



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:  
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UN MULTICINES SHOPPING Y JUEGOS  
RECREACIONALES EN LA CIUDAD DE IBARRA.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS  
COMERCIALES**

**AUTORES: GUERRA, H. MARINO R;  
ALMACHE F, JAIRO A.  
DIRECTOR: ECON. AYALA, Estuardo**

**Ibarra, Abril, 2013**



## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal del presente estudio es determinar la factibilidad de la creación de un multicine shopping y juegos recreacionales en la ciudad de Ibarra. Para la diversión, entretenimiento sano de todos los habitantes de la ciudad, se ha llevado a cabo el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación. Luego de conocer la situación actual del sector y tener una visión clara que al momento no existe un sitio como este, se procedió a desarrollar el estudio de mercado en el que se analiza el comportamiento de la demanda, oferta, precio. Es también importante tener claro las conceptualizaciones de los asuntos que abordan este tema, permitiendo formar un criterio sostenido. Se procedió a realizar un estudio técnico, analizándose temas como localización, tamaño e ingeniería del proyecto, donde se ha determinado la viabilidad del proyecto. Posteriormente, se procedió a desarrollar la organización administrativa, donde las diferentes áreas están ubicadas acorde a los niveles jerárquicos que se muestran en el organigrama, así mismo se detalla las funciones de cada individuo que forme parte de esta organización. Finalmente, se realizó un análisis de impactos en los aspectos social, económico, educativo-empresarial y ambiental. Con la estructura antes mencionada y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se justifica la necesidad de emprender el proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.

## EXECUTIVE SUMMARY

The main objective of this study is to determine the feasibility to implement the creation of complex – movie, shopping and recreational games in the city of Ibarra. For fun, sane entertainment for all the inhabitants of the city, it has been carried out the analysis of the various aspects involved in this research. After learning about the current situation of the sector and having a clear view, that it does not exist at the moment, proceeded to develop market study which analyzes the behavior of demand, supply, price. It is also important to have clear conceptualizations of the issues related to the theme, getting a sustained criterion. It carried out the project, which has determined the viability of the project. Then, we proceeded to develop the administrative organization, where different areas are located according to the hierarchical levels shown in the chart, also outlined the functions of each individual who is part of this organization. Finally we conducted an analysis of impacts on the social, economic, educational, business and environmental. With the above structure and effectively applying to the steps in the preparation of this study, it is justified the need to undertake the project presented and the suitability of the investment.

## DECLARACIÓN

Yo, Marino Raúl Guerra Hidalgo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

---

**Marino R. Guerra H.**

## **DECLARACIÓN**

Yo, Jairo Andrés Almache Flores, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

---

**Jairo A. Almache F.**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Marino Raúl Guerra Hidalgo, para optar por el Título de Ingeniero Comercial, cuyo tema es: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Multicine shopping y juegos recreacionales en la Ciudad de Ibarra”**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Noviembre del 2012

---

Econ. Estuardo Ayala

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Jairo Andrés Almache Flores, para optar por el Título de Ingeniero Comercial, cuyo tema es: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Multicine shopping y juegos recreacionales en la Ciudad de Ibarra”**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Noviembre del 2012

---

Econ. Estuardo Ayala

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

Nosotros, Guerra Hidalgo Marino – Almache Flores Jairo, con cédulas de identidad Nro. 020158231-9, 100276720-8, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICINES SHOPING Y JUEGOS RECREACIONALES EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIEROS COMERCIALES**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. en concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....  
Guerra Hidalgo Marino R.

020158231-9

.....  
Almache Flores Jairo A.

100276720-8

Ibarra, a los 19 días del mes de Diciembre de 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UINIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinado la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentado nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información

<b>DATOS DE CONTACTO</b>		
<b>Cedula DE IDENTIDAD:</b>	020158231-9	100276720-8
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	GUERRA HIDALGO MARINO RAUL	ALMACHE FLORES JAIRO ANDRES
<b>DIRECCION:</b>	JUAN MOLTAVO 6-35 Y OVIEDO	MALDONADO 13-67 Y OBISPO MOSQUERA
<b>EMAIL:</b>	marinoguerra7@hotmail.com	jairoalmache_1988@hotmail.com
<b>TELÉFONO FIJO Y MOVIL:</b>	062 610 – 483 099 1622 740	062 601 – 561 099 9175 971

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICINES SHOPING Y JUEGOS RECREACIONALES EN LA CIUDAD DE IBARRA</b>
<b>AUTORES:</b>	Guerra Hidalgo Marino – Almache Flores Jairo
<b>FECHA:</b>	18/12/2012
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIEROS COMERCIALES
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	ECON. AYALA, Estuardo

#### 1. AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE UNIVERSIDAD

Nosotros, Guerra Hidalgo Marino – Almache Flores Jairo, con cédulas de identidad Nro. 020158231-9, 100276720-8, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

#### 2. COSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos autor de terceros, por lo tanto la obra es

original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 19 días del mes de Diciembre de 2012

**LOS AUTORES:**

**ACEPTACIÓN:**

.....

Guerra Hidalgo Marino R.

020158231-9

Firma.....

Nombre:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

.....

Almache Flores Jairo A.

100276720-8

Firma.....

Nombre:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Concejo Universitario

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres y hermanos quienes me apoyaron incondicionalmente a ingresar a las aulas universitarias y durante esta etapa de estudios universitarios me brindaron su apoyo absoluto, Cuyos frutos se ven reflejados en mi carrera profesional, por todo ello mi compromiso es retribuir a la sociedad, desde cualquier campo que me desempeñe.

A mis compañeros y compañeras, con quienes compartí momentos gratos e inolvidables.

**Jairo Andrés Almache Flores**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado dedico a Dios, por regalarme una vida llena oportunidades. A mi madre que con sabiduría me supo inculcar grandes valores y gracias a su dedicación y sacrificio hizo posible la culminación de mi carrera, a mi padre y hermana que siempre estuvieron brindándome su apoyo incondicional en el desarrollo de este trabajo, y a todas las personas que estuvieron conmigo de una u otra manera.

A mis compañeros y compañeras, con quienes compartí momentos gratos e inolvidables.

**Marino Raúl Guerra Hidalgo**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por qué ha sido él quien ha permitido que la sabiduría dirija y guie mis pasos y me ha dado fortaleza para continuar cuando me he sentido vencido.

Gracias a mis padres por su sacrificio y abnegación constante y por ser la prueba fehaciente de que todo lo que se propone se puede lograr solo hay que esforzarse.

Un agradecimiento inmenso al Econ. Estuardo Ayala Director de mi Trabajo de Grado por dedicar su valioso tiempo en la revisión de este trabajo, por guiarme y Orientarme con todo su profesionalismo y conocimiento.

Por último debo expresar mi gratitud a todos mis maestros de la Universidad Técnica del Norte que me llenaron de conocimientos científicos y valores morales para mi profesionalización.

**Jairo Andrés Almache Flores**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero a Dios por darme la vida y la oportunidad para la culminación de esta meta.

El saber reconocer y agradecer es una virtud del ser humano y por ello mis profundos agradecimientos a quienes fueron fuente de ayuda, respaldo moral y económico y gracias a ello se hizo posible la culminación de este trabajo.

Gracias a mis padres por su apoyo incondicional especialmente a mi madre por su sacrificio, para brindarme todo lo que necesitaba, demostrarme que un tropiezo no es caída y en las caídas ya que saber levantarse siempre con la frente en alto, cuando uno se lo propone se lo puede lograr.

Por último agradezco a cada uno de mis maestros que con gran voluntad y paciencia, impartieron sus conocimientos durante esta etapa estudiantil, en especial al Economista Estuardo Ayala Director del Proyecto, por su colaboración incondicional en el desarrollo del presente Trabajo.

**Marino Raúl Guerra Hidalgo**

## Introducción

### Antecedentes

En la ciudad de Ibarra, habitan 181.175 personas, es la ciudad más grande de la provincia de Imbabura, su clima es templado seco con temperatura media de aproximadamente 14 y 19 grados centígrados. La ciudad blanca, es la capital de la provincia de Imbabura de tradición española con sus plazas y calles de diseño colonial. Toda la riqueza de esta capital está expresada culturalmente en donde viven los diferentes pueblos los mismos que a través de su arte, costumbres y manifestaciones ancestrales dan vida a esta ciudad.

Las salas de cine a lo largo de la historia se han ido transformando en función de los avances tecnológicos, los cambios en los hábitos de consumo del público y como respuesta a formas de ocio alternativas. Por ello a lo largo de la historia se ha pasado de pantallas casi cuadradas a pantallas más panorámicas, para competir con la televisión. De cines de una sola sala a cines con varias salas ofreciendo una mayor oferta. Inclusión de complejos de multicines en centros comerciales como parte de una oferta conjunta de ocio y consumo.

La intención es facilitar y simplificar el acceso a la oferta cinematográfica; así como una mejora constante en las condiciones de exhibición que mantengan el hecho diferenciador de las salas respecto al visionado en televisión, cada vez más competitivo.

Actualmente en la ciudad no existe un lugar donde las personas puedan entretenerse en familia y amigos por esta razón se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de un multicine shopping dentro de la ciudad, el mismo que logrará recabar la cultura de las personas consiguiendo de esta forma que se involucren a participar de las actividades que se realicen dentro del mismo, encaminando así a que se evite el mal uso del tiempo disponible de las personas sobre todo al culminar las jornadas laborales y pedagógicas de los estudiantes.

Con la posibilidad de que se ejecute este proyecto se conseguirá infundir un entretenimiento sano además de diferentes servicios recreacionales y sobre todo que se recabe la cultura que con el pasar del tiempo se ha ido perdiendo en el entorno.

### **Justificación**

Las causas por las cuales ha surgido esta idea de crear un multicines shopping, es para lograr que los habitantes de la ciudad de Ibarra tengan un lugar dónde puedan entretenerse en familia y amigos de esta forma se involucren a participar de las actividades que se realicen dentro del mismo y hagan buen uso del tiempo disponible después de haber terminado una jornada laboral, así como pedagógicas de los estudiantes.

El presente proyecto será factible ya que actualmente en la ciudad de Ibarra no se cuenta con un sitio el cual brinde estos servicios a sus habitantes y a la provincia de Imbabura, ya que en los únicos lugares donde existe este servicio son Guayaquil, Quito, Cuenca.

Con la puesta en marcha del presente proyecto lo que se busca es satisfacer una necesidad insatisfecha que tienen las personas de la ciudad actualmente, además con esto se pretende incrementar el turismo y por ende la productividad dentro de la ciudad, de esta forma se aumentarán las plazas de trabajo permitiendo que los ciudadanos ibarreños consigan una mejor calidad de vida.

Los beneficiarios directos de la creación del proyecto serán los consumidores que hagan uso del servicio que se brindará, ya que por la falta de oferta no han satisfecho sus necesidades y han tenido que buscar productos sustitutos.

El presente estudio tiene como finalidad intereses comerciales y sociales, ya que con el desarrollo de este trabajo se podrá conocer de una forma más profunda cuáles serán los impactos que generará este proyecto a la ciudad.

El presente trabajo es original e innovador puesto que hasta el momento no existe en la ciudad un lugar que se dedique a ofrecer este servicio el cual se considera tendrá resultados positivos en el futuro.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para poner en marcha la creación de un multicine shopping y juegos recreacionales en la ciudad de Ibarra, para la diversión, entretenimiento sano de todos los habitantes de la ciudad.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer el diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra a través del análisis AOOD.
- Elaborar un Marco Teórico que permita fundamentar la realización del proyecto.
- Realizar un Estudio de Mercado donde se pueda determinar la oferta, demanda, el precio, la comercialización y la publicidad.
- Realizar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño, la tecnología, la inversión y el talento humano requeridos para la operación del proyecto.
- Determinar la estructura organizacional, que permita saber la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización.
- Elaborar un estudio financiero que ayudará a definir la factibilidad del proyecto.
- Determinar los impactos que resulten de la implementación del proyecto, en los ámbitos: social, financiero, empresarial, ambiental.

## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>iii</b>
<b>DECLARACIÓN</b>	<b>v</b>
<b>IDENTIFICACION DE LA OBRA</b>	<b>x</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>xiii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>xv</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>xvii</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>xix</b>

## CAPITULO I

### DIAGNOSTICO SITUACIONAL

Antecedentes.	27
Proyección de la Población	29
Clima	30
Educación	
Vivienda	31
Salud	32
Desarrollo Económico	
Actividades Económicas	33
Sector Industrial	
Sector Servicios	
Cultura	34
Análisis AOOR	

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Empresa	37
Clasificación de la Empresa	
Multicines	40
Estudio de Mercado	43
Estudio Técnico	46
Estudio Financiero	50
Estructura Organizacional	56

**CAPÍTULO III**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	61
Objetivos del Estudio de Mercado	
Indicadores	63
Servicio	64
Segmento de Mercado	
Determinación de la Muestra	66
Calculo de la Muestra	
Análisis e interpretación de los resultados de la Encuesta	66
Mercado Meta	77
Análisis de la Oferta	78
Demanda Insatisfecha	
Precio del Servicio	
Comercialización del Servicio	80

**CAPITULO IV**  
**ESTUDIO TÉCNICO**

Tamaño del Proyecto	85
Ingeniería del Proyecto	91
Obras Civiles	97
Presupuesto Técnico	101

**CAPITULO V**  
**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La Empresa	107
Misión	
Visión	
Políticas	108
Valores	109
Organización Estructural	110

**CAPITULO VI**  
**ESTUDIO FINANCIERO**

Ingresos	133
Calculo del Egreso	134
Gastos Administrativos	138
Gasto de Ventas	140
Gasto Financiero	142
Depreciación	145
Estados Financieros	
Evaluación Financiera	147

**CAPITULO VII**  
**IMPACTOS**

Impacto Social	158
Impacto Financiero	159
Impacto Educativo Empresarial	160
Impacto Ambiental	161
Impacto General del Proyecto	162
CONCLUSIONES	160
RECOMENDACIONES	162
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	164

## INDICE DE CUADROS

- Cuadro N.- 1** División Política del Cantón Ibarra
- Cuadro N.- 2** Población
- Cuadro N.- 3** Proyección de la Población
- Cuadro N.-4** Establecimientos Educativos de la Ciudad de Ibarra
- Cuadro N.-5** Viviendas
- Cuadro Nº 6** Ministerio de Salud Pública
- Cuadro N.-7** Matriz de relación
- Cuadro N.- 8** Población
- Cuadro N.- 9** Proyección de la Población al año 2012
- Cuadro N.- 10** Visitas a Multicine
- Cuadro N.-11** Aceptación de Multicine
- Cuadro N.-12** Ubicación
- Cuadro N.-13** Distribución del Espacio
- Cuadro N.-14** Tipos de películas
- Cuadro N.-15** Medios Publicitarios
- Cuadro N.-16** Precio Película 3D
- Cuadro N.-17** Precio Película Normal
- Cuadro N.-18** Uso de Instalaciones y Servicios
- Cuadro N.-19** Frecuencia de Visita
- Cuadro N.-20** Proyección del Cálculo de la Población al 2016
- Cuadro N.-21** Proyección de la Demanda
- Cuadro N.-22** Demanda Insatisfecha Proyectada
- Cuadro N.- 23** Proyección del Precio del Servicio Películas 3D
- Cuadro N.- 24** Proyección del Precio del Servicio Películas Normales
- Cuadro N.- 25** Medios de Comunicación
- Cuadro N.- 26** Matriz de Ponderación
- Cuadro N.- 27** Terreno
- Cuadro N.- 28** Costo m<sup>2</sup> de Construcción
- Cuadro N.- 29** Tecnología y Equipo

**Cuadro N.- 30** Equipo y Muebles de Oficina

**Cuadro N.- 31** Equipos de Computación

**Cuadro N.- 32** Juegos Recreacionales

**Cuadro N.- 33** Resumen de la Inversión Fija

**Cuadro N.- 34** Gastos de Construcción

**Cuadro N.- 35** Capital de Trabajo

**Cuadro N.- 36** Inversión Total del Proyecto

**Cuadro N.- 37** Financiamiento

**Cuadro N.-38** Talento Humano

**Cuadro N.- 39** Ingreso Películas Normales y 3D

**Cuadro N.- 40** SBU Proyectado

**Cuadro N.- 41** Proyección de SBU Personal Operativo

**Cuadro N.- 42** MOD Anual Proyectada

**Cuadro N.- 43** MOI Proyectada SBU

**Cuadro N.- 44** Costos Indirectos Mensuales

**Cuadro N.- 45** Costos Indirectos Anuales

**Cuadro N.- 46** Costos de Producción

**Cuadro N.- 47** Salario Básico Unificado Mensual

**Cuadro N.-48**Gastos Administrativos Anuales

**Cuadro N.- 49** Gastos Generales Administrativos

**Cuadro N.- 50** Resumen Gastos Administrativos

**Cuadro N.-51** Proyección SBU Mercadólogo

**Cuadro N.- 52** Gasto de Publicidad

**Cuadro N.- 53** Resumen Gasto de Ventas

**Cuadro N.- 54** Amortización

**Cuadro N.- 55** Gastos Financieros

**Cuadro N.- 56** Depreciación

**Cuadro N.- 57** Balance General

**Cuadro N.- 58** Estado Resultados Proyectados

**Cuadro N.- 59** Flujo de Caja Proyectado

- Cuadro N.- 60** Costo del Capital
- Cuadro N.- 61** Calculo de VAN
- Cuadro N.- 62** VAN con Tasa Inferior
- Cuadro N.- 63** VAN con Tasa Superior
- Cuadro N.- 64** Ingreso y Egresos Actualizados
- Cuadro N.- 65** Punto de Equilibrio
- Cuadro N.- 66** Recuperación de la Inversión
- Cuadro N.- 67** Tabla de valoración de Impactos
- Cuadro N.- 68** Impacto Social
- Cuadro N.- 69** Impacto Financiero
- Cuadro N.- 70** Impacto fbgEmpresarial
- Cuadro N.- 71** Impacto Ambiental
- Cuadro N.- 72** Impacto General del Proyecto

#### **INDICE DE GRÁFICOS**

- Grafico N.- 1** Viviendas de la provincia de Imbabura
- Gráfico Nº 2** Sector industrias
- Grafico N.- 3** Visitas a multicines
- Grafico N.-4** Aceptación del multicine
- Grafico N.-5** Ubicación
- Grafico N.-6** Distribución del Espacio
- Grafico N.-7** Tipos de Películas
- Grafico N.-8** Medios Publicitarios
- Grafico N.-9** Precio Película 3D
- Grafico N.-10** Precio Película Normal
- Grafico N.-11** Uso de Instalaciones
- Grafico N.-12** Frecuencia de Visitas
- Grafico N.- 13** Organigrama Estructural
- Grafico N.- 14** Organigrama Funcional

## **INDICE DE IMÁGENES**

**Imagen N.- 1** Multicines

**Imagen N.- 2** Producto o servicio

**Imagen N.- 3** Logotipo de la Empresa

**Imagen N.- 4** Instalaciones del Proyecto

**Imagen N.- 5** Instalaciones del Proyecto

**Imagen N.- 6** Mapa de la provincia de Imbabura

**Imagen N.- 8** Ubicación Geográfica del multicine

**Imagen N.- 9** Plano del IMI

**Imagen N.- 10** Ubicación Geográfica del multicine

**Imagen N.- 11** Proyector 2k, 4k Digital

**Imagen N.- 12** Flujo Grama de Procesos

**Imagen N.- 13** Plano de instalaciones y diseño de planta

## **CAPITULO I**

### **Diagnóstico Situacional**

#### **Antecedentes.**

La Villa de San Miguel de Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como La ciudad blanca por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. También es muy común la frase "ciudad a la que siempre se vuelve" por su fantástica naturaleza, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes. Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

#### **Objetivo General**

Elaborar un diagnóstico situacional del proyecto multicines shopping y juegos recreacionales en la ciudad de Ibarra.

#### **Objetivo Específico**

Conocer la situación geográfica de la ciudad de Ibarra.

Indicar la población de la ciudad de Ibarra.

Describir el clima de la ciudad e Ibarra.

Explicar la cantidad de planteles para la educación en la ciudad e Ibarra.

Señalar la cantidad de viviendas de la ciudad de Ibarra.

Conocer cómo se encuentra la salud en la ciudad de Ibarra.

Describir el desarrollo económico de la ciudad de Ibarra.

Conocer los avances tecnológicos.

Explicar la cultura de la ciudad de Ibarra.

### **Situación Geográfica.**

La ciudad de Ibarra está ubicada al Norte del país, a 115 Km. al norte de Quito y 125 Km. al sur de Tulcán, con una altitud de 2192 metros sobre el nivel del mar, actualmente según el censo del 2010 su población total es de 181.175, su latitud bordea los 00º 21' N y su longitud 078º 07' O.

### **División Política**

**Cuadro N.- 1**  
**División Política del Cantón Ibarra**

<b>SUPERFICIE PARROQUIAS URBANAS</b>	<b>Km2</b>
San Francisco	10,29
La Dolorosa del Priorato	9,47
Caranqui	6,53
El Sagrario	10,68
Alpachaca	4,71
<b>Total</b>	<b>41,68</b>

FUENTE: Municipio de Ibarra

<b>SUPERFICIE PARROQUIAS RURALES</b>	<b>Km2</b>
Angochagua	123,93
La Esperanza	32,68
San Antonio	29,07
Ambuquí	139,94
Ibarra	237,27
Salinas	39,67
La Carolina	308,49
Lita	209,46
<b>Total</b>	<b>1120,51</b>

FUENTE: Municipio de Ibarra

**Elaborado por:** Autores

El cantón Ibarra, cuya capital es San Miguel de Ibarra, está constituida por cinco parroquias urbanas y siete rurales, con una superficie total de 1.162,19 km<sup>2</sup>, una densidad poblacional de 156 hab/Km<sup>2</sup> en el cantón.

### **Población**

La población del cantón Ibarra ha tenido un incremento del 18,22 % entre el año 2001 y 2010, de acuerdo a datos de los censos realizados en los años 2001 (153256) y 2010 (181175). Dando un incremento de 27919 habitantes en el periodo analizado.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área urbana y en el área rural una población de 49319 con un total de 181.175 habitantes.

**Cuadro N.- 2**  
**Población Según el Género**

Género	N° de Habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%
<b>Total</b>	<b>181.175</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC

Elaborado Por: Autores

### **Proyección de la Población**

**Cuadro N.- 3**  
**Proyección de la Población**

AÑO	POBLACION
2010	181175
2011	184581
2012	188051

Fuente: INEC

Elaborado Por: Autores

Para la proyección de la población al 2012 se tomó una tasa de crecimiento del 1.88% de la provincia de Imbabura según los datos proporcionados por el INEC.

### **Clima**

La ciudad de San Miguel de Ibarra se encuentra ubicada en la denominada Región Interandina. En esta región se observan dos estaciones lluviosas, de Febrero a Mayo y de Octubre a Noviembre, con una primera estación seca muy marcada entre Junio y Septiembre, y con una segunda menos acentuada en Diciembre-Enero. Los totales anuales de precipitación fluctúan entre los 700 y 1500 mm generalmente.

Por otra parte, en las regiones situadas sobre los 3500 m de altura, se observan frecuentes neblinas y las lluvias son generalmente de larga duración y débil intensidad. El clima es caliente llega a los 35° C y clima frío, baja hasta los 4° C. Imbabura cuenta con un agradable clima seco y una temperatura promedio anual que oscila alrededor de los 18° C.

### **Educación**

**Cuadro N.-4**

**Establecimientos Educativos de la Ciudad de Ibarra**

Ibarra		
Detalle	Planteles	
	Numero	Porcentaje
Colegios	37	18,59%
Escuelas	114	57,29%
Jardines	31	15,58%
Superior	17	8,54%
Total	199	100%

**Fuente:** Dirección Educación

**Elaborado por:** Autores

En el cantón Ibarra actualmente existe 199 establecimientos educativos fiscales y particulares de los cuales las escuelas son las instituciones que ocupan el mayor

porcentaje de establecimientos educativos en relación a colegios, jardines e institutos de educación superior.

