



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE
GOBIERNOS SECCIONALES**

TRABAJO DE GRADO

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE FORMACIÓN EN ARTES PLÁSTICAS Y MÚSICA,
DIRIGIDO A NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE SAN
GABRIEL, CANTÓN MONTUFAR, PROVINCIA DEL CARCHI**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**

Autor: Revelo C. Aldemar Fernando

Director: Ing. Rosales Francisco

Ibarra, Marzo 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha nacido como respuesta a la necesidad de que las niñas, niños y jóvenes no malgasten su tiempo frente al televisor, sino que lo ocupen en actividades productivas que los ayuden a desarrollar su creatividad y habilidad artística.

Los talleres de artes plásticas, música, teatro y danza que se van a dictar son cursos donde se enseñaran algunas de las técnicas que se utilizan en las diferentes áreas, los mismos que se brindarán durante el periodo lectivo y vacacional, con clases regulares e intensivas.

Con la finalidad de conocer la opinión de los consumidores se realizó una investigación de mercado a los padres de familia de la ciudad de San Gabriel y de las parroquias rurales del cantón Montúfar y el resultado más interesante fue que los padres de familia decían que sus hijos nunca habían tomado un curso de este tipo, mostrando su aceptación a que reciban este tipo de talleres.

A fin de ganar participación en el mercado se seleccionó una estrategia orientada al usuario, destacando los beneficios que las niñas, niños y jóvenes van a tener con la práctica regular de este tipo de talleres. También se desarrolló un plan de promoción y publicidad para el primer año de funcionamiento del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música que ayuden a dar a conocer al establecimiento.

El análisis financiero contempla la inversión inicial, la proyección de ingresos y egresos, el flujo financiero, el análisis de sensibilidad y la recuperación de la inversión, los resultados demuestran que el proyecto es viable.

EXECUTIVE SUMMARY

The present project has been born like answer to the need that the girls, children and young people do not waste its time opposite to the TV set, but they occupy it in productive activities that help them to develop its creativity and artistic skill.

The workshops of plastic arts, music, theater and dance that go to dictate are courses where there will be taught some of the skills that are used in the different areas, the same ones that will be offered during the school and holiday period, with regular and intensive classes.

For the purpose of knowing the opinion of the consumers a market research was realized to the family parents of the city of San Gabriel and of the rural parishes of the canton Montúfar and the most interesting result was that the family parents were saying that its children had never taken a course of this type, showing its acceptance to that receive this type of workshops.

In order to gain market share a strategy faced to the user was selected, emphasizing the benefits that the girls, children and young people are going to have with the regular practice of this type of workshops. Also there developed a plan of promotion and publicity for the first year of functioning of the Center of Formation in Plastic Arts and Music that they help to announce to the establishment.

The financial analysis contemplates the initial investment, the projection of income and departures, the financial flow, the analysis of sensibility and the recovery of the investment, the results demonstrate that the project is viable.

AUTORÍA

Yo, Aldemar Fernando Revelo Cabrera, portador de la cédula de ciudadanía número 040091653-2, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría; **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE FORMACIÓN EN ARTES PLÁSTICAS Y MÚSICA, DIRIGIDO A NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"** y que los resultados de la investigación son de mi exclusiva responsabilidad, además no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Aldemar Fernando Revelo Cabrera

C.C. 040091653-2

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Aldemar Fernando Revelo Cabrera para optar por el Título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos Seccionales, cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE FORMACIÓN EN ARTES PLÁSTICAS Y MÚSICA, DIRIGIDO A NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**.

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

En la Ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de Marzo del 2015



Ing. Francisco Rosales

DIRECTOR TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Aldemar Fernando Revelo Cabrera, con cedula de ciudadanía N°. 040091653-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5 y 6 en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE FORMACIÓN EN ARTES PLÁSTICAS Y MÚSICA, DIRIGIDO A NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL CANTÓN MONTUFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Aldemar Fernando Revelo Cabrera

C.C. 040091653-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó 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 dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	➤	040091653-2	
APELLIDOS Y NOMBRES:	➤	REVELO CABRERA ALDEMAR FERNANDO	
DIRECCIÓN:	➤	SAN GABRIEL, CALLE EL ARRAYAN Y CALLE JAIME ROLDÓS, ESQUINA	
EMAIL:	➤	alfer166@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	➤	TELÉFONO MÓVIL	➤ 0984918017
DATOS DE LA OBRA			

TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE FORMACIÓN EN ARTES PLÁSTICAS Y MÚSICA, DIRIGIDO A NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”.
AUTOR	➤ REVELO CABRERA ALDEMAR FERNANDO
FECHA:	2015 - 03 - 16
SOLO TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO AL QUE OPTA:	INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES
ASESOR/DIRECTOR	ING. FRANCISCO ROSALES

2. AUTORIZACIÓN DE USO DE LA UNIVERSIDAD


Yo, Aldemar Fernando Revelo Cabrera, portador de la cedula de ciudadanía N°. 040091653-2, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra 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.

3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violentar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de Marzo del 2015.

EL AUTOR

(Firma).....
Nombre: Aldemar Revelo Cabrera
C.I. 040091653-2

ACEPTACIÓN

(Firma).....
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFA DE BIBLIOTECA

Facultado por Resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Ligia.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Vicente.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha inculcado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mi hermana Zulma.

Por ser ejemplo de una hermana mayor y de quien aprendí aciertos y momentos difíciles, gracias por estar junto a nuestros padres y apoyarme siempre.

A mi sobrina Jhuliet.

Para que veas en mí un ejemplo a seguir.

A mi amigo R. N.

Por haber compartido conmigo esos buenos y malos momentos de nuestras vidas.

Con infinito amor

ALDEMAR

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte y en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, porque en sus aulas, recibí el legado intelectual y humano de cada uno de sus docentes, los mismos que aportaron con conocimientos para formarme como un profesional crítico, competente y humanista al servicio de la sociedad. A mi Tutor de Tesis El Ing. Francisco Rosales, por su persistente guía y su constante aporte en la finalización de este trabajo académico.

A todos, ¡Muchas gracias!

ALDEMAR

PRESENTACIÓN

En el Capítulo I mediante el Diagnóstico Técnico Situacional, se detalla la información referente a la ciudad de San Gabriel, permitiendo analizar las circunstancias en las que se encuentran las niñas, niños y jóvenes; estableciendo de esta manera el requerimiento de emprender este Proyecto, lo que permitirá crear fuentes de trabajo y por consiguiente contribuir a la sociedad montufareña con un centro de enseñanza con los suficientes y necesarios conocimientos en la formación de las artes plásticas y música.

El Capítulo II concerniente a las Bases Teóricas y Científicas, detalla en forma específica varios aspectos: administrativos, contables, financieros, culturales, mismos que luego de ser analizados y recopilados de varias fuentes de información sustentan la realización del proyecto.

En el Capítulo III se efectuó un Estudio de Mercado, permitiendo determinar el número promedio de las niñas, niños y jóvenes que requerirían nuestro servicio en la ciudad de San Gabriel; es decir, se estableció los niveles de oferta y demanda, así como los precios para este servicio educativo-cultural.

El Capítulo IV detalla el Estudio Técnico del Proyecto, en el que se logra establecer el tamaño del proyecto, ubicación, procesos, tecnología, infraestructura física, inversiones fijas y diferidas, capital de trabajo, financiamiento y talento humano; permitiendo al Centro de Artes Plásticas y Música ofrecer un servicio óptimo y rentable.

En el Capítulo V se elabora la Evaluación Financiera del Proyecto, para lo cual se detalla la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará; igualmente se trata de obtener la utilidad del Proyecto y con la aplicación de criterios de evaluación financiera,

se ha logrado establecer la posibilidad de llevar adelante este Proyecto.

En el Capítulo VI se establece la Estructura Organizacional, aspectos legales de constitución del Centro de Artes Plásticas y Música como: misión, visión, objetivos organizacionales, valores, orgánico estructural y funcional, con la finalidad de darle la correcta disposición de bienes y recursos (humanos, financieros, tecnológicos, materiales y de información) al proyecto.

Finalmente concluimos con el Capítulo VII en el que se analiza los impactos que generarán la realización del presente Proyecto; se ha considerado Impactos en los campos socioeconómico, empresarial, comercial, cultural-educativo, ambiental y social, con la finalidad de establecer un impacto general que tendrá el Proyecto.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

El Cantón Montúfar tiene como capital la ciudad de San Gabriel, fundada el 5 de agosto de 1535 por el Capitán Tapia, enviado por Sebastián de Benalcázar. El 11 de Noviembre de 1992, por su particular belleza fue declarada Bien Perteneiente al Patrimonio Cultural de la Nación, y está entre las veintidós ciudades patrimonio del Ecuador.

Se encuentra localizada en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 km. de la ciudad de Tulcán y a 83 km al norte de la ciudad de Ibarra, tiene una superficie aproximada de 398.25 km² con una población de 30.511 habitantes aproximadamente, tiene una altura de 2200 a 3800 m.s.n.m, su temperatura oscila entre los 8 y 15°C, siendo la más alta de 29°C y la más baja de 0 a 2°C afirmándose que es una región de clima frío templado; en lo cultural, la identidad montufareña representada por ser la cuna de grandes mujeres y hombres, destacados en las letras, las artes y el deporte.

El legado histórico de nuestros antepasados que habitaron la ciudad de San Gabriel es fecundo y marcó en la población una fuerte inclinación hacia las letras y las artes en general. Numerosos artistas de la pintura, escultura, la música surgieron en esta parte de la provincia del Carchi, poetas, poetisas, oradores, escritores, teatreros, dramaturgos que representaron sus obras en la ciudad y parroquias del cantón Montúfar, además de la presencia de bandas y músicos que inclinaron a la población de comienzos del siglo XX al gusto por la música clásica, los ritmos americanos y la música actual.

En la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi, existen niñas, niños y jóvenes con aptitudes artísticas en música y artes

plásticas que requieren de un lugar estratégico para desarrollar, fortalecer y potenciar sus destrezas y habilidades, puesto que actualmente no existe un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música con las adecuaciones acordes a las necesidades, ni tampoco se cuenta con los profesionales que cumplan con el perfil técnico-artístico requerido.

Ante la limitada oferta de espacios para el involucramiento de niñas, niños y jóvenes demandantes de la formación técnico-artística, la escasa promoción de la misma y la ausencia de profesionales técnicamente capacitados; manifestándose por estas causas el debilitamiento permanente del desarrollo de las actividades artísticas y culturales y la mala utilización del tiempo libre; con los antecedentes mencionados y en vista del problema surge la necesidad de crear un Centro de Formación en artes plásticas y música, dirigida a niñas, niños y jóvenes de la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

Justificación

La principal razón de la creación de este proyecto es la de capacitar en las artes plásticas y la música a niñas, niños y jóvenes de la ciudad de San Gabriel con el propósito de que las personas dentro de la sociedad se interesen un poco más por estas disciplinas y puedan darse resultados debido a que ayudan mucho al desarrollo cerebral y de definición de la personalidad del individuo.

Con el presente proyecto se pretende ser formadores y promotores de la divulgación artística y musical entre los habitantes de la ciudad para lograr captar la necesidad de los participantes en conocer e investigar acerca de todas las expresiones artísticas y musicales. Desarrollar el interés cultural dentro de la población es algo que está totalmente descuidado, muchos tienen el potencial mas no poseen la guía necesaria para poder desarrollarlos al máximo. Nuestro fin principal es expandir la

cultura dentro de la sociedad, para así lograr que la cultura local sea reconocida nacionalmente.

La existencia de niñas, niños y jóvenes que extracurricularmente, practican la danza, el teatro y la música serán nuestros beneficiarios directos; y se beneficiarán indirectamente los padres de familia, los grupos culturales y la población de 30.511 habitantes del cantón Montúfar, al tener un lugar adecuado donde se formarán técnicamente en Artes Plásticas y Música los nuevos colectivos culturales.

Es factible porque se fundamenta en el Objetivo 5 del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 que recomienda: “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.”, Además que la nueva Constitución y la normativa actual del Estado Ecuatoriano favorecen la realización del proyecto. Es viable económicamente porque si se puede conseguir los recursos para su implementación e implantación a través del financiamiento del Ministerio de Cultura, Instituciones Financieras, FONCULTURA, ONG’s, Gobiernos Autónomos Descentralizados y el sector Privado.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de formación en artes plásticas y música, dirigido a niñas, niños y jóvenes que fomente el desarrollo del arte, identidad y patrimonio, como dimensiones de la cultura.

Objetivos específicos

- Establecer un diagnóstico técnico situacional en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi en busca de la situación geográfica y el punto estratégico donde se implantara el Centro de Artes y Música.
- Definir las bases técnico-científicas que sustenten la realización del proyecto por medio de la investigación bibliográfica.
- Realizar el estudio de mercado en función de la oferta y la demanda y los precios para este servicio educativo-cultural.
- Determinar el estudio técnico para el establecimiento del tamaño, localización, ingeniería y análisis administrativo del proyecto.
- Elaborar el estudio financiero que mida el grado de rentabilidad del proyecto cultural.
- Determinar la estructura organizacional con el fin de darle la correcta disposición de bienes y recursos (humanos, financieros, tecnológicos, materiales y de información) al proyecto.
- Determinar los principales impactos generaría el proyecto en los ámbitos: socioeconómico, empresarial, comercial, cultural-educativo, ambiental y social.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	i
EXECUTIVE SUMMARY	ii
AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INTRODUCCIÓN	xiii
Antecedentes	xiii
Justificación	xiv
Objetivos	xv
Objetivo general	xv
ÍNDICE GENERAL	xvii
ÍNDICE DE TABLAS	xxiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xxv
ÍNDICE DE ANEXOS	xxvi
CAPÍTULO I	1
1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL	1
1.1. Antecedentes diagnósticos	1
1.2. Objetivos	3
1.2.1. Objetivo General	3
1.2.2. Específicos	3
1.3. Variables Diagnósticas	3
1.3.1. Indicadores Diagnósticos	3
1.3.2. Matriz de Relación Diagnóstica	4
1.4. Análisis de las variables diagnósticas	5
1.4.1. Antecedentes Históricos	5
1.4.2. Aspectos Geográficos	6
1.4.3. Distribución de la población	7

1.4.4.	Actividades económicas	8
1.4.5.	Normativa Legal	11
1.5.	Identificación de la población y muestra	11
1.5.1.	Cálculo de la Muestra	12
1.5.2.	Información primaria	13
1.5.3.	Información secundaria	13
1.6.	Evaluación y análisis de la información	14
1.6.1.	Encuesta aplicada a la población del cantón Montúfar	14
1.7.	Construcción de la Matriz AOOR	18
1.8.	Conclusiones del diagnóstico	19
1.9.	Identificación de la Oportunidad de Inversión	20
CAPÍTULO II		21
2.	MARCO TEÓRICO	21
2.1.	Plan de Negocios.	21
2.1.1.	Definición.	21
2.1.2.	Importancia	22
2.1.3.	Objetivos	22
2.2.	Empresa	23
2.2.1.	Concepto	23
2.2.2.	Objetivos.	23
2.2.3.	Recursos de las empresas	24
2.2.4.	Tipos de empresas	25
2.3.	Microempresa.	29
2.3.1.	Requisitos	29
2.4.	Investigación de mercado.	31
2.4.1.	Perfil de mercado.	31
2.4.2.	Análisis y pronóstico de la demanda.	32
2.4.3.	Análisis de la competencia.	32
2.4.4.	Análisis de la comercialización.	32
2.4.5.	Análisis del mercado proveedor.	33
2.5.	Gestión Administrativa	33
2.5.1.	Proceso administrativo	33

2.5.2. Elementos.	34
2.6. Inversión y financiamiento.	36
2.6.1. Activos.	36
2.6.2. Capital de trabajo.	37
2.7. Gestión Financiera	37
2.7.1. Evaluación Financiera.	39
2.8. Marketing	43
2.8.1. Elementos de Marketing.	43
2.9. Cultura	44
2.9.1. Definición de Cultura	44
2.10. Gestión Cultural	45
2.10.1. Fundamentos	45
2.10.2. Gestión Cultural Estatal	46
2.10.3. Gestión Cultural Privada	46
2.10.4. Gestión Cultural Comunitaria	47
2.10.5. Gestor Cultural	47
2.11. Centro de Artes Plásticas y Música	49
2.11.1. Pintura	49
2.11.2. Danza	50
2.11.3. Teatro	50
2.11.4. Música	50
2.12. Administración de Centros de Arte y Cultura	53
2.12.1. Modelos de Administración para Centros de Arte y Cultura	53
2.12.2. Tipos de administración en el ámbito cultural	53
2.12.3. Proceso Administrativo en la Gestión Cultural	54
2.13. Glosario de términos	55
CAPÍTULO III	60
3. ESTUDIO DE MERCADO	60
3.1. Introducción	60
3.2. Objetivos	60
3.2.1. Objetivo General	60

3.2.2. Objetivos Específicos	61
3.3. Identificación de las Variables Diagnósticas	61
3.4. Tabulación de la Encuesta y Análisis de Resultados	65
3.5. Esquema de un estudio de mercado	80
3.5.1. El Servicio	80
3.5.2. Consumidor	81
3.5.3. Demanda Actual	81
3.5.4. Análisis de la Oferta	83
3.5.5. Balance Oferta Demanda	86
3.6. Análisis y Determinación de Precios	87
3.7. Proveedores	88
3.8. Mercado objetivo	88
3.9. Comercialización	90
3.9.1. Precio	90
3.9.2. Plaza	91
3.9.3. Promoción y Publicidad	91
3.10. Competencia	91
CAPÍTULO IV	92
4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO	92
4.5. Tamaño del Proyecto	92
4.6. Localización	94
4.6.1. Macrolocalización	94
4.6.2. Microlocalización	95
4.7. Distribución de las Instalaciones	96
4.7.1. Estructura del Servicio	99
4.7.2. Flujograma del proceso	99
4.7.3. Determinación de la Inversión	102
CAPÍTULO V	105
5. EVALUACIÓN FINANCIERA	105
5.1. Determinación de Ingresos	105
5.1.1. Presupuesto de Ingreso Anual	105
5.1.2. Determinación de Egresos	108

5.2. Tabla de Amortización	111
5.3. Presupuesto de Egreso Anual	112
5.4. Estado de Resultados	112
5.5. Flujo de Efectivo del Proyecto a Cinco Años	113
5.6. Evaluación Financiera	115
5.6.1. Tasa de Redescuento	115
5.6.2. VAN	115
5.6.3. TIR	116
5.6.4. Relación Beneficio / Costo	118
5.6.5. Período Real de Recuperación de la Inversión	118
5.6.6. Punto de equilibrio	119
CAPÍTULO VI	121
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	121
6.1. Empresa	121
6.1.1. Razón Social	121
6.2. Análisis Interno de la Microempresa	122
6.2.1. Misión	122
6.2.2. Visión	122
6.2.3. Objetivos empresariales	122
6.2.4. Valores	122
6.2.5. Requisitos Legales para el funcionamiento de TUZART	123
6.3. Organigrama Estructural	125
6.3.1. Descripción de Funciones	126
6.4. Reglamento Interno	132
6.5. Código de Ética	136
CAPÍTULO VII	141
7. IMPACTOS	141
7.1. Impacto Socioeconómico	142
7.2. Impacto Empresarial	143
7.3. Impacto Comercial	144
7.4. Impacto Educativo Cultural	145

7.5. Impacto Ambiental	146
7.6. Impacto Social	147
7.7. Impacto General	148
CONCLUSIONES	149
RECOMENDACIONES	151
BIBLIOGRAFÍA	152
ANEXOS	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de relación diagnóstica.....	4
Tabla 2: Población por edades cantón Montúfar	7
Tabla 3: Población urbana y rural de Montúfar	8
Tabla 4: Nivel de escolaridad por edades cantón Montúfar.....	10
Tabla 5: Género.....	14
Tabla 6: Edad	15
Tabla 7: Ubicación.....	16
Tabla 8: Actividad	17
Tabla 9: Matriz de relación diagnóstica de las variables	63
Tabla 10: Ingresos familiares.....	65
Tabla 11: Inversión entretenimiento.....	66
Tabla 12: Invertir en actividades de aprendizaje	67
Tabla 13: Conoce otro centro de formación	68
Tabla 14: Creación de un centro de formación	69
Tabla 15: Importancia	70
Tabla 16: Características	71
Tabla 17: Áreas de mayor interés.....	72
Tabla 18: Instrumentos de Preferencia	73
Tabla 19: Costo	74
Tabla 20: Días apropiados.....	75
Tabla 21: Horario adecuado	76
Tabla 22: Frecuencia de asistencia	77
Tabla 23: Cantidad por aula.....	78
Tabla 24: Publicidad	79
Tabla 25: Demanda actual	82
Tabla 26: Proyección de la demanda	82
Tabla 27: Oferta Centros de Arte cantón Montúfar	84
Tabla 28: Proyección de la oferta.....	85
Tabla 29: Demanda insatisfecha música.....	86
Tabla 30: Demanda insatisfecha otras actividades artísticas	86
Tabla 31: Análisis de precios	87

Tabla 32: Mercado objetivo.....	89
Tabla 33: Análisis de precios	90
Tabla 34: Capacidad operativa	93
Tabla 35: Matriz Locacional	96
Tabla 36: Inversión Fija	103
Tabla 37: Inversión Diferida	104
Tabla 38: Capital de Trabajo	104
Tabla 39: Presupuesto de ingreso anual permanente.....	106
Tabla 40: Presupuesto de ingreso anual vacacionales	107
Tabla 41: Presupuesto de ingreso anual clases privadas	108
Tabla 42: Gastos administrativos.....	109
Tabla 43: Gastos administrativos compensaciones	109
Tabla 44: Gastos de Ventas.....	110
Tabla 45: Resumen de costos y gastos	110
Tabla 46: Inversión total.....	110
Tabla 47: Inversión total.....	111
Tabla 48: Tabla de amortización.....	111
Tabla 49: Presupuesto de egreso anual	112
Tabla 50 Estado de Resultados	113
Tabla 51: Flujo de caja	114
Tabla 52: Tasa de descuento	115
Tabla 54: VAN	116
Tabla 53: TIR.....	117
Tabla 55: Período real de recuperación de la inversión	119
Tabla 56: Calculo de la Recuperación de la Inversión	119
Tabla 57: Punto de Equilibrio.....	120
Tabla 58: Gerente.....	127
Tabla 59: Secretaria	128
Tabla 60: Contador	129
Tabla 61: Conserje	130
Tabla 62: Docentes.....	131
Tabla 63: Matriz de Valoración.....	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Actividades económicas Población Montufar	9
Figura 2: Género	14
Figura 3: Edad	15
Figura 4: Ubicación.....	16
Figura 5: Actividad.....	17
Figura 6: Ingresos familiares.....	65
Figura 7: Inversión entretenimiento.....	66
Figura 8: Invertir en actividades de aprendizaje.....	67
Figura 9: Conoce otro centro de formación.....	68
Figura 10: Creación de un centro de formación	69
Figura 11: Importancia.....	70
Figura 12: Características.....	71
Figura 13: Áreas de mayor interés.....	72
Figura 14: Instrumentos de preferencia	73
Figura 15: Costo	74
Figura 16: Días apropiados.....	75
Figura 17: Horario adecuado	76
Figura 18: Frecuencia de asistencia	77
Figura 19: Cantidad por aula	78
Figura 20: Publicidad	79
Figura 21: Esquema estudio de mercado	80
Figura 22: Tasa de crecimiento demográfico, 2013	83
Figura 23: Mapa provincia Carchi	94
Figura 24: Mapa cantón Montúfar y la ciudad de San Gabriel.....	95
Figura 25: Distribución de las instalaciones Planta Baja	97
Figura 26: Distribución de las instalaciones Segundo Piso	98
Figura 27: Flujograma del servicio Centro de Artes Plásticas y Música .	101
Figura 28: Punto de equilibrio	120
Figura 29: Logotipo.....	121
Figura 30: Organigrama Estructural.....	126

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta.....	157
Anexo 2: Salarios Mínimos Sectoriales 2015	160
Anexo 3: Modelo de Contrato de Trabajo	164
Anexo 4: Fotografías del Trabajo de Campo.....	169

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes diagnósticos

La ciudad de San Gabriel se encuentra ubicada en el cantón Montúfar de la Provincia del Carchi, su altitud es de 2870 msnm, los ramales de las cordilleras de Los Altos de Boliche y Azufral cierran a San Gabriel por las orientaciones Norte-Este y Sur, tiene una extensión de 4,4 kilómetros cuadrados y está constituida por dos parroquias urbanas: González Suárez y San José,

Los límites de la ciudad son: Al Norte, Cruce del camino a Paluz, prolongación de la carrera Bolívar con el Río San Gabriel, hasta su cruce con el camino que conduce a la comunidad de Tanguis; Al Este, Camino que conduce a Cumbaltar, hasta su unión con la carretera Panamericana; Al Sur, Avenida José Julián Andrade, hasta intersectar el Río San Gabriel antes de su cruce con la carretera Panamericana; Al Oeste, Río San Gabriel aguas arriba hasta el cruce con el camino a Paluz (prolongación de la carrera Bolívar).

Conocida también como la ciudad de las siete colinas, antiguo asentamiento del pueblo Tusa, cuna de lo que fuera la importante cultura Cuasmal y fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación el 11 de noviembre de 1992 por su arquitectura colonial. El número de habitantes en el sector urbano según el censo realizado por el INEC en el año 2010 es de 14.487, que representa el 48% de la población del cantón, en donde se concentran las actividades: administrativas, comerciales y de servicios.

El cantón Montúfar es un cantón de vocación agrícola-ganadera, el 50.7% de la población se dedican a estas actividades, seguido por el

comercio en un 10.8%. La actividad ganadera se orienta a la producción de leche; en la zona existen cuatro empresas agroindustriales dedicadas a la elaboración de productos lácteos.

En la actualidad la producción agropecuaria tiene como patrón principal de uso de la tierra, la rotación papa-pasto y entre los principales productos que actualmente se cultivan se tiene a la papa, melloco, haba, oca, arveja y maíz.

Entre las actividades que la población realiza con mayor frecuencia, no existen varias alternativas destinadas a las niñas, niños y jóvenes para la promoción de las actividades culturales, ocasionando que la juventud no cuente con opciones para realizar en su tiempo libre. La única opción que tiene es practicar deportes en los espacios públicos de la ciudad, asistir a los talleres que con regularidad se ofertan por parte del GAD Municipal de Montúfar y el GAD de la Provincia del Carchi.

Ante esta realidad surge la necesidad de crear nuevas opciones para alejar a las niñas, niños y jóvenes de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montufar de las calles y del mal manejo del tiempo libre, contribuyendo de esta manera con la disminución de problemas sociales como la delincuencia, drogadicción, alcoholismo entre otras, situaciones que afectan directamente a este segmento de la población.

Como respuesta a lo antes citado, se considera a las artes plásticas y la música como una de las mejores alternativas para ejecutar en el tiempo libre. En el cantón Montúfar existe un pequeño centro de formación en música con capacidad para 25 niños, por lo que crear un centro de artes plásticas y música en la ciudad, es una medida que beneficiara directamente a la sociedad en general.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar donde se va a implementar el proyecto.

1.2.2. Específicos

- Determinar los antecedentes históricos del cantón Montúfar.
- Analizar los aspectos socio – demográficos del cantón Montúfar.
- Determinar los aspectos socioeconómicos de la población de la zona a investigar.
- Establecer los aspectos legales para la creación de un centro de artes plásticas y música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar.

1.3. Variables Diagnósticas

- Antecedentes históricos
- Distribución de la población
- Actividades económicas
- Situación socio-económica

1.3.1. Indicadores Diagnósticos

Antecedentes Históricos

- Acervo histórico

Distribución de la población

- Ubicación
- Género
- Edad

Actividades económicas

- Actividades económicas
- Nivel educativo
- Formas de Financiamiento

Normativa Legal

- Registro Único de Contribuyentes
- Patente Municipal
- Ministerio de Educación y Cultura

1.3.2. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 1: Matriz de relación diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información
Determinar los antecedentes históricos del cantón Montúfar.	Antecedentes históricos	<ul style="list-style-type: none">• Acervo histórico	Observación directa	<ul style="list-style-type: none">• Opinión de Expertos• Registros y documentos históricos
Analizar los aspectos socio – demográficos del cantón Montúfar.	Distribución de la población	<ul style="list-style-type: none">• Género• Ubicación• Edad	Encuestas Bibliográficas	<ul style="list-style-type: none">• Población• INEC
Determinar los aspectos socioeconómicos de la población de la zona a investigar.	Actividades económicas	<ul style="list-style-type: none">• Actividades económicas• Nivel educativo	Encuestas Bibliográficas	<ul style="list-style-type: none">• Población• INEC
Establecer los aspectos legales para la creación de un centro de artes plásticas y música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar.	Normativa Legal	<ul style="list-style-type: none">• Registro Único de Contribuyentes• Patente Municipal• MINEDUC	Observación directa	<ul style="list-style-type: none">• Opinión de Expertos• Registros y documentos históricos

Elaborado por: El autor

1.4. Análisis de las variables diagnósticas

1.4.1. Antecedentes Históricos

El Cantón Montúfar tiene como capital la ciudad de San Gabriel, fue fundada el 5 de agosto de 1535 por el Capitán Tapia, enviado por Sebastián de Benalcázar. El 11 de Noviembre de 1992, por su particular belleza fue declarada Bien Perteneiente al Patrimonio Cultural de la Nación, y está entre las veintidós ciudades patrimonio del Ecuador.

El legado histórico de nuestros antepasados que habitaron la ciudad de San Gabriel es fecundo y marcó en la población una fuerte inclinación hacia las letras y las artes en general. Numerosos artistas de la pintura, escultura, la música surgieron en esta parte de la provincia del Carchi, poetas, poetisas, oradores, escritores, teatreros, dramaturgos que representaron sus obras en la ciudad y parroquias del cantón Montúfar, además de la presencia de bandas y músicos que inclinaron a la población de comienzos del siglo XX al gusto por la música clásica, los ritmos americanos y la música actual.

Conocida también como la ciudad de las siete colinas, antiguo asentamiento del pueblo Tusa, cuna de lo que fuera la importante cultura Cuasmal y fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación el 11 de noviembre de 1992 por su arquitectura colonial.

El número de habitantes en el sector urbano según el censo realizado por el INEC en el año 2010 es de 14.487, que representa el 48% de la población del cantón, en donde se concentran las actividades: administrativas, comerciales y de servicios

1.4.2. Aspectos Geográficos

1.4.2.1. Ubicación

San Gabriel es la capital del cantón Montufar, y se encuentra localizada en el sector sur este de la provincia del Carchi en Ecuador. Se encuentra a 40 km. de la ciudad de Tulcán, 83 km. al norte de la ciudad de Ibarra y a tan solo 47 km. de la frontera con Colombia.

1.4.2.2. Superficie

La ciudad de San Gabriel tiene una extensión de 4,4 kilómetros cuadrados.

1.4.2.3. Límites

- **Norte:** Cruce del camino a Paluz, prolongación de la carrera Bolívar con el Río San Gabriel, hasta su cruce con el camino que conduce a la comunidad de Tanguis.
- **Este:** Camino que conduce a Cumbaltar, hasta su unión con la carretera Panamericana.
- **Sur:** Avenida José Julián Andrade, hasta intersectar el Río San Gabriel antes de su cruce con la carretera Panamericana.
- **Oeste:** Río San Gabriel aguas arriba hasta el cruce con el camino a Paluz (prolongación de la carrera Bolívar).

