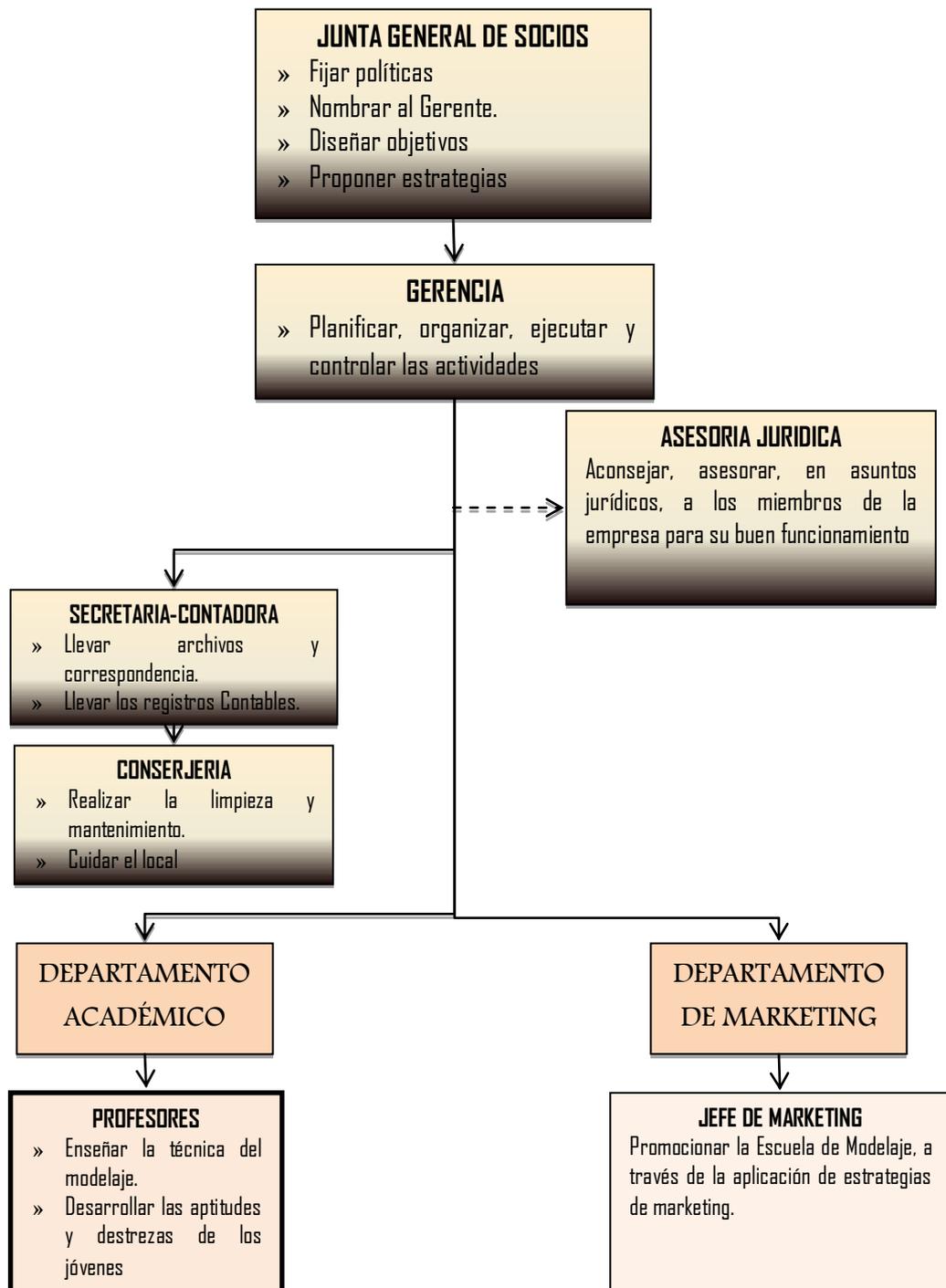


Elaborado por: La Autora



ESCUELA DE MODELAJE “ART MODEL Cía. Ltda.”

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

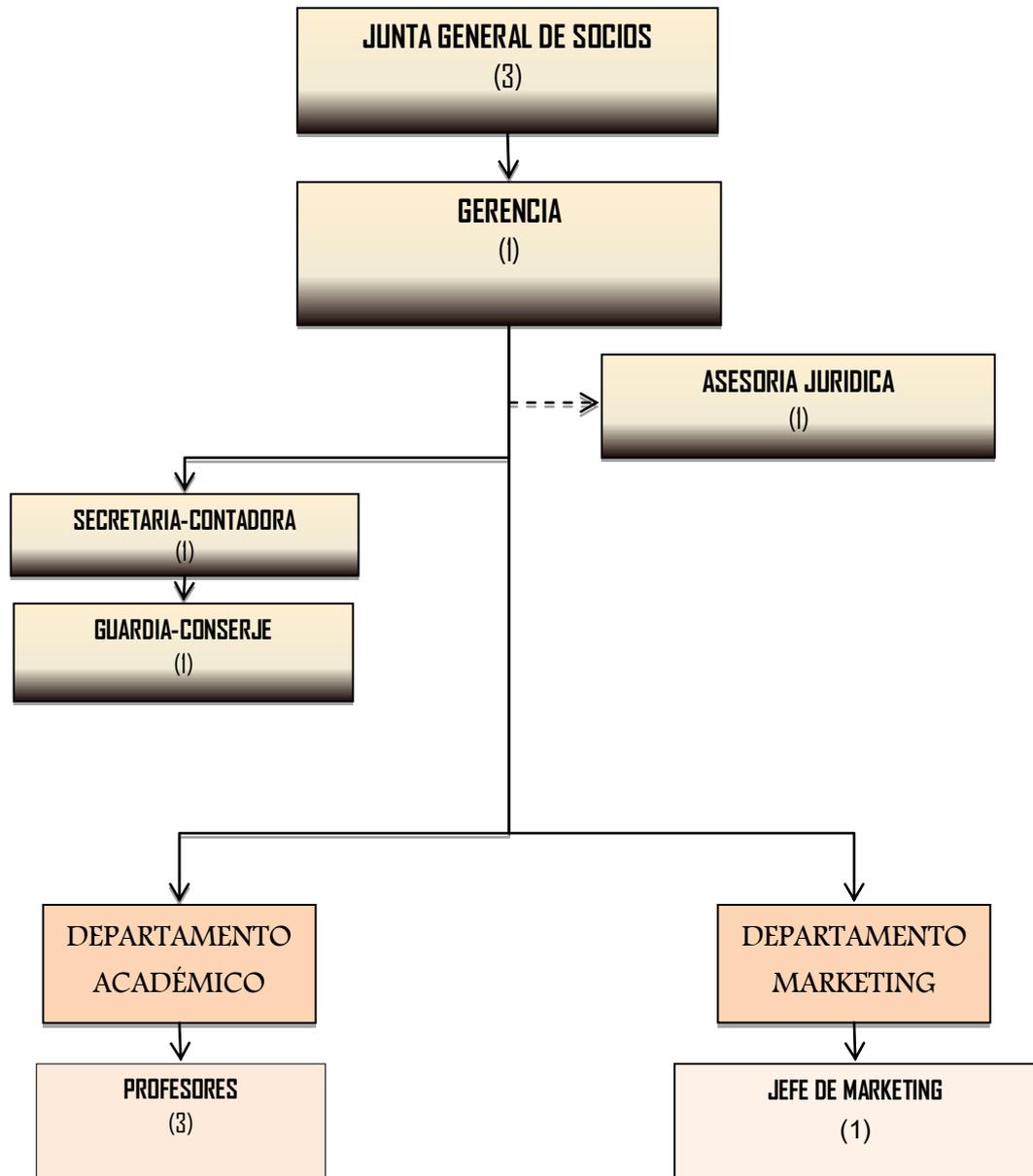


Elaborado por: La Autora



ESCUELA DE MODELAJE “ART MODEL Cía. Ltda.”

ORGANIGRAMA POSICIONAL



Elaborado por: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES

El manual es fuente de información en la que todos los cargos de la empresa encontrarán la descripción clara de las diferentes tareas o actividades a desarrollar, obligaciones y deberes que le son impuestos y objetivos que deben cubrir.

Descripción de Funciones



ESCUELA DE MODELOS “ART MODEL” MANUAL DE FUNCIONES

DE LA: Junta General de Accionistas

NIVEL JERARQUICO: Nivel Legislativo

SUBALTERNOS: Todos

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Legislar y normar los aspectos de mayor importancia para la empresa.

FUNCIONES:

- » Dictar políticas, normas procedimientos y reglamentos para la buena marcha de la empresa.
- » Nombrar al Gerente de la Cía.
- » Conocer y resolver sobre las cuentas, sus balances e informes de administración.
- » Resolver sobre la forma de repartición de utilidades.
- » Resolver cualquier asunto que no sea competencia del administrador y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

- » Ser accionista de la empresa.

RESPONSABILIDAD:

- » Legislar las políticas que seguirá la organización.



ESCUELA DE MODELOS “ART MODEL”
MANUAL DE FUNCIONES

CODIGO: 01

TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE

NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo

SUBALTERNOS: Todo el personal de la institución excepto los accionistas

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades de la Academia.

FUNCIONES:

- » Asesorar y coordinar al equipo de trabajo en la organización general del centro en actividades tales como: Horario, distribución de dependencias y actividades de acuerdo a sus aptitudes y preferencias.
- » Planificar y organizar conjuntamente con los maestros en la especialidad de modelaje, las actividades educativas, ciclos de trabajo, distribución por edades y períodos de tiempo.
- » Supervisar diariamente las actividades de la escuela.
- » Asesorar a todo el personal grupal o individualmente.
- » Organizar reuniones técnicas y de perfeccionamiento del personal.
- » Supervisar el ingreso y salida de los jóvenes.

- » Autorizar la salida de estos fuera del horario habitual; y mantener entrevistas con los padres de familia.
- » Elaborar reglamentos internos y controlar su cumplimiento.
- » Prever programas de entretenimiento y capacitación del personal.

REQUISITOS:

- » Título de Ingeniería Comercial y Título profesional en Modelaje.
- » Experiencias de dos años de manejo de este tipo de escuelas.

RESPONSABILIDAD:

- » Es responsable por la gestión y desempeño de toda la institución.



ESCUELA DE MODELOS “ART MODEL”
MANUAL DE FUNCIONES

CODIGO: 02

TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

NIVEL JERÁRQUICO: Asesor

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

SUBALTERNOS: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Aconsejar, asesorar respecto asuntos jurídicos relacionados con la buena marcha de la empresa.

FUNCIONES:

- » Asesorar, informar, preparar, proyectar en materia jurídica a los ejecutivos y demás niveles administrativos de la Academia.
- » Preparar reglamentos del personal. Resolver consultas legales, y ejercer la defensa judicial de los intereses de la empresa.
- » Intervenir como conciliador de problemas de manera extra judicial, en los que se encuentre comprometida la empresa.
- » Este nivel no tendrá autoridad de mando, sino autoridad funcional.
- » Asesorar especialmente a los órganos directivos o ejecutivos y operaciones.

CARACTERÍSTICAS:

Este puesto se caracteriza por no tener autoridad y tomar decisiones para la empresa, a excepción de que deberá responder ante la gerencia por todo tipo de litigio por trámites judiciales.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN SUPERIOR: Título profesional Abogado en Jurisprudencia o Doctor en Derecho.

EXPERIENCIA:

Tener por lo menos dos años de experiencia en ejercicio profesional.

RESPONSABILIDAD:

Asesorar adecuadamente en materia legal a fin de evitar cualquier contratiempo que afecte los intereses y el prestigio de la empresa.



ESCUELA DE MODELOS “ART MODEL”
MANUAL DE FUNCIONES

CODIGO: 03

TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA

NIVEL GERÁRQUICO: Nivel de Apoyo

SUBALTERNOS: Conserje

NATURALEZA DEL TRABAJO: Control ordenado del movimiento contable de la empresa y colaboración directa a los ejecutivos principales.

FUNCIONES:

- » Informar sobre todos los servicios que presta la Empresa, y atender a las personas que necesitan entrevistas con el gerente.
- » Redactar, Organizar y remitir la correspondencia interna y externa, que se requiera para el cumplimiento de las actividades de la institución que fueren ordenadas por sus superiores.
- » Garantizar que las comunicaciones se remitan con los requisitos necesarios y que las habilite como oficiales de la Institución.
- » Controlar y supervisar el funcionamiento de un correcto proceso financiero, como parte del sistema de contabilidad.
- » Mantener centralizada y actualizada la contabilidad.
- » Establecer y revisar el sistema de costos más adecuados, a fin de que la Academia siempre cuente con un sistema garantizado para

el cálculo de los costos del servicio.

- » Preparar y presentar informes mensuales y anuales para conocimientos, ya sea de ganancias o pérdidas a la Junta General de socios sobre la situación financiera de la empresa.
- » Las demás que le ordenen el jefe inmediato superior de acuerdo con las funciones inherentes a su cargo.

CARACTERÍSTICAS:

Este puesto se caracteriza por tener comunicación directa con los alumnos, por lo que se requiere una buena comunicación interpersonal.

REQUISITOS:

TÍTULO: Tener título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoria.

EXPERIENCIA:

Experiencia en este trabajo mínimo un año en funciones contables.

RESPONSABILIDAD:

Es responsable por elaborar y mantener la contabilidad y las operaciones derivada de ella, por los desembolsos de caja, por dineros recibidos, por cancelación de matrículas y pensiones por parte de los alumnos, es decir tener al día los estados financieros y entregar cuentas a los máximos personeros de la empresa.



ESCUELA DE MODELOS “ART MODEL”
MANUAL DE FUNCIONES

CODIGO: 04

TITULO DEL PUESTO: GUARDIA-CONSERJE

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel de Apoyo

SUBALTERNOS: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO: Mantenimiento de la limpieza del centro en general y otras disposiciones que se le ordene por parte de sus superiores.

FUNCIONES:

- » Realizar el trabajo de limpieza de las oficinas y aulas de la institución.
- » Vigilar la seguridad de las instalaciones.
- » Cumplir con todas las demás disposiciones que sean emanadas, por el intermedio superior.
- » Realizar todo tipo de trámites internos y externos de la empresa.
- » Realizar actividades compatibles con los servicios generales.

CARACTERÍSTICAS:

Se requiere una buena comunicación interpersonal.

REQUISITOS:**TÍTULO:** Bachiller.**EXPERIENCIA:**

Ninguna

RESPONSABILIDAD:

Será responsable por los muebles y equipos de oficina a los cuales realiza la limpieza.



