



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA AGENCIA PROMOTORA DE EVENTOS PROFESIONALES Y
ACADÉMICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE
IMBABURA, ECUADOR”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTORAS:

NANCY ANDREINA CHAMORRO LOPEZ

SAMIA ESTEFANIA DE LA TORRE PICUASI

DIRECTORA:

Msc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

IBARRA-ECUADOR 2022

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se trata de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos lo cual se desarrolló con la finalidad de demostrar su factibilidad.

Con las investigaciones realizadas se determinó el diagnóstico situacional de la ciudad Ibarra, Provincia de Imbabura, el índice de personas que acceden a una educación de tercer nivel, que cuenta con un porcentaje significativo de población económicamente activa; la mayoría tiene su empleo en oficinas lo que nace la necesidad de seguir preparándose y ejerciendo su profesión, es por ello que brindar estos servicios de capacitación ayuda a las personas dispuestas a sobresalir con ideas innovadoras dentro de la sociedad.

En cuanto al marco teórico se desarrolló con fuentes bibliográficas que sustentan la información expuestas en el proyecto.

Asimismo, en el estudio de mercado existe una aceptación de las personas de recibir las capacitaciones lo cual está evidenciado mediante instrumentos de investigación como: encuestas, entrevistas junto con los respectivos cálculos de oferta-demanda.

Por otro lado, tenemos estudio financiero en el cual se proyecta valores positivos en los estados financieros e indicadores, que resulta beneficioso y factible.

Finalmente, el estudio técnico y estructural están adecuados, en cuanto a la localización del proyecto se encuentra en una zona apropiada para llevar en marcha, también está establecido la estructura organizacional en el que se desarrolló adecuadamente las respectivas normas, funciones, políticas, misión, visión. objetivos que definen el perfil de la agencia.

ABSTRACT

In the current project a study was developed and conducted to determine the feasibility of a Promoting Agency for Professionals and Academic events.

The study used different methods of research which determined the situational diagnostic of the Ibarra city, province of Imbabura, the index of people who access an education of third level, which has a significant percentage of the population economically active; most of them have their jobs in offices, which is why the need to continue preparing and exercising their profession, that is why providing these training services helps people willing to excel with innovative ideas within the society.

Regarding the theoretical framework, it was developed with bibliographic sources that support the information exposed in the project.

The same way, in the market study there is an acceptance of people to receive trainings which is evidenced by research instruments such as: surveys, interviews together with the respective supply-demand calculations.

On the other hand, we have a financial study in which positive values are projected in the financial statements and indicators, which is beneficial and feasible.

Finally, the technical and structural study is adequate, regarding the location of the project is located in an appropriate area to implement, it is also established the organizational structure in which it was developed adequately with the respective norms, functions, policies, mission, vision, objectives that define the agency's profile.

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas, Srtas. Chamorro López Nancy Andreina y De La Torre Picuasi Samia Estefanía, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA PROMOTORA DE EVENTOS PROFESIONALES Y ACADÉMICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR” 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 septiembre del 2020.



MSC. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO
C.I. 1717245110
DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO



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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004435796		
APELLIDOS Y NOMBRES:	De La Torre Picuasi Samia Estefanía		
DIRECCIÓN:	San Roque/ Panamericana Agualongo de paredes		
EMAIL:	sedelatorrep@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0984106901

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de factibilidad para la Creación de una Agencia Promotora de Eventos Profesionales y Académicos en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador"
AUTOR (ES):	Chamorro López Nancy Andreína – De La Torre Picuasi Samia Estefanía
FECHA: DD/MM/AAAA	26/01/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Gabriela Arciniegas

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 26 días del mes de enero de 2022.

EL AUTOR:

Samia Estefanía De La Torre Picuasi



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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	045016090-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chamorro López Nancy Andreina		
DIRECCIÓN:	Carchi/Cantón Bolívar/Barrio Cuesaca		
EMAIL:	nachamorrol@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0959416794

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de factibilidad para la Creación de una Agencia Promotora de Eventos Profesionales y Académicos en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador"
AUTOR (ES):	Chamorro López Nancy Andreina – De La Torre Picuasi Samia Estefanía
FECHA: DD/MM/AAAA	26/01/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Gabriela Arciniegas

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 26 días del mes de enero de 2022

EL AUTOR:

Nancy Andreina Chamorro López

DEDICATORIA

Este trabajo de grado lo dedico principalmente a Dios por darme las fuerzas, la paciencia y la sabiduría necesaria para culminar una de mis metas; en segundo lugar a mi madre Ruth López que estuvo presente en cada uno de los pasos que di para llegar a este lugar, me apoyó de forma incondicional y se aferró a mis sueños de la misma manera que yo lo hice; también quiero dedicarles este logro a toda mi familia y amigos que de una u otra forma supieron guiarme por medio de sus consejos

Nancy Chamorro L.

DEDICATORIA

El trabajo realizado lo dedico a Dios, por darme el regalo valioso de la vida, salud y guiar mi camino en todo tiempo.

A mis padres, que han sido el eje principal en mi formación; en especial a mi madre Luzmila Picuasi que mediante sus esfuerzos me ha educado como persona me ha inculcado valores como el respeto, la responsabilidad, pero sobre todo a ser humilde, sencilla lo cual caracteriza a la persona; me ha enseñado que no debo rendirme y continuar hasta el final lo que representa para mí un ejemplo a seguir.

A mis tíos, por incentivar me y apoyarme en todo tiempo.

Llegar hasta aquí lo recibo con satisfacción ya que el camino no fue fácil pero tampoco imposible porque todo lo puedo en Cristo que me fortalece.

Samia De La Torre P.

AGRADECIMIENDO

Quiero agradecer a Dios por el conocimiento, la sabiduría y guiarme en cada una de las decisiones tomadas.

A mi madre Ruth López por confiar en mí y darme la oportunidad de superarme y cumplir mis sueños, a mi padre Patricio Chamorro que a pesar que en esta etapa ya no estuvo presente, pero desde pequeña siempre fue la persona que admiré porque es un luchador y gracias a él tuve el coraje suficiente para seguir adelante.

A mis hermanos que siempre caminaron conmigo de la mano y me dieron el aliento que en ocasiones me faltaba.

A todos mis maestros que compartieron conmigo su conocimiento y experiencia y sobre todo por su paciencia para que pueda culminar con mis estudios y pueda ser una gran profesional.

Nancy Chamorro L.

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento es para mi Papá Dios, quien me dijo: volarás como las águilas, no temas no desmayes porque yo Jehová tu Dios estaré contigo donde quiera que vayas, lo llevo siempre presente conmigo porque es mi incentivo diario de seguir adelante.

También agradezco a mi compañera Nancy Chamorro que ha sido una compañera, amiga ejemplar para realizar este proyecto.

De igual forma extendiendo mi gratitud a mis maestros, que han sido el pilar para mi formación tanto personal como profesional.

A mi Tutora Gabriela Arciniegas, mis docentes ponentes: Dr. Eduardo Lara y Dr. Vinicio Saráuz, por la paciencia y por aportar con sugerencias muy significativas para realizar nuestro proyecto a la vez por formarnos como profesionales e inculcarnos valores que son importantes para el futuro.

Samia De La Torre P.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
DEDICATORIA.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENDO	ix
AGRADECIMIENTO	x
TABLA DE CONTENIDO	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xix
ÍNDICE DE FIGURAS	xxiii
ANTECEDENTES	1
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
CAPÍTULO I	6
Introducción	6
Objetivo.....	6
1.1. El desarrollo de competencias y actualización profesional como requerimiento para la inserción en el mercado laboral.	6
□ Formación de recursos humanos y desarrollo de nuevas competencias.....	9
1.2. Importancia del estudio de factibilidad	10
1.3. Descripción técnica para el desarrollo del estudio de factibilidad	11
□ Estudio de Mercado.....	11
□ Estudio Técnico	13
□ Estudio financiero.....	15
□ Estudio Organizacional.....	18
1.4. Glosario de términos.....	19
□ Estudio de factibilidad	19
Estudio.....	19

Empresa	19
Servicios	20
Agencia.....	21
Eventos Académicos.....	21
Eventos Profesionales.....	21
CAPÍTULO II.....	22
2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS.....	22
Introducción	22
Objetivo.....	22
2.1. Enfoque.....	22
2.2. Tipos de investigación	23
2.3. Métodos	23
2.4. Técnicas e Instrumentos	23
2.5. Variables diagnósticas	25
CAPÍTULO III	29
3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Introducción	29
Objetivo.....	29
3.1. Desarrollo de Variables	29
3.1.1 Variables geográficas	30
<input type="checkbox"/> Localización.....	30
<input type="checkbox"/> Extensión territorial	31
3.1.2. Variable Socio - Cultural.....	32
<input type="checkbox"/> Educación	32
<input type="checkbox"/> Niveles de Formación.....	33
<input type="checkbox"/> Estructura Demográfica.....	35
<input type="checkbox"/> Índices de empleo, desempleo y subempleo.....	37
3.1.3. Variable Económica	39
<input type="checkbox"/> Inflación.....	39
<input type="checkbox"/> Población Económicamente Activa (PEA).....	39
<input type="checkbox"/> Nivel de ingresos	41

<input type="checkbox"/> Tasa de crecimiento	42
3.3.4. Variables Político - Legal	42
<input type="checkbox"/> Constitución de la República del Ecuador.....	43
<input type="checkbox"/> Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida” 2017-2021	43
<input type="checkbox"/> Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación	44
<input type="checkbox"/> Ley Orgánica de Regulación y Control del poder del Mercado	44
<input type="checkbox"/> Ley de Régimen Tributario Interno	44
<input type="checkbox"/> Secretaría Técnica del sistema Nacional de Cualificaciones (SETEC).....	45
3.1.5. Variable Tecnológica.....	45
3.1.6. Variable Servicios.....	46
<input type="checkbox"/> Acceso a servicios básicos.....	48
<input type="checkbox"/> Conectividad.....	49
3.2. Análisis de la Información	52
3.3. Matriz AOOD	52
3.4. Conclusión diagnóstica	53
CAPÍTULO	55
4. Propuesta	55
Introducción	55
Objetivo General	55
Objetivos Específicos	55
4.1. Estudio de mercado	56
Variables del estudio del mercado	56
4.1.1. Segmentación de mercado.....	58
<input type="checkbox"/> Variables de segmentación	58
Segmentación Geográfica:	58
Segmentación Demográfica:	58
Segmentación Psicográfica:	59
4.1.2. Mercado Meta.....	59
4.1.3. Cálculo de la muestra	61
4.1.4. Análisis e interpretación de datos	63
<input type="checkbox"/> Análisis e interpretación de resultados de la encuesta.....	63

<input type="checkbox"/> Conclusión general de la aplicación de la encuesta.....	77
<input type="checkbox"/> Análisis e interpretación de datos de la entrevista (Anexo 2)	77
<input type="checkbox"/> Canales o medios de capacitación	78
4.1.5.Demanda.....	79
<input type="checkbox"/> Identificación de la demanda.....	79
Demanda Potencial.....	80
<input type="checkbox"/> Proyección de la demanda	81
4.1.6. Oferta.....	83
<input type="checkbox"/> Identificación de la oferta.....	83
<input type="checkbox"/> Proyección de la oferta	83
4.1.7 Balance oferta – demanda	84
4.1.8. Análisis de precios.....	85
<input type="checkbox"/> Disposición a pagar según la encuesta	85
<input type="checkbox"/> Precios según la competencia.....	87
4.1.9. Estrategias de Marketing	89
<input type="checkbox"/> Servicios	89
<input type="checkbox"/> Precio	90
<input type="checkbox"/> Plaza	91
<input type="checkbox"/> Promoción.....	91
4.1.10. Conclusiones del estudio de mercado.....	92
4.2. Estudio Técnico.....	93
Introducción	93
Objetivo	93
4.2.1. Localización del proyecto	94
<input type="checkbox"/> Macro localización	94
<input type="checkbox"/> Micro localización	96
Afluencia del público	96
Alquiler del local.....	97
Servicios básicos	97
Ubicación estratégica	97
Alternativas de localización	98

4.2.2. Tamaño del Proyecto.....	100
<input type="checkbox"/> Factores condicionantes del tamaño:.....	101
El Mercado:.....	101
La tecnología.....	101
Disponibilidad de recursos.....	102
Disponibilidad de financiamiento.....	103
Capacidad Instalada.....	104
4.2.3. Ingeniería del proyecto.....	105
<input type="checkbox"/> Infraestructura.....	105
<input type="checkbox"/> Descripción del servicio.....	110
<input type="checkbox"/> Inversión del proyecto.....	112
Inversión Fija.....	112
<input type="checkbox"/> Equipos de computación.....	112
<input type="checkbox"/> Muebles y enseres.....	113
<input type="checkbox"/> Equipos de oficina y de sonido.....	114
<input type="checkbox"/> Equipo de Seguridad.....	115
Resumen de Inversión fija.....	115
<input type="checkbox"/> Inversión intangible.....	116
<input type="checkbox"/> Gasto Constitución.....	116
<input type="checkbox"/> Gastos de instalación.....	118
<input type="checkbox"/> Gasto Apertura.....	118
<input type="checkbox"/> Resumen de inversión diferida.....	119
<input type="checkbox"/> Costos de Operación.....	119
<input type="checkbox"/> Mano de Obra.....	119
<input type="checkbox"/> Materiales e insumos.....	121
<input type="checkbox"/> Costos Indirectos de Fabricación (CIF).....	122
<input type="checkbox"/> Servicios básicos Operacionales.....	122
<input type="checkbox"/> Costos indirectos de Fabricación Total.....	123
<input type="checkbox"/> Costo operativo.....	125
<input type="checkbox"/> Resumen Costo de Operación.....	125
<input type="checkbox"/> Gastos Administrativos.....	126