## Vivienda

**CUADRO N.- 5**

### Viviendas

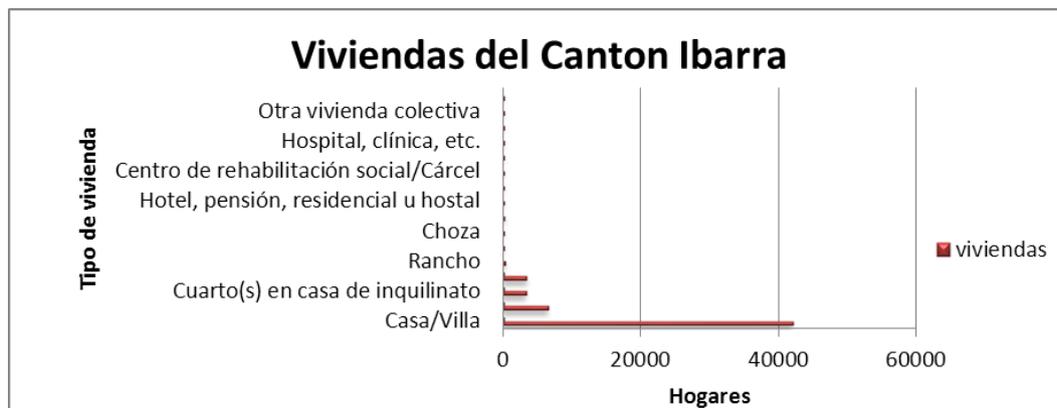
Tipo de la vivienda	Viviendas	%
Casa/Villa	41971	74,92
Departamento en casa o edificio	6507	11,62
Cuarto(s) en casa de inquilinato	3288	5,87
Mediagua	3410	6,09
Rancho	349	0,62
Covacha	106	0,19
Choza	133	0,24
Otra vivienda particular	216	0,39
Otra	42	0,07
Total	56022	100,00

Fuente: INEC

Elaborado por: Autores

Según los datos proporcionados por el INEC al año 2010 en la ciudad de Ibarra cuenta con un total de 56.022 viviendas. Como se muestra en el cuadro N.- 5

**Gráfico N.- 1**



Fuente: INEC

Elaborado por: Autores

## Salud

**Cuadro N° 6**  
**Ministerio de Salud Pública**

Unidades del Sector de Salud	
Entidades	Nº
Hospitales	1
Centro de salud	1
Subcentros urbanos	13
Subcentros rurales	32
Puestos de salud	13
Unidades móviles	1
Asilos	2
Otros privados	25
IESS	1
Anexos al IESS	5
Cruz roja	1
Solca	1
Total	96

**Fuente:** M.S.P.

**Elaborado por:** Autores

Mediante la información del Ministerio de Salud Pública del año 2010 la ciudad de Ibarra cuenta con las siguientes entidades: Un hospital, un centro de salud, subcentros urbanos 13, subcentros rurales 32, 13 puestos de salud, una unidad móvil, 2 asilos, otros privados (clínicas particulares) 25, IESS, 5 nexos al IESS, Cruz Roja y SOLCA, los cuales conforman 96 unidades de salud que están al servicio de la ciudad y provincia.

Por lo que existe la suficiente estructura y tecnología para cubrir la demanda de la ciudad.

### **Desarrollo Económico**

En la ciudad de Ibarra según el censo realizado en el año 2010 existe 9.485 establecimientos económicos los cuales generan un ingreso de 1.700 millones de dólares anualmente por motivo de actividades productivas, comerciales y

servicios, por lo que generó un total de 28.731 personas empleadas, por tal motivo se invirtió un total de 16.6 millones de dólares en activos fijos.

### **Actividades Económicas**

Comercio interno de productos agrícolas, alimentos y bebidas. Las tierras templadas que permiten cultivos de cereales como avena, cebada, trigo, maíz, además de patatas y explotación forestal, y tierras más cálidas que se dedican al café, caña y frutales. Se puede establecer que la ciudad de Ibarra posee la siguiente clasificación de las actividades económicas y empresariales:

### **Sector Industrial**

El sector industrial en la ciudad de Ibarra las principales industrias por número de establecimientos y personal ocupado son la: Fabricación de muebles la cual consta con 116 establecimientos y con un total de personal ocupado de 253 personas, elaboración de productos de panadería existe 113 establecimientos y un personal ocupado de 285 personas, fabricación de prendas de vestir excepto prendas de piel existen 108 establecimientos con un total de personas ocupadas de 308, fabricación de productos metálicos para uso estructural hay un total de 93 empresas y con un total de 192 personas ocupadas, lo que se observa que existe una mayor cantidad de ingresos en la fabricación de muebles con un 14.25% de establecimientos y existiendo un 11.56% de personal ocupado en la fabricación de prendas de vestir, estos son valores que representan los más altas cifras del sector industrial.

### **Sector Servicios**

En cuanto se refiere a este sector la ciudad de Ibarra genera ingresos por 1.063 millones de dólares en servicios como: alimenticio este sector está constituido por restaurantes, cafeterías, hoteles, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos telecomunicaciones.

En Alojamiento y servicios hay 1.084 establecimientos económicos con 2.589 personas ocupadas.

## **Tecnología**

La tecnología tiene un periodo máximo de vigencia de 3 años ya que existen nuevos avances, descubrimientos que hacen que lo anterior sea obsoleto por lo que proponen nuevas adquisiciones.

## **Cultura**

La cultura se constituye sector estratégico cuando en un espacio territorial como el cantón Ibarra, conviven diversos grupos con características sociales propias y diferenciadas. La cultura Ibarreña es la simbiosis de cuatro culturas, que hace más de cien años se encontraron en esta tierra fértil y de belleza ambiental indiscutible, constituyendo un conglomerado de diversas manifestaciones étnicas sociales que reflejan la riqueza de lo que representa nuestra identidad. Entender el pensamiento y la actuación del individuo a lo largo de nuestra geografía, desde los vestigios de las comunidades indígenas y negras que conforman el ámbito rural, hasta llegar a las comunidades urbanas con su legado colonial, de mestizaje y la forma particular de pensamiento y como relacionarse como ciudadanos con su entorno natural.

## **Análisis AOR**

### **Aliados**

La ciudad de Ibarra es un aliado ya que es el eje zonal de la región norte del país.

El desarrollo económico es un aliado ya que existe muchas actividades económicas lo que generan ingresos para la población mejorando la calidad de vida.

El nivel educativo es un factor muy importante para cualquier población ya que permite que exista un alto nivel de formación de personas cultas.

La salud es indispensable ya que permite que las personas puedan estar en condiciones saludables y óptimas para realizar cualquier actividad.

### **Oponentes**

El clima es un riesgo ya que dependerá de la situación climática esta sea buena o mala para visitar el servicio.

### **Oportunidades**

El crecimiento poblacional es una oportunidad ya que va creciendo constantemente y es la fuente directa a que se la va a entregar el servicio.

La vivienda es una oportunidad porque mientras más construcciones existan la gente tiene mayor nivel adquisitivo y puede gastar más.

### **Riesgos**

La tecnología es un riesgo ya que va cambiando constantemente y por ende la empresa debe buscar actualizaciones constantemente.

Las personas que hagan uso del servicio existen el riesgo de dañar las instalaciones de la empresa.



## CAPÍTULO II

### Marco Teórico

#### Empresa

##### *Definición*

*Según ZAPATA, Pedro, 2008. Pág. 5 la define como “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirá una renta que beneficiara al empresario, a los estados y a la sociedad en general.”*

*Según CHILQUINGA, Manuel, 2007. Pág. 1 la empresa la define como “Una unidad económica que mediante la combinación de los factores de producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social.”*

Las organizaciones o empresas constituyen un ente de desarrollo en el campo empresarial; dependiendo de su actividad económica éstas pueden ser de producción, industriales, y/o de prestación de servicios, por medio de lo cual proyectan obtener utilidad o beneficio para sus propietarios y sus trabajadores.

#### **Clasificación de la Empresa**

##### **Por la Finalidad**

**Servicios.-** Son aquellos que se dedican a prestar un servicio

**Comercial.-** Su función comprar para vender los productos

**Industrial.-** Son aquella que transforma la materia prima en productos y los venden.

**Financieras.-** Son aquellas en que las personas se dedican a negociar el dinero.

Según su Organización

**Compañía en nombre Colectivo**

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

### **Compañía en Comandita Simple**

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse. El comanditario que tolerara la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía.

### **Compañía de Responsabilidad Limitada**

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

### **Compañía Anónima**

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

### **Compañía en Comandita por Acciones**

El capital de ésta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.

### **Compañía de Economía Mixta**

El Estado, las municipalidades, los gobiernos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

### **De las Compañías Extranjeras**

Para que una compañía constituida en el extranjero pueda ejercer habitualmente sus actividades en el Ecuador deberá:

Comprobar que está legalmente constituida de acuerdo con la ley del país en el que se hubiere organizado

Comprobar que conforme a dicha ley y a sus estatutos, puede acordar la creación de sucursales y tiene facultad para negociar en el exterior, y que ha sido válidamente adoptada la decisión pertinente

Tener permanentemente en el Ecuador, cuando menos, un representante con amplias facultades para realizar todos los actos y negocios jurídicos que hayan de

celebrarse y surtir efectos en territorio nacional, y especialmente para que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones contraídas.

Igual obligación tendrán las empresas extranjeras que, no siendo compañías, ejerzan actividades lucrativas en el Ecuador

Constituir en el Ecuador un capital destinado a la actividad que se vaya a desarrollar. Su reducción sólo podrá hacerse observando las normas de esta Ley para la reducción del capital.

### **Por su Tamaño**

**Pequeñas.-** Son empresas, cuyo capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas

**Medianas.-** Son empresas, cuyo capital, número de trabajadores y el volumen de ingresos son muy limitados y muy regulares, el número de trabajadores es superior a 20 personas e inferior a 1000 personas.

**Grandes.-** Para el funcionamiento de este tipo de empresas, es necesario grandes cantidades de capital, así como también un gran número de trabajadores que permitan el realizar las actividades que se desarrollen dentro de la misma.

## **Multicines**

### **Definición**

***Según WIKIPEDIA 2011, dice: "Una sala de proyección, sala de multicine, o simplemente cine es un espacio acondicionado para la exhibición de películas compuesto por lo general de una pantalla de proyección y un patio de butacas."***

Se puede concluir que los multicines son un espacio acondicionado para la proyección de películas cuya intención es facilitar y simplificar el acceso a la oferta cinematográfica así como una mejora constante en las condiciones de exhibición que conserven el hecho de diferenciar de las salas respecto al o que se observa en televisión, que es cada vez más competitivo con la nueva tecnología.

## **Características de los Multicines**

Naturaleza Audiovisual: Esta característica de las películas es equivalente a la que tiene la televisión

Selectividad Geográfica: La publicidad a través del cine ofrece una gran selectividad al poder contratar el anunciante su proyección en las salas de las localidades que le interese.

Versatilidad: En el cine puede realizarse todo tipo de publicidad que no sea contraria a las normas generales existentes, lo que permite atraer hacia él la publicidad de aquellos productos y / o servicios que tienen en la televisión una publicidad restringida o prohibida. De esta forma, el cine se convierte para estos productos en el principal medio audiovisual.

Calidad del medio: Las características técnicas que tienen normalmente las salas de proyección, con grandes pantallas, riqueza de sonido, calidad de películas, etcétera, confiere a este medio una gran riqueza para la realización publicitaria.

Poca selectividad demográfica: La selectividad de la publicidad en el cine es generalmente muy reducida, ya que a las diferentes salas de proyección puede normalmente asistir todo tipo de públicos. Solamente para algunas películas específicas puede darse alguna selectividad.

Fugacidad de los mensajes: La fugacidad del mensaje en el cine suele ser elevado como consecuencia de la brevedad de los mismos y de la pérdida de contacto con él.

## **Shopping**

### **Definición**

***Según WIKIPEDIA 2011, afirma: "El vocablo inglés shopping es el que hace referencia al acto de comprar, de intercambio de una mercancía por una***

*determinada cantidad de dinero o su equivalente. Sin embargo, hoy en día el término se utiliza mundialmente y aún en lugares en los cuales el inglés no es el idioma principal para designar a aquellos espacios artificial y especialmente creados para que las personas consuman una gran diversidad de bienes, servicios y productos. Los shopping centers o centros de compras son considerados por muchos como la más clara expresión del capitalismo y de la globalización ya que concentran puertas adentro una infinita variedad de posibilidades de compra y consumo”.*

Después de analizar la definición se puede interpretar que shopping es la actividad que realizan las personas para comprar o intercambiar algún bien o servicio.

### **Factibilidad**

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

#### **Factibilidad Técnica.**

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, entre otros, que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente se refiere a elementos tangibles (medibles).

#### **Factibilidad Económica.**

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

### **Factibilidad Operativa.**

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevar a cabo.

## **Estudio de Mercado**

### **Mercado**

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

### **Segmentación del Mercado**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub-segmentos. Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

### **Tipos de Segmentación**

#### **Segmentación geográfica.**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

### **Segmentación demográfica.**

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionados con las variables demográficas.

### **Segmentación Psicográfica.**

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad. El tipo de segmentación que se realizará en la demográfica porque tiene variables importantes como edad, sexo, tamaño de familia, etc., que nos brindan una información valiosa para saber qué grupo es recomendable para la venta del producto.

### **Venta**

La venta cumple un rol vital. Saber vender no es colocar un producto de cualquier modo y a cualquier precio. Para vender hay que saber mostrar los beneficios del servicio, informando al consumidor, por qué razones le va ser ventajosa su utilización. Esta condición es la primera de toda venta: que el servicio en oferta sea bueno, pues lo bueno satisface al público y hace prospera a la sociedad. Además, lo bueno se vende siempre.

### **Oferta**

***Según JACOME, Walter, 2005 pág. 76 Afirma "La Oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante***

***identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”.***

Según el conceptos antes mencionados, la oferta no es más que los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precio determinados.

### **Demanda**

***Según BACA, Gabriel, 2006. Pág. 17 dice “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.***

Al contrario de la oferta la Demanda es el producto o servicio que una empresa o cliente llamado también consumidor requiere con algún fin y por el cual está dispuesto a cancelar algún valor.

### **Precio**

***Según KOTLER Y ARMSTRONG, 2008. Pág. 263 Afirman “Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o a la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.”***

Por lo tanto el precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado, el mismo que se puede fijar de acuerdo a precios existentes, de acuerdo a los costos y gastos, oferta, demanda y políticas del país.

### **Comercialización**

***Según KOTLER, Philip, 2006. Dice “El proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? Y ¿cómo? En el primero, se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado”.***

La comercialización se refiere a llevar a efecto la propuesta, estableciendo una estrategia geográfica definiendo un público objetivo estableciendo una estrategia a seguir para la introducción del producto o servicio.

### **Promoción y Publicidad**

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el servicio y convencer a los consumidores para que lo utilicen incluso antes de haberlo visto o probado. La mayoría de las empresas consideran que la publicidad es esencial para fomentar las ventas, por lo que destinan cuantiosas sumas de sus presupuestos para contratar agencias de publicidad especializadas.

El objetivo de la promoción de ventas es complementar y coordinar la publicidad con la venta directa; ésta es una faceta cada vez más importante dentro del marketing. Suele ser necesario cooperar de una forma estrecha con los vendedores.

### **Estudio Técnico**

*Según Córdoba Padilla, Marcial, 2006 pág. 209 dice "El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa? Se busca diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio".*

Por lo que el Estudio técnico es el análisis técnico de un proyecto que servirá para poder determinar el tamaño, localización, procesos productivos, tecnología, inversión y talento humano para la nueva unidad productiva.

### **Tamaño del Proyecto**

*Según BACA, Gabriel, 2006. Pág. 84 Dice "En términos generales, el tamaño del proyecto está conceptualizado por la capacidad instalada o de producción,*

***y se expresa en unidades de producto en un período operacional determinado”.***

Se concluye que el tamaño de proyecto es la capacidad que tiene una unidad productiva de prestar un servicio o producir un producto, la capacidad se mide en el número de unidades que puede producir la empresa en un determinado tiempo.

### **Localización del Proyecto**

***Según BACA, Gabriel, 2006. Pág. 98 Dice “El estudio de la localización contempla o contribuye en mayor medida a establecer en forma definitiva a la ubicación final del proyecto, buscando que esta decisión logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.***

Por lo tanto se dice que la localización se refiere al lugar adecuado que los inversionistas han escogido para instalar una nueva unidad productiva, este lugar debe contar con beneficios adecuados que faciliten la producción o comercialización de productos o servicios, como: vías de acceso, cercanía a la materia prima, clima, facilidad para la comercialización, entre otros. La localización adecuada será fundamental para que el proyecto o empresa tengan éxito, ya que ubicado estratégicamente reducirá costos y gastos y por supuesto las ventas

### **Macro Localización**

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad.

## **Micro Localización**

La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

## **Ingeniería del Proyecto**

***Según BACA, Gabriel, 2006, pág. 102 Menciona “El estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y 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”***

Después de analizar la definición anterior la ingeniería se refiere al diseño técnico de la instalación y puesta en marcha de la unidad productiva, como también a la adquisición del equipo y maquinaria necesaria y la implantación en el lugar de trabajo, como también el proceso adecuado para el correcto funcionamiento y la producción eficiente.

## **Tecnología**

La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio.

## **Maquinaria y Equipo**

Constituyen un conjunto de máquinas y equipos indispensables con el único fin de intervenir directa o indirectamente en la transformación de un producto o de un servicio. El tipo y cantidad de maquinaria y equipos requeridos se pueden conocer a partir de la información que se tenga sobre el ámbito y tamaño del proyecto y el proceso tecnológico seleccionado.

## **Obras Civiles**

Las obras civiles consiste en estimar las necesidades de espacios y estructuras y, por ende, definir las instalaciones y obras de ingeniería requeridas, con indicación de los costos correspondientes, estimados en base a la información contenida en planos elaborados a nivel de bosquejo o anteproyecto.

## **Presupuesto Técnico**

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

## **Inversiones Fijas**

***según WWW.MONOGRAFIAS.COM, dice: “Es aquella erogación de dinero que se efectúa en elementos tangibles que no son sujetos de transacciones corrientes o usuales durante la vida útil del proyecto; sino por el contrario cuando se adquieren o producen, quedan permanentemente incorporados al producto, hasta su extinción por depreciación.”***

Por lo que una inversión fija es un factor determinante dentro del estudio económico, ya que la gerencia precisa la cuantía de recursos por destinar al capital permanente o fijo durante la vida útil del proyecto.

## **Inversiones Diferidas**

***SegúnWWW.MONOGRAFIAS.COM, afirma: “Esta constituida fundamentalmente por bienes intangibles que se caracterizan por ser inmateriales, al contrario de los bienes físicos. Son servicios o derechos adquiridos y como tales, no están sujetos a desgaste físico.”***

Una inversión diferida constituye una inversión fundamental para la iniciación de un proyecto, como pueden ser los gastos de constitución e instalación, permisos de operación, registro sanitario, gastos de estudios, entre otros.

## Capital de Trabajo

***Según WWW.WIKIPEDIA.ORG,dice:” Capital en liquidez que se reserva para solucionar problemas de funcionamiento normal de la empresa, financiando los costos operacionales entretanto la empresa no obtengan utilidades. También intervienen inventarios de materia prima, materiales, subproductos y productos en proceso de fabricación”***

El capital de trabajo constituye todo lo que se requiere para la producción de un bien y/o servicio, hasta cuando el mismo genere los primeros ingresos.

## Estudio Financiero

***Según CORDOVA, Marcial, 2006 pág. 311 Dice “El estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la manera como se financiará. “***

***Según BACA, Gabriel, 2006, pág. 9 Afirma “Su objetivo es ordenar, sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadro analíticos que sirve de base para la elaboración económica”.***

Analizando la definición de Marcial Córdova se puede entender que el estudio financiero permite conocer los ingresos y los egresos que se generará y el financiamiento, para Gabriel Baca es ordenar y sistematizar la información económica. El estudio financiero se refiere a relacionar los datos financieros de tal forma de saber lo que ingresará y lo que egresará y como financiar el proyecto.

## Ingresos

***Según BRAVO, Mercedes, 2005. Pág. 65 Afirma “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”.***

El ingreso es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.

### **Egresos**

***Según SARMIENTO, Rubén, 2005. Pag. 37 dice “Los egresos son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización.”***

Los egresos son la cantidad financiera que se desembolsa para que la empresa pueda realizar sus operaciones y genere rentabilidad en un ejercicio económico.

### **Costo de Producción**

***Según HARGADON JR, 2007. Pag 5 Dice “Son desembolsos que la empresa tiene que efectuar por pago de salarios, arrendamiento, servicios públicos, materiales, etc. Esta erogaciones reciben respectivamente el nombre de costos de producción, gastos de administración y gastos de ventas según a la función a la que pertenezcan”***

Los costos de producción son todos los pagos que se realizan para la ejecución del bien o servicio

### **Materia Prima**

***Según ZAPATA, Pedro, 2008. Pág. 10 Dice “Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o hayan tenido algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien”***

La materia prima es el conjunto de bienes que se utilizarán en la fabricación de los productos, tales bienes son obtenidos de la naturaleza y necesitan ser explotados y transformados para ser utilizados para la fabricación.

## **Mano de Obra**

***Según CHILQUINGA, Manuel, 2007. Pág. 102 Dice “Constituye el segundo elemento del costo de producción y representa esfuerzo físico e intelectual del hombre o fuerza de trabajo aplicada a la transformación materia prima en producto terminado o semielaborado.”***

Se puede decir que la Mano de Obra es trabajo de los seres humanos para producir un bien o servicio, este trabajo puede ser físico o intelectual que mediante la tecnología y maquinaria es realizado.

## **Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

***Según ZAPATA, Pedro, 2008, Pág. 10 Dice “Constituyen aquellos ingredientes materiales e inmateriales complementarios que son indispensables para generar un bien o un servicio, conforme fue concebido originalmente”. Pág. 10***

Los Costos Indirectos de Fabricación son los materiales o suministros complementarios que son fundamentales para la fabricación pero no pueden ser medidos unitariamente sino de una manera total.

## **Gastos Administrativos**

***Según BACA, Gabriel, 2006, Pág. 172 Afirma: “son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa”.***

***Según CHILQUINGA, Manuel, 2007, Dice “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.”***

Se puede concluir que los gastos administrativos son valores económicos necesarios para el funcionamiento administrativo, de la empresa para generar ingresos.

## **Gastos de Ventas**

***Según BRAVO, Mercedes, 2007, Pág. 191 Dice “los gastos de ventas son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad entre otros”.***

Por lo tanto se puede decir que los gastos de venta son aquellos valores monetarios que se realizan en el proceso de comercialización de los productos o servicios.

## **Gastos de Depreciación**

***Según VILLALOBOS, José, 2009, Pág. 532 Afirma: “La pérdida de valor de un activo fijo y tangible, a consecuencia de su insuficiencia, uso u obsolescencia, se denomina depreciación.”***

***Según VIDAURRI, Héctor, 2008, Pág. 488 Dice “La depreciación se define como la pérdida de valor que sufre los activos fijos haciendo que su vida útil resulte limitada.”***

Analizado los conceptos anteriores la depreciación es la pérdida de valor de un activo fijo con el paso de los años.

## **Gastos Financieros**

***Según CHILQUINGA, Manuel, 2007, Pág. 9 Dice “llamadas también cargas financieras. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.”***

Se puede concluir que los gastos financieros son pagos que se realiza a instituciones financieras por concepto de préstamos.

## **Balance General**

***Según ZAPATA, Pedro, 2008. Pág. 62 Dice “El Balance General es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”.***

Se concluye que el balance general es un instrumento financiero que informa ordenadamente cual es la situación económica de la empresa, que esta expresada fundamentalmente de los activos, pasivos y patrimonio.

## **Estado de Resultados**

***Según SARMIENTO, Rubén, 2005, Pág. 247 Dice: “El Estado de Resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa”.***

Se puede decir que el Estado resultados es un informe económico que relaciona los ingresos y los egresos para saber la utilidad o pérdida en un periodo determinado.

## **Flujo de Caja**

***Según PADILLA, Marcial, 2006, Pág. 335 Afirma: “Se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto quede por lo menos cubierto”.***

Se puede concluir que el Flujo de Caja es la sumatoria de los flujos netos futuros que producirá en un número determinado de años, esperando que se cubra por lo menos la inversión inicial de dicho proyecto.

## **Utilidad**

***Según ZAPATA, Pedro, 2008. Pág. 25 Dice: “La utilidad constituye los beneficios o ganancias de una empresa.”***

Luego del análisis la utilidad es el valor económico que en un determinado tiempo una empresa genera al vender o comercializar sus productos o servicios.

## **Evaluación Financiera**

### **Valor Actual Neto (VAN)**

***Según PADILLA, Marcial, 2006. Pág. 364 dice “El valor Actual Neto (VAN) es la diferencia entre los ingresos y egresos, o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.”***

Se puede concluir que: El VAN es la diferencia entre la inversión inicial y la sumatoria de las entradas de efectivo actualizadas.

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

***Según PADILLA, Marcial, 2006. Pág. 369 Afirma “La tasa Interna de Retorno o Tasa Interna de rendimiento (TIR) refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil.”***

El TIR determina la rentabilidad que tendrá el proyecto y se la obtiene cuando el VAN se haga cero.

### **Costo/Beneficio**

***Según PADILLA, Marcial, 2006. Pág. 369 Menciona que “El Costo Beneficio es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial.”***

***Según LLEDO, Pablo, 2007. Pág. 88 Dice “Es una relación que tiene que ver con la calidad del producto o servicio y calidad del proyecto que lo confiere la aptitud de satisfacer los requerimientos explícitos del cliente.”***

Se puede concluir que el Costo/beneficio es el costo económico resultado de los flujos netos de efectivo dividido para la inversión.