1.4.2.4. Altitud y clima

Tiene una altura de 2200 a 3800 m.s.n.m, su temperatura oscila entre los 8 y 15°C, siendo la más alta de 29°C y la más baja de 0 a 2°C afirmándose que es una región de clima frío templado.

1.4.2.5. División política Montúfar

- **Parroquias urbanas:** San José y Gonzáles Suarez.
- **Parroquias Rurales:** Fernández Salvador, Piartal, Cristóbal Colón, La Paz y Chitán de Navarretes.

1.4.3. Distribución de la población

1.4.3.1. Edad y género

Tabla 2: Población por edades cantón Montúfar

Grupo	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
0 a 4 años	1.736	1.685	3.421
5 a 9 años	1.814	1.594	3.408
10 a 14 años	1.691	1.773	4.464
15 a 19 años	1.552	1.537	3.089
20 a 24 años	1.171	1.134	2.305
25 a 29 años	1.016	1.066	2.082
30 a 34 años	949	1.005	1.954
35 a 39 años	793	923	1.716
40 a 44 años	756	807	1.563
45 a 49 años	707	703	1.410
50 a 54 años	273	655	928
55 a 59 años	507	533	1.040
60 a 64 años	447	514	961
65 a 69 años	395	456	851
70 a 74 años	451	397	848
75 a 79 años	272	295	567
80 a 84 años	192	272	463
85 y más	188	252	440
Total	14.910	15.601	30.511

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor

La información presentada demuestra que en el cantón Montúfar hay un segmento considerable de habitantes, que se encuentran entre los 3 y 18 años, que corresponde al mercado meta del centro de artes plásticas y música a crearse en la ciudad de San Gabriel al tratarse de la cabecera cantonal.

1.4.3.2. Ubicación

Respecto a la mayor concentración demográfica, se presenta los siguientes datos que demuestran, se encuentra en la cabecera cantonal, es decir en San Gabriel que representa la zona urbana del cantón Montúfar.

Tabla 3: Población urbana y rural de Montúfar

	Parroquias	Hombres	Mujeres	Total
Urbanas	San Gabriel	10.234	10.862	21.096
	San José			
	González Suárez			
Rurales	Fernández Salvador	663	619	1.282
	Piartal	586	554	1.140
	Cristóbal Colón	1.449	1.494	2.943
	La Paz	1.665	1.767	3.432
	Chitan de Navarrete	313	305	618
Total		14.910	15.601	30.511

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor

1.4.4. Actividades económicas

1.4.4.1. Participación en actividades económicas

Las actividades económicas en la zona están marcadas principalmente por el apego de la población, por las actividades agrícolas y pecuarias, características de la zona.

MONTÚFAR: Población Ocupada por Rama de Actividad



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

Figura 1: Actividades económicas Población Montufar

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor

El 50,7% de la población según el último censo realizado por el INEC, en el año 2010, se dedica a la agricultura y ganadería como principal actividad generadora de ingresos para sus familias. El 10,8% cumple con actividades relacionadas con actividades comerciales que en su mayoría se trata de la comercialización de los productos agropecuarios característicos de la zona.

El porcentaje restante de la población se dedica a actividades diversas como la industria, enseñanza, transporte, administración pública, construcción, actividades de los hogares, actividades de alojamiento, actividades de la atención de la salud humana entre otras.

Esto permite concluir que la población del cantón Montúfar cuenta con una gran fuerza productiva independiente, que mantiene a la economía de la zona a flote y con oportunidades de crecer y generar empleo.

1.4.4.2. Educación

Tabla 4: Nivel de escolaridad por edades cantón Montúfar

	Nivel	Edad	Hombres	Mujeres	Subtotal
	Rural	Inicial I	3 a 4 años	34	45
Inicial II		4 a 5 años	51	48	99
Primero de básica		5 a 6 años	123	117	240
Segundo de básica		6 a 7 años	130	148	278
Tercero de básica		7 a 8 años	147	114	261
Cuarto de básica		8 a 9 años	134	123	257
Quinto de básica		9 a 10 años	129	139	268
Sexto de básica		10 a 11 años	112	148	260
Séptimo de básica		11 a 12 años	98	121	219
Octavo de básica		12 a 13 años	51	70	121
Noveno de básica		13 a 14 años	57	49	106
Décimo de básica		14 a 15 años	41	38	79
Primero de bachillerato		15 a 16 años	41	52	93
Segundo de bachillerato		16 a 17 años	20	39	59
Tercero de bachillerato		17 a 18 años	19	27	46
Urbano					
	Inicial I	3 a 4 años	37	44	81
	Inicial II	4 a 5 años	114	117	231
	Primero de básica	5 a 6 años	181	155	336
	Segundo de básica	6 a 7 años	180	174	354
	Tercero de básica	7 a 8 años	185	203	388
	Cuarto de básica	8 a 9 años	162	163	325
	Quinto de básica	9 a 10 años	189	173	362
	Sexto de básica	10 a 11 años	191	179	370
	Séptimo de básica	11 a 12 años	198	196	394
	Octavo de básica	12 a 13 años	283	266	549
	Noveno de básica	13 a 14 años	292	278	570
	Décimo de básica	14 a 15 años	255	260	515
	Primero de bachillerato	15 a 16 años	259	265	524
	Segundo de bachillerato	16 a 17 años	242	240	482
Tercero de bachillerato	17 a 18 años	193	266	459	
TOTAL			4148	4257	8405

Fuente: Dirección Distrital de Educación Carchi, 2012 - 2013

Elaborado por: El autor

La información presentada en la tabla, corresponde a la población del cantón Montúfar, respecto a los niños, niñas y adolescentes en edad escolar asentados en el sector rural y urbano, que corresponde a 8.405 habitantes a quienes se pretende llegar con la propuesta del Centro de Artes Plásticas y Música en el futuro. En si esta información corresponde al mercado objetivo del proyecto.

1.4.5. Normativa Legal

Los requisitos que toda empresa debe cumplir para iniciar su funcionamiento, en cualquier lugar del país incluye tramitar el permiso de funcionamiento en la Comisaria Nacional, además de obtener la patente municipal y el registro sanitario que incluye la revisión por parte del cuerpo de bomberos que garantice que el lugar cuenta con todas las condiciones de seguridad requeridas para recibir al público.

Otro de los aspectos o normas a considerar es la legalización tributaria, para esto el propietario deberá contar con el RUC y cumplir con todos los requisitos que estipula el Servicio de Rentas Internas.

Al tratarse de un proyecto educativo es necesario que obtenga el aval del Ministerio de Educación del Ecuador, el mismo que se tramitará en cada Dirección Distrital, con el propósito de entregar a los asistentes a las actividades en cualquier modalidad, un certificado que acredite la culminación de sus estudios.

1.5. Identificación de la población y muestra

Una vez definido el problema a investigar, formulados los objetivos y delimitadas las variables, fue necesario determinar los elementos o individuos con quienes se realizará el proceso de recolección de la información. Para esto fue necesario delimitar la población con la que se va trabajar y calcular la muestra respectiva al tratarse de un número elevado.

La investigación tuvo lugar en el cantón Montúfar para conocer el nivel de aceptación que la población tendría hacia el centro de artes plásticas y música a crearse en la ciudad de San Gabriel. La población que fue considerada en el desarrollo de esta investigación abarco el número total

de la población económicamente activa PEA del cantón Montúfar que es de 12252 habitantes.

1.5.1. Cálculo de la Muestra

La población sujeta a investigación sobrepasa las 100 unidades por tanto es necesario proceder al cálculo de la muestra, para facilitar el proceso de recolección de la información y garantizar que los datos obtenidos sean reales y veraces.

De esta etapa de la investigación depende que los resultados del estudio de factibilidad proporcione la información necesaria al investigador para determinar si la propuesta de creación de este centro de artes y música es factible y tiene la oportunidad de crecer y mantenerse en el mercado.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde

n = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N = Representa la población

Z = El valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia, con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. El nivel de confianza con el que se trabajo es del 95%, entonces: $1 - 0.95 = 0.05$. La distribución normal es de dos colas, entonces tenemos: $0.5 / 2 = 0.025$. Consecuentemente se obtiene: $0.50 - 0.025 = 0.475$ basándonos en la tabla de distribución normal el valor de Z es 1.96.

p = Variabilidad positiva = 0,5

q = Variabilidad negativa = 0,5

E = Porcentaje de error = 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 12252}{12252(0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3.84 * 0,5 * 0,5 * 12252}{12252 * 0,0025 + 0,96}$$

$$n = \frac{11761,92}{31,59}$$

$$n = 372$$

1.5.2. Información primaria

La información primaria que se utilizó en la encuesta que fue diseñada en base a las variables, dirigidas a la población del cantón Montúfar para determinar el nivel de aceptación hacia la creación del centro de artes plásticas y música.

1.5.3. Información secundaria

La Información secundaria a utilizar es la siguiente:

- Textos especializados
- Periódicos
- Revistas
- Publicaciones
- Manuales

1.6. Evaluación y análisis de la información

1.6.1. Encuesta aplicada a la población del cantón Montúfar

1. Género

Tabla 5: Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	152	40%
Femenino	220	60%
Total	372	100%

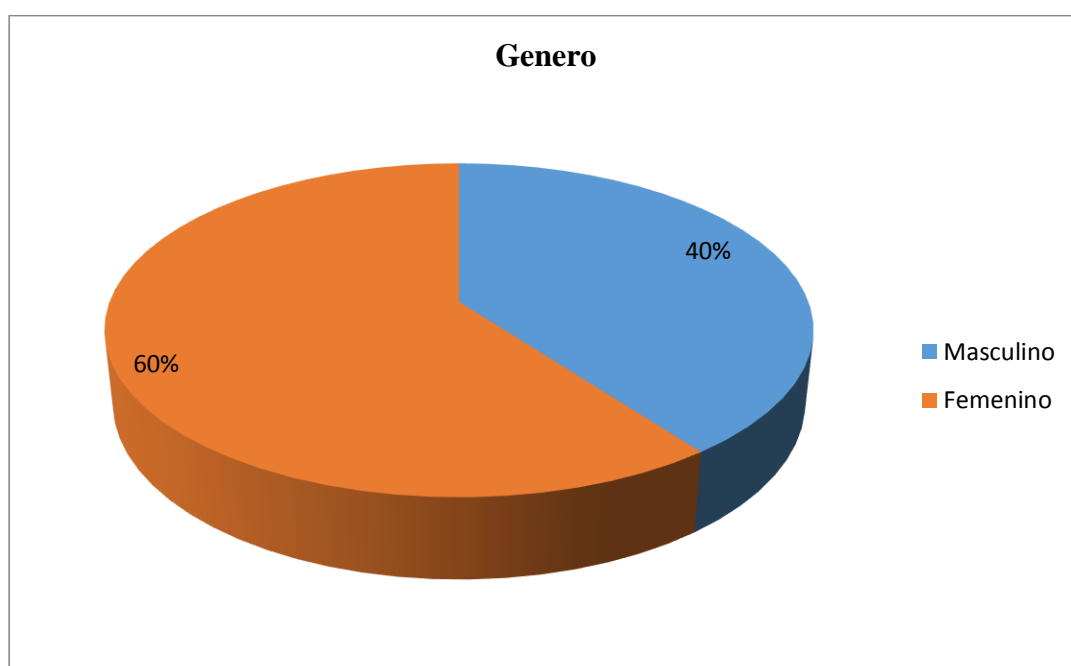


Figura 2: Género

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

La encuesta fue aplicada a hombres y mujeres, del cantón Montúfar, esto permite que la información obtenida sea veraz y abarque la opinión de los dos géneros.

2. Edad

Tabla 6: Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	31	11%
26 a 35 años	156	41%
36 a 50 años	130	34%
50 en adelante	55	14%
Total	372	100%

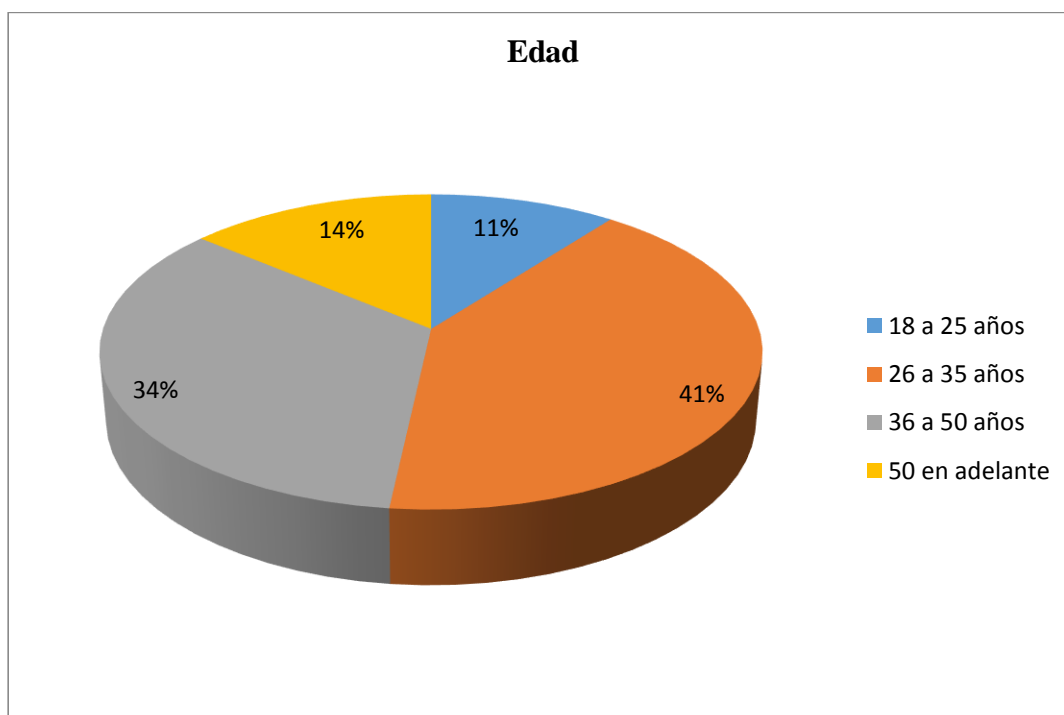


Figura 3: Edad

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Los encuestados en su mayoría se encuentran entre los 26 y 50 años, lo que permite obtener información de la población considerada como económicamente activa dentro de la sociedad. Esto permite evaluar el comportamiento financiero del mercado, respecto a la posibilidad de invertir en actividades culturales.

3. Sector

Tabla 7: Ubicación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Urbano	234	64%
Rural	138	36%
Total	372	100%

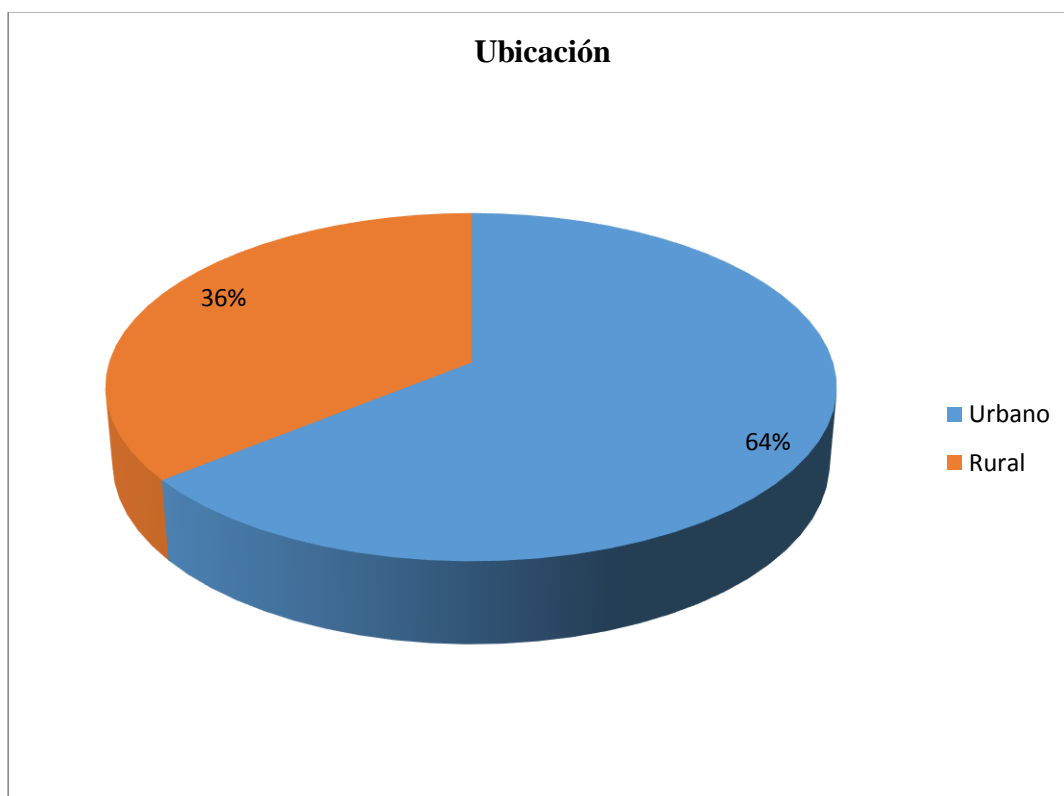


Figura 4: Ubicación

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

El mayor porcentaje de la población encuestada, está ubicada en la zona urbana del cantón Montúfar, mercado meta al que se pretende llegar con la idea de promover actividades culturales a través de un centro de artes plásticas y música.

4. ¿Usted a que se dedica?

Tabla 8: Actividad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	79	23%
Comerciante	61	16%
Ama de casa	27	7%
Empleado Publico	30	8%
Empleado Privado	42	11%
Agricultor o Ganadero	65	17%
Chofer	50	13%
Desempleado	9	3%
Otros	9	2%
Total	372	100%

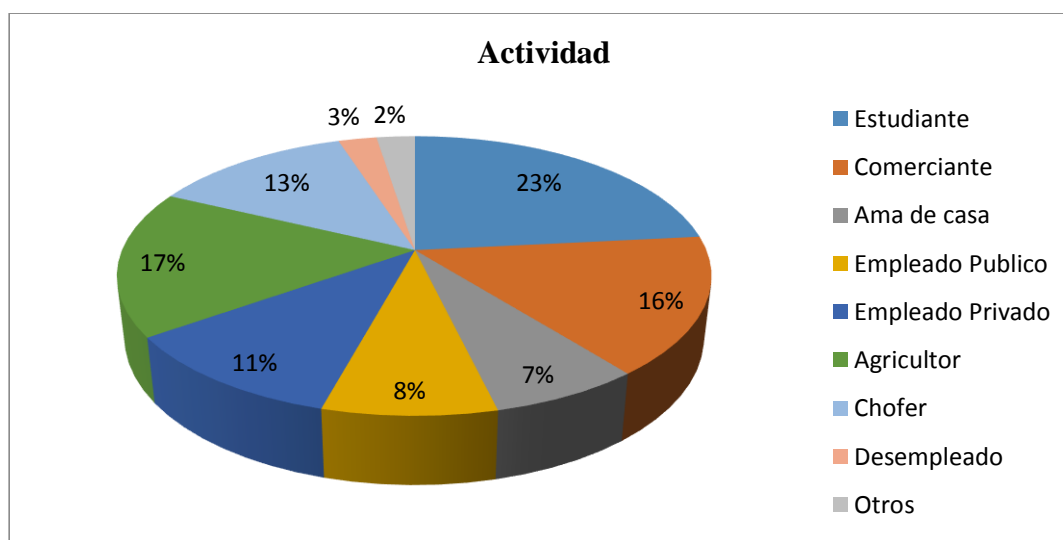


Figura 5: Actividad

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta, reflejan la diversidad económica del cantón Montúfar, su población se dedica tanto a actividades agrícolas como de comercio. A su vez existe un porcentaje considerable de habitantes que trabajan en relación de dependencia tanto para el sector público como privado.

1.7. Construcción de la Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Niñas, niños y jóvenes interesados en las artes plásticas, música, danza y teatro. • El GAD Municipal del cantón Montúfar y el GAD de la provincia del Carchi se encuentran fomentando proyectos culturales • Recurso Humano con experiencia • Infraestructura sencilla • Interés por la comunidad para que existan espacios de entretenimiento en la zona • Entidades Financieras con líneas de financiamiento con intereses razonables para emprendimientos y microempresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Exceso de ruido como producto de la actividad musical y danza • Escasa inversión externa que apoye a la expansión de la actividad • Procesos bastante complejos y extensos para adquirir los préstamos • Actividades artísticas-culturales del GAD de la Provincia del Carchi
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas fuentes de empleo para la población del sector • Entidades gubernamentales que brindan asesoría sobre la actividad • Apoyo de autoridades para que se conozca las actividades que el centro realizaría • Obtener financiamiento de la Corporación Financiera Nacional o el Banco Nacional de Fomento • Contribuir al manejo adecuado del tiempo libre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que el servicio que va a prestar el Centro no cumpla con las expectativas de los clientes • La mano de obra directa no asimile la asesoría • Rubros elevados para cumplir con gastos de promoción y publicidad • Recurrir a recursos ilícitos para levantar la empresa

Elaborado por: El autor

1.8. Conclusiones del diagnóstico

- Existe la apertura suficiente por parte de la población del cantón Montúfar para garantizar que la creación de un Centro de Artes Plásticas y Música tendrá la aceptación de la comunidad.
- No existe competencia directa para el centro, al identificar únicamente la presencia de una academia de música que no oferta otras actividades culturales relacionadas.
- Existen las facilidades necesarias, en cuanto a la ubicación, permisos de funcionamiento y servicios básicos para que el centro inicie sus actividades en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar.
- La población del cantón Montúfar demuestra su interés por que existan opciones de esparcimiento encaminadas a contribuir con el manejo adecuado del tiempo libre de niñas, niños y adolescentes.
- Se evidencio que en el cantón Montúfar sus habitantes si aceptan con agrado que en la zona, se cree un centro de artes plásticas y música, dirigido a niñas, niños y adolescentes con el propósito de formar músicos, bailarines, actores y artistas plásticos.
- El diagnóstico se lo efectuó a 152 hombres y 220 mujeres del cantón Montúfar, permitiendo que la recopilación de la información sea veraz y abarque la opinión de los dos géneros de la población económicamente activa PEA.
- La encuesta se la dirigió a 372 personas de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar, que representan a la población económicamente activa PEA de 12252 habitantes, y que en su mayoría se encontraba entre los 18 y 50 años de edad.

1.9. Identificación de la Oportunidad de Inversión

Luego de realizar el análisis de los diferentes variables o aspectos que convergen alrededor del proyecto, específicamente lo que se refiere a la oferta de servicios de formación en artes plásticas y música, se estableció que las condiciones de la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi son idóneas para el desarrollo del “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música, Dirigido a Niñas, Niños y Jóvenes de la Ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Plan de Negocios.

2.1.1. Definición.

El plan de negocios es un plan empresarial que se realiza cuando se tiene intención de iniciar un negocio o una compañía. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa. Además, lo utilizan para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio. (CED, 2014)

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario, intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Un factor importante para la elaboración de este plan de negocio es saber de cómo está estructurado el segmento de mercado para aplicarlo correctamente todos los fundamentos de planificación. El Plan de Negocios es hoy un instrumento esencial en el mundo para la presentación de los emprendedores y sus proyectos de empresa, y para la dirección de la misma empresa en términos de operatividad total.

2.1.2. Importancia

Anteriormente los negocios se realizaban, generalmente, con pactos verbales o simplemente, se ejecutaban sin ninguna base administrativa y organizacional. Eran empresas que se fundaban a nivel local y nadie más sabía los asuntos de ellas sino los mismos dueños.

Si la empresa fracasaba, las razones de este tropiezo muchas veces eran ignoradas porque nunca hubo un documento que programara dicho negocio y que permitiera conocer en dónde se presentó la falla, y el éxito se asociaba más a un golpe de suerte. Actualmente, a las empresas no se las apoya sólo por sus buenas intenciones.

Elaborar un plan de negocios es parte del proceso de prepararse para un negocio. Un plan de negocios no es simplemente un documento escrito rápidamente, que se hace circular una vez y que luego es dejado en una repisa llena de polvo. (Harvard Business, 2009, pág. 4)

2.1.3. Objetivos

Según Harvard Business, (2009), pág. 4, los objetivos del plan de negocios son:

- Servir de guía para iniciar un negocio o proyecto, y para poder gestionarlo: el plan de negocios nos permite planificar, coordinar, organizar y controlar recursos y actividades, y, de ese modo, ser más eficientes en la creación y gestión de nuestro negocio o proyecto, y minimizar el riesgo.
- Conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto: el plan de negocios nos permite conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio o proyecto

y, de ese modo, saber si vale la pena realizarlo, o si debemos buscar nuevas ideas o proyectos.

- Demostrar lo atractivo del negocio o proyecto a terceras personas: el plan de negocios permite demostrar ante terceros, lo atractivo y lo rentable de nuestra idea o proyecto, y, de ese modo, poder convencerlos de que nos otorguen un préstamo, de que inviertan con nosotros, o de que sean nuestros socios.
- Los objetivos plasmados fortalecen de manera incondicional para la demostración de la viabilidad que se pueda obtener en la ejecución de nuestro plan de negocio.

2.2. Empresa

2.2.1. Concepto

Según Fernández E. (2010), la empresa es la entidad que proporciona al individuo los productos y servicios que satisfacen sus necesidades. Para ello se encarga de elegir y combinar unos recursos a los que, mediante la aplicación de una determinada tecnología, somete a unos procesos de transformación física, química o espacial, para hacerlos útiles para el consumidor de los mismos. La utilidad es, por lo tanto, la capacidad que tiene un bien para satisfacer una necesidad.

2.2.2. Objetivos.

Los objetivos que una empresa puede plantearse permiten clasificarse según distintos criterios:

Por su naturaleza se pueden establecer niveles de consecución en términos. Según <http://www.crecenegocios.com/> es:

- Económicos, como beneficios, rentabilidad, relación entre los beneficios y los activos o las ventas, dividendos parte del beneficio distribuida a los accionistas o propietarios.
- Financieros, liquidez dinero en efectivo y sustitutos del mismo, endeudamiento o inversiones en otras empresas.
- Técnicos, relacionados con la faceta productiva de la empresa, como productividad, capacidad instalada, volumen de producción en condiciones normales de utilización de las instalaciones o calidad entre otros.
- Sociales, donde se incluirán objetivos de índole ecológico, de seguridad, de imagen.

2.2.3. Recursos de las empresas

Según Anzola Rojas (2012), para llevar a cabo la transformación de los materiales en servicios o productos listos para consumir por el siguiente eslabón de la cadena productiva, la empresa precisa de algunos recursos indispensables:

- **Recursos Humanos:** Que apliquen los conocimientos para posibilitar la realización del producto o servicio. Cada elemento humano poseerá un nivel de capacitación técnica en función de las tareas encomendadas en el conjunto de la organización.
- **Recursos Materiales:** Como la maquinaria y herramientas necesarias para la elaboración del producto o la prestación del servicio, además de los elementos necesarios para la actividad de apoyo a la gestión: oficina, mobiliario, ordenadores.

- **Recursos Inmateriales:** También llamados, “activos intangibles”, como la imagen de la empresa, su cultura, la marca, nombre comercial, incluidos logotipos, colores, y tipografía, las patentes, las concesiones.
- **Recursos Financieros:** Necesarios para la remuneración de la mano de obra o la reposición de los consumos en tanto en cuanto no se generen los ingresos necesarios para hacer frente a los mismos.

2.2.4. Tipos de empresas

2.2.4.1. Tipos de empresa de acuerdo a su tamaño

Según Gestipolis (2010), la clasificación de una empresa según su tamaño permite hacernos una idea de la magnitud de las operaciones, medios, influencias o herramientas de gestión que aquella pudiera tener.

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.
- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

2.2.4.2. Tipos de empresas de acuerdo a la actividad

Según Gestipolis (2010), el territorio en el que una empresa opera delimita el marco de referencia para estudiar las posibles relaciones recíprocas entre la propia organización y el entorno político, social, laboral o económico. En este sentido las empresas se clasifican en:

- **Empresas del Sector Primario:** Son aquellas que, para realizar sus actividades, usan algún elemento básico extraído de la naturaleza, ya sea agua, minerales, petróleo.
- **Empresas del Sector Secundario:** Se caracterizan por transformar a la materia prima mediante algún procedimiento.
- **Empresas del Sector Terciario:** Son empresas en que la capacidad humana para hacer tareas físicas e intelectuales son su elemento principal.

2.2.4.3. Tipos de Empresas de Acuerdo a la Procedencia del Capital

Según Ramos Aguilera (2015), se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En este sentido se clasifican en:

- **Empresas Públicas:** Son aquellas en las que el capital proviene del Estado, ya sea municipal, provincial o nacional.
- **Empresas Privadas:** Su capital proviene de particulares.
- **Empresas Mixtas:** En este caso, el capital proviene tanto de particulares como del Estado.

2.2.4.4. Tipos de empresas según el destino de los beneficios

Según Mejía Cerpa (2014), el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- **Empresas con Ánimo de Lucro:** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas.
- **Empresas sin Ánimo de Lucro:** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

2.2.4.5. Tipos de empresas de acuerdo a su forma jurídica

Según Mejía Cerpa (2014), la legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las

obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:

- **Unipersonal:** Son aquellas empresas que pertenecen a un solo individuo. Es este quien debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.
- **Sociedad Colectiva:** Son las empresas cuya propiedad es de más de una persona. En estas, sus socios responden de forma ilimitada con sus bienes.
- **Cooperativas:** Son empresas que buscan obtener beneficios para sus integrantes y no tienen fines de lucro. Estas pueden estar conformadas por productores, trabajadores o consumidores.
- **Comanditarias:** En estas empresas existen dos tipos de socios: por un lado, están los socios colectivos que participan de la gestión de la empresa y poseen responsabilidad ilimitada. Por otro, los socios comanditarios, que no participan de la gestión y su responsabilidad es limitada al capital aportado.
- **Sociedad de responsabilidad limitada:** En estas empresas, los socios sólo responden con el capital que aportaron a la empresa y no con el personal.
- **Sociedad anónima:** Estas sociedades poseen responsabilidad limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

2.3. Microempresa.

Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios. (Torres, 2013)

Las microempresas surgen de un proyecto emprendedor por parte del dueño del mismo, quien a su vez suele ser el administrador de su propia empresa. Son negocios que venden sus productos en pequeñas cantidades y no requieren de gran inversión para su funcionamiento. Estas pequeñas empresas tienen la posibilidad de crecer y generar competitividad con sus similares.

2.3.1. Requisitos

Según la Superintendencia de Compañías Ecuador (2010):

- **Trámite:** Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía. Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

- **Documentación:**
 - Solicitud de inspección (formulario que se entrega en el SRI).
 - Permiso de Bomberos.
 - En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
 - Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
 - Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
 - Registro patronal en el IESS.

- Patente Municipal.
- Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
- Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
- Planilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.
- Obtener permiso para imprimir facturas.
- Obtener el RUC.

2.3.1.1. Beneficios

Según Rojas (2012), el beneficio es el excedente de los ingresos obtenidos por la venta de los productos y servicios de la empresa de los costes que les ha ocasionado fabricarlos y prestarlos.

Una empresa que obtiene beneficio posee dos alternativas, una vez deducida la contribución al desarrollo colectivo mediante el pago de los correspondientes impuestos:

- Retribuir en formas de dividendos a las personas que han arriesgado su capital en la empresa y que esperan les sea compensado el riesgo que soportan frente a otras alternativas, como podrían ser una inversión inmobiliaria, una imposición a plazo en una entidad bancaria o una simple cuenta de ahorro.
- Incrementar su patrimonio mediante la adquisición de nuevos elementos productivos que le permitan mejorar la calidad o cantidad de su producción o, al menos, reponer la maquinaria necesaria para mantener la capacidad productiva. Para las empresas sin ánimo de lucro es la única opción posible, ya que no reparten beneficios.