<input type="checkbox"/> Servicios Básicos.....	126
<input type="checkbox"/> Remuneraciones Administrativas.....	126
<input type="checkbox"/> Gastos de suministro y materiales de oficina	128
<input type="checkbox"/> Materiales de aseo y limpieza	129
<input type="checkbox"/> Resumen Gastos Administrativos.....	130
<input type="checkbox"/> Gastos de ventas	130
<input type="checkbox"/> Resumen Gastos Publicidad	132
<input type="checkbox"/> Capital de Trabajo	132
<input type="checkbox"/> Inversión Total.....	135
<input type="checkbox"/> Financiamiento	135
4.2.4. Conclusión Estudio Técnico	136
4.3. Estudio Financiero.....	137
Introducción	137
Objetivo.....	137
4.3.1. Estructura de la inversión	137
<input type="checkbox"/> Ingresos.....	137
Proyección de Ingresos.....	137
<input type="checkbox"/> Precio de venta.....	139
<input type="checkbox"/> Costos y gastos proyectados	139
Costos de adquisición e importación.....	139
<input type="checkbox"/> Proyección de costos	139
<input type="checkbox"/> Costo Total Mano de Obra	140
<input type="checkbox"/> Costos indirectos de fabricación total	140
<input type="checkbox"/> Gastos Administrativos proyectados	141
<input type="checkbox"/> Remuneración del personal administrativo	141
<input type="checkbox"/> Servicios básicos	142
<input type="checkbox"/> Suministros y materiales de oficina	142
<input type="checkbox"/> Materiales de aseo y limpieza.....	143
<input type="checkbox"/> Resumen gastos administrativos	144
<input type="checkbox"/> Gastos de Ventas proyectados	145
<input type="checkbox"/> Gastos de publicidad y promoción	145

<input type="checkbox"/> Remuneración del personal de ventas	145
<input type="checkbox"/> Gastos financieros	145
<input type="checkbox"/> Resumen de capital e interés anual	146
<input type="checkbox"/> Amortizaciones.....	146
<input type="checkbox"/> Depreciaciones	147
<input type="checkbox"/> Resumen de costos y gastos	149
4.3.2. Estados Financieros Presupuestados	151
<input type="checkbox"/> Estado de Situación Financiera	151
<input type="checkbox"/> Estado de Resultados proyectado.....	154
<input type="checkbox"/> Estado de Flujo de Efectivo	157
4.3.3. Evaluación Financiera	159
<input type="checkbox"/> Costo de capital (Ck)	159
<input type="checkbox"/> Tasa de Rendimiento Medio (TRM)	159
<input type="checkbox"/> Valor Actual Neto (VAN)	160
<input type="checkbox"/> Tasa Interna de Retorno (TIR).....	161
<input type="checkbox"/> Relación Costo Beneficio	161
<input type="checkbox"/> Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).....	162
<input type="checkbox"/> Punto de Equilibrio (PE)	164
<input type="checkbox"/> Resumen de la evaluación financiera	166
4.3.5. Conclusiones de la evaluación financiera.....	166
CAPÍTULO VI	168
5. Estudio Organizacional.....	168
Introducción	168
Objetivo.....	168
5.1. Constitución Jurídica.....	168
<input type="checkbox"/> Nombre de la Empresa o Razón Social	169
<input type="checkbox"/> Logotipo	169
<input type="checkbox"/> Slogan.....	170
<input type="checkbox"/> Misión.....	170
<input type="checkbox"/> Visión	170
<input type="checkbox"/> Objetivos estratégicos.....	170

<input type="checkbox"/> Valores corporativos.....	171
<input type="checkbox"/> Políticas empresariales	171
<input type="checkbox"/> Organigrama estructural	171
7.10. Organigrama funcional.....	172
<input type="checkbox"/> Manual de funciones.....	173
<input type="checkbox"/> Reglamento Interno (anexo).....	177
<input type="checkbox"/> Objeto Lícito.....	182
<input type="checkbox"/> Registro Patronal	184
Requisitos Obligatorios:	185
CAPÍTULO VI.....	186
6. VALIDACIÓN	186
Introducción	186
Objetivo.....	186
6.1. Equipo de trabajo	186
6.2. Método de verificación.....	187
6.2.1. Factores para validar.....	187
6.3. Método de calificación.....	188
6.4. Rango de interpretación	188
6.5. Resultados.....	190
6.6. Calificación e Interpretación	194
CONCLUSIONES.....	194
RECOMENDACIONES	195
BIBLIOGRAFÍA.....	196

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: SIMBOLOGÍA DE DIAGRAMA	15
TABLA 2: MATRIZ DIAGNÓSTICA	27
TABLA 3: NIVELES DE FORMACIÓN	33
TABLA 4: TASA DE ASISTENCIA NIVEL SUPERIOR	34
TABLA 5: PROYECCIÓN POBLACIONAL IBARRA	36
TABLA 6: PROYECCIONES A NIVEL CANTONAL SEGÚN LA EDAD	37
TABLA 7: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	40
TABLA 8: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR SECTORES	41
TABLA 9: RANKING DE LOS INGRESOS.....	47
TABLA 10: COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS	49
TABLA 11: CONECTIVIDAD	50
TABLA 12: MATRIZ AOR	52
TABLA 13: MATRIZ DE VARIABLES ESTUDIO DE MERCADO	57
TABLA 14: SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	59
TABLA 15: SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	60
TABLA 16: SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	60
TABLA 17: DIVISIÓN POR SECTORES	62
TABLA 18: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	63
TABLA 19: RANGO DE EDAD	64
TABLA 20: PERSONAS CON TÍTULO DE TERCER NIVEL	65
TABLA 21: ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN	66
TABLA 22: MANERA DE REFORZAR EL CONOCIMIENTO	67
TABLA 23: LUGARES DE CAPACITACIÓN	68
TABLA 24: FRECUENCIA EN QUE SE CAPACITAN	69
TABLA 25: INVERSIÓN DE CAPACITACIÓN	70
TABLA 26: PARTICIPACIÓN EN LOS EVENTOS	71
TABLA 27: DURACIÓN DE LOS EVENTOS	72
TABLA 28: VALOR ESTIMADO.....	73

TABLA 29: SERVICIOS IMPORTANTES PARA LOS EVENTOS	74
TABLA 30: TEMAS A TRATAR EN LOS EVENTOS	75
TABLA 31: MEDIOS DE COMUNICACIÓN	76
TABLA 32: IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	80
TABLA 33: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	82
TABLA 34: IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	83
TABLA 35: PROYECCIÓN DE LA OFERTA	84
TABLA 36: BALANCE OFERTA- DEMANDA	85
TABLA 37: PRECIOS DISPUESTOS A PAGAR	86
TABLA 38: DURACIÓN DE LOS EVENTOS SEGÚN ENCUESTA	86
TABLA 39: TARIFARIO DE CAPACITACIÓN U EMPRENDE	87
TABLA 40: LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	96
TABLA 41: ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN	99
TABLA 42: PROVEEDORES DE EQUIPOS	102
TABLA 43: PROVEEDORES DE INSUMOS	103
TABLA 44: FINANCIAMIENTO	104
TABLA 45: CAPACIDAD INSTALADA	105
TABLA 46: DISTRIBUCIÓN PLANTA BAJA	107
TABLA 47: DISTRIBUCIÓN PLANTA ALTA	107
TABLA 48: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	112
TABLA 49: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN ADMINISTRATIVOS	113
TABLA 50: MUEBLES Y ENSERES OPERACIÓN	113
TABLA 51: MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN	114
TABLA 52: EQUIPOS DE OFICINA Y SONIDO OPERACIÓN	114
TABLA 53: EQUIPOS DE OFICINA Y SONIDO ADMINISTRACIÓN	115
TABLA 54: EQUIPO DE SEGURIDAD	115
TABLA 55: RESUMEN INVERSIÓN FIJA	116
TABLA 56: GASTOS CONSTITUCIÓN	117
TABLA 57: GASTO INSTALACIÓN	118
TABLA 58: GASTO APERTURA	118

TABLA 59: RESUMEN INVERSIÓN DIFERIDA	119
TABLA 60: GASTOS PERSONALES DE CAPACITACIÓN	119
TABLA 61: COSTO UNITARIO MANO DE OBRA	120
TABLA 62: MANO DE OBRA TOTAL	120
TABLA 63: COTIZACIÓN DE MATERIALES E INSUMOS	121
TABLA 64: COSTOS DE KIT ANUAL	121
TABLA 65: CIF REFRIGERIOS	122
TABLA 66: SERVICIOS BÁSICOS OPERACIONALES	123
TABLA 67: CIF TOTAL	123
TABLA 68: DEPRECIACIÓN OPERATIVOS	124
TABLA 69: GASTO ARRIENDO	125
TABLA 70: RESUMEN COSTO OPERACIÓN	125
TABLA 71: SERVICIOS BÁSICOS -ADMINISTRATIVO	126
TABLA 72: REMUNERACIONES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	127
TABLA 73: GASTOS SUMINISTROS DE OFICINA	128
TABLA 74: MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA	129
TABLA 75: RESUMEN GASTOS ADMNISTRATIVOS	130
TABLA 76: REMUNERACIÓN PERSONAL VENTAS	131
TABLA 77: PUBLICIDAD MEDIOS ELÉCTRICOS	131
TABLA 78: PÁGINA WEB	131
TABLA 79: PROMOCIONES	132
TABLA 80: RESUMEN GASTOS PUBICIDAD	132
TABLA 81: CICLO PRODUCTIVO	133
TABLA 82: CAPITAL DE TRABAJO	133
TABLA 83: INVERSIÓN TOTAL	135
TABLA 84: FINANCIAMIENTO	135
TABLA 85: PORCENTAJE INFLACIÓN PROMEDIO	138
TABLA 86: PROYECCIÓN DE INGRESOS	138
TABLA 87: PRECIO DE VENTA	139
TABLA 88: PROYECCIÓN MANO DE OBRA	140

TABLA 89: PROYECCIÓN CIF	140
TABLA 90: CRECIMIENTO ANUAL SBU	141
TABLA 91: REMUNERACIÓN ANUAL	142
TABLA 92: PROYECCIÓN DE LOS SERVICIOS BÁSICOS	142
TABLA 93: SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA	142
TABLA 94: MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA	143
TABLA 95: RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	144
TABLA 96: GASTO PUBLICIDAD	145
TABLA 97: REMUNERACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS	145
TABLA 98: DATOS DEL FINANCIAMIENTO.....	146
TABLA 99: RESÚMEN DE CAPITAL E INTERÉS	146
TABLA 100: AMORTIZACIONES	147
TABLA 101: DEPRECIACIONES	148
TABLA 102: RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	149
TABLA 103: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	152
TABLA 104: ESTADO DE RESULTADOS	155
TABLA 105: ESTADO FLUJO DE EFECTIVO	157
TABLA 106: CÁLCULO COSTO CAPITAL	159
TABLA 107: TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	160
TABLA 108: VALOR ACTUAL NETO	160
TABLA 109: TASA INTERNA DE RETORNO	161
TABLA 110: RELACIÓN COSTO BENEFICIO	162
TABLA 111: PERIODO DE RECUPERACIÓN	163
TABLA 112: PUNTO DE EQUILIBRIO	164
TABLA 113: RESUMEN DE INDICADORES	166
TABLA 114: EQUIPO DE TRABAJO	187
TABLA 115: FACTORES A VALIDAR	187
TABLA 116: RANGOS DE INTERPRETACIÓN.....	189
TABLA 117: PORCENTAJES DE CALIFICACIÓN.....	189

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: ESTRUCTURACIÓN DEL ANÁLISIS ECONÓMICO	16
FIGURA 2: UBICACIÓN GEOGRÁFICA	30
FIGURA 3: EXTENSIÓN TERRITORIAL	31
FIGURA 4: EMPRESAS DISPUESTAS A INVERTIR PARA LA FORMACIÓN DE SUS EMPLEADOS	35
FIGURA 5: EMPLEO ADECUADO	37
FIGURA 6: SUBEMPLEO	38
FIGURA 7: DESEMPLEO	38
FIGURA 8: INFLACIÓN DEL IPC	39
FIGURA 9: TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	42
FIGURA 10: EMPRESAS QUE OFRECEN SERVICIOS DE INTERNET	51
FIGURA 11: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	63
FIGURA 12: RANGO DE EDAD	64
FIGURA 13: PERSONAS CON TÍTULO DE TERCER NIVEL.....	65
FIGURA 14: ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN.....	66
FIGURA 15: MANERA DE REFORZAR EL CONOCIMIENTO.....	67
FIGURA 16: LUGAR DE CAPACITACIÓN	68
FIGURA 17: FRECUENCIA EN QUE SE CAPACITAN	69
FIGURA 18: INVERSIÓN POR CAPACITACIÓN	70
FIGURA 19: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	71
FIGURA 20: DURACIÓN DE LOS EVENTOS	72
FIGURA 21: VALOR ESTIMADO A PAGAR	73
FIGURA 22: SERVICIOS IMPORTANTES PARA LOS EVENTOS	74
FIGURA 23: TEMAS A TRATAR EN LOS EVENTOS	75
FIGURA 24: MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	76
FIGURA 25: TARIFARIO DE CAPACITACIONES.....	87
FIGURA 26: MACRO LOCALIZACIÓN.....	95
FIGURA 27: UBICACIÓN ESTRATÉGICA.....	100
FIGURA 28: PLANOS PLANTA BAJA	108
FIGURA 29: PLANO PLANTA ALTA DE LA AGENCIA.....	109

FIGURA 30: DIAGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO	111
FIGURA 31: VALORES DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS	117
FIGURA 32: LOGOTIPO DE LA AGENCIA.....	169
FIGURA 33: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA AGENCIA	162
FIGURA 34: ORGANIGRAMA DE FUNCIONES	163

ANTECEDENTES

Imbabura es una de las provincias que pertenece a la región norte del Ecuador, posee un clima variado en las diferentes ciudades que va desde muy seco hasta tropical húmedo; su temperatura promedio es de 21° centígrados. En la actualidad tiene una extensión aproximada de 4.523 Km². Limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con Pichincha al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeralda. La provincia de Imbabura se divide en 6 cantones: Antonio ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro y San Miguel Urcuqui.

La provincia de Imbabura fue creada el 25 de junio de 1824 de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia expedida por el Gral. Francisco de Paula Santander. Ibarra más conocida como la ciudad blanca capital de la provincia de Imbabura fue fundada por el español Cristóbal de Troya un 28 de septiembre de 1606; según el censo realizado en el año 2010 tiene una población de 181.175 habitantes, 7.305.816 son mujeres y 7.177.683 son hombres (INEC, 2010).

La educación a formado parte de la sociedad desde hace muchos siglos atrás, a través del tiempo ha venido adoptando nuevas técnicas de enseñanza y aprendizaje haciendo uso de las nuevas tecnologías. Hoy en día es muy importante que un educador mantenga una formación continua y vaya adaptándose a los nuevos campus de enseñanza. Margarita Córdoba menciona: La evolución de la educación en una sociedad tan cambiante como aquella en la que vivimos no ha seguido el ritmo del cambio experimentado en el ámbito de las tecnologías de información y comunicación.