### **Periodo de Recuperación de la Inversión**

***Según WWW.WIKIPEDIA.COM, Dice: “El Periodo de recuperación de la inversión consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo.”***

El periodo de recuperación es el tiempo necesario que se dispondrá para recuperar la inversión mediante el cálculo de igualar los flujos de efectivo positivos de los negativos.

### **Punto de Equilibrio**

***Según BACA, Gabriel, 2006, Pág. 180 Dice “El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa solo fueran variables no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.”***

En conclusión el punto de equilibrio es donde los ingresos generados serian igual al costo de operación, de financiación donde la empresa no tendrá ni perdida ni ganancias.

### **Estructura Organizacional**

***Según TORRES, Zacarías, 2007, Pág.: 269 Dice: “Puesto que las organizaciones son grupos humanos que se constituyen para alcanzar fines comunes, estos no se podrán alcanzar si no existe un orden entre los grupos y personas, todos haciendo lo mismo no tienen sentido, así como tampoco lo tiene el que cada uno haga lo que le venga en gana. Es menester que se acomoden, que se arreglen para formar un cuerpo congruente con las funciones que habrán de realizar para conseguir esos fines”***

Analizando la definición de Zacarías Torres se entiende que la estructura es el orden de los grupos y personas, en que todos se arreglan y forman un grupo congruente con sus funciones para conseguir sus fines. Se puede decir que:

La estructura organizacional es la distribución adecuada y coherente del trabajo de una empresa expresada en funciones y cargos que resultan de un trabajo en conjunto.

### **Misión**

***Según PORTER Hitt Black Michael, 2009, Pág. 198 Manifiesta: “Es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes.”***

***Para CHARLES W. Hill y Gareth R Jons, 2005.Pag. 11 Afirma “Misión es una descripción o afirmación del porqué una empresa está en operación.”***

Analizando la definición de Michael Porter dice la misión es aquella que articula el propósito fundamental de la organización, en cambio para Hill Charles es una descripción de porque está en operación la empresa. Se concluye que la Misión es la frase que describe actividad económica a la cual se dedica o dedicara una empresa u organización.

### **Visión**

***Según FRACÉS, Antonio, 2006. Pág. 45 Dice: “Es la Ambición de la empresa o corporación (u organismo) a ser alcanzada en un horizonte de tiempo dado.”***

***Para D´ ALESSIO, Ipinza Fernando, 2008. Pág. 61 Afirma “La visión de una organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”.***

Haciendo el análisis de Antonio Francés es interesante notar que menciona a la misión como ambición de la empresa a ser alcanzada, por otro lado para Alessio es una definición deseada en el futuro o que desea ser. Se puede

describir la visión como la frase que menciona nuestras aspiraciones hacia determinado tiempo.

### **Organización Estructural**

***Según LLEDO, Pablo, 2007, Pág. 185 Dice “Se refiere a la estructura y cultura organizacional de una empresa, así como sus diversos sistemas de gestión que esta realice, a sus objetivos y metas, al tipo de proyecto que desarrolla y a las condiciones de su entorno.”***

Se puede concluir que el organigrama Estructural es la representación gráfica donde se manifiesta la organización de la empresa como tal, como está distribuido el trabajo y describe su jerarquía.

### **Organigrama Funcional**

***Según THOMPSON, Iván, 2010. Dice:” Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general”.***

El organigrama funcional es la descripción detalla de las funciones que desempeñan los miembros de la organización.

### **Impactos**

***Según JÁCOME, Walter, 2005, Pág. 171 Afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.***

Walter Jácome enseña las consecuencias posibles que puede presentarse y que se debe hacer un análisis sobre el proyecto, se puede decir que los impactos son consecuencias futuras que podrá causar la implantación de un proyecto.

### **Impacto Social**

Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas que puede dar al desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como; la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico y específicamente, en los terrenos educacional, profesional, social, cultural, entre otros.

### **Impacto Financiero**

El impacto financiero es el más importante debido a que en este se basa el interés de la empresa, lo que se espera incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona.

### **Impacto Educativo y Empresarial**

El impacto educativo se reflejaría principalmente en el interés por mejorar la calidad de los suelos y por la búsqueda de nuevas tecnologías de mayor eficiencia para producciones comerciales dentro de una zona determinada, y así crear en la población un impacto de visión empresarial por crear ideas de emprendedores.

### **Impacto Ambiental**

Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.



## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **Presentación**

Actualmente en la ciudad de Ibarra todavía no se cuenta con un centro de distracción sana donde las personas puedan entretenerse en familia y con sus amigos por tal motivo surge la idea de crear un multicines shopping y juegos recreacionales con el fin de tener una nueva forma de distracción para todos los habitantes de la ciudad de Ibarra.

En la actualidad los multicines existen solamente en las grandes ciudades del país poseen una gran demanda de sus habitantes por lo que permite que se genere una gran fuente de ingresos que ayuda a que en cada ciudad se desarrolle esta actividad.

#### **Objetivos del Estudio de Mercado**

Identificar la aceptación del servicio.

Determinar el mercado para la creación de la empresa.

Conocer las preferencias de localización del multicine.

Determinar los posibles precios del servicio.

**Cuadro N.-7**  
**Matriz de relación**

<b>Objetivos del Estudio de Mercado</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Fuente</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Público</b>
Identificar la aceptación del servicio.	Servicios	Preferencia	Primaria	Encuesta	Consumidores
Determinar el mercado para la creación de la empresa.	Oferta	Edades	Primaria	Encuesta	Consumidores
	Demanda	Películas a proyectarse	Secundaria	Entrevista	Oferentes
Conocer las preferencias de localización del multicine.	Ubicación	Accesibilidad Espacio físico	Primaria	Encuesta	Consumidores
Determinar los posibles precios del servicio.	Precio	competencia	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	Consumidores Oferentes
Fijar la publicidad que se utilizará para dar a conocer el servicio.	Publicidad	Medios de información Promociones Estrategias	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	Consumidores Oferentes

**Elaborado por:** Autores

## **Indicadores**

### **Preferencia**

Número de personas satisfechas – número de personas insatisfechas

### **Edades**

Número de personas comprendidos entre el rango 10-60 años / total de personas que asisten

### **Películas a proyectarse**

Preferencia de películas / tipo de films a proyectarse

### **Accesibilidad**

Total de acceso

### **Espacio Físico**

Servicios básicos + amplitud del lugar (fuerzas locacionales)

### **Precios**

Precios de la competencia directa

### **Medios de Comunicación**

Total publicidad – publicidad receptada

### **Promoción**

Días laborables / fines de semana

### **Estrategias**

Convenios realizados/ total de proveedores

## Servicio

### Multicines

Imagen N.- 1



Estas salas de cine han ido evolucionando a lo largo de la historia a través de los avances tecnológicos, entre estos cambios se pueden citar los cambios de hábitos de consumo público, en el cual antes no se podía comer dentro de las salas y en la actualidad esto ha cambiado, esto da como respuesta a alternativas formas de ocio. Otro cambio, son las pantallas, en tiempos antiguos de la historia estas eran casi cuadradas, luego pasaron a ser más panorámicas hasta convertirse en lo que es hoy: la televisión. Asimismo, antes los cines eran solamente de una sala, pero en estos días los cines poseen varias salas ofreciendo una mayor oferta y variedad en sus proyecciones.

### Segmento de Mercado

El servicio que ofrecerá la empresa será destinado para la población de la ciudad de Ibarra. Por lo tanto a continuación se presenta criterios empleados para determinar el segmento de mercado:

#### Posición Geográfica

Para determinar el segmento de mercado al cual se va a dirigir este servicio se ha tomado en cuenta los siguientes criterios de segmentación:

## **Criterios de segmentación de mercado**

### **Segmentación del mercado**

#### **Geografía**

**Región:** Sierra

**Provincia:** Imbabura

**Ciudad:** Ibarra

**Sector:** Norte, centro y sur

#### **Demográfica**

**Edad:** > 10años

**Género:** masculino y femenino

#### **Conductuales**

**Interés:** Personalidad

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área urbana y en el área rural una población de 49319 con un total de 181.175 habitantes.

### **Cuadro N.- 8**

#### **Población**

Género	N° de Habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%
Total	181.175	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: Autores

#### **Segmento de mercado**

Para el proyecto se tomó a personas de una edad de 10 hasta 60 años.

#### **Proyección de la población**

Para la proyección de la población se considerará una tasa de crecimiento anual del 1,88%.

### Determinación de la Muestra

Debido a que la población es >100 en la ciudad de Ibarra, se procederá al cálculo de la muestra con la siguiente fórmula:

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

n= tamaño de la muestra

Z<sup>2</sup>= nivel de confianza del 95%(1,96)

δ<sup>2</sup>= varianza de la población 0,5

N= universo o población que se estudia

E= Error del 5%

### Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{(1,96^2) * (0,5^2) * 188051}{0,05^2(188051-1) + (1,96^2) * (0,5^2)}$$

$$n = \frac{3,8416 \quad 0,25 \quad 188051}{0,0025 \quad 188050,2145 \quad 3,8416 \quad 0,25}$$

$$n = \frac{180604,3864}{470,1255362 \quad 0,9604}$$

$$n = \frac{180604,3864}{471,0859362}$$

$$n = 381$$

Análisis e interpretación de los resultados de la Encuesta

¿Ha visitado usted algún multicine?

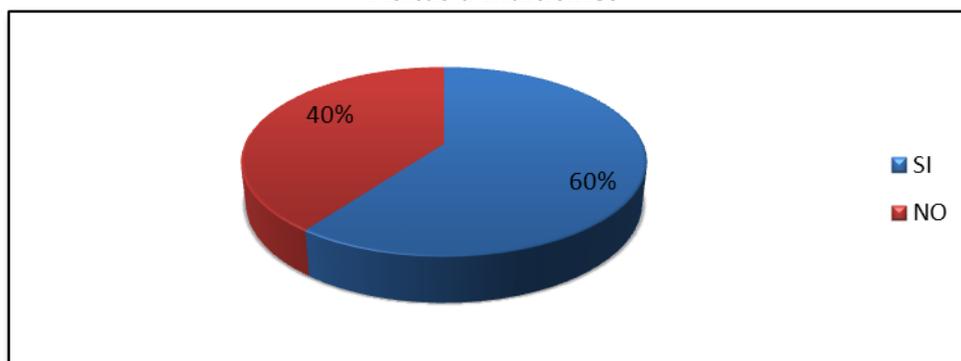
**Cuadro N.- 9**  
**Ha Visitado un Multicine**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	229	60,10
No	152	39,90
Total	381	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Autores

**Gráfico N.- 3**  
**Visitas a multicines**



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Autores

### **Análisis**

Según las encuestas realizadas a la población de Ibarra se puede observar que la mayoría de la población ha visitado un multicine en las principales ciudades del país por lo que nuestro proyecto ayudará para que personas no salgan de la ciudad y encuentren el mismo servicio.

¿Le gustaría que existiera un multicine en la ciudad?

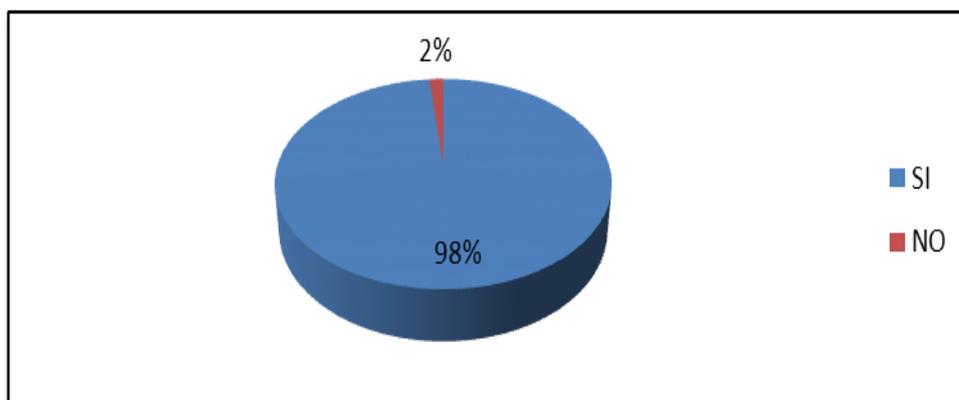
**Cuadro N.-10**  
**Aceptación del multicine**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	375	98,43
No	6	1,57
Total	381	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

**Gráfico N.-4**  
**Aceptación del multicine**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

### **Análisis**

Según los resultados se puede observar que la mayoría de la población está de acuerdo con la creación de un multicine. Por lo que el proyecto cubrirá la necesidad de las personas que gustan del espectáculo en la pantalla grande y tienen la necesidad de viajar a otra ciudad para hacer uso de ellas.

¿Estaría de acuerdo que un multicine se encuentre ubicado en el antiguo aeropuerto?

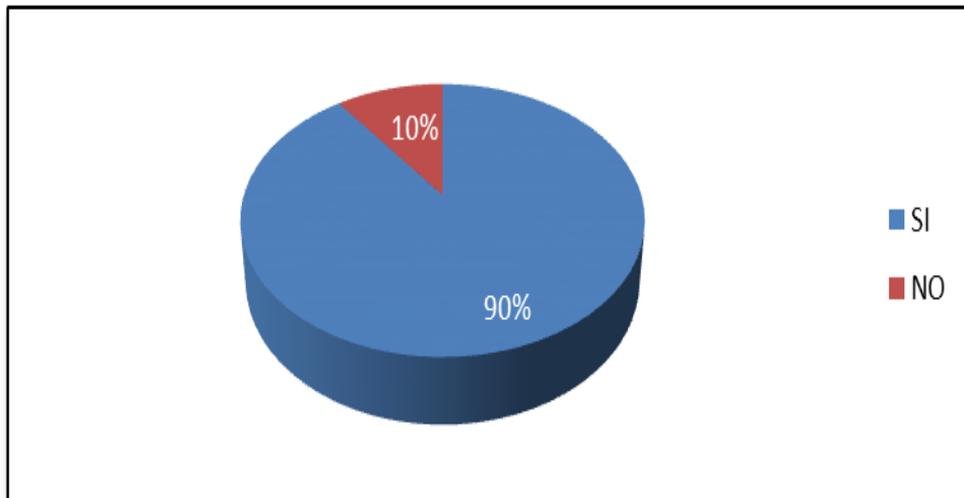
**Cuadro N.-11**  
**Ubicación del Multicine**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	342	89,76
No	39	10,24
Total	381	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

**Graficó N.-5**  
**Ubicación del Multicine**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

### Análisis

Según los resultados obtenidos por las encuestas realizadas se puede concluir que la mayoría de la población está de acuerdo con la ubicación de un multicine este en el antiguo aeropuerto. Por tanto el proyecto se ubica en un lugar con mucha afluencia turística y brindara muchos beneficios económicos.

¿Le gustaría que en un mismo lugar este ubicado un multicine y juegos recreacionales?

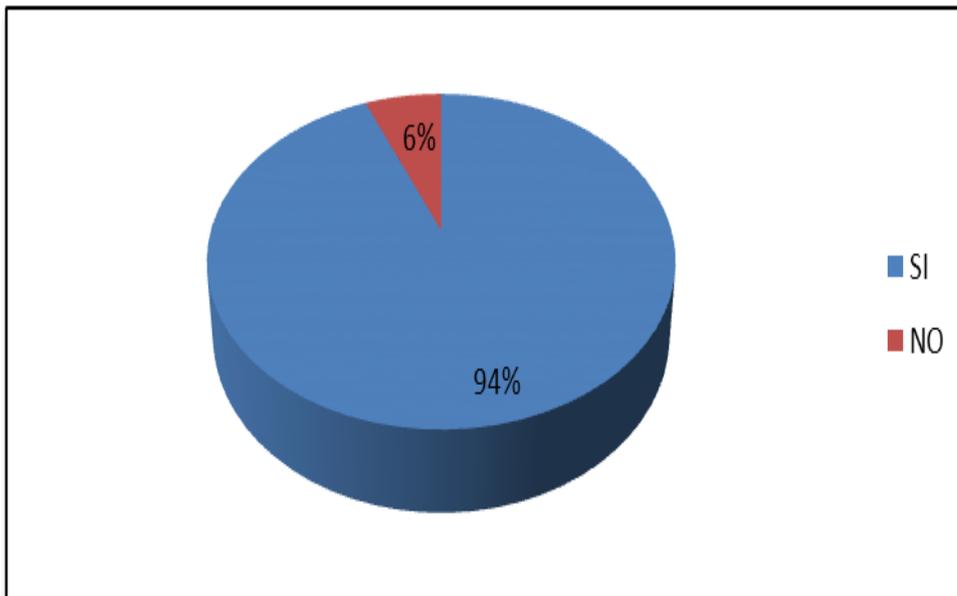
**Cuadro N.-12**  
**Distribución del Espacio**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	357	93,70
No	24	6,30
Total	381	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

**Grafico N.-6**  
**Distribución del Espacio**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

### **Análisis**

Se puede observar que la mayoría de la población está de acuerdo que en un mismo lugar este ubicado un multicine y juegos recreacionales ya que el proyecto es una idea innovadora en nuestra ciudad.

¿Qué tipo de películas le gustaría que se proyecte en este multicines?

**Cuadro N.-13**  
**Tipos de películas**

Películas	Cantidad	Muestra
Comedia	232	19,24%
Terror	224	18,57%
Acción	214	17,74%
Drama	181	15,01%
Documentales	141	11,69%
Suspense	162	13,43%
Otros	52	4,31%
Total	1206	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

**Gráfico N.-7**  
**Tipos de Películas**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

### Análisis

En esta pregunta tiene diferentes opciones para los encuestados dando la opción de seleccionar varias repuestas. Después de realizar las encuestas se puede concluir que las proyecciones que tienen mayor aceptación son comedia, terror y acción, debido a la existencia de nuevos estrenos por parte de las casas cinematográficas, además este tipo de películas son las que llaman mucho más la atención e interés de las personas. Por lo que el proyecto cumplirá con las necesidades de la población en tanto a sus gustos.

¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse del servicio?

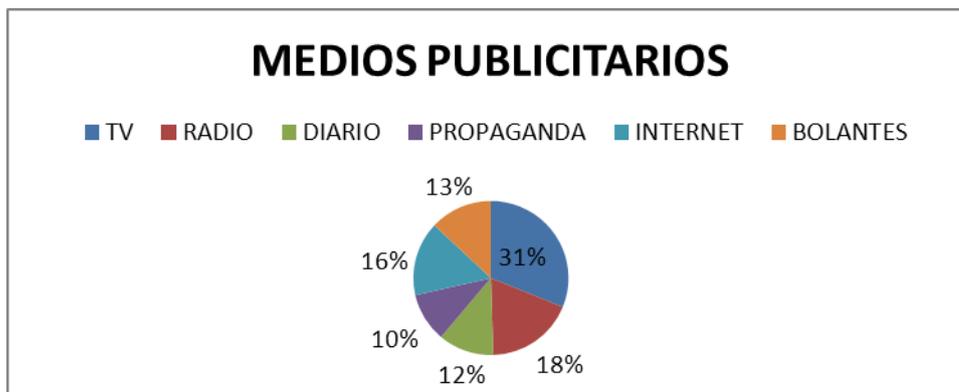
**Cuadro N.-14**  
**Medios Publicitarios**

Detalle	Cantidad	Muestra
Tv	266	31,15%
Radio	157	18,38%
Diario	99	11,59%
Propaganda	88	10,30%
Internet	133	15,57%
Volantes	111	13,00%
Total	854	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

**Gráfico N.-8**  
**Medios Publicitarios**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

### Análisis

Esta pregunta tiene varias opciones en donde los encuestados pueden seleccionar más de una respuesta. Por medio de las encuestas realizadas se observa que el medio de comunicación que la mayoría de personas desea es la televisión y el radio debido a que las personas utilizan con más frecuencia estos medios de comunicación. Por lo que el proyecto se dará a conocer por estos medios para enterarse de sus estrenos y promociones.

¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por la proyección de películas?

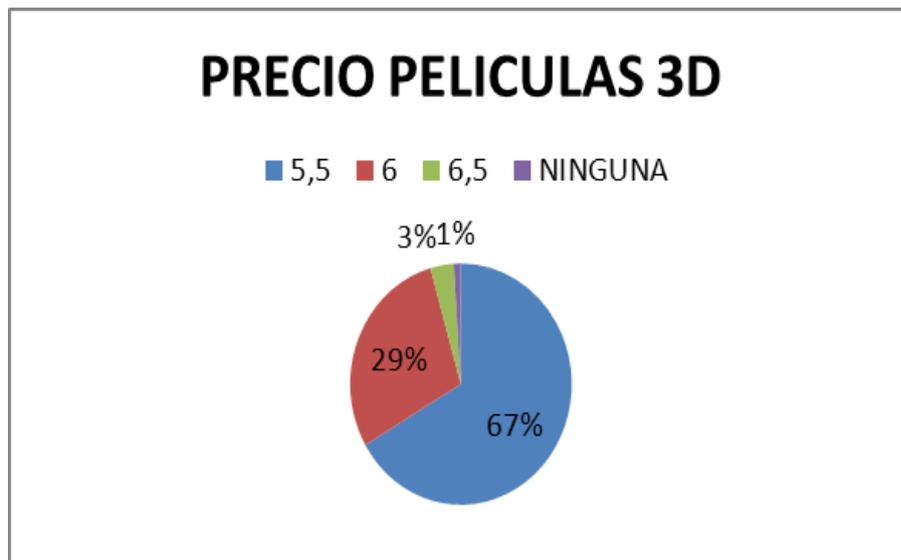
**Cuadro N.-15**  
**Precio Película 3D**

PRECIO	3D	PORCENTAJE
4,75	255	66,93
5,25	111	29,13
5,75	13	3,41
NINGUNA	2	0,52
TOTAL	381	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

**Gráfico N.-9**  
**Precio Película 3D**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

### Análisis

Después de realizar las encuestas se puede concluir que las personas estarían de acuerdo a pagar por la proyección de películas en formato 3D el valor de 5.5 dólares. Este proyecto dará el mismo servicio que en otras ciudades por el mismo valor tomando en cuenta que no se incurrirá en los mismos gastos que al viajar a otro lugar.

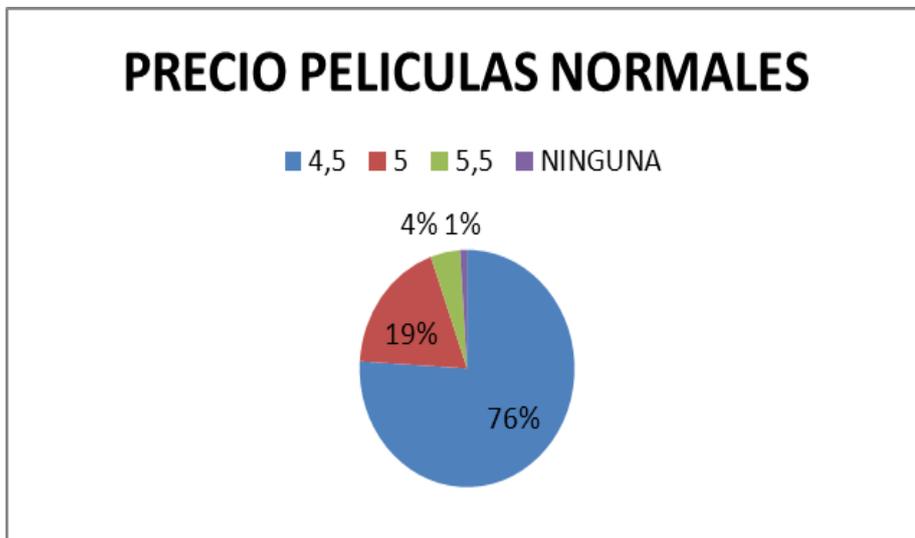
**Cuadro N.-16**  
**Precio Película Normal**

PRECIO	NORMALES	PORCENTAJE
3,75	291	76,38
4,25	71	18,64
4,57	17	4,46
NINGUNA	2	0,52
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

**Gráfico N.-10**  
**Precio Película Normal**



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

### **Análisis**

Después de realizar las encuestas se puede concluir que las personas estarían de acuerdo a pagar por la proyección de películas en formato normal el valor de 4.5 dólares por lo que el proyecto reducirá los costos de la población que viaja a otros lugares para utilizarlo.

¿Estaría usted dispuesto a hacer uso de las instalaciones y por ende de los servicios que se brindara?