2.4. Investigación de mercado.

En esta etapa de estudio o investigación de mercado, investigaremos, analizaremos y señalaremos todo lo relacionado al mercado: cuál será nuestro mercado objetivo, cuál será nuestra futura demanda, quiénes serán nuestros competidores, quiénes serán nuestros proveedores, y cuáles serán las estrategias de marketing que utilizaremos.

2.4.1. Perfil de mercado.

El perfil de mercado se puede definir como el análisis de un mercado o región específica que permite conocer las necesidades de los consumidores del segmento, su cultura, su situación geográfica, política y económica, etc. Son aspectos que definen el comportamiento de un consumidor en un determinado mercado, ya sea ante un producto existente o inexistente pero con una demanda potencial. (Vargas Belmonte, 2014, pág. 34)

Para ello debemos previamente segmentar el mercado, es decir, segmentar o dividir el mercado total que existe para nuestro producto, y seleccionar el mercado o los mercados resultantes de dicha segmentación, que sean los más atractivos para incursionar, de acuerdo a nuestra capacidad, nuestros conocimientos y nuestra experiencia.

Y una vez que hemos seleccionado nuestro mercado objetivo, pasamos a definir el perfil del consumidor que lo conforma, es decir, analizamos y señalamos sus principales características, por ejemplo, señalamos dónde se ubica, cuál es su rango de edad, cuáles son sus gustos, cuáles sus preferencias, cuáles son sus hábitos de consumo, cuáles son sus comportamientos de compra, cuáles son sus actitudes, entre otros.

2.4.2. Análisis y pronóstico de la demanda.

Según Huamán Marrufo (2014), consiste en analizar y determinar el pronóstico de nuestra demanda (o pronóstico de ventas) para un periodo de tiempo determinado (el tiempo de proyección que queramos tener para nuestro plan de negocio, usualmente de 1 a 3 años). Una vez pronosticada la demanda, pasamos a elaborar el presupuesto o proyección de ventas, que se obtiene multiplicando el pronóstico de ventas por el precio que le pondremos a nuestros productos.

2.4.3. Análisis de la competencia.

Según Arturo (2013), consiste en analizar y estudiar a nuestros competidores; en primer lugar recopilamos toda la información que sea relevante sobre ellos, luego la analizamos, y luego señalamos, por ejemplo, cuales son los líderes o los principales competidores, dónde están ubicados, cuáles son sus mercados, cuáles son sus estrategias, cuáles son sus precios, cuál es su capacidad, cuáles son sus medios publicitarios, cuáles son sus puntos de ventas, cuáles son sus fortalezas y cuáles sus debilidades.

2.4.4. Análisis de la comercialización.

Según Arturo (2013), en este punto diseñamos, desarrollamos y señalamos todas las estrategias de marketing o estrategias comerciales que aplicaremos una vez puesto en marcha el negocio, teniendo en cuenta las características del consumidor que conforma nuestro mercado objetivo, y al análisis de la competencia que hemos realizado previamente.

2.4.5. Análisis del mercado proveedor.

Según Arturo (2013), en este punto analizamos y determinamos quiénes serán nuestros futuros proveedores y posteriormente analizamos y señalamos sus principales características, por ejemplo, dónde están ubicados, cuáles son sus niveles de abastecimiento o de producción, cuáles son sus líneas de crédito, sus precios, sus garantías, sus facilidades de pago, entre otros.

2.5. Gestión Administrativa

Chiavenatto (2010), describe a la gestión administrativa como el soporte para una adecuada gestión financiera, afirmando que esta depende de que la empresa este organizado jerárquicamente de manera adecuada, garantizando que existan funciones y responsabilidad específicas acorde a cada puesto y departamento dentro de la organización.

Una correcta administración lleva consigo la toma de decisiones que guían a una organización en las diferentes etapas del proceso administrativo como son: planeación, organización, dirección y control. Por lo que un modelo de gestión es muy importante ya que en él se integran doctrinas y técnicas que conciernen a dicho proceso.

2.5.1. Proceso administrativo

Según Hernández & Pulido (2011), el proceso administrativo es el marco conceptual para administrar y gestionar una empresa mediante la planeación, organización, dirección y control para cumplir los objetivos establecidos.

Este es muy importante ya que permite comprender su dinámica de funcionamiento y las bases para el diseño de sus estructuras, procesos y controles, lo cual facilita su gestión y dirección, teniendo como eje central sus objetivos para su fundación, tanto financieros como de satisfacción de necesidades de los usuarios o clientes a los que ofrece productos o servicios. En si se creó para administrar y gestionar empresas.

2.5.2. Elementos.

Considerando a Fernández, (2009), expresa que el proceso administrativo se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen una empresa y dirigir y controlar sus actividades o tareas. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho más grande si sus trabajadores ahora conocidos como talento humano realizan su trabajo con eficiencia.

- **Planificación**

Amarú (2009), expresa que la planeación es el primer elemento del proceso administrativo por lo que es la herramienta para administrar las relaciones con el futuro; es una aplicación fundamental para el proceso de toma de decisiones.

Ya que estas buscan influir en el futuro de una empresa como una proyección impresa de la acción; por lo que toma en cuenta información del pasado y del entorno, lo cual permite organizarla, dirigirla y medir su desempeño total y de sus miembros por medio de controles que comparan lo planeado con lo realizado. En este punto se define los objetivos o resultados a alcanzar y las acciones que se van a tomar para poder alcanzarlos. La planeación consiste en fijar objetivos, políticas, normas, procedimientos, programas y presupuestos.

- **Organización**

Cardona (2009), indica que la organización consiste en dividir y asignar un determinado trabajo al talento humano de una empresa así como también atribuir responsabilidades y autoridad a cada persona.

Por lo tanto en este proceso se reparte el trabajo de acuerdo con los criterios más convenientes para de esta manera poder cumplir con los objetivos, definiendo las responsabilidades así como los niveles de autoridad y el diseño de la estructura organizacional para que dentro de una empresa no exista duplicidad tanto de tareas, funciones y autoridad.

- **Dirección**

Amarú (2009), menciona que la dirección consiste en ejecutar y cumplir todas las actividades propuestas en una organización a través de la concentración de la energía física, intelectual e interpersonal para ofrecer productos o servicios. En sí consiste en el dominio de influir en el talento humano para que por medio de la realización de estas funciones se pueda hacer efectivo el logro de las metas y objetivos planteados.

Según Anzola (2010), la dirección es la capacidad de guiar e incentivar al talento humano de una organización para conseguir los propósitos que la empresa tiene. Esto implica el logro de las metas con y por medio de las personas. Por cuanto un dirigente debe interesarse por el trabajo y las relaciones humanas. Aquí se puede realizar grupos de trabajo generando un liderazgo que encamine a toda una organización a realizar sus tareas eficaz y eficientemente con economicidad para beneficio de la misma.

- **Control**

Luthans (2009), afirma que el control es un proceso mediante el cual se produce información para tomar las mejores decisiones sobre la realización de los objetivos permitiendo mantener a una organización o a un sistema orientado hacia el cumplimiento de los objetivos. En si se puede definir como el elemento del proceso administrativo en el cual se puede comparar las diferencias existentes en lo proyectado y lo que realmente se está logrando en la organización para en base a ello buscar el óptimo cumplimiento de las metas institucionales.

2.6. Inversión y financiamiento.

Según Barrantes (2014), en esta parte se señala la inversión requerida (la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo), y el financiamiento externo requerido.” En esta etapa hacemos un listado de los activos y el capital de trabajo que vamos a requerir (en base al estudio del mercado y al estudio técnico que hemos realizado previamente) antes de iniciar operaciones, con sus respectivos costos estimados:

2.6.1. Activos.

Los activos los podemos dividir en activos fijos y activos intangibles:

- Activos fijos o tangibles: terreno y construcciones, infraestructura (local), maquinarias y equipos, herramientas, mobiliarios, otros tangibles (por ejemplo, extintores).
- Activos intangibles: gastos de puesta en marcha, gastos legales (constitución, licencia, permisos), selección y capacitación de personal, publicidad, otros intangibles.

2.6.2. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es el dinero que necesitaremos para poner en funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente. (Arturo, 2013)

2.6.3. Ingresos y egresos

Según Arnal Suria y González Pueyo (2011), en esta parte se desarrollan las proyecciones o presupuestos, incluyendo el presupuesto de ventas, el presupuesto de efectivo o flujo de caja proyectado, y el presupuesto operativo o estado de ganancias y pérdidas proyectado.

En el caso de hacer uso de financiamiento externo, haremos primero la proyección del pago de la deuda, y luego la incluiremos en las proyecciones de ingresos y egresos. Los ingresos del negocio están básicamente conformados por las ventas, mientras que los egresos incluyen:

- Egresos desembolsables: costos directos, costos indirectos, gastos de administración, gastos de ventas, gastos financieros.
- Egresos no desembolsables: depreciación, amortización de intangibles.

2.7. Gestión Financiera

Guinot, Del Valle, & Izarra (2012), describen a la gestión financiera como el control del proceso o procesos de una empresa actividad que recae en el Gestor Financiero, responsabilidad que en lo posible debe recaer en una persona que tenga amplio dominio de las actividades y el

funcionamiento de la empresa así como de bases contables y financieras para que este en la capacidad de interpretar los datos que se recaben como producto de los procesos de control.

Para poder evaluar las funciones así como la validez de los procedimientos inmersos en la gestión financiera, es indispensable que se consideren uno o varios conceptos sobre la manera adecuada de evaluar con eficiencia y credibilidad cada uno de los indicadores adoptados por la empresa como referencia de rendimiento y éxito.

Entre los principales aspectos que la gestión financiera debe atender dentro de una empresa están:

- Conocer cuál es la realidad de la empresa en cuanto a costos reales de los servicios que brinda y consume.
- Cumplimiento de los objetivos y metas institucionales de acuerdo a los egresos e ingresos que la empresa realiza con periodicidad.
- Exista una contabilidad por cada departamento para facilitar la elaboración de un análisis financiero global de la empresa.
- Identificar el porcentaje de rendimientos de las inversiones.

Para evaluar el rendimiento de la gestión financiera de una empresa es necesario que los informes internos de gestión, se encuentre bien realizados para que no exista desviación de datos y resultados erróneos que desaten la toma equivocada de decisiones que a futuro pueden perjudicar la situación actual de la empresa, comprometiendo sus recursos financieros. Entre los documentos más importantes que una empresa debe desarrollar están:

- Estados financieros.
- Índices e indicadores financieros.
- Análisis de eficiencia departamentales.

- Planes de inversión realizados a partir de los datos históricos de la empresa.
- Planes para reducir los costos por departamento.
- Análisis de impacto del negocio.

2.7.1. Evaluación Financiera.

Ramírez Padilla (2010), describe a la etapa del estudio financiero, como el proceso de evaluación de la factibilidad y la rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los estudios de la inversión y el estudio de los ingresos y egresos que hemos realizado previamente. Para la evaluación del proyecto, además de medir la rentabilidad del proyecto con respecto a la inversión y el periodo de recuperación de ésta, lo usual es hacer uso de los indicadores financieros de rentabilidad del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno (VAN y TIR).

2.7.1.1. Estado de Resultados

Según Ramírez Padilla (2010), el estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio. La primera parte consiste en analizar todos los elementos que entran en la compra-venta de mercancía hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas.

Esto quiere decir la diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas. Para determinar la utilidad o pérdida en ventas, es necesario conocer los siguientes resultados:

- Ventas netas
- Compras totales o brutas
- Compras netas
- Costo de lo vendido

2.7.1.2. Estado de Evolución del Patrimonio

Según Ramírez Padilla (2010), el estado de cambio en el patrimonio neto, es el estado que suministra información acerca de la cuantía del patrimonio neto de un ente y de cómo este varía a lo largo del ejercicio contable como consecuencia de:

- Transacciones con los propietarios (Aportes, retiros y dividendos con los accionistas y/o propietarios).
- El resultado del período.
- El resultado del período se denomina ganancia o superávit cuando aumenta el patrimonio y pérdida o déficit en el caso contrario.

2.7.1.3. Estado de Flujo de Efectivo

Según Ramírez Padilla (2010), la información acerca de los flujos de efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como sus necesidades de liquidez. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la empresa tiene para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición.

Existen dos métodos para exponer este estado. El método directo y el indirecto.

- El directo expone las principales clases de entrada y salida bruta en efectivo y sus equivalentes, que aumentaron o disminuyeron a estos.

- El método indirecto parte del resultado del ejercicio y a través de ciertos procedimientos se convierte el resultado devengado en resultado percibido.

El resultado que se obtiene puede ser positivo o negativo. La importancia de este estado es que nos muestra si la empresa genera o consume fondos en su actividad productiva. Además permite ver si la empresa realiza inversiones en activos de largo plazo como bienes de uso o inversiones permanentes en otras sociedades.

2.7.1.4. Evaluadores financieros

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

Según Otero, María (2010) la tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

- **Valor Actual Neto (VAN)**

El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las Pymes.

Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

- **Relación beneficio/costo (b/c).**

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

Al mencionar los egresos presente neto se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

- **Punto de Equilibrio (PE).**

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

2.8. Marketing

“El marketing es un proceso de planificación y ejecución mediante el cual se satisfacen las necesidades y deseos de los integrantes del mercado por medio de la creación e intercambio de productos u otras entidades de valor” (Vargas Belmonte, 2014, pág. 56)

2.8.1. Elementos de Marketing.

- Necesidad: La necesidad es un estado de carencia con el ánimo de satisfacerla, y el deseo, la forma de hacerlo. La primera es inherente al ser humano, es decir, existe desde siempre, mientras que el deseo está influido por condicionantes cultural o educativo.
- Mercado: El mercado está compuesto por el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerla a través del intercambio de otros elementos de valor.
- Producto: Se denomina producto a todo aquello capaz de satisfacer un deseo. El producto tendrá una apariencia tangible, esto es,

podemos hablar de una entidad física, pero también puede presentarse como objetivos intangibles.

- Utilidad: Relacionando con la idea anteriormente expuesta está el concepto de utilidad, entendida como la capacidad de un producto para satisfacer una idea o deseo.
- Intercambio: En la comunicación establecida entre dos partes con el objeto de cada una de ellas obtenga de la otra algo que valora. El intercambio, al que hay que entender como un proceso, es indispensable para la existencia del marketing, ya que no basta con la existencia de una necesidad no satisfecha y de un producto que tenga las cualidades de hacerlo, sino que además, cada parte debe poder comunicar lo que posee.

2.9. Cultura

2.9.1. Definición de Cultura

Las concepciones de cultura son diversas. Una concepción amplia afirma que ésta no es solo el conjunto de actividades y productos materiales e intelectuales que distinguen a una sociedad de otra. Cultura también es la suma de respuestas colectivas a necesidades vitales, íntimamente estructuradas, con carácter histórico-social-acumulativo y dinámico. Esta concepción señala que, la cultura es una actividad de creación y ejecución intelectual que incluye bienes materiales e inmateriales.

Según la UNESCO, Cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además, las artes y las letras, los

modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

2.10. Gestión Cultural

2.10.1. Fundamentos

Es organizar el trabajo plasmado en un proyecto dentro de los tiempos previstos, los objetivos, las metas y los costos calculados en la planificación estratégica, en el cual están involucrados todos los recursos de la organización cultural.

Para gestionar los proyectos culturales de deben tomar en cuenta los siguientes parámetros:

- **Gestionar la Calidad.-** Significa asegurar la calidad del proyecto y verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos.
- **Gestionar las Personas.-** Tiene que ver con las personas que van a intervenir en el proyecto, normalmente no se planifica los recursos humanos, sin embargo es fundamental en cualquier proyecto.
- **Gestionar las Comunicaciones.-**Significa diseñar, implementar y controlar adecuadamente la información relativa al proyecto. La mala comunicación puede significar la muerte prematura de un proyecto.
- **Gestionar el Riesgo.-** Supone estar atento a las posibles amenazas para minimizarlas, y estar expectante a posibles soluciones para potenciarlas y rectificar adecuadamente el curso del proyecto.
- **Gestionar las Compras.-**Es vital garantizar la logística y su correcta gestión, en si es proveernos de los recursos necesarios para que el proyecto sea posible.

- **Gestionar los Conflictos.-** Implica desarrollar mecanismos para conocer el origen de los conflictos, manejarlos y resolverlos de manera que se constituyan en momentos de aprendizaje para la mejor implementación del proyecto.

2.10.2. Gestión Cultural Estatal

Es una responsabilidad que el Estado asume frente a las manifestaciones y expresiones artísticas y culturales. Las políticas estatales se encaminan a la conservación y difusión de la cultura. La gestión cultural estatal ha sufrido modificaciones a lo largo de la historia y se refleja en los acuerdos, convenios e instrumentos internacionales.

La gestión cultural estatal concibe a la promoción cultural, al igual que a la gestión, como funciones intrínsecas de los gobiernos, relacionadas con las tareas de construcción de las instituciones del Estado, particularmente con las instituciones educativas, patrimoniales y de difusión de la cultura y las artes.

2.10.3. Gestión Cultural Privada

Una de las funciones de la empresa privada ha sido el financiamiento y promoción de proyectos culturales. Un claro ejemplo de ello fue el mecenazgo que cobró gran importancia en la Edad Media de Europa. Gracias a él, los sectores más pudientes aportaban económicamente para la realización de diversas obras de arte.

El papel de la empresa privada en la actualidad se vincula con otras alternativas de financiamiento que, consiste de la necesidad de las organizaciones culturales de difundir y comercializar sus productos, bienes y servicios culturales, aporta con recursos y dinero a la actividad cultural. Esta preocupación por la gestión cultural es parte de la

responsabilidad social empresarial que pretende devolver a la sociedad lo que recibe de ella.

2.10.4. Gestión Cultural Comunitaria

Es el resultado del proceso de participación de una comunidad en todas las fases de un proyecto. Uno de los ejes centrales de la gestión comunitaria es el empoderamiento de las comunidades, esto es, que las comunidades sean capaces de administrar y operar con criterios de eficiencia y equidad social y de género. Las comunidades toman las decisiones relacionadas con la administración de los recursos (técnicos, financieros, de personal), y establecen relaciones horizontales con los organismos gubernamentales y no gubernamentales que apoyan su trabajo.

La gestión comunitaria se consolida en la constitución de una organización cuyos miembros tienen la representación legítima de la comunidad y defienden sus intereses.

2.10.5. Gestor Cultural

2.10.5.1. Perfil del Gestor Cultural

La labor del gestor es diferente de la de un administrador o un gerente. El administrador de una empresa o de una institución cultural es una persona que está al servicio de una organización, que sabe claramente lo que tiene y lo que quiere. Ese administrador se encarga de poner en óptimas condiciones esa relación, para hacerla lo más rentable posible.

El gestor cultural engloba al administrador y al gerente, pero además tiene otras tareas, como gestar proyectos y llevarlos con éxito en su desarrollo. El gestor cultural se hace en la práctica y en el estudio; en la

combinación de su ser en la vida cotidiana con el desarrollo intencional de competencias para su intervención en la vida social desde la perspectiva del desarrollo cultural. Los gestores culturales son agentes de cambio que responden a circunstancias culturales diversas, a continuación se establece el perfil mínimo del gestor cultural para garantizar la calidad, continuidad y consistencia de su trabajo:

- Ampliar la mirada cultural que consiste en la búsqueda del sentido a partir de la propia mirada, para comprender a los otros en su ambigüedad cultural.
- Mantener una actitud comprometida y propositiva en su trabajo cultural.
- Analizar y conocer el contexto social y político donde se va a desarrollar el trabajo cultural.
- Reconstruir su propio conocimiento en función al contexto social de su calidad.
- Desarrollar la habilidad de nutrirse con el estudio e investigación e investigación a fin de conocer y manejar los elementos necesarios para mantener actualizado el conocimiento de la realidad en la que se trabaja.
- Actualizarse en las nuevas teorías y tecnologías que van apareciendo ya que los procesos del conocimiento cultural están en constante cambio.
- Estar abierto y conocer las nuevas metodologías, especialmente en comunicación (textos electrónicos, programas, archivos, redes, dispositivos, depósitos de documentos, clubes de discusión, foros, entre otros).
- Mantener una actitud de disposición de aprender de otros y apoyarse en su equipo de trabajo.
- Comunicarse con claridad, para comprometer a los demás en las tareas culturales que se buscan.

2.11. Centro de Artes Plásticas y Música

Figueras, (2014) describe a las artes plásticas como una forma especial de la conciencia social caracterizada por una aprehensión estética de la realidad. Las artes plásticas son un poderoso instrumento del conocimiento y una fuerza social inmensa, su carácter específico se manifiesta en la capacidad de reflejar y reproducir la realidad, perceptible por medio de los sentidos.

Las artes plásticas constituyen un proceso transformador, pueden ser observadas desde diferentes aristas e incrementando sus características, estilos y formas de expresión, en la medida que el hombre como ser social perfecciona sus condiciones de vida. Las artes plásticas abarcan varias actividades como la pintura y el teatro.

En relación a lo antes expuesto un centro de artes plásticas, es la institución u organización dedicada a ofertar preparación y espacios apropiados para el aprendizaje de actividades relacionadas con el desarrollo artístico. Por lo general estos centros de artes plásticas añaden como actividades complementarias a la música y la danza

2.11.1. Pintura

El arte es la creación y representación estética de cada pueblo dentro de un contexto histórico, socioeconómico y político. No es exclusivo de una determinada cultura o de un grupo social dominante. Es la construcción permanente de nuestra vida, que se expresa en las tradiciones y costumbres cotidianas y no solo en los géneros establecidos desde la institucionalidad cultural. Se denomina arte a la actividad o producto a través del cual el ser humano expresa y transmite ideas, emociones o, en general, una visión del mundo. El arte involucra a las

personas que lo practican y a quienes lo perciben, constituye una de las manifestaciones de la cultura.

2.11.2. Danza

Se emplea para referir un baile, es decir, justamente con el término de baile, la palabra que nos ocupa es empleada para denominar a aquel tipo de arte que se caracteriza por movilizar nuestro de cuerpo al ritmo de una música, que es la que marcará la intensidad de ese movimiento.

Cabe destacarse que la danza puede ostentar una finalidad artística, de recreación, entretenimiento o religiosa.

2.11.3. Teatro

Es la rama de las Artes escénicas relacionada con la actuación, que representa historias actuadas frente a la audiencia usando una combinación de discurso, gestos, escenografía, música, sonido y espectáculo. Es también el género literario que comprende las obras concebidas para un escenario, ante un público.

Hoy en día el concepto de teatro ha adquirido al menos dos nuevos significados, en primer lugar se lo relaciona con aquellos espacios utilizados con el fin de representar una obra dramática o cualquier tipo de espectáculo que requiera del uso del escenario. Una segunda acepción de esta palabra lo define con el arte, como género literario escrito de manera dialogada, creado con la idea de ser representado.

2.11.4. Música

San Agustín dice: La música es el arte de mover bien (se comprende los sonidos y los ritmos). Podemos decir que la música es el arte y la

ciencia de pensar con los sonidos; de comunicar nuestros propios sentimientos y de producir otros sentimientos en los oyentes.

La música es ciencia, porque se sujeta a reglas precisas de acústica y matemáticas; la música es arte porque las combinaciones que los compositores realizan con los sonidos son innumerables y de un buen gusto que no tiene límites.

La organización coherente de los sonidos y los silencios nos da los elementos fundamentales de la música, que son la melodía, la armonía, la métrica y el ritmo.

- La melodía es un conjunto de sonidos que suenan sucesivamente uno después de otro, y que se percibe con identidad y sentido propio. También los silencios forman parte de la estructura de la melodía, poniendo pausas al "discurso melódico".
- La armonía regula la concordancia entre sonidos que suenan simultáneamente y su enlace con sonidos vecinos.
- La métrica se refiere a la pauta de repetición a intervalos regulares y en ciertas ocasiones irregulares de sonidos fuertes o débiles y silencios en una composición.
- El ritmo es el resultado final de los elementos anteriores a veces con variaciones notorias; es la capacidad de generar contraste en la música provocado por las diferentes dinámicas, timbres, texturas y sonidos.

Otros parámetros de la música son: la forma musical, la textura musical y la instrumentación.

2.11.4.1. Desarrollo de la música en San Gabriel

La investigación que realizó Segundo Luis Moreno, en el año de 1930, en la fiesta de Corpus Cristi de Chután Bajo, es determinante para que en la actualidad podamos hablar de la música Pasto. A la vez, la investigación etnomusical de Juan Mullo en 1991, realizada en la misma comunidad, aporta entre otras cosas, el análisis de un instrumento sonoro denominado “el churo” que sirve para convocar a las mingas de la comunidad.

La fiesta de Corpus Cristi del cabildo de Chután Bajo en el cantón Montúfar, producto de la armonía entre un agradecimiento a la madre tierra y la adoración al cuerpo de Cristo, es donde podemos encontrar elementos de la música y danza de los Pastos. Los pueblos originarios de Los Andes, por lo general utilizaban a la música y la danza para celebrar los ciclos agrícolas. No es coincidencia que el Corpus de Chután Bajo se celebre en el mes de junio, tiempo en que otras culturas andinas hacen su agradecimiento a la tierra en diferentes formas.

Actualmente se encuentran tres composiciones registradas de música Pasto, en el lado ecuatoriano; dos por parte de Segundo Luis Moreno y una registrada por Juan Mullo Sandoval. Es clara la diferencia de la música de los grupos de Imbabura y la utilizada por el Corpus Cristi de Chután Bajo en Carchi. Mientras las primeras tienen una ascendencia Inca, la de Chután Bajo se vincula con las expresiones de los pueblos Pastos.

2.12. Administración de Centros de Arte y Cultura

2.12.1. Modelos de Administración para Centros de Arte y Cultura

Para definir el modelo de administración de nuestros proyectos culturales, debemos remitirnos a los principios y valores que animan nuestro trabajo de gestores culturales. Así las estructuras administrativas – financieras y organizacionales de las que nos proveemos reflejarán nuestro posicionamiento solidario, pluralista y diverso.

2.12.2. Tipos de administración en el ámbito cultural

- Administración centrada en las personas, a manera de una organización informal cerrada, como si se tratase de grupos de amigos que se organizan en torno al logro de propósitos comunes, sin definir compromisos ni identificar los procesos.
- Administración que depende del sentido de responsabilidad de los grupos sociales con lo cultural; son organizaciones que esperan que el compromiso ciudadano sea responsable de lo cultural.
- Administración centrada en el desarrollo organizacional que busca establecer sistemas abiertos; son organizaciones motivadas por el cambio no solamente de su estructura formal, sino del comportamiento de los participantes y sus relaciones interpersonales.
- Administración abierta con modelos más o menos definidos y que interactúan dinámicamente con el ambiente y con las comunidades, cuyos subsistemas denotan una compleja interacción interna y externa.

2.12.3. Proceso Administrativo en la Gestión Cultural

La administración es la conducción racional de las actividades de una organización, es decir, la correcta disposición de bienes y recursos (humanos, financieros, tecnológicos, materiales y de información), para potenciar la existencia, supervivencia, crecimiento y desarrollo de las organizaciones en la consecución de utilidad o ganancia.

Es determinante contar con un proceso administrativo claro y sistemático, que disponga de recursos financieros, técnicos y humanos suficientes para la ejecución del proyecto. Esto significa que debemos contar con una estructura organizacional que permita el funcionamiento de las organizaciones culturales.

Todo proceso administrativo busca articular las finalidades y los objetivos que pretenden alcanzar las organizaciones culturales, sin convertir en obstáculo las distintas miradas filosóficas, políticas o ideológicas que caracterizan la concepción del trabajo cultural.

El proceso administrativo debe considerar tres momentos importantes:

- Conformación de equipos de trabajo;
- División del trabajo al interior de la organización; y,
- Provisión de recursos técnicos y económicos: lugar de trabajo, capital, información, medios de trabajo (equipo, herramientas, recursos, entre otros).

Para desarrollar los procesos administrativos citados, las organizaciones culturales deben ser flexibles, ágiles y con capacidad de adaptación. Deben desarrollar bases tecnológicas para tener acceso a la información y responder adecuadamente a las necesidades y aspiraciones que les presentan las comunidades y el ambiente.

Para que el modelo gerencial escogido sea eficiente, necesitamos la siguiente información:

- Información económica y financiera que oriente la elección de las estrategias más convenientes a largo plazo y facilite la toma de decisiones en el corto plazo.
- Esta información financiera también condiciona, como en cualquier organización, las operaciones cotidianas, permite a la dirección no perder de vista los temas centrales y brindarles atención inmediata.
- Una buena planeación financiera a la cual estén ligados los presupuestos, como resultado de un buen manejo del proceso gerencia, en donde se establecen los objetivos, estrategias y planes.
- El presupuesto puede definirse como la presentación ordenada de los resultados previstos de un plan, un proyecto o una estrategia. No existe una herramienta administrativa que ofrezca tanta dirección operacional como un presupuesto bien planeado.

2.13. Glosario de términos

- **Activos.**

Es un recurso controlado por la empresa como resultado de sucesos pasados, del que la empresa espera obtener, en el futuro, beneficios económicos. (Marcotrigiano, 2011)

- **Administración.**

Conjunto ordenado y sistematizado de principios, técnicas y prácticas que tiene como finalidad apoyar la consecución de los objetivos de una

organización a través de la provisión de los medios necesarios para obtener los resultados con la mayor eficiencia, eficacia y congruencia; así como la óptima coordinación y aprovechamiento del personal y los recursos técnicos, materiales, financieros y del tiempo. (Isis, 2015, pág. 12)

- **Capital de Trabajo.**

Recursos que permiten a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Son los recursos que genera la empresa para mantener su operación natural. Se considera que junto a las estrategias de mercadotecnia, son las dos herramientas básicas y estratégicas de mercadotecnia, son las dos herramientas básicas y estratégicas para hacer un negocio rentable y que al fallar alguna de las dos o las dos, de seguro llevan a la quiebra a la empresa. (Isis, 2015, pág. 18)

- **Comercializar.**

Acción de convertir algo en un objeto comerciable mediante la implementación de procedimientos ágiles y adecuados de producción, envasamiento, presentación al público para que pueda adquirirlo. Planificación y promoción de venta de artículos. (Isis, 2015, pág. 22)

- **Costo.**

Es el importe de efectivo o medios líquidos equivalentes pagados o bien el valor razonable de la contraprestación entregada, para comprar un activo en el momento de su adquisición o construcción de la empresa. (Richard & Stewart, 2012, pág. 34)

- **Demanda.**

La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente, la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. (Mcgraw, Hill, 2009, pág. 62).