Podríamos argumentar que los modelos educativos siguen capacitando a los estudiantes para desarrollarse como personas en una sociedad que ya no existe, que casi en general ha sido

dejada atrás por la evolución del mundo tecnológico. En este marco, se necesita jóvenes preparados ante los cambios que atraviesa nuestro mundo. (Córdoba, 2009).

Ibarra se enfrenta a un cambio constante, dando a las personas la oportunidad de sobresalir, pero para ello necesitan estar preparados en los ámbitos académicos; las grandes, medianas y pequeñas empresas ya sean públicas y privadas demanda una gran cantidad de personas capacitadas en diferentes temas, que tengan experiencia en los distintos ámbitos y puedan desempeñar no solo una sino varias funciones a la vez incentivando a que cada profesional que aspire a un cargo tenga que prepararse continuamente.

JUSTIFICACIÓN

La formación académica profesional es uno de los temas más importantes que se debe aplicar en la sociedad, es por ello que al analizar la problemática que enfrenta Ibarra, y evaluando la situación, se determinó que los profesionales necesitan capacitarse constantemente para un mejor desenvolvimiento en su área de trabajo.

Es por ello se propone hacer un estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador en el cual se plantea brindar servicios académicos profesionales como capacitaciones, seminarios, concursos, etc., el contenido de los temas a tratar en los eventos abarca todas las áreas académicas como contabilidad, enfermería, ingeniería, economía, marketing, etc., que no solo será de forma teórica sino también práctico, además se contará con maestros expertos del extranjero para brindar una formación de calidad, competente en donde podrá desarrollar sus destrezas habilidades y conocimientos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar estudio de Factibilidad para la creación de una Agencia Promotora de Eventos Profesionales y Académicos en la ciudad Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teórica y técnicamente la problemática relacionada con el estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.
- Definir la metodología a utilizar para el desarrollo de la presente propuesta de factibilidad con el objeto de asegurar una correcta investigación y calidad del documento.
- Evaluar cada una de las variables diagnosticas de la ciudad de Ibarra, con el objeto de conocer la situación actual donde se desarrollará el proyecto.
- Realizar el estudio de mercado basado en el análisis de las variables de oferta, demanda, comercialización, productos y precio para determinar la aceptación del proyecto.
- Determinar la localización apropiada, el tamaño, la ingeniería, los costos de inversión y los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto.
- Elaborar el estudio financiero mediante los indicadores financieros para determinar la viabilidad del proyecto.

- Definir la filosofía empresarial mediante el estudio organizacional donde se estructurará la misión, visión, valores corporativos, políticas, y la filosofía institucional para una mejor gestión empresarial
- Validar el estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura por medio de una matriz de evaluación.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Introducción

El presente capítulo analizará los fundamentos teóricos para la validación del proyecto y los planteará como un pilar fundamental, al igual que la justificación del problema planteado de una forma teórica; en base a las diferentes opiniones de distintos autores; realizando la descripción técnica para el desarrollo del estudio de factibilidad explicando cada una de las etapas que tienen el mismo.

Para ello se utilizó conceptos de libros, revistas, artículos científicos y todo aquello que pueda servir para sustentar la problemática expuesta como tema de investigación, siempre y cuando se pueda comprobar que el origen de la información es verídico, confiable y real.

Objetivo

Fundamentar teórica y técnicamente la problemática relacionada con el estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

1.1. El desarrollo de competencias y actualización profesional como requerimiento para la inserción en el mercado laboral.

Uno de los pilares más importantes dentro de las empresas son los recursos humanos por ello siempre deben enfocarse en su bienestar. “La orientación hacia el futuro, la autodeterminación, el reconocimiento del propio rendimiento y una mejora en las

condiciones de trabajo y de promoción profesional adquiere la máxima prioridad y deben tomarse en cuenta para el diseño de empleos y oportunidades de desarrollo profesional”. (Samanes, 2014).

La formación profesional ofrece una respuesta a las necesidades de la sociedad y del mercado laboral, mediante la obtención de la cualificación necesaria para el desarrollo de una actividad profesional (EICS, 2018). (Aguiar & Farray, 2005) Menciona “El creciente desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el acelerado cúmulo de información y la omnipresencia de las comunicaciones en el entorno social, contribuyen a que el ámbito educativo se lleven a cabo necesarias transformaciones para adecuarse a una sociedad en estado de cambio permanente con nuevas necesidades y valores”.

Según (Contreras & Blanco, 2019) La sociedad afronta un gran reto para ganar la batalla ideológica y la escuela desempeña un papel fundamental en esta tarea, se trata de formar a la joven generación no solo para interpretar los procesos sociales, sino también para participar de forma activa y comprometida en las necesarias transformaciones de la época, que exige la formación de individuos cultos, con plena preparación en cuanto al dominio de la ciencia y la técnica para vivir.

La Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura afirma que: “La educación constituye un instrumento indispensable para que la humanidad pueda progresar hacia ideales de paz, libertad y justicia social” (UNESCO, 1972).

(Martinez & Echeverria, 2009) Este hecho plantea la necesidad de mejorar significativamente las maneras en que se entiende y valora la participación en el aprendizaje y sus resultados,

sobre todo en lo que atañe al aprendizaje formal e informal. La continuidad de un aprendizaje permanente y en todos los ámbitos de la vida implica que los diferentes niveles y sectores de los sistemas educativos y formativos han de trabajar en estrecha colaboración.

En relación con (Ruíz, Jaraba, & Romero, 2005). Muchas organizaciones han quedado rezagadas, en parte por su incapacidad de adaptarse al cambio, así como por su carencia de flexibilidad y de un capital humano altamente competente que les permita afrontar los cambios contextuales que se viven en la actualidad y sobrevivir a estos. Conjuntamente, el fenómeno de la globalización ha modificado tendencias y la percepción de factores de gran relevancia, como los económicos, los políticos y los culturales, que a su vez repercuten sobre los demás fenómenos sociales. Ante estos cambios inminentes y las nuevas condiciones sociales, económicas y culturales, las organizaciones deben competir con el más grande recurso con que cuentan, y este recurso constituye sus miembros, que deben ser capaces de generar resultados: se necesita personas preparadas para generar resultados, que traigan consigo los conocimientos relevantes y útiles para el buen desempeño de su labor.

El desarrollo de las competencias parte de considerar que la formación tradicional no constituye la vía para formar competencias en los individuos, ya que ésta no considera el rol que juegan las experiencias en este proceso. Se supone además que en una misma experiencia pueden desarrollarse varias competencias y que a su vez, toda competencia puede ser desarrollada por experiencias diversas. Finalmente, se destaca el importante rol que tiene la organización en la creación de condiciones favorables para que todo este proceso sea efectivo (Escobar, 2005).

La formación basada en competencias permite que haya una relación directa entre las competencias requeridas y los contenidos de los programas de formación. De esta manera,

quienes ejecuten la formación tendrán un referente para adecuar sus programas y quienes demanden de sus servicios tendrán la necesidad de que se adapten a las necesidades (Valverde, 2001) .

(González & Ramírez, 2011) Menciona que desde la perspectiva de las competencias laborales se reconoce que las cualidades de las personas para desempeñarse productivamente en una situación de trabajo no sólo dependen de las situaciones de aprendizaje escolar formal, sino también del aprendizaje derivado de la experiencia en situaciones concretas de trabajo. Las normas de competencia se conciben como una expectativa de desempeño en el lugar de trabajo, referente con el cual es posible comparar un comportamiento esperado. Son patrones que permiten comprobar si un trabajador es competente o no

Con lo mencionado anteriormente; se planteó como solución realizar un estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos. Para ello se debe conocer el significado, importancia y fases que tiene un estudio de factibilidad.

- **Formación de recursos humanos y desarrollo de nuevas competencias**

La transformación de la organización del trabajo y de las relaciones laborales producida por la confluencia de los procesos de globalización y de cambio tecnológico, con su secuela de exigencias de competitividad para las empresas y los trabajadores. En consecuencia, los antiguos sistemas de formación para el trabajo han entrado en crisis; ellos implicaban la especialización temprana de los educandos, conocimientos técnicos limitados al oficio u ocupación, y entrenamiento en las habilidades manuales correspondientes. La flexibilización del empleo, la polivalencia de los puestos de trabajo y el requerimiento de trabajadores capaces de resolver problemas en situaciones de incertidumbre modifican las calificaciones

exigidas por el mercado de trabajo; se hace imprescindible una formación que cuente con una sólida base de educación general y una capacitación específica flexible y adaptada a una demanda cambiante de las organizaciones productivas; Las necesarias transformaciones de las instituciones educativas para identificar y adaptarse a esta nueva demanda es uno de los desafíos del momento actual. (Jacinto & Gallart, 2017)

- **Estudio de Factibilidad**

(Santos, 2008) Menciona que “El estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cambio (Delgado & Vérez, El estudio de factibilidad en la gestión de los proyectos. , 2015) lo define como: “La base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, para lo cual atienden a los valores de los indicadores, a saber, periodo de recuperación (PR), valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR), para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles.”

1.2. Importancia del estudio de factibilidad

Dado la escasez cada vez mayor de los recursos, se hace necesario contar con un instrumento de carácter cualitativo y cuantitativo, para analizar los distintos procesos a los que se destinará la inversión y de esta manera verificar que los recursos sean accesibles para su propio desarrollo, tanto desde la parte técnica, financiera, organizacional y administrativa.

Así mismo, se mide el desarrollo del proyecto en función de la protección y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente, y la responsabilidad social con la comunidad, en síntesis, va más allá del rédito económico, ya que muchos proyectos de interés social buscan no ser únicamente rentables, sino sostenibles. (Coello & Brito, 2015)

Para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos es importante realizar un estudio de factibilidad para conocer si las agencias son rentables con el pasar del tiempo y determinar si se realizara una buena inversión evaluando factores que pueda afectar su desarrollo.

1.3. Descripción técnica para el desarrollo del estudio de factibilidad

Según (Coello & Brito, 2015) el estudio de factibilidad ayuda a precisar costos de inversión y operación y, en base a ellos y otros elementos determinar la rentabilidad del proyecto. Esto solo tiene sentido si los aspectos técnicos y el alcance del proyecto se definen clara y adecuadamente.

Se debe cumplir una serie de etapas para poder definir la viabilidad que tiene el proyecto las cuales son:

- **Estudio de Mercado**

En este apartado se describe los productos o servicios que generará el proyecto, a que mercado va dirigido, donde se ubica geográficamente, cuál es la oferta y la demanda existente de productos y servicios (Espinoza S. F., 2007, pág. 32)

El propósito principal del estudio es dar a conocer la disponibilidad del mercado para el servicio que se va a ofrecer, para ello es importante evidenciar con datos reales el mercado insatisfecho; para lograr determinarlo es necesario analizar los siguientes conceptos:

Servicio: Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo (Kloter & Armstrong, 2003).

Demanda: Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca (Espinoza, 2006)

El análisis de la demanda involucra diversos aspectos tales como los métodos de proyección, periodo de análisis, tipos de demanda, ingresos per cápita, población, precios competencia entre otros lo cual nos lleva al estudio de los siguientes puntos.

- **Demanda potencial:** Es un primer elemento que toda estrategia de mercado debe considerar, pues señala los límites dentro de los cuales puede operar y, al mismo tiempo determina la demanda probable que habrá para nosotros como un proveedor de servicios, es decir define el nicho de mercado que podemos capturar (Salazar, 2011)
- **Demanda efectiva:** Parte de la demanda potencial que se concreta en ventas porque existe la voluntad de comprar y el poder de compra suficiente. Representa la cantidad de servicios adquiridos a un precio y periodos determinados. (Carbonel, 2015, pág. 80)
- **Demanda insatisfecha:** Es aquella demanda de un bien o servicio que no es atendida porque no existe la oferta suficiente para satisfacerla. (Carbonel, 2015, pág. 80)

Oferta: Es también llamada competencia, son aquellas personas o empresas que ofrecen productos similares o sustitutos en el área de interés del proyecto ósea el mercado objetivo; los aspectos más importantes son los volúmenes de producción, la calidad del producto, los

atributos de los productos entre otros. La oferta al igual que la demanda, es función de una serie de factores tales como el precio del mercado, y la ubicación. (Carbonel, 2015, pág. 95)

Balance demanda-oferta: (Carbonel, 2015, pág. 98) Se trata de conocer la demanda disponible o insatisfecha en términos cuantitativos y de manera estimativa. La demanda insatisfecha es aquella que no es atendida porque no existe la oferta suficiente y adecuada (cantidad y Calidad para atenderla tiene la expresión:

$$DI=D_{CP}-OSP$$

Donde:

DI=Demanda Insatisfecha

D_{CP}= Demanda con el proyecto

OSP= Oferta Actual

- **Estudio Técnico**

El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca Urbina, 2010, pág. 7)

El enfoque del estudio técnico se basa en el uso eficiente de los recursos materiales para la prestación de un servicio de calidad, dentro de esta etapa se evaluará las variables técnicas del proyecto.