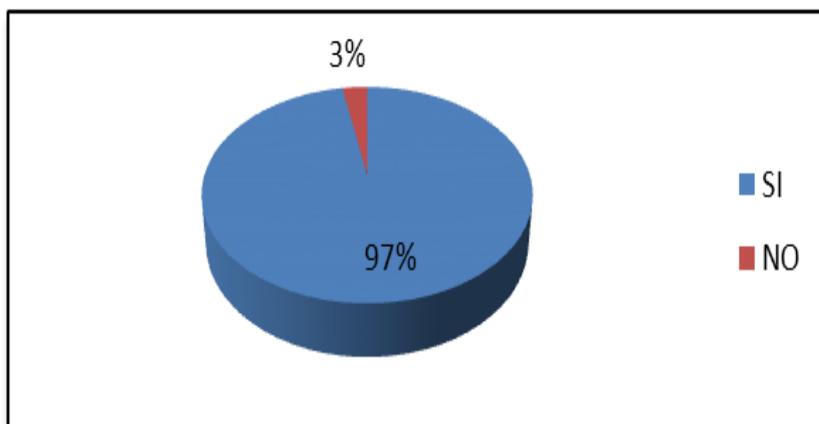
**Cuadro N.-17**  
**Uso de Instalaciones y Servicios**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	370	97,11
No	11	2,89
Total	381	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Autores

**Gráfico N.-11**  
**Uso de Instalaciones**



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Autores

### **Análisis**

Después de analizar los resultados obtenidos se deduce que la mayoría de la población estaría dispuesta a hacer uso de las instalaciones y por ende de los servicios. Por lo que el proyecto es factible de implantar ya que tiene gran aceptación de las personas que viven en la ciudad y hacen uso de estos servicios en otras ciudades.

¿Con qué frecuencia visitaría usted estos lugares?

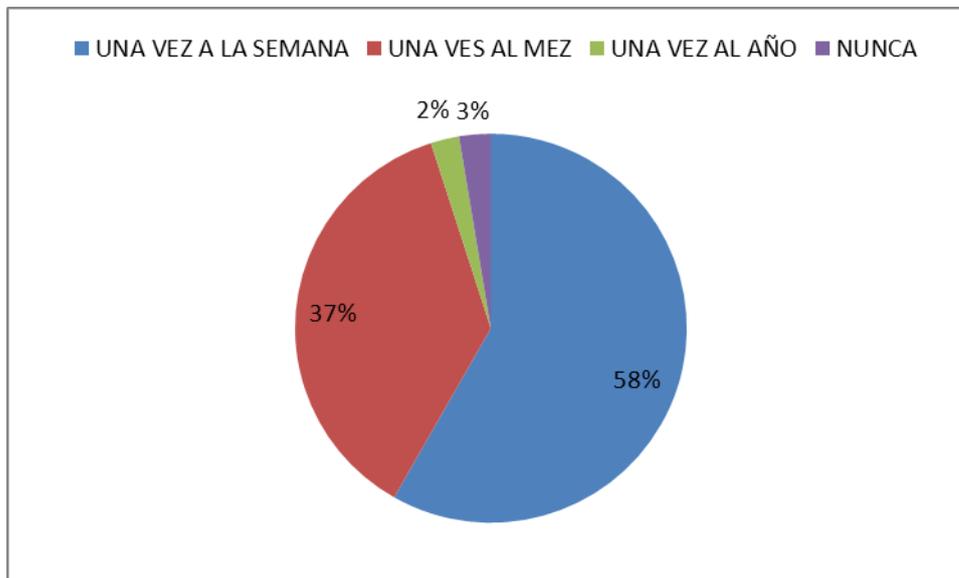
**Cuadro N.-18**  
**Frecuencia de Visita**

Veces	Cantidad	Porcentaje
Una Vez la Semana	221	58,01
Una vez Al Mes	141	37,01
Una Vez Al Año	9	2,36
Nunca	10	2,62
Total	381	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Autores

**Gráfico N.-12**  
**Frecuencia de Visitas**



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Autores

### **Análisis**

El porcentaje de visitas a las instalaciones es positivo ya que la mayoría de las personas haría uso de las instalaciones una vez a la semana lo que representa un resultado positivo para la creación del proyecto.

## **Mercado Meta**

El mercado meta estará constituido por la población de la ciudad de Ibarra, mayores de 10 años de edad hasta 60 años, sexo masculino y femenino,

El mercado meta al cual se pretende llegar con el servicio de multicines shopping y juegos recreacionales es de 188051 personas

### **Análisis de la Demanda**

Para la proyección de la demanda se utiliza la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que es el 1.88% de acuerdo a la información obtenida por el INEC. Año 2010

**Cuadro N.-19**  
**Proyección de la Población 2012**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACION</b>
<b>2010</b>	181175
<b>2011</b>	184581
<b>2012</b>	188051

**Elaborado por:** Autores

### **Fórmula:**

$$D_p = DA (1 + i)^n$$

### **Simbología:**

$D_p$  = Demanda Proyectada

$DA$  = Demanda actual

$C$  = Valor constante

$i$  = Tasa de crecimiento

$n$  = Tiempo

Para el cálculo del cuadro N.- 19 se utilizó la fórmula del monto  $M=C(1+i)^n$

## Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda utilizamos datos referenciales de la ciudad de Quito de MULTICINES S.A. los cuales venden 4.000.000 de entradas al año dividido para la población de Quito 2.576.287 personas resulta una asistencia de 1.6 veces al año.

Para el cálculo de la demanda del servicio multiplicamos 188051 personas por 1.6 veces al año dando como resultado una demanda de 291972 para el 2012

### Cuadro N.-20

#### Proyección de la Demanda

AÑO	DEMANDA
2012	291972

Elaborado por: Autores

## Análisis de la Oferta

En este caso el cálculo de la oferta es el nuevo centro comercial LAGUNA MALL el cual cuenta con 150 asientos, cuatro salas de cine con una proyección diaria todos los días.

### Cuadro N.- 21

#### Proyección de la Oferta

AÑO	OFERTA
2012	174720

Elaborado por: Autores

## Demanda Insatisfecha

Para la proyección de la demanda insatisfecha tomamos en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del 1.88%.

**Cuadro N.- 22**  
**Proyección de la Demanda a la tasa de Crecimiento 1.88%**

DETALLE	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2012	174720	291972	-117252
2013	174720	297462	-122742
2014	174720	303054	-128334
2015	174720	308751	-134031
2016	174720	314556	-139836

Elaborado por: Autores

El presente proyecto cubrirá toda la demanda insatisfecha.

### Precio del Servicio

Una vez realizado el estudio respectivo para determinar el precio de las proyecciones de películas y basado en los resultados arrojados por las encuestas realizadas se puede concluir que las personas estarían dispuestas a pagar por la proyección de una película en formato 3D la cantidad de 4.75 dólares, mientras que por las películas en formato normal las personas estarían dispuestas a pagar el precio de 3.75 dólares.

Para los próximos años se hará un incremento de acuerdo a la tasa de inflación anual observada en nuestro país, la misma que para diciembre del año 2011 es del 4.47% según datos del INEC

**Cuadro N.- 23**  
**Proyección del Precio del Servicio Películas 3D**

AÑOS	PRECIO ACTUAL
2012	4,75
2013	4,96
2014	5,18
2015	5,42
2016	5,66

Elaborado por: Autores

**Cuadro N.- 24**  
**Proyección del Precio del Servicio Películas Normales**

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO ACTUAL</b>
<b>2012</b>	3,75
<b>2013</b>	3,92
<b>2014</b>	4,09
<b>2015</b>	4,28
<b>2016</b>	4,47

Elaborado por: Autores

### **Comercialización del Servicio**

La entrega del servicio es directa del productor al consumidor final en este caso al usuario.

Los servicios de juegos recreacionales son opcionales para las personas tomando en cuenta que son servicios sin costo.

### **Producto o servicio**

Estas “salas de cines” producirán una proyección en la tarde o noche, se hablaría de un promedio 195 asientos, 4 proyecciones diarias, 28 por semana, 112 mensuales, 1440 anuales.

**Imagen N.- 2**



### **Logotipo de la Empresa**

Toda empresa y servicio debe tener una marca que la identifique de las demás, para lo cual se creará un logotipo el mismo que se presenta a continuación:

**Imagen N.-3**



**Plaza**

La plaza es un lugar estratégico donde se entrega el servicio, por lo tanto Multicines Shopping y Juegos Recreacionales, estará ubicado en un lugar estratégico de la ciudad, será en el antiguo aeropuerto de la ciudad de Ibarra.

Además es importante analizar la distribución de las diferentes áreas del proyecto ya que así se puede establecer diferentes estrategias para la comercialización del servicio a entregarse.

**Imagen N.- 4**

**Instalaciones del Proyecto**



**Imagen N.5**  
**Instalaciones del Proyecto**



**Publicidad y Promoción**

La promoción y publicidad es una herramienta muy importante para la comercialización del proyecto que se va a implantar, para ello, la selección de los medios de comunicación se escoge según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a las personas de la ciudad, los cuales se presenta a continuación:

**Cuadro N.- 25**  
**Medios de Comunicación**

Detalle	Semanal	Mensual	Anual	Cantidad	Precio	Total
TV	1	4	52 sem	208	50	10400
Radio	2	8	52 sem	416	1,5	624
Diario	1	4	52 sem	208	21	4368
Perifoneo	2	8	52 sem	416	15	6240
Internet	TODOS LOS DIAS					
Volantes	1000	4000	52 sem	208000	0,01	2080

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Autores

Tv: Un spot a la semana los días lunes.

Radio: 2 cuñas diarias los días martes.

Diario: Una publicación el día miércoles.

Perifoneo: Dos propagandas al día los jueves.

Internet: Internet todos los días

Volantes: 208000 volantes repartidos en todo el año



## **CAPITULO IV**

### **Estudio Técnico**

Este capítulo trata sobre la factibilidad técnica para llevar a cabo la prestación de servicios de entretenimiento a través de la creación de un multicineshopping y juegos recreacionales en donde se tratará aspectos como: dónde, a cuántos, cuándo y cómo, referentes a la prestación del servicio de multicine.

### **Tamaño del Proyecto**

Para determinar el tamaño del proyecto, de forma óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como: volumen de demanda, volumen de oferta efectiva, ubicación, inversión y posibles contingencias.

El estudio de mercado permite establecer el tamaño del proyecto, en él se estableció la proyección de la demanda insatisfecha, en lo referente a las necesidades de la población para la proyección de películas y del número de personas que desean ser parte del conjunto recreacional. Para ello se toma en cuenta algunos factores que afectan el tamaño del proyecto, los cuales se especifican a continuación.

### **Factores que afecta el Tamaño**

#### **La Demanda**

Como se analizó en el capítulo anterior, el nicho de mercado para el multicine es demasiado grande en la ciudad de Ibarra, principalmente porque la oferta actual no logra cubrir la demanda existente. En este sentido se podría decir que el tamaño del proyecto será muy grande tomando en cuenta la gran cantidad de demanda insatisfecha actual. Es necesario recalcar que este

proyecto de multicine pretende satisfacer a toda esa cantidad de demanda, que se explicó en el capítulo anterior.

### **Capacidad**

El principal insumo de un multicine es sin duda el material cinematográfico que se proyectará de acuerdo a la respectiva programación. El multicine se caracteriza por tener varias “salas de cine” para este proyecto serán 7 salas que funcionarán en las tardes, es decir desde aproximadamente la una y media de la tarde. Cada sala tendrá una capacidad de 195 asientos. En comparación a un complejo de salas de cine cubiertas en la ciudad de Quito, el tamaño del proyecto en este sentido es igual ya que se habla de 4 proyecciones por día de su competencia

Los recursos financieros para realizar la inversión del proyecto se obtendrá mediante un préstamo con una entidad bancaria

### **Localización del Proyecto**

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos; con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a determinar una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de servicio.

#### **Macro Localización**

Desde el punto de vista la macro localización la ubicación del proyecto será en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

**Imagen N.- 6**



**Fuente:** Imbaburaturismo.gob.ec

### **Micro Localización**

Este proyecto está dirigido al mercado ibarreño. Para realizar el estudio de micro localización se necesita realizar un análisis de los factores que afectan la ubicación del proyecto; estos son:

### **Costo y Disponibilidad del Terreno**

Una fuente importante para la localización del proyecto es contar con áreas de terreno disponibles para la construcción de la infraestructura necesaria y de ser posible contar con posibilidades de expansión de así requerir el proyecto a futuro. Además se debe considerar si el terreno cumple con los requisitos, en cuanto a su topografía, estudio de suelos y condiciones ambientales, al igual que el precio de la tierra y valorización.

### **Disponibilidad de Servicios Básicos**

Para la implantación del multicine es indispensables los servicios básicos, estos aspectos son importantes de considerar, tomando en cuenta que, son fundamentales para la implementación de la empresa, los mismos que contribuyen, como fuente de apoyo a la operatividad del proyecto.

### **Costo y Disponibilidad de Mano de Obra**

La Mano de Obra con la que se cuenta va a ser directa e indirecta, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país.

## **Vías y Medios de Transporte**

El acceso al multicine debe reunir condiciones óptimas, sin mayores dificultades para que, los potenciales clientes puedan tener todas las facilidades para trasladarse desde su lugar de origen hasta el sitio de destino.

Para el caso, la ubicación del multicine cuenta con carreteras de primer orden (panamericana) Av. Mariano acosta y Av. Cristóbal de Troya. En cuanto a medios de transporte se cuenta con líneas de frecuencia de buses urbanos e interprovinciales cada cinco minutos, haciendo fácil el traslado de cualquier individuo.

## **Infraestructura**

La Infraestructura es nueva, se cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con el servicio que se implementará de multicene shopping y juegos recreacionales.

## **Ambiente**

El clima de la zona es apropiado para la implementación del proyecto tanto para las personas como para los equipos que se utilizara.

## Matriz de ponderación

**Cuadro N.- 26**  
**Matriz de Ponderación**

Alternativa Fuerzas locacionales	Puntuación 0 - 10	Ponderación %	Antiguo Aeropuerto		Yahuarcocha		Milagro	
			puntos asignados	Valor	puntos asignados	Valor	puntos asignados	Valor
1 Costo del terreno	10	8,33	8	0,67	6	0,50	9	0,75
2 Energía eléctrica	10	8,33	10	0,83	8	0,67	7	0,583
3 Alcantarillado sanitario	10	8,33	10	0,83	5	0,42	7	0,583
4 alcantarillado fluvial	10	8,33	10	0,83	8	0,67	7	0,583
5 Agua potable	10	8,33	10	0,83	9	0,75	7	0,58
6 Teléfono	10	8,33	5	0,42	5	0,42	4	0,33
7 Vías de acceso	10	8,33	8	0,67	7	0,58	6	0,50
8 Tipo de suelo	10	8,33	6	0,50	5	0,42	6	0,50
9 Seguridad	10	8,33	8	0,67	3	0,25	4	0,33
10 Aceptación comunidad	10	8,33	10	0,83	5	0,42	5	0,42
11 Transporte	10	8,33	8	0,67	2	0,17	2	0,17
12 Fenómenos naturales	10	8,33	8	0,67	8	0,67	8	0,67
Total	120	100,00		8,417		5,92		6

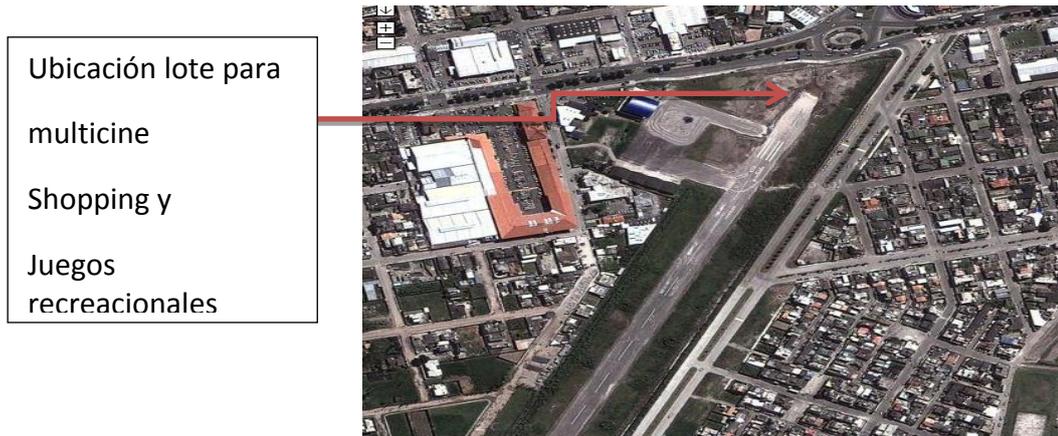
Fuente: IMI

Elaborado Por: Autores

## Planos de Micro Localización

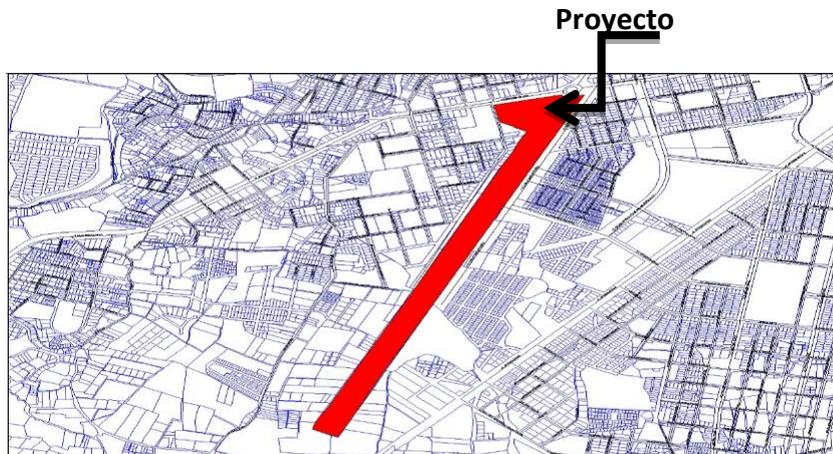
**Imagen N.- 7**

### Ubicación Geográfica del multicine



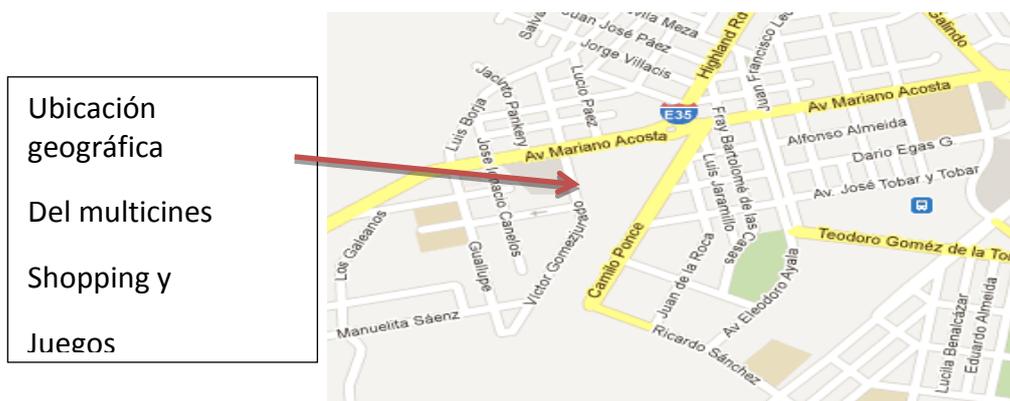
Fuente: Vistasatelital.com

Imagen N.- 8  
Plano del IMI



Fuente: IMI

Imagen N.- 9  
Ubicación Geográfica del multicine



Fuente: Vistasateliteal.com

## **Ingeniería del Proyecto**

### **Tecnología y Equipo**

El multicine no es una empresa que se dedica a transformar materia prima para convertirla en bienes finales, tan solo brinda un servicio que es la proyección de películas que satisfacen la necesidad de entretenimiento al instante, para este fin se necesita básicamente, cuando de equipos se trata, lo que va directamente relacionado a dicha razón.

### **Tecnología**

#### **“MULTICINES S.A.”**

Multicines S.A. inició sus operaciones en Ecuador en 1996 como pionero en el país en la explotación comercial de cine a través de complejos multisalas de tecnología moderna con un establecimiento de cuatro salas ubicado en el centro-norte de Quito.

En el año 2007, como resultado de una política de crecimiento sostenido, Multicines opera cinco modernos complejos de cine en las ciudades de Quito y Cuenca. Multicines es parte de un sólido grupo financiero y comercial del Ecuador. Para realizar este estudio fue necesario hacer un contacto con dicha empresa para saber qué equipo es el más conveniente de acuerdo a la capacidad del futuro multicine. La respuesta resultante de dicha investigación otorgó las siguientes características del producto:

Se podrá disfrutar la magia del 3D: Esta sala estará equipada con pantalla curva, para que con las gafas especiales de Dolby Digital Cinema, se pueda disfrutar la tecnología de proyección digital 3D, para las películas que ofrecen este formato.

La proyección de esta tecnología digital es 6 veces más rápida que una película normal. Esto se logra mediante la interacción inteligente y tecnológica entre las gafas que el cine provee al cliente para su uso y la imagen digital proyectada por

medio de equipos de última generación. La tecnología oculta en las gafas y la proyección tan única y avanzada, logran que el cerebro junte las perspectivas alternantes entre el ojo derecho e izquierdo, produciendo el efecto 3D sin cansancio visual o fatiga. Cabe resaltar que no todas las películas ofrecen el formato digital 3D, por lo que se deberá consultar en cartelera.

### **Equipo**

Airscreen AeroPRO 0905 (9,15 m de ancho por 5,18 m de alto):

Formato 16:9 HDTV.

Garantía de tres años.

Superficie de proyección lisa, sin arrugas y rectangular.

Seguridad y confianza en el montaje.

### **Incluye:**

Proyector.

Marco Air Screen.

Superficie de proyección profesional Front Matt Plus.

Sujetadores de pantalla.

Cuerdas, listones de anclaje.

Turbina para inflado.

Instructivo.

## Componentes de un Cine Digital

### Imagen N.- 10



Fuente: Christie Duo

### Proyector 2k, 4k Digital

"2K" se refiere al número de píxeles usados por el equipo de imagen, como un sistema de cine DLP. El chip 2K DMD es una selección que mide 1.080 x 2.048 píxeles - un poco más que 2,21 millones de píxeles. El proyector es básicamente una computadora de alto rendimiento unida a un equipo de proyección de imagen de alto rendimiento.

### Pedestal

Habitualmente hay un pedestal que ubica al proyector a la misma altura que la línea central óptica. Este pedestal puede albergar otros componentes si no están montados en una estructura separada.

### El Lente

El lente del proyector digital es un animal diferente al usado en la proyección tradicional. La mayoría de los lentes de Cine D tienen un diseño de distancia focal variable (un zoom) y son fabricados con distintos rangos de zoom. El factor zoom es la relación entre el throw y el ancho de la pantalla. Los proyectores de mejor calidad tienen un zoom automático y controles de foco y de propiedades del lente.

## **Servidor**

El servidor es una computadora de alto rendimiento especial.

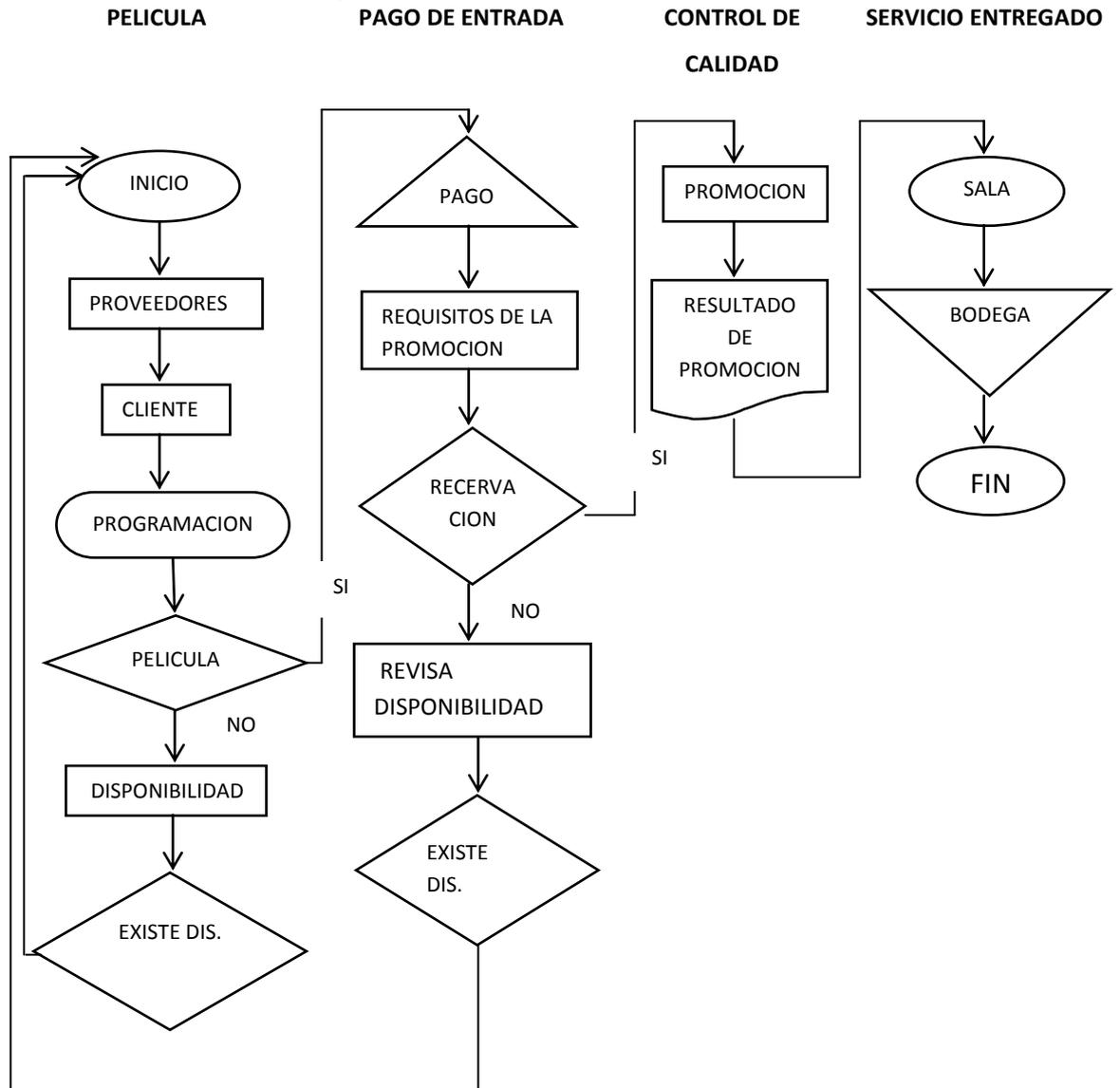
El sonido y audio en primer lugar, y sin ninguna duda, es mejor. El audio digital (puro y sin comprimir) sale directamente del servidor, de manera que la fuente es aún mejor que la que los cines han experimentado hasta el momento.