ESCUELA DE MODELOS "ART MODEL"
MANUAL DE FUNCIONES

CODIGO: 05

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE MARKETING

NIVEL GERÁRQUICO: Nivel Operativo

SUBALTERNOS: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Coordinar las actividades destinadas a la promoción, venta, mercadeo de la empresa y servicio al cliente

FUNCIONES:

- » Establecer las políticas de ventas y controlar que se cumplan.
- » Proponer sistemas para la fijación de precios y diseñar programas promocionales
- » Controlar la administración de mercadeo.
- » Las demás que le ordenen el jefe inmediato superior de acuerdo con las funciones inherentes a su cargo.

CARACTERÍSTICAS:

Este puesto se caracteriza por tener comunicación directa con los alumnos, por lo que se requiere una buena comunicación interpersonal

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN SUPERIOR: Título de Ingeniero Comercial

EXPERIENCIA:

- » Dos años en función similares

RESPONSABILIDAD:

- » Es responsable de la difusión de la imagen de la escuela a nivel provincial.



ESCUELA DE MODELOS “ART MODEL”

MANUAL DE FUNCIONES

CODIGO: 06

TITULO DEL PUESTO: EDUCADOR (A) PROFESIONAL EN MODELAJE.

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo

SUBALTERNOS: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO: El educador o educadora en el modelaje, en su continuo contacto con el joven, tendrá que enriquecer los procesos de comunicación y aprendizaje, organizar actividades para que el joven se familiarice con los objetos y el ambiente institucional.

FUNCIONES:

- » Ayudar a desarrollar las diferentes capacidades, aptitudes, habilidades, destrezas.
- » Organizar, platicar, dirigir, ejecutar y evaluar programas orientados a ambientación social e intelectual.
- » Evaluar y guiar metodologías, contenidos e instrumentos de trabajo, a fin de que se puedan interactuar en el núcleo familiar.

CARACTERÍSTICAS:

Este puesto se caracteriza por tener comunicación directa con los alumnos, por lo que se requiere una buena comunicación interpersonal

REQUISITOS:

TITULO: Profesional de Modelaje

EXPERIENCIA:

Un año de trabajo en este campo del modelaje

RESPONSABILIDAD:

Lograr que todos los alumnos al término de cada ciclo, estén en capacidad de desenvolverse en cada una de las materias que se aplican para que el joven perfecciones cada una de sus habilidades artísticas.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero considera la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos a lo largo del horizonte de la planeación, el monto de la inversión fija y flexible, las formas de financiamiento para la operación y la evaluación para conocer la utilidad y la calidad de la inversión del proyecto.

En el presente apartado se detallará las inversiones necesarias para poder cuantificar el proyecto

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Una vez conocido los diversos requerimientos para el proyecto, se procede a estimar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

Las inversiones afectadas antes de la puesta en marcha del proyecto pueden agruparse en tres tipos:

- Activos Fijos o Tangibles,
- Activos Diferidos o Intangibles y
- Capital de Trabajo o de Operación.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los

insumos o que sirvan de apoyo a las operaciones normales de cualquier tipo de proyecto, sea este de producción o servicios. Los activos fijos están sujetos a depreciación, lo cual afectará el resultado de los estados financieros, por su efecto sobre el cálculo de los impuestos. La empresa estará equipada por los siguientes activos fijos.

Equipo y Herramientas

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de prestación del servicio. Se detalla a continuación:

EQUIPO Y HERRAMIENTAS DEL ÁREA OPERATIVA

CUADRO N° 26

| Cant. | Detalle | Unidad | Valor Unitario | Valor Total |
|---------------------------|-------------------------|--------|----------------|------------------|
| EQUIPO AUDIOVISUAL | | | | |
| 2 | Cámaras fotográficas | u | 1.200,00 | 2400,00 |
| 2 | Filmadoras | u | 1,500,00 | 3.000,00 |
| 2 | DVD | u | 180,00 | 360,00 |
| 2 | Plasmas de 42" pulgadas | u | 750,00 | 1500,00 |
| 2 | Data show | u | 1.500,00 | 3.000,00 |
| EQUIPO DE AUDIO | | | | |
| 2 | Equipo de sonido | u | 500,00 | 1.000,00 |
| 2 | Amplificadores | u | 300,00 | 600,00 |
| HERRAMIENTAS | | | | |
| 2 | Balanzas | u | 50,00 | 100,00 |
| 2 | Termómetros | u | 30,00 | 60,00 |
| 1 | Microondas | u | 150,00 | 150,00 |
| 2 | Licuada | u | 85,00 | 85,00 |
| 2 | Dispensador de Agua | u | 100,00 | 200,00 |
| 1 | Refrigeradora | u | 600,00 | 600,00 |
| | | | TOTAL | 13.055,00 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Muebles y Enseres

Se relaciona con los muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa.

MUEBLES Y ENSERES

Mobiliario de Planta

CUADRO N° 27

| Cant. | Detalle | Unidad | Valor Unitario | Valor Total |
|-------|--|--------|----------------|-----------------|
| 16 | Sillas con corosil | u | 18,00 | 240,00 |
| 6 | Sillas giratorias (salón de belleza) | u | 50,00 | 300,00 |
| 15 | Mesas individuales | u | 30,00 | 450,00 |
| 2 | Escritorio | u | 85,00 | 170,00 |
| 2 | Pizarra de tinta líquida | u | 150,00 | 300,00 |
| 1 | Pasarella de madera | u | 1.200,00 | 1.200,00 |
| 12 | Colchonetas | u | 30,00 | 360,00 |
| 1 | Bisutería de Belleza | juego | 1.000,00 | 1.000,00 |
| 6 | Espejos medianos (salón de maquillaje) | u | 30,00 | 180,00 |
| 3 | Espejos grandes (salón de baile) | u | 50,00 | 150,00 |
| 2 | Armarios de madera | u | 180,00 | 360,00 |
| | | | TOTAL | 4.710,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Mobiliario de Administración

CUADRO N° 28

| Cant. | Detalle | Unidad | Valor Unitario | Valor Total |
|-------|----------------------------|--------|----------------|-----------------|
| 1 | Sillón tipo Gerencia | u | 150,00 | 150,00 |
| 1 | Escritorio Tipo Gerente | u | 240,00 | 240,00 |
| 1 | Escritorio Tipo Secretaria | u | 140,00 | 140,00 |
| 4 | Sillas de Corosil | u | 18,00 | 72,00 |
| 1 | Juego de muebles | u | 620,00 | 620,00 |
| 3 | Archivador | u | 95,00 | 285,00 |
| | | | TOTAL | 1.507,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Equipo de Oficina

Dentro de este rubro se encuentra las inversiones destinadas del servicio al cliente.

EQUIPO DE OFICINA

| CUADRO N° 29 | | | | |
|--------------|---------------------|--------|------------|---------------|
| Cant. | Detalle | Unidad | Valor unit | Total |
| 2 | Grapadora | u | 8,00 | 16,00 |
| 2 | Perforadoras | u | 5,00 | 10,00 |
| 1 | Teléfono FAX | u | 150,00 | 150,00 |
| 1 | Sumadora 12 dígitos | u | 80,00 | 80,00 |
| TOTAL | | | | 256,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Equipo de Computación

Este rubro comprende todos los desembolsos realizados para dotar de las herramientas necesarias al área administrativa de la Escuela de Modelaje

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

| CUADRO N° 30 | | | | |
|--------------|--|--------|------------|-----------------|
| Cant. | Detalle | Unidad | Valor unit | Total |
| 2 | Computadores Pentium IV | u | 700,00 | 1.400,00 |
| 1 | Portátil ACER clone | u | 750,00 | 750,00 |
| 2 | Impresoras SAMSUNG ML-2010 Mono laser Printer | u | 150,00 | 300,00 |
| 1 | Impresora Matricial | u | 150,00 | 150,00 |
| TOTAL | | | | 2.600,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Como la vida útil de los equipos de cómputo es de tres años es importante que esos equipos sean cambiados después de haber cumplido su vida útil, ello se lo realizara en el cuarto año de funcionamiento, para lo cual se considera un incremento del 30 % en su valor.

REPOSICIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

| CUADRO N° 31 | | | | |
|--------------|---|--------|------------|-----------------|
| Cant. | Detalle | Unidad | Valor unit | Total |
| 2 | Computadores Pentium IV | u | 910,00 | 1.820,00 |
| 1 | Portátil ACER clone | u | 975,00 | 975,00 |
| 2 | Impresoras SAMSUNG ML-2010 Mono laser Printer | u | 195,00 | 390,00 |
| 1 | Impresora Matricial | u | 195,00 | 195,00 |
| TOTAL | | | | 3.380,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Inversión en Activo Diferido

Constituyen las inversiones intangibles que son necesarias para realizar el estudio de factibilidad del proyecto, los gastos de constitución de la empresa, etc. que se amortizan en los primeros 5 años de vida útil del proyecto.

Se agrupan los valores correspondientes a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, se incurre en estos costos por efectos de ciertos requerimientos de activos intangibles entre los que tenemos.

ACTIVOS DIFERIDOS

| CUADRO N° 32 | | |
|---------------------|------------------------------|-------------------|
| Cantidad | Detalle | Valor unit |
| 1 | Estudios preliminares | 1.000,00 |
| 1 | Permisos de funcionamiento | 1.200,00 |
| 1 | Adecuaciones e instalaciones | 3.000,00 |
| TOTAL | | 5.200,00 |

| |
|---|
| Fuente: Investigación Directa Elaborado por: La Autora |
|---|

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE INVERSIÓN

Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa en su primera fase inicial; esto es, Ejm., en el caso de una empresa de producción de vasos; se comprará materia prima; o el caso de nuestra empresa de producción de servicios de modelaje se deberá contar para pagar la mano de obra directa; en este caso los profesores; y además contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

Todo esto constituirá el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el llamado pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo que se caracteriza por ser de naturaleza líquida o circulante, es decir el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

La inversión en capital de trabajo constituye en sí, el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

Mano de Obra Directa

ROL DE PAGOS

| CUADRO Nº 33 | | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| RUBROS / PRESUPUESTOS | PROFESOR DE MODELAJE | PROFESOR DE ETIQUETA | PROFESOR DE MAQUILLAJE | NUTRICIONISTA Y DIETISTA |
| Salario Básico Unificado | 281,00 | 281,00 | 281,00 | 281,00 |
| Décimo Tercero 1/12 | 23,42 | 23,42 | 23,42 | 23,42 |
| Décimo Cuarto SBU. 1/12 | 22,00 | 22,00 | 22,00 | 22,00 |
| Vacaciones 1/24 | 11,71 | 11,71 | 11,71 | 11,71 |
| Aporte Patronal 11.15% | 31,33 | 31,33 | 31,33 | 31,33 |
| Aporte IECE 0,5% | 1,41 | 1,41 | 1,41 | 1,41 |
| Aporte CECAP 0,5% | 1,41 | 1,41 | 1,41 | 1,41 |
| Fondos de Reserva 1/12 | 23,42 | 23,42 | 23,42 | 23,42 |
| Total | 395,68 | 395,68 | 395,68 | 395,68 |
| TOTAL MENSUAL | | | | 1.582,72 |
| TOTAL COSTO MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL | | | | 18.992,64 |

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Costo de Producción Resumen

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, en el presente caso por tratarse de una empresa de servicios solo se ha considerado la mano de obra directa cuyo monto asciende a \$1.582,72. Se detalla en el cuadro siguiente:

COSTO DE PRODUCCIÓN Resumen

| CUADRO N° 34 | | |
|----------------------|-----------------|---------------------|
| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | 1 ^{er} AÑO |
| Mano de obra directa | 1.582,72 | 18.992,64 |
| Total | 1.582,72 | 18.992,64 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

A continuación se detallan las estimaciones de los gastos administrativos que se incurrirán en la puesta en marcha del proyecto a implementarse.

Energía Eléctrica.

De acuerdo a las tarifas establecidas y proporcionadas por la empresa eléctrica, 0.15 dólares el Kw/H, se estima un consumo promedio mensual de energía de 300 Kilowatios lo que ocasiona un costo mensual de \$ 45,00 dólares El costo anual representa \$ 540,00 dólares

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

| CUADRO N° 35 | | | | |
|------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD (Kw/h) | VALOR. UNITARIO | VALOR. MENSUAL | VALOR. ANUAL |
| Consumo de energía eléctrica | 300 | 0,15 | 45,00 | 540,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Energía Eléctrica.

Se estima que este valor asciende a \$20,00 dólares mensuales, al año asciende a 240,00

Agua Potable

Se considera el consumo de agua potable para las actividades relacionadas con el área administrativa.

CONSUMO DE AGUA POTABLE

| CUADRO N° 36 | | | | |
|-----------------|---------------|-----------------|----------------|--------------|
| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD (m3) | VALOR. UNITARIO | VALOR. MENSUAL | VALOR. ANUAL |
| Consumo de agua | 5 | 0,74 | 3,70 | 44,40 |

Fuente: Empresa Municipal de Agua Potable
Elaborado por: La Autora

Servicio Telefónico

Se estima que el consumo telefónico ascenderá a un monto mensual de \$15,00 y al año será de \$180,00 dólares.

Materiales de Oficina

En este rubro están contemplados los valores correspondientes al gasto proveniente del uso de implementos para la oficina.

PRESUPUESTO DE UTILES DE OFICINA

| CUADRO N° 37 | | | | |
|--------------|---------------------|------------|---------------|---------------|
| Cantidad | Detalle | Valor unit | Total mensual | Total anual |
| 1 | Resma de papel boom | 5,00 | 5,00 | 60,00 |
| 12 | Esferos | 0,30 | 3,00 | 36,00 |
| 2 | Saca grapas | 2,00 | 4,00 | 48,00 |
| 2 | Regla | 1,00 | 2,00 | 24,00 |
| 12 | Lápiz | 0,50 | 6,00 | 72,00 |
| TOTAL | | | 20,00 | 240,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Presupuesto de Arriendo

En este rubro se contempla el pago de arriendo por un local en la vía Quito Km. 2 ½, a pocos metros del redondel del trabajador.

PRESUPUESTO DE ARRIENDO

| CUADRO N° 38 | | | |
|--------------|---------------------------------|---------------|-----------------|
| Cant. | Detalle | Total mensual | Total anual |
| 1 | Local en el centro de la ciudad | 280,00 | 3.360,00 |
| TOTAL | | 280,00 | 3.360,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Presupuesto de Útiles de aseo y Limpieza

En este rubro se incluyen los valores correspondientes al gasto por concepto de aseo y limpieza.