El estudio técnico se enfoca principalmente en:

Tamaño del proyecto: El tamaño de un proyecto se rige por el volumen de bienes que se produce o por el número de servicios que se ofrece en un determinado periodo, debiendo especificarse las horas trabajadas en el día y el número de días en el año. En proyectos de servicios dependen del local; se debe determinar el aforo del local, es decir el número máximo de personas que puedan ingresar en un momento dado. (Carbonel, Formulación y Evaluación de proyectos de inversión , 2015, pág. 117)

Localización del proyecto: Es la ubicación específica del proyecto en un lugar determinado que se expresa con un plano de localización, se puede expresar en términos de calle, urbanización, parque industrial, coordenadas etc. Todo proyecto está vinculado a su entorno cercano en términos de demanda y costos, de ahí la importancia de la localización de un proyecto de inversión. (Carbonel, Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión , 2015, pág. 130)

Ingeniería del proyecto: El objetivo del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria se determina la distribución optima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina, 2010, pág. 89)

Tabla 1

Simbología para el diagrama

Simbología	Descripción de la operación
	Operación Simple
	Operación Combinada
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Verificación y Control

Fuente: <https://app.box.com/s/7mjcuo7rll4ge0w8s40laprd9jutie8b>

- **Estudio financiero**

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarquen las funciones de producción, administración y ventas) así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (Baca Urbina, 2010, pág. 139)

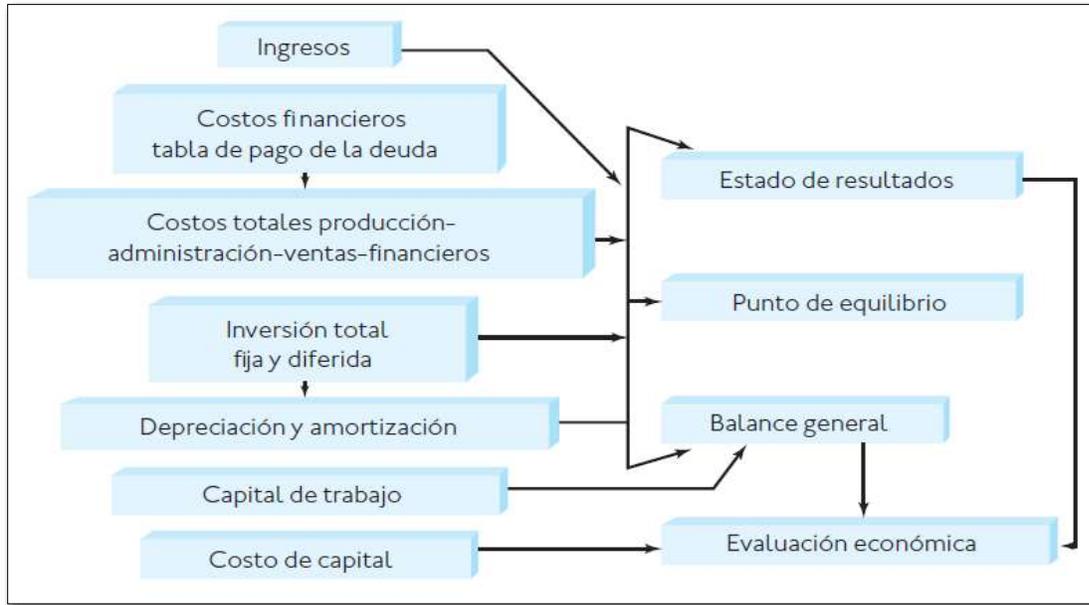


Figura 1: Estructuración del análisis económico

La evaluación de las variables económicas dentro del estudio financiero es de vital importancia ya que nos permite identificar el monto de inversión que se requerirá para poner en marcha el proyecto presentado.

Según (Peralta, 2013) los elementos que se deben considerar en un estudio financiero son:

- Recursos financieros para la inversión: Saber que se cuenta con los recursos suficientes para hacer inversiones y gastos es necesario para saber si favorece al futuro proyecto.
- Costos: Se especificará los precios de los servicios que se ofrecerá
- Gastos de administración: La administración del negocio, es decir el personal, papelería y artículos en general que se utilizarán
- Gastos de financiamiento: Son gastos que pueden presentarse durante la apertura de la empresa y solo se deben aceptar si se cuenta con un respaldo.
- Estado de situación financiera inicial: Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.

- Estado de resultados: Muestra de forma detallada las proyecciones de los ingresos y egresos que se realizarán durante la vida del proyecto, lo que permite conocer con anticipación los resultados económicos que tendrá la empresa.
- Estado de flujo de efectivo: Proporciona información acerca de todas las actividades de operación, inversión y financiamiento
- Indicadores financieros
 - Costo de capital (Ck): es el coste en el que incurre una empresa para financiar sus proyectos de inversión a través de los recursos financieros propios
 - Tasa de rendimiento medio (TRM): Ayuda a averiguar si el rendimiento de tu proyecto será superior a la inversión. No considera los cambios del flujo de efectivo a través del tiempo.
 - Valor Actual Neto (VAN): Es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia.
 - Tasa Interna de Retorno (TIR): Es la tasa de descuento de un proyecto de inversión que permite que el beneficio neto actualizado (BNA) sea igual a la inversión.
 - Relación Costo/Beneficio: Es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.
 - Periodo de recuperación de inversión (PRI): Es un criterio para valorar inversiones que queda definido como el periodo de tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto.

- Punto de equilibrio: Se denomina así al número o la cantidad de servicios que se debe prestar y es necesario para no incurrir ni en pérdidas ni en ganancias, es decir no hay utilidades.

Por medio de la evaluación y estudio de los estados financieros e indicadores se logrará determinar la viabilidad del proyecto por medio del cual nos permitirá realizar el estudio financiero de la propuesta planteada.

- **Estudio Organizacional**

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (Delgado J. , 2016)

(Delgado J. , 2016) Para ello se debe seguir los siguientes pasos:

- Defina los objetivos generales de la empresa; debe existir concordancia entre la estructura organizacional y los objetivos.
- Elabore un listado de actividades administrativas necesarias para el logro de los objetivos.
- Defina cuál de estas actividades se subcontratará y cuales se harán de manera directa.
- Para las actividades que se atenderán directamente, agrupe las tareas y actividades relacionadas o afines en subsistemas.
- Identificar las funciones específicas que debe cumplir cada subsistema.
- Identificar las necesidades de Recurso Humano de cada subsistema.
- Expresar los subsistemas en unidades administrativas o grupos de trabajo

- Asignar funciones y definir cargos para cada unidad administrativa o grupo de trabajo.
- Elaboración del Organigrama
- Descripción de las funciones de cada cargo.

El estudio organizacional se lo lleva a cabo para la asignación de obligaciones y responsabilidades de los miembros de la empresa, para ello se hace uso de organigramas, también por medio del direccionamiento estratégico se diseñará la misión, visión, objetivos, estrategias, valores y políticas para un mejor entorno laboral dentro de la misma.

1.4. Glosario de términos

- **Estudio de factibilidad**

Estudio

“El estudio es un método de investigación cualitativa y empírica orientada a la comprensión en profundidad de un objeto, hecho, proceso o acontecimiento en su contexto natural” (Roviera, Codina, Marcos, & Palma, 2004).

Factibilidad

(Varela, 2001). Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Empresa

De acuerdo con (Prieto, Herraiz, & Alvarez, 2013) manifiestan: “Una empresa es una unidad económica encargada de combinar los factores de producción: tierra, trabajo, capital y

organización, para obtener bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades del mercado y conseguir un beneficio”.

A las empresas se las clasificar de acuerdo a la actividad que realicen estas pueden ser: comerciales, manufactureras y de servicio.

Clasificación de la empresa

- Sector Primario: Son aquellas en las cuales la actividad esencial es la producción de productos o bienes, mediante la extracción de materias primas. (Larrondo, 2005)
- Sector secundario: Aquellas que tienen como fin elaborar o convertir materias primas, productos semielaborados y productos terminados, con la finalidad de trazarlos en el mercado nacional o internacional. (Larrondo, 2005)
- Sector terciario: Son todas aquellas que realizan una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios con fines de lucro. Son todas aquellas que realizan una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios con fines de lucro (Larrondo, 2005)

La propuesta planteada hace referencia a una empresa del sector privado dedicada a la prestación de un servicio que se lo realizara a través de una Agencia promotora de eventos profesionales y académicos con el objetivo de comercializar un bien intangible dentro de la ciudad de Ibarra y de esa manera promoviendo la formación de todos sus habitantes.

Servicios

“Las actividades de los servicios que pertenecen al sector terciario se suelen definir en un sentido muy general como las actividades que no producen bienes” (Gonzalez, Rio, & Dominguez, 2006, pág. 12)

Los servicios se consideran a las actividades realizadas por una persona donde involucra su capacidad intelectual y fuerza física según sea el caso para satisfacer una necesidad y a cambio recibe un pago o remuneración por el servicio prestado.

Agencia

“Las agencias son empresas que se dedican profesional y comercialmente en exclusiva al ejercicio de mediación y/u organización de servicios, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos.” (Alcala, 2020)

Eventos Académicos

La organización de un evento académico tiene un proceso de diseño, planificación, producción de tal manera que no es simplemente desarrollar una actividad de esparcimiento sino que tiene un protocolo con muchas responsabilidades como: la coordinación logística integral, el buen funcionamiento del cronograma, el manejo adecuado del presupuesto, la selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el encuentro, la tramitación de permisos y autorizaciones, la supervisión de los servicios de transporte, los servicios gastronómicos, entre otros. (Galmés, 2010)

Eventos Profesionales

Un evento profesional se define como una estrategia para difundir proyectos, imagen de empresa, así como comunicaciones publicitarias y de relaciones públicas que realizan las empresas e instituciones con el principal objetivo de crear una imagen positiva en sus mercados. (Eventos, 2014)

CAPÍTULO II

2. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Introducción

El objetivo de este capítulo es mostrar los procedimientos metodológicos usados para el presente proyecto mediante el uso de métodos, técnicas e instrumentos para el análisis del estudio propuesto por medio de la recopilación de datos. Esto permitirá la definición de variables e indicadores para el desarrollo.

Para ello se usará fuentes bibliográficas como: sitios web, artículos científicos, libros, etc., que ayudará a evidenciar y sustentar la recopilación de la información.

Objetivo

Definir la metodología a utilizar para el desarrollo de la presente propuesta de factibilidad con el objeto de asegurar una correcta investigación y calidad del documento.

2.1. Enfoque

El presente proyecto será orientado de manera cuantitativa, ya que mediante este enfoque se logrará la cuantificación de los datos más relevantes e importantes para el desarrollo y análisis de dicha propuesta, con la ayuda de las herramientas adecuadas como son: encuestas, entrevistas, observación y documentos; permitiendo obtener respuestas a preguntas necesarias para la toma de decisiones abordando temas principales de interés que puedan sustentar la investigación con datos reales.

2.2. Tipos de investigación

La investigación descriptiva permite determinar el grado de relación que existen entre las variables de un estudio, por ello se utilizara este tipo de investigación dentro del presente proyecto con el fin de estudiar o establecer el comportamiento de la población y sus características para poder llegar a las respuestas de las interrogantes planteadas sobre al nivel de preparación de los profesionales dentro de la ciudad de Ibarra. Es necesario tener en cuenta el siguiente concepto:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (Arias, 2012, pág. 24)

2.3. Métodos

En la presente propuesta el método a utilizar será el deductivo el cual permitirá deducir conclusiones de los resultados recopilados por medio de una estrategia de razonamiento lógico. Es decir que mediante las preguntas formuladas ante el problema estudiado y la hipótesis planteada este método permitirá probarlas.

Según (Maya, 2014) define al método deductivo como una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares, el cual permitirá deducir conclusiones concretas y lógicas en el estudio de mercado.

2.4. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos permiten verificar las hipótesis o responder las interrogantes formuladas. Todo en correspondencia con el problema, los

objetivos y el diseño de la investigación; entendiéndose por técnica el procedimiento o forma particular de obtener datos o información. El instrumento es cualquier recurso, dispositivo o formato que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información. (Arias, 2012, pág. 68)

Las técnicas a utilizar para la investigación del proyecto son:

La entrevista

La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un dialogo o conversación cara a cara, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida. (Arias, 2012, pág. 73)

La entrevista se la aplicará dentro del estudio de mercado, se realizará una entrevista al gerente de la competencia determinada donde por medio de preguntas puntuales se recolectar la información necesaria para la determinación de la oferta

La Encuesta

Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema en particular. (Arias, 2012, pág. 72)

Se aplicará dentro del estudio de mercado para conocer las características, preferencias y comportamientos de nuestra muestra y así poder establecer la demanda. La encuesta se la realizara de manera escrita mediante un cuestionario el cual abarque los puntos más importantes para dar solución a la problemática planteada.

Investigación documental

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales. (Arias, 2012, pág. 27)

Se analizarán documentos obtenidos de fuentes secundarias, estos datos se los utilizara en el estudio de mercado apoyando al desarrollo positivo del proyecto.

2.5. Variables diagnósticas

Las variables a las cuales se enfocará el desarrollo de este proyecto son las siguientes:

Geográficas

- Localización
- Extensión territorial

Socio – Cultural

- Educación
- Niveles de formación
- Estructura demográfica
- Índices de desempleo, subempleo

Económico

- Inflación
- Población económicamente activa (PEA)
- Niveles de ingresos

- Tasa de crecimiento

Político – Legal

- Constitución de la República del Ecuador
- Plan de desarrollo toda una vida
- Ley de apoyo al emprendimiento
- Ley Orgánica de Regulación y Control del poder del mercado
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Secretaria Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones (SETEC)

Tecnológico

- Avances tecnológicos de la educación

Servicios

- Capacitación
- Formación Académica

Tabla 2

Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES
Establecer las características geográficas del sector Ibarra	Geográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Localización • Extensión Territorial 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación documental • Sitios web 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra • Página de la prefectura de Imbabura
Identificar los factores socioculturales que influya en la población de profesionales del sector de Ibarra.	Socio – Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Educación • Niveles de formación • Estructura demográfica • Acceso servicios básicos • Conectividad • Índices de desempleo, subempleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra • Instituto nacional de estadísticas y censos
Determinar la economía de la población del sector Ibarra	Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Inflación • Población económicamente activa (PEA) • Niveles de ingresos • Tasa de crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra • Instituto nacional de estadísticas y censos

Establecer los aspectos políticos que influyen en el sector de Ibarra	Político – Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República del Ecuador • Plan de desarrollo toda una vida • Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación • Ley Orgánica de Regulación y Control del poder del mercado • Ley de Régimen Tributario Interno • Secretaria Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones (SETEC) 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes bibliográficas • Prefectura de Imbabura
Determinar el grado de influencia de la tecnología en el ámbito de aprendizaje y enseñanza.	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Avances tecnológicos en educación 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes Bibliográficas
Identificar el sector al que se va a dirigir los servicios de capacitación para la formación académica y profesional de la ciudad Ibarra	Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Formación académica 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Investigación Documental • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes Bibliográficas • Páginas Web • Involucrados

Fuente: Investigación directa

CAPÍTULO III

3. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

Introducción

Dentro de este capítulo se analizará y desarrollará cada una de las variables presentadas en la matriz diagnóstica. El diagnóstico permitirá identificar la situación actual del sector donde tendrá lugar el proyecto y se establecerá si el ambiente es el adecuado para poner en marcha dicha propuesta, esto hará que la toma de decisiones sea fácil y adecuada después de haber evaluado todos los indicadores pertinentes y ligados con el tema de estudio.

Es importante estudiar cada uno de los factores que puedan significar posibles aliados, oportunidades, oponentes o riesgos y así tener una idea clara de cuál es el entorno interno y externo que rodea el cantón Ibarra.