Idealmente, el equipo de Cine D debe operar en el mismo ambiente que un proyector de cine tradicional. No obstante, cabe resaltar que los nuevos equipos son mucho más sofisticados. En primer lugar, estos sistemas son computadorizados. Los sistemas ópticos son mucho más precisos y hasta más frágiles. El servidor es una computadora de alto rendimiento especial. Se deben tomar recaudos especiales en el ambiente donde se opera el equipo, especialmente en términos de limpieza, control de humedad, etc. Mantener los componentes refrigerados es clave para el buen funcionamiento del equipo.

## Procesos

### Flujo grama de Procesos del Multicine

Imagen N.- 11  
Flujo Grama de Procesos



### **Descripción del Servicio**

El cliente al monto de ingresar al multicine shopping y juegos recreacionales selecciona la película publicada en la cartelera trasladándose a las boleterías para comprar su entrada, luego con su tique adquirido se dirige a la sala asignada para ubicarse en el asiento correspondiente y disfrutar de su película, al finalizar la película se dirige a la puerta de salida

### **Película**

Los clientes revisan la programación, escogen la película, y posteriormente se verifica su disponibilidad y su existencia en cartelera, en caso de no existir el cliente regresa a revisar la programación que se encuentra en cartelera.

### **Pago de Entrada**

Si la película se encuentra en cartelera el cliente se dirige a las boleterías para hacer la fila respectiva previo al pago del uso del servicio, en donde se debe cumplir con algunos requisitos de la promoción para los clientes, una vez que el cliente cumple con todos los requisitos se procede a realizar la respectiva reservación de los boletos, en caso de no existir disponibilidad de boletos se vuelve a revisar la programación de próximas proyecciones para reservar sus lugares.

### **Control de Calidad**

Antes de la proyección de la película se realizara pruebas de los equipos para que no ocurran fallas durante la proyección, se mirará la satisfacción del cliente y ayudará a mejorar la calidad del servicio.

## **Servicio Entregado**

En esta etapa el cliente después de haber seguido todos los procesos con éxito procederá a ingresar a disfrutar de la película que se proyectaran en las diferentes salas del multicine.

## **Obras Civiles**

Se refiere a los requerimientos de infraestructura civil y recursos materiales, que el proyecto requiere para su puesta en ejecución. Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará el multicine, sus oficinas administrativas y demás requerimientos.

Es importante indicar los componentes que van a tener las diferentes áreas con las que estará conformada la empresa, para tener claro los espacios y la distribución de los mismos, a continuación se indica su composición.

### **Instalaciones:**

Salas con capacidad para 195 personas

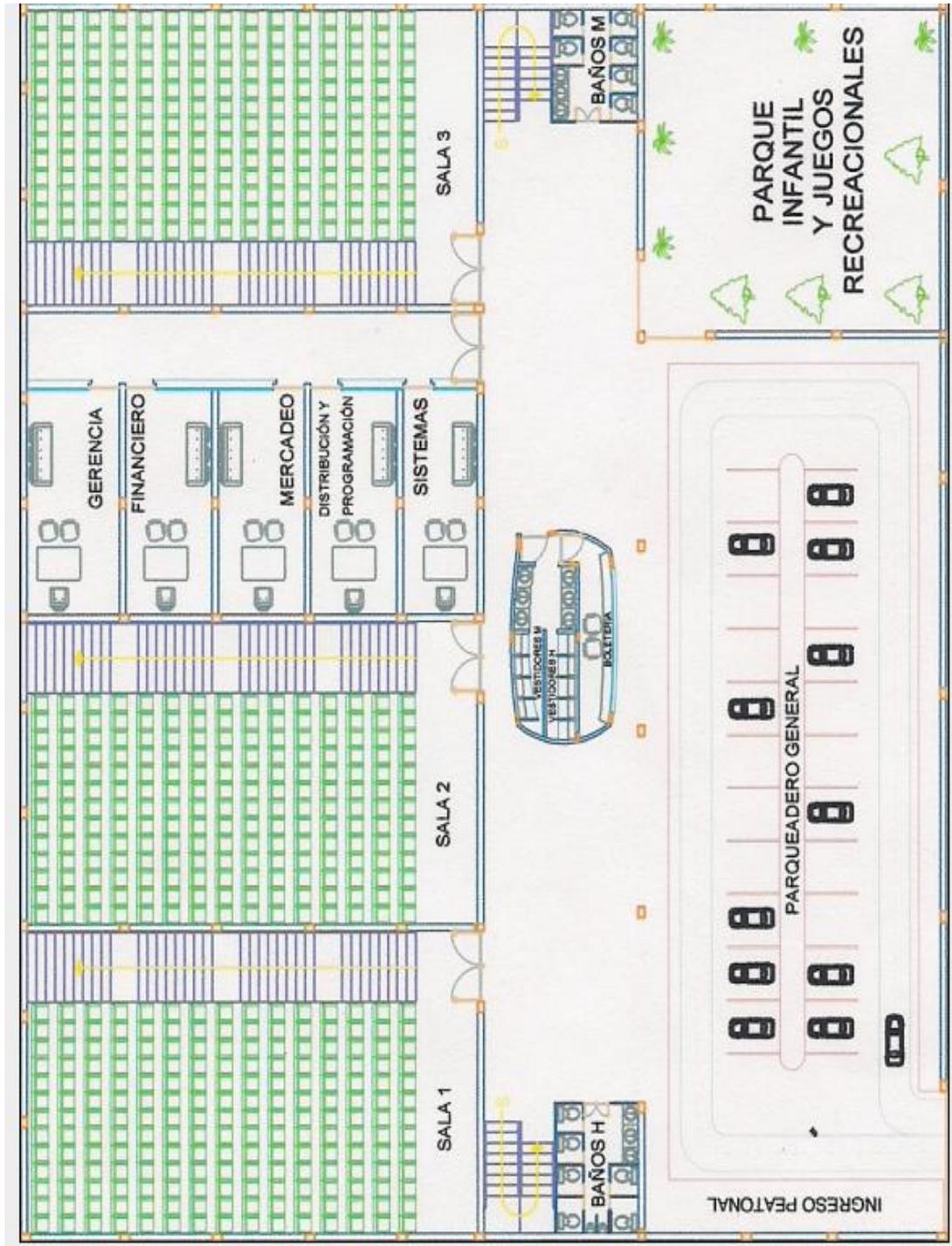
- Oficinas
- Sala de espera
- Boletería
- Área de juegos recreacionales
- Servicios Higiénicos
- Bodega

**Área Administrativa:**

- Sección Gerencia
- Sección Financiera
- Sección Mercadeo y Ventas
- Sección Sistemas
- Sección de Distribución y Programación

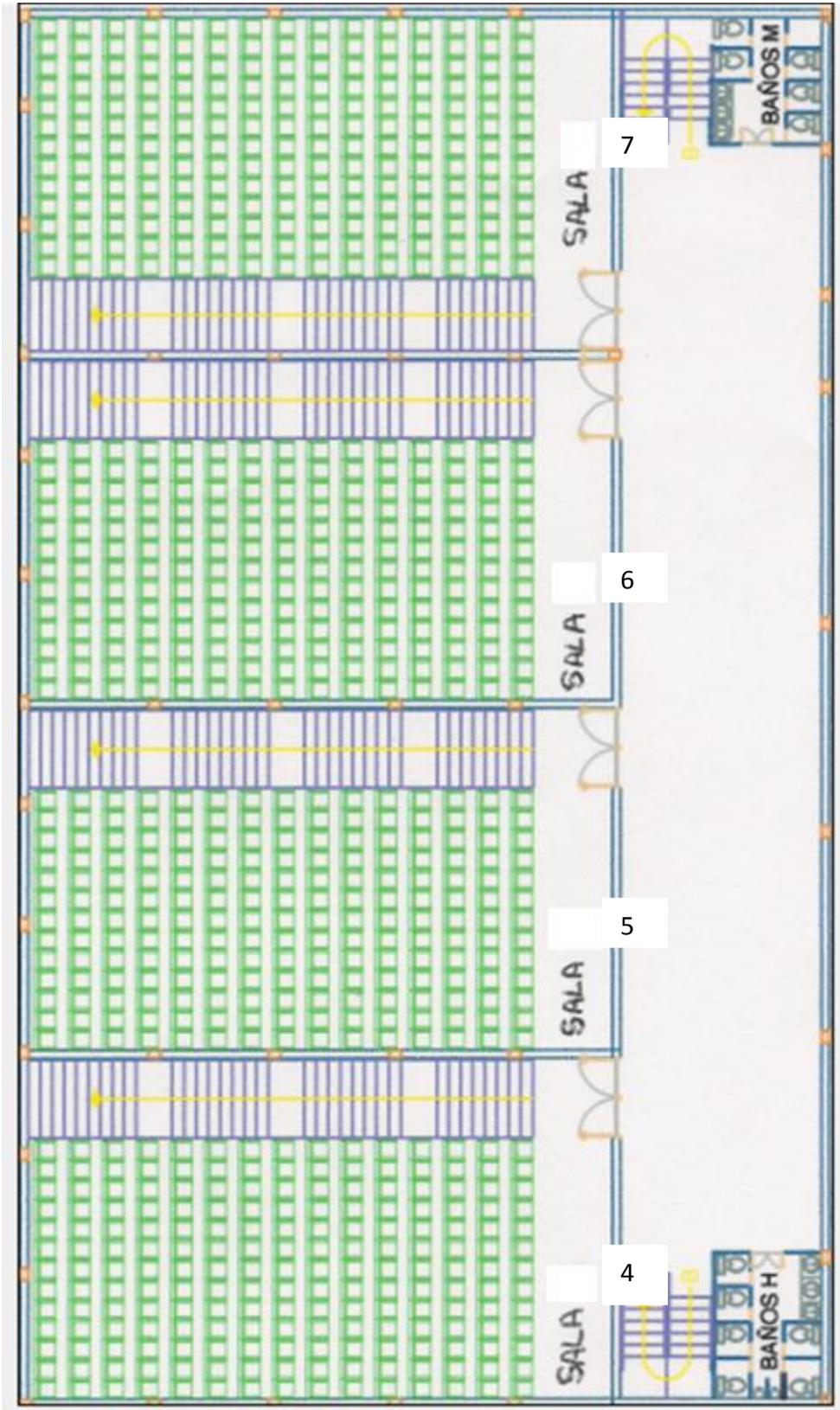
Imagen N.- 12  
Plano de instalaciones y diseño de planta

Planta baja



Ing. Raúl Guagalango

Planta alta



## Presupuesto Técnico

### Inversiones Fijas

#### Terreno

**Cuadro N.- 27**

#### Terreno

Terreno	
Total del terreno en m2	1050
Precio del terreno en m2	83
Valor	87150

**Fuente:** IMI (Arq. Wilson Andrés Navarrete)

**Elaborador por:** Autores

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno de aproximadamente 1050m<sup>2</sup>, según datos proporcionados por el Ilustre Municipio de Ibarra y el Arq. Wilson Andrés Navarrete el precio por m<sup>2</sup> es de 83 dólares, por tanto el costo total es de 87150 dólares.

#### Infraestructura Física

Los costos se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras y constructoras de los equipos requeridos para la construcción del multicine, entre ella está: Proyector Christie, Ferrindustrial, Cementos Lafarge, Pica, Metálicas Vaca, Provesum, Point , Hard Technology, varios proveedores, entre otros.

#### Construcción de las Instalaciones y de la Planta

**Cuadro N.- 28**

#### Costo m<sup>2</sup> de Construcción

Total utilizado para la Construcción	
m2 de terreno a construir 2 plantas	1100
Precio del m2 construcción	250
Costo Total	275000

**Fuente:** IMI (Arq. Wilson Andrés Navarrete)

**Elaborado por:** Autores

Según proyección estimada del Arq. Wilson Andrés Navarrete para la construcción de las instalaciones del proyecto tendrá un costo total de \$ 275.000, se calcula que aproximadamente el metro cuadrado de construcción está valorado en \$ 250, y se estima que la construcción de las instalaciones y planta serán de 1100 m<sup>2</sup>.

### **Tecnología y Equipos**

La Maquinaria y Equipos necesarios para la implantación de este servicio serán las más idóneas para la instalación del proyecto.

**Cuadro N.- 29  
Tecnología y Equipo**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Micrófonos (inalámbricos SEKAKU)	3	120	360
Trasmisores Motorola GHZ	3	97	291
Consola pionner	1	900	900
Amplificadores itali audio	6	260	1560
gafas 3D	450	1	450
Butacas	1365	10	13650
Proyector(Christie Duo)	3	2000	6000
Pedestal	7	300	2100
Lente Optico	7	700	4900
Servidor	2	600	1200
Luces	7	150	1050
Pantalla	7	500	3500
Sonido y Audio	7	700	4900
LED SMART (FULL HD 42^)	3	1000	3000
Total			43861

**Fuente:** Proveedores

**Elaborado por:** Autores

### **Equipo y Muebles de Oficina**

Para iniciar el funcionamiento del multicine shopping se necesita de los siguientes equipos y muebles de oficina.

**Cuadro N.- 30****Equipo y Muebles de Oficina**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Escritorio de Oficina	5	120	600
muebles de Oficina y espera	5	180	900
sillas de oficina	15	30	450
sillones de oficina gerencia	5	150	750
Archivadores	5	120	600
Teléfonos, fax	5	25	125
Otros (papel, esferos, cellos, etc.)	10	50	500
<b>Total</b>			<b>3925</b>

**Fuente:** Proveedores

**Elaborado por:** Autores

**Equipos de Computo**

Los muebles de cómputo que se necesita para el funcionamiento del multicine son los siguientes detallados en el cuadro N.- 31

**Cuadro N.- 31****Equipos de Computación**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Lapto (NOTEBOOK DV6-6185LA	1	1095	1095
Computadoras(INTEL CORE 7) para oficinas vendedores	5	1199	5995
Impresoras Normales	1	95	95
Impresoras Multifunciones	2	150	300
Flash memori 4 gs	3	8	24
<b>Total</b>			<b>7509</b>

**Fuente:** Proveedores

**Elaborado por:** Autores

## Juegos Recreacionales

**Cuadro N.- 32**  
**Juegos Recreacionales**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
sube y baja	8	800	6400
resbaladera	8	800	6400
pasa mano	8	500	4000
columpios	8	700	5600
tobogan	8	1100	8800
polea	8	400	3200
<b>Total</b>			<b>34400</b>

Fuente: Proveedores

Elaborado por: Autores

## Resumen de la Inversión Fija

En el siguiente cuadro se presenta el resumen de la inversión fija.

**Cuadro N.- 33**

DETALLE	VALOR TOTAL
TERRENO	87150
CONSTRUCCION m2	275000
TECNOLOGIA Y EQUIPO	43861
EQUIPO DE OFICINA	3925
EQUIPO DE COMPUTO	7509
JUEGOS RECREACIONALES	34400
<b>TOTAL</b>	<b>451845</b>

Fuente: Cuadros 28, 29, 30, 31, 32

Elaborado por: Autores

## Inversiones Diferidas

**Cuadro N.- 34**  
**Gastos de Construcción**

Detalle	Cantidad	Valor Total
Estudios y Diseño	1	2500
Tramites de Construcción	1	1000
Gastos de Instalación	1	500
<b>Total</b>		<b>4000</b>

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Autores

## Capital de Trabajo

**Cuadro N.- 35**  
**Capital de Trabajo**

<b>DETALLE</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
<b>Costos de Operación</b>	168019	14001,55
<b>Gastos Administrativos</b>	33652	2804,33
<b>Gastos de Ventas</b>	43754	3646,13
<b>Gastos Financieros</b>		2750,00
<b>Total de Capital de Operación</b>	245424	5 23202,02

Elaborado por: Autores

El capital de trabajo para operar en el primer mes es 23202.02

## Inversión Total del Proyecto

Para la inversión del proyecto de multicine shopping y juegos recreacionales se presenta el siguiente cuadro.

**Cuadro N.- 36**  
**Inversión Total del Proyecto**

<b>detalle</b>	<b>valor total</b>
<b>Inversión fija</b>	451845
<b>Inversión Diferida</b>	4000
<b>Inversión Capital de Trabajo</b>	23202
<b>Total Inversión del Proyecto</b>	479047

Elaborado por: Autores

## Financiamiento

A continuación se puede observar que la mayor parte de la inversión es financiada con recursos de terceros equivalente al 68.89% y la diferencia con recursos propios. El crédito será financiado por la Corporación Financiera Nacional.

**Cuadro N.- 37**

### Financiamiento

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
<b>CAPITAL PROPIO</b>	149047	31,11%
<b>CREDITO</b>	330000	68,89%
<b>TOTAL</b>	479047	100,00%

Elaborado por: Autores

## Talento Humano

El talento humano indispensable para la puesta en marcha del proyecto se la detallara en el siguiente cuadro.

**Cuadro N.- 38**  
**Talento Humano**

CARGO	CANTIDAD	MES	SBU MES	SALARIO ANUAL
<b>GERENTE</b>	1	12	1500	18000
<b>CONTADOR</b>	1	12	1200	14400
<b>MERCADOLOGO</b>	1	12	1200	14400
<b>TECNICO</b>	1	12	1000	12000
<b>SUPERVISOR</b>	2	12	1000	24000
<b>SECRETARIA</b>	1	12	800	9600
<b>VENDEDORES PER. CAPAS. EN JUEGOS RECR.</b>	9	12	850	91800
<b>TOTAL</b>	16		7550	184200

Elaborado por: Autores

## **CAPITULO V**

### **Estructura Organizacional**

#### **La Empresa**

Las leyes de la Superintendencia de Compañías distinguen 4 clases de compañías según la titularidad de propiedad de la Microempresa: Compañía en Nombre Colectivo, Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones, Compañía de Responsabilidad Limitada y Compañía Anónima.

La Microempresa se constituirá como Sociedad Anónima con la aportación de los capitales de los socios.

La compañía se constituirá con dos socios, y si durante su existencia jurídica se requiere incremento de capital se considerará la posibilidad de aceptar a nuevos socios, lo que permitirá realizar cambios en la titularidad de las acciones.

El proyecto llevará el nombre de “Multicines Shopping y Juegos Recreacionales S.A.”, se constituye como una empresa de servicios. El aporte de capital se realizará de fondos propios y mediante financiación bancaria esto conlleva a que será una empresa privada.

#### **Misión**

Multicines Shopping y Juegos Recreacionales S.A. es una empresa dedicada a la proyección de películas y entretenimiento sano, dirigida a personas de todas las edades, que brinda un servicio de calidad a su distinguida clientela.

#### **Visión**

Multicines Shopping y Juegos Recreacionales S.A. en los próximos 5 años será la mejor empresa dedicada a la diversión y entretenimiento del Norte del país, brindando un servicio personalizado a toda su clientela con talento humano calificado, teniendo como resultado una empresa eficiente, sólida y logrando un posicionamiento total en el mercado.

### **Políticas**

Contienen los lineamientos que la empresa necesita de su gerente y empleados, las reglas y procedimientos establecidos dentro de la institución.

A continuación se definen las políticas que permitirán la consistencia y la coordinación entre los departamentos de la organización:

### **Presentación**

Todo empleado debe tomar en cuenta que el aseo y la presentación personal son una puerta abierta al éxito. Además recordar que siempre, sin importar el cargo que ocupe ante los demás, está representando a la empresa y por ende a todas las personas que laboran en Multicines Shopping y Juegos Recreacionales S.A.

### **Disciplina**

Ninguna empresa podrá sostenerse y mucho menos progresar si en ella todos los empleados pudieran crear sus propios reglamentos o decidir cuándo o a quien obedecer. Al recibir una orden se debe recordar que quien se la está dando solo cumple con su deber. Por ultimo siempre debe existir la mayor cordialidad y respeto tanto con los superiores como con el resto de los compañeros de trabajo.

### **Puntualidad**

Todo el personal que labore en la empresa deberá acogerse a los horarios establecidos tanto de entrada como de salida, además deberá cumplir con sus tareas designadas dentro de su jornada laboral de trabajo.

### **Responsabilidad**

Todo colaborador debe responder por su trabajo, concentrándose para poder realizar de la mejor manera posible y cumpliendo con las metas que se plantean dentro de la organización. Al mismo tiempo, no se puede olvidar que el trabajo que realiza es muy importante para el buen funcionamiento de la empresa.

### **Actitud Positiva**

Es muy importante mantener una actitud positiva dentro de la jornada de trabajo, con predisposición para realizar las tareas de la mejor manera y así

lograr un ambiente de trabajo agradable, además servirá para brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

### **Valores**

Los valores son la íntegra muestra de responsabilidad, ética y moral social que presenta cada miembro de la organización en el desempeño de su trabajo.

### **Responsabilidad**

Capacidad de cumplir con todas las funciones y obligaciones adquiridas dentro del tiempo establecido.

### **Calidad.**

Cumplir el trabajo dirigido hacia la satisfacción de sus interesados, solucionando los requerimientos con actitud positiva.

### **Trabajo en Equipo**

Contribuir con su trabajo individual pero dentro un trabajo y objetivo de equipo, ayudando a los otros miembros y apoyando a mantener un buen clima organizacional.

### **Honestidad**

Tener un alto grado de rectitud, honradez, integridad y decoro en todas las actividades que se realicen.

### **Puntualidad**

Este valor es indispensable para brindar un servicio de calidad y oportuno.

### **Creatividad e Innovación**

Ser creadores de nuevas metodologías de trabajo dando como resultado el mejoramiento continuo de la organización.

### **Lealtad**

La lealtad es un valor que básicamente consiste en nunca darle la espalda a determinada persona, grupo social y que están unidos por lazos de amistad o por alguna relación social, es decir, el cumplimiento de honor y gratitud, la lealtad está más apegada a la relación en grupo

## **Organización Estructural**

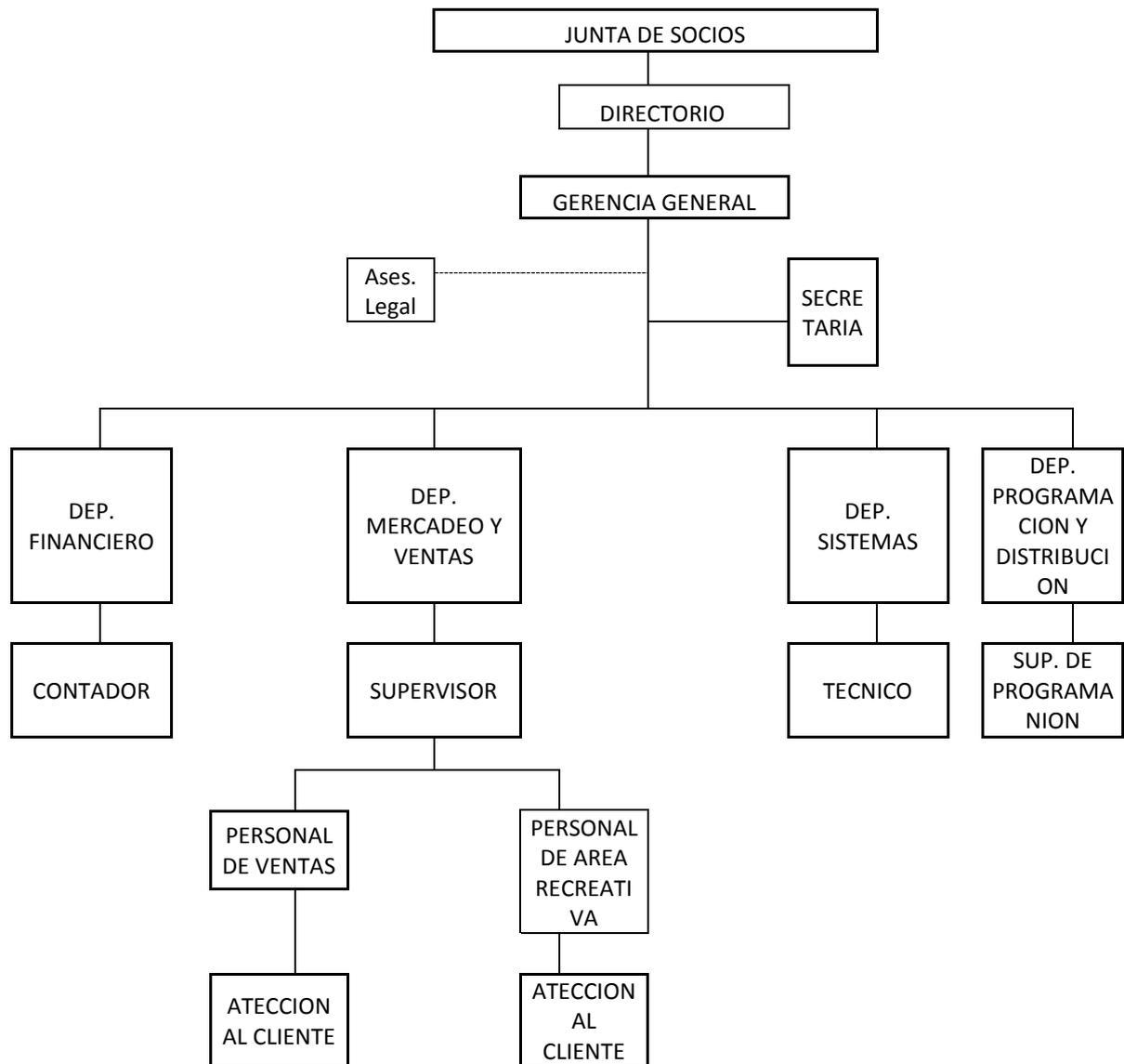
Para poder desarrollar sus actividades la empresa necesita disponer de una estructura organizacional de su talento humano.