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO

| CUADRO N° 39 | | | | |
|--------------|------------------|-------------|---------------|--------------|
| Cant. | Detalle | Valor unit. | Total mensual | Total anual |
| 3 | Jabón de tocador | 0,50 | 1,50 | 18,00 |
| 1 | Escobas | 1,00 | 1,00 | 12,00 |
| 1 | Trapeador | 1,00 | 1,00 | 12,00 |
| 2 | Desinfectante | 1,50 | 3,00 | 36,00 |
| TOTAL | | | 6,50 | 78,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Sueldos Administrativos

Se refieren a los sueldos para el personal que trabajara en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar. En este caso serían 3 personales administrativos.

INVERSIÓN EN SUELDOS ADMINISTRATIVOS

| CUADRO N° 40 | | | |
|--|---------------|----------------------|------------------|
| RUBROS / PRESUPUESTOS | GERENTE | SECRETARIA-CONTADORA | CONSERJE |
| Salario Básico Unificado | 355,40 | 270,38 | 264,00 |
| Décimo Tercero 1/12 | 29,62 | 22,53 | 22,00 |
| Décimo Cuarto SBU. 1/12 | 22,00 | 22,00 | 22,00 |
| Vacaciones 1/24 | 14,81 | 11,27 | 11,00 |
| Aporte Patronal 11,15% | 39,63 | 30,15 | 29,44 |
| Aporte IECE 0,5% | 1,78 | 1,35 | 1,32 |
| Aporte CECAP 0,5% | 1,78 | 1,35 | 1,32 |
| Fondos de Reserva 1/12 | 29,62 | 22,53 | 22,00 |
| Total | 494,62 | 381,56 | 373,08 |
| TOTAL MENSUAL | | | 1.249,26 |
| TOTAL ANUAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS | | | 14.991,12 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

El valor mensual por sueldos al personal administrativo asciende a \$1.249,26; y al año será de \$14.991,12 dólares.

GASTOS ADMINISTRATIVOS Resumen

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye remuneraciones al personal administrativo, material de oficina, material de limpieza y servicios básicos, etc., y se detalla a continuación.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, resumen

| CUADRO N° 41 | | |
|----------------------------|-----------------|---------------------|
| DESCRIPCIÓN | MENSUAL | 1 ^{er} AÑO |
| Sueldos de Administrativos | 1.249,26 | 14.991,12 |
| Servicio telefónico | 20,00 | 240,00 |
| Energía eléctrica | 45,00 | 540,00 |
| Agua potable | 3,70 | 44,40 |
| Arriendos | 280,00 | 3.360,00 |
| Útiles de oficina | 20,00 | 240,00 |
| Útiles de aseo | 6,50 | 78,00 |
| Total | 1.624,46 | 19.493,52 |

Fuente: Cuadro 35, 36, 37, 38, 39, 40.

Elaborado por: La Autora

GASTOS DE VENTAS

En este apartado se detallan los gastos correspondientes a publicidad y promoción, lo cual tiene por objeto dar a conocer los productos de la empresa y por consiguiente incrementar el volumen de ventas.

Publicidad.

La publicidad se realizará a través de entrega de hojas volantes, afiches, cuña radial; la cual se realizará cinco pasadas al día tres días de la semana

en la radio más popular de la ciudad de Nueva Loja. Se detalla a continuación:

PUBLICIDAD

| CUADRO N° 42 | | | | |
|----------------|-------|-------|--------------|---------------------|
| DESCRIPCIÓN | CANT. | COSTO | MENSUAL | 1 ^{er} AÑO |
| Hojas volantes | 300 | 0,04 | 12,00 | 144,00 |
| Cuña Radial | 24 | 1,00 | 24,00 | 288,00 |
| Afiches | 200 | 0,08 | 16,00 | 192,00 |
| TOTAL | | | 52,00 | 624,00 |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Promoción

En este apartado se considerará las promociones que se brindará anualmente a los jóvenes estudiantes de la Escuela de Modelaje, la cual se basa en brindar a los mejores estudiantes becas; es decir la educación que ellos recibirán será gratuita, para este fin se estima brindar becas a 5 estudiantes destacados anualmente.

Si consideramos que al brindar la promoción, la empresa deja de tener un ingreso por ventas del servicio, entonces ese es el costo de la promoción, por lo tanto si multiplicamos el número de unidades destinadas para promoción por su respectivo precio de venta, obtendremos el costo de promoción, entonces tenemos:

5 becas x 20 = \$100,00 dólares mensuales

\$100,00 x 12= \$1.200,00 al año.

Con ello se tiene que los gastos mensuales por ventas ascienden a \$1.200 dólares al año.

GASTOS DE VENTA

| CUADRO N° 43 | | |
|--------------------|---------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO MENSUAL | COSTO 1er AÑO |
| Publicidad | 52,00 | 624,00 |
| Promoción especial | 100,00 | 1.200,00 |
| Total | 152,00 | 1.824,00 |

Fuente: Cuadro N° 42
Elaborado por: La Autora

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN

| CUADRO N° 44 | | |
|--------------------------|-----------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO MENSUAL | COSTO 1er AÑO |
| Mano de obra directa | 1.582,72 | 18.992,64 |
| Gastos de Administración | 1.624,46 | 19.493,52 |
| Gastos de venta | 152,00 | 1.824,00 |
| Total | 3.359.18 | 40.310.16 |

Fuente: Cuadro N° 34, 41, 43
Elaborado por: La Autora

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

La inversión requerida para el proyecto permite crear 7 puestos directos de empleo, lo cual contribuirá a la reducción de la tasa de desempleo en el país.

RESUMEN DE INVERSIONES

| CUADRO N° 45 | |
|-----------------------------------|------------------|
| RUBRO | MONTO |
| ACTIVOS FIJOS | |
| Equipo y herramientas | 13.055,00 |
| Equipo de Oficina | 256,00 |
| Equipo de cómputo | 2.600,00 |
| Muebles y Enseres | 6.217,00 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 22.128,00 |
| ACTIVOS DIFERIDOS | |
| Estudios Preliminares | 1.000,00 |
| Permiso de funcionamiento. | 1.200,00 |
| Adecuaciones e Instalaciones | 3.000,00 |
| TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS | 5.200,00 |
| CAPITAL DE OPERACIÓN | |
| Mano de Obra Directa | 1.582,72 |
| Gastos Administrativos | 1.624,46 |
| Gastos de Venta | 152,00 |
| TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN | 3.359,18 |
| TOTAL INVERSIÓN | 30.687,18 |

Fuente: Cuadro N° 26, 27, 29, 30, 32, 41
Elaborado por: La Autora

FINANCIAMIENTO

Son las diferentes fuentes a que debe recurrir el empresario para cumplir con las obligaciones asumidas.

El proyecto hará uso de fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a) Fuentes Internas: Es el capital que aportan los socios y que se utiliza con el fin de obtener utilidades, este capital propio puede considerarse aquel que aportan los propietarios, como también aquellos fondos que son productos de las ganancias retenidas.

En este caso el 67,68% del total de la inversión y que corresponde a \$20.687,18 dólares, será financiado con aportaciones de los socios.

b) Fuentes Externas: Es un capital pedido a una tasa de interés establecida y que se reembolsará a una fecha específica. Es una obligación a largo plazo, que generalmente incurre en un riesgo.

En consecuencia la necesidad de financiamiento se manifiesta cuando la empresa requiere cubrir necesidades económicas que están involucradas para el desarrollo de un proyecto.

Es difícil por consiguiente establecer reglas comunes y generales, ya que esta necesidad depende en gran medida de la actividad económica que

se realice y su entorno. Los proyectos de inversión reflejan un gran compromiso de asignar recursos, con la esperanza de obtener beneficios durante el desarrollo de sus vidas económicas. El término vida económica es el período de tiempo que se adopta para su ejecución.

El financiamiento también puede ser a corto plazo, mediano y a largo plazo según sea la naturaleza de la empresa, su necesidad de financiación y la fase en que se encuentra la empresa. En el caso del presente proyecto se lo financiará a través de un préstamo en el Banco del Pichincha, el cual cubrirá el 32,62% de la inversión total, cifra que asciende a un total de \$10.000 dólares al 12% de interés anual, para un plazo de 5 años.

FINANCIAMIENTO

| CUADRO Nº 46 | | |
|----------------|--------------|------------------|
| FUENTE | % | MONTO |
| Capital Propio | 67,38% | 20.687,18 |
| Crédito | 32,62% | 10.000,00 |
| TOTAL | 100 % | 30.687,18 |

Fuente: Cuadro Nº 45
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS DE LOS COSTOS

El proceso de producción o prestación de servicios conlleva una serie de gastos, los cuales están sujetos a las variaciones de los precios en el

mercado como consecuencia de la inflación, por tal motivo es necesario realizar el escalamiento de los precios para proyectar los costos durante la vida útil estimada del proyecto.

c) Costo de Producción

Están calculados sobre la base del programa de producción que se ha determinado tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

Entre los elementos que conforman los costos de producción tenemos:

Costo primo

Mano de obra directa: Está constituida por la remuneración que debe pagarse al personal que realiza el proceso de producción.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra asciende a \$ 1.524,00 dólares mensuales.

Gastos de Fabricación: Lo constituyen los materiales indirectos y la depreciación de maquinaria y herramientas, de tal forma tenemos:

Depreciaciones

La depreciación es considerada como la pérdida de valor de un activo fijo, dado por el desgaste o la obsolescencia que sufre este a través del tiempo de uso.

La vida útil y el % de depreciación son los siguientes:

| CUADRO N° 47 | | |
|-------------------------------|----------------|-----------|
| Descripción | % Depreciación | Vida útil |
| Inmuebles | 5% anual | 20 años |
| Maquinaria, equipos y Muebles | 10% anual | 10 años |
| Equipo de computación | 33,33% anual | 3 años |
| Vehículo | 20% anual | 5 años |

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula: (se muestra un ejemplo de la forma de cálculo)

$$V_{Residual} = V. Actual * \% Dp. \quad Dp = \frac{V_{Actual} - V_{Residual}}{V. Util}$$

$$V_{Residual} = 13.055,00 * 10\% \quad Dp = \frac{13.055,00 - 1305,50}{10}$$

$$V_{Residual} = 1305,50 \quad Dp = 1.174,95$$

DEPRECIACIÓN ÁREA DE PRODUCCIÓN

| CUADRO N° 48 | | | | |
|-----------------------|-----------|-------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | % DEPREC. | COSTO TOTAL | V. RESIDUAL | DEPREC. ANUAL |
| Equipo y herramientas | 10% | 13.055,00 | 1.305,50 | 1.174,95 |
| Muebles y Enseres | 10% | 4.710,00 | 471,00 | 423,90 |
| TOTAL | | | 1.715,50 | 1.598,85 |

Fuente: Anexo 2
Elaborado por: La Autora

Costo de Operación: Comprende los gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos no especificados.

Gastos de Administración: Son los valores necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, estos valores se detallan en el estudio de capital de operación; a este valor se agregan los valores correspondientes a las depreciaciones, cuyo valor se detalla a continuación:

DEPRECIACIONES DE ÁREA ADMINISTRATIVA

| CUADRO N° 49 | | | | |
|-----------------------|-----------|-----------------|-----------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN | % DEPREC. | COSTO TOTAL | V. RESIDUAL | DEPREC. ANUAL |
| Equipo de Oficina | 10% | 256,00 | 25,60 | 23,04 |
| Muebles y Enseres | 10% | 1507,00 | 150,70 | 135,63 |
| Equipo de Computación | 33% | 2600,00 | 866,57 | 577,81 |
| TOTAL | | 4.363,00 | 1.402,87 | 736,48 |

Fuente: Anexo 2
Elaborado por: La Autora

Puesto que el equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años que es menor al tiempo de vida útil del proyecto, se estima que debe reinvertirse en los mismos a partir del cuarto año de operación; para ello se estima que sus costos se incrementarán en un 30%, con estos nuevos valores se procede a calcular la depreciación correspondiente.

DEPRECIACIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN PARA LOS AÑOS 4 Y 5

| CUADRO N° 50 | | | | |
|-------------------|-----------|-------------|-----------------|----------------|
| DESCRIPCIÓN | % DEPREC. | COSTO TOTAL | V. RESIDUAL | DEPRECI. ANUAL |
| Equipo de cómputo | 33,33% | 3.380,00 | 1.126,55 | 751,15 |
| TOTAL | | | 1.126,55 | 751,15 |

Fuente: Anexo 2
Elaborado por: La Autora

Gastos de Venta: Son los valores necesarios para desarrollar las labores que permitan que el producto pueda llegar a los usuarios.

El monto anual por este concepto asciende a \$1.200 dólares, en los que se incluye la publicidad y la promoción.

Gastos Financieros: Constituyen los intereses a pagar por el crédito obtenido, los valores correspondientes a los dividendos que se debe cancelar se muestran a continuación:

TABLA DE AMORTIZACIÓN

| CUADRO N° 51 | | | | | |
|---|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------|--|--|
| CAPITAL: 10.000,00 | | | | | |
| INTERES: 12% ANUAL REAJUSTABLE SEMESTRALMENTE. COTIZADO EN EL PICHINCHA AL MES DE ABRIL DEL 2011 | | | | | |
| PLAZO: 5 AÑOS, DIVIDENDOS 2 AL AÑO | | | | | |
| AÑOS DIVIDENDOS | AMORTIZACION (A) | CAPITAL REDUCIDO | INTERESES (B) | TOTAL DIVIDENDO (C = A + B) | TOTAL INTERES DIVIDENDO ANUAL |
| 0 | | | | | |
| 1 | 1.000,00 | 10.000,00 | 600,00 | 1.600,00 | |
| 2 | 1.000,00 | 9.000,00 | 540,00 | 1.540,00 | 1.140,00 |
| 3 | 1.000,00 | 8.000,00 | 480,00 | 1.480,00 | |
| 4 | 1.000,00 | 7.000,00 | 420,00 | 1.420,00 | 900,00 |
| 5 | 1.000,00 | 6.000,00 | 360,00 | 1.360,00 | |
| 6 | 1.000,00 | 5.000,00 | 300,00 | 1.300,00 | 660,00 |
| 7 | 1.000,00 | 4.000,00 | 240,00 | 1.240,00 | |
| 8 | 1.000,00 | 3.000,00 | 180,00 | 1.180,00 | 420,00 |
| 9 | 1.000,00 | 2.000,0.0 | 120,00 | 1.120,00 | |
| 10 | 1.000,00 | 1.000,00 | 60,00 | 1.060,00 | 180,00 |

Fuente: Banco del Pichincha

Elaborado por: La Autora

Otros Gastos: Son los valores necesario para desarrollar las labores previas a la implementación de la empresa, está constituido por los activos diferidos, cuyos valores se los espera recuperar en el lapso de 5 años, además se considera el valor correspondiente a la amortización del crédito.