- **Egresos.**

Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, y siempre supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. (Richard & Stewart, 2012, pág. 45)

- **Financiamiento.**

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, entre otros. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse. (Heredia, 2014)

- **Ingresos.**

Son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a los largo del período contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio. (Heredia, 2014)

- **Inversión.**

Es un activo poseído por la empresa con la finalidad de incrementar su riqueza por medio de los réditos producidos (tales como intereses, regalías, dividendos y otras rentas), para conseguir su revalorización o para la obtención de otros beneficios para la empresa inversora, tales como los que se derivan de las relaciones comerciales. (Zambrano Melo, 2010)

- **Marketing.**

Área de la economía de empresa que analiza los gastos del consumidor y trata de llegar a una estimación de la demanda desagregada según niveles de renta, difusión espacial, precios y otras características del mercado incluida la comercialización de productos. (Vargas Belmonte, 2014, pág. 69)

- **Mercado.**

Lugar donde se reúnen los compradores y vendedores, generalmente las bolsas de valores. Oferta y demanda de un título o artículo determinados. Disponibilidad de las acciones de cualquier título. Promoción de un producto o título. (CED, 2014)

- **Oferta.**

Cantidad de determinado bien que un individuo está dispuesto a desprenderse en un momento, lugar y precio determinado. La posibilidad de establecer económicamente si un bien es escaso se efectúa en relación con su demanda. (Bahillo, 2011)

- **TIR.**

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. (Enciclopedia Financiera, 2015)

- **VAN.**

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada. La inversión será aconsejable si su VAN es positivo. $VAN = \text{Valor actual de todos los cobros} - \text{Valor actual de todos los pagos}$. (Enciclopedia Financiera, 2015)

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que van a condicionar el proyecto. Su finalidad es demostrar que existe un número suficiente de individuos, empresas y otras entidades económicas que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda ya sea de bienes o servicios que justifican la puesta en marcha de un programa de producción en cierto periodo.

Se deben cumplir determinadas acciones para garantizar la calidad del estudio de mercado que se constituye en la base del proyecto y que sustentara a las siguientes acciones:

- Identificar agentes y variables más importantes que intervienen en el mercado del producto que va a ofrecer el proyecto.
- Crear o acceder a la información más precisa sobre su comportamiento.
- Procesar y analizar dicha información.
- Proyectar su comportamiento.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo General

Determinar el comportamiento de la oferta y la demanda mediante una investigación de mercado efectuada en las parroquias urbanas y rurales del cantón Montúfar, para la posible creación de un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Conocer el mercado objetivo para confirmar o negar la existencia de un nicho de mercado.
- Definir el consumidor, sus preferencias respecto a precio, plaza, producto y promoción.
- Determinar el comportamiento del mercado en los centros culturales del sector.
- Estimar la demanda insatisfecha en el sector de educación para aficionados en artes plásticas y música.
- Estimar el precio que el potencial consumidor estaría dispuesto a pagar por el servicio.
- Investigar el medio de comunicación más idóneo en el sector para la promoción y difusión del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música.

3.3. Identificación de las Variables Diagnósticas

Para este estudio de factibilidad se identificaron las siguientes variables diagnósticas que determinan aspectos para el estudio y análisis.

- Oferta
- Demanda

- Servicio
- Precio
- Comercialización

3.3.1. Indicadores de las Variables

Cada variable fue medida en base a subaspectos, que se constituyen en los indicadores de cada una de las variables.

3.3.2. Oferta

- Actividades artísticas y culturales que se realizan normalmente y de manera continua en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi.
- Entidades Públicas y Privadas de la ciudad de San Gabriel que se dedican a la actividad económica de prestación de servicios artísticos-culturales.

3.3.3. Demanda

- Población de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar que se encuentra interesada en la propuesta de la formación artística-cultural en las áreas de la música, artes plásticas, danza y teatro.
- Hábitos de consumo en actividades de entretenimiento y recreación de la población del cantón Montúfar.
- Segmento del mercado al que se dirige el estudio de factibilidad.

3.3.4. Servicio

- Identificación de las preferencias de los servicios de formación artística-cultural que desea las niñas, niños y jóvenes de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar.

- Estructuración del servicio, modalidades y horarios de los diferentes talleres que ofrecerá el Centro de Artes Plásticas y Música

3.3.5. Precio

- Identificación del rango de precios que tiene un nivel de aceptación en la población de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar.
- Estimación de las formas de pago del servicio de formación artística-cultural.

3.3.6. Comercialización

- Conocimiento de los medios publicitarios que tienen mayor acogida dentro de los habitantes de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar.
- Determinación de las estrategias de publicidad para la promoción y difusión del Centro de Artes Plásticas y Música.

Tabla 9: Matriz de relación diagnóstica de las variables

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Técnicas	Fuentes de Información
Determinar las actividades artísticas y culturales que se realizan normalmente y de manera continua en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de actividad artística-cultural • Entidades de servicios artísticos-culturales 	Observación directa Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento Cultural Arrayan
Identificar la población de la ciudad de San Gabriel y del	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos de consumo • Tamaño de la demanda 	Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> • Población de la ciudad de San

cantón Montúfar que se encuentra interesada en la propuesta de la formación artística-cultural en las áreas de la música, artes plásticas, danza y teatro.		<ul style="list-style-type: none"> • Segmentación del mercado 		Gabriel y del cantón Montúfar
Identificar las características del servicio artístico-cultural.	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Características • Preferencias • Tipos de servicio 	Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> • Población de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar
Identificar el rango de precios que tiene un nivel de aceptación en la población de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de precios • Fijación de precios • Formas de pago 	Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> • Población de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar
Determinar las estrategias de publicidad para la promoción y difusión del Centro de Artes Plásticas y Música.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de ventas • Publicidad 	Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> • Población del cantón Montúfar • Actores Culturales

Elaborado por: El autor

3.4. Tabulación de la Encuesta y Análisis de Resultados

1.- ¿Cuál es el nivel de ingresos familiares?

Tabla 10: Ingresos familiares

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 100 a 400 Usd	109	28%
De 401 a 700 Usd	141	39%
De 701 a 1000 Usd	91	24%
Más de 1000 Usd	31	9%
Total	372	100%

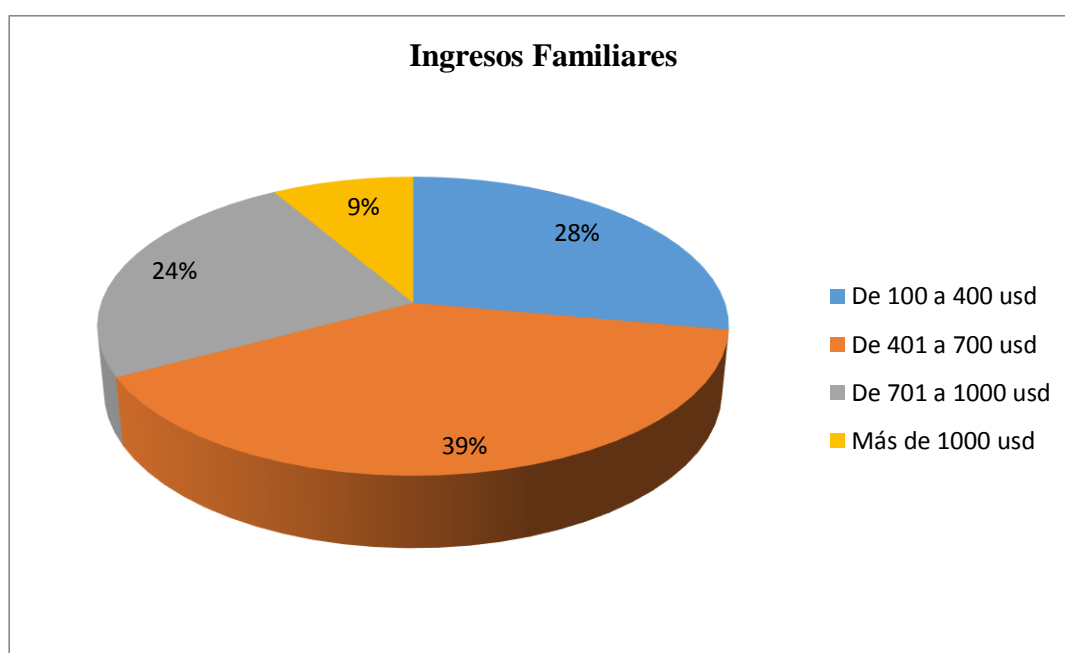


Figura 6: Ingresos familiares

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

El nivel de ingresos de la población encuestada en el cantón Montúfar afirma que sus ingresos, se sitúan entre los 401 y 700 dólares. En menores porcentajes manifestaron que sus ingresos están entre 701 y más de 1000 dólares mensuales. En un mínimo porcentaje situaron sus ingresos entre 100 y 400 dólares.

2.- ¿Qué cantidad usted destina mensualmente a distracciones de tiempo libre como: eventos culturales, paseos, fiestas, deportes entre otros?

Tabla 11: Inversión entretenimiento

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 15 Usd	49	13%
De 16 a 30 Usd	91	24%
De 31 a 45 Usd	102	29%
De 46 a 60 Usd	87	23%
De 61 a 75 Usd	27	7%
Más de 75 Usd	16	4%
Total	372	100%

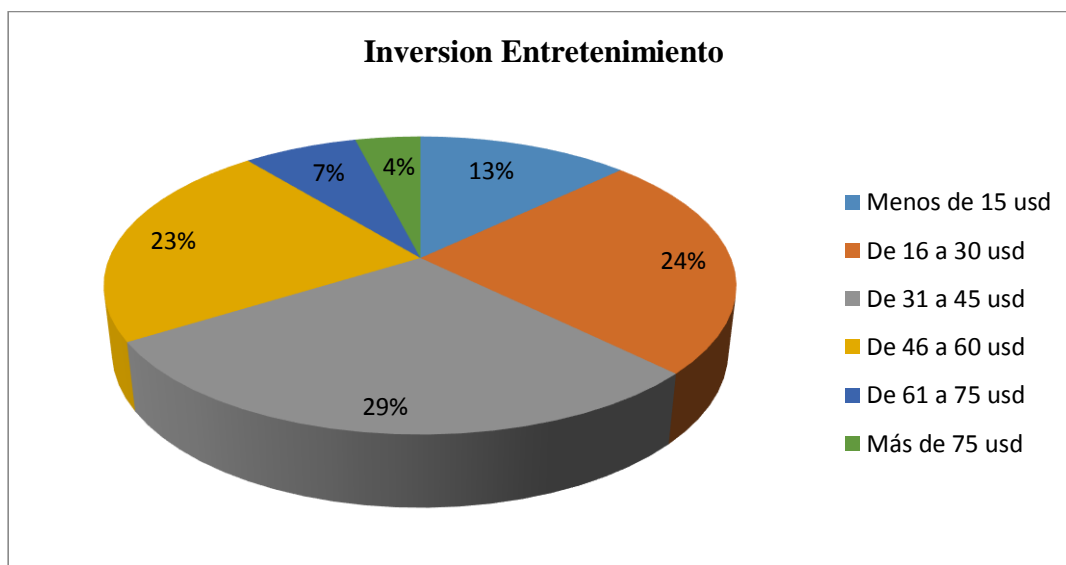


Figura 7: Inversión entretenimiento

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

El resultado de las encuestas permiten evidenciar que la población analizada gasta entre 31 y 45 dólares para invertir en actividades de entretenimiento, lo que significa que los habitantes del cantón Montúfar gusta de las actividades culturales y artísticas.

3.- ¿Estaría usted dispuesto a invertir parte de sus gastos de entretenimiento en actividades de aprendizaje cultural?

Tabla 12: Invertir en actividades de aprendizaje

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	273	74%
No	99	26%
Total	372	100%

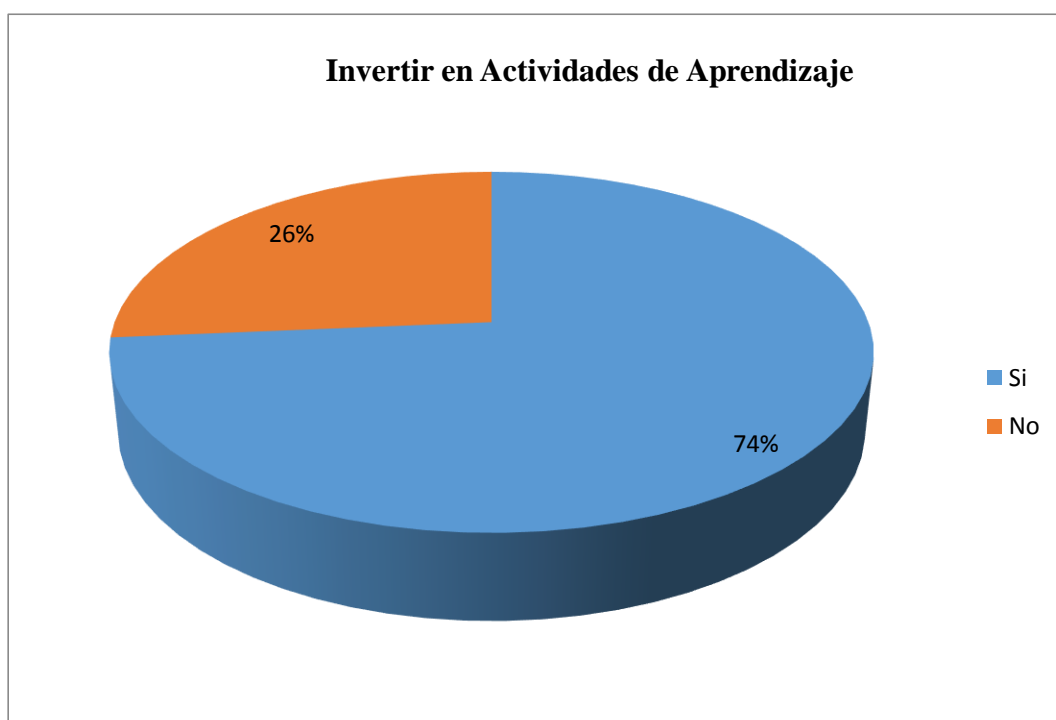


Figura 8: Invertir en actividades de aprendizaje

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Un gran porcentaje de la población encuestada se mostró dispuesta a invertir en actividades de aprendizaje y más si éstas están relacionados con la práctica de actividades culturales relacionadas con las artes plásticas y la música, como estrategia para optimizar el manejo del tiempo libre, lo que demuestra que el proyecto es viable.

4.- ¿Conoce usted de la existencia de un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel?

Tabla 13: Conoce otro centro de formación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	118	31%
No	254	69%
Total	372	100%

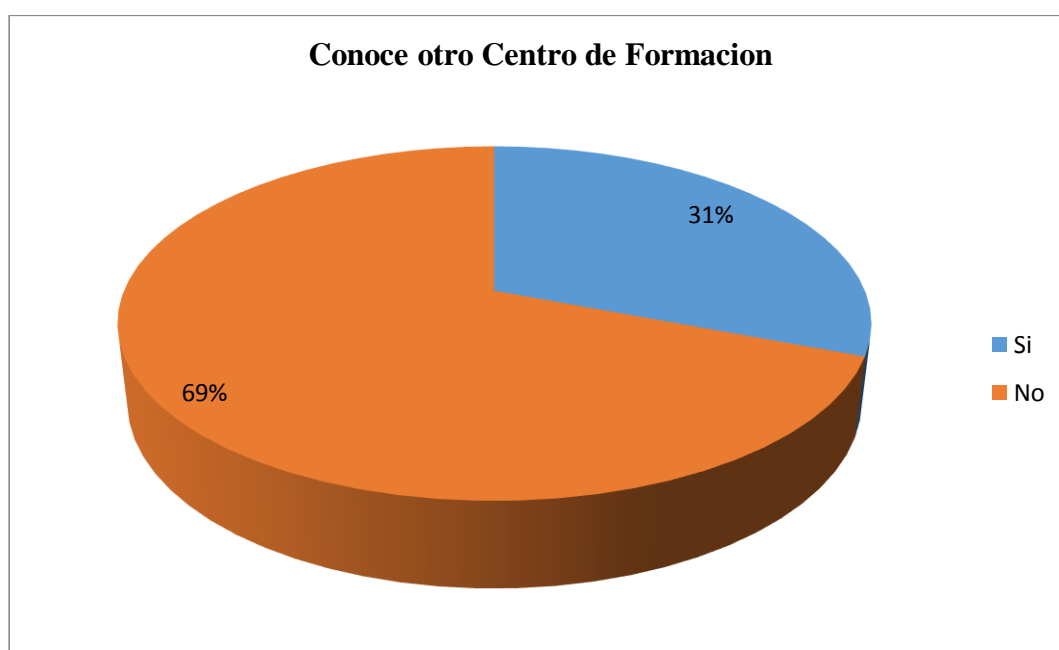


Figura 9: Conoce otro centro de formación

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

La población en un gran número afirmó conocer otro centro de formación en artes y cultura, en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, su nombre es Movimiento Cultural Arrayan, este centro oferta únicamente cursos de música y canto de manera permanente, lo que garantiza que la creación de un centro con más opciones culturales tendrá la aceptación de la comunidad.

5.- ¿Le gustaría a usted que en la ciudad de San Gabriel se creara un centro de formación en artes plásticas y música?

Tabla 14: Creación de un centro de formación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	81%
No	72	19%
Total	372	100%

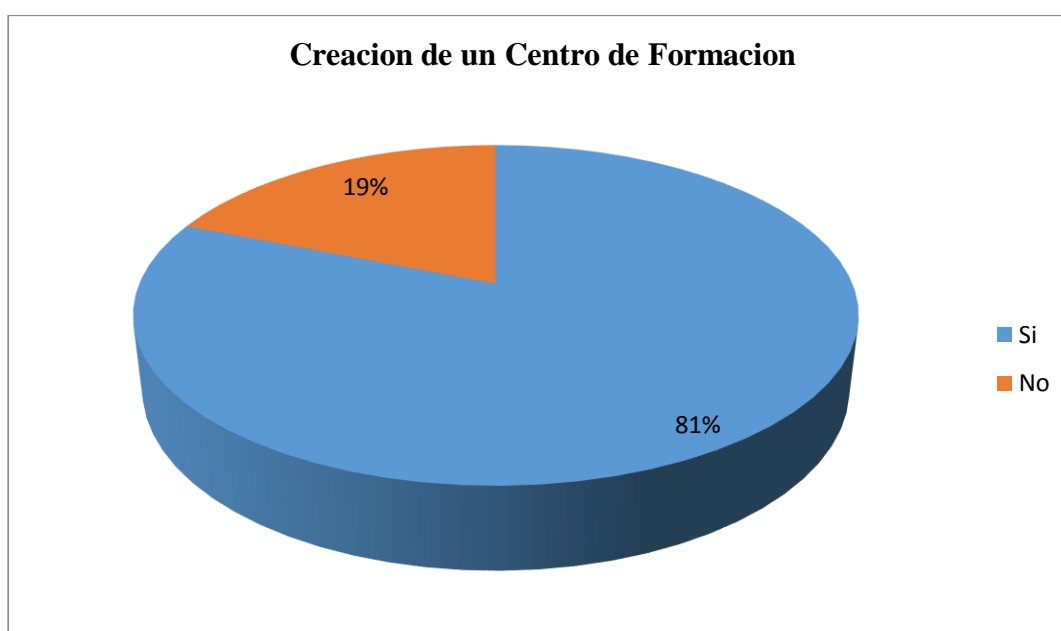


Figura 10: Creación de un centro de formación

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Los encuestados mostraron su interés ante la posibilidad de que exista un centro de artes plásticas y música en la localidad, como una alternativa para alejar a los niños y adolescentes de las calles. Además de ser un atractivo para los padres que sus hijos aprendan y se perfeccionen en la interpretación de algún instrumento, técnicas de pintura y danza en diferentes ritmos.

6.- ¿Qué nivel de importancia le da usted a la creación de un centro de formación en artes plásticas y música?

Tabla 15: Importancia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	34	10%
Medio importante	53	14%
Importante	147	40%
Muy Importante	138	36%
Total	372	100%

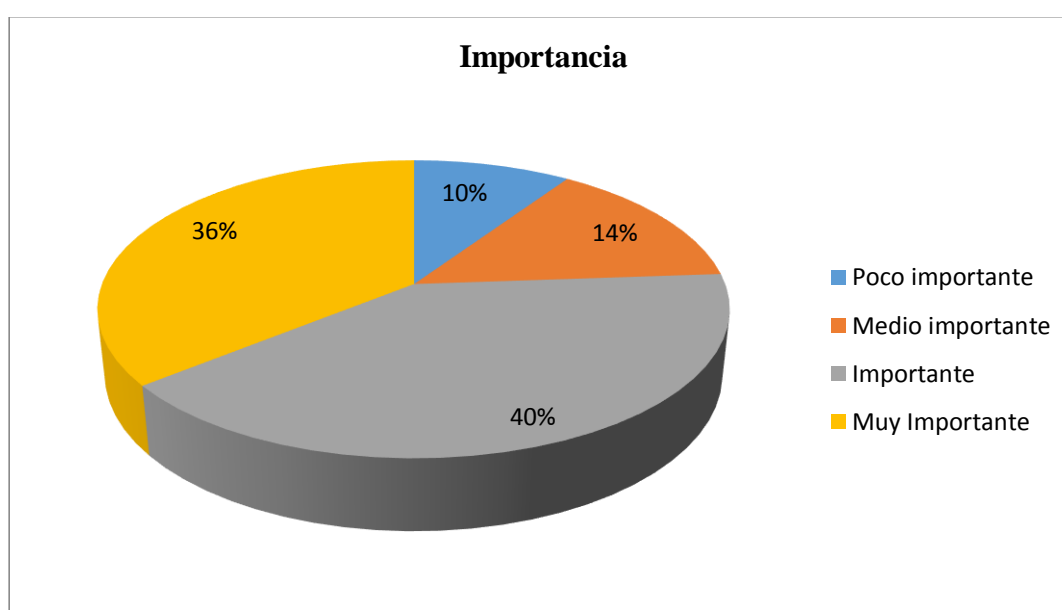


Figura 11: Importancia

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Con los datos obtenidos en esta interrogante, se puede corroborar la información proporcionada por los encuestados anteriormente y permite afirmar que la creación de un centro de artes plásticas y música en San Gabriel, es un tema de gran relevancia e importancia para la comunidad, por el impacto que su presencia originaria en la sociedad.

7.- ¿Según usted que características debería tener un centro de formación en artes plásticas y música?

Tabla 16: Características

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelencia académica	38	10%
Profesores capacitados	110	31%
Buena infraestructura	46	12%
Flexibilidad de horarios	42	11%
Excelente atención	57	15%
Prestigio y renombre	27	7%
Facilidad de pago	36	9%
Facilidad de parqueo	16	5%
Total	372	100%

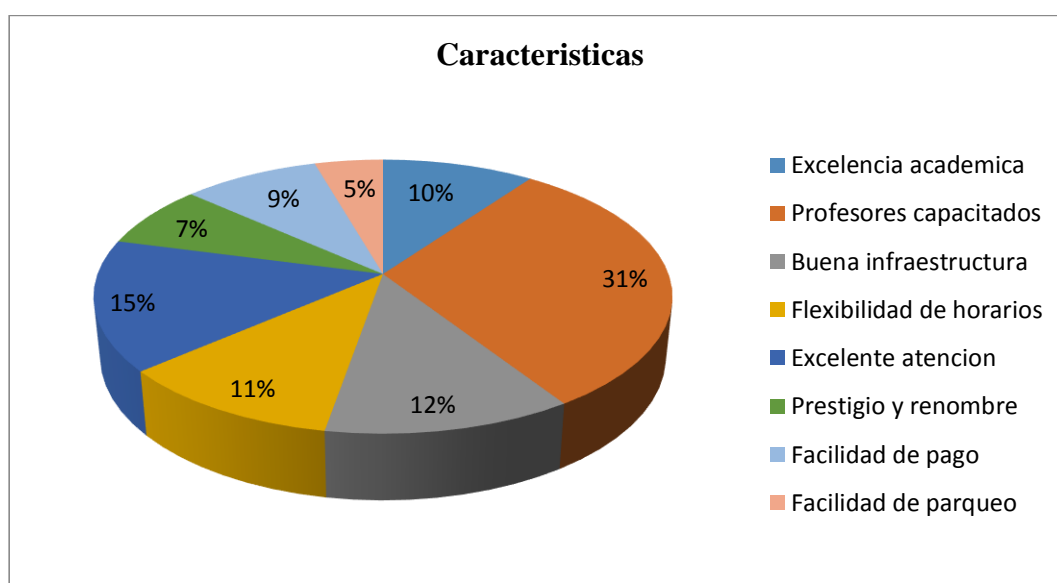


Figura 12: Características

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Al preguntar sobre las características que debe tener un centro de artes plásticas y música, para asegurar que la población acuda a sus instalaciones, los encuestados manifestaron que la excelencia académica y la infraestructura adecuada son los factores más importantes.

8.- ¿Cuál de las siguientes áreas le parece a usted de mayor interés?

Tabla 17: Áreas de mayor interés

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Escultura	8	3%
Pintura	76	20%
Cerámica	12	3%
Pirograbado	0	0%
Música	231	63%
Teatro	16	4%
Danza	20	5%
Manualidades	9	2%
Total	372	100%

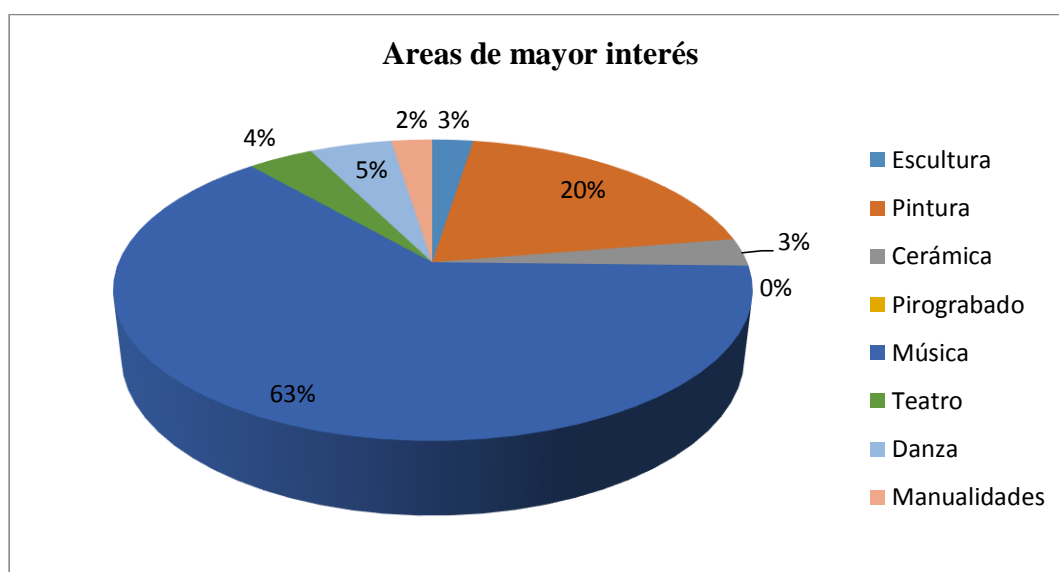


Figura 13: Áreas de mayor interés

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Dentro de las actividades que pueden desarrollarse en un centro de artes plásticas y música, los encuestados manifestaron su preferencia por las clases de música, pintura, danza y teatro. En un segundo plano están la cerámica, escultura, manualidades y pirograbado.

9.- ¿Al enfocarse en la música que instrumentos considera usted que se deberían considerar para su enseñanza?

Tabla 18: Instrumentos de Preferencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cuerda	156	43%
Viento	80	21%
Percusión	136	36%
Total	372	100%

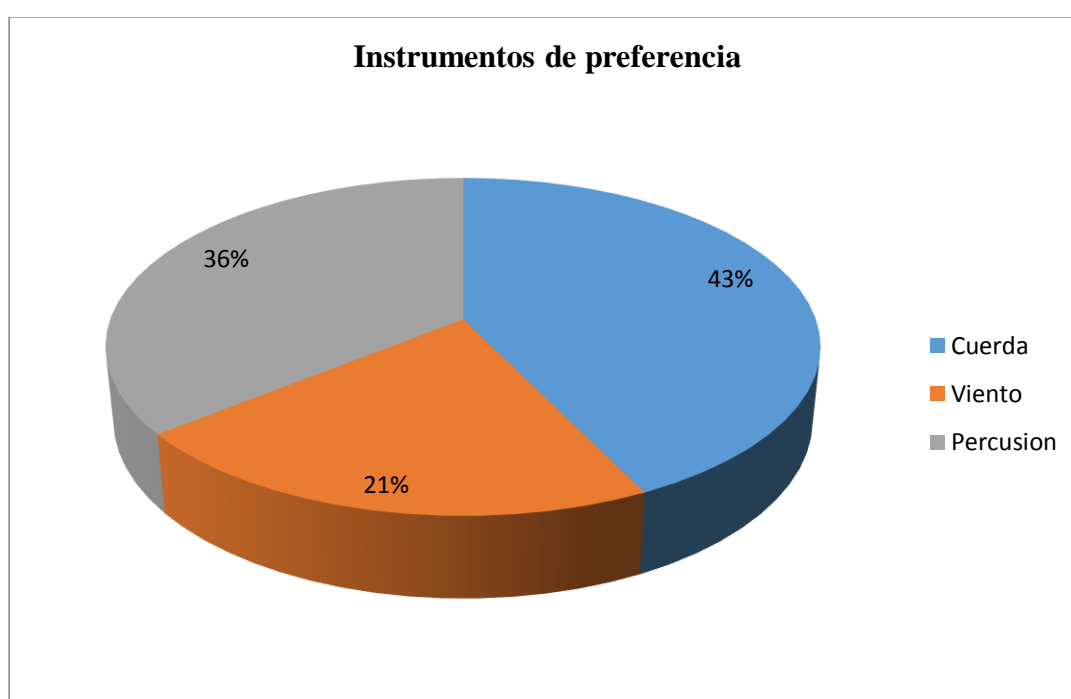


Figura 14: Instrumentos de preferencia

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Los encuestados manifestaron sentir mayor nivel de preferencia por los instrumentos musicales de cuerdas como la guitarra y el violín. En igual cantidad se inclinaron por los instrumentos de percusión como la batería y el bombo. En un porcentaje menor se decidieron por instrumentos de viento como trompetas, flautas y saxofones.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los cursos que se dicten en el centro de formación en artes plásticas y música?

Tabla 19: Costo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 40 Usd	61	16%
De 41 a 60 Usd	163	45%
De 61 a 80 Usd	98	26%
De 81 a 100 Usd	29	8%
Más de 100 Usd	21	5%
Total	372	100%

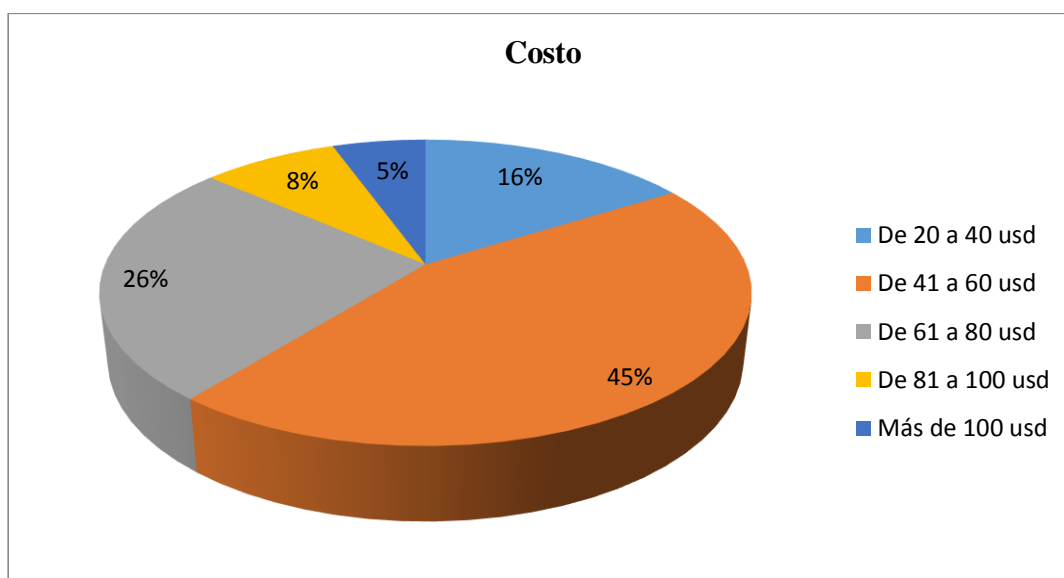


Figura 15: Costo

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

La encuesta aplicada a la población de Montúfar, permitió identificar la cantidad mensual, que los clientes están en capacidad de pagar por acceder a los servicios que oferta el centro de artes. Esta cantidad está ubicada entre 41 y 60 dólares.