Objetivo

Evaluar cada una de las variables diagnósticas de la ciudad de Ibarra, con el objeto de conocer la situación actual donde se desarrollará el proyecto.

3.1. Desarrollo de Variables

El desarrollo de variables permitirá evaluar cada uno de los indicadores identificados dentro de la matriz los cuales llevarán a conocer la situación actual donde se desarrollará la propuesta.

3.1.1 Variables geográficas

- **Localización**

Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urucuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015-2023)

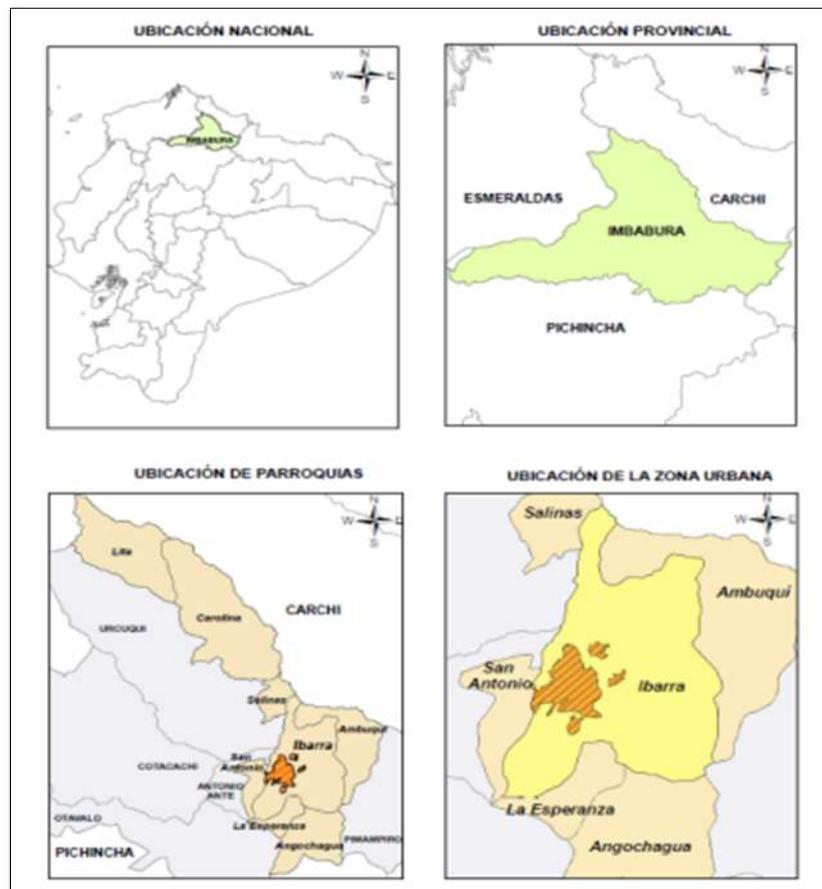


Figura 2: Ubicación Geográfica

Tomado de el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Ibarra 2015-2023

- **Extensión territorial**

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78° 06' 00", ubicada a 2.228 metros s.n.m, está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km². (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015-2023)

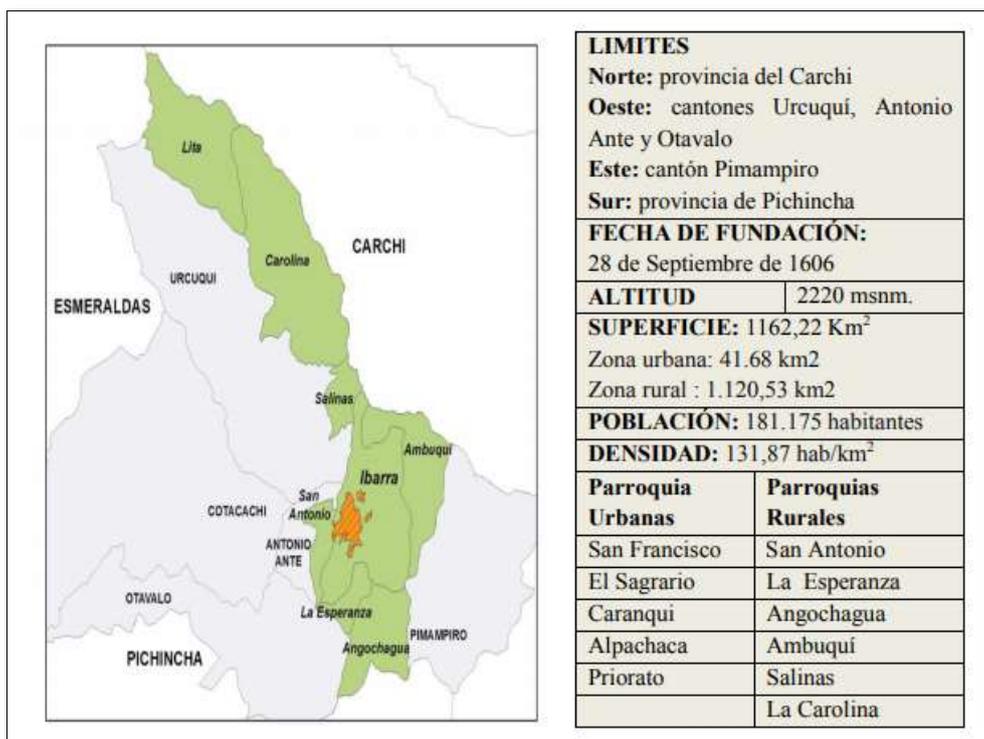


Figura 3: Extensión Territorial

Tomado de la Secretaria Nacional de Planificación

3.1.2. Variable Socio - Cultural

- **Educación**

El cantón Ibarra registra el mayor porcentaje de asistencia en Educación Superior con el 29.4%, seguido por Antonio Ante con el 22.6% y con menor valor San Miguel de Urcuquí con el 9.7%. En este cantón la educación muestra bajos porcentajes de distintas variables, sin embargo actualmente hay que rescatar la presencia de la Ciudad del Conocimiento Yachay, misma que es considerada como proyecto emblemático del Gobierno Nacional, siendo parte del patrimonio cultural y centro de conocimiento del desarrollo tecnológico y científico del país. En lo cuantificable a nivel de cantones, Ibarra posee mayor número de establecimientos que representa el 35%, le sigue Otavalo con el 25% y con menor porcentaje San Miguel de Urcuquí con el 7% del total de la provincia. El número de docentes de igual manera Ibarra cuenta con más profesores en todos los niveles de educación con el 47%, luego está Otavalo con el 26% y Pimampiro con número inferior de profesores que alcanza al 3%. Respecto a la cantidad de alumnos, Ibarra cuenta con el mayor número llegando a 59.585 de estudiantes, lo que representa el 45%, luego Otavalo con el 29% y en menor valor con el 3% se encuentra Pimampiro y San Miguel de Urcuquí. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015-2023)

El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Educación está implementando y desarrollando el programa de Nueva Infraestructura Educativa, la misma que tiene como objetivo dotar a las instituciones educativas públicas, de infraestructura, reconstrucción, reparación, ampliación, equipamiento y mobiliario para incrementar el acceso de la población en edad escolar que está fuera del sistema educativo y mejorar la calidad de la infraestructura actual existente para reducir riesgos de los estudiantes que se encuentran en el sistema educativo público. (Ministerio de Educación, 2017)

- **Niveles de Formación**

Niveles de formación docentes: Para el primer semestre del año 2019 se reportó los siguientes registros de docentes:

Tabla 3

Niveles de Formación Ibarra

Nivel de Formación	Primer semestre 2018	Segundo semestre 2018	Primer semestre 2019
Nivel técnico	78	109	70
Nivel tecnológico	354	390	402
Tercer Nivel	3.727	4.210	4.205
PH. D	49	57	62

Fuente: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENECYT)

Tasa de Asistencia Nivel Superior Ibarra: el sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISSE) y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón de Ibarra 2015-2023, da a conocer la tasa de asistencia neta nivel superior que permiten identificar una variación equivalente al 12.07% equivalente a 3. 359 habitantes.

Tabla 4

Tasa de asistencia neta nivel superior

TASA DE ASISTENCIA NETA NIVEL SUPERIOR							
CONCEPTO	2010		2001		Variación		
	%	Número	%	Número	%	Número	
	Nacional	21.7	400.657	13.54	217.296	8.20	183.361
Por región	Sierra	26.9	227.236	17.03	123.383	9.91	103.853
	Pobre	10.1	93.310	5.85	57.970	4.26	35.340
Por situación económica	No pobre	34.0	305.142	26.74	157.116	7.31	148.026
Pobreza según NBI	Sin definir	9.3	2.205	8.49	2.210	0.76	-5
Provincial	Imbabura	23.2	11.532	12.30	5.202	10.90	6.330
Cantonal	Ibarra	29.4	6.752	17.35	3.393	12.07	3.359

Fuente: Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra, 2015-2023

Empresas dispuestas invertir para la formación de sus empleados: “El promedio al 97,8% de las empresas clasificadas por su actividad económica – comercialización, producción, servicios- les interesa que su personal asista a cursos de capacitación, lo que evidencia que hay una alta demanda de procesos de capacitación” (SECAP,2019, p.33).

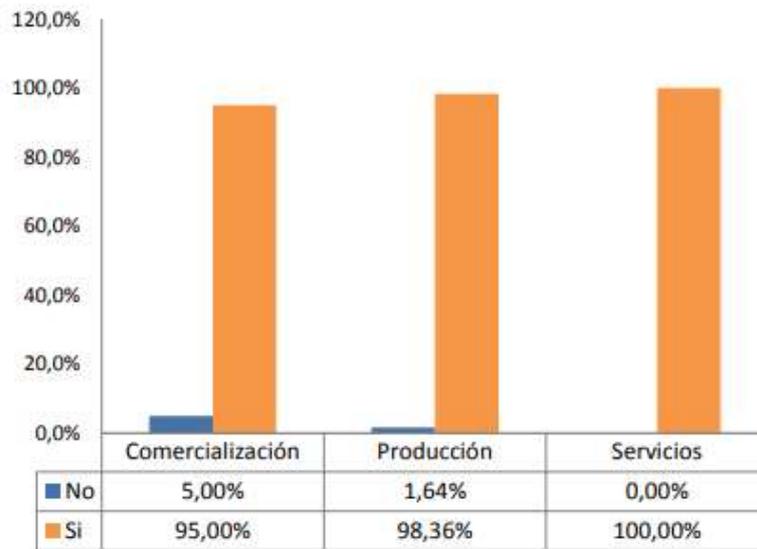


Figura 4: Empresas dispuestas invertir para la formación de sus empleados
Tomado de SECAP

- **Estructura Demográfica**

Según el Instituto Nacional de Censos (INEC) menciona que la población de la provincia de Imbabura al año 2020 es de 476.257 habitantes equivalente al 2.72% de la totalidad de la población nacional

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) publica y pone a disposición de la ciudadanía las proyecciones poblacionales a nivel cantonal hasta el año 2020. Según estos datos y respecto a los cantones de la provincia de Imbabura, Ibarra en el año 2020 será el cantón con mayor número de habitantes llegando a los 221.149 habitantes, seguido por Otavalo con 125.78; mientras que según estas proyecciones el cantón con menos población será Pimampiro con 13.269, notando un decrecimiento poblacional periódico. (INEC, 2010)

Tabla 5

Proyección poblacional del cantón Ibarra

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES						
2015-2020						
Cantón	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ibarra	204.568	207.907	211.235	214.552	217.856	221.149

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Segmentación por grupos de edad: Según este tipo de segmentación Ibarra es el cantón con mayor número de habitantes jóvenes, representando el 44.36% de la población total según la provincia, seguido por Otavalo con el 27.65% y con el 2.89% en Pimampiro siendo el cantón con menor porcentaje de habitantes jóvenes.

En lo que se refiere a la población adulta, Ibarra tiene el 48.87%, luego Otavalo con el 8.95% y en menor portaje Pimampiro con el 3.01%. La población identificada como adulta mayor se encuentra en mayor porcentaje en el cantón Ibarra que representa el 44.6%, seguido por Otavalo con el 25.05% y en menor valor el cantón Pimampiro con el 4.01%. A nivel provincial la población joven es de 254.564 habitantes lo que representa el 57%, la población adulta con 154.878 habitantes que representa el 35% y la población adulta mayor con 35.733 que representa el 8% del total de la población de la provincia.

Tabla 6

Proyecciones a nivel cantonal según la edad

PROYECCIONES SEGÚN LA EDAD						
Cantón	0 a 29	%	30 a 64	%	65 y mas	%
Ibarra	112.926	44.36	75.695	48.87	15.497	44.63
Antonio Ante	28.281	11.11	17.349	11.20	4.032	11.28
Cota cachi	25.800	10.14	13.564	8.76	3.723	10.42
Otavaló	70.392	27.65	38.080	24.59	8.952	25.05
Pimampiro	7.368	2.89	4.657	3.01	1.433	4.01
Urcuquí	9.797	3.85	5.533	3.57	1.646	4.61
Total	254.564	100	154.878	100	38.733	100

Fuente: SEMPLADES 2010-2020

- **Índices de empleo, desempleo y subempleo**

Empleo

De acuerdo a los datos estadísticos reflejados en la página del INEC se evidencio que, en diciembre de 2019, la tasa de empleo adecuado fue del 38.8 %, en relación del mes de marzo del mismo año el cual fue de 37.9% con la diferencia de 0.90 puntos porcentuales.