ESTRUCTURA DE LOS COSTOS

| CUADRO N° 52 | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| RUBROS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| <u>Costo Primo</u> | | | | | |
| Mano de Obra Directa | 18.992,64 | <i>19.835,91</i> | 20.716,63 | 21.636,45 | 22.597,10 |
| Total costo primo | 18.992,64 | 19.835,91 | 20.716,63 | 21.636,45 | 22.597,10 |
| <u>Costos Generales</u> | | | | | |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 1.174,95 | 1.174,95 | 1.174,95 | 1.174,95 | 1.174,95 |
| Depreciación de Muebles y Enseres | 423,90 | 423,90 | 423,90 | 423,90 | 423,90 |
| Total carga proceso de fabricación | 1.598,85 | 1.598,85 | 1.598,85 | 1.598,85 | 1.598,85 |
| GASTOS DE OPERACIÓN | | | | | |
| <u>Gastos de Administración</u> | | | | | |
| Sueldos de Administrativos | 14.991,12 | 15.656,73 | 16.351,88 | 17.077,91 | 17.836,17 |
| Útiles de Oficina | 240,00 | 250,66 | 261,79 | 273,41 | 285,55 |
| Energía Eléctrica | 540,00 | 563,98 | 589,02 | 615,17 | 642,48 |
| Agua Potable | 44,40 | 46,37 | 48,43 | 50,58 | 52,83 |
| Arriendos | 3.360,00 | 3.509,18 | 3.664,99 | 3.827,72 | 3.997,67 |
| Servicio Telefónico | 240,00 | 250,66 | 261,79 | 273,41 | 285,55 |
| Útiles de Aseo | 78,00 | 81,46 | 85,08 | 88,86 | 92,80 |
| Deprec. de Equipo de Oficina | 23,04 | 23,04 | 23,04 | 23,04 | 23,04 |
| Deprec. De Muebles y Enseres | 135,63 | 135,63 | 135,63 | 135,63 | 135,63 |
| Deprec. Equipo de Computación | 577,81 | 577,81 | 577,81 | 751,15 | 751,15 |
| Total Gastos Administrativos | 20.230,00 | 21.095,51 | 21.999,45 | 23.116,87 | 24.102,86 |
| <u>Gastos de Venta</u> | | | | | |
| Publicidad | 624,00 | 651,71 | 680,64 | 710,86 | 742,42 |
| Promoción | 1.200,00 | 1.253,28 | 1.308,93 | 1.367,04 | 1.427,74 |
| Total Gastos de Venta | 1.824,00 | 1.904,99 | 1.989,57 | 2.077,90 | 2.170,16 |
| <u>Gastos Financieros</u> | | | | | |
| Intereses | 1.140,00 | 900,00 | 660,00 | 420,00 | 180,00 |
| Total Gastos Financieros | 1.140,00 | 900,00 | 660,00 | 420,00 | 180,00 |
| <u>Otros gastos</u> | | | | | |
| Amortización del Activo Diferid. | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 |
| Total Otros Gastos | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | 44.825,49 | 46.375,26 | 48.004,50 | 49.890,07 | 51.688,98 |

Fuente: Anexo 3. Cuadro N° 41, 43, 44, 48, 49, 50, 51. INEC Tasa de Inflación anual 4,44% (VER ANEXO 4)

Elaborado por: La Autora

NOTA: Ejemplo de cálculo: $19.835,91 = 18992,64 * (1 + 0,44\%)$

COSTO TOTAL DE SERVICIO

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

Costo de Fabricación: Gastos de Administración, Gastos de venta, gastos Financieros y otros gastos especiales. Detallamos a continuación en la siguiente tabla.

COSTO TOTAL DE SERVICIO, Resumen

| CUADRO Nº 53 | | | |
|---------------------------|-------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR ANUAL | V. DEPREC. ANUAL | VALOR REAL |
| Costos de fabricación | 18.992,64 | 1.598,85 | 20.591,49 |
| Gastos de Administración | 19.493,52 | 736,48 | 20.230,00 |
| Gastos de venta | 1.824,00 | | 1.824,00 |
| Gastos financieros | 1.140,00 | | 1.140,00 |
| Otros Gastos (Act. Difer) | 1.040,00 | | 1.040,00 |
| TOTAL | | | 44.825,49 |

Fuente: Cuadro Nº 52
Elaborado por: La Autora

$$CTP = CF + GA + GV + GF + OG$$

CTP= Costo Total de Producción

CF= Costos de Fabricación

GA= Gastos de Administración

GV= Gastos de Ventas

OG= Otros Gastos

$$CTP = CF + GA + GV + GF + OG$$

$$CTP = 20.591,49 + 20.230,00 + 1.824,00 + 1.140,00 + 1040,00$$

$$CTP = 44.825,49$$

Costo Unitario de Servicio

Posteriormente determinamos el costo unitario de producción, el cual resulta de la relación existente del costo total y el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos:

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{NUP}}$$

$$\text{CUP} = \frac{44.825,49}{288}$$

$$\text{CUP} = 155,64$$

Establecimientos de Precios

Para establecer el precio de venta al público, de las clases de modelaje, inicialmente al costo le asignaremos un margen de utilidad del 67,05%, que permita comercializar el servicio brindando utilidad a la empresa.

Con esta estructura, el precio del producto se obtiene inicialmente de la siguiente manera:

| | | | | | | |
|----------------------------|-------------|-----------|----------|-------------------------|-------------------|-------------|
| Costos Fijos: | CF= | 43.001,49 | dólares | Costo Total: | CT= CF+CV | \$44.825,49 |
| Costos variables: | CV= | 1.824,00 | dólares | Costo Unitario: | CU=CT/UP | \$ 155,64 |
| Unidades Producidas | UP= | 288 | unidades | M. de Utilidad | MU= CU*%M | 104,36 |
| Margen de Utilidad | %M = | 67,05% | | Precio de Venta | Pvu= CU+MU | 260,00 |
| | | | | Ingresos Totales | VT=UP*PV | 74.880,00 |

Fuente: Cuadro N° 52
Elaborado por: La Autora

El precio establecido por el servicio que prestará la Escuela de Modelaje asciende a \$260,00 dólares al año, se ha considerado este precio por cuanto las diferentes escuelas establecidas en otras ciudades se manejan con precios similares; cabe resaltar que el precio establecido a pesar de contar con un margen de utilidad elevado están por debajo de los precios que manejan empresas que desarrollan la misma actividad.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de servicios que produce el proyecto, en el presente caso será el resultado de las matrículas y pensiones que cancelarán los alumnos inscritos en la escuela.

Para los años siguientes o a partir del segundo año, el margen de utilidad se incrementará en un 5% anual. A continuación se presenta el cuadro de proyección de ingresos para la vida útil del proyecto.

PROYECCIÓN DE INGRESOS

| CUADRO N° 54 | | | | |
|--------------|---------------|--------------------|-------------------------------------|---------------|
| Años | Total Alumnos | Margen de utilidad | Precio Total de matrícula y pensión | TOTAL INGRESO |
| 1 | 288 | 67,05% | 260,00 | 74.880,00 |
| 2 | 306 | 72,05% | 260,00 | 79.560,00 |
| 3 | 324 | 77,05% | 260,00 | 84.240,00 |
| 4 | 342 | 82,05% | 260,00 | 88.920,00 |
| 5 | 360 | 87,05% | 260,00 | 93.600,00 |

Fuente: Cuadro N° 20
Elaborado por: La Autora

El Precio que el estudiante debe cancelar durante el año que duran los tres niveles de instrucción que brindará la escuela de Modelaje asciende a un total de \$ 260,00 dólares; el cual cubre el valor de la matrícula de \$20,00; y una mensualidad de \$20,00 dólares por 12 meses que dura el curso asciende a un monto de \$240,00 dólares al año.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

Ingresos: Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

Egresos: Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

| CUADRO Nº 55 | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| PERIODOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos por ventas | 74.880,00 | 79.560,00 | 84.240,00 | 88.920,00 | 93.600,00 |
| (-) Costo Total | 44.825,49 | 46.375,26 | 48.004,50 | 49.890,07 | 51.688,98 |
| (=) Utilidad Bruta Ventas | 30.054,51 | 33.184,74 | 36.235,50 | 39.029,93 | 41.911,02 |
| (-) 15% Utilidad de Trabajadores | 4.508,18 | 4.977,71 | 5.435,33 | 5.854,49 | 6.286,65 |
| (=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta | 25.546,33 | 28.207,03 | 30.800,18 | 33.175,44 | 35.624,37 |
| (-) 25% Impuesto a la renta | 6.386,58 | 7.051,76 | 7.700,04 | 8.293,86 | 8.906,09 |
| (=) Utilidad Liquida ejercicio | 19.159,75 | 21.155,27 | 23.100,13 | 24.881,58 | 26.718,28 |
| (-) 10% reserva Legal | 1.915,98 | 2.115,53 | 2.310,01 | 2.488,16 | 2.671,83 |
| (=) Utilidad Neta | 17.243,78 | 19.039,74 | 20.790,12 | 22.393,42 | 24.046,45 |

Fuente: Cuadro Nº 52, 53

Elaborado por: La Autora

FUENTES Y USOS DE FONDOS DE EFECTIVO

Este documento llamado, constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

La finalidad de elaborar este documento es determinar los saldos de caja que existirán luego de realizar la diferencia entre las fuentes de recursos generados y el uso que se dará a los mismos. De existir saldos positivos, estos se sumarán a las fuentes del año siguiente, en un proceso acumulativo que mostrará la liquidez del proyecto. Mientras mayor sea la liquidez, la empresa será más sólida financieramente.

FUENTES Y USO DE FONDOS DE EFECTIVO

CUADRO N° 56

| DESCRIPCION | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| FUENTES | | | | | | |
| Capital Propio | 20.687,18 | | | | | |
| Capital Prestado | 10.000,00 | | | | | |
| Ingresos por Ventas | | 74.880,00 | 79.560,00 | 84.240,00 | 88.920,00 | 93.600,00 |
| Valor Residual | | | | 866,57 | | |
| Saldo Año Anterior | | | 20.535,08 | 43.065,68 | 68.407,71 | 91.358,27 |
| TOTAL FUENTES | 30.687,18 | 74.880,00 | 100.095,08 | 128.172,25 | 157.327,71 | 184.958,27 |
| USOS | | | | | | |
| Inversión en Activo Fijo | 22.128,00 | | | | | |
| Inversión en Activo Diferido | 5.200,00 | | | | | |
| Capital de Operación | 3.359,18 | 41.450,16 | 42.999,93 | 44.629,17 | 46.341,40 | 48.140,31 |
| Reinversión | | | | | 3.380,00 | |
| Amortización de crédito | | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| Distribución de Utilidades | | 4.508,18 | 4.977,71 | 5.435,33 | 5.895,74 | 6.327,90 |
| 25% Impuesto a la renta | | 6.386,58 | 7.051,76 | 7.700,04 | 8.352,30 | 8.964,53 |
| TOTAL USOS | 30.687,18 | 54.344,92 | 57.029,40 | 59.764,54 | 65.969,44 | 65.432,74 |
| SALDO | - | 20.535,08 | 43.065,68 | 68.407,71 | 91.358,27 | 119.525,53 |

Fuente: Cuadro N° 52, 55

Elaborado por: La Autora

Nota: Capital de Operación= Total costo de producción - Depreciaciones - Amortización Activo Diferido

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio ocurre cuando se igualan los costos totales con los ingresos totales, es decir, en este punto no existe ni pérdidas ni ganancias. Se caracteriza por ser una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios, tomando en cuenta que no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que solo es una importante referencia que debe tenerse en cuenta.

El punto de equilibrio puede calcularse matemáticamente (en función de las ventas y en función de la capacidad instalada de la planta) y mediante una gráfica. Para el efecto deben estar clasificados los costos totales en fijos y variables.

- Costos Fijos: e pueden definir como aquellos que permanecen constantes, así se realicen cambio en los niveles de producción.
- Costos Variables: En cambio este tipo de costos varían de acuerdo con aumentos y disminuciones en los niveles de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

| RUBROS | CUADRO N° 57 | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| | FIJO | VARIABLE |
| COSTO DE PRODUCCIÓN | | | | | | | | | | |
| Costo Primo | | | | | | | | | | |
| Mano de Obra Directa | | 18.992,64 | | 19.835,91 | | 20.716,63 | | 21.636,45 | | 22.597,10 |
| Costos Generales | | | | | | | | | | |
| Depreciación de Maquinaria y Equipo | 1.174,95 | | 1.174,95 | | 1.174,95 | | 1.174,95 | | 1.174,95 | |
| Depreciación de Equipo de Cómputo | 423,90 | | 423,90 | | 423,90 | | 423,90 | | 423,90 | |
| SUBTOTAL | 20.591,49 | | 21.434,76 | | 22.315,48 | | 23.235,30 | | 24.195,95 | |
| GASTOS DE OPERACIÓN | | | | | | | | | | |
| Gastos de Administración y Ventas | | | | | | | | | | |
| Sueldos de Administrativos | 14.991,12 | | 15.656,73 | | 16.351,88 | | 17.077,91 | | 17.836,17 | |
| Útiles de Oficina | 240,00 | | 250,66 | | 261,79 | | 273,41 | | 285,55 | |
| Energía Eléctrica | 540,00 | | 563,98 | | 589,02 | | 615,17 | | 642,48 | |
| Agua Potable | 44,40 | | 46,37 | | 48,43 | | 50,58 | | 52,83 | |
| Arrendos | 3.360,00 | | 3.509,18 | | 3.664,99 | | 3.827,72 | | 3.997,67 | |
| Servicio Telefónico | 240,00 | | 250,66 | | 261,79 | | 273,41 | | 285,55 | |
| Útiles de Aseo | 78,00 | | 81,46 | | 85,08 | | 88,86 | | 92,80 | |
| Deprec. de Equipo de Oficina | 23,04 | | 23,04 | | 23,04 | | 23,04 | | 23,04 | |
| Deprec. De Muebles y Enseres | 135,63 | | 135,63 | | 135,63 | | 135,63 | | 135,63 | |
| Deprec. Equipo de Computación | 577,81 | | 577,81 | | 577,81 | | 751,15 | | 751,15 | |
| Publicidad | 624,00 | | 651,71 | | 680,64 | | 710,86 | | 742,42 | |
| Promoción | 1.200,00 | | 1.253,28 | | 1.308,93 | | 1.367,04 | | 1.427,74 | |
| Gastos Financieros | | | | | | | | | | |
| Intereses | 1.140,00 | | 900,00 | | 660,00 | | 420,00 | | 180,00 | |
| Otros gastos | | | | | | | | | | |
| Amortización del Activo Diferid. | 1.040,00 | | 1.040,00 | | 1.040,00 | | 1.040,00 | | 1.040,00 | |
| SUBTOTAL | 24.234,00 | | 24.940,50 | | 25.689,02 | | 26.654,77 | | 27.493,02 | |
| TOTAL | 25.832,85 | 18.992,64 | 26.539,35 | 19.835,91 | 27.287,87 | 20.716,63 | 28.253,62 | 21.636,45 | 29.091,87 | 22.597,10 |
| COSTOS TOTALES | 44.825,49 | | 46.375,26 | | 48.004,50 | | 49.890,07 | | 51.688,97 | |

Fuente: Cuadro N° 52
Elaborado por: La Autora

Cálculo del Punto de Equilibrio para el Primer Año

- Método Matemático

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{COSTOS\ FIJOS\ TOTALES}{VENTAS\ TOTALES - COSTOS\ VARIABLES\ TOTALES} \times 100$$

$$PE = \frac{27.287,87}{84.240,00 - 20.716,63} \times 100$$

$$PE = 42,96\%$$

Significa que la empresa obtendrá su punto de equilibrio con el 42,96 % de su capacidad instalada.