11.- ¿Cuáles son para usted los días más apropiados para estos cursos?

Tabla 20: Días apropiados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a Viernes	242	66%
Sábados	80	21%
Otros	50	13%
Total	372	100%

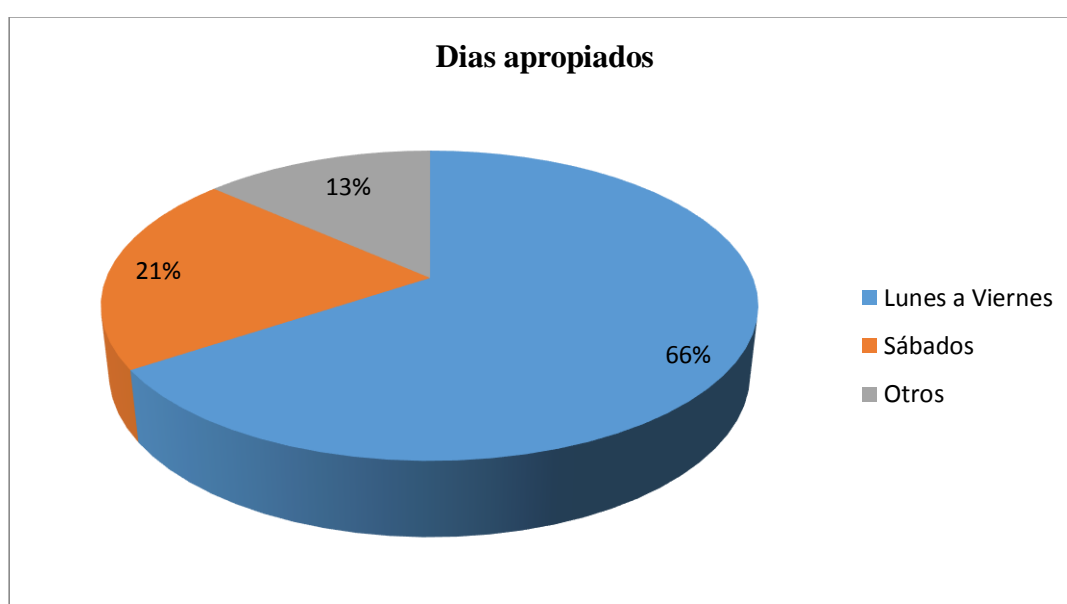


Figura 16: Días apropiados

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Como una medida que permita controlar las actividades que niñas, niños y adolescentes realizan en su tiempo libre, los padres consideran necesario que las actividades dentro del centro de artes plásticas y música sea permanente y de lunes a viernes. Con la finalidad de que los asistentes desarrollen sus capacidades artísticas y musicales con éxito y a su vez formar un hábito en los chicos.

12.- Entre los horarios propuestos. ¿Qué horario cree usted que es el más indicado para impartir los cursos en el centro de formación en artes plásticas y música?

Tabla 21: Horario adecuado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 15h00 a 17h00	212	56%
De 17h00 a 19h00	160	44%
Total	372	100%

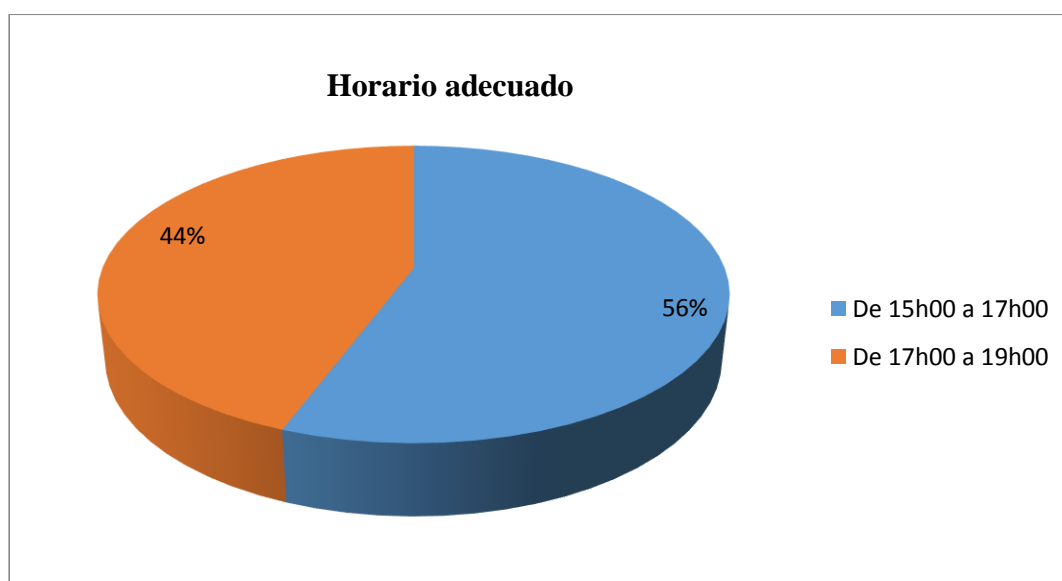


Figura 17: Horario adecuado

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Para los encuestados los horarios de la tarde son los idóneos para asistir al centro de formación y evitar de esta manera que las niñas, niños y adolescentes se dediquen a la televisión y actividades peligrosas para ellos. Además de facilitar a los padres de familia que los lleven y los retiren del centro, al encontrarse ya fuera de sus trabajos.

13.- ¿Cuántas días por semana considera usted que se deberían asistir a los cursos?

Tabla 22: Frecuencia de asistencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Una vez	27	7%
Dos veces	65	17%
Tres veces	70	20%
Días Laborables	171	45%
Solo sábados	39	11%
Total	372	100%

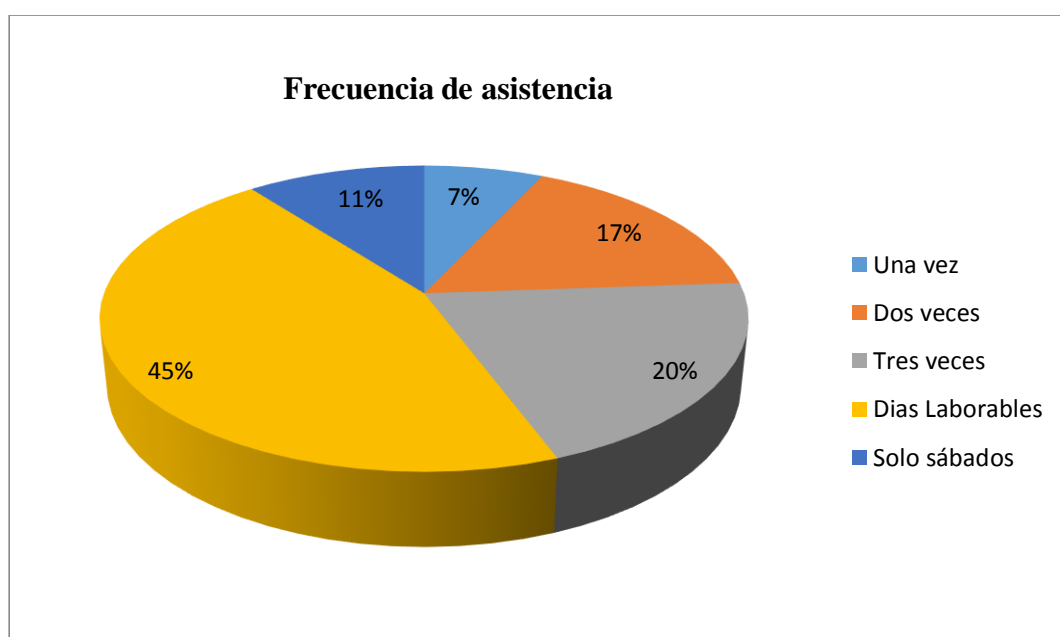


Figura 18: Frecuencia de asistencia

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Los encuestados manifestaron estar interesados en que las actividades en el centro de formación, sea permanente y se ejecuten durante los días laborables para que se forme el hábito en los chicos y el sentido de responsabilidad.

14.- ¿Cuántos alumnos, cree usted que deben haber por aula?

Tabla 23: Cantidad por aula

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 10	80	23%
De 11 a 20	223	59%
Más de 20	69	18%
Total	372	100%

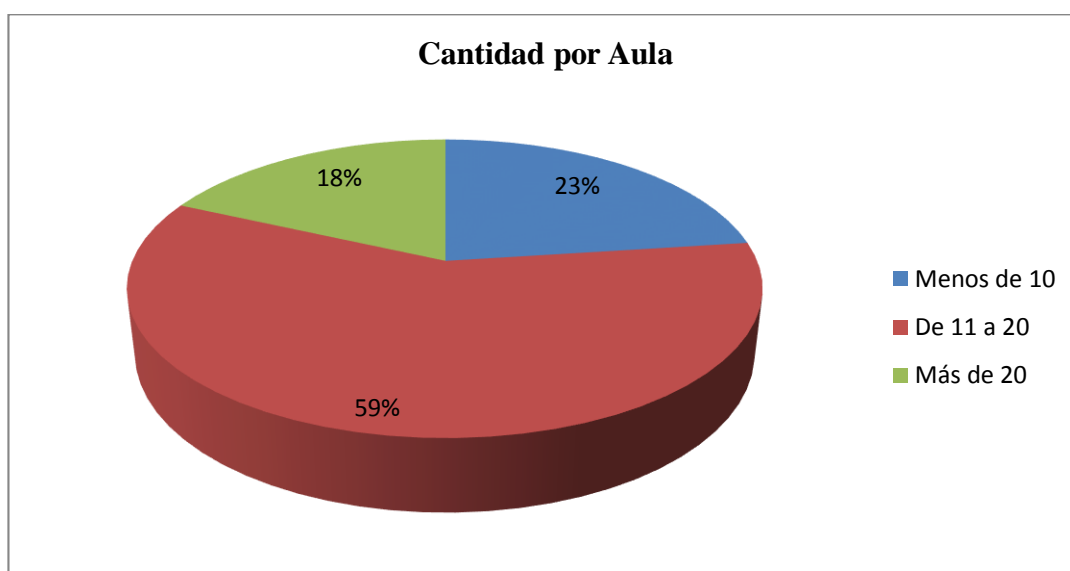


Figura 19: Cantidad por aula

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

En su gran mayoría lo encuestados afirmaron su interés de que las clases y las actividades sean personalizadas, por tanto manifestaron que el número adecuado para trabajar no sobrepase los 20 estudiantes, sobre todo en etapas iniciales, donde se requiere una mayor dedicación por parte de los docentes para que los estudiantes obtengan los mejores resultados.

15.- ¿Por qué medios de comunicación usted prefiere recibir información sobre el centro de formación en artes plásticas y música?

Tabla 24: Publicidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	30	9%
Radio	121	34%
Televisión	38	10%
Internet	43	11%
Volantes	112	29%
Otros	28	7%
Total	372	100%

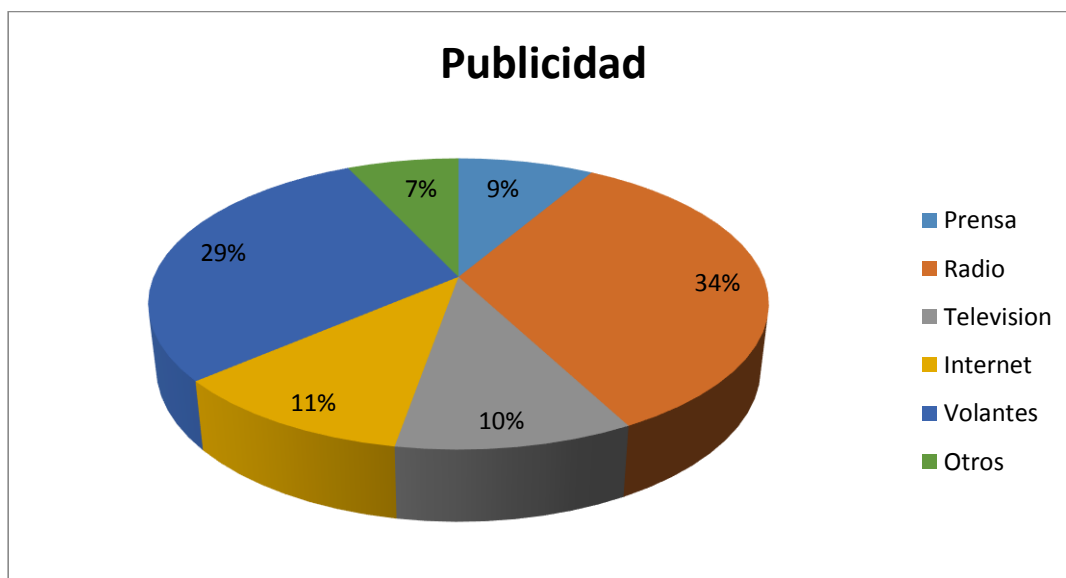


Figura 20: Publicidad

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

Análisis.

Los encuestados al momento de elegir sobre la manera en la que desean obtener información sobre el centro de formación, manifestaron que la radio, prensa, redes sociales y hojas volantes son los mecanismos más adecuados para conocer sobre nuevos productos o servicios.

3.5. Esquema de un estudio de mercado



Figura 21: Esquema estudio de mercado

Fuente: Gabriel Baca Urbina, 2010

Elaborador por: El autor

3.5.1. El Servicio

En este proyecto se examina el servicio que se ofrecerá acerca de la creación de un Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar.

3.5.1.1. Servicio Principal

El objetivo de este estudio es ofrecer a la niñez y adolescencia del cantón Montúfar, una alternativa cultural que en base a la práctica constante de las artes plásticas y la música, contribuya a la optimización

del tiempo libre evitando de esta manera que incurran en conductas sociales autodestructivas.

3.5.2. Consumidor

3.5.2.1. Población

De acuerdo al estudio realizado los consumidores potenciales del servicio que va a brindar el centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel, corresponde a la Población Económicamente Activa PEA, que asciende a 12.252 en la zona rural y urbana del cantón Montúfar.

La mayor parte de la población está concentrada en la zona urbana que corresponde a la cabecera cantonal, San Gabriel. Para el estudio se procedió al cálculo de la muestra, realizando el proceso de recolección de la información es de 372.

3.5.3. Demanda Actual

El estudio de mercado realizado en la presente investigación está enfocado a identificar las preferencias o demandas de servicio por parte del consumidor final. Para esto se utilizó la información extraída de las encuestas aplicadas a la población del cantón Montúfar para conocer el nivel de aceptación que el Centro de Artes Plásticas y Música tendrá en la sociedad.

La información obtenida permitió identificar la siguiente demanda en cuanto a servicios y actividades relacionadas con la práctica de actividades culturales como las artes plásticas y la música.

Tabla 25: Demanda actual

Demanda actual		
Actividades	Número	Porcentaje
Música	231	63%
Pintura	76	20%
Teatro	16	4%
Danza	20	5%

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

3.5.3.1. Demanda Potencial

Existen diversos factores que influyen en el comportamiento de la demanda como son gustos y preferencias, precios, nivel de ingresos del consumidor. De acuerdo a la investigación realizada los consumidores potenciales del servicio ofrecido será el consumidor final.

3.5.3.2. Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la demanda se tomara en cuenta el porcentaje de crecimiento nacional, al no existir información bibliográfica que permita calcular una tasa de crecimiento, en base a datos históricos. Por tanto se procede a proyectar la información con la tasa de crecimiento poblacional fijada por el Banco Central del Ecuador en 1.6% para el año 2013.

Tabla 26: Proyección de la demanda

Proyección de la demanda					
Actividades	2015	2016	2017	2018	2019
Música	231	233	235	237	239
Pintura	76	77	78	79	80
Teatro	16	17	18	19	20
Danza	20	21	22	23	24

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

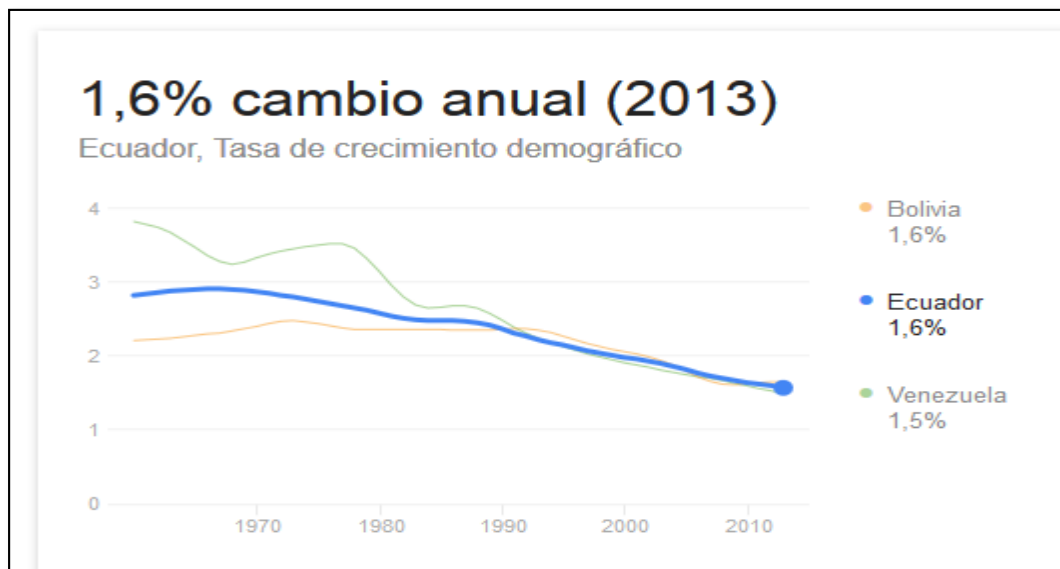


Figura 22: Tasa de crecimiento demográfico, 2013

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2013

3.5.4. Análisis de la Oferta

En el cantón Montúfar específicamente en la ciudad de San Gabriel, existe un solo Centro Cultural dedicado exclusivamente a la formación académica de los niños y adolescentes en actividades musicales, como el canto y la interpretación de diversos instrumentos musicales.

Mediante la investigación de campo, se conoció que el Movimiento Cultural Arrayan, para el año 2014 mantuvo la siguiente afluencia de niños y adolescentes de los 4 y 25 años. Es indispensable mencionar que las actividades del centro son permanentes y que sus programas son regulares, sin embargo en temporada de vacaciones oferta al mercado cursos vacacionales.

El Movimiento Cultural Arrayán tiene una capacidad para recibir en sus instalaciones, a un número promedio de 25 estudiantes en los diferentes horarios que mantiene por la tarde y los días sábados.

Tabla 27: Oferta Centros de Arte cantón Montúfar

Entidad	Mes	Año	Asistentes
Movimiento Cultural Arrayan	Enero	2014	35
	Febrero		35
	Marzo		45
	Abril		38
	Mayo		38
	Junio		38
	Julio		45
	Agosto		45
	Septiembre		45
	Octubre		33
	Noviembre		42
	Diciembre		42
Total			481

Fuente: Datos históricos Movimiento Cultural Arrayán

Elaborador por: El autor

La cantidad de estudiantes que el Movimiento Cultural Arrayán mantiene anualmente es de 481, identificando un promedio mensual de 40 estudiantes, número que excede la cantidad para la que el centro esta adecuado para recibir y atender de manera eficiente.

Estos datos demuestran la necesidad de crear otro centro que acoja a quienes sienten la necesidad y la inclinación de aprender a interpretar algún instrumento e iniciarse en actividades como la pintura y el dibujo.

3.5.4.1. Proyección de la Oferta

Para realizar la proyección de la oferta se tomara en cuenta el índice de crecimiento de las actividades artísticas-culturales proporcionado por la unidad de Cultura del GAD Municipal de Montúfar y que es de 1.4% para el año 2014.

Para la proyección de la oferta se empleará la siguiente fórmula, con la finalidad de conocer el comportamiento del crecimiento de la población en los próximos 5 años, período sobre el cual se realizarán todos los cálculos que permitirán determinar el nivel de factibilidad del proyecto de creación de un Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar:

$$Mn = Mo (1+t)^{n-1}$$

Dónde:

- Mn = Oferta futura
- Mo = Oferta del año base (2014)
- 1 = Constante de la fórmula
- n = Años proyectados
- t = Tasa de crecimiento

Se procedió a calcular la tasa de crecimiento:

$$t = (Mn/Mo)^{n-1}$$

Tabla 28: Proyección de la oferta

Entidad	2015	2016	2017	2018	2019
Movimiento Cultural Arrayán	40	41	42	43	44

Fuente: Datos históricos Movimiento Cultural Arrayán

Elaborador por: El autor

3.5.5. Balance Oferta Demanda

Tabla 29: Demanda insatisfecha música

Demanda Insatisfecha cantón Montúfar Música				
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	18% Centro de Artes Plásticas y Música
	Asistentes	Asistentes	Asistentes	
2015	231	40	191	34
2016	233	41	192	35
2017	235	42	193	36
2018	237	43	194	37
2019	239	44	195	38

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

En la siguiente tabla se presenta el comportamiento de la demanda insatisfecha de la actividad Música durante 5 años, donde el Centro de Artes Plásticas y Música intentará cubrir cerca del 18% de esta cifra, cantidad para la cual está diseñada su infraestructura.

Tabla 30: Demanda insatisfecha otras actividades artísticas

Demanda insatisfecha otras actividades artísticas							
Actividades	2015	2016	2017	2018	2019	% Centro de Artes Plásticas y Música	N°
Pintura	76	77	78	79	80	19%	15
Teatro	16	17	18	19	20	100%	25
Danza	20	21	22	23	24	100%	26

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015

Elaborador por: El autor

La demanda insatisfecha respecto a otras actividades artísticas es total en las áreas de teatro y danza, considerando que el único centro que oferta estas actividades, se dedica exclusivamente a la música. Con la creación del Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San

Gabriel se pretende cubrir el 19% de la demanda actual en el área de pintura.

3.6. Análisis y Determinación de Precios

Los precios de los productos se fijan de acuerdo al mercado donde intervienen. Para poder finar los precios de los productos que ofertará el Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel como:

- Volatilidad
- Costo de la producción
- El precio varía de acuerdo a la temporada
- Costos comercialización
- Competencia

En el siguiente cuadro se observan los precios ofertados por el Movimiento Cultural Arrayán y los obtenidos como resultado de la encuesta.

Tabla 31: Análisis de precios

Concepto	Movimiento Cultural Arrayán	Precio Encuesta
Inscripción	15,00	12,00
Matrícula	35,00	30,00
Curso Vacacional	70,00	66,00
Curso Regular	55,00	52,00
Clases privadas	4,00 Usd x hora	3,50 Usd x hora

Fuente: Encuesta población Montúfar, 2015; Investigación de campo.

Elaborador por: El autor

En la siguiente tabla se presentan los datos obtenidos respecto al precio, como producto del estudio de mercado y la investigación de campo, considerando el comportamiento de la competencia en el mercado. Esta información facilitara la fijación de los precios que el

Centro de Artes Plásticas y Música a crearse en la ciudad de San Gabriel cobrará por sus servicios; considerando que al ingresar con el proyecto se tiene que implementar precios competitivos (menores que la competencia) para captar alumnos para el Centro de Artes.

3.7. Proveedores

Los proveedores serán las empresas dedicadas a la comercialización de instrumentos musicales de la localidad o ciudades cercanas. Es importante mencionar que se realizará un análisis comparativo entre varios proveedores y así elegir el que ofrezca los precios más convenientes para el negocio.

3.8. Mercado objetivo

El mercado objetivo al que se pretende llegar a largo tiempo, es el conformado por la totalidad de niños y adolescentes en edad escolar del cantón Montúfar que asciende a 8.405 estudiantes.

El objetivo principal de la creación de un Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar es llegar a todos los niños y adolescentes del cantón para promover una cultura de optimización del tiempo libre, que evite que perezcan ante las amenazas sociales del alcohol, drogas, pandillas y delincuencia.

De esta manera el trabajo del centro de artes dirigido a la comunidad de Montufar será integral, al ocuparse de la formación académica y humanista de sus asistentes. A lo largo se busca conformar la primera orquesta sinfónica juvenil de Montúfar.

Con el propósito de realizar giras y conciertos que motiven a otras ciudades del país a fomentar espacios culturales que contribuyan al

proceso formativo de nuevas generaciones y alejen a las futuras generaciones de los peligros de las calles, como resultado de un manejo inadecuado del tiempo libre.

Tabla 32: Mercado objetivo

	Nivel	Edad	Hombres	Mujeres	Subtotal
Rural	Inicial I	3 a 4 años	34	45	79
	Inicial II	4 a 5 años	51	48	99
	Primero de básica	5 a 6 años	123	117	240
	Segundo de básica	6 a 7 años	130	148	278
	Tercero de básica	7 a 8 años	147	114	261
	Cuarto de básica	8 a 9 años	134	123	257
	Quinto de básica	9 a 10 años	129	139	268
	Sexto de básica	10 a 11 años	112	148	260
	Séptimo de básica	11 a 12 años	98	121	219
	Octavo de básica	12 a 13 años	51	70	121
	Noveno de básica	13 a 14 años	57	49	106
	Décimo de básica	14 a 15 años	41	38	79
	Primero de bachillerato	15 a 16 años	41	52	93
	Segundo de bachillerato	16 a 17 años	20	39	59
	Tercero de bachillerato	17 a 18 años	19	27	46
Urbano	Nivel	Edad	Hombres	Mujeres	Subtotal
	Inicial I	3 a 4 años	37	44	81
	Inicial II	4 a 5 años	114	117	231
	Primero de básica	5 a 6 años	181	155	336
	Segundo de básica	6 a 7 años	180	174	354
	Tercero de básica	7 a 8 años	185	203	388
	Cuarto de básica	8 a 9 años	162	163	325
	Quinto de básica	9 a 10 años	189	173	362
	Sexto de básica	10 a 11 años	191	179	370
	Séptimo de básica	11 a 12 años	198	196	394
	Octavo de básica	12 a 13 años	283	266	549
	Noveno de básica	13 a 14 años	292	278	570
	Décimo de básica	14 a 15 años	255	260	515
	Primero de bachillerato	15 a 16 años	259	265	524
	Segundo de bachillerato	16 a 17 años	242	240	482
Tercero de bachillerato	17 a 18 años	193	266	459	
TOTAL			4148	4257	8405

Fuente: Dirección Distrital de Educación Carchi, 2012 – 2013

Elaborado por: El autor

3.9. Comercialización

Para la comercialización de los servicios que oferta el Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar se pretende un sistema de comercialización que relacione 4P (Plaza, Precio, Producto y Promoción), el mismo que servirá para evaluar y tomar las decisiones correctas sobre aspectos importantes que beneficien la difusión de los productos antes mencionados.

El objetivo primordial será satisfacer al cliente potencial para este fin se definirán precios, canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para difundir las características de los productos.

3.9.1. Precio

En referencia al estudio realizado a los potenciales clientes, los precios a considerarse para los productos según su presentación son los siguientes:

Tabla 33: Análisis de precios

Concepto	Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel
Inscripción	12,00
Curso Vacacional	66,00
Curso Regular	52,00
Clases privadas	3,50 Usd x hora

Fuente: Encuesta población Montúfar

Elaborador por: El autor

Los precios están orientados a conquistar la preferencia del cliente potencial. Brindando un servicio de excelente calidad que se encuentre en condiciones de competir con la competencia con precios más accesibles.

3.9.2. Plaza

Los productos serán comercializados a través de la difusión de los servicios que oferta de manera directa al consumidor final. De esta manera se pretende posesionar los productos en el mercado local sin necesidad de una campaña publicitaria tan agresiva y costosa.

3.9.3. Promoción y Publicidad

En cuanto a la promoción y la publicidad se consideró como aspecto primordial el perfil del cliente potencial, al tratarse un servicio educativo se hará uso de la promoción directa. Además se utilizara redes sociales como el twitter, facebook, YouTube, hi5, que son gratuitos. Es importante y necesario mencionar que si se elaborará material gráfico para colocar y exhibir en establecimientos de máxima afluencia.

3.10. Competencia

La competencia que existe en el mercado se ve reflejada en la presencia del Movimiento Cultural Arrayan.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

Juan José Miranda M. (2009), menciona; “Es la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y obviamente la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero”.

El estudio técnico debe indicar, en forma explícita, las etapas principales del proceso propuesto, como solución más conveniente. Es así como el estudio técnico no solamente ha de demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que, además, debe mostrar y justificar cuál es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto.

De esta manera, se establece el comportamiento de los costos del proyecto, especialmente los de inversión y la vinculación del estudio técnico con el estudio económico - financiero del proyecto.

El objetivo del estudio técnico de un proyecto es analizar la posibilidad técnica de la comercialización del producto o servicio; determinar el tamaño, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la puesta en marcha del proyecto.

4.5. Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto, se realizó el análisis de varios factores que faciliten el diseño de la planta y la capacidad operativa que ofertara al mercado.

Esta información se obtuvo de los datos recopilados de la encuesta aplicada a la población del cantón Montufar. Sin embargo para determinar la capacidad operativa es necesario considerar las instalaciones y la disponibilidad de la mano de obra para atender a los clientes.

Posterior al análisis se establece que la capacidad operativa del Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel será la siguiente:

Tabla 34: Capacidad operativa

Servicio		Horario regular	Capacidad Operativa		Total
Danza		4 horarios por la tarde	26		26
Música	Vientos		12		36
	Cuerdas		12		
	Percusión		12		
Pintura			15		15
Teatro		20		20	
Clases Privadas temporada regular y vacaciones		4 horarios sábados por la mañana y la tarde	1		8
Cursos Vacacionales cualquier actividad	4 horarios por la mañana durante 3 meses de vacaciones	Danza		26	26
		Música	Vientos	12	36
			Cuerdas	12	
			Percusión	12	
		Pintura		15	
Teatro		20		20	

Fuente: Encuesta población Montúfar

Elaborador por: El autor

4.6.2. Microlocalización

A nivel micro el Centro de Artes Plásticas y Música estará ubicado en la cabecera cantonal del cantón Montúfar, concretamente en la ciudad de San Gabriel, en el Barrio 27 de Septiembre, calle El Arrayán y calle Jaime Roldós Aguilera.