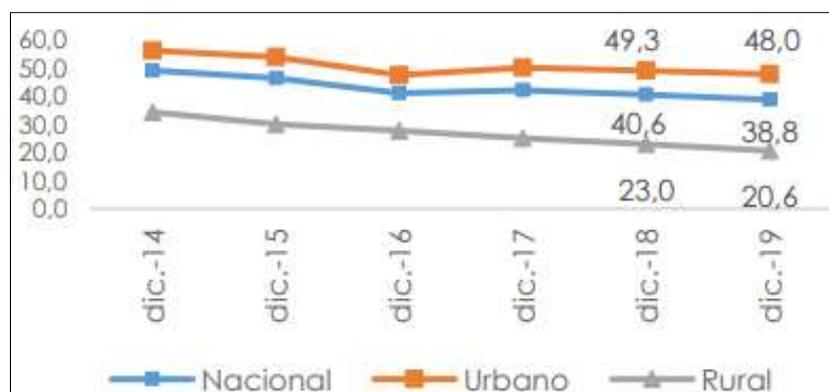


Figura 5: Empleo Adecuado

Tomado de ENEMDU 2019

Subempleo

A diciembre de 2019, la tasa de subempleo, a nivel nacional y rural presentó variaciones anuales estadísticamente significativas. Así, a nivel nacional fue de 17,8% y en el área rural se ubicó en 19,4%. En el área urbana, la tasa de subempleo no registró una variación estadísticamente significativa, ubicándose en diciembre de 2019 en 17%. (ENEMDU, 2020)

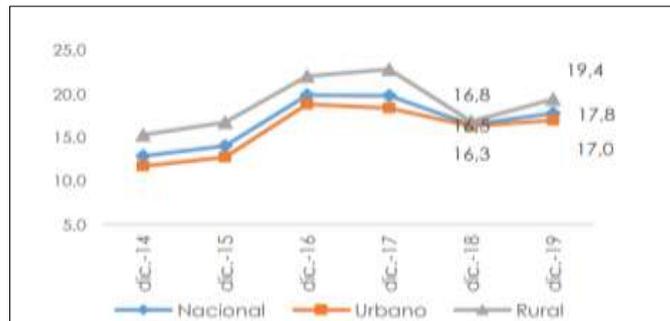


Figura 6: Subempleo
Tomado de ENEMDU 2019

Desempleo

De acuerdo a las estadísticas el desempleo a nivel nacional se ubicó en 3.8 % en diciembre del 2019, registrando un leve decaimiento 0.8 puntos porcentuales con respecto al mes de marzo del 2019; a nivel urbano el desempleo fue de 4.9% y en el área rural se ubicó en 1.6%. En ninguno de los casos se presentaron variaciones estadísticamente significativas.

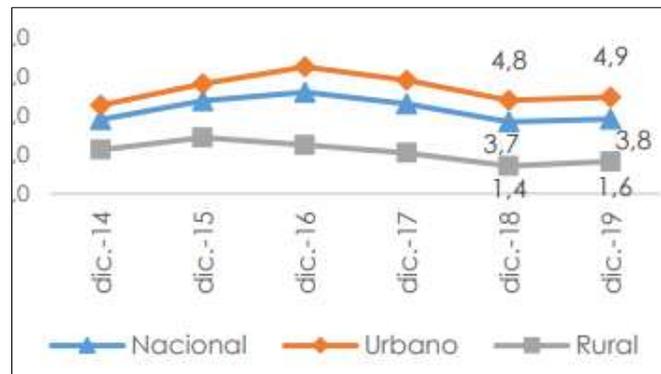


Figura 7: Desempleo
Tomado de ENEMDU 2019

3.1.3. Variable Económica

- **Inflación**

Según el Banco Central de Ecuador en su reporte de inflación mencionó que el índice de precios al consumidor (IPC) de diciembre de 2019 registró una leve variación mensual negativa de 0.01%. En 7 de las 12 divisiones de bienes y servicios cuya ponderación agregada fue 62.09% se registraron valores negativos, siendo Alimentos y bebidas no alcohólicas y Restaurantes y hoteles las de mayor porcentaje. En las restantes 5 divisiones que ponderan 37.91% el resultado fue positivo, siendo Recreación y cultura la agrupación de mayor porcentaje. (Banco Central del Ecuador , 2020)

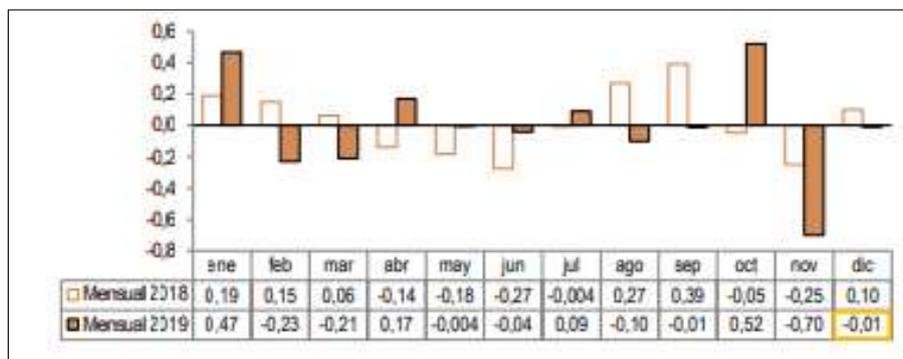


Figura 8: Inflación del IPC

Tomado de Banco Central del Ecuador 2020

- **Población Económicamente Activa (PEA)**

La población económicamente activa (PEA) a diciembre del 2019 representa el 65.3% del total de población nacional, lo que quiere decir que 8.099.029, 66 habitantes son parte de la PEA en comparación con diciembre del 2018 el cual representaba un 65.6% de la población, esto no representa variaciones significativas. (Banco Central del Ecuador , 2020)

Tabla 7

Población Económicamente Activa

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)								
	2018				2019			
	Mar	Jun	Sep	Dic	Mar	Jun	Sep	Dic
Población menor a 15 años	29,5	29,5	28,9	28,9	28,9	28,9	28,9	28,9
Población en Edad de Trabajar (PET)	70,5	70,5	71,1	71,1	71,1	71,1	71,1	71,1
Población Económicamente Activa (PEA)	68,1	66,4	68,1	65,6	66,5	66,8	67,8	65,3

Fuente: Banco Central del Ecuador

Población Económicamente Activa por sectores

El Sector Agropecuario o Primario del Cantón Ibarra, concentra al 11,61% del total de la PEA y representa a 9.367 habitantes, el sector Secundario de Industria, manufactura, artesanía con el 19,38% que representa a 15.630 habitantes, el sector Terciario de servicios y comercio con el 58,02% que representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad en la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015-2023)

Tabla 8

Población Económicamente Activa por Sectores del Cantón Ibarra

ACTIVIDAD	PEA POR SECTOR	%
Sector Primario	9.367	11.61
Sector Secundario	15.630	19.38
Sector Terciario	46.855	58.02
Otros	8.817	10.93
Total PEA	80.669	100

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra 2015-2023

- **Nivel de ingresos**

(ENEMDU, 2020) El estudio registra que la pobreza por ingresos a nivel nacional en junio de 2019 se ubicó en 25,5% en comparación al 24,5% de junio de 2018, el incremento de 1,0 puntos porcentuales. La pobreza urbana en junio de 2019 fue de 16,8%, mientras que en junio de 2018 se ubicó en 15,9%, una variación de 1,0 %. En junio de 2019 la pobreza extrema a nivel nacional se ubicó en 9,5% frente al 9,0% del mismo mes del año anterior, el incremento de 0,5 puntos. En el área urbana la pobreza extrema pasó de 4,7% a 5,6%, lo que implica una variación de 0,9 %. Estos índices con respecto al nivel de ingresos no se han mostrado significativamente o que afecte al entorno social en la zona urbana hay variaciones que son mínimas ya que el resultado incidencia de la pobreza es mínima con respecto a la población total.

En la provincia de Imbabura, según datos proporcionados por el Gobierno Provincial, a través del Plan de Desarrollo Estratégico, apenas el 33 % de la población total participa en calidad de población económicamente activa (PEA). Es decir, generando bienes y

servicios. Esto implica que el resto (67%) ocupa estados de subempleo y desempleo. El mayor número de desempleo se registra en las ciudades, especialmente Ibarra, donde existe un grueso de población dedicada a actividades de obtención de ingresos irrisorios. En los sectores especialmente suburbanos habitan familias cuyos ingresos mensuales máximo llegan a 100 dólares, en hogares donde existen de 4 a 6 miembros y en un país donde el costo de la canasta familiar básica oscila en 226 dólares. (Naranjo, 2020)

- **Tasa de crecimiento**

La tasa de crecimiento poblacional a nivel nacional en el año 2019 es del 1.56, se ha mantenido durante los últimos cuatro años.

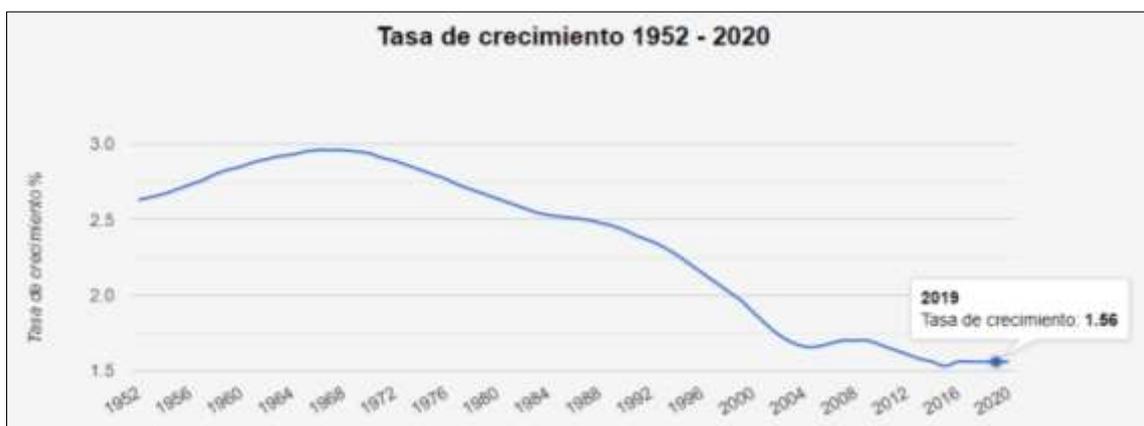


Figura 9: Tasa de Crecimiento poblacional

Tomado del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas

3.3.4. Variables Político - Legal

Para el desarrollo de esta variable se realizará un análisis de acuerdo a los indicadores mencionados para investigar los aspectos políticos- legal que influyen en el sector de Ibarra.

- **Constitución de la República del Ecuador**

Intercambios económicos y comercio justo

Artículo 335: La Constitución de la República del Ecuador menciona el estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, ¿en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. Determina igualmente que el Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal (CRE, 2008, pág. 156)

Artículo 336: El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (CRE, 2008, pág. 156)

- **Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida” 2017-2021**

El Plan Nacional de Desarrollo “Todo una Vida” promueve e impulsa la productividad y el desarrollo económico de los diferentes sectores, así mismo propone un desarrollo individual enfocado en el bienestar de cada uno individuo.

El eje 2 va dirigido a la economía al servicio de la sociedad, haciendo mención directamente al objetivo 5: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistribuida y solidaria” las mesas de dialogo proponen la promoción y ampliación de mecanismos y acuerdos comerciales

bilaterales y multilaterales, bajo criterio de negociaciones equilibradas, complementación económica y reducción de asimetrías comerciales (CNP, 2017-2021)

- **Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**

Artículo 1: Tiene como objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal. (LOEI, 2020)

- **Ley Orgánica de Regulación y Control del poder del Mercado**

Artículo 1: El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible. (LORCPM, 2011)

- **Ley de Régimen Tributario Interno**

Artículo 1: Establece el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley. (LRTI, 2018)

- **Secretaría Técnica del sistema Nacional de Cualificaciones (SETEC)**

La Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesionales menciona que "las personas natural o jurídica, pública, privada o mixta, con o sin fines de lucro que brinden servicios de capacitación; deberán ingresar información referida sobre sus servicios y oferta de capacitación para ser validadas por la SETEC". Es decir que con ello nos ayudará a tener una garantía de contar con una calificación técnica para continuar con los procesos de gestión como son brindar servicios profesionales, la infraestructura, los recursos materiales. (SETEC, 2018)

3.1.5. Variable Tecnológica

Se analiza la importancia de los avances tecnológicos en la educación a través de los medios, sitios web, plataformas tecnológicas de estudio, blogs, portafolios, actividades digitales que son para dinamizar el entorno educativo.

Avances tecnológicos en la Educación

La tecnología impregna todos los campos y juega un rol importante en las carreras científicas. Los estudiantes de hoy en día necesitan una alfabetización científica y tecnológica para tener éxito en sus vidas. El interés internacional en tecnología y educación ofrece una oportunidad fenomenal para investigar las relaciones complejas entre estándares curriculares, diseños de cursos, prácticas de aula, mejoras tecnológicas y aprendizaje de los estudiantes. La investigación social y cognitiva reciente ofrece una visión más sutil y compleja del aprendizaje, ajustada al actual sistema educativo y a las necesidades de los ciudadanos de hoy. La investigación sobre cómo los individuos dan sentido a situaciones complejas y dilemas científicos ha provisto una perspectiva más amplia sobre la naturaleza del aprendizaje. Además, el mercado de trabajo actual requiere individuos capaces de aprender material nuevo sobre la marcha; esto supone para los

investigadores el desafío de identificar los factores que disponen a los individuos a guiar y controlar su propio aprendizaje. Como campo de investigación necesitamos mejores maneras de sacar provecho de las experiencias, realizadas en escenarios complejos en todo el mundo, en las que los educadores usan innovaciones tecnológicas. Este artículo examina conjuntamente los rápidos cambios en la tecnología, los avances en el aprendizaje y los métodos para mejorar la práctica educativa. (Amar, 2016)

3.1.6. Variable Servicios

Las actividades profesionales, científicas y técnicas registraron en promedio ingresos por servicios prestados de 5,426 millones de USD anuales. Los ingresos de este sector han presentado un decrecimiento promedio anual del 4.4%, siendo los años 2016 y 2017 los que presentan las caídas de ingresos más pronunciadas con tasas de - 13.7% y -5.9% anual, respectivamente. Las utilidades, por otro lado, en promedio decrecieron en un 2.2% anual, siendo los años 2016 y 2017 los que presentaron las mayores caídas. De acuerdo con la segmentación por tamaño, las grandes empresas aportan en promedio con el 46% de los ingresos generados anualmente por las empresas dedicadas a actividades profesionales, científicas y técnicas; sin embargo, a pesar de que son las empresas que mayor nivel de ingresos generan, estas han decrecido sus ingresos reportados en promedio en un 7% anual. Por otro lado, las medianas empresas contribuyen en promedio con el 30% anual de los ingresos generados por el sub sector, y han presentado un decrecimiento promedio de 3% durante el periodo 2013-2017. Las pequeñas empresas representan en promedio el 21% de los ingresos del sector reportados anualmente. Los ingresos de este segmento han decrecido en promedio en un 1% durante el periodo de análisis. Finalmente, las microempresas dedicadas al ejercicio de actividades profesionales, científicas y técnicas aportan tan solo con el 3% (en promedio) anual de los ingresos generados por el

sector, presentando un crecimiento promedio del 3% anual durante el período (Mongro, Chalen, Franco, & Romero, 2017, pág. 47)

Las quince ciudades más representativas en cuanto a la generación de ingresos por servicios prestados en este sub sector ordenadas de mayor a menor de acuerdo a los ingresos registrados en el 2017, que es el último año analizado en el presente estudio. En primer lugar, se ubica Quito que contribuye en promedio con 3,207 millones de USD anuales, en segundo lugar, Guayaquil con 1,518 millones de USD anuales y en tercer lugar Cuenca con 123 millones de USD anuales. En el 2017, Zamborondón se ubicó en tercer lugar desplazando a Cuenca; esta ciudad genera en promedio 108 millones de USD anuales en ingresos por servicios prestados en el sub sector analizado. Aproximadamente, el 91% de los ingresos del sector se concentran en las cuatro ciudades mencionadas. (Mongro, Chalen, Franco, & Romero, 2017, pág. 50)

Tabla 9

Ranking de los ingresos por prestación de servicios en el sector de actividades profesionales, científicas y técnicas por ciudad durante el periodo 2013-2017 en millones de USD.