En Función de las Ventas

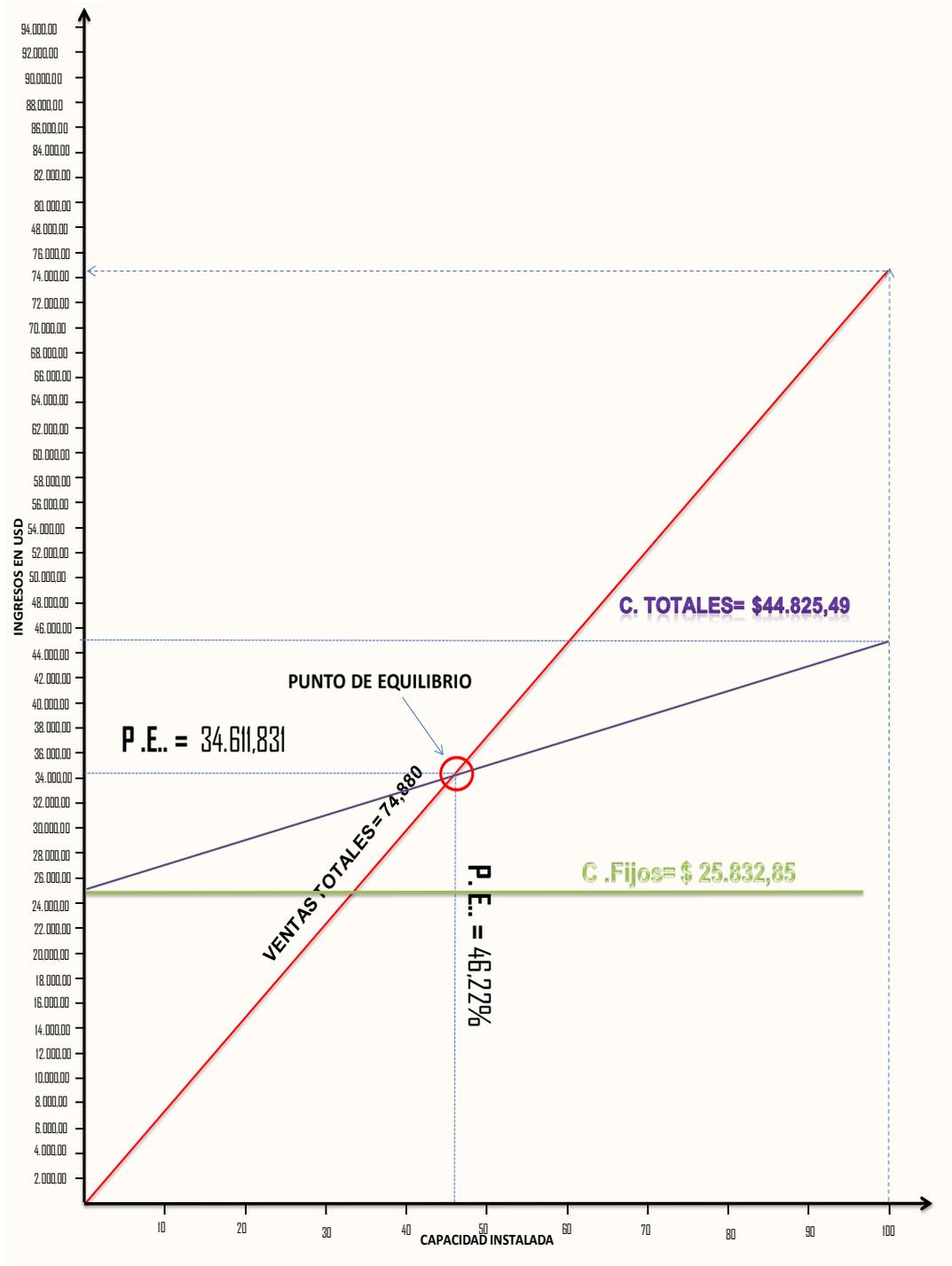
$$PE = \frac{COSTOS\ FIJOS\ TOTALES}{1 - \frac{COSTOS\ VARIABLES\ TOTALES}{VENTAS\ TOTALES}}$$

$$PE = \frac{27.287,87}{1 - \frac{20.716,63}{84.240,00}}$$

$$PE = \$ 36.187,16$$

Lo que significa que cuando las ventas sean de \$ 36.187,16 dólares la empresa obtendrá su punto de equilibrio.

**PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA
PRIMER AÑO
GRÁFICO N° 12**



Fuente: Cuadro N° 57
Elaborado por: La Autora

Cálculo del Punto de Equilibrio para el Tercer Año

- Método Matemático

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES TOTALES} \times 100$$

$$PE = \frac{29.091,87}{93.600,00 - 22.597,10} \times 100$$

$$PE = 40,97\%$$

Significa que la empresa obtendrá su punto de equilibrio con el 40,97% de su capacidad instalada.

En Función de las Ventas

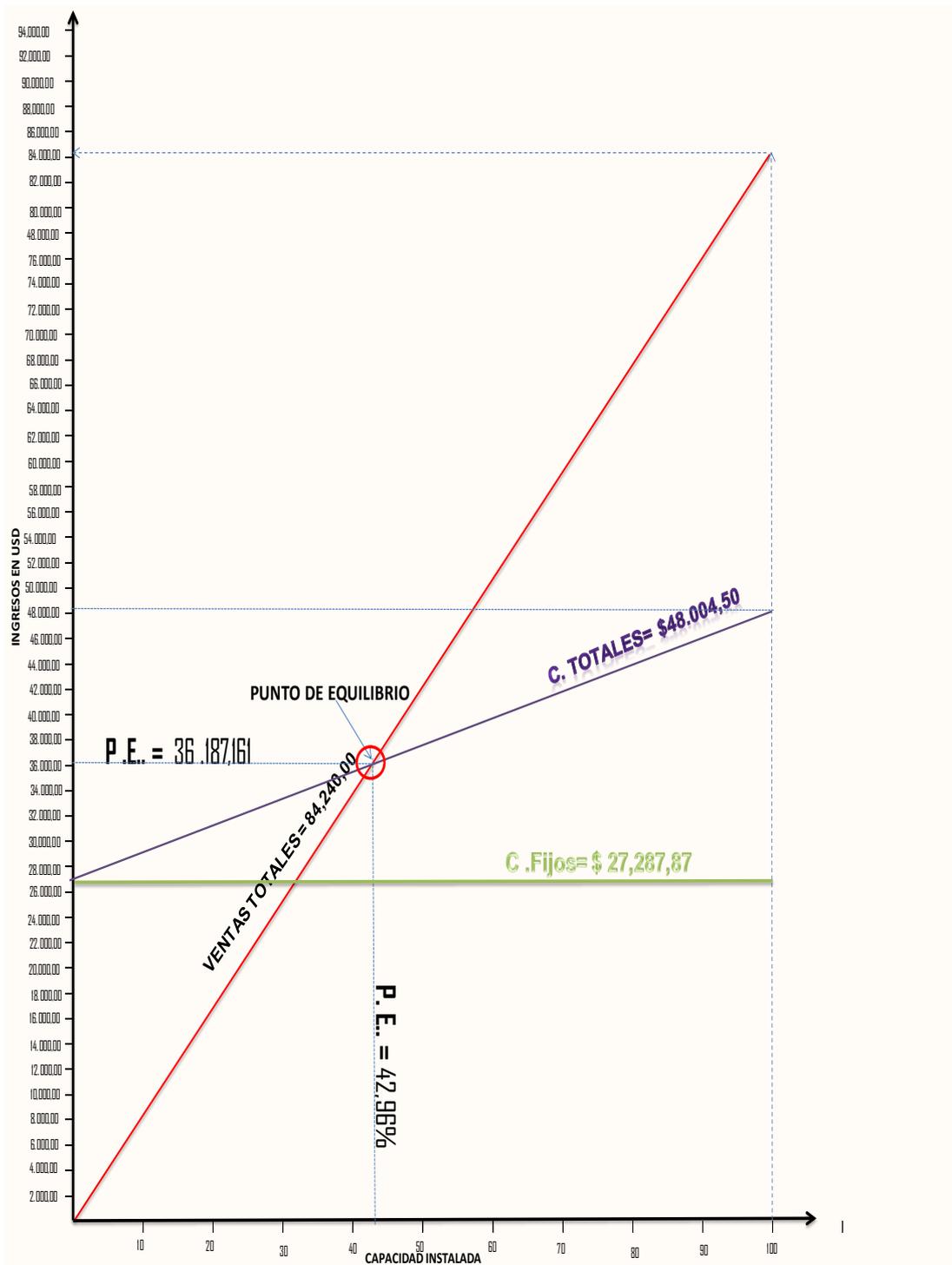
$$PE = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES TOTALES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{29.091,87}{1 - \frac{22.597,10}{93.600,00}}$$

$$PE = \$ 38.350,53$$

Lo que significa que cuando las ventas sean de \$ 38.350,53 dólares la empresa obtendrá su punto de equilibrio.

**PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA
TERCER AÑO
GRÁFICO N° 13**



Fuente: Cuadro N° 57
Elaborado por: La Autora

Cálculo del Punto de Equilibrio para el Quinto Año

- Método Matemático

En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES TOTALES} \times 100$$

$$PE = \frac{49.518,81}{93.600,00 - 2.170,16} \times 100$$

$$PE = 54,16\%$$

Significa que la empresa obtendrá su punto de equilibrio con el 53,86% de su capacidad instalada.

En Función de las Ventas

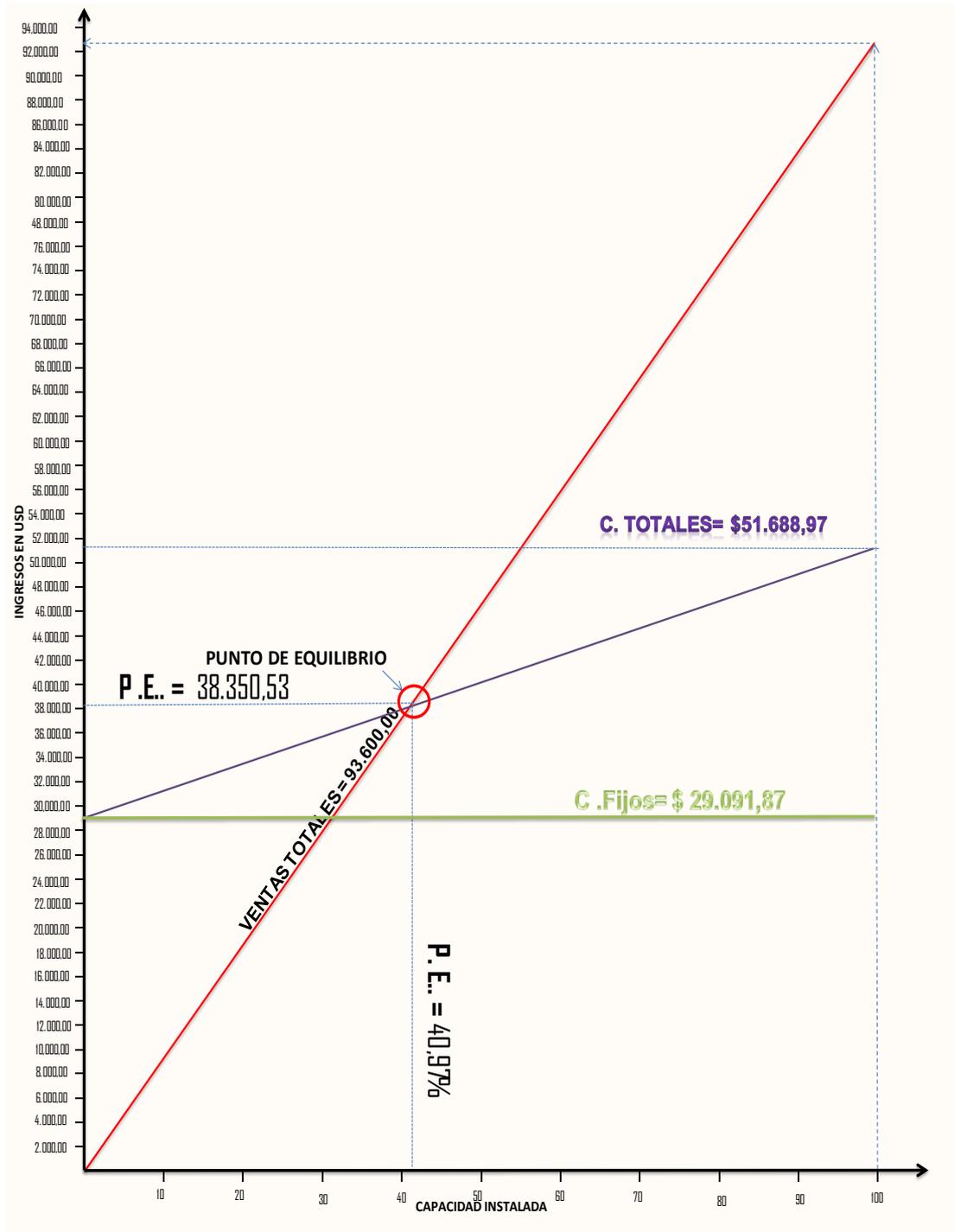
$$PE = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES TOTALES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{49.518,81}{1 - \frac{2.170,16}{93.600,00}}$$

$$PE = \$ 50.694,18$$

Lo que significa que cuando las ventas sean de \$ 50.694,18 dólares la empresa obtendrá su punto de equilibrio.

**PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA
QUINTO AÑO
GRÁFICO N° 14**



Fuente: Cuadro N° 57
Elaborado por: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera nos ayuda a decidir si el proyecto es factible o no combinando operaciones aritméticas a fin de obtener los coeficientes de evaluación.

El cálculo de los coeficientes de evaluación se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y los gastos para luego determinar la proyección para el futuro. Los criterios de evaluación y decisión más utilizados son: Valor Actual Neto (VAN), La Tasa Interna de Retorno (TIR), que están en relación directa con los flujos de caja que se registran durante la vida útil del proyecto.

Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El flujo de caja representan los ingresos que serán por la venta de los cursos de modelaje y el valor residual; mientras que los egresos son el costo total (menos las depreciaciones, amortizaciones del activo diferido), reparto de utilidades, impuestos y reservas. En definitiva es el dinero que se moverá en

la empresa de modelaje al ejecutar el proyecto, estos inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar, adeudar o comprar activos. En el presente caso el flujo de caja representa los recursos en efectivos de la escuela de modelos que ingresan y salen demostrándose los movimientos de sus fondos y la disponibilidad de los mismos durante la vida útil.

FLUJO DE CAJA

| CUADRO N° 58 | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCION | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INGRESOS | | | | | | |
| Ventas | | 74.880,00 | 79.560,00 | 84.240,00 | 88.920,00 | 93.600,00 |
| Valor Residual | | | | 866,57 | | |
| Aportes y Crédito | 30.687,18 | | | | | |
| TOTAL | 30.687,18 | 74.880,00 | 79.560,00 | 85.106,57 | 88.920,00 | 93.600,00 |
| EGRESOS | | | | | | |
| Inversión Inicial | 30.687,18 | | | | | |
| Presupuesto de Operación | | 44.825,49 | 46.375,26 | 48.004,50 | 49.890,07 | 51.688,98 |
| Reinversión | | | | | 3.380,00 | |
| Amortización de crédito | | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| Distribución de Utilidades | | 4.508,18 | 4.977,71 | 5.435,33 | 5.895,74 | 6.327,90 |
| 25% Impuesto a la renta | | 6.386,58 | 7.051,76 | 7.700,04 | 8.352,30 | 8.964,53 |
| (-) Depreciaciones | | 2.335,33 | 2.335,33 | 2.335,33 | 2.508,67 | 2.508,67 |
| (-) Amortización de Activo Diferido | | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 | 1.040,00 |
| TOTAL | 30.687,18 | 54.344,92 | 57.029,40 | 59.764,54 | 65.969,44 | 65.432,74 |
| FLUJO DE CAJA | - | 20.535,08 | 22.530,60 | 25.342,03 | 22.950,56 | 28.167,26 |

Fuente: Cuadro N° 57
Elaborado por: La Autora

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

La tasa a utilizada para descontar los flujos es la tasa de interés del crédito a otorgarse, que es del 12%.

Para actualizar los flujos se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1 + i)^1}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1 + 12\%)^1}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = 0,892857143$$

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

VALOR ACTUAL NETO
(VALOR EN USD)

| CUADRO N° 59 | | | |
|--------------|---------------|--------------------------------|-------------------|
| AÑO | FLUJO DE CAJA | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 12% | VALOR ACTUALIZADO |
| 0 | 30.687,18 | | |
| 1 | 20.535,08 | 0,89285714 | 18.334,89 |
| 2 | 22.530,60 | 0,79719388 | 17.961,26 |
| 3 | 25.342,03 | 0,71178025 | 18.037,96 |
| 4 | 22.950,56 | 0,63551808 | 14.585,50 |
| 5 | 28.167,26 | 0,56742686 | 15.982,86 |
| TOTAL | | | 84.902,46 |
| | | | -30.687,18 |
| | | | 54.215,28 |

Fuente: Cuadro N° 58
Elaborado por: La Autora

VAN = SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN

VAN = 84.902,46 – 30.687,18

VAN = 54.215,28

El VAN encontrado para el proyecto, es de \$54.215,28; por lo tanto, de acuerdo a los criterios de decisión se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se define la TIR como la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos de caja sea igual al valor actual de los flujos de inversión.

Los criterios para la adopción de decisiones son las siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente la ejecución del proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Es procedimiento matemático para calcular este indicador se los presenta en el siguiente cuadro:

TASA INTERNA DE RETORNO (VALOR EN USD)

| CUADRO Nº 60 | | | | | |
|----------------|---------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| AÑO | FLUJO DE CAJA | FACTOR MENOR 67% | VALOR ACTUALIZADO | FACTOR MAYOR 68% | VALOR ACTUALIZADO |
| 0 | | | -30.687,18 | | -30.687,18 |
| 1 | 20.535,08 | 0,598802395 | 12.296,46 | 0,595238095 | 12.223,26 |
| 2 | 22.530,60 | 0,358564309 | 8.078,67 | 0,35430839 | 7.982,78 |
| 3 | 25.342,03 | 0,214709167 | 5.441,17 | 0,210897851 | 5.344,58 |
| 4 | 22.950,56 | 0,128568363 | 2.950,72 | 0,125534435 | 2.881,09 |
| 5 | 28.167,26 | 0,076987044 | 2.168,51 | 0,074722878 | 2.104,74 |
| TOTALES | | | 248,34 | | (150,73) |

Fuente: Cuadro Nº 58
Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencia\ de\ Tasas \frac{VAN\ Tasa\ Menor}{VAN\ Tasa\ Menor - VAN\ Tasa\ Mayor}$$

$$TIR = 67 + 1 \frac{248,34}{248,34 - (-150,73)}$$

$$TIR = 65 + 0,62$$

$$TIR = 67,62$$

Según los cálculos realizados la TIR del proyecto es de 67,62% que resulta mayor que la tasa del costo de capital (12%), por lo cual se acepta el proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)

Este indicador se obtiene dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto. Como factor para la actualización se considera la tasa costo de capital, que es el 12%.

Los criterios de decisión son los siguientes.

1. Si el indicador es mayor que 1, se acepta el proyecto.
2. Si el indicador es igual a 1, es indiferente ejecutar el proyecto.
3. Si el indicador es menor que 1, se rechaza el proyecto.

De acuerdo a los cálculos realizados se obtuvo un indicador de 1,74 que es mayor que la unidad, por lo cual se debe aceptar el proyecto. El resultado significa que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$ 0,74 dólares.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

| CUADRO N° 61 | | | | | |
|--------------|----------------|--------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| AÑOS | INGRESOS TOTAL | FACTOR ACTUALIZACIÓN 12% | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS ORIGINALES | EGRESOS ACTUALIZADOS |
| 0 | | | | | |
| 1 | 74.880,00 | 0,89285714 | 66.857,14 | 44.825,49 | 40.022,76 |
| 2 | 79.560,00 | 0,79719388 | 63.424,74 | 46.375,26 | 36.970,07 |
| 3 | 84.240,00 | 0,71178025 | 59.960,37 | 48.004,50 | 34.168,65 |
| 4 | 88.920,00 | 0,63551808 | 56.510,27 | 49.890,07 | 31.706,04 |
| 5 | 93.600,00 | 0,56742686 | 53.111,15 | 51.688,98 | 29.329,72 |
| | | ∑ = | 299.863,68 | ∑ = | 172.197,24 |

Fuente: Cuadro N° 52 Y 53
Elaborado por: La Autora

$$RELACIÓN COSTO BENEFICIO = \frac{SUMATORIA DE INGRESOS}{SUMATORIA DE EGRESOS}$$

$$RELACIÓN COSTO BENEFICIO = \frac{299.863,68}{172.197,24}$$

$$RELACIÓN COSTO BENEFICIO = 1,74$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

Este indicador financiero se lo elabora con la finalidad de poder determinar el lapso de tiempo o de el número de períodos necesarios que debe transcurrir desde el primer día de funcionamiento del proyecto para alcanzar a recuperar el monto de la inversión realizada o inversión inicial.

El procedimiento para calcular el indicador es el siguiente:

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

| CUADRO N° 62 | | |
|--------------|---------------|-----------------|
| AÑO | FLUJO DE CAJA | FLUJO ACUMULADO |
| INVERSIÓN | 30.687,18 | |
| 1 | 20.535,08 | 20.535,08 |
| 2 | 22.530,60 | 43.065,68 |
| 3 | 25.342,03 | 68.407,71 |
| 4 | 22.950,56 | 91.358,27 |
| 5 | 28.167,26 | 119.525,53 |

Fuente: Cuadro N° 58
Elaborado por: La Autora

$$PRC = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \frac{\text{SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 1 + \frac{43.065,68 - 30.687,18}{22.530,60}$$

$$PRC = 1,55$$

El capital se recupera en 1 año, 6 meses (0,55*12meses), 18 días (0,6*30 días)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis se realiza a fin de llegar a determinar cuales son los porcentajes que el proyecto puede llegar a soportar de incremento en los costos totales y de disminución en los ingresos, de llegar a ocurrir en el futuro, dadas las condiciones cambiantes de la situación económica del país.

Los criterios para evaluar los coeficientes de sensibilidad son los siguientes:

- a) Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.
- b) Si el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.
- c) Si el coeficiente es menor a uno, el proyecto no es sensible.

INCREMENTO EN LOS COSTOS CON 40,25%

Si se incrementaron los costos en un 40,25% el coeficiente de sensibilidad calculado es de 0,99 este resultado indica que el proyecto puede soportar hasta el incremento indicado.

DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS CON UN 23,35%

Al disminuir los ingresos en un 23,35% se obtienen un coeficiente de sensibilidad de 0,99 que resulta menor a la unidad por lo tanto el proyecto no es sensible ante esta variación. El resultado obtenido indica que el proyecto puede soportar una disminución de sus ingresos hasta el 23,35%.

Los procedimientos para obtener los coeficientes de sensibilidad ante un incremento en los costos y disminución en los ingresos se pueden observar en los cuadros siguientes:

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD
INCREMENTO DE COSTOS EN UN 40,25%**

| CUADRO N° 63 | | | | | | | | |
|----------------|---------------------------|-------------------------|------------------|------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|
| AÑO | COSTOS ORIGINALES TOTALES | COSTO ORIGINAL + 40,25% | INGRESO ORIGINAL | FLUJO NETO | FACTOR DE ACTUALIZACION 40% | VALOR ACTUAL | INGRESOS ACTUALIZADOS 41% | VALOR ACTUAL |
| 0 | | | | | | -30.687,18 | | -30.687,18 |
| 1 | 44.825,49 | 62.867,75 | 74.880,00 | 12.012,25 | 0,714285714 | 8.580,18 | 0,709219858 | 8.519,33 |
| 2 | 46.375,26 | 65.041,30 | 79.560,00 | 14.518,70 | 0,510204082 | 7.407,50 | 0,502992807 | 7.302,80 |
| 3 | 48.004,50 | 67.326,31 | 84.240,00 | 16.913,69 | 0,364431487 | 6.163,88 | 0,356732487 | 6.033,66 |
| 4 | 49.890,07 | 69.970,82 | 88.920,00 | 18.949,18 | 0,260308205 | 4.932,63 | 0,253001764 | 4.794,18 |
| 5 | 51.688,97 | 72.493,79 | 93.600,00 | 21.106,21 | 0,185934432 | 3.924,37 | 0,179433875 | 3.787,17 |
| TOTALES | | | | | | 321,37 | | (250,05) |

Fuente: Cuadro N° 52-53
Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencia\ de\ Tasas \frac{VAN\ Tasa\ Menor}{VAN\ Tasa\ Menor - VAN\ Tasa\ Mayor}$$

$$TIR = 40 + 1 \frac{321,37}{321,37 - (-250,05)}$$

TIR = 40,56

- a) **Diferencia de la TIR**= TIR Proyecto– Nueva TIR
67,62% - 40,56% = 27,06%
- b) **Porcentaje de Variación**= (Dif. TIR/TIR Proyecto) x 100
(27,06/67,62) x 100 = 40,01%
- c) **Coficiente Sensibilidad**= Porcent. Variación/ Nueva TIR
40,01/40,56 = 0,99

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD
DISMINUCIÓN DE INGRESOS EN UN 23,35%**

| CUADRO N° 64 | | | | | | | | |
|----------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|
| AÑO | COSTOS ORIGINALES TOTALES | INGRESO ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL – 23,35% | FLUJO NETO | FACTOR DE ACTUALIZACION 40% | VALOR ACTUAL | INGRESOS ACTUALIZADOS 41% | VALOR ACTUAL |
| 0 | | | | | | -30.687,18 | | -30.687,18 |
| 1 | 44.825,49 | 74.880,00 | 57.395,52 | 12.570,03 | 0,714285714 | 8.978,59 | 0,709219858 | 8.914,91 |
| 2 | 46.375,26 | 79.560,00 | 60.982,74 | 14.607,48 | 0,510204082 | 7.452,80 | 0,502992807 | 7.347,46 |
| 3 | 48.004,50 | 84.240,00 | 64.569,96 | 16.565,46 | 0,364431487 | 6.036,98 | 0,356732487 | 5.909,44 |
| 4 | 49.890,07 | 88.920,00 | 68.157,18 | 18.267,11 | 0,260308205 | 4.755,08 | 0,253001764 | 4.621,61 |
| 5 | 51.688,97 | 93.600,00 | 71.744,40 | 20.055,42 | 0,185934432 | 3.728,99 | 0,179433875 | 3.598,62 |
| TOTALES | | | | | | 265,26 | | (295,14) |

Fuente: Cuadro N° 52-53
Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tasa menor + Diferencia de Tasas \frac{VAN Tasa Menor}{VAN Tasa Menor - VAN Tasa Mayor}$$

$$TIR = 40 + 1 \frac{265,26}{265,26 - (-295,14)}$$

$$TIR = 40,47\%$$

d) **Diferencia de la TIR**= TIR Proyecto– Nueva TIR
67,62%-40,47%= 27,15%

e) **Porcentaje de Variación**= (Dif. TIR/TIR Proyecto) x 100
(27,15/67,62) x 100 = 40,15%

f) **Coficiente Sensibilidad**= Porcent. Variación/ Nueva TIR
40,15 /4047 = 0,99

Para que la creación de una nueva empresa se efectuó en base a información real que permita determinar cuan rentable es el proyecto a implementar es necesario la realización de un Estudio de Factibilidad, el cual contribuirá a tomar la decisión más acertada.