La estructura administrativa de la empresa será de carácter, donde se define el orden jerárquico y la relación que debe existir de acuerdo a cada departamento y responsabilidades que debe tener cada uno de los funcionarios al servicio de la empresa.

## Organigrama Estructural

Grafico N.- 13

### Organigrama Estructural

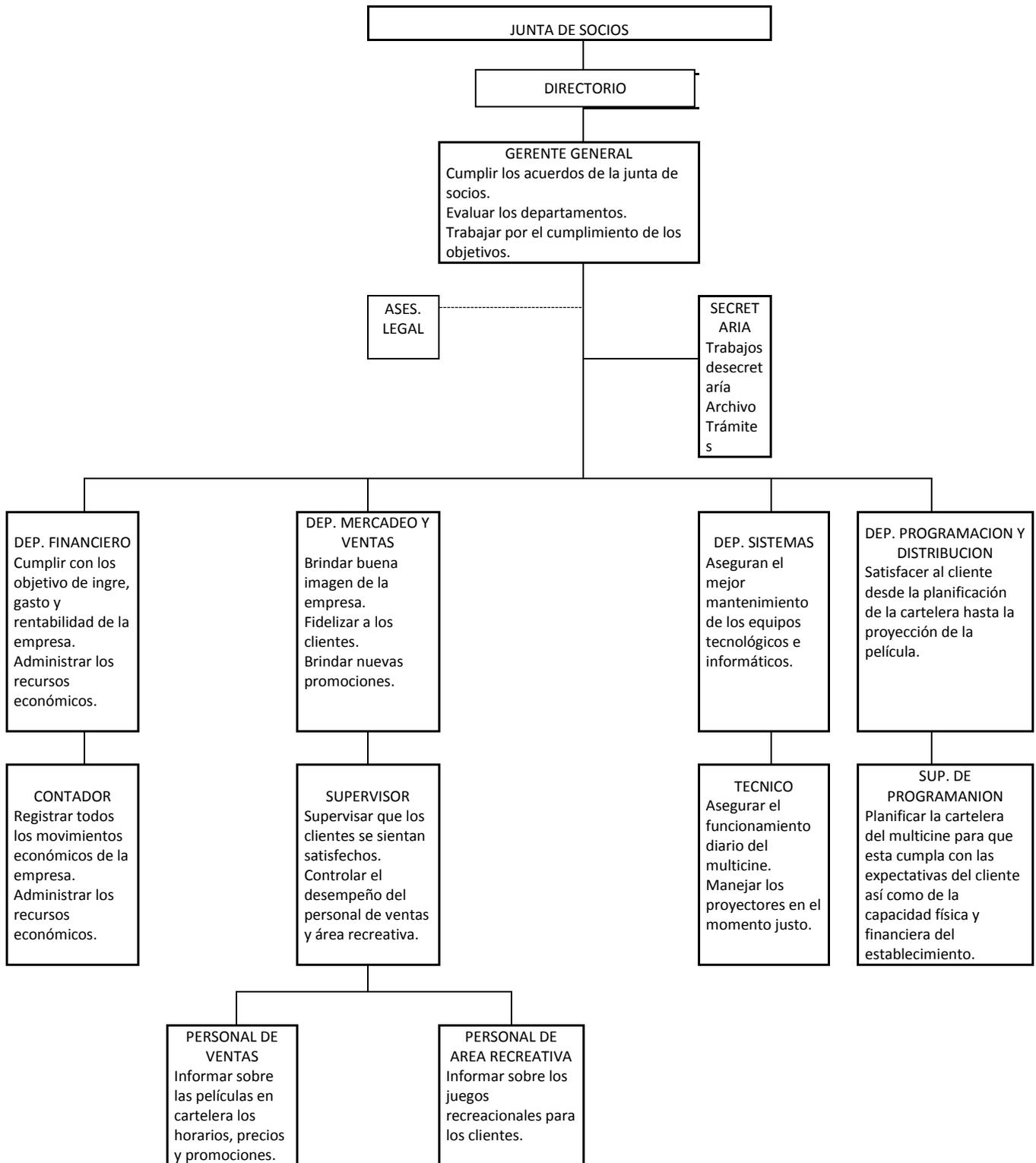


Elaborado por: Autores

### Organigrama Funcional

El siguiente organigrama representa a las direcciones y departamentos de trabajo con su respectiva función principal.

**Grafico N.- 14**  
**Organigrama Funcional**



Elaborado por: Autores

## Manual de Funciones

### Descripción del puesto

**Nombre del puesto:** Junta de Socios

**Objetivo del puesto:**

Dirigir la empresa revisar y aprobar todo trámite

**Detalle de Funciones:**

Designar a los consejeros principales y suplentes del Directorio y fijar sus retribuciones.

Designar al Comisario principal y suplente de la compañía y fijar sus retribuciones.

Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias y de los informes sobre los negocios sociales que sean presentados por el Gerente General, el Comisario y los auditores externos en caso de existir.

Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando a consideración la propuesta realizada por el Directorio de Administración.

Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

Tomar decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del aumento o disminución de capital suscrito o autorizado, y de reforma de los estatutos.

Seleccionar auditores externos en caso de ser requeridos.

**Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

Revisión y Aprobación

Éxito o fracaso en la consecución de objetivos

Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos

Buena utilización de los recursos de la organización.

Cuidar el prestigio y el buen nombre de la empresa.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior

**Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

- Computador
- Teléfono
- Internet

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación formal: Superior

Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, negociación.

**Directorio**

**Descripción del puesto**

**Nombre del puesto:** Directorio

**Objetivo del puesto:**

Velar por los derechos de los accionistas y tomar decisiones estratégicas para la correcta administración de la empresa.

**Detalle de Funciones:**

Diseñar políticas a largo plazo.

Velar por los intereses de los accionistas.

Controlar permanentemente los estados financieros y los riesgos en que incurre la compañía para proteger su patrimonio.

Asegurar que exista transparencia en la comunicación interna de la empresa.

**Responsabilidades que implica el desempeño del puesto:**

Su único rol es la continuidad de las políticas de la empresa y asegurar que ese periodo de transición no implique una transformación en el funcionamiento de la empresa.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajos en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y fuera del país.

**Detalle de Equipos, Materiales y otros implementos que utiliza en el trabajo:**

- Computador
- Internet
- Teléfono
- Fax

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación formal: Superior

Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas o afines.

Dominio de dos idiomas

Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en la dirección de una empresa.

Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 27 años; edad máxima 50 años.

Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico,

proactivo.

Liderazgo, trabajo bajo presión, negociación.

## **Gerencia General**

### **Descripción del puesto**

**Nombre del puesto:** Gerencia General

**Título del puesto:** Gerente general

**Sueldo o Salario:** 650

**Área de Trabajo:** Gerencia                      **Lugar de trabajo** (Ibarra)

#### **Objetivo del puesto:**

Administrar los negocios y bienes de la organización

#### **Detalle de Funciones:**

Coordinar la formulación del plan estratégico de la empresa con la participación del personal.

Formular las políticas de la organización en su gestión.

Modificar la estructura orgánica de la organización.

Supervisar el cumplimiento de los planes y programas.

Cumplir y hacer cumplir las políticas determinadas.

Efectuar el seguimiento y control de los objetivos planteados.

Orientar y aprobar la reformulación de los planes.

Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas.

#### **Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

Conducción general de la empresa

Éxito o fracaso en la consecución de objetivos

Control y evaluación del cumplimiento de los objetivos

Buena utilización de los recursos de la organización.

Cuidar el prestigio y el buen nombre de la empresa.

Presentar para su aprobación las proformas presupuestarias y estados financieros en cada ejercicio económico.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias y al exterior.

**Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

Computador

Teléfono

Internet

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación formal: Superior

Especialidad y título: Administración, Ing. En administración de empresas o afines.

Dominio del idioma inglés.

Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en la dirección de una empresa.

Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 27 años; edad máxima 60 años.

Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico,

proactivo,

Liderazgo, trabajo bajo presión, negociación.

## **Contabilidad**

### **Descripción del puesto**

**Nombre del puesto:** Contabilidad

**Título del Puesto:** Contador

**Nombre del Jefe Inmediato:** Gerente **Cargo del Jefe:** Gerente  
General

**Sueldo o Salario:** 550

**Área de Trabajo:** Contabilidad **Lugar de trabajo (Ibarra)**

#### **Objetivo del puesto:**

Dirigir el área financiera de la empresa

#### **Detalle de Funciones:**

Participar y coordinar en la elaboración de estados financieros.

Dirigir la elaboración de la contabilidad de la organización.

Preparar información financiera de la organización con el visto bueno del gerente.

Revisar las conciliaciones bancarias.

Llevar el control contable del patrimonio de los accionistas.

Mantenerse al día en las obligaciones fiscales y de organismos de regulación de la organización.

Planificar las auditorías en coordinación con el auditor.

Preparar informes sobre asuntos de interés para los accionistas.

**Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

- Planificación operativa en el área de contabilidad.
- Aplicación eficiente del sistema contable.
- Cumplir los presupuestos programados.
- Roles de pago
- Cumplimientos legales del SRI, IESS, otros.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajo en oficina y viaja ocasionalmente a provincias

**Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

- Computador
- Teléfono
- Internet
- Calculadora
- Impresora

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación formal: Superior

Especialidad y título: CPA

Tiempo y experiencia previa requerida: Cinco años en el área contable financiera.

Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años;

Edad máxima 60 años.

Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo,

Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.

## **Mercadeo y Ventas**

### **Descripción del puesto**

**Nombre del puesto:** Marketing y Ventas **Título del Puesto:** Marketing y Ventas  
Ventas

**Nombre del Jefe Inmediato:** Gerente **Cargo del Jefe:** Gerente  
General

**Sueldo o Salario:** 500

**Área de Trabajo:** Dpto. de marketing **Lugar de trabajo** (Ibarra)  
y ventas.

#### **Objetivo del puesto:**

Dirigir el área de mercadeo y ventas hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos

#### **Detalle de Funciones:**

Efectuar una agenda de visitas a instituciones públicas y privadas con material de promoción.

Elaborar reportes de las visitas y detalle de las gestiones realizadas.

Desarrollar y coordinar los estudios de mercado.

Presentar los resultados de los estudios de mercado.

Desarrollar estrategias de mercadeo y ventas.

Proponer las alianzas estratégicas.

Colaborar con la atención al cliente.

Evaluar el impacto de las estrategias de mercadeo y ventas.

Preparar informes de ventas.

**Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

Planificación operativa en el área a su cargo.

Administrar con eficiencia el presupuesto del departamento.

Aplicación del marketing mix.

Cumplir los presupuestos programados de ventas.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajo en oficina 60% y trabajo de campo 40%.

**Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

- Computador
- Teléfono
- Internet
- Celular

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación formal: Superior

Especialidad y título: Marketing y ventas

Tiempo y experiencia previa requerida: Tres años en el área de mercadeo y ventas.

Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 28 años; edad máxima 35 años.

Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.

## Personal de Sistemas

### Descripción del puesto

**Nombre del puesto:** Técnico en Sistemas      **Título del Puesto:** Técnico en Sistemas

**Nombre del Jefe Inmediato:** Gerente General      **Cargo del Jefe:** Gerente

**Sueldo o Salario:** 450

**Área de Trabajo:** Sistemas      **Lugar de trabajo (Ibarra)**

#### Objetivo del puesto:

Proyectar las películas

#### Detalle de Funciones:

Seleccionar películas

Revisar los equipos de audio, proyectores y demás que intervienen en la proyección de la película.

Instalar y configurar redes de datos (alámbricas e inalámbricas) de los equipos de computación.

#### Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:

Planificación operativa en el área a su cargo.

Administrar con eficiencia la tecnología.

Cumplir con los horarios de la programación

Estar capacitado para diagnosticar, reparar e implementar sistemas basados en computadores.

#### Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:

Trabajo en oficina 40% y trabajo de campo 60%

#### Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:

- Computador
- Memoria



**Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

Planificación operativa en el área a su cargo.

Administrar con eficiencia los recursos de su área.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajo en oficina 65% y de campo 35%

**Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

- Computador
- Transmisores
- Teléfono

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación Formal: Superior

Experiencia mínima de Tres años en puestos afines.

Edad mínima para laborar 28 años máximo 50 años

Capacidad para Trabajar bajo presión, don de liderazgo, trabajo en equipo, buena comunicación.

**Personal de Ventas****Descripción del puesto**

**Nombre del puesto:** Ventas

**Título del Puesto:** Vendedor

**Nombre del Jefe Inmediato:**

**Cargo del Jefe:** Mercadeo y Ventas

Supervisor

**Sueldo o Salario:**350

**Área de Trabajo:** Atención al Cliente

**Lugar de trabajo** (Ibarra)

**Objetivo del puesto:**

Brindar atención al cliente

**Detalle de Funciones:**

Crear y mantener la relación con cada cliente y entenderlo.

Atención a los clientes que solicitan información sobre la empresa y sus servicios.

Recepción de quejas y/o reclamos y su tramitación.

**Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

Ventas y guías directas en el multicine.

Responsable en la venta y promoción del producto.

Constatar antes de confirmar una venta o si la disponibilidad de tiempo está dentro de las exigencias del cliente.

Participar en las reuniones y ferias con voz informativa.

Verificar los cobros por venta y ayudar a la facturación.

Mantener un carácter apropiado para la atención al cliente.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Interior 80% y exterior 20% del multicines

**Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

Computadora

Teléfono

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Experiencia en trato al personal y al cliente.

Tener conocimiento de comercialización.

Profesional en especialidades afines a mercadotecnia.

Edad mínima 23 años.

### **Personal en el Área Recreativa**

#### **Descripción del puesto**

**Nombre del puesto:** Guía Recreativo      **Título del Puesto:** Guía Recreativo

**Nombre del Jefe Inmediato:** Supervisor  
**Cargo del Jefe:** Supervisor

**Sueldo o Salario:**350      **Número de Horas de Trabajo a la semana:** 40

**Área de Trabajo:** Atención al Cliente      **Lugar de trabajo (Ibarra)**

#### **Objetivo del puesto:**

Supervisar y guiar las actividades de entretenimiento para los clientes

#### **Detalle de Funciones:**

Crear nuevas actividades recreacionales y deportivas

Cuidar y mantener en buen estado los equipos de deportes recreativos.

Ser cuidadoso con la seguridad de los visitantes.

Tomar decisiones sobre la seguridad de los clientes

Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

#### **Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

Mantener los equipos en buen estado

Ordenar juegos recreacionales

#### **Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajo en juegos recreacionales 100%

#### **Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

Juegos deportivos.

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación: Educación secundaria

Conocimientos y experiencia en juegos recreacionales

Experiencia : Mínimo 3 años en cargos similares

Dominio de idiomas : inglés y francés

Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 20 años; edad máxima 45 años.

Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, trabajo bajo presión.

**Secretaria**

**Descripción del puesto**

**Nombre del puesto:** Secretaria

**Título del Puesto:** Secretaria

**Nombre del Jefe Inmediato:** Contador

**Cargo del Jefe:** Contador

**Sueldo o Salario:**350

**Número de Horas de Trabajo a la semana:** 40

**Área de Trabajo:** contabilidad

**Lugar de trabajo (Ibarra)**

**Objetivo del puesto:**

Colaborar en el área financiera de la empresa

**Detalle de Funciones:**

Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.

Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.

Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.

Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.

Ayudar en la elaboración de la contabilidad de la organización.

Colaborar en la revisión de conciliaciones bancarias.

**Responsabilidades que Implica el Desempeño del Puesto:**

Colaboración continúa en el área de contabilidad.

Ingreso eficiente de datos en el sistema contable.

Obedecer y realizar instrucciones que te sean asignadas por tú jefe.

**Condiciones Ambientales en las que desarrolla actividades del puesto:**

Trabajo en oficina

**Detalle de Equipos, Materiales y otros Implementos que Utiliza en el Trabajo:**

Computador

Teléfono

Internet

Calculadora

Impresora

**Requisitos y Condiciones Requeridos para el Desempeño del puesto:**

Educación formal: Superior

Especialidad y título: CPA o Secretariado Ejecutivo

Tiempo y experiencia previa requerida: Tres años en el área

Detalle de condiciones físicas para el desempeño del puesto: Edad mínima 26

años; edad máxima 55 años.

Condiciones personales especiales: Facilidad para relacionarse, Dinámico, proactivo, Liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de negociación.

### **Aspecto Laboral**

La empresa se regirá en base al Código de Trabajo, puesto que en este código se regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo y como está estipulado en la ley el trabajo es un derecho y un deber social.

### **Contrato de trabajo**

En la empresa se celebraran contratos por escrito los cuales se registraran dentro de los treinta días siguientes a su suscripción ante el inspector del trabajo del lugar en el que preste sus servicios el trabajador, y a falta de este, ante el Juez de Trabajo de la misma jurisdicción.

En el contrato deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a

- La clase o clases de trabajo objeto del contrato
- La manera como ha de ejecutarse
- La cuantía y forma de pago de la remuneración
- Tiempo de duración del contrato
- Lugar en que debe ejecutarse el trabajo y
- La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.

### **Duración de la jornada**

La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no

exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las diecinueve horas y las seis horas del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco por ciento.

Los días sábados y domingos serán de descanso forzoso y si en razón de las circunstancias, no pudiere interrumpirse el trabajo en tales días, se designara otro tiempo igual de la semana para el descanso, mediante acuerdo entre empleador y trabajadores.

Las horas suplementarias no podrán exceder de cuatro al día, ni de doce a la semana.

Si tuviera lugar durante el día o hasta las 24h00, el empleador pagara la remuneración correspondiente a cada una de las horas suplementarias con más un cincuenta por ciento de recargo. Si dichas horas estuvieran comprendidas entre las 24h00 y las 6h00, el trabajador tendrá derecho a un ciento por ciento de recargo. Para calcularlo se tomara como base la remuneración que corresponda a la hora de trabajo diurno.

Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un periodo ininterrumpido de quince días de descanso, incluido los días no laborables. Los trabajadores que prestaran sus servicios por más de cinco años a la empresa o al mismo empleador tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes.

### **Remuneración**

Para los efectos de remuneración se tendrán en cuenta aspectos como la especialización y practica en la ejecución del trabajo.

Los sueldos y salarios se estipularan libremente, pero en ningún caso podrán ser inferiores a los mínimos legales, de conformidad con lo prescrito en el Código del Trabajo.

### **Seguridad industrial**

La empresa tendrá como objetivos primordiales en cuanto se refiere a seguridad industrial los siguientes

- Evitar la lesión y muerte por accidente.
- Brindar los instrumentos y maquinaria necesaria para un buen desempeño de los trabajadores.
- Garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores en todos los aspectos relacionados con el trabajo.
- Cumplir las obligaciones sobre prevención de riesgos establecidas en las normas, tanto de carácter laboral como no laboral.
- Evitar los riesgos a los trabajadores que realizan actividades en la empresa.
- Evaluar los riesgos que no se pueden evitar.
- Combatir los riesgos en su origen.
- Adaptar las condiciones de trabajo a las personas.
- Tener en cuenta la evolución tecnológica.
- Planificar la prevención.
- Instruir debidamente a los trabajadores.
- Posibilidad de concertar operaciones de seguro que tengan como fin garantizar como ámbito de cobertura la previsión de riesgos derivados del trabajo.



## CAPITULO VI

### Estudio Financiero

El presente capítulo tiene por objeto hacer una presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participan y son parte importante para la estructura financiera del proyecto.

Este estudio viene a constituir la sistematización de las inversiones, en activos fijos no depreciables y depreciables, pre-operativos e inversiones variables necesarias para poner en funcionamiento el proyecto, gastos de administración, gastos de venta, toda esta información proyectada a cada uno de los períodos que comprende el horizonte del proyecto.

#### Ingresos

Para determinar los ingresos es conveniente calcular precio de venta, determinado en el estudio de mercado. En datos referenciales y experiencia tomados de MULTICINES S.A. del total de la asistencia el 60% van por las películas normales y el 40% para las películas en formato 3D.

**Cuadro N.- 39**  
**Ingreso Películas Normales y 3D**

INGRESOS	2012	2013	2014	2015	2016
<b>TOTAL DE LA POBLACION</b>	117252	122742	128334	134031	139836
<b>NORMALES 60%</b>					
<b>CANTIDAD</b>	70351	73645	77000	80419	83901
<b>PRECIO</b>	3,75	3,92	4,09	4,28	4,47
<b>SUBTOTAL</b>	263818	288513	315142	343845	374772
<b>3D 40%</b>					
<b>CANTIDAD</b>	46901	49097	51334	53612	55934
<b>PRECIO</b>	4,75	4,96	5,18	5,42	5,66
<b>SUBTOTAL</b>	222780	243633	266120	290358	316474
<b>TOTAL</b>	486598	532147	581263	634204	691246

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autores

El precio de venta del primer año son resultados arrojados por la encuesta realizada en el estudio de mercado. Para los siguientes años se realiza un incremento del 4.47% de inflación del país.

### Cálculo del Egreso

#### Costos de Operación

#### Mano de Obra

Para el cálculo del Salario Básico Unificado se tomó como referencia los SBU de años anteriores para de esta manera determinar la tasa de crecimiento y proyectar para los siguientes años.

**Cuadro N.- 40**  
**SBU PROYECTADO**

Año	SBU	%
2005	150	
2006	160	6,67
2007	170	6,25
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
TOTAL		70,28

Fuente: BCE

Elaborado por: Autores

Formula

La tasa promedio es:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{70.28}{7} = 10.04\%$$

Por lo tanto se obtiene una tasa de crecimiento del 10.04% promedio anual, la misma que se utilizara para proyectar los S.B.U. del personal.