CIUDAD	2013	2014	2015	2016	2017
Quito	3446.70	3376.8	3545.80	2924.8	2739.4
Guayaquil	1609.0	1596.40	1543.0	1473.10	1368.80
Zamborondón	92.6	117.3	117.90	103.6	107.10
Cuenca	139.40	138.40	137.3	108.5	91.40
Ambato	90.1	85.10	49.9	67.0	57.6
Manta	38.6	45.3	57.8	39.4	37.9
Machala	30.4	21.2	34.7	30.0	34.5
Ibarra	14.0	12.6	25.9	22.80	27.4
Puerto Ayora	30.2	36.5	40.2	37.10	27.3
Riobamba	26.3	29.5	30.4	26.3	25.3

Portoviejo	17.10	17.8	16.3	15.6	22.6
Sangolquí	20.2	12.6	14.5	15.5	18.2
Loja	18.7	27.5	25.10	20.20	16.3
Cayambe	11.30	12.6	13.9	14.0	15.2
La joya de los Sachas	2.4	5.10	10.9	9.0	12.1
Otras	154.0	168.0	202.0	154.10	163.7
Total	5741.0	5702.8	5865.50	5061.0	4761.7

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

- **Diagnóstico Energía, Conectividad y movilidad de la ciudad Ibarra**

Energía: el territorio del GAD de Ibarra dispone de una industria de generación de energía eléctrica de tipo hidráulica; debiendo señalarse que el territorio del cantón presenta sectores con características favorables para la implementación de generadoras de energía limpia competentes para aportar al cambio de la matriz energética del país mediante el incremento de la generación de energía por hidroeléctricas y la implementación de terminales de generación solar y eólica. La cobertura promedio de servicio eléctrico a nivel cantonal es del 98.60 %, lo cual demuestra que existe una dotación eficiente de la infraestructura necesaria para el servicio eléctrico tanto en el sector urbano como en el rural de Ibarra. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015-2023)

- **Acceso a servicios básicos**

La accesibilidad a servicios básicos se representa en función del nivel de cobertura y dotación de los mismos a la población del territorio provincial. A nivel provincial la cobertura de servicios básicos es de: 55,14% para agua potable; 58,49% para

alcantarillado; 79,97% para energía eléctrica; y 68,08% para recolección de desechos sólidos. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015-2023)

Tabla 10

Cobertura de servicios básicos

Cantón	Agua Potable	% Cantón	Energía Eléctrica	% Cantón	Alcantarillado	% Cantón
Ibarra	36.781	65.65	46.860	83.65	39.549	70.60
Antonio Ante	7.581	60.58	10.627	84.92	8.632	68.98
Cotacachi	4.752	38.05	9.160	73.35	4.232	33.89
Otavalo	14.731	47.57	24.076	77.74	14.924	48.19
Pimampiro	1.855	32.04	3.585	70.96	1.978	39.15
Urcuquí	2.033	40.24	3.927	67.82	2.534	43.77

Fuente: Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra, 2015

- **Conectividad**

La red inalámbrica del cantón Ibarra está dotada con una nueva tecnología la cual tiene como matriz el WI-FI basada en el estándar 802.11, utilizando además MIMO (multiple input multiple output) que es una tecnología de radio comunicaciones que se refiere a enlaces de radio con múltiples antenas en el lado del transmisor y del receptor. Debido a las múltiples antenas, la dimensión espacial puede ser explotada para mejorar el desempeño del enlace inalámbrico, haciendo la señal más fuerte, más confiable y transmisiones más rápidas. Para ello las zonas de internet de la ciudad emplean un cableado estructurado para los establecimientos en donde se acceda en los distintos puntos, y para el acceso público en lugares turísticos, parques y plazas se utiliza tecnología WI-FI. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015-2023)

La accesibilidad a los servicios de telecomunicaciones muestra un desequilibrio que privilegia a los centros poblados urbanos sobre los centros poblados rurales. Esto se debe a variables como la dispersión de la población, la capacidad económica y la dificultad de implementación de infraestructura, lo que resulta como consecuencia que la telefonía móvil en el sector rural tenga preferencia en un 27,04%, mientras que la telefonía un 9,99%. A nivel provincial se identifica la necesidad de extensión de las redes de telefonía y el acceso a Internet en el territorio rural, desarrollando nuevas infraestructuras que permitan democratizar el acceso en espacios públicos, escuelas, centros comunitarios y oficinas administrativas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015-2023)

Tabla 11

Conectividad

Tipo	N° viviendas	Cobertura %	S. Urbano	Cobertura %	S. rural	Cobertura %
Telefonía móvil	76.198	73.97	48.346	46.93	27.852	27.04
Telefonía fija	39.148	38.00	28.854	28.01	10.294	9.99
Internet	9.738	9.45	8.340	8.10	1.398	1.36
Tv Cable	21.737	21.10	19.368	18.80	2.369	2.30

Fuente: Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra, 2015-2023

Empresas que ofrecen servicios de internet fibra óptica: “A diciembre del año 2019, la participación de mercado para el servicio de acceso a internet fijo, permite observar que la CNT EP, operador público ecuatoriano, mantiene el 42,73% del mercado” (Boletín estadístico, 2019).

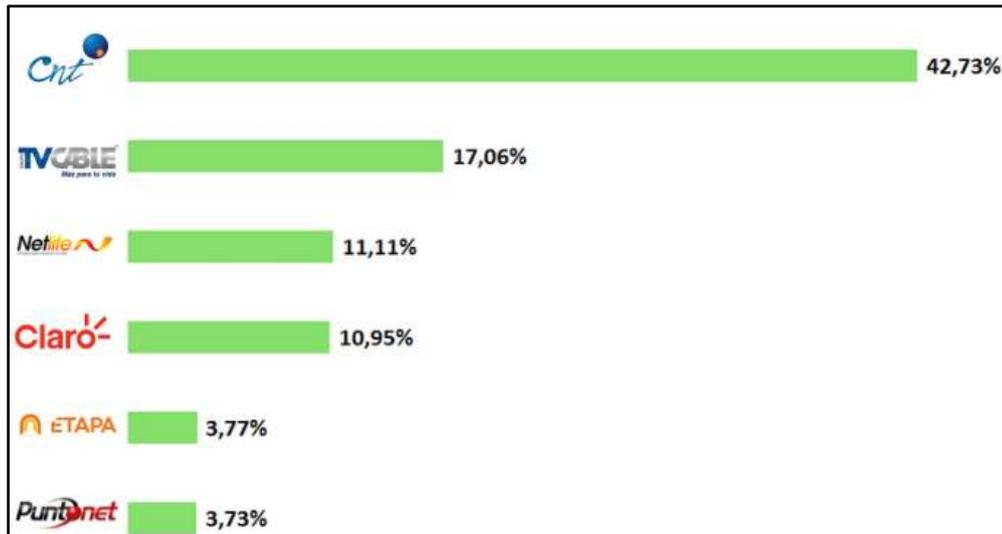


Figura 10: Empresas que ofrecen servicios de internet fibra óptica
Tomado de Boletín Anual 2019

Servicio de arrendamiento:” El 20% de locales comerciales se encuentran disponibles para arrendamientos en la ciudad Ibarra” (Primera Zona, 2020)

Movilidad: Las vías de acceso del cantón Ibarra está conformada por vías urbanas compuestas por calles, pasajes y avenidas, que se articulan con vías estatales y provinciales de primer orden, vías inter cantonales e inter parroquiales de segundo orden. Ibarra está jerarquizada en primer lugar por la E35 (Panamericana), que vincula la parroquia de San Antonio con la cabecera cantonal y Ambuquí; en segunda instancia la carretera E10 (Ibarra - San Lorenzo), que articula las cabeceras parroquiales de Salinas, La Carolina y Lita; y la vía cantonal Zuleta – Cayambe, que comunica las cabeceras de las parroquias de La Esperanza y Angochagua. La ciudad, posee 4 tipos de vías integradas por: 26.57 km de vías arteriales, 29.52 km colectoras, 371.26 km locales y 20.05 km peatonales. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015-2023)

3.2. Análisis de la Información

A raíz del estudio de las variables identificadas por medio de la matriz diagnóstica, se efectuará la evaluación de las mismas, para ello se usará la matriz AOOR mediante la cual se analizarán cuatro componentes siendo estos: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Estos componentes ayudarán a la toma de decisiones que requiere este proyecto, ya que se determinarán factores positivos y negativos que puedan afectar de manera considerable el desarrollo del mismo.

3.3. Matriz AOOR

Tabla 12

Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTE
<ul style="list-style-type: none">• Ibarra está ubicada en una zona estratégica por ser un sector altamente comercial.• Alto índice de Profesionales con título de tercer nivel para contratar• Vías de acceso en la ciudad Ibarra para una movilización rápida.• Acceso de conectividad: Internet, telefonía, Servicios básicos disponibles en el sector de Ibarra• Locales comerciales disponibles para Arrendar.• Empresas que ofrecen servicios de internet fibra óptica para la prestación del servicio de capacitación.	<ul style="list-style-type: none">• Bajo índice de profesionales con títulos de PhD para contratar
OPORTUNIDAD	RIESGO

-
- Creciente número de estudiantes universitarios que necesitan cualificación para los empleos.
 - Empresas dispuestas a invertir en la formación de sus empleados
 - Profesionales dispuestos a invertir en su formación profesional y académica.
 - La nueva tecnología como un pilar fundamental para la formación profesional
 - Respaldo por la Ley Orgánica de emprendimientos e innovación a personas que están dispuestas a sobresalir y tienen ideas innovadoras
 - Bajo nivel de ingresos de la población
 - Alto índice de pobreza
 - Desempleo

Fuente: Investigación directa

3.4. Conclusión diagnóstica

Después de estudiar la situación actual de la ciudad de Ibarra , se llegó a la conclusión: Ibarra es una ciudad localizada estratégicamente ya que cuenta con vías de acceso adecuadas, es catalogándola como una de las ciudad más transitada, posee todos los servicios necesarios, se destaca el sector Terciario (servicio); la fracción más alta de la población se encuentra en la categoría joven- adulto, en los últimos años ha crecido el índice de personas que acceden a una educación de tercer nivel, cuentan con un porcentaje significativo de población económicamente activa, esto convierte a la ciudad blanca en un sector en vías de desarrollo, en donde se pueden diseñar diferentes tipos de proyectos innovadores.

La prestación de servicios es un pilar importante dentro de la economía de esta ciudad, un gran número de negocios están enfocados a este tipo de actividad, por otra parte, un porcentaje alto de la población trabaja en puestos de oficina los cuales requieren

preparación constante, actualización de temas y conocimientos motivándolos a tomar cursos de preparación profesional.

Dentro del marco político- legal, existe la Ley Orgánica de Emprendimientos e Innovación, que tiene como objetivo principal brindar apoyo constante mediante sus disposiciones a las personas dispuestas a sobresalir con ideas innovadoras dentro de la sociedad creando nuevas empresas que en un futuro sean consideradas como una estrategia que apoya al desarrollo económico de la zona.

Uno de los mejores aliados es el avance tecnológico existente dentro de la sociedad, considerado importante para el desarrollo de la misma, facilitando día a día el trabajo de cada uno de los funcionarios de las empresas dando mejores resultados y precisión.

Finalmente, por lo mencionado anteriormente se puede concluir que la idea planteada sobre el Estudio de Factibilidad para la creación de una Agencia promotora de Eventos Profesionales y Académicos en la ciudad de Ibarra es adecuada y pertinente ya que se debería aprovechar cada una de las oportunidades existentes dentro del sector.

CAPÍTULO IV

4. Propuesta

Introducción

Dentro de este capítulo se desarrollará el estudio de mercado, tomando en cuenta la información analizada en el capítulo anterior, esto ayudara a determinar la demanda y oferta del proyecto, también se establecerán los gustos y preferencia del mercado meta, para ello primero se identificara el mercado meta a través de variables de segmentación, posteriormente se hará el cálculo de la muestra para poder aplicar las herramientas de investigación y obtener la información requerida, y así analizar e interpretar los resultados y conocer si el proyecto tendrá la aceptación esperada en el mercado.

Este estudio permitirá dar un enfoque estratégico al proyecto planteado.

Objetivo General

Realizar el estudio de mercado basado en el análisis de las variables de oferta, demanda, comercialización, productos y precio para determinar la aceptación del proyecto.