En el presente trabajo se ha desarrollado un estudio completo acerca de la aceptación que puede tener la creación de una Escuela de Modelaje, obteniendo como resultado una propuesta muy atractiva, puesto que varias jóvenes habitantes de la Ciudad de Nueva Loja perciben la propuesta como una alternativa que les permite aprender este tipo de arte expresiva.

A través del estudio realizado se determinó la factibilidad de la implementación de la Escuela de Modelos “ART MODEL S.A.”, puesto que se constató que existen personas dispuestas a acceder a este servicio, además se constató la factibilidad económica que tiene el proyecto. Se considera que su implementación contribuirá a formar jóvenes que pueden acceder a mercados Nacionales e Internacionales, y a generar fuentes de empleo contribuyendo de esta manera a la disminución de la tasa de desempleo. Por ello es importante tanto para los socios de la empresa como para la sociedad implementar el proyecto propuesto.

h. CONCLUSIONES

Al desarrollar el presente trabajo de investigación, se han determinado las siguientes conclusiones que se han obtenido del estudio realizado.

- El estudio de mercado se lo realizó a los habitantes de la ciudad de Nueva Loja, a la población joven entre los 14 a 28 años de edad, en donde se determinó una muestra de 375 encuestas, que fueron aplicadas por segmentos según grupos de edad de esta manera: 14-18; 19-23; 24-28 años de edad.
- De acuerdo con el estudio de mercado realizado, se llegó a determinar que la demanda efectiva de los servicios que brindará la escuela de Modelaje es de 4.826 jóvenes y al no existir oferta en el sector de influencia del proyecto la demanda insatisfecha es igual a la demanda efectiva.
- La capacidad instalada que tiene la empresa es para abarcar a 360 jóvenes hombres y mujeres de 14 a 28 años de edad.
- La capacidad utilizada con la que se iniciará en el primer año es del 80%, que significa un cupo de 288 alumnos, repartidos en seis grupos: tres en el horario de 3-5 pm; y tres en el horario de 6-8 pm.

Los mismos que asistirán a clases dos veces por semana. La duración del curso será de un año, dividido en tres niveles de 4 meses cada uno.

- La localización de la empresa a crearse será en la, ciudad de Nueva Loja, en la vía Quito Km. 2 ½, a pocos metros del redondel del trabajador, en el camino desde la ciudad de Lago Agrio a Quito.

- La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto es de \$30.687,18 dólares; cuyo financiamiento se deriva de dos fuentes; una con aportes propios de los socios con un total de 20.687,18 dólares y la otra con un crédito de \$10.000 dólares, del Banco de Pichincha.

- El presupuesto de operación para el primer año suma un total de \$44.825,49 dólares y para el décimo año un total de \$51.688,97 dólares.

- Los precios unitarios del servicio por alumno será de \$260,00 al año, los cuales cubren el valor de la matrícula de \$20,00; y una mensualidad de \$20,00 dólares por 12 meses que dura el curso.

- Los ingresos por la venta del servicio de modelaje, sumarán en el primer año \$74.880,00 dólares y en el quinto, con toda la capacidad instalada de 360 alumnos las ventas accederán a 93.600,00 dólares.

- La utilidad Neta a obtenerse en el primer año de la puesta en marcha del proyecto asciende a \$17.243,20 dólares.

- En la evaluación del proyecto los indicadores obtenidos son: VAN \$54.215,28; TIR 65,54%; Relación Beneficio Costo 1,74; Periodo de Recuperación de Capital 1 año, 6 meses y 18 días. Del análisis de los indicadores se concluye que el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación se considera prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Al ser el proyecto factible debería ser implementado, puesto que los beneficios económicos y sociales que generan son favorables para el entorno empresarial de la región.
- Por la factibilidad técnica, financiera y económica debe ejecutarse el proyecto, puesto que permitirá la creación de nuevas fuentes de trabajo.
- El Gobierno debe implementar políticas crediticias que promuevan la inversión y legislación clara para que incentiven a los inversionistas.
- Es necesario que se lleve a cabo estudios de factibilidad sobre la temática desarrollada en la presente investigación, a fin de incentivar la inversión en este sector.
- Finalmente buscar implementar el proyecto, con la finalidad de frenar el éxodo poblacional hacia el exterior, por falta de apoyo en las propias zonas de residencia.

j. BIBLIOGRAFÍA

Libros

- BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Bogotá Ed. McGraw Hill. 2001
- CÓRDOVA Padilla, Marcial. Formulación de Proyectos. ECOE Ediciones. Bogotá 2006
- CHIAVENATO Idalberto. Gestión del Talento Humano. Primera Edición. Editorial McGraw Hill. Bogotá 2002.
- FERNÁNDEZ, Espinoza, Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera. Editorial Tecnológica de Costa Rica. 2007.
- GITMAN Lawrence. Principios de Administración Financiera. Décima Edición. Prentice Hall Hispanoamericana. México. 1997.
- GRAHAM Friend. Cómo diseñar un Plan de Negocios. Primera Edición. Editorial El. Lima. 2008
ILPES Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. Guía para la Presentación de Proyectos. Primera Edición, 2006.
- LUSTHAUS Charles. Evaluación Organizacional: Marco para mejorar el desempeño. Banco Interamericano de desarrollo y Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo. Canadá 2002.
- MIRANDA M. Juan José. Gestión de proyectos: identificación, formulación y evaluación financiera. MM Editores. Quinta edición. Bogotá 2005
- PRONADRI-SIEPA. Taller para la preparación d Proyectos de Inversión. México. Año 1998.

Páginas Web Consultadas

- http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado
- <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad>
- http://www.fca.unam.mx/capitulos/unidad8_tf.pdf
- <http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm>
- http://www.fca.unam.mx/capitulos/unidad8_tf.pdf

k. ANEXOS**ANEXOS Nº 1****FICHA RESUMEN DEL ANTEPROYECTO****1. TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS”.

2. PROBLEMA:

La crisis económica, social y política que atraviesa el pueblo ecuatoriano, no solamente tiene presencia en las grandes ciudades, si no también en las pequeñas ciudades como la nuestra, en donde por la falta de inversión de los empresarios, se ha causado en parte una desarticulación y desorganización en los principales aspectos básicos del desarrollo y crecimiento armónico de la ciudad y provincia de Sucumbíos.

Nuestro país ha entrado a un nuevo siglo XXI. Llenos de grandes esperanzas, con cambios que actúen de manera productiva a toda la sociedad pero el problema es sin visión clara de lo que quiere, pero parece que la gran mayoría de la gente desean continuar sumergidos en la pobreza, y otros apenas en un número reducido. Adquieren cambios desean que el país deje de ser un país “subdesarrollado”. Pero en si el Ecuador actual se encuentra como esta por voluntad consciente e inconscientemente de la mayoría de ecuatorianos.

Algunos países han sido indiferentes a las transformaciones mundiales como el Ecuador, por lo que seguimos dando la espalda a los cambios y continuamos perdiendo distancia económica con otras naciones que pocos años atrás tenían el mismo nivel de desarrollo que el nuestro.

Existen libros que comentan la misma historia que ha venido siempre de la mano. Y que no la ha querido dejar sola a la del nuevo siglo, y siempre desde el año 1880 se oían frases comunes como: es tan lamentable, está muy nulo el comercio, nada se hace, hay muchas mercancías y faltan cobradores, descubrir conspiraciones prevenir insurrecciones, la situación política está desastrosa: nuestros legisladores pierden el tiempo en designaciones filosóficas el estado económico es de gran depresión, y el desfinanciamiento fiscal, por último infracciones, devaluaciones, recesión económica, desempleo, la convertibilidad, y en fin un sin número de problemas hasta hoy en día del 2007.

Todo aquello nos ha consternado, especialmente a los jóvenes de ahora, jóvenes que culminados los estudios no saben qué hacer especialmente porque no hay fuentes de trabajo y esto induce a que ahorremos desde ahora para luego invertir en una pequeña empresa creada por nosotros y a la vez ayudar a generar empleo para quienes no tienen la posibilidad por el momento.

El problema radica que en nuestro país las inversiones las hacen fuera del mercado de valores y aquello tal vez genere riqueza autónoma, en vez de invertir en microempresas que generen ayuda social y cobertura para todos los que esperen un servicio.

Por eso se piensa que una de las alternativas para reactivar la economía y el empleo es el desarrollo de empresas, como en este caso se lo realizará con la creación de una Escuela de Modelos.

Es por eso que ante la problemática descrita me permito presentar el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE MODELOS EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS”. Proyecto que de ser puesto en marcha contribuiría con la creación de puestos de trabajo y generación de rentabilidad, para los habitantes de la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos.

4. JUSTIFICACIÓN.

a. JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La Investigación científica permite adquirir más compromisos como estudiantes egresados de la Universidad Nacional de Loja, a través de este sistema de estudio, de cumplir a cabalidad y responsabilidad nuestro trabajo de investigación y de esa manera dar alternativas a los problemas sociales y que generar ideas para

que permitan mejorar la calidad de vida en la sociedad y nos de la oportunidad de desempeñar una función de acuerdo a nuestra especialidad.

Otro aspecto que merece especial atención es, que al crear la empresa se está cumpliendo con una de las metas que ha planteado la Universidad Nacional de Loja a través del sistema innovador de estudios.

Al realizar este tipo de proyectos se está plasmando una de las metas que ha planteado la Universidad a través del Sistema Académico Modular.

b. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

Con la ejecución del presente proyecto, se contribuirá de alguna forma al desarrollo de la economía de los habitantes de la Región Amazónica del Ecuador, en especial de la ciudad de Nueva Loja, generando ingresos a partir de una mayor participación por parte de la juventud, especialmente a los jóvenes de ahora, jóvenes que culminados los estudios no saben que hacer especialmente porque no hay fuentes de trabajo, situación que irá en beneficio de los inversionistas y de la sociedad, permitiendo mejorar el nivel de vida en el área de influencia.

c. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Las diferentes necesidades sociales y los cambios que se producen en esta, es decir la constante evolución, hace que la ciencia, la tecnología, la educación, la investigación, se incorporen en esta sociedad a través de Centros de Educación garantizados como es la Universidad Nacional de Loja, por medio de sus Áreas, prepara a los futuros profesionales, emprendedores, optimistas , para que interactúen en la misma a través de la teoría y la práctica, proponiendo posibles alternativas de solución a los problemas que afecten a ella.

El Área Jurídica, Social y Administrativa, por medio de la Carrera de Administración de Empresas, ha venido planteando alternativas educativas para formar profesionales que, siendo críticos y creativos se proponen a cambiar la realidad social mediante el ejercicio de prácticas profesionales renovadas, que contribuirán al progreso y bienestar de los pueblos de nuestro país.

El proyecto esta unido a la sociedad, ya que al ponerlo en marcha se esta aplicando los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias y poniéndolos a disposición de quienes lo requieren dentro de la comunidad. Así mismo, con este trabajo se aportara en conocimientos para las futuras generaciones, y a la vez servirá, para los futuros profesionales en administración de empresas los que pueden afianzar sus conocimientos en el presente proyecto.

d. JUSTIFICACIÓN POLÍTICA

Los planificadores de la política económica estudian el impacto, las causas y los costos que suponen para la sociedad la inflación, así como las posibles soluciones y consecuencias de los posibles medios a tomar. Otro factor importante de estudio es el desempleo que cuestiona para los gestores de la política económica.

La Provincia de Sucumbíos, permanentemente ha sido postergada, por los gobiernos centrales, el centralismo absorbente, ha ubicado a nuestro cantón en condiciones de continuo abandono. Por lo tanto, solo el esfuerzo permitirá su desarrollo, una forma de lograrlo es con la generación de nuevas unidades de producción como en este caso la creación de una empresa de modelos, la que nos permitirá lograr desarrollar este sector y fortalecerlo para poder exigir políticas que presten mayores y mejores beneficios.

5. OBJETIVOS

a. GENERAL

Realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Escuela de Modelos en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos.

b.ESPECÍFICOS

- » Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del servicio.
- » Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto objeto del estudio.
- » Realizar la evaluación financiera a través de los diferentes indicadores como son el VAN, el TIR, RBC, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.
- » Proponer un modelo de organización empresarial para la puesta en marcha de la empresa, en base a procedimientos administrativos y legales.

6. HIPOTESIS

a. GENERAL

Es factible la creación e implementación de una escuela de modelos en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, lo cual generará una rentabilidad para el inversionista.

7. METODOLOGIA

Para realizar la presente investigación se utilizará los métodos inductivo y deductivo; con los cuales analizará los casos, hechos o fenómenos

particulares para llegar a un descubrimiento de un principio o ley que rige, que posteriormente se fundamentarán con conceptos, principios, definiciones o normas generales de las cuales se extraerán conclusiones y recomendaciones:

Adicionalmente utilizaremos diferentes técnicas o procedimientos, como: fichas bibliográficas, sondeo, observación, encuestas, etc.

Métodos:

Es el conjunto de Procedimiento que se seguirá en la investigación para hallar la verdad y enseñarla.

» **Método Científico.-** El Método Científico está basado en los datos científicos y matemáticos, con la utilización de todos los pasos de la investigación, se relacionará con la empresa ya que se utilizará conceptos científicos o referentes de autores lo que permitirá tener una mejor visión sobre la temática a investigar como se puede crear una empresa.

» **Método Inductivo.-** En términos muy generales, consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

Según este método, se admite que cada conjunto de hechos de la misma naturaleza está regido por una Ley Universal. El objetivo científico es enunciar esa Ley Universal partiendo de la observación de los hechos.

- » **Método Deductivo.-** Este Método se aplicará para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitirá realizar una descripción de como se puede crear una empresa de servicios. Y ayudará a determinar de que forma están estructuradas, cual es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia.
- »
- » **Método Estadístico.-** Este método se aplicará para reunir, organizar y analizar datos numéricos ya que ayuda a resolver problemas y representar gráficamente; a través de éste método se podrá medir los resultados obtenidos de la encuesta y así poder determinar el mayor porcentaje de los cuales permitirán determinar el problema.
- » **Método Bibliográfico.-** Este método permitirá conocer todos los autores de libros que se han dedicado a analizar sobre este tipo de empresas de servicios y de otra manera también servirá de guía para obtener más información. Por lo tanto la bibliografía es el conjunto de catálogos, libros, folletos, Internet o escritos referentes de una materia determinada.