**Cuadro N.- 41**  
**Proyección de SBU Personal Operativo**

CARGO	CANTIDAD	AÑO 2012	2013	2014	2015	2016
VENEDORES PER. CAPAS. EN JUEGOS RECR.	9	850	935	1029	1133	1246
TOTAL MENSUAL		7650	8418	9263	10193	11216
TOTAL ANUAL SBU		91800	101016	111158	122317	134597

Elaborado por: Autores

**Cuadro N.- 42**  
**MOD Anual Proyectada**

RUBRO	AÑOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
SBU	91800	101016	111158	122317	134597
APORTE PATRONAL 12,15	11154	12273	13506	14862	16354
FONDO DE RESERVA		8418	9263	10193	11216
DECIMO TERCER SUELDO	7650	8418	9263	10193	11216
DECIMO CUARTO SUALDO	2628	2892	3182	3502	3853
TOTAL	113232	133018	146372	161067	177237

Elaborado por: Autores

**Costo MOI**

**Cuadro N.- 43**  
**MOI Proyectada SBU**

CARGO	CANTIDAD	AÑO 2012	2013	2014	2015	2016
SUPERVISORES	2	1000	1100	1211	1332	1466
TOTAL MENSUAL		2000	2201	2422	2665	2932
TOTAL ANUAL SBU		1000	1100	1211	1332	1466

**MOI Anual Proyectada**

CARGO	CANTIDAD	AÑO 2012	2013	2014	2015	2016
SBU	2	24000	26409	29061	31978	35189
APORTE PATRONAL 12,15		2916	3209	3531	3885	4275
FONDO DE RESERVA			2201	2422	2665	2932
DECIMO TERCER SUELDO		2000	2201	2422	2665	2932
DECIMO CUARTO SUALDO		584	643	707	778	856
TOTAL		29500	34662	38142	41972	46185

Elaborado por: Autores

## Costos Indirectos

**Cuadro N.- 44**  
**Costos Indirectos Mensuales**

Descripción \ Mes	Mes 2012	Mes 2013	Mes 2014	Mes 2015	Mes 2016
Energía eléctrica					
Cantidad kwh	500	500	500	500	500
Precio kwh	0,0827	0,086	0,090	0,094	0,099
Sub total	41,4	43,2	45,1	47,1	49,3
Agua m3					
Cantidad m3	40	40	40	40	40
Precio m3	0,26	0,27	0,28	0,30	0,31
Sub total	10,4	10,9	11,4	11,9	12,4
Teléfono					
Cantidad min	800	800	800	800	800
Precio min	0,01	0,0104	0,0109	0,0114	0,0119
Sub total	8,00	8,36	8,73	9,12	9,53
Internet					
Cantidad mes	1	1	1	1	1
Precio mes	20	20,89	21,83	22,80	23,82
Sub total	20	20,89	21,83	22,80	23,82
<b>Total</b>	<b>79,75</b>	<b>83,31</b>	<b>87,04</b>	<b>90,93</b>	<b>94,99</b>

**Fuente:** (emelnorte, emapa, andinatel, inec)

**Elaborado por:** Autores

**Cuadro N.- 45**  
**Costos Indirectos Anuales**

Años Descripción	Año 2012	2013	2014	2015	2016
Energía eléctrica					
Cantidad kwh	6000	6000	6000	6000	6000
Precio kwh	0,083	0,086	0,090	0,094	0,099
Sub total	496	518	542	566	591
Agua m3					
Cantidad m3	480	480	480	480	480
Precio m3	0,26	0,27	0,28	0,30	0,31
Sub total	125	130	136	142	149
Teléfono					
Cantidad min	9600	9600	9600	9600	9600
Precio min	0,01	0,010	0,011	0,011	0,012
Sub total	96	100,29	104,77	109,46	114,35
Internet					
Cantidad mes	12	12	12	12	12
Precio mes	20	20,89	21,83	22,80	23,82
Sub total	240	251	262	274	286
Total	957	1000	1044	1091	1140

Fuente: (emelnorte, emapa, andinatel, inec)

Elaborado por: Autores

### Costos de Operación

**Cuadro N.- 46**  
**Costos de Operación**

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
<b>MPD (5% DEL INGRESO)</b>	24330	26607	29063	31710	34562
<b>MOD</b>	113232	133018	146372	161067	177237
<b>MOI</b>	29500	34662	38142	41972	46185
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	957	1000	1044	1091	1140
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION</b>	168019	195287	214622	235839	259124

Elaborado por: Autores

Las películas tienen un costo del 5% de los ingresos debido a que son políticas que tienen las casas fílmicas al momento de realizar el convenio de venta de las proyecciones para nuestra empresa.

### Gastos Administrativos

El personal administrativo considerado son: Gerente, Contador/ra, Técnico y Secretaria, para la proyección se calculó con una tasa de crecimiento del 10,04%.

**Cuadro N.- 47**  
**Salario Básico Unificado Mensual**

Mensual

CARGO	2012	2013	2014	2015	2016
GERENTE	1500	1651	1816	1999	2199
CONTADOR	1200	1320	1453	1599	1759
TECNICO	1000	1100	1211	1332	1466
SECRETARIA	800	880	969	1066	1173
<b>TOTAL</b>	<b>7550</b>	<b>8308</b>	<b>9142</b>	<b>10060</b>	<b>11070</b>

Elaborado por: Autores

**Cuadro N.-48**  
**S.B.U. Anual**

ANUAL					
CARGO	2012	2013	2014	2015	2016
GERENTE	24979	29137	32062	35281	38823
CONTADOR	20041	23374	25720	28302	31144
TECNICO	16750	19531	21492	23650	26025
SECRETARIA	13458	15690	17265	18998	20906
<b>TOTAL</b>	<b>75229</b>	<b>87733</b>	<b>96541</b>	<b>106233</b>	<b>116898</b>

Elaborado por: Autores

## Gastos Generales Administrativos

**Cuadro N.- 49**

### Gastos Generales Administrativos

Detalle	Año 2012	2013	2014	2015	2016
<b>desinfectantes (2 de 3 litr semanal )</b>					
Cantidad	104	104	104	104	104
Precio	3	3,13	3,27	3,42	3,57
Subtotal	312	326	341	356	372
<b>Escobas (2 semanasles )</b>					
Cantidad	104	104	104	104	104
Precio	1,25	1,31	1,36	1,43	1,49
Subtotal	130	136	142	148	155
<b>trapeadores (2 semanas )</b>					
Cantidad	104	104	104	104	104
Precio	2,5	2,61	2,73	2,85	2,98
Subtotal	260	271,6	283,8	296,4	309,7
Otros	20	21	22	23	24
<b>Total</b>	<b>722</b>	<b>754</b>	<b>788</b>	<b>823</b>	<b>860</b>

Elaborado por: Autores

## Resumen Gastos Administrativo

**Cuadro N.- 50**

### Resumen Gastos Administrativo

CARGO	CANTIDAD	AÑO 2012	2013	2014	2015	2016
Gerente	1	24979	29137	32063	35281	38823
Contador	1	20042	23374	25721	28303	31144
Técnico	1	16750	19532	21493	23651	26025
Secretaria	1	13458	15690	17265	18998	20906
<b>Gastos Generales Administrativos</b>		<b>722</b>	<b>754</b>	<b>788</b>	<b>823</b>	<b>860</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>75951</b>	<b>88488</b>	<b>97329</b>	<b>107057</b>	<b>117759</b>

Elaborado por: Autores

## Gasto de Ventas

La proyección para los siguientes años se toma el 4.47% de inflación, no se dispone de datos estadísticos de años anteriores como para aplicar una tasa de crecimiento.

**Cuadro N.-51  
Proyección SBU Mercadólogo**

Años Cargo	CANTIDAD	AÑO 2012	2013	2014	2015	2016
Mercadólogo	1	1200	1320	1453	1599	1759
Total mensual		1200	1320	1453	1599	1759
Total anual SBU		14400	15846	17436	19187	21113

### Proyección Mercadólogo

Rubros		Años				
		2012	2013	2014	2015	2016
SBU		14400	15846	17436	19187	21113
Aporte patronal 12,15		1749,60	1925	2119	2331	2565
Fondo de reserva			1320	1453	1599	1759
Décimo tercer sueldo		1200	1320	1453	1599	1759
Décimo Cuarto Sueldo		292	321	354	389	428
Total		20042	23374	25721	28303	31144

**Fuente:** Estudio Financiero

**Cuadro N.- 52**  
**Gasto de Publicidad**

DETALLE	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
TV	1	1	4	52	208	50	10400
RADIO	1	2	8	52	416	1,5	624
DIARIO	1	1	4	52	208	21	4368
PEROFONEO	1	2	8	52	416	15	6240
INTERNET	TODOS LOS DIAS						
VOLANTES	1000	1000	4000	52	208000	0,01	2080

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Autores

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
TV					
CANTIDAD	208	208	208	208	208
PRECIO	50	52	55	57	60
SUB TOTAL	10400	10865	11351	11858	12388
RADIO					
CANTIDAD	416	416	416	416	416
PRECIO	1,5	1,6	1,6	1,7	1,8
SUB TOTAL	624	651,9	681,0	711,5	743,3
PERIODICO					
CANTIDAD	208	208	208	208	208
PRECIO	21	21,9	22,9	23,9	25,0
SUB TOTAL	4368	4563,2	4767,2	4980,3	5202,9
PERIFONEO					
CANTIDAD	416	416	416	416	416
PRECIO	15	15,7	16,4	17,1	17,9
SUB TOTAL	6240	6518,9	6810,3	7114,7	7432,8
INTERNET					
CANTIDAD	0	0	0	0	0
PRECIO	0	0	0	0	0
SUB TOTAL	0	0	0	0	0
VOLANTES					
CANTIDAD	208000	208000	208000	208000	208000
PRECIO	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
SUB TOTAL	2080	2172,98	2270,11	2371,58	2477,59
TOTAL	23712	24772	25879	27036	28245

**Elaborado por:** Autores

## Resumen de Gasto de Ventas

### Cuadro N.- 53

#### Resumen de Gasto de Ventas

detalle	año 2012	2013	2014	2015	2016
gastos de publicidad	23712	24772	25879	27036	28245
Mercadologo	20042	23374	25721	28303	31144
total	43754	48146	51600	55339	59389

Elaborado por: Autores

#### Gasto Financiero

Para el desarrollo de esta microempresa se requiere un financiamiento de 330.000usd que representa el 69.6% de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa de descuento del 10.00%, a un plazo de 5 años con pagos mensuales.

La distribución de la deuda se refleja en la siguiente tabla de amortización.

#### Calculo de la Amortización

Para establecer la cuota fija se aplica la siguiente fórmula financiera.

$$VP = \frac{VF * i * (1+i)^n}{((1+i)^n - 1)}$$

$$VP = 7011,5$$

**Cuadro N.- 54**

**Amortización**

Capital: 330.000

Interés: 10.00% mensual: 0.83%

Tiempo: 5 años meses: 60

Cuota: 7011,5

PER	CUOTA	SALDO INICIAL	INTERESES	CAPITAL	SALDO FINAL	INTERES	CAPITAL
1	\$ 7.011,52	\$ 330.000,00	\$ 2.750,00	\$ 4.261,52	\$ 325.738,48		
2	\$ 7.011,52	\$ 325.738,48	\$ 2.714,49	\$ 4.297,04	\$ 321.441,44		
3	\$ 7.011,52	\$ 321.441,44	\$ 2.678,68	\$ 4.332,85	\$ 317.108,59		
4	\$ 7.011,52	\$ 317.108,59	\$ 2.642,57	\$ 4.368,95	\$ 312.739,64		
5	\$ 7.011,52	\$ 312.739,64	\$ 2.606,16	\$ 4.405,36	\$ 308.334,28		
6	\$ 7.011,52	\$ 308.334,28	\$ 2.569,45	\$ 4.442,07	\$ 303.892,20		
7	\$ 7.011,52	\$ 303.892,20	\$ 2.532,44	\$ 4.479,09	\$ 299.413,12		
8	\$ 7.011,52	\$ 299.413,12	\$ 2.495,11	\$ 4.516,42	\$ 294.896,70		
9	\$ 7.011,52	\$ 294.896,70	\$ 2.457,47	\$ 4.554,05	\$ 290.342,65		
10	\$ 7.011,52	\$ 290.342,65	\$ 2.419,52	\$ 4.592,00	\$ 285.750,64		
11	\$ 7.011,52	\$ 285.750,64	\$ 2.381,26	\$ 4.630,27	\$ 281.120,38		
12	\$ 7.011,52	\$ 281.120,38	\$ 2.342,67	\$ 4.668,85	\$ 276.451,52	\$ 30.589,82	\$ 53.548,48
13	\$ 7.011,52	\$ 276.451,52	\$ 2.303,76	\$ 4.707,76	\$ 271.743,76		
14	\$ 7.011,52	\$ 271.743,76	\$ 2.264,53	\$ 4.746,99	\$ 266.996,76		
15	\$ 7.011,52	\$ 266.996,76	\$ 2.224,97	\$ 4.786,55	\$ 262.210,21		
16	\$ 7.011,52	\$ 262.210,21	\$ 2.185,09	\$ 4.826,44	\$ 257.383,77		
17	\$ 7.011,52	\$ 257.383,77	\$ 2.144,86	\$ 4.866,66	\$ 252.517,11		
18	\$ 7.011,52	\$ 252.517,11	\$ 2.104,31	\$ 4.907,22	\$ 247.609,90		
19	\$ 7.011,52	\$ 247.609,90	\$ 2.063,42	\$ 4.948,11	\$ 242.661,79		
20	\$ 7.011,52	\$ 242.661,79	\$ 2.022,18	\$ 4.989,34	\$ 237.672,45		
21	\$ 7.011,52	\$ 237.672,45	\$ 1.980,60	\$ 5.030,92	\$ 232.641,53		
22	\$ 7.011,52	\$ 232.641,53	\$ 1.938,68	\$ 5.072,85	\$ 227.568,68		
23	\$ 7.011,52	\$ 227.568,68	\$ 1.896,41	\$ 5.115,12	\$ 222.453,56		
24	\$ 7.011,52	\$ 222.453,56	\$ 1.853,78	\$ 5.157,75	\$ 217.295,82	\$ 24.982,59	\$ 59.155,71
25	\$ 7.011,52	\$ 217.295,82	\$ 1.810,80	\$ 5.200,73	\$ 212.095,09		
26	\$ 7.011,52	\$ 212.095,09	\$ 1.767,46	\$ 5.244,07	\$ 206.851,02		
27	\$ 7.011,52	\$ 206.851,02	\$ 1.723,76	\$ 5.287,77	\$ 201.563,26		
28	\$ 7.011,52	\$ 201.563,26	\$ 1.679,69	\$ 5.331,83	\$ 196.231,43		
29	\$ 7.011,52	\$ 196.231,43	\$ 1.635,26	\$ 5.376,26	\$ 190.855,16		
30	\$ 7.011,52	\$ 190.855,16	\$ 1.590,46	\$ 5.421,07	\$ 185.434,10		
31	\$ 7.011,52	\$ 185.434,10	\$ 1.545,28	\$ 5.466,24	\$ 179.967,86		

32	\$ 7.011,52	\$ 179.967,86	\$ 1.499,73	\$ 5.511,79	\$ 174.456,07		
33	\$ 7.011,52	\$ 174.456,07	\$ 1.453,80	\$ 5.557,72	\$ 168.898,34		
34	\$ 7.011,52	\$ 168.898,34	\$ 1.407,49	\$ 5.604,04	\$ 163.294,30		
35	\$ 7.011,52	\$ 163.294,30	\$ 1.360,79	\$ 5.650,74	\$ 157.643,56		
36	\$ 7.011,52	\$ 157.643,56	\$ 1.313,70	\$ 5.697,83	\$ 151.945,74	\$ 18.788,22	\$ 65.350,08
37	\$ 7.011,52	\$ 151.945,74	\$ 1.266,21	\$ 5.745,31	\$ 146.200,42		
38	\$ 7.011,52	\$ 146.200,42	\$ 1.218,34	\$ 5.793,19	\$ 140.407,24		
39	\$ 7.011,52	\$ 140.407,24	\$ 1.170,06	\$ 5.841,46	\$ 134.565,77		
40	\$ 7.011,52	\$ 134.565,77	\$ 1.121,38	\$ 5.890,14	\$ 128.675,63		
41	\$ 7.011,52	\$ 128.675,63	\$ 1.072,30	\$ 5.939,23	\$ 122.736,40		
42	\$ 7.011,52	\$ 122.736,40	\$ 1.022,80	\$ 5.988,72	\$ 116.747,68		
43	\$ 7.011,52	\$ 116.747,68	\$ 972,90	\$ 6.038,63	\$ 110.709,05		
44	\$ 7.011,52	\$ 110.709,05	\$ 922,58	\$ 6.088,95	\$ 104.620,10		
45	\$ 7.011,52	\$ 104.620,10	\$ 871,83	\$ 6.139,69	\$ 98.480,41		
46	\$ 7.011,52	\$ 98.480,41	\$ 820,67	\$ 6.190,85	\$ 92.289,56		
47	\$ 7.011,52	\$ 92.289,56	\$ 769,08	\$ 6.242,45	\$ 86.047,11		
48	\$ 7.011,52	\$ 86.047,11	\$ 717,06	\$ 6.294,47	\$ 79.752,65	\$ 11.945,21	\$ 72.193,09
49	\$ 7.011,52	\$ 79.752,65	\$ 664,61	\$ 6.346,92	\$ 73.405,73		
50	\$ 7.011,52	\$ 73.405,73	\$ 611,71	\$ 6.399,81	\$ 67.005,92		
51	\$ 7.011,52	\$ 67.005,92	\$ 558,38	\$ 6.453,14	\$ 60.552,78		
52	\$ 7.011,52	\$ 60.552,78	\$ 504,61	\$ 6.506,92	\$ 54.045,86		
53	\$ 7.011,52	\$ 54.045,86	\$ 450,38	\$ 6.561,14	\$ 47.484,71		
54	\$ 7.011,52	\$ 47.484,71	\$ 395,71	\$ 6.615,82	\$ 40.868,90		
55	\$ 7.011,52	\$ 40.868,90	\$ 340,57	\$ 6.670,95	\$ 34.197,95		
56	\$ 7.011,52	\$ 34.197,95	\$ 284,98	\$ 6.726,54	\$ 27.471,40		
57	\$ 7.011,52	\$ 27.471,40	\$ 228,93	\$ 6.782,60	\$ 20.688,81		
58	\$ 7.011,52	\$ 20.688,81	\$ 172,41	\$ 6.839,12	\$ 13.849,69		
59	\$ 7.011,52	\$ 13.849,69	\$ 115,41	\$ 6.896,11	\$ 6.953,58		
60	\$ 7.011,52	\$ 6.953,58	\$ 57,95	\$ 6.953,58	\$ 0,00	\$ 4.385,65	\$ 79.752,65
			\$ 90.691,49	\$ 330.000,00			

Elaborado por: Autores

**Cuadro N.- 55**  
**Gastos Financieros**

DEATALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERES	\$ 30.589,82	\$ 24.982,59	\$ 18.788,22	\$ 11.945,21	\$ 4.385,65
<b>INTERES TOTAL</b>	\$ 30.589,82	\$ 24.982,59	\$ 18.788,22	\$ 11.945,21	\$ 4.385,65

Elaborado por: Autores

Los gastos financieros son los intereses que serán cancelados en forma mensual tal como constan en la tabla de amortización calculada.

## Depreciación

Para el cálculo de las depreciaciones se hizo de acuerdo a lo establecido por la ley.

**Cuadro N.- 56**  
**Depreciación**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>Vida Util</b>	<b>V. Original</b>	<b>Calculo</b>	<b>Cuota de Depreciación</b>
Terreno		87150		
Construcciones	20	275000		13750
juegos recreacionales	10	34400		3440
equipos de computo	3	7509		2503
Equipo de oficina	10	3925		392,5
equipo y tecnología	3	43861		14620,33
<b>Total</b>				<b>34706</b>

Elaborado por: Autores

## Estados Financieros

Para esta unidad productiva se prevé cinco años como horizonte del proyecto y del análisis técnico y de los cálculos realizados tanto de ingresos, costos y gastos se obtiene el Balance General de arranque y el Estado de Resultados proyectado.

Como punto de partida de los datos obtenidos en estos estados financieros se obtiene el flujo de caja proyectado y los respectivos indicadores de rentabilidad.

## Balance General

**Cuadro N.-57**  
**BALANCE GENERAL**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	23202	<b>DEUDAS POR PAGAR</b>	330000
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	451845	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	4000	<b>INVERSION PROPIA</b>	149047
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	479047	<b>TOTAL PAS. + PATR.</b>	479047

Elaborado por: Autores

## Estado de Resultados

**Cuadro N.- 58**  
**Estado Resultados Proyectados**

<b>INGRESOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	INGRESOS PROYECTADOS	486598	532147	581263	634204	691246
( - )	COSTOS PROYECTADOS	168019	195287	214622	235839	259124
( = )	<b>UTILIDAD BRUTA PROYEC.</b>	<b>318579</b>	<b>336860</b>	<b>366641</b>	<b>398364</b>	<b>432122</b>
<b>GASTOS</b>						
	GASTOS ADM.	33652	40841	44900	49363	54273
	GASTOS DE VENTAS	43754	48146	51600	55339	59389
	FINANCIEROS	30590	24983	18788	11945	4386
	DEPRECIACION	34706	34706	34706	34706	34706
	IMPREVISTOS 5% DE VEN.	24329,9	26607	29063	31710	34562
( - )	<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>167031</b>	<b>175283</b>	<b>179057</b>	<b>183063</b>	<b>187316</b>
( = )	<b>UTILIDAD OPE.</b>	<b>151548</b>	<b>161576</b>	<b>187584</b>	<b>215301</b>	<b>244806</b>
	15% PT	22732,2	24236,47	28137,6	32295,1	36720,9
	UTIL. PROYEC. ANT. IMP.	128816	137340	159446	183006	208085
	IMP. RENTA 23%	29627,6	30215	35078	40261	45779
( = )	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>99188</b>	<b>107125</b>	<b>124368</b>	<b>142745</b>	<b>162307</b>

Elaborado por: Autores

## Flujo de Caja Proyectado

**Cuadro N.- 59**  
**Flujo de Caja Proyectado**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

	DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	<b>INVERSION</b>	479047					
	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		151548	161576	187584	215301	244806
( + )	<b>DEPRECIACION</b>		34706	34706	34706	34706	34706
( - )	<b>INVE. REPOCICION</b>					7509	
	<b>15% PT</b>		22732	24236	28138	32295	36721
	<b>23% IMP. RENTA</b>		29628	30215	35078	40261	45779
( + )	<b>VENTA DE ACTIVOS</b>						4386,10
( = )	<b>FLUJO NETO</b>		133894	141831	159074	169941	201398

Elaborado por: Autores

## Evaluación Financiera

Es la parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto, se sabrá del mercado potencial atractivo, además permitirá decidir sobre el proyecto.

### Costo de Capital

La tasa de descuento para un proyecto de inversión se denomina Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad (TMAR). Con esta tasa se actualizan los flujos efectivos generados a futuro, es decir se los trae a valor presente. El siguiente cuadro muestra el cálculo del CPPC (costo promedio ponderado del capital).

**Cuadro N.- 60**  
**Costo del Capital**

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
<b>Inversión Propia</b>	149047	31,11%	3,111%	0,009680333
<b>Inversión Financiada</b>	330000	68,89%	10%	0,068886767
<b>Total de la Inversión</b>	479047	100,00%		0,0785671

Elaborado por: Autores

El costo del capital del proyecto es igual a 7.86% aproximadamente.

$$TMAR = (1 + CK)(1 + RP) - 1$$

**De donde:**

CK = Costo de capital = 7.86%

RP = Inflación = 4.47%

$$TMAR = (1+0.0788)(1+0.0447)-1$$

TMAR	(1,078634351)	(1,0447)	-1
TMAR	(1,126849307)		-1
TMAR	0,126849307		
TMAR	12,68%		

### Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN utilizaremos la siguiente formula:

$$VAN \frac{AÑO 1}{(1+r)^1} + \frac{AÑO 2}{(1+r)^2} + \frac{AÑO 3}{(1+r)^3} + \frac{AÑO 4}{(1+r)^4} + \frac{AÑO 5}{(1+r)^5} - INV.$$

Mediante el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y poder evaluar la inversión de capital utilizado en éste periodo, descontados a la tasa de redescuento del 12,68%.

**Cuadro N.- 61**  
**Calculo de VAN**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (12,68%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	479047		
1	133894	1,126779049	118829
2	141831	1,269631025	111710
3	159074	1,430593639	111194
4	169941	1,61196294	105425
5	201398	1,816326068	110882
<b>VAN</b>			558041
VAN TASA INFERIOR			78994

Elaborado por: Autores

$$VAN = \sum FNA - INV$$

$$\begin{aligned} VAN &= 558041 - 479047 \\ VAN &= 78994 \end{aligned}$$

El Valor Actual Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto si es factible de llevarlo a cabo. Al invertir 479047 USD en 5 años se está obteniendo 78994 USD más que la inversión realizada.

### Tasa interna de retorno (TIR)

Para el cálculo de la TIR se procede a calcular el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

**Cuadro N.- 62**  
**VAN con Tasa Inferior**

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (12,68%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	479047		
1	133894	1,126779049	118829
2	141831	1,269631025	111710
3	159074	1,430593639	111194
4	169941	1,61196294	105425
5	201398	1,816326068	110882
<b>VAN</b>			558041
VAN TASA INFERIOR			78994

Elaborado por: Autores

**Cuadro N.- 63**  
**VAN con Tasa Superior**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>TASA DE REDESCUENTO (23%)</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
<b>0</b>	479047		
<b>1</b>	133894	1,19	112516
<b>2</b>	141831	1,4161	100156
<b>3</b>	159074	1,685159	94397
<b>4</b>	169941	2,00533921	84744
<b>5</b>	201398	2,38635366	84396
<b>VAN</b>			476209
VAN CON TASA SUPERIOR			-2838

Elaborado por: Autores

VAN = 476209 479047  
 VAN = -2838

**Datos para aplicar la fórmula de interpolación:**

TASA INFERIOR	12,68%
TASA SUPERIOR	19,00%
VAN INFERIOR	78994
VAN SUPERIOR	-2838

Remplazando:

$$TIR = TI + (TS - TI) \cdot \frac{VAN I}{(VAN I - VAN S)}$$

$$TIR = 0,126779049 + (0,19 - 0,126779049) \cdot \frac{78994}{78994 - (-2838)}$$

$$TIR = 0,126779049 + (0,063220951) \cdot \frac{78994}{81832}$$

$$TIR = 0,126779049 + (0,063220951) \cdot (0,965323961)$$

$$TIR = 0,126779049 + (0,061028699)$$

$$TIR = 0,187807748$$

El TIR calculada es del 18,78 % y es mayor a la tasa del costo de Oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

### Relación Beneficio – Costo

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos determinándose, por cada dólar invertido recupero 1,44USD.

$$BENEFICIO - COSTO = \frac{\sum FNE \text{ ACTUALIZADO}}{INVERSION}$$

$$BENEFICIO-COSTO = \frac{558041}{479047,0155}$$

$$BENEFICIO-COSTO = 1,164898662$$

### Beneficio-Costo =1.16

El Beneficio-Costo es mayor que uno. Entonces el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido se recupera 1,16 USD, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit 0,16 centavos de dólar.