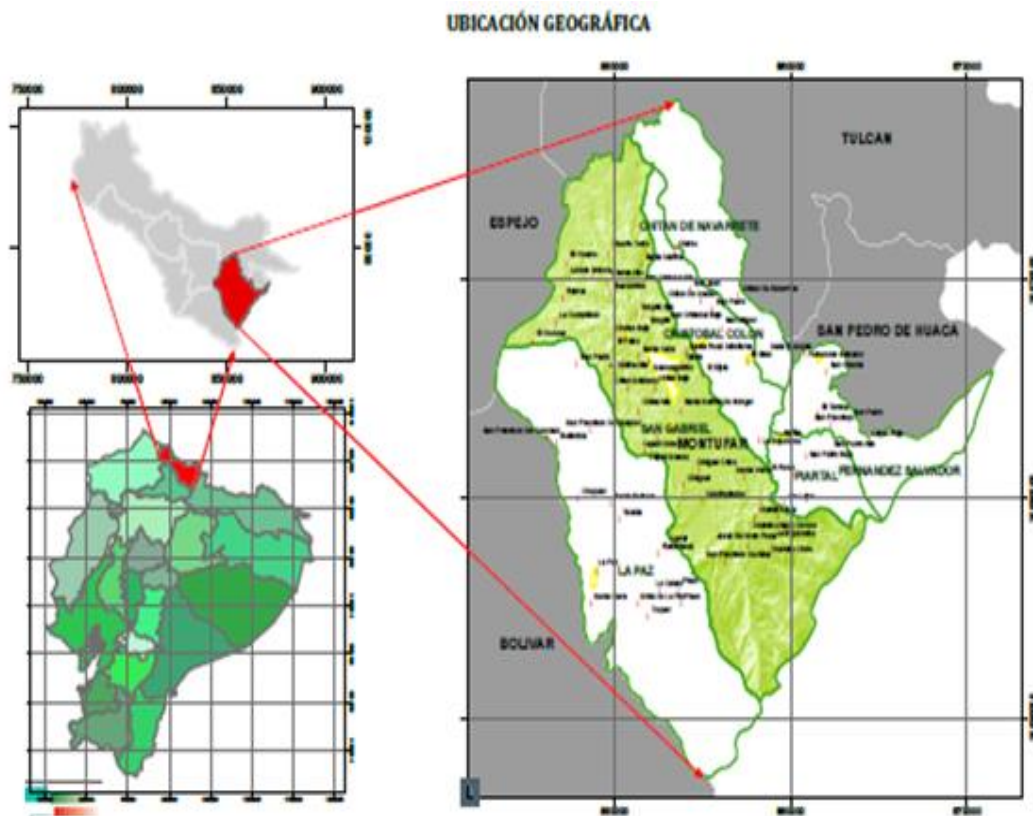


Figura 24: Mapa cantón Montúfar y la ciudad de San Gabriel

Fuente: www.googlemaps.com

Para el análisis de la ubicación, más favorable para la creación de un Centro de Artes Plásticas y Música, se consideraron tres barrios de la ciudad de San Gabriel, respecto al cumplimiento de factores que se consideran indispensables para que el emprendimiento alcance el éxito esperado por los inversionistas.

Tabla 35: Matriz Locacional

Matriz Locacional cantón Montúfar							
Factor Relevante	Peso	Barrio 27 de Septiembre		Barrio San José		Barrio San Vicente	
		Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.
Servicios Básicos	0,3	8	2,4	7	2,1	5	1,5
Personal disponible	0,1	7	0,7	5	0,5	3	0,3
Cercanía al mercado	0,2	6	1,2	3	0,6	4	0,8
Seguridad	0,2	8	1,6	6	1,2	5	1,0
Factibilidad de transporte y comunicación	0,2	8	1,6	7	1,4	7	1,4
Total	1		7,5		5,8		5,0

Elaborador por: El autor

Una vez concluido el análisis de la Microlocalización del centro de artes plásticas y música se concluye que:

- La densidad de la población considerada como potenciales clientes, se encuentra cerca de las instalaciones o del lugar donde se ubicara el centro de artes.
- EL centro de artes cuenta con todas las rutas de evacuación ante catástrofes naturales.
- El centro de artes plásticas y música cuenta con vías de acceso seguras para acudir directamente a los proveedores y adquirir el equipo necesario.
- La ciudad de San Gabriel y el Barrio 27 de Septiembre cuenta con todos los servicios básicos y vías de acceso y movilización.

4.7. Distribución de las Instalaciones

La distribución de las instalaciones está destinada a proporcionar comodidad y seguridad a los asistentes a cada una de las actividades que oferta el Centro de Artes Plásticas y Música de la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar.

A continuación se presenta una diagramación de la distribución de la planta baja.

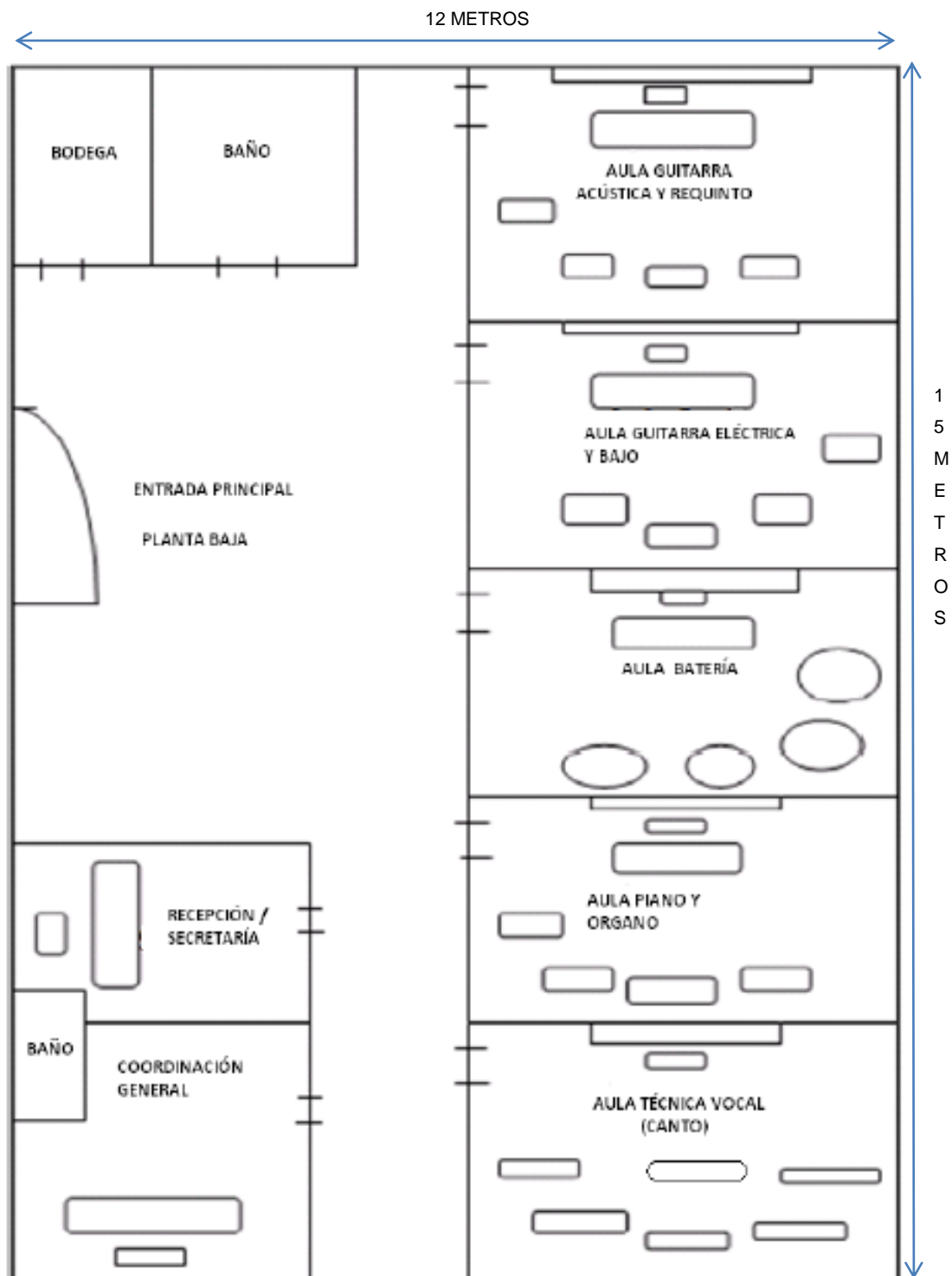


Figura 25: Distribución de las instalaciones Planta Baja

Elaborado por: El autor

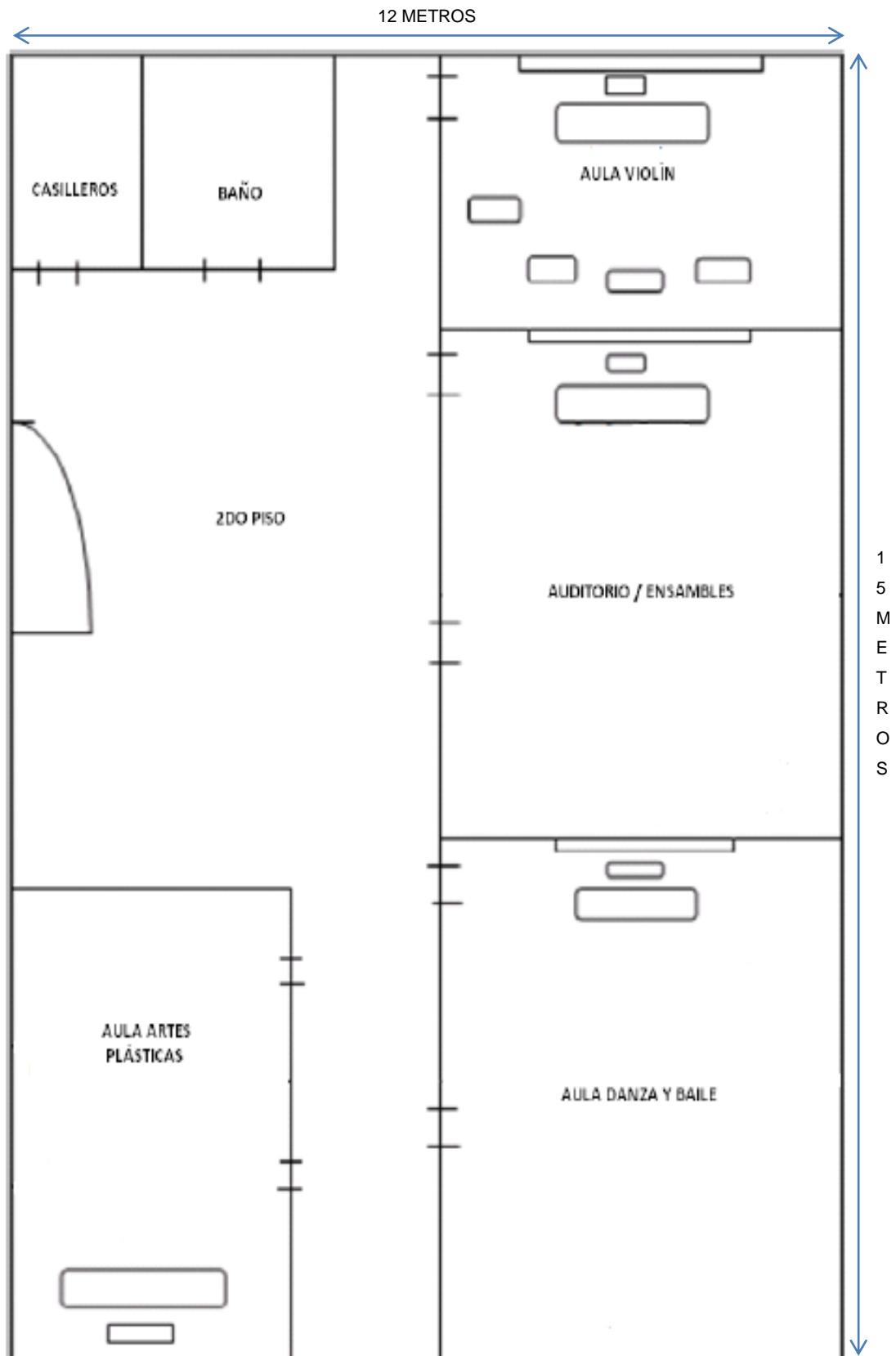


Figura 26: Distribución de las instalaciones Segundo Piso

Elaborado por: El autor

4.7.1. Estructura del Servicio

Los estudiantes realizan la inscripción en la academia, consecuentemente, se evalúan sus conocimientos y aptitudes iniciales, con el resultado son asignados a un nivel específico denominado: básico, intermedio y avanzado. Posteriormente el estudiante elige entre los horarios que se ofertan en el Centro de Artes Plásticas y Música de la ciudad de San Gabriel.

Cada especialidad se ubicará en un aula específica, cuidando la personalización del servicio, es decir sin exceder la capacidad operativa para la que esta apta la infraestructura.

4.7.2. Flujograma del proceso

Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. Además de la secuencia de las actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas en la cadena cliente/proveedor.

El flujograma hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de:

- Entrada de proveedores
- Salida de sus clientes
- Puntos críticos del proceso

Descripción de todos los pasos en el proceso de formación artística-cultural.

a) El cliente ingresa al Centro: Para recibir a nuestros clientes se ha adecuado en las instalaciones indicadas una sala de recepción, donde los clientes ingresan al Centro y requieren de información, si es que esta libre el escritorio de la secretaria, se acercan donde ella, y si no esperan en la sala, hasta ser atendidos.

b) El cliente es atendido por secretaria: El cliente recibe la información que necesita por parte de la secretaria, sobre los Talleres que se dictan en el Centro, su duración, las preferencias en instrumentos musicales que el cliente espera le informen, estilos de música, flexibilidad en los horarios, y acerca de los docentes que laboran en el Centro.

c) El cliente recibe información: el cliente ya conoce sobre los programas de estudio que existen para cada una de las especialidades y Talleres a dictarse, su duración por semestres, y los costos que implica estudiar (inscripción, matrícula y mensualidades).

d) Evaluación académica e instrumental: El cliente se deberá someter a una prueba de conocimientos para evaluar su nivel musical, y mediante esta prueba poder sugerirle que especialidad tomar, o también mediante los resultados de la evaluación recomendarle que especialidad seguir y para qué instrumento tiene mayores aptitudes. En este punto de no aprobar la prueba solo será el caso extremo que presente algún problema físico el cual no le permita ejecutar algún instrumento musical.

e) Pago en efectivo o depósito: Una vez realizada la prueba se procederá al pago de los rubros por inscripción, matrícula y pensión mensual; que se realizará en pago en efectivo en la secretaría o mediante depósito bancario a la cuenta corriente o de ahorros del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música "TUZART".

f) Asignación de actividades: De acuerdo al resultado de la prueba se le asigna el nivel de estudios que empezará, luego se le emite su respectivo carné, se le indica el profesor de acuerdo a la especialidad o Taller que escogió, luego se le fija los horarios durante las semanas de estudio en el semestre y finalmente se le da la bienvenida al Centro y los deseos de que su aprendizaje sea el mejor.

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO

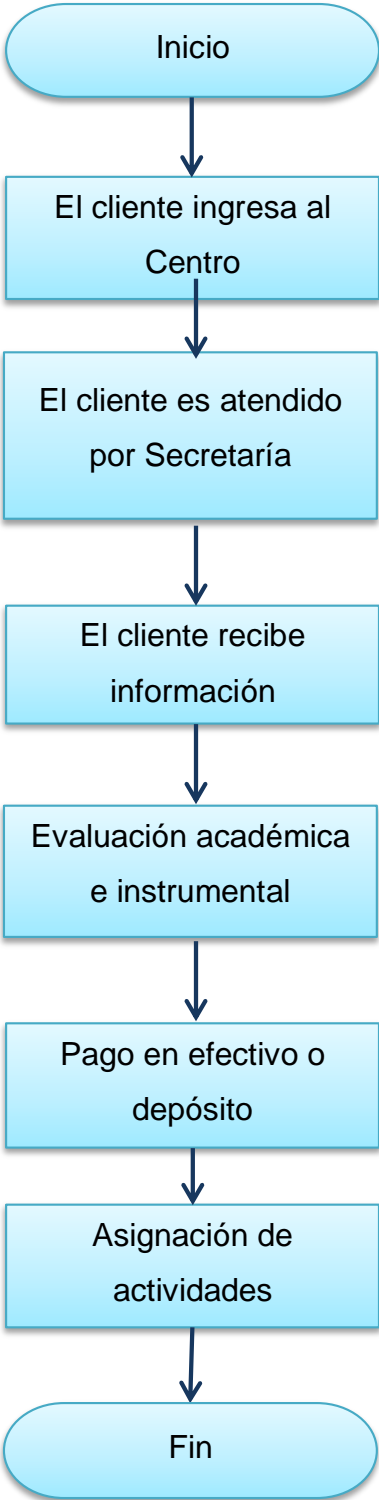


Figura 27: Flujograma del servicio Centro de Artes Plásticas y Música

Elaborado por: El autor

4.7.3. Determinación de la Inversión

4.7.3.1. Inversión en Activos Fijos

A continuación se detallan los activos fijos que se invertirán en el proyecto:

- **Infraestructura**

Es el lugar que se adecuara para que el centro de arte inicie sus actividades.

- **Equipamiento Básico**

Dentro de la inversión de equipo comprende todo lo referente a materiales para realizar las actividades como instrumentos musicales, equipos de amplificación, caballetes.

- **Equipamiento de Oficina**

Los muebles y enseres se clasifican de acuerdo a su distribución como son: oficina gerente, oficina de secretaria y una sala de maestros.

- **Resumen de la Inversión Fija**

Para poner en marcha este proyecto se necesitará la siguiente inversión fija:

Tabla 36: Inversión Fija

CUADRO DE INVERSIÓN			
FIJA			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Muebles y Enseres			4,140.00
Estación de Trabajo	2	200.00	400.00
Silla Giratoria	2	75.00	150.00
Mesas Circular	1	150.00	150.00
Archivador	1	150.00	150.00
Sillas	50	15.00	750.00
Pizarra de Tiza Líquida	4	85.00	340.00
Atril Metálico	5	20.00	100.00
Atril Madera	10	15.00	150.00
Pedestal de Micrófono	5	30	150.00
Indumentaria e Insumos Danza, Música, Teatro y Pintura	1	1800	1,800.00
Equipos de Computo			1,500.00
Computador	2	750.00	1,500.00
Equipos de Oficina			325.00
Impresora Multifunción	1	150.00	150.00
Fax	1	175.00	175.00
Maquinaria y Equipo			3,490.00
Teclado	1	280.00	280.00
Guitarra Acústica	1	170.00	170.00
Guitarra Eléctrica	1	300.00	300.00
Bajo Eléctrico	1	270.00	270.00
Batería	1	350.00	350.00
Amplificador de Guitarra	2	350.00	700.00
Amplificador de Bajo	1	350.00	350.00
Micrófonos	5	50.00	250.00
Cables	6	20.00	120.00
Equipo de Sonido	1	700.00	700.00
TOTAL INVERSIÓN FIJA			9,455.00

Elaborador por: El autor

4.7.3.2. Inversión en Activos Diferidos

Las inversiones en activos diferidos son todos los gastos que incide el proyecto antes de iniciar sus actividades, como el pago de honorarios a los abogados para realizar el trámite legal, es decir la constitución del proyecto y los costos de inversión.

Tabla 37: Inversión Diferida

DIFERIDAS			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Gastos de constitución			1.200,00
Constitución de la empresa	1	500,00	500,00
Gastos de instalación	1	700,00	700,00

Elaborador por: El autor

4.7.3.3. Capital de Trabajo

Es el capital necesario para poner en marcha el centro de artes plásticas y música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, calculado con el método de desfase contemplado para 30 días, considerando que los pagos al personal serán mensuales.

Tabla 38: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	Días de desfase
	30
Gastos administrativos	5.522,15
Gastos de Ventas	424,11
Imprevistos 2%	118,93
TOTAL	6.065,19

Elaborador por: El autor

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

A través de la construcción de la evaluación financiera de creación de un Centro de Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar. A continuación se señalara cuáles son los flujos de dinero proyectados que en un horizonte temporal serían hipotéticamente generados, para después descontarlos a una tasa adecuada de manera tal que podamos medir la generación de valor agregado y su monto. Todo lo antes mencionado permitirá determinar la viabilidad financiera del proyecto, capacidad de generación de valor, liquidez y efectos de la financiación en la rentabilidad y liquidez del proyecto.

5.1. Determinación de Ingresos

La proyección de los ingresos, se obtiene en base a la capacidad operativa del Centro de Artes Plásticas y Música a crearse en la ciudad de San Gabriel, el precio se proyecta para cinco años, con el promedio de la tasa de inflación de los últimos 3 años (3,51%). Los ingresos son por concepto de la oferta permanente y vacacional.

5.1.1. Presupuesto de Ingreso Anual

5.1.1.1. Oferta permanente

A continuación se detalla los ingresos que se obtendrán por la prestación del servicio de formación en música, artes plásticas, danza y teatro, considerando los horarios y el tipo de modalidad sea esta regular o vacacional o privada que escojan los alumnos del Centro de Formación.

Tabla 39: Presupuesto de ingreso anual permanente

PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL PINTURA (4 HORARIOS POR LA TARDE)							
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Curso Regular (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensuales	Total Ingresos Anuales
	Mensual	Anual					
2015	15	180	12.00	52.00	64.00	960.00	11,520.00
2016	15	180	12.42	53.83	66.25	993.70	11,924.35
2017	15	180	12.86	55.71	68.57	1,028.57	12,342.90
2018	15	180	13.31	57.67	70.98	1,064.68	12,776.13
2019	15	180	13.78	59.69	73.47	1,102.05	13,224.57
2020	15	180	14.26	61.79	76.05	1,140.73	13,688.76
PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL DANZA (4 HORARIOS POR LA TARDE)							
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Curso Regular (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensuales	Total Ingresos Anuales
	Mensual	Anual					
2015	26	312	12.00	52.00	64.00	1,664.00	19,968.00
2016	26	312	12.42	53.83	66.25	1,722.41	20,668.88
2017	26	312	12.86	55.71	68.57	1,782.86	21,394.35
2018	26	312	13.31	57.67	70.98	1,845.44	22,145.30
2019	26	312	13.78	59.69	73.47	1,910.22	22,922.60
2020	26	312	14.26	61.79	76.05	1,977.26	23,727.18
PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL TEATRO (4 HORARIOS POR LA TARDE)							
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Curso Regular (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensuales	Total Ingresos Anuales
	Mensual	Anual					
2015	12	144	12.00	52.00	64.00	768.00	9,216.00
2016	12	144	12.42	53.83	66.25	794.96	9,539.48
2017	12	144	12.86	55.71	68.57	822.86	9,874.32
2018	12	144	13.31	57.67	70.98	851.74	10,220.91
2019	12	144	13.78	59.69	73.47	881.64	10,579.66
2020	12	144	14.26	61.79	76.05	912.58	10,951.01
PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL MUSICA (4 HORARIOS POR LA TARDE)							
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Curso Regular (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensuales	Total Ingresos Anuales
	Mensual	Anual					
2015	36	432	12.00	52.00	64.00	2,304.00	27,648.00
2016	36	432	12.42	53.83	66.25	2,384.87	28,618.44
2017	36	432	12.86	55.71	68.57	2,468.58	29,622.95
2018	36	432	13.31	57.67	70.98	2,555.23	30,662.72
2019	36	432	13.78	59.69	73.47	2,644.91	31,738.98
2020	36	432	14.26	61.79	76.05	2,737.75	32,853.02

Elaborador por: El autor

5.1.1.2. Oferta Vacacional

Tabla 40: Presupuesto de ingreso anual vacacionales

PRESUPUESTO DE INGRESO CURSOS VACACIONALES PINTURA (4 HORARIOS MATUTINOS)						
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensual	Total Ingresos Trimestral
	Mensual	Trimestral				
2015	15	45	0.00	66.00	990.00	2,970.00
2016	15	45	0.00	68.32	1,024.75	3,074.25
2017	15	45	0.00	70.71	1,060.72	3,182.15
2018	15	45	0.00	73.20	1,097.95	3,293.85
2019	15	45	0.00	75.77	1,136.49	3,409.46
2020	15	45	0.00	78.43	1,176.38	3,529.13
PRESUPUESTO DE INGRESO CURSOS VACACIONALES DANZA (4 HORARIOS MATUTINOS)						
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensual	Total Ingresos Trimestral
	Mensual	Trimestral				
2015	26	78	0.00	66.00	1,716.00	5,148.00
2016	26	78	0.00	68.32	1,776.23	5,328.69
2017	26	78	0.00	70.71	1,838.58	5,515.73
2018	26	78	0.00	73.20	1,903.11	5,709.33
2019	26	78	0.00	75.77	1,969.91	5,909.73
2020	26	78	0.00	78.43	2,039.05	6,117.16
PRESUPUESTO DE INGRESO CURSO VACACIONAL TEATRO (4 HORARIOS MATUTINOS)						
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensual	Total Ingresos Trimestral
	Mensual	Trimestral				
2015	12	36	0.00	66.00	792.00	2,376.00
2016	12	36	0.00	68.32	819.80	2,459.40
2017	12	36	0.00	70.71	848.57	2,545.72
2018	12	36	0.00	73.20	878.36	2,635.08
2019	12	36	0.00	75.77	909.19	2,727.57
2020	12	36	0.00	78.43	941.10	2,823.31
PRESUPUESTO DE INGRESO CURSO VACACIONAL MUSICA (4 HORARIOS MATUTINOS)						
Años	Número de Alumnos		Inscripción (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensual	Total Ingresos Trimestral
	Mensual	Trimestral				
2015	36	108	0.00	66.00	2,376.00	7,128.00
2016	36	108	0.00	68.32	2,459.40	7,378.19
2017	36	108	0.00	70.71	2,545.72	7,637.17
2018	36	108	0.00	73.20	2,635.08	7,905.23
2019	36	108	0.00	75.77	2,727.57	8,182.71
2020	36	108	0.00	78.43	2,823.31	8,469.92

Elaborador por: El autor

5.1.1.3. Clases privadas

Tabla 41: Presupuesto de ingreso anual clases privadas

PRESUPUESTO DE INGRESO CLASES PRIVADAS DE MUSICA (8 HORAS MES SABADOS)						
Años	Número de Alumnos		Curso Regular (\$)	Costo Total	Total Ingresos Mensual	Total Ingresos Anual
	Mensual	Anual				
2015	32	384	3.50	28.00	896.00	10,752.00
2016	32	384	3.62	28.98	927.45	11,129.40
2017	32	384	3.75	30.00	960.00	11,520.04
2018	32	384	3.88	31.05	993.70	11,924.39
2019	32	384	4.02	32.14	1,028.58	12,342.94
2020	32	384	4.16	33.27	1,064.68	12,776.17

Elaborador por: El autor

5.1.2. Determinación de Egresos

La inversión variable representa al capital de operación o de trabajo, inversión indispensable para ejecutar y mantener las actividades de producción y venta. Para una mejor evaluación de los recursos económicos necesarios para los procesos de producción las cifras serán analizadas mensual y anualmente, esto permitirá tomar decisiones acertadas que vayan en beneficio de la inversión.

5.1.2.1. Gastos Administrativos

Tabla 42: Gastos administrativos

ADMINISTRATIVOS		CANTIDAD	SUELDO NOMINAL MENSUAL	SUELDO NOMINAL ANUAL	IESS (11,15%)
Sueldos	Gerente General	1	800.00	9,600.00	1,070.40
	Secretaria-Contadora	1	655.00	7,860.00	876.39
	Profesores	4	555.00	26,640.00	2,970.36
	Conserje	1	354.00	4,248.00	473.65
Generales	Luz	1	25.00	300.00	
	Agua	1	25.00	300.00	
	Teléfono	1	25.00	300.00	
	Internet	1	25.00	300.00	
	Arriendo	1	250.00	3,000.00	
	Mantenimiento Equipos	1	50.00	600.00	
	Útiles de Oficina	1	70.00	840.00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				53,988.00	5,390.80

Elaborador por: El autor

Tabla 43: Gastos administrativos compensaciones

ADMINISTRATIVOS		FONDOS DE RESERVA (8,33%)	XIII	XIV	COSTO TOTAL ANUAL
Sueldos	Gerente General	799.68	800.00	354.00	12,624.08
	Secretaria-Contadora	654.74	655.00	354.00	10,400.13
	Profesores	2,219.11	555.00	354.00	32,738.47
	Conserje	353.86	354.00	354.00	5,783.51

Elaborador por: El autor

5.1.2.2. Gastos de Ventas

Tabla 44: Gastos de Ventas

Gastos de Ventas	Cantidad	Valor unitario	Sub. Total mes	Subtotal anual
Hojas volantes	1000	0,08	80,00	960,00
Spot publicitarios radio	50	4,00	200,00	2.400,00
Publicaciones prensa	2	75,00	150,00	1.800,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS			430,00	5.160,00

Elaborador por: El autor

5.1.2.3. Resumen de Costos y Gastos

Tabla 45: Resumen de costos y gastos

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	
DETALLE	VALOR
Gastos Administrativos	67.186,19
Gastos Ventas	5.160,00
Imprevistos 2%	1.446,92
TOTAL	73.793,11

Elaborador por: El autor

Tabla 46: Inversión total

CUADRO DE LA INVERSIÓN TOTAL		
DETALLE		
Inversión Fija	9,455.00	56.55%
Inversión Diferida	1,200.00	7.18%
Capital de Trabajo	6,065.19	36.27%
TOTAL	16,720.19	100.00%

Elaborador por: El autor

Tabla 47: Inversión total

FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	6,000.00	35.88%
Capital Financiado	10,720.19	64.12%
TOTAL INVERSIÓN	16,720.19	100.00%

Elaborador por: El autor

El financiamiento se gestionara a través del Banco Nacional de Fomento, institución financiera del sector público, que ofrece productos diseñados exclusivamente para el apoyo al microempresario. El capital será financiado a 5 años, con pagos semestrales, a un interés del 15%.

5.2. Tabla de Amortización

Tabla 48: Tabla de amortización

TABLA DE PAGO DE LA DEUDA				
Capital:		10,720.19		
Interés anual:		15.00%		
SEMESTRES		10		
Semestre	Saldo Capital	Capital	Interés	Cuota
1	10,720.19	0.00	804.01	804.01
2	10,720.19	1,191.13	804.01	1,995.15
3	9,529.06	1,191.13	714.68	1,905.81
4	8,337.92	1,191.13	625.34	1,816.48
5	7,146.79	1,191.13	536.01	1,727.14
6	5,955.66	1,191.13	446.67	1,637.81
7	4,764.53	1,191.13	357.34	1,548.47
8	3,573.40	1,191.13	268.00	1,459.14
9	2,382.26	1,191.13	178.67	1,369.80
10	1,191.13	1,191.13	89.33	1,280.47
TOTALES	0.00	10,720.19	4,824.08	15,544.27

Elaborador por: El autor

5.3. Presupuesto de Egreso Anual

Para el cálculo del presupuesto de egreso anual se utilizó un promedio de la tasa de inflación de los últimos tres años con datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador. La tasa de inflación fijada para el cálculo es del 3,51%.

Tabla 49: Presupuesto de egreso anual

PRESUPUESTO DE EGRESO ANUAL						
CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019	2020
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	73,793.11	76,383.25	79,064.30	81,839.46	84,712.03	87,685.42
Administrativos	67,186.19	69,544.43	71,985.44	74,512.12	77,127.50	79,834.67
Ventas	5,160.00	5,341.12	5,528.59	5,722.64	5,923.51	6,131.42
Imprevistos 2%	1,446.92	1,497.71	1,550.28	1,604.70	1,661.02	1,719.32
GASTO FINANCIERO	1,608.03	1,340.02	982.68	625.34	268.00	0.00
Intereses	1,608.03	1,340.02	982.68	625.34	268.00	0.00
EGRESO TOTAL	75,401.14	77,723.28	80,046.99	82,464.81	84,980.03	87,685.42
PROMEDIO INFLACIÓN ULTIMOS 3 AÑOS	3.51%					

Elaborador por: El autor

5.4. Estado de Resultados

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias nos permitirá conocer detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio de la operación del centro de artes plásticas y música.