- » **Método Analítico:** Este método implica el análisis, esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.
- » **Método Sintético:** Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo.

El juicio analítico implica la descomposición del fenómeno, en sus partes constitutivas. Es una operación mental por la que se divide la representación totalizadora de un fenómeno en sus partes.

El método sintético es el utilizado en todas las ciencias experimentales ya que mediante ésta se extraen las leyes generalizadoras.

- » **Técnicas:**

En lo que refiere a la recolección bibliográfica se utilizará libros, periódicos, revistas, copiosos, etc., los mismos que mediante la técnica de fichas bibliográficas permitirán estructurar el marco teórico, el cual servirá de base para conocer a fondo el problema en estudio.

También se realizará la observación, encuestas, entrevistas, con el objeto de tener datos cuantitativos que faciliten fortalecer el objeto del estudio.

» **Procedimientos:**

A continuación se procederá a realizar la elaboración del formulario para aplicar el censo, para luego proceder al análisis e interpretación de los datos recolectados con el fin de obtener los elementos de juicio necesarios y técnicas del proyecto.

Con los datos que se obtendrá se efectuara los cálculos necesarios para determinar el monto de las inversiones. La manera de financiar las operaciones. Así como la elaboración de los estados financieros y la evaluación del proyecto donde se demostrará su factibilidad.

Parte de la información secundaria que se necesitara para el análisis, se la encontrará en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los censos de población y vivienda 1990-2001, en el libro del GOBIERNO PROVINCIAL DE SUCUMBIOS, "Plan Participativo de Desarrollo Estratégico de la Provincia de Sucumbíos 2001-2015" AH/editorial 2004, fuentes que servirán de información para determinar el tamaño de la muestra en la ciudad de Nueva Loja.

ANEXO 2**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA****CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Estimado amigo, con el propósito de cumplir con los requerimientos académicos del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, Extensión Lago Agrio, estoy interesada en obtener información para elaborar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Escuela de Modelos en la Ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, para lo cual solicito se digne contestar las siguientes preguntas.

DATOS GENERALES:

Hombre () Edad _____
Mujer ()

1. ¿A usted le interesaría aprender algún tipo de arte expresiva en su tiempo libre?

Si ()
No ()

2. ¿A usted le gusta el Modelaje?

Si ()
No ()

3. ¿Si se instalara en la ciudad de Nueva Loja una escuela de modelaje, apoyaría esta gestión ingresando a dicha institución?

Si ()
No ()

4. ¿Qué horario preferiría Usted?

Mañana ()

Tarde ()

Noche ()

5. ¿Qué le gustaría aprender en la escuela de modelos?

Baile y Ejercicios ()

Pasarela ()

Etiqueta y Protocolo ()

Maquillaje y peinados ()

Diseño de modas ()

Fotografía ()

Actuación ()

Lenguaje corporal ()

Relaciones humanas ()

Diseño de modas ()

Otros (especifique) ()

6. ¿Cuántos cursos de modelaje le interesaría recibir al año?

1 ()

2 ()

3 ()

7. ¿Existen academias de Modelos en la Ciudad de Nueva Loja?

Si ()

No ()

**ANEXO 3
DEPRECIACIONES**

**DEPRECIACIÓN ÁREA DE PRODUCCIÓN
DEPRECIACIÓN ÁREA DE MAQUINARIA Y
EQUIPO**

| Años | Dep. anual | Dep. acumulada | Valor en libros |
|-------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| 0 | - | | 13.055,00 |
| 1 | 1.174,95 | 1.174,95 | 11.880,05 |
| 2 | 1.174,95 | 2.349,90 | 10.705,10 |
| 3 | 1.174,95 | 3.524,85 | 9.530,15 |
| 4 | 1.174,95 | 4.699,80 | 8.355,20 |
| 5 | 1.174,95 | 5.874,75 | 7.180,25 |
| 6 | 1.174,95 | 7.049,70 | 6.005,30 |
| 7 | 1.174,95 | 8.224,65 | 4.830,35 |
| 8 | 1.174,95 | 9.399,60 | 3.655,40 |
| 9 | 1.174,95 | 10.574,55 | 2.480,45 |
| 10 | 1.174,95 | 11.749,50 | 1.305,50 |

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

| Años | Dep. anual | Dep. acumulada | Valor en libros |
|-------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| 0 | - | | 4.710,00 |
| 1 | 423,90 | 423,90 | 4.286,10 |
| 2 | 423,90 | 847,80 | 3.862,20 |
| 3 | 423,90 | 1.271,70 | 3.438,30 |
| 4 | 423,90 | 1.695,60 | 3.014,40 |
| 5 | 423,90 | 2.119,50 | 2.590,50 |
| 6 | 423,90 | 2.543,40 | 2.166,60 |
| 7 | 423,90 | 2.967,30 | 1.742,70 |
| 8 | 423,90 | 3.391,20 | 1.318,80 |
| 9 | 423,90 | 3.815,10 | 894,90 |
| 10 | 423,90 | 4.239,00 | 471,00 |

DEPRECIACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA

| DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES | | | |
|---------------------------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| Años | Dep. anual | Dep. acumulada | Valor en libros |
| 0 | - | | 1.507,00 |
| 1 | 135,63 | 135,63 | 1.371,37 |
| 2 | 135,63 | 271,26 | 1.235,74 |
| 3 | 135,63 | 406,89 | 1.100,11 |
| 4 | 135,63 | 542,52 | 964,48 |
| 5 | 135,63 | 678,15 | 828,85 |
| 6 | 135,63 | 813,78 | 693,22 |
| 7 | 135,63 | 949,41 | 557,59 |
| 8 | 135,63 | 1.085,04 | 421,96 |
| 9 | 135,63 | 1.220,67 | 286,33 |
| 10 | 135,63 | 1.356,30 | 150,70 |

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA

| Años | Dep. anual | Dep. acumulada | Valor en libros |
|-------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| 0 | - | | 256,00 |
| 1 | 23,04 | 23,04 | 232,96 |
| 2 | 23,04 | 46,08 | 209,92 |
| 3 | 23,04 | 69,12 | 186,88 |
| 4 | 23,04 | 92,16 | 163,84 |
| 5 | 23,04 | 115,20 | 140,80 |
| 6 | 23,04 | 138,24 | 117,76 |
| 7 | 23,04 | 161,28 | 94,72 |
| 8 | 23,04 | 184,32 | 71,68 |
| 9 | 23,04 | 207,36 | 48,64 |
| 10 | 23,04 | 230,40 | 25,60 |

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

| Años | Dep. anual | Dep. acumulada | Valor en libros |
|-------------|-------------------|-----------------------|------------------------|
| 0 | - | | 2.600,00 |
| 1 | 577,81 | 577,81 | 2.022,19 |
| 2 | 577,81 | 1.155,62 | 1.444,38 |
| 3 | 577,81 | 1.733,43 | 866,57 |

| DEPRECIACIÓN DE REPOSICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | | |
|--|-------------------|-----------------------|------------------------|
| Años | Dep. anual | Dep. acumulada | Valor en libros |
| 0 | - | | 3.380,00 |
| 1 | 751,15 | 751,15 | 2.628,85 |
| 2 | 751,15 | 1.502,30 | 1.877,70 |
| 3 | 751,15 | 2.253,45 | 1.126,55 |

**Anexo 4
PROYECCIONES**

| PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA | |
|--|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 18.992,64 |
| 2 | 19.835,91 |
| 3 | 20.716,63 |
| 4 | 21.636,45 |
| 5 | 22.597,10 |

| PROYECCIÓN SUELDOS DE ADMINISTRATIVOS | |
|--|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 14.991,12 |
| 2 | 15.656,73 |
| 3 | 16.351,88 |
| 4 | 17.077,91 |
| 5 | 17.836,17 |

| PROYECCIÓN ÚTILES DE OFICINA | |
|-------------------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 240,00 |
| 2 | 250,66 |
| 3 | 261,79 |
| 4 | 273,41 |
| 5 | 285,55 |

| PROYECCIÓN ENERGÍA ELÉCTRICA | |
|-------------------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 540,00 |
| 2 | 563,98 |
| 3 | 589,02 |
| 4 | 615,17 |
| 5 | 642,48 |

| PROYECCIÓN AGUA POTABLE | |
|--------------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 44,40 |
| 2 | 46,37 |
| 3 | 48,43 |
| 4 | 50,58 |
| 5 | 52,83 |

| PROYECCIÓN ARRIENDOS | |
|-----------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 3.360,00 |
| 2 | 3.509,18 |
| 3 | 3.664,99 |
| 4 | 3.827,72 |
| 5 | 3.997,67 |

| PROYECCIÓN SERVICIO TELEFÓNICO | |
|---------------------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 240,00 |
| 2 | 250,66 |
| 3 | 261,79 |
| 4 | 273,41 |
| 5 | 285,55 |

| PROYECCIÓN ÚTILES DE ASEO | |
|----------------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 78,00 |
| 2 | 81,46 |
| 3 | 85,08 |
| 4 | 88,86 |
| 5 | 92,80 |

| PROYECCIÓN PUBLICIDAD | |
|------------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 624,00 |
| 2 | 651,71 |
| 3 | 680,64 |
| 4 | 710,86 |
| 5 | 742,42 |

| PROYECCIÓN PROMOCIÓN | |
|-----------------------------|--------------------|
| AÑOS | VALOR 4,44% |
| 1 | 1.200,00 |
| 2 | 1.253,28 |
| 3 | 1.308,93 |
| 4 | 1.367,04 |
| 5 | 1.427,74 |

Anexo 5

EMPRESAS DEDICADAS A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE FORMACIÓN DE MODELOS DE PASARELA

| RUC | Razón Social | Nombre Comercial | Fecha de Inicio de actividades | Estado del Contribuyente |
|---------------|--|-------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 910609353001 | NIEMES SANCHEZ CECILIA DE LAS MERCEDES | MODELOS | 02/02/1994 | Suspensión Definitiva |
| 1701648469001 | ESTRELLA ESPIN MANUEL ANGEL | MODELOS | 29/09/2000 | Suspensión Definitiva |
| 800425977001 | POLIT LUNA RITA LEONOR | MODELOS E IMAGEN | 01/05/1995 | Suspensión Definitiva |
| 1706577408001 | MANCINI RAHN MIRIAM ANGELETTE | ESCUELA DE MODELOS Y EVENTOS L'FAME | 16/07/2003 | Suspensión Definitiva |
| 916015506001 | TACURI ARIAS PATRICIA GEOCONDA | MODELOS Y EVENTOS TACURI | 02/02/1999 | Suspensión Definitiva |

Fuente: Servicio de Rentas Internas disponible en :

<https://declaraciones.sri.gov.ec>

Elaborado por: La Autora

| ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS | |
|--|-----|
| CERTIFICACIÓN | i |
| AUTORIA | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Dedicatoria | iv |
| a. TÍTULO | 1 |
| b. RESUMEN | 2 |
| SUMARY | 4 |
| c. INTRODUCCIÓN | 6 |
| d. REVISION DE LITERATURA | 9 |
| MARCO REFERENCIAL | 9 |
| Historia del Modelaje | 9 |
| Historia de la Inventora de la Moda Coco Chanel. | 10 |
| Principales Escuelas de Modelos en el Mundo. | 10 |
| Escuelas de Modelos en el Ecuador. | 11 |
| Modelos | 11 |
| MARCO CONCEPTUAL | 13 |
| PROYECTO DE INVERSIÓN | 13 |
| Propósito | 13 |
| Importancia de la Elaboración de Proyectos | 13 |
| Evaluación de proyectos de inversión | 13 |
| ESTUDIO DE FACTIBILIDAD | 14 |

| | |
|--|-----------|
| Componentes del Estudio de Factibilidad | 14 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 15 |
| Objetivos del Estudio de Mercado | 15 |
| Investigación de Mercado | 16 |
| Análisis de la Demanda | 16 |
| La oferta | 17 |
| Proyección de la Oferta | 17 |
| Demanda vs. Oferta | 18 |
| Estrategias de la comercialización | 18 |
| Diagrama de Factibilidad Comercial | 19 |
| ESTUDIO TÉCNICO | 20 |
| Partes que Conforman El Estudio Técnico | 20 |
| Localización óptima del Proyecto | 21 |
| Factores determinantes de la Localización | 21 |
| Determinación del Tamaño de la Planta | 23 |
| INGENIERÍA DEL PROYECTO | 24 |
| Diagrama del Proceso | 25 |
| Distribución de la Planta | 26 |
| ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y BASE LEGAL | 27 |
| Base legal | 28 |
| Estructura Organizacional | 30 |
| Niveles de la Organización | 31 |

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| Organigrama | 31 |
| Funciones y tareas del Personal. | 31 |
| ESTUDIO FINANCIERO | 32 |
| Estructuración del Análisis Económico | 34 |
| Ingresos | 35 |
| Determinación de Costos | 35 |
| Inversión | 35 |
| Depreciaciones y Amortizaciones | 36 |
| Capital de Trabajo | 36 |
| Punto de Equilibrio | 36 |
| Estado de Resultados | 37 |
| Balance General | 37 |
| Evaluación Financiera | 37 |
| Valor Anual Neto | 38 |
| Periodo de Recuperación | 39 |
| Tasa Interna de Rendimiento | 39 |
| Relación Beneficio Costo | 40 |
| Análisis de Sensibilidad | 40 |
| e. MATERIALES Y METODOS | 42 |
| f. RESULTADOS | 49 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 49 |
| Análisis de encuestas | 51 |

| | |
|---|-----|
| g. DISCUSIÓN | 61 |
| Estudio de la Demanda | 61 |
| Estudio de la Oferta | 68 |
| Demanda Insatisfecha | 69 |
| Análisis de la Comercialización | 70 |
| ESTUDIO TÉCNICO | 74 |
| INGENIERÍA DEL PROYECTO | 83 |
| ESTUDIO ORGANIZACIONAL | 95 |
| ESTUDIO FINANCIERO | 118 |
| EVALUACIÓN FINANCIERA | 155 |
| h. CONCLUSIONES | 167 |
| i. RECOMENDACIONES | 170 |
| j. BIBLIOGRAFÍA | 171 |
| k. ANEXOS | 173 |
| Anexo 1: Ficha resumen del anteproyecto | 173 |
| Anexo 2: Cuestionarios para recolección de información | 184 |
| Anexo 3: Depreciaciones | 186 |
| Anexo 4: Proyecciones | 189 |
| Anexo 5: Empresas dedicadas a la prestación de servicios de formación de modelos de pasarela | 192 |
| INDICE | |