### Relación Ingreso Egreso

**Cuadro N.- 64**

#### Ingreso y Egresos Actualizados

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO (12,68%)	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	486598	335050	1,126779049	431848,39	297351,75
2	532147	370570	1,269631025	419134,83	291872,28
3	581263	393679	1,430593639	406308,70	275185,58
4	634204	418903	1,61196294	393435,77	259871,29
5	691246	446440	1,816326068	380573,81	245792,82
<b>INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS</b>				<b>2031301,49</b>	<b>1370073,72</b>

Elaborado por: Autores

$$\text{INGRESO} - \text{EGRESO} = \frac{\sum \text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\sum \text{EGRESO ACTUALIZADO}}$$

$$\text{INGRESO-EGRESO} = \frac{2031301,49}{1370073,72}$$

$$\text{INGRESO-EGRESO} = 1,482622037$$

La relación Ingresos y Egresos es de 1.48; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos hay un ingreso de \$0,48 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit 0,48 centavos de dólar respecto al gasto.

### Punto de Equilibrio

**Cuadro N.- 65**  
**Punto de Equilibrio**

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS VENTAS	486598	532147	581263	634204	691246
<b>COSTOS FIJOS</b>					
GASTOS ADM.	33652	40841	44900	49363	54273
GASTOS DE VENTAS	43754	48146	51600	55339	59389
DEPRECIACION	34706	34706	34706	34706	34706
GASTOS FINANCIEROS	30590	24983	18788	11945	4386
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>142701</b>	<b>148676</b>	<b>149994</b>	<b>151353</b>	<b>152753</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
MOD	113232	133018	146372	161067	177237
MOI	29500	34662	38142	41972	46185
CIF	957	1000	1044	1091	1140
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>143689</b>	<b>168680</b>	<b>185558</b>	<b>204129</b>	<b>224562</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES</b>	<b>202497</b>	<b>217674</b>	<b>220331</b>	<b>223191</b>	<b>226256</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES</b>					
PELICULAS NORMLES	53999	55563	53835	52200	50653
PELICULAS 3D	42631	43865	42501	41211	39989

Elaborado por: Autores

**FORMULA PE AÑO 2012:**

$$PE\ USD = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CFT}{V}\right)}$$

$$PE\ USD = \frac{142701}{1 - \left(\frac{143689}{486598}\right)}$$

$$PE\ USD = \frac{142701}{1 - 0,29529259}$$

$$PE\ USD = \frac{142701}{0,70470741}$$

$$PE\ USD = 202497,1624$$

**PE USD = 202497 dólares**

**Películas normales:**

$$PEU = \frac{PE\ USD}{PRECIO\ DE\ VENTA}$$

$$PEU = \frac{202497,1624}{3,75}$$

$$PEU = 53999,24331$$

**PEU = 53999 unidades**

**Películas 3D:**

$$\text{PEU} = \frac{202497,1624}{3,75}$$

$$\begin{aligned} \text{PEU} &= 53999,24331 \\ \text{PEU} &= \frac{202497,1624}{4,75} \end{aligned}$$

$$\text{PEU} = 42630,98156$$

**PEU = 42630 unidades**

**Periodo de Recuperación de la Inversión**

**Cuadro N.- 66  
Recuperación de la Inversión**

AÑOS	FLUJOS PROYECTADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	479047	
1	133894	133894
2	141831	275725
3	159074	434799
4	169941	604740
5	201398	

Elaborado por: Autores

**Regla de tres:**

604740	4 año
479047	inversión

$$\text{PRI} = \frac{604740}{479047} \quad 4$$

$$\text{PRI} = 3,168612719$$

La inversión inicial que se realizará en el multicine shopping y juegos recreacionales, se recuperará a los tres años dos meses y un día, es decir que el negocio es rentable.



## CAPITULO VII

### Impactos

El presente capítulo constituye un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. De las variadas metodologías existentes para realizar análisis de impactos, se ha escogido la que más se adapta en contexto de la presente investigación, además tiene la ventaja de que operativamente es de fácil desarrollo y fundamentalmente es efectiva, real y de fácil interpretación.

A continuación se detalla el procedimiento que se ha seguido para realizar los impactos que el proyecto generará.

Se ha determinado una serie de áreas, para en cada una de ellas aplicar la siguiente mecánica operativa sobre las bases de matrices:

En primer lugar se ha creído conveniente establecer un rango de nivel de impacto, que impacto va desde menos 3 hasta 3 positivo con la valoración de la siguiente tabla.

#### Cuadro N.- 67

Tabla de Valoración de Impactos

-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autores

En segundo lugar se coloca en cada matriz los rangos de cada impacto en forma horizontal mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de las áreas seleccionadas.

A continuación se asigna un nivel de impacto a cada uno de los indicadores sobre la base de la tabla del literal a.

Se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente, para lo cual se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis de indicador por indicador, en el cual se argumente o se explique las razones por la que se asignó determinado nivel de impacto de cada indicador.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz general de impactos que utilizando los ítems mencionados anteriormente, permiten establecer el impacto global del proyecto lógicamente en la primera columna se sustituye los indicadores de la áreas o ámbitos.

### Impacto Social

**Cuadro N.- 68**

Impacto Social							
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de Trabajo							x
Contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad						x	
Total						2	3

Elaborado por: Autores

E= 5

E

**Impacto Social =** -----  
Indicadores

**Impacto social=** 5/2= 2.5

**3= Impacto alto positivo**

## Fuentes de Trabajo

El beneficio social más importante encontrado en la elaboración del proyecto es principalmente la generación de fuentes de trabajo con lo que muchas familias de la zona serían beneficiadas, con lo cual disminuiría los índices delincuenciales y otros problemas sociales.

## Contribuir al Desarrollo Socio Económico de la ciudad de Ibarra

Es de gran ayuda ya que alienta a otros microempresarios a invertir, a mejorar su negocio, a trabajar mejor para enfrentar a la competencia con productos y servicios de calidad, que obligue a la gente a apreciar lo nuestro y para que en el futuro exista una mejor calidad de vida para todos quienes viven en esta ciudad.

## Impacto Financiero

### Cuadro N.- 69

Impacto Económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad del Proyecto							x
Costo de Producción						x	
Ingreso de Empresa						x	
Total						4	3

Elaborado por: Autores

E=7

$$\text{Impacto Financiero} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Financiero} = 7/3 = 2,33$$

2 = Impacto Medio Positivo

### Rentabilidad del Proyecto

Es una idea rentable a un corto plazo no muy difícil de emprenderlo; el estudio de mercado demuestra que si existe una demanda insatisfecha por lo que el servicio tendrá una aceptación favorable y por ende convirtiéndose en un proyecto rentable.

### Costo de Producción

Como se apreció en los anteriores estudios económicos-financieros se puede establecer que en el proyecto sus costos de producción no son muy altos, con respecto a sus ingresos.

### Ingresos de Empresa

El proyecto tocará la empresa privada, ya que se necesitará de los medios de comunicación, de las empresas de publicidad que elaborarán las estrategias de marketing para así dar a conocer el servicio a la ciudadanía.

### Impacto Educativo Empresarial

**Cuadro N.- 70**

Impacto Educativo y Empresarial							
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de Conocimientos						x	
Estrategias Innovadoras							x
Total						2	3

Elaborado por: Autores

E=5

$$\text{Impacto Educativo y Empresarial} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Educativo y Empresarial} = \frac{5}{2} = 2,50 \quad 3 \quad \text{Impacto Alto Positivo}$$

## Generación de conocimientos

El tener un negocio implica que como empresarios se tenga la necesidad de capacitarnos para administrar adecuadamente los fondos financieros que se ha adquirido, esto se lo logra a partir de acciones de capacitación que son fundamentales ya que permitirán a los emprendedores a conseguir los objetivos propuestos.

## Estrategias Innovadoras

El proyecto ofrece ideas innovadoras para el sector empresarial de la ciudad puesto que hasta el momento no existe un lugar similar a este por tal motivo se va a tomar los factores importantes que no son considerados por las demás microempresas como fuente principal para la captación de mayores clientes, como es la publicidad y la calidad que va a tener el servicio.

## Impacto Ambiental

**Cuadro N.- 71**

Impacto Ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Conservación del Medio Ambiente							x
Aprovechamiento de Recursos							x
Total							6

Elaborado por: Autores

**E= 6**

E

**Impacto Ambiental =**  $\frac{E}{\text{Indicadores}}$

**Impacto Ambiental =**  $\frac{6}{2} = 3$       **Impacto Alto Positivo**

## Conservación del Medio Ambiente

Constituir una empresa en la cual se respete las ordenanzas municipales y en sí el ambiente que nos rodea.

## Aprovechamiento de Recursos

La microempresa no generará desperdicios tóxicos, con esto se busca la preservación del ambiente en que vivimos.

### Impacto General del Proyecto

**Cuadro N.- 72**

Impacto General del Proyecto

Impacto General	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social							x
Impacto Económico						x	
Impacto Educativo-Empresarial							x
Impacto Ambiental							x
Total						2	9

Elaborado por: Autores

$$E = 11$$

E

$$\text{Impacto General} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

Indicadores

$$\text{Impacto General} = 11/4 = 2,75$$

3

**Impacto Alto Positivo**

### Análisis:

El Impacto en General es alto positivo, lo cual genera muy buenas expectativas de la implantación de este proyecto, ya que, no solo la empresa va a ser beneficiada, sino también, la comunidad en general de la ciudad de Ibarra, de la provincia y del norte del país.

## CONCLUSIONES

En el Diagnostico Situacional que se realizó se pudo observar que la ciudad de Ibarra reúne todos los aspectos necesarios para poner en marcha el proyecto de multicines shopping y juegos recreacionales.

En el desarrollo del Marco Teórico se pudo conocer la conceptualización de términos elementales que permitieron mayor comprensión y facilidad para interpretar aspectos importantes que fueron apareciendo en el transcurso de cada capítulo.

En cuanto lo que tiene que ver con el Estudio de Mercado permitió identificar un mercado potencial insatisfecho, ya que hasta el momento no existe un sitio similar a este en la ciudad.

A través del estudio técnico se pudo determinar los requerimientos como infraestructura en edificaciones, oficinas administrativas, y complementos de ingeniería civil que el proyecto requiere de acuerdo a los servicios que éste ofrece, a más de equipos y tecnología requeridos para la operación del proyecto.

En el Estudio Organizacional se pudo establecer el tipo de empresa al que pertenecerá el multicine shopping y juegos recreacionales, de igual manera se estableció la visión, misión y valores con los que se manejará y la organización en sí, así como las funciones de cada área.

En lo que tiene que ver al Estudio Financiero permitió determinar la viabilidad que tiene el proyecto en la ciudad, a través del análisis de los criterios de evaluación utilizados.

Por último en el estudio de impactos se logró determinar los efectos positivos y negativos que surgirán al implantar la empresa. Se puede determinar que en general la puesta en marcha del proyecto es alto positivo lo cual genera buenas expectativas para el desarrollo de la ciudad.

## RECOMENDACIONES

Sería bueno que exista más participación de la ciudadanía y más apoyo por parte de los gobiernos descentralizados esto permitirá generar nuevas ideas que sirvan como aporte para el desarrollo de la ciudad.

Es importante que en la biblioteca universitaria se actualicen los libros esto permitirá obtener información nueva acorde con los requerimientos que actualmente necesita la comunidad universitaria y ciudadanía en general para el desarrollo de investigaciones teóricas.

La empresa, deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de marketing, utilizando estrategias de comercialización en los aspectos de: promoción, servicio, plaza y precios. Una buena estrategia será utilizar publicidad y promoción basada en resultados, es decir de las buenas experiencias de los clientes, del excelente servicio de la empresa. Esta estrategia ayuda a publicitar a la empresa de manera gratuita y sin costos financieros adicionales.

Se recomienda que la estrategia de diferenciación, se base en generar servicios de alta calidad a través de los procedimientos descritos en el estudio técnico. Esta recomendación se la plantea porque ésta es una de las formas más eficientes de posicionarse en el mercado a través de una clara identificación de la empresa ante la competencia.

Se recomienda controlar los procesos de organización y administración de la empresa mediante la aplicación de un modelo de gestión administrativo, ya que así se traduce el direccionamiento estratégico del modelo de forma eficiente y eficaz.

Se deberá aprovechar la oportunidad de implementar la nueva empresa ya que los estados financieros reflejaron un adecuado nivel de rentabilidad.

Se recomienda realizar estudios más profundos sobre impactos ambientales continuamente los mismos que deberán estar acompañados de soluciones en el corto, mediano y largo plazo con el fin de preservar nuestro entorno.

**Apellidos, A. A. (Año). Título. Lugar: Editorial.**

### **Bibliografía**

Baca Urbina, Gabriel. (2006). Evaluación de proyectos. México DF. Editorial McGrawHill.

Bernad, J., & Hargadon, JR. (2007). Contabilidad de Costos, Bogotá – Colombia. Grupo Editorial Norma Quinta Edición,

Bravo Valdivieso, Mercedes, & Ubidia Tapia, Carmita. (2007). Contabilidad de Costos. Quito. Editora Nuevodia.

Chiliquinga, Manuel (2007); “Costos por Ordenes de Producción”. Ecuador. Primera Edición,

D’ Alessio I. Fernando. (2008) El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia. México. Primera Edición Pearson Educación

Fracés, Antonio. (2006) Estrategias y Planes para la Empresa. México. Primera Edición, Pearson Educación,

Guía para elaborar la estructura de la empresa, (2010)

Charles W Hill & Gareth R Jon, (2005) Administración Estratégica un Enfoque Integrado México. Sexta Edición Mac Graw Hill

Jácome V. Walter. (2005) Bases Teóricas Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. Ibarra. Editorial Universitaria.

Ley de compañías

Lledo, Pablo. (2007) Gestión de Proyectos. Buenos Aires. Person Educación

Chiliquinga ; Manuel. (2007) MANUAL DE CONTABILIDAD Y COSTOS. Ibarra Ecuador Primera Edición

Padilla, Marcial. (2009) Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá. ECOE Ediciones.

Porter, Hitt, & Black, Michael. (2009) Administración. México, Editorial Pearson. Novena Edición.

Philip Kotler, Gary. (1998), Dirección de Mercadotecnia. México. Primera Edición.

Sarmiento, Rubén (2005), CONTABILIDAD GENERAL. , Quito- Ecuador. Editorial Voluntad Novena edición

Torres, Zacarías. (2007), Teoría General de la Administración. , México Primera Edición: GRUPO EDITORIAL PATRIA

Villalobos, José Luis. (2009) Matemática Financiera. Mexico. Tercera Edición. Person Educación

Vidauri, Héctor Manuel. (2008) Matemática Financiera. México. Cuarta Edición, Cengage Learning

Zapata, Pedro. (2008) Contabilidad General. . Colombia Sexta Edición. Editorial Mc Graw- Hill

### **Lincografía**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Cine de Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Cine_de_Ecuador)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Centro comercial](http://es.wikipedia.org/wiki/Centro_comercial)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Parque Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Parque_Ecuador)

<http://www.elnorte.ec/inicio/economia/1225-400-359-habitantes-estan-en-imbabura.html>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra \(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))

BAZIN, André. *¿Qué es el cine?*. Madrid, Rialp, 2001.

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

[http://es.wikipedia.org/wiki/Cine digital](http://es.wikipedia.org/wiki/Cine_digital)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Cine independiente](http://es.wikipedia.org/wiki/Cine_independiente)

<http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Film>

[http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es](http://www.inec.gob.ec/cpv/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=49&lang=es)

<http://www.slideshare.net/courseconomia/proyectos-inversion>MONTAÑO, José; (2007),

Vaquiroy, José; (2010), Monografías.com.

Thompson, Iván; (2010), Monografías.com

<http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

<http://www.cinesdigitales.com/faq.html>

<http://www.viasatelital.com/mapas/ecuador-ibarra.htm>

<http://3dcinema.wordpress.com/tag/christie/>

***ANEXOS***

## Anexo 1

### Segmento de mercado, edades consideradas para el proyecto 10-60

#### Cuadro de edades

edad	sexo		total
	hombre	mujer	
10	1412	1283	2695
11	1295	1200	2495
12	1316	1240	2556
13	1327	1350	2677
14	1267	1327	2594
15	1336	1221	2557
16	1274	1194	2468
17	1262	1310	2572
18	1230	1270	2500
19	1173	1269	2442
20	1135	1223	2358
21	1094	1190	2284
22	1215	1265	2480
23	1196	1262	2458
24	1061	1212	2273
25	1050	1236	2286
26	1037	1189	2226
27	1071	1174	2245
28	1019	1129	2148
29	1066	1162	2228
30	990	1120	2110
31	856	1049	1905
32	946	1028	1974
33	857	1048	1905
34	903	1010	1913
35	864	958	1822
36	808	1046	1854
37	840	980	1820
38	818	983	1801
39	829	1037	1866
40	790	985	1775
41	756	920	1676
42	798	907	1705
43	775	821	1596
44	722	823	1545
45	714	888	1602
46	692	889	1581
47	660	803	1463
48	664	781	1445
49	658	755	1413
50	652	670	1322
51	524	613	1137

52	493	583	1076
53	540	590	1130
54	476	535	1011
55	453	557	1010
56	465	572	1037
57	451	510	961
58	411	466	877
59	378	490	868
60	435	468	903
Total			94645

**Anexo N.-2**

**LA CASA DEL MUSICO**

**PROFORMA**

Micrófonos Inalámbricos

MICROFONO INALÁMBRICO JTS SOLAPA



precio US\$ 124.90  
En Stock

MICROFONO INALAMBRICO LEXSEN UHF, 3 EN 1 SOLAPA, CINTILLO, MANO



consulte precio  
No Disponible

MICROFONO SEKAKU DOBLE ANTENA XLR



precio US\$ 120.00  
En Stock

TRANSMISORES MOTOROLA



Motorola Talkabout - Radio bidireccional...  
A partir de US\$69.95



Motorola RDU2080D RDX Two-Way Radio  
A partir de US\$239.00



Motorola GHZ Radio  
A partir de US\$97.00

**La Casa Del Músico. Instrumentos Musicales, Repuestos, Audio  
Profesional y Accesorios**

**Quito C.C. Caracol Local # 768 - FonoFax: (72) 24 13 99**

**2012 © Derechos Reservados**

Anexo N.-3



Innovamos para transformar tu vida

PROFORMA DE ARTICULOS



LCD SONY KDL-46BX455

Precio US\$ 1399.99



PLASMA USB HDMI LG 50PA4500 XGA

Precio US\$ 1187.00



LG LCD 42CS460 FHD USB/2 HDMI

Precio US\$ 1008.00



LED SMART 42" FULL HD

Precio US\$ 1000.00

Av. Pérez Guerrero 13-25 y Bolívar. [www.tventas.com](http://www.tventas.com)

Anexo N.-4

MUNDO MUSICAL

Proforma

Detalle	Modelo	Valor
Pantallas	CINE	500.00
Proyectores	MITSUBISHI –EW330U	2300.00
	MITSUBISHI –XD560U	1500.00
	CHRICTIE DUO	2000.00
GAFAS 3D	GAFAS/ LENTES 3D DE ACRILICO MOLDEADO	9.99
	GAFAS/ LENTES VERDE MAGENTA	7.00
COMPUTADORES	XPS ULTRA 15 BOOK	1068.23
	COMPUTADOR HP G6	600.00
	SAMSUNG CORE 500gb	1002.00
CONSOLAS	CONSOLA PIONNER	900.00
	CONSOLA DE ESTUDIO KORG D32XD	2500.00
	AMPLIFICACIONES ITALI AUDIO	260.00

**Anexo 5. UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACION DE LA CIUDAD DE IBARRA**

**OBJETIVO**

Identificar las preferencias sobre la utilización del servicio del multicine.

EDAD  SEXO M  F

**1.- ¿Ha visitado usted algún multicine?**

SI ( ) NO ( )

**2.- ¿Le gustaría que existiera un multicine en la ciudad?**

SI ( ) NO ( )

**3.- ¿Estaría de acuerdo que un multicine se encuentre ubicado en el antiguo aeropuerto?**

SI ( ) NO ( )

**4.- ¿Le gustaría que en un mismo lugar este ubicado un multicine y juegos recreacionales?**

SI ( ) NO ( )

**5.- ¿Qué tipo de películas le gustaría que se proyecte en este multicines?**

Comedia ( ) Terror ( ) Acción ( ) Drama ( ) Documentales ( ) Suspenso ( )

Otros.....

**6.- ¿Qué medios de comunicación prefiere para informase del servicio?**

TV ( ) Radio ( ) Diario ( ) Propaganda ( ) internet ( ) volantes ( )

**7.- ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por la proyección de películas?**

**3D:** 5.5 ( ) 6 ( ) 6.5 ( )

**NORMALES:** 4.5 ( ) 5 ( ) 5.4 ( )

**8.- ¿Estaría usted dispuesto a hacer uso de las instalaciones y por ende de los servicios que se brindara?**

SI ( ) NO ( ) Porque.....

**9.- ¿Con qué frecuencia visitaría usted estos lugares?**

Una vez a la semana ( ) Una vez al mes ( ) Una vez al año ( ) Nunca ( )

**Anexo 6. UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES O PROPIETARIOS DE MULTICINES**

**Objetivo:** Identificar la oferta y demanda de los multicines para establecer la calidad de servicios que se brindara al cliente.

NOMBRE: \_\_\_\_\_

CARGO: \_\_\_\_\_

COMPLEJO: \_\_\_\_\_

**¿Cuáles son las películas que tienen mayor preferencia?**

.....  
.....  
.....

**¿En base a qué factores usted fija el precio de las entradas?**

.....  
.....  
.....

**¿De qué manera usted promociona sus servicios?**

.....  
.....  
.....

**¿Cuál es el precio que se cobra por proyección de las películas?**

.....  
.....  
.....

**¿Qué aspectos considera usted que tiene MULTINICES S.A. que le hace diferente de su competencia?**

Anexo 7

Ibarra, 09 de abril de 2012

Sr. INGENIERO

De nuestras consideraciones.

Nosotros Sr. Marino Raúl Guerra Hidalgo con C.I. 020158231-9 y Sr. Jairo Andrés Almache Flores con C.I. 100276720-8. Egresados de la Universidad Técnica del Norte Ibarra. Solicitamos de la manera más comedida, se nos autorice realizar una entrevista en uno de sus complejos en el cual usted crea conveniente realizarla. La cual nos servirá para la realización de nuestro trabajo de grado previo a la obtención de nuestro título.

Desde ya anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente

.....  
Sr. Marino Guerra  
C.I. 020158231-9

.....  
Sr. Jairo Almache  
C.I. 100276720-8

## Anexo 8

Ibarra, 09 de abril de 2012

Sr. OPERATIVO

De nuestras consideraciones.

Nosotros Sr. Marino Raúl Guerra Hidalgo con C.I. 020158231-9 y Sr. Jairo Andrés Almache Flores con C.I. 100276720-8. Egresados de la Universidad Técnica del Norte Ibarra. Solicitamos de la manera más comedida, se nos autorice realizar una entrevista en uno de sus complejos en el cual usted crea conveniente realizarla. La cual nos servirá para la realización de nuestro trabajo de grado previo a la obtención de nuestro título.

Desde ya anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente

.....  
Sr. Marino Guerra  
C.I. 020158231-9

.....  
Sr. Jairo Almache  
C.I. 100276720-8

Anexo 9

Ibarra, 09 de abril de 2012

Andrea Aguilar

JEFE DE RECURSOS HUMANOS

De nuestras consideraciones.

Nosotros Sr. Marino Raúl Guerra Hidalgo con C.I. 020158231-9 y Sr. Jairo Andrés Almache Flores con C.I. 100276720-8. Egresados de la Universidad Técnica del Norte Ibarra. Solicitamos de la manera más comedida, se nos autorice realizar una entrevista en uno de sus complejos en el cual usted crea conveniente realizarla. La cual nos servirá para la realización de nuestro trabajo de grado previo a la obtención de nuestro título.

Desde ya anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente

.....  
Sr. Marino Guerra  
C.I. 020158231-9

.....  
Sr. Jairo Almache  
C.I. 100276720-8