Los ingresos que se encuentran detallados en el Estado de Resultados, son por concepto de la oferta del servicio brindado por el Centro de Artes Plásticas y Música, en las especialidades de: música, artes plásticas, danza y teatro, sean estos en horarios regulares, vacacionales o clases privadas, el mismo que se ha proyectado para cinco años con el promedio

de la tasa de inflación de los últimos tres años que es del (3,51%) y que fue determinada por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 50 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS							
Concepto		Años					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
=	Ingresos	96,726.00	100,121.08	103,635.33	107,272.93	111,038.21	114,935.65
(-)	Costo de Ventas	32,738.47	33,887.59	35,077.04	36,308.25	37,582.67	38,901.82
=	Utilidad bruta en Ventas	63,987.53	66,233.49	68,558.29	70,964.68	73,455.54	76,033.83
(-)	Gastos de administración y ventas	41,054.64	42,495.66	43,987.26	45,531.21	47,129.36	48,783.60
(-)	Gastos Financieros	1,608.03	1,340.02	982.68	625.34	268.00	0.00
(-)	Depreciaciones	1,295.45	1,295.45	1,295.45	1,295.45	1,295.45	795.50
(-)	Amortizaciones	171.43	171.43	171.43	171.43	171.43	171.43
(+)	Utilidad antes de participación e impuestos	19,857.98	20,930.93	22,121.47	23,341.25	24,591.30	26,283.31
(-)	Participación de Trabajadores	2978.70	3139.64	3318.22	3501.19	3688.70	3942.50
(+)	Utilidad antes de impuestos	16,879.28	17,791.29	18,803.25	19,840.06	20,902.61	22,340.81
(-)	Impuesto a la renta	3,713.44	3,914.08	4,136.71	4,364.81	4,598.57	4,914.98
=	UTILIDAD NETA	13,165.84	13,877.21	14,666.53	15,475.25	16,304.03	17,425.83

Elaborador por: El autor

5.5. Flujo de Efectivo del Proyecto a Cinco Años

El estado de flujos de efectivo resulta indispensable en los estados financieros básicos que debe preparar una empresa cumplir con la normativa y reglamentos institucionales. El flujo de caja contempla el comportamiento de los ingresos y gastos para 5 años, período en el cual se pretende recuperar la inversión realizada, tanto en capital propio y financiado.

A través del flujo de caja se podrá determinar el nivel de ingresos que anualmente genera la actividad del Centro de Artes Plásticas y Música a crearse en la ciudad de San Gabriel.

Tabla 51: Flujo de caja

FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO 5 AÑOS						
Concepto	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	INVERSIÓN	96,726.00	100,121.08	103,635.33	107,272.93	111,038.21
(-) Gasto Administrativo y Ventas		73,793.11	76,383.25	79,064.30	81,839.46	84,712.03
(-) Depreciación		1,295.45	1,295.45	1,295.45	1,295.45	1,295.45
(-) Amortización		171.43	171.43	171.43	171.43	171.43
(-) Gasto financiero		1,608.03	1,340.02	982.68	625.34	268.00
(-) Capital		1,191.13	2,382.26	2,382.26	2,382.26	625.34
Utilidad antes de participación		18,666.85	18,548.66	19,739.20	20,958.98	23,965.96
(-) 15% Trabajadores		2,978.70	3,139.64	3,318.22	3,501.19	3,688.70
Utilidad antes de impuestos		15,688.15	15,409.02	16,420.98	17,457.80	20,277.26
(-) 22% Impuesto a la renta		3,713.44	3,914.08	4,136.71	4,364.81	4,598.57
Utilidad Neta		11,974.71	11,494.94	12,284.27	13,092.98	15,678.69
(+) Depreciación		1,295.45	1,295.45	1,295.45	1,295.45	1,295.45
(+) Amortización		171.43	171.43	171.43	171.43	171.43
Inversión Inicial	-10,655.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversión de Reemplazo		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversión de Ampliación		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversión Capital de Trabajo	-6,065.19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor de desecho		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-16,720.19	13,441.59	12,961.82	13,751.15	14,559.86	17,145.57

Elaborador por: El autor

5.6. Evaluación Financiera

5.6.1. Tasa de Redescuento

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. Esta tasa se diferencia de la tasa de interés en que, esta se aplica a una cantidad original para obtener el incremento que sumado a ella da la cantidad final, mientras que el descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad presente.

Tabla 52: Tasa de redescuento

TASA DE REDESCUENTO				
CONCEPTO	VALOR	PARTICIP. (%)	CN (%)	CP (%)
Préstamo Bancario	10,720.19	64.12%	15.00%	9.62%
Capital Social	6,000.00	35.88%	6.00%	2.15%
Inversión Total	16,720.19	100.00%	KP →	11.77%
Inflación promedio 3 años Fuente: INEC				3.51%
Tasa Mínima de rendimiento aceptable TMAR				15.28%

Elaborador por: El autor

5.6.2. VAN

El Valor Actual Neto permite calcular el valor presente de un determinado número de caja futuros originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al número actual (es decir, actualizar mediante el descuento de una tasa) todos los flujos futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo, que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto. Se debe destacar que se pueden obtener diferentes resultados de VAN, los mismos que pueden ser:

- VAN>0; Se debe aceptar el proyecto
- VAN=0; El proyecto no se acepta, resultaría mejor optar por otras alternativas de inversión, ya que no genera beneficio.
- VAN<0; El proyecto no vale para realizar una inversión, es necesario buscar otras alternativas que produzcan un mayor beneficio.

Para su cálculo se emplea la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{n=1}^{\infty} \frac{FINC}{(1+i)^n}$$

Dónde:

- I_0 = Inversión inicial
 i = Tasa de interés (costo de capital)
 $FINC$ = Flujo neto de caja
 n = Años o períodos

Tabla 53: VAN

VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
FLUJO DE CAJA	-16,720.19	13,441.59	12,961.82	13,751.15	14,559.86	17,145.57
VAN	-16,720.19					30,334.08

Elaborador por: El autor

5.6.3. TIR

El TIR es conocido como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión; para ello el TIR, se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar el TIR, será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por el TIR, supera la tasa de corte, se acepta la inversión, caso contrario se rechaza.

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión permitirá establecer la rentabilidad del proyecto, estableciendo que a mayor TIR, mayor rentabilidad. El TIR calculado es de 76,80% y es mayor a la tasa de descuento, afirmando de esta manera la factibilidad del proyecto.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

Tabla 54: TIR

TASA INTERNA DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
FLUJO DE CAJA	-16,720.19	13,441.59	12,961.82	13,751.15	14,559.86	17,145.57
TIR	-16,720.19					76.80%

Elaborador por: El autor

Calculando el TIR, el proyecto arroja una rentabilidad del 76,80%, durante el horizonte de vida útil del mismo, y es alto debido a que la inversión en activos fijos es mínima ya que el proyecto en su inicio empieza a trabajar con lo más indispensable para su funcionamiento, lo que permite que los costos operacionales sean mínimos.

5.6.4. Relación Beneficio / Costo

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, determinándose por cada dólar invertido la recuperación en beneficio.

$$C / B = \frac{\sum FNACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

Tabla 54: Relación beneficio/costo

Relación Beneficio/Costo =	1,31	Veces
-----------------------------------	------	-------

Elaborador por: El autor

Este indicador demuestra que por cada dólar invertido en el proyecto se generara una rentabilidad de 0,31 centavos de dólar.

5.6.5. Período Real de Recuperación de la Inversión

El plazo de recuperación es un criterio estático de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto en base a cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja. Resulta muy útil cuando se requiere realizar una inversión de elevada incertidumbre y de esta forma se tendrá una idea del tiempo que deberá transcurrir para recuperar la inversión.

La forma de calcularlo es mediante la suma acumulada de los flujos de caja, hasta que esta iguale la inversión inicial.

Tabla 55: Período real de recuperación de la inversión

<i>Periodo real de recuperación de la inversión =</i>	Periodo	Inversión Inicial	Flujos Actualizado	Valor a Recuperar	Saldo
	0	-16,720.19			- 16,720.19
	1		11,659.91	11,659.91	5,060.28
	2		9,753.38	9,753.38	4,693.10
	3		8,975.79	8,975.79	13,688.90

Elaborador por: El autor

Tabla 56: Calculo de la Recuperación de la Inversión

REGLA DE TRES		
	FLUJO ACUMULADO	AÑOS
	13,688.90	3
INVERSIÓN	16,720.19	X

PERIODO REAL DE RECUPERACIÓN	3,6
------------------------------	-----

Elaborador por: El autor

El periodo real de recuperación de la inversión inicial del proyecto es a los tres años seis meses de estar en funcionamiento el Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART” en la ciudad de San Gabriel.

5.6.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos totales son iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables. Puede estar expresado tanto en unidades como en valores monetarios.

El punto contable es simplemente el nivel de ventas que hace que el proyecto genere una utilidad neta de cero. A continuación se realiza el cálculo del punto de equilibrio de la siguiente manera:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla 57: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Concepto	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Costo fijos	67,186.19	69,544.43	71,985.44	74,512.12	77,127.50	79,834.67
Costos variables	6,768.03	6,681.14	6,511.27	6,347.99	6,191.51	6,131.42
Ventas	96,726.00	100,121.08	103,635.33	107,272.93	111,038.21	114,935.65
Punto de equilibrio Usd anual	72240.97	74516.99	76811.39	79198.79	81682.11	84333.58
Punto de equilibrio Usd mensual	6020.08	6209.75	6400.95	6599.90	6806.84	7027.80
Punto de equilibrio número mensual	91	94	97	100	103	106

Elaborador por: El autor

El punto de equilibrio indica que el Centro de Artes Plásticas y Música, necesita vender el servicio de formación a 91 alumnos para tener un equilibrio operativo, por lo que se determina que al vender anualmente 72.240,97 dólares, se cubre los costos y gastos del proyecto y el servicio no genera ni perdida ni ganancia.

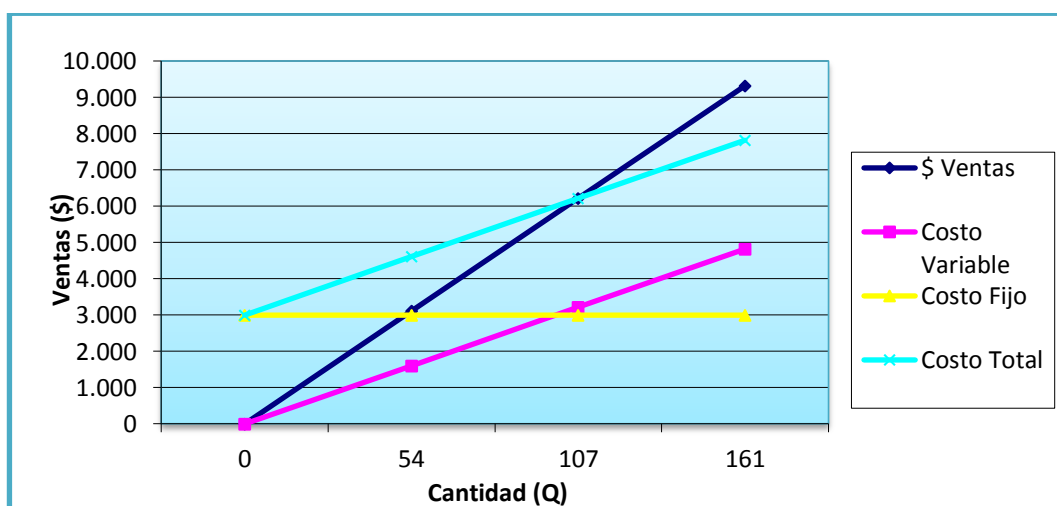


Figura 28: Punto de equilibrio

Elaborado por: **El autor**

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Empresa

6.1.1. Razón Social

El nombre de la razón social del Centro de Artes Plásticas y Música de la ciudad de San Gabriel, será “TUZART”

6.1.1.1. Logotipo

Para una mejor identificación del centro de arte, se incluye en su presentación un diseño novedoso y llamativo, para ser usado como logotipo.



Figura 29: Logotipo

Elaborado por: El autor

6.2. Análisis Interno de la Microempresa

6.2.1. Misión

TUZART es una empresa dedicada a proveer de un espacio para promoción de actividades culturales permanentes, en el área de la música y artes plásticas para niñas, niños y adolescentes.

6.2.2. Visión

Lograr que TUZART se convierta en un referente cultural hasta el año 2018 para la provincia y el país.

6.2.3. Objetivos empresariales

- Ofrecer un servicio de calidad a la población del cantón Montúfar, mediante la prestación de servicios de actividades culturales relacionadas con el arte y la música.
- Mantener y ofrecer un ambiente acogedor, seguro y de calidad a estudiantes, padres de familia, docentes y visitantes en general.
- Renovar de manera permanente los instrumentos del centro de artes y promover la capacitación de los docentes.
- Socializar las actividades internas realizadas en el centro, con la colectividad mediante presentaciones gratuitas en lugares concurridos del cantón y la provincia.

6.2.4. Valores

- Honestidad con el cliente

- Responsabilidad.- con nuestros compromisos, los clientes, proveedores y la comunidad en general
- Trabajo en equipo.- Las acciones a realizarse deben ser el producto del consenso y la labor mancomunada.
- Respeto y Cordialidad.- como base de nuestras relaciones.
- Comunicación Interactiva Efectiva y Permanente.- como herramienta para precisar nuestras acciones.
- Confidencialidad.- en el manejo de la información.
- Liderazgo audaz y reflexivo todos somos líderes con actitud proactiva, permanente creatividad e innovación y dispuesto a tomar riesgos.
- Humildad.- reconocer que cada persona posee ideas, experiencias, destrezas y capacidades singulares que nos pueden enriquecer

6.2.5. Requisitos Legales para el funcionamiento de TUZART

Los requisitos fundamentales para la creación y funcionamiento de una microempresa en Ecuador son:

- El Registro Único de Contribuyentes (RUC),
- Patente Municipal,
- Permiso de funcionamiento de las entidades correspondientes (bomberos), y
- Aval del Ministerio de Educación.

6.2.5.1. Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución

- Original y copia de los nombramientos de los Representantes Legales
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

6.2.5.2. Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez

- Copia de la cédula y certificado de votación
- Nombre (Apellidos y nombres) del dueño del predio donde funciona la actividad comercial.
- Copia del RUC
- Declaración juramentada de inicio de actividades
- Escritura de compra – venta
- Copia de cédula de identidad del representante legal
- Inspección

6.2.5.3. Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento en el Ministerio de Educación

- a) Solicitud dirigida al Director Distrital de Educación Popular Permanente, en el que se indique el tipo de establecimiento que se desea crear, la modalidad en la que va a funcionar, jornadas y ubicación del local.
- b) Estudio socio-económico del sector
- c) Plan de trabajo:
 - Datos informativos.
 - Objetivos.
 - Actividades.
 - Tiempo de duración.

- Horario de trabajo.
- Programas analíticos por asignatura y especialidad.
- Documentos de idoneidad de los profesores.
- Copia certificada de los títulos.
- Presupuesto.
- Contratos de trabajo.
- Contratos de arrendamiento.
- Inventario de equipos, maquinaria, muebles y otros.
- Informe técnico del supervisor.

d) Pago de la Tasa correspondiente

6.3. Organigrama Estructural

Se presenta el organigrama estructural y funcional del Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”, en la ciudad de San Gabriel, con el propósito de garantizar que las actividades internas se cumplan con éxito, permitiendo que el ambiente de trabajo sea el ideal y promueva el clima laboral adecuado.

Para el Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”, se estableció necesario para el área académica un profesor de música, un profesor de artes plásticas, un profesor de danza y uno de teatro, cada uno con los conocimientos necesarios para darlos a conocer a los alumnos del centro de artes plásticas y música, con el fin de ofrecer un servicio de calidad.

En el área administrativa financiera será necesario contar con un gerente, un secretario(a), un contador(a) y un conserje, para garantizar la adecuada gestión del Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “TUZART”

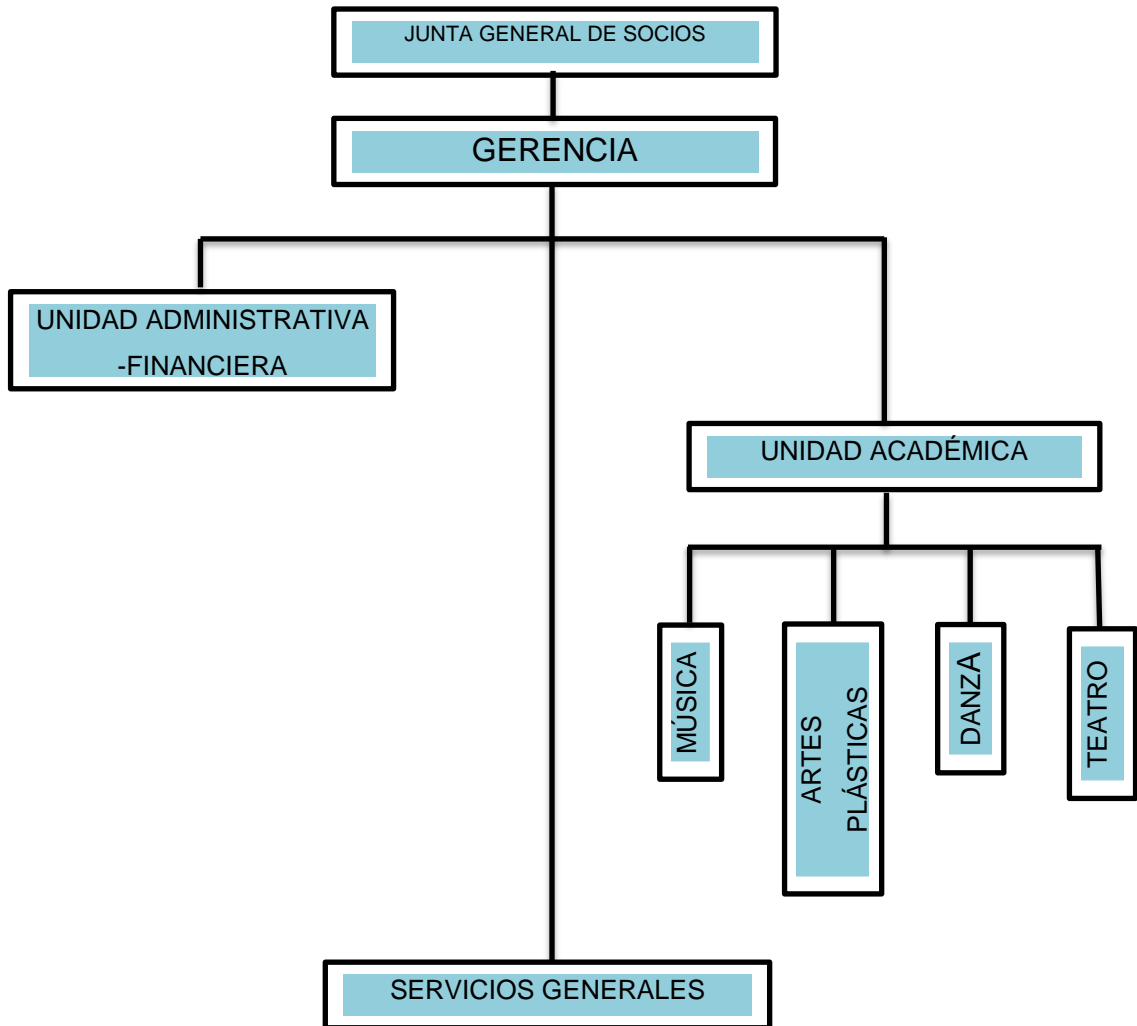


Figura 30: Organigrama Estructural

Elaborado por: El autor

6.3.1. Descripción de Funciones

Para el correcto funcionamiento del centro de artes, en base al organigrama estructural propuesto, se describen las siguientes funciones, actividades y responsabilidades, así como el perfil del cargo y requerimientos necesarios para que las actividades del centro se desarrollen con eficiencia.

6.3.1.1. Gerente.

Tabla 58: Gerente

GERENTE
Descripción del Cargo: Tendrá la función de representar legalmente a la empresa y ser responsable de la coordinación administrativa, operativa y financiera de la empresa, definirá y hará cumplir las disposiciones de la ley dentro de la empresa y su entorno. Estará encargado de administrar de forma eficiente y eficaz los recursos de la organización.
Objetivo: Diseñar alternativas para el mejoramiento de la eficiencia de las actividades en el centro de artes para coordinar el cumplimiento de los objetivos institucionales.
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Evaluar informes mensuales, trimestrales y anuales de la gestión de los docentes.• Interpretar estados financieros.• Revisar y analizar estadísticas.• Elaborar planes de capacitación y planificación de estrategias de acción a corto, mediano y largo plazo.• Coordinar y controlar todas las actividades que se desarrollan en el centro.• Administrar los recursos de la empresa.• Proponer un mejoramiento continuo.• Controlar al personal.
Perfil: <ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel en Administración de Empresas o carreras afines.• Experiencia mínima de 2 años en actividades similares
Competencias: Capacidad para solucionar conflictos, liderazgo, ética, responsabilidad e imparcialidad.
Relación Funcional: <ul style="list-style-type: none">• Coordina su trabajo con el resto de personal• Supervisa a todos los empleados y proceso inmersos en el centro.

Elaborado por: El autor

6.3.1.2. Secretaria

Tabla 59: Secretaria

SECRETARÍA
Descripción del Cargo: La secretaria o secretario, será designada por el gerente previa convocatoria pública y una vez analizada la idoneidad del postulante.
Reporta a: Gerencia
Objetivo: Ejecutar labores específicas de su cargo, siempre en beneficio de la organización.
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Certificar con su firma documentos de la organización• Recepción y archivo de documentación.• Registro de asistencia del personal y los socios, así como la comunicación oportuna de reuniones.• Mantener actualizados los libros de actas del centro de artes plásticas y música.
Perfil: Experiencia en cargos similares, Bachiller en cualquier rama, título de tercer nivel no indispensable, manejo básico de Office (Word, Excel, Power Point).
Competencias: Capacidad de vincular, conocimientos teóricos, saber ser y hacer.
Relación Funcional: Depende de la Gerencia (Directiva.) Coordina su trabajo con el Gerente (Directiva). Supervisa a todos los empleados, en cuanto a la asistencia.

Elaborado por: El autor

6.3.1.3. Contador

Tabla 60: Contador

CONTADOR
Descripción del Cargo: En el área de contabilidad es indispensable contar con una persona con amplios conocimientos y experiencia que le permita cumplir los parámetros y exigencias de la empresa.
Reporta a: Gerencia
Objetivo: Ejecutar, Coordinar y supervisar las operaciones contables con sujeción a principios y procedimientos contables establecidos, con la finalidad de presentar información financiera contable confiable y oportuna para la toma de decisiones.
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Elaborar estados financieros mensuales.• Cumplir con todos los requerimientos del SRI, como declaraciones y anexos.• Pago de proveedores, servicios, personal y todo tipo de obligaciones contraídas por la empresa.• Llevar un archivo contable con los respaldos y medios de verificación correspondientes.• Registrar diariamente los movimientos contables de la institución.• Verificar que exista un correcto manejo del proceso de adquisiciones.
Perfil: Bachiller en Contabilidad CBA, Contador Público Autorizado CPA, experiencia de 1 año en cargos similares.
Competencias: Capacidad de vincular y conocimientos teóricos.
Relación Funcional: Depende de la Gerencia (Directiva.) Coordina su trabajo con la Gerencia (Directiva), encargado de adquisiciones. Responsable de mantenerse al día con las obligaciones tributarias y del manejo transparente de los recursos económicos del Centro.

Elaborado por: El autor

6.3.1.4. Conserje

Tabla 61: Conserje

CONSERJE	
Descripción del Cargo:	Es la persona encargada de mantener en orden completo aseo las instalaciones del Centro de Artes Plásticas y Música.
Reporta a:	Gerencia
Objetivo:	Vigilar que las instalaciones se encuentren en completo aseo y mantener el orden para satisfacción de los estudiantes.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Vigilar que no exista un mal uso de las instalaciones• Mantener aseadas las diferentes dependencias del centro.• Reportar la necesidad de insumos para el mantenimiento de las instalaciones y equipos.
Perfil:	Persona con certificados de honorabilidad y experiencia en el tareas de aseo y mantenimiento. Se dará preferencia a personas entre los 18 y 50 años de edad.
Competencias:	Orden, proactividad, honradez.
Relación Funcional:	Depende de Gerencia Responsable de reportar el abastecimiento permanente de materiales e insumos.

Elaborado por: El autor

6.3.1.5. Docentes.

Tabla 62: Docentes

DOCENTES
Descripción del Cargo: Es la persona encargada de las actividades con los estudiantes, en su preparación, capacitación y evaluación.
Reporta a: Gerencia
Objetivo: Potenciar en los estudiantes sus actividades artísticas mediante la motivación para practicar música, danza, teatro y pintura.
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Planificar los contenidos que impartirá a los estudiantes.• Desarrollar informes para ser presentados a la gerencia, como requisito para el proceso de mejoramiento y evaluación continua.• Acompañar a los estudiantes durante su permanencia en el centro.• Brindar un trato de calidad a todos los estudiantes y sus padres.• Coordinar con la dirección del centro la participación de los estudiantes en exposiciones públicas de las actividades que realizan.
Perfil: Profesionales en las distintas áreas de Música, Pintura, Teatro y Danza, deberán contar con la acreditación y experiencia necesaria para ejercer el rol de docentes. Buena presencia indispensable.
Competencias: Capacidad de vincular, trabajo en equipo.
Relación Funcional: Depende de la Gerencia, Contador y Secretaria. Coordina su trabajo con la Gerencia. Responsable directo de las actividades con los estudiantes.

Elaborado por: El autor

6.4. Reglamento Interno

CAPITULO I:

OBJETOS. AMBITO Y FUNCIONES

Artículo 1.- El presente Reglamento tiene por objeto regular el régimen interno del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música "TUZART".

Artículo 2.- El ámbito de aplicación de este Reglamento será el del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música "TUZART", su accionar con las demás unidades académicas y administrativas del Centro, sus empleados y trabajadores y los usuarios externos a los que presta servicio.

Artículo 3.- El Centro de Formación en Artes Plásticas y Música "TUZART", cumple una triple función referidas al aspecto formativo, social, y en su caso, artístico de las niñas, niños y jóvenes.

CAPITULO II:

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Artículo 4.- El Centro de Formación en Artes Plásticas y Música "TUZART", está compuesto por la siguiente estructura organizacional:

- a. Gerente.
- b. Secretaria
- c. Contador
- d. Docentes
- e. Conserje

Del Gerente:

Artículo 13. El Gerente será el Representante Legal del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música "TUZART".

Artículo 14. Son Funciones del Gerente las siguientes:

- Evaluar informes mensuales, trimestrales y anuales de la gestión de los docentes.
- Interpretar estados financieros.
- Revisar y analizar estadísticas.
- Elaborar planes de capacitación y planificación de estrategias de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Coordinar y controlar todas las actividades que se desarrollan en el centro.
- Administrar los recursos de la empresa.
- Proponer un mejoramiento continuo.
- Controlar al personal.

De la Secretario (a):

Artículo 16. Son funciones del Secretario o Secretaria las siguientes:

- a. Certificar con su firma documentos de la organización
- b. Recepción y archivo de documentación.
- c. Registro de asistencia del personal y los socios, así como la comunicación oportuna de reuniones.
- d. Mantener actualizados los libros de actas del centro de artes plásticas y música.

Del Contador (a):

Artículo 17. Son funciones del Contador o Contadora las siguientes:

- a. Elaborar estados financieros mensuales.
- b. Cumplir con todos los requerimientos del SRI, como declaraciones y anexos.
- c. Pago de proveedores, servicios, personal y todo tipo de obligaciones contraídas por la empresa.
- d. Llevar un archivo contable con los respaldos y medios de verificación correspondientes.
- e. Registrar diariamente los movimientos contables de la institución.
- f. Verificar que exista un correcto manejo del proceso de adquisiciones.

Del Conserje:

Artículo 18. Son funciones del Conserje las siguientes:

- a. Vigilar que no exista un mal uso de las instalaciones
- b. Mantener aseadas las diferentes dependencias del centro.
- c. Reportar la necesidad de insumos para el mantenimiento de las instalaciones y equipos.

CAPÍTULO III:

DEL PERSONAL DOCENTE

Artículo 19. Los Docentes responsables de ejecutar su trabajo en el Centro de Artes Plásticas y Música, serán evaluados, seleccionados y contratados a través de la Gerencia del Centro de Artes Plásticas y Música "TUZART".

Artículo 20. Deberes y obligaciones.- Son deberes y obligaciones de los Docentes del Centro de Artes Plásticas y Música "TUZART", los siguientes:

- a. Ser puntual y cumplir con el horario de trabajo establecido por el Centro de Artes Plásticas y Música "TUZART".
- b. Conocer y manejar profesionalmente los contenidos teóricos, técnicos y metodológicos necesarios para el desarrollo de las actividades que vinculan de manera efectiva al Docente, a la familia y a los niños o jóvenes del Centro de Artes Plásticas y Música "TUZART".
- c. Planificar de manera organizada las actividades a ejecutarse con los niños y jóvenes a su cargo, aplicando sus conocimientos y creatividad, lo que permitirá un dinamismo absoluto en su trabajo cotidiano.
- d. Predisposición permanente para capacitarse.
- e. Cumplir estrictamente con las disposiciones reglamentarias y técnicas del Centro de Artes Plásticas y Música "TUZART".
- f. Otorga buen trato y respeto a los niños, jóvenes, padres de familia y directivos del Centro de Artes Plásticas y Música "TUZART".

- g. Dar seguimiento y ayuda inmediata a los casos especiales que ameriten mayor atención por parte del Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”; así como solucionar eventuales conflictos internos que se suscitaren dentro de las actividades cotidianas de la Institución.
- h. Desarrollar y practicar en todo momento hábitos de higiene y salud con las niñas y jóvenes a su cargo.
- i. Mantener constantemente informados a los padres de familia sobre el desarrollo y avance del aprendizaje artístico de sus hijos.
- j. Rendir un informe detallado, en las reuniones bimensuales de Padres de Familia que realice el Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”.

Artículo 21. Los Profesores del Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”, están prohibidos de ejecutar lo siguiente:

- a. Se prohíbe ejercer cualquier tipo de maltrato psicológico, físico o sexual, así como la utilización de vocabulario soez que atente directamente a la integridad de la niña, niño o joven que este bajo su responsabilidad.
- b. Se prohíbe en horas laborables abandonar las instalaciones del Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”, a excepción de ejecutar trámites o actividades relacionadas a la institución.
- c. Se prohíbe ejercer cualquier otra actividad que no tenga relación con su función, durante las horas de trabajo en el Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”.
- d. Se prohíbe cualquier tipo de altercado o conflicto personal o académico entre los docentes del Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”.

Artículo 22. Los permisos que soliciten los Docentes, deberán ser comunicados anticipadamente y serán otorgados en caso de suscitarse una calamidad doméstica o enfermedad debidamente justificada con el certificado médico abalizado por un médico del IESS; en caso de talleres seminarios o alguna otra actividad académica, ese permiso será comunicado a la Gerencia del Centro de Artes Plásticas. Si el permiso es

autorizado, el docente deberá dejar en su reemplazo, un profesional a fin a las funciones asignadas.

Artículo 23. En caso de producirse acciones u omisiones que afecten directamente a la integridad física e intelectual de las niñas, niños y jóvenes que acuden al Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”; así como por inobservar lo estipulado en este Reglamento, los Profesores serán sancionados por la Gerencia, ya sea mediante llamada de atención verbal o escrita y si el caso lo amerita se solicitara el visto bueno a la Autoridad competente con la cesación inmediata de funciones y separación de su cargo.

Artículo 24. Si se suscitara el caso de reducirse considerablemente el número de niños o jóvenes que asisten al Centro de Artes Plásticas y Música “TUZART”, la Gerencia del Centro de Artes Plásticas y Música, analizará tal situación y aplicara el procedimiento más idóneo con el fin de reducir el personal docente de la institución.

San Gabriel, marzo 30 del 2015

6.5. Código de Ética

El presente documento constituye el Código de Ética que regirá el funcionamiento del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música “TUZART”.

El Centro de Formación en Artes Plásticas y Música “TUZART”, es una institución destinada a la formación integral en las áreas de la música, artes plásticas, danza y teatro, destacando la correspondencia e interdependencia de los niveles y etapas interaccionadas, donde los aprendizajes constituyen experiencias significativas vinculadas a la realidad, facilitando transparencias de los conocimientos, habilidades y

destrezas a situaciones de la vida cotidiana a manera que de no solo sea simple transferencia de conocimientos, sino más bien de lo que ellos puedan hacer por sí mismos.

El Centro de Formación deberá cuidar en el nivel de la formación integral artística del niño o joven, atendiendo las características de interrelación e integralidad de las áreas cognitivas, socio emocional, psicomotora, del lenguaje, desarrollo físico y sus procesos. Las actividades de formación comienzan cada día dependiendo el horario de clases escogido por el alumno del Centro.

Normativas.

1. Ningún alumno podrá ausentarse de la Centro de Formación durante el horario de clases sin el debido permiso de la Dirección. En caso de tener que ausentarse del Centro ya sea por enfermedad o por cualquier otra circunstancia, el padre o la madre de familia en persona deben solicitar el permiso de salida.
2. La inasistencia a las actividades de formación durante uno o más días debe ser justificada personalmente por uno de sus padres al incorporarse de nuevo el alumno a las clases. Si la inasistencia ha sido causada por enfermedad uno de los padres debe consignar ante la Gerencia la constancia médica.
3. La responsabilidad del Centro de Formación para con los alumnos termina 15 minutos después de la hora señalada para la salida. Entendemos que alguna vez suceda una emergencia, pero antes este caso usted debe tomar las medidas que garantizan la hora fijada. Si en tres ocasiones reiteradas, retira a su hijo después de la hora indicada, nos veremos obligados a suspenderle el servicio por dos clases consecutivos
4. El uniforme es de uso obligatorio diariamente en el Centro de Formación.

5. El alumno que por razones plenamente justificadas no porte el uniforme, se le permitirá la asistencia a clases durante un lapso de tiempo prudencial de 30 días.
6. No está permitido traer a la Centro de Formación material que entorpezca el normal desarrollo de las clases; juguetes, Smartphone, iPad, Tablets y otros accesorios que no pertenezcan al Centro.
7. Queda prohibido enviar a los niños con prendas de oro y juguetes, no nos hacemos responsables por la pérdida de los mismos.
8. Cada mes se realizara una reunión de padres de familia, por lo tanto las actividades de formación terminaran una hora antes de lo previsto.
9. Los alumnos que durante el año permanezcan inasistentes por dos meses consecutivos, y su representante no ha hecho formal su notificación, quedaran sin derecho a matricula durante ese año.
10. La administración no reintegrara a los representantes lo cancelado por concepto de inscripción, mensualidad o cualquier otro pago realizado al producirse el retiro.
11. Asimismo se les recuerda que no pueden ingresar al espacio amigos y familiares que no estén matriculados en el curso. Para el caso de los más pequeños, solamente debe venir un adulto con el niño que tiene clase y en lo posible dejarlo y recogerlo en cuanto termine su clase.
12. Los alumnos deberán mantener el orden y la limpieza, así como procurar no dañar ninguna de las pertenencias del Centro, así como sus instalaciones.
13. Los alumnos deberán procurar ir al baño antes de la clase y no durante la misma, en caso de emergencia, deberán pedir permiso al profesor.
14. No está permitido gritar en clase.
15. No está permitido el uso de lenguaje ofensivo o vulgar en la Centro de Artes Plásticas y Música.

16. Deberán ser serios en su compromiso de aprender, respetuosos con sus profesores y compañeros.
17. La división de los grupos obedece a un criterio de edad bajo el cual se encuentran programados los contenidos de las clases. Aclaro que dicha división es estrictamente metodológica, permite desarrollar objetivos comunes, y no tiene que ver con la antigüedad del alumno o habilidades que tenga. Para cambiar de nivel es requisito indispensable tener los años cumplidos del siguiente nivel.
18. Todos nuestros docentes son profesionales con amplia experiencia en la enseñanza de la música, artes plásticas, danza y teatro. Por lo tanto exigimos que todos los alumnos sean respetuosos, silenciosos durante clases, atentos a las explicaciones y correcciones, y siempre dispuestos a aprender.
19. Solo los maestros pueden hacer uso de grabadoras y equipos de sonido.
20. No golpear espejos, vidrios u otros.
21. No ingresar al salón de danza con zapatos de calle, únicamente zapatillas o tenis para danza.
22. No está permitido comer chicle en el Centro de Artes Plásticas y Música.

Son Deberes de los Padres de Familia:

1. Colaborar en todas las actividades que realice el Centro de Formación en beneficio de su representado.
2. Atender a las citaciones que se le hagan.
3. Dotar a su representado de todos los útiles necesarios para el trabajo de formación en artes.
4. Asistir a las reuniones que convoque el Centro de Formación.
5. Estar atento a las tareas y otras actividades que se le asigne a su representado y orientarlos en las mismas.
6. Enviar a su representado los días de clase.

7. Informar a la Gerencia directamente o por escrito, los motivos por los cuales su representado no puede asistir a las clases en un momento determinado.
8. Cancelar puntualmente los pagos correspondientes a matrícula y mensualidad del Centro de Artes Plásticas y Música.
9. Las mensualidades deben ser canceladas en su totalidad aunque el alumno no concurriese a clases regularmente.
10. El representante debe ser responsable por los daños o perjuicios ocasionados por su representado a los bienes muebles e inmuebles del Centro de Formación.
11. Los padres y representantes que tengan quejas, reclamos o planteamientos que formular deben hacerlo, en forma razonada ante la Gerencia, para que esta una vez estudiados y comprobados los hechos, pueda resolver de la manera más idónea. Caso contrario la Gerencia tendrá la plena autoridad de decidir lo mejor para la institución.
12. Los padres de familia que deseen hablar con los profesores deben hacerlo previa cita con la Gerencia.
13. Los niños o jóvenes que se encuentren enfermos o con tratamiento médico no pueden asistir al Centro de Formación y deben ser atendidos por sus familiares hasta que se encuentren completamente sanos.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

La metodología de este capítulo es considerar y señalar las posibles consecuencias que pueden acarrear o surgir en la implantación del proyecto, por tales motivos es importante analizar sus efectos de forma cuantificada y cualitativamente, permitiendo establecer las posibles bondades o fallas que puede poseer el proyecto.

Se concluye que los impactos son un conjunto de posibles o supuestos eventos que pueden suscitar con la creación de este proyecto en cuanto a la prestación del servicio en artes plásticas y música. Con en el propósito de desarrollar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha ejecutado una matriz de valoración de 3 a -3 que se aprecia de acuerdo a los siguientes criterios

Tabla 63: Matriz de Valoración

Escala	Indicadores
3	Imp. Alto Positivo
2	Imp. Medio Positivo
1	Imp. Bajo Positivo
0	Indiferente (nulo o neutro)
-3	Imp. Alto Negativo
-2	Imp. Medio Negativo
-1	Imp. Bajo Negativo

Determinación de los posibles impactos del proyecto:

- Socioeconómico
- Empresarial
- Comercial
- Educativo-Cultural
- Ambiental
- Social

7.1. Impacto Socioeconómico

En lo que respecta al impacto socioeconómico el presente proyecto se basa en indicadores como: Generación de empleo, calidad de vida y aporte al desarrollo económico.

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Generación de empleo						X	
• Calidad de vida						X	
• Aporte al desarrollo económico						X	
Total						6	
Promedio						2	

$$\text{Impacto Socioeconómico} = \frac{6}{3}$$

Nivel de Impacto= 2 MEDIO POSITIVO

Análisis.

El impacto socioeconómico que la creación de un centro de arte generara, se relaciona directamente con la creación de nuevas fuentes de empleo y la diversificación de la economía del sector, que en su mayoría se dedica a las actividades agrícolas y ganaderas.

7.2. Impacto Empresarial

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Gestión					X		X
• Emprendimiento							X
• Aporte al desarrollo empresarial							X
Total					1		6
Promedio							2,33

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{7}{3}$$

Nivel de Impacto= 2,33 MEDIO POSITIVO

Análisis.

Al crear microempresas y generar emprendimientos creativos que ayudan a la economía del cantón y el desarrollo empresarial con competitividad, gestión y para que los emprendedores puedan tener más ingresos con la generación de empleo al realizar este tipo de proyectos.

7.3. Impacto Comercial

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Promoción y publicidad						X	
• Cobertura (de mercado)					X		
• Proveedores							X
• Competencia					X		
Total					2	2	3
Promedio							1,75

$$\text{Impacto Comercial} = \frac{7}{4}$$

Nivel de Impacto= 1,75 MEDIO POSITIVO

Análisis.

El centro de arte se encarga de establecer canales de distribución mediante el uso de publicidad creando una imagen líder en el mercado dando una cobertura que satisfaga las necesidades de los clientes mejorando la competencia a través de nuestros proveedores.

7.4. Impacto Educativo Cultural

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Generación de conocimientos							X
• Aplicación de conocimientos							X
• Transferencia de conocimientos						X	
• Tradiciones						X	
• Costumbres						X	
Total						6	6
Promedio							2,4

$$\text{Impacto Educativo Cultural} = \frac{12}{5}$$

Nivel de Impacto= 2,4 MEDIO POSITIVO

Análisis.

Al realizar el presente proyecto se creará un impacto educativo, donde se aplicará los conocimientos adquiridos.

7.5. Impacto Ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Contaminación por Ruido		X					
• Contaminación Visual			X				
• Contaminación por emanaciones de olores				X			
Total		-2	-1	0			
Promedio							-1

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{-3}{3}$$

Nivel de Impacto= - 1 BAJO NEGATIVO

Análisis.

Este proyecto se preocupará por evitar las emisiones de ruido que afecten a la comunidad, para esto se prevé utilizar cubetas de huevos para revestir las paredes evitando así que el sonido se propague.

7.6. Impacto Social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Difusión de actividades culturales							X
• Manejo adecuado del tiempo libre de niños, niñas y adolescentes.						X	
• Disminución de la delincuencia						X	
Total						4	3
Promedio							2,33

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{7}{3}$$

Nivel de Impacto= 2,33 MEDIO POSITIVO

Análisis.

Este proyecto se preocupará por ofrecer a la comunidad actividades para niños, niñas y adolescentes, que les permitan organizar el tiempo libre de una manera adecuada, potencializando sus habilidades artísticas. Esto contribuirá de manera positiva en la disminución de la delincuencia juvenil.

7.7. Impacto General

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Socioeconómico						X	
• Empresarial						X	
• Comercial						X	
• Educativo-Cultural						X	
• Ambiental			X				
• Social						X	
Total			-1			10	
Promedio							1,5

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{9}{6}$$

Nivel de Impacto= 1,5 MEDIO POSITIVO

Análisis.

El impacto general tiene una evaluación de 1,5 puntos y queda en el nivel de medio positivo, por lo que de acuerdo al análisis realizado al proyecto se determina que el mismo genera impactos positivos en la población de la ciudad de San Gabriel y del cantón Montúfar por lo que su implementación traerá beneficios a la sociedad montufareña.

CONCLUSIONES

- Existe el interés de los habitantes del cantón Montúfar para que empiece a funcionar el Centro de Artes Plásticas y Música, el mismo que puede entrar a operar porque hay las facilidades en cuanto a ubicación, permisos de funcionamiento ya que no existe una competencia directa para el Centro.
- Se revisaron los antecedentes económicos y sociales más importantes en la ciudad de San Gabriel como en las parroquias rurales del cantón Montúfar.
- Se realizó el estudio de mercado, el cual indica que si existe una demanda insatisfecha en el sector para las actividades de música, teatro, danza y pintura de 343 personas, con un crecimiento promedio de la demanda de 1,6%.
- Se determinó que la oferta del proyecto para el primer trimestre de operación capte el 18% de la demanda actual en el área de música y el 100% de la demanda en otras actividades artísticas.
- Se estableció que los precios del servicio se fijaran de acuerdo al mercado donde se interviene y se lo fijo así: inscripción 12,00 USD., cursos regulares 52,00 USD. Mensuales, los cursos vacacionales en 66,00 USD. y las horas de clase privadas en 3,50 USD.
- Se determinaron las inversiones necesarias de operación, administrativas y ventas para implementar el proyecto.
- Se determinaron los costos totales necesarios para la viabilidad y funcionamiento del Centro de Artes Plásticas y Música.

- Se estableció el volumen de ventas con el cual se alcanza un punto de equilibrio donde no existirá ni pérdidas ni ganancias para el proyecto y que es de 72.240,97 USD.
- Se determinó la utilidad neta y el flujo neto de efectivo para los próximos cinco años que es de 17.145,57 USD.
- Se estableció un Valor Actual Neto (VAN), tanto del proyecto en 30.334,08 USD. siendo un valor positivo, el cual indica que el proyecto proporciona para el inversionista un remanente sobre lo invertido.
- Una vez calculada la Tasa Interna de Retorno TIR del proyecto que es de 76,80% y comparada con la Tasa de Redescuento existe una diferencia, siendo el TIR ampliamente mayor, indicando que el proyecto es viable.
- Se determinó que el periodo de recuperación de la inversión es a los tres años seis meses de funcionamiento del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música,
- El punto de equilibrio para el primer año es 72.240,97 USD. con una tendencia a la alza para los próximos años, lo cual demuestra la rentabilidad del proyecto en toda su vida útil.
- Una vez analizados los costos fijos, variables y los ingresos por ventas, se ha observado que el proyecto es muy rentable y por lo tanto se recomienda su ejecución.
- Se cumplió con el objetivo general del proyecto que consistió en determinar la factibilidad y viabilidad de la creación del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi, con resultados positivos para iniciar las operaciones del centro

RECOMENDACIONES

En vista de que los indicadores financieros son altamente positivos se recomienda la implementación del Centro de Formación en Artes Plásticas y Música ya que se demuestra que puede ser viable.

Mantener un estudio constante de las variaciones que pueden existir en los precios del mercado para evitar divergencias en las proyecciones.

Realizar un nuevo estudio de mercado en el segundo semestre de funcionamiento del Centro de Artes para potenciar la oferta del servicio en el horario de la mañana, con la finalidad de maximizar la utilización de las instalaciones y reducir el costo de producción del servicio de manera paulatina.

Aprovechar el auge del arte en sus distintas manifestaciones que a través de los medios de comunicación en el país se está promoviendo en los últimos meses, reforzando las estrategias de publicidad y propaganda en la ciudad de San Gabriel.

Cumplir con las normativas ambientales con la finalidad de evitar sanciones, suspensión, traslado o cierre del Centro de Artes y Música, debido al ruido que se produce con la enseñanza de la música.

BIBLIOGRAFÍA

- Amarú, C. (2009). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson.
- Anzola Rojas, S. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: McGraw Hill.
- Arnal Suria, S., & González Pueyo, J. M. (2011). *Manual de presupuestos y contabilidad de las corporaciones sociales*. Madrid: La Ley.
- Arturo, K. (9 de Noviembre de 2013). *CreceNegocios*. Obtenido de El análisis de la competencia: <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>
- Bahillo, M. (2011). *Gestión Financiera*. Madrid: Paraninfo.
- Barrantes, G. (21 de Marzo de 2014). *Comisión económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de Gato, inversión y financiamiento para el desarrollo sostenible en Costa Rica: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/5752-gasto-inversion-y-financiamiento-para-el-desarrollo-sostenible-en-costa-rica>
- Brealey, M., & Allen. (2010). *Principios de Finanzas Corporativas*. México: McGraw-Hill.
- Briseño Ramírez, H. (2010). *Indicadores financieros*. México: UMBRAL.
- Burbano Ruíz, J. (2010). *Presupuesto*. Brasil: McGraw- Hill.
- CED. (25 de Septiembre de 2014). *Centro de excelencia*. Obtenido de Modelos de negocio vs. Plan de negocio: <http://www.eoi.es/fdi/benissa/modelos-de-negocio-vs-plan-de-negocio>
- Chiavenatto, A. (2010). *Administración: Proceso administrativo*. Colombia: Makron Books do Brasil Editora, Ltda.
- Enciclopedia Financiera. (21 de Febrero de 2015). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>
- Fernández, E. (2010). *Administración de Empresas*. Madrid: Paraninfo.

- Fernández, J. A. (2009). *Introducción a la administración*. México: Prentice Hall.
- Fonseca Luna, O. (2011). *Sistemas de Control Interno para Organizaciones*. Perú: IICO.
- Gestiopolis. (10 de Junio de 2010). *Gestiopolis*. Obtenido de Administración y dirección de empresas: <http://www.gestiopolis.com/administracion-y-direccion-de-empresas-conceptos-y-tecnicas/>
- Heredia, M. E. (22 de Septiembre de 2014). *Prezi*. Obtenido de Plan de financiamiento: prezi.com/o8znrjtj0-kie/plan-de-financiamiento/
- Huamán Marrufo, Y. (24 de Noviembre de 2014). *Scribd*. Obtenido de Estructura del plan de negocios: <http://es.scribd.com/doc/248055244/Estructura-Plan-de-Neg#scribd>
- Isis. (16 de Febrero de 2015). Obtenido de Glosario de administración: <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/641.8-C146d/641.8-C146d-GB.pdf>
- Marcotrigiano, Z. (21 de Enero de 2011). *Saber*. Obtenido de Discusión del concepto de activo: www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/34234/3/articulo5.pdf
- Mejía Cerpa, A. (27 de Octubre de 2014). *Prezi*. Obtenido de Clasificación de las empresas por sectores: <https://prezi.com/e9smbmbkxss4/clasificacion-de-las-empresas-por-sectores/>
- Ramírez Padilla, N. (2010). *Contabilidad Administrativa*. México: McGraw-Hill.
- Ramos Aguilera, A. C. (6 de Marzo de 2015). *Administración 2015*. Obtenido de Empresas: <http://elimonel05.blogspot.com/2015/03/empresas.html>
- Richard, B., & Stewart, M. C. (2012). *Principios de Finanzas Corporativas*. México: McGraw Hill.

- Rojas, M. (29 de Agosto de 2012). *La bolsa y economía blogspot*. Obtenido de El fin del estado de bienestar: http://labolsayeconomia.blogspot.com/2012_08_01_archive.html
- Torres, G. (08 de Mayo de 2013). *Slidshare*. Obtenido de Microempresa: <http://es.slideshare.net/giovannytorres374/microempresa1>
- Vargas Belmonte, A. (2014). *Marketin y plan de negocio de la microempresa*. México: Paidós.
- Wild J, S. K., & R, H. (2012). *Análisis de estados financieros*. México: McGraw-Hill.
- Zambrano Melo, Z. (12 de Mayo de 2010). *Repositorio La Salle*. Obtenido de Análisis comportativo y evaluativo de la administración: repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4574/00781330.pdf

LINCOGRAFÍA

- www.inec.gob.ec
- www.gadmontufar.gob.ec
- www.ministeriodecultura.gob.ec
- www.oei.org
- www.ecuadorencifras.gob.ec
- www.google.com.ec

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Ibarra-Ecuador

El Propósito de esta encuesta es conocer sobre la factibilidad de crear un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música, dirigido a niñas, niños y jóvenes de la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

Datos informativos:

Sexo: Masculino_____ Femenino_____

Edad:_____años

1. ¿En qué sector de la ciudad de San Gabriel o del Cantón Montúfar usted vive?

Especifique:_____

2. ¿Usted a que se dedica?

Estudiante		Comerciante		Ama de Casa	
Empleado Público		Empleado Privado		Agricultor	
Chofer		Desempleado		Otros	

3. ¿Cuál es el nivel de ingresos familiares?

De 100 a 400 USD		De 401 a 700 USD		De 701 a 1000 USD		Más de 1000 USD	
------------------	--	------------------	--	-------------------	--	-----------------	--

4. ¿Qué cantidad usted destina mensualmente a distracciones de tiempo libre como: eventos culturales, paseos, fiestas, deportes, entre otros?

Menos de 15 USD		De 16 a 30 USD		De 31 a 45 USD		De 46 a 60 USD	
De 61 a 75 USD		Más de 75 USD					

5. ¿Estaría usted dispuesto a invertir parte de sus gastos de entretenimiento en actividades de aprendizaje cultural?

Si		No	
----	--	----	--

6. ¿Conoce usted de la existencia de un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música en la ciudad de San Gabriel?

Si		No	
----	--	----	--

Si su respuesta es afirmativa cual es el nombre y como lo conoció

7. ¿Le gustaría a usted que en la ciudad de San Gabriel se creara un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música?

Si		No	
----	--	----	--

¿Por qué? _____

8. ¿Qué nivel de importancia le da usted a la creación de un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música?

Poco importante		Medio importante		Importante		Muy Importante	
-----------------	--	------------------	--	------------	--	----------------	--

9. ¿Según usted que características debería tener un Centro de Formación en Artes Plásticas y Música?

Excelencia académica		Profesores capacitados		Buena infraestructura		Flexibilidad de horarios	
Excelente atención		Prestigio y renombre		Facilidad de pago		Facilidad de parqueo	

10. ¿Cuál de las siguientes áreas le parece a usted de mayor interés?

Escultura		Pintura		Cerámica		Pirograbado	
Música		Teatro		Danza		Manualidades	

Otros: _____

11. ¿Al enfocarse en la música que instrumentos considera usted que se deberían considerar para su enseñanza?

CUERDA VIENTO PERCUSIÓN

Guitarra		Flauta		Batería	
----------	--	--------	--	---------	--

Violín		Trompeta		Tambor	
Violonchelo		Saxofón		Bombo	
Arpa		Clarinete		Xilófono	
Requinto		Gaita		Timbal	
Violas		Acordeón		Pandereta	

12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar mensualmente por los cursos que se dicten en el Centro de Formación en Artes Plásticas y Música?

De 20 a 40 USD		De 41 a 60 USD		De 61 a 80 USD		De 81 a 100 USD	
Más de 100							

13. ¿Cuáles son para usted los días más apropiados para estos cursos?

Lunes a Viernes		Sábados		Otros	
-----------------	--	---------	--	-------	--

14. Entre los horarios propuestos, ¿Qué horario cree usted que es el más indicado para impartir los cursos en el Centro de Formación en Artes Plásticas y Música?

De 15H00 a 17H00		De 17H00 a 19H00	
------------------	--	------------------	--

15. ¿Cuántos días por semana considera usted que se deberían asistir a los cursos?

Una vez		Dos veces		Tres veces	
Días laborables		Sólo sábados			

16. ¿Cuántos alumnos cree usted que debe haber por aula?

Menos de 10		De 11 a 20		Más de 20	
-------------	--	------------	--	-----------	--

17. ¿Por qué medios de comunicación usted prefiere recibir información sobre el Centro de Formación en Artes Plásticas y Música?

Prensa		Radio		Televisión	
Internet		Volantes		Otros	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Salarios Mínimos Sectoriales 2015

**ANEXO 1: ESTRUCTURAS OCUPACIONALES Y PORCENTAJES DE INCREMENTO PARA LA REMUNERACIÓN MÍNIMA
SECTORIAL
COMISIÓN SECTORIAL No. 20 "ENSEÑANZA"**

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:

1.- CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015
DIRECTOR / ADMINISTRADOR DE EDUCACIÓN INICIAL	A1		2013801000001	359,45
EDUCADOR DE PARVULOS (TÍTULO UNIVERSITARIO)	B2		2013801000003	358,67
PSICOLOGO (A) EDUCATIVO / INFANTIL	B3		2013801000002	357,79
TERAPISTA DE LENGUAJE	B3		2013801000004	357,79
TERAPISTA PARA NIÑOS (AS)	B3	INCLUYE: NIÑOS CON DISCAPACIDAD	2013801000005	357,79
EDUCADOR DE PARVULOS (TÍTULO TECNÓLOGO)	C2	INCLUYE: RECREADOR DE PARVULOS	2020000000001	356,41
AUXILIAR PEDAGOGICA DE CENTROS INFANTILES	C3		2013801000007	355,66

RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:

2.- EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015
DIRECTOR / ADMINISTRADOR DE EDUCACIÓN BÁSICA	A1		2013801001009	435,64
PROFESORES CON TITULO DE CUARTO NIVEL / BÁSICO	B1		2013801001010	359,45

PROFESORES CON TITULO DE TERCER NIVEL / BÁSICO	B2		2013801001011	358,67
PROFESORES CON TITULO DE INSTITUTO PEDAGOGICO	B3		2013801001012	357,79
PSICOLOGO (A) EDUCATIVO	B3		2013803001023	357,79
TERAPISTA PARA NIÑOS (AS)	B3	INCLUYE: NIÑOS CON DISCAPACIDAD	2013803001024	357,79
INSPECTOR EDUCATIVO	C2		2013803001025	356,41

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:

3.- EDUCACIÓN A NIVEL DE BACHILLERATO

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015
RECTOR	A1		2013802000013	435,64
VICERRECTOR	A1		2013802000014	435,64
PROFESORES CON TITULO DE CUARTO NIVEL / BACHILLERATO	B1		2013802000015	364,35
PROFESORES CON TITULO DE TERCER NIVEL / BACHILLERATO	B2		2013802000017	358,67
PROFESORES CON TITULO DE INSTITUTO PEDAGOGICO	B3		2013802000018	357,79
PSICOLOGO (A) EDUCATIVO	B3		2013802000016	357,79
TERAPISTA PARA ADOLESCENTES	B3	INCLUYE: ADOLESCENTES CON DISCAPACIDAD	2013802000019	357,79
ORIENTADOR VOCACIONAL	C1		2010000001003	357,08
INSPECTOR EDUCATIVO	C2		2030000000002	356,41

RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:

4.- EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015
RECTOR	A1		2013803001026	439,96
VICERRECTOR	B1		2013803001027	439,96
PERSONAL ACADÉMICO TITULAR PRINCIPAL	B1		2013803001021	359,45
PERSONAL ACADÉMICO NO TITULAR INVITADO	B1		2013803001030	359,45
DECANO O SIMILAR JERARQUÍA	B2		2013803001020	407,47
PERSONAL ACADÉMICO TITULAR AGREGADO	B2		2013803001028	358,67
PERSONAL ACADÉMICO NO TITULAR HONORARIO	B2		2013803001031	358,67
SUBDECANO O SIMILAR JERARQUÍA	B3		2010000002004	357,79
PERSONAL ACADÉMICO TITULAR AUXILIAR	B3		2013803001029	357,79
PERSONAL ACADÉMICO NO TITULAR OCASIONAL	B3		2013803001032	357,79
COORDINADOR DE BIENESTAR ESTUDIANTIL	C1		2010000002006	357,08
COORDINADOR DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	C1		2013803001033	357,08
TÉCNICO DOCENTE	C2		2013803001034	356,41

RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:

5.- EDUCACIÓN SUPERIOR TÉCNICO / TECNOLÓGICO

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015
RECTOR	A1		2013803001035	359,45
VICERRECTOR	B1		2013803001036	359,45
COORDINADOR DE CARRERA	B1		2013803001037	359,45
COORDINADOR DE BIENESTAR ESTUDIANTIL	B3		2013803001038	357,79
COORDINADOR DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	B3		2013803001039	357,79

PERSONAL ACADÉMICO TITULAR PRINCIPAL	B1		2013803001040	359,45
PERSONAL ACADÉMICO TITULAR AGREGADO	B2		2013803001022	358,67
PERSONAL ACADÉMICO TITULAR AUXILIAR	B3		2013803001041	357,79
PERSONAL ACADÉMICO NO TITULAR INVITADO	B1		2013803001042	359,45
PERSONAL ACADÉMICO NO TITULAR HONORARIO	B2		2013803001043	358,67
PERSONAL ACADÉMICO NO TITULAR OCASIONAL	B3		2013803001044	357,79
TÉCNICO DOCENTE	C2		2013803001045	356,41

RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:

6.- OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA

CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2015
COORDINADOR ACADÉMICO	C2	INCLUYE: ASESOR PEDAGÓGICO	2020000001009	356,41
INSTRUCTOR EDUCATIVO	C2		2020000003010	356,41
COLECTOR	C3		2030000001007	355,66
INSTRUCTOR PRACTICO DE CONDUCCIÓN	D1		2020000003011	355,17

Anexo 3: Modelo de Contrato de Trabajo

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO CON JORNADA PARCIAL PERMANENTE

En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del año _____, comparecen, por una parte _____ **(Escriba los nombres completos del EMPLEADOR. Si se trata de una persona jurídica colocar el nombre de la compañía, seguida de la frase “debidamente representada por [nombre del representante legal”])** portador de la cédula de ciudadanía N° _____ **(Escriba la cédula de identidad del EMPLEADOR)** en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) _____ **(Escriba el nombre del TRABAJADOR)**, portador de la cédula de ciudadanía N° _____ **(Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR)** en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de _____ **(ciudad de domicilio de las partes)** y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO CON JORNADA PARCIAL PERMANENTE con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:
Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un _____ (ingresar cargo requerido).

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de _____ (**Ingresar cargo del TRABAJADOR**). Revisados los antecedentes de _____ (**Escriba los nombres completos del TRABAJADOR**), éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada parcial permanente, establecida en el artículo 2 del Mandato Constituyente No. 8 y el artículo 82 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de _____ (**detalle las horas de la jornada de trabajo**). El trabajador declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de _____ (**colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00**), mediante _____ (**detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque**).

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 97, 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:

El presente Contrato, tendrá un plazo de un año, de acuerdo al artículo 14 del Código de Trabajo. De conformidad con el artículo 15 de la misma Ley, las partes acuerdan un período de prueba de noventa días contados desde la fecha de su suscripción, dentro del cual, cualquiera de las partes podrá darlo por terminado libremente, sin necesidad de ningún aviso previo y sin indemnización. Una vez vencido el período de prueba sin que ninguna de las partes haya manifestado su voluntad de terminar la relación laboral, el contrato se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el plazo del contrato.

Cumplido el plazo, se deberá proceder de acuerdo a lo establecido en los artículos 184 y 624 del Código del Trabajo, de no proceder, el contrato se entenderá de plazo indefinido.

Este contrato será susceptible de terminación por las cláusulas del artículo 169 del Código del Trabajo.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en _____
(Escriba la dirección de la compañía), en la ciudad de _____
(Ingresar la ciudad), provincia de _____ **(Ingresar Provincia y barrio)** para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV “De las obligaciones del Empleador y del Trabajador”, a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor.

Suscrito en la ciudad de _____ (***Escriba la ciudad***), el día _____ del mes de _____ del año _____.

EL EMPLEADOR
C.C.

EL TRABAJADOR
C.C.

Anexo 4: Fotografías del Trabajo de Campo

ENSEÑANZA DE LA MÚSICA



Fuente: Movimiento Cultural Arrayán

ENSEÑANZA DEL TEATRO



Fuente: Movimiento Cultural Arrayán