Objetivos Específicos

- Conocer la demanda objetivo del servicio de capacitaciones profesionales y académicas en la ciudad de Ibarra
- Determinar la oferta existente del consumo de servicios de capacitaciones profesionales y académicas en la ciudad de Ibarra
- Definir estrategias de Marketing para el proyecto

4.1. Estudio de mercado

VARIABLES DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Las variables a analizar dentro del estudio del mercado son las siguientes:

- Demanda
- Oferta
- Servicios / Productos
- Precios
- Plaza
- Promoción

Tabla 13

Matriz de Variables estudio de Mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICA	FUENTE
Establecer la demanda objetivo del servicio de capacitaciones profesionales y académicas en la ciudad de Ibarra	Demanda	Demanda Potencial	Encuesta	Primaria
		Demanda proyectada	Información Documental y análisis	Secundaria
		Demanda insatisfecha		
Determinar la oferta existente del consumo de servicios de capacitaciones profesionales y académicas en la ciudad de Ibarra	Oferta	Oferta real	Entrevista	Primaria
		Oferta proyectada	Información documental	Secundaria
Definir estrategias de Marketing para el proyecto	Servicios	Características del servicio	Encuesta	Primaria
			Información documental	Secundaria
	Precios	Precios del mercado	Encuesta	Primaria
			Deposición del cliente a pagar	Entrevista
	Plaza	Canales de distribución	Encuesta	Primaria
			Información documental	Secundaria
Promoción	Medios digitales	Encuesta	Primaria	
		Marketing directo	Información documental	Secundaria

Fuente: Investigación directa

4.1.1. Segmentación de mercado

La segmentación del mercado consiste en identificar y delimitar la población hasta llegar al mercado meta, los cuales deben tener intereses similares para analizar su comportamiento frente al producto. Para ello se estudiarán las siguientes variables:

- Segmentación Geográfica
- Segmentación Demográfica
- Segmentación Psicográfica
- **Variables de segmentación**

Segmentación Geográfica:

La segmentación geográfica nos permite delimitar el número de habitantes residentes en un determinado lugar hasta llegar al mercado meta. En este caso se deberá delimitar la población del Ecuador hasta llegar al porcentaje de habitantes de la ciudad de Ibarra pertenecientes a la zona urbana.

Segmentación Demográfica:

Esta manera de segmentación consiste en dividir la población en grupos más pequeños, tomando en cuenta variables como edad, ingresos, género, etc. Para el estudio de factibilidad planteado se tomó en cuenta la siguiente variable.

Grupo de edad: Se establecerá el porcentaje de personas que se encuentran en un rango de edad entre los 25 hasta los 55 años.

Segmentación Psicográfica:

Dentro de esta segmentación se analizará variables para identificar en qué nivel socioeconómico se encuentran los habitantes y el nivel preparación de cada una de cada una de las personas para saber su grado de preparación en cuanto a su formación académica.

4.1.2. Mercado Meta

Una vez delimitada la población, a partir de las variables descritas, a continuación, se detalla en la tabla de manera cuantitativa el número de personas que constituyen el mercado meta de la presente propuesta.

Tabla 14

Segmentación geográfica

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	%	NÚMERO
País: Ecuador	100%	17.267.986
Región: Sierra	44,79%	7.733.725
Provincia: Imbabura	6.08%	470.129
Cantón: Ibarra	46.33%	217.856
Ciudad: Ibarra	77.12%	168.009
Zona: Urbana	48.04%	80.712

R1: 80712 Habitantes de la ciudad Ibarra residentes de la zona urbana

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial

Tabla 15

Segmentación demográfica

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	%	NÚMERO
Grupo de edad: 25 a 55 años	39.14%	31.589

R1: 31.589 habitantes de la ciudad Ibarra residentes de la zona urbana que están dentro del rango de edad de 25 a 55 años

Fuente: INEC, proyecciones 2010-2020

Tabla 16

Segmentación Psicográfica

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	%	NÚMERO
Estrato: Medio Alto - Medio	34%	10.740
Preparación:	92.95%	9.983
Bachilleres:	51.89%	5.181
Título de tercer nivel	48.11%	4.802

R1: 9.983 habitantes de la ciudad Ibarra residentes de la zona urbana que están dentro del rango de edad de 25 a 55 años, se encuentran en un nivel socioeconómico medio, alto-medio y son bachilleres o poseen un título de tercer nivel, son quienes se constituyen con mercado meta de la presente propuesta de factibilidad.

Fuente: INEC, proyecciones 2010-2020

4.1.3. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se analizaron los siguientes datos:

- Tamaño de la población: 9.983 habitantes
- Nivel de confianza del 95% equivalente a 1.96
- Margen de error del 0.05
- Probabilidad a favor 0.5
- Probabilidad en contra 0.5

Se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

- Z = nivel de confianza 95% = 1,96
- p= Probabilidad a favor
- q= probabilidad en contra
- N = probabilidad de estudio
- e = limite aceptable de error de muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 9983}{0.05^2(9983 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n=369.96=370$$

Con la aplicación de la fórmula se obtuvo una muestra de 370 habitantes residentes de la ciudad de Ibarra pertenecientes a la zona urbana, los cuales se aplicará la encuesta y recolectar

la información necesaria para determinar si el proyecto es aceptable y determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha.

Para aplicar la encuesta en la ciudad de Ibarra se consideró cuatro sectores, como se puede evidenciar en la siguiente tabla

Tabla 17

División por sectores

SECTOR	PARROQUIAS	PORCENTAJE	N° ENCUESTAS
Sector 1	Alpachaca	20%	74
Sector 2	Priorato- Caranqui	30%	111
Sector 3	San francisco	40%	148
Sector 4	El sagrario	10%	37

Fuente: investigación directa

4.1.4. Análisis e interpretación de datos

Una vez levantada la información por medio de las técnicas identificadas en la propuesta metodológica, a continuación se mostrarán los resultados obtenidos.

- **Análisis e interpretación de resultados de la encuesta**

Datos Técnicos

Tabla 18

Género de los encuestados

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Masculino	39%	144
Femenino	61%	226
Total	100%	370

Fuente: Investigación Propia

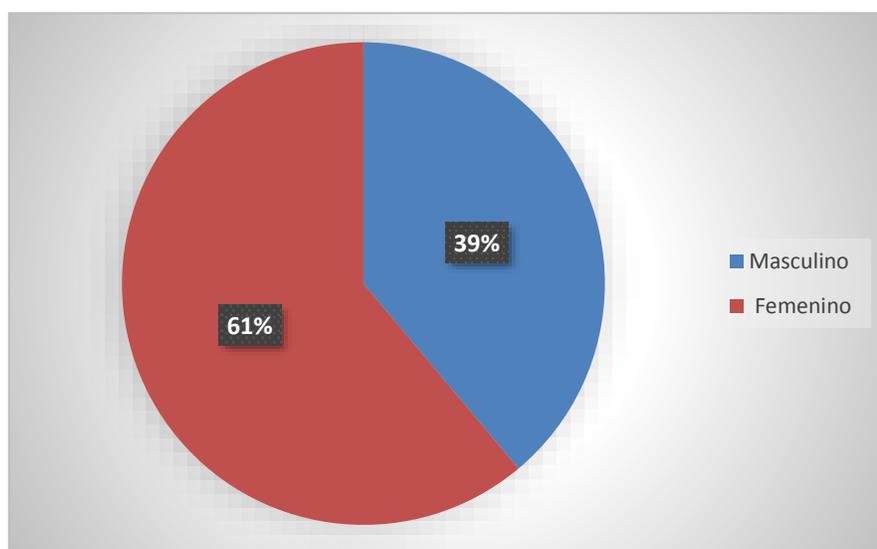


Figura 11: Género de los encuestados

Tomado de encuesta aplicada mediante investigación directa

Los resultados muestran que de los 370 habitantes; un 61% son mujeres y un 30% hombres en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Tabla 19

Rango de edad

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
25-35 años	68%	251
36-45 años	25%	92
46-55 años	5%	19
Más de 56 años	2%	8
TOTAL	100%	370

Fuente: Investigación Propia

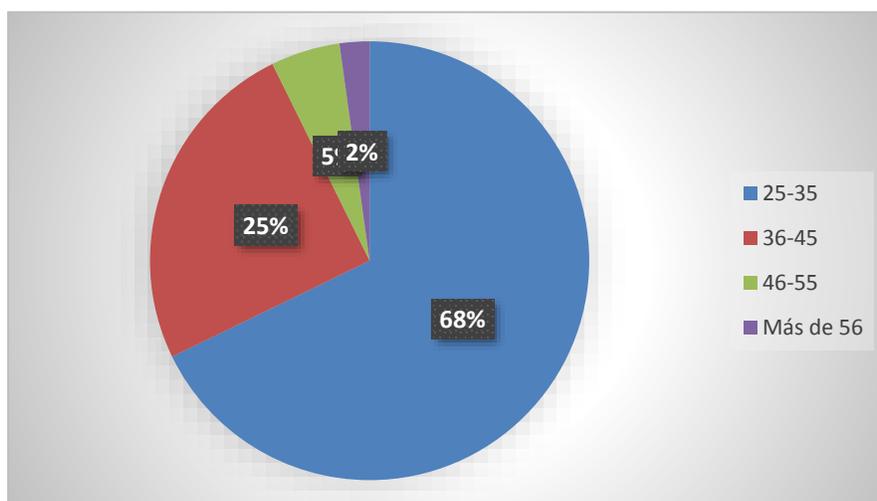


Figura 12: Rango de edad

Tomado de encuesta aplicada mediante investigación directa

De acuerdo al análisis del gráfico muestra que la mayoría de personas encuestadas fueron mujeres y están dentro de un rango de edad entre los 25 a 35 años, y se puede concluir que los cargos dentro de una empresa son ocupados por mujeres en un alto porcentaje en comparación con los hombres.

Pregunta 1: ¿Posee usted un título de tercer nivel?

Tabla 20

Personas con título de tercer nivel

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Si	93%	343
No	7%	27
Total	100	370

Fuente: Investigación Propia

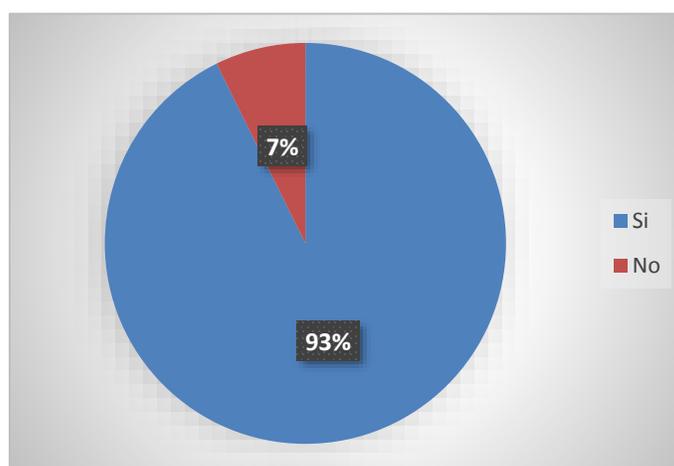


Figura 13: Personas con título de tercer nivel
Tomado de encuesta aplicada mediante investigación directa

La ciudad Ibarra cuenta con un elevado porcentaje de profesionales con títulos de tercer nivel lo cual es un punto positivo ya que: La educación superior, constituye un mecanismo para impulsar de manera efectiva los proyectos de vida de los jóvenes. El contar con un título de tercer nivel no significa quedarse solo con eso, sino que necesita ser capacitado constantemente para ejercer sus conocimientos en el ámbito laboral. (Perez, La Gestión del Conocimiento , 2017)

Pregunta 2: ¿Cuál es el cargo que ocupa en la empresa?

Tabla 21

Áreas de especialización

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Administración	36%	133
Contabilidad	33%	122
Talento Humano	16%	59
Finanzas	15%	56
Total	100	370

Fuente: Investigación Propia

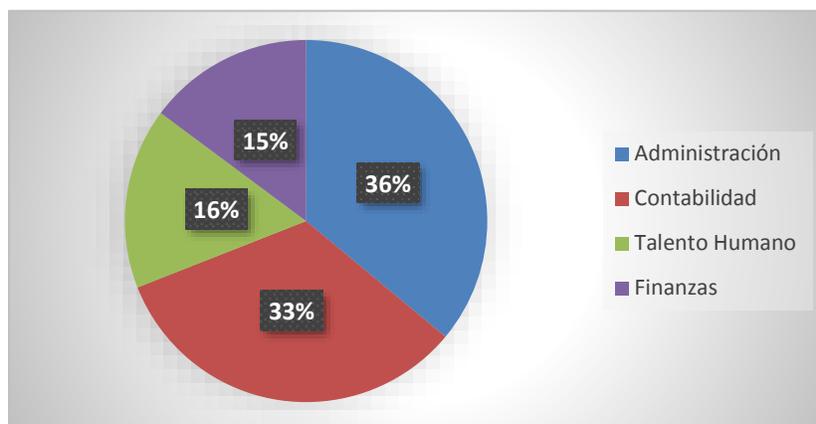


Figura 14: Áreas de Especialización
Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

Mediante la encuesta se determinó que las áreas de especialización más significativas que están presentes en las empresas son: Administración, Contabilidad, Talento Humano, y Finanzas, dando prioridad a esas áreas para analizar sus necesidades de seguir capacitándose, y categorizándose en sus áreas de especialización.

Pregunta 3: ¿Cómo usted refuerza su nivel de conocimiento?

Tabla 22

Manera de reforzar el conocimiento

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Educación Autónoma	8%	29
Continua con sus estudios superiores	5%	20
Capacitaciones	85%	316
Ninguna	1%	5
Total	100	370

Fuente: Investigación Propia

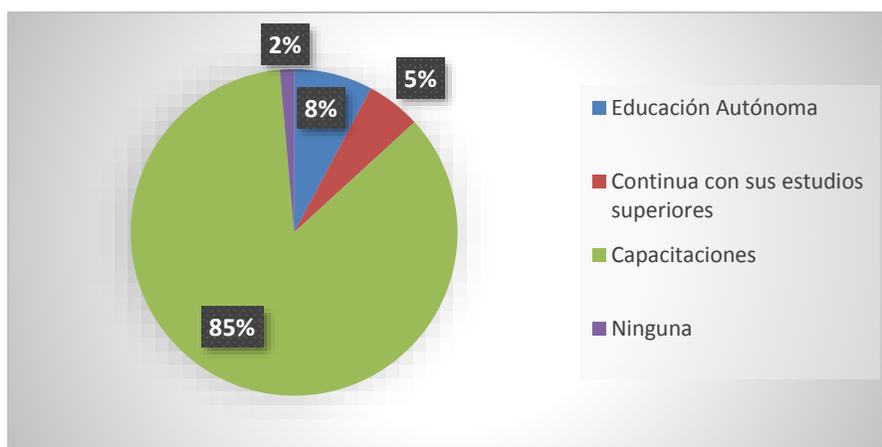


Figura 15: Manera de Reforzar el conocimiento
Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

Con los resultados obtenidos se llega a la conclusión que las personas si necesitan capacitarse constantemente ya que con eso puede reforzar sus estudios y aplicarlos en sus trabajos o en cualquier área que desempeñen. Si las personas se capacitan, mejoran la calidad del trabajo que realizan, y cuando la empresa se expande pueden ayudar a hacer crecer el negocio, optimizando sus condiciones de empleabilidad, hoy en día es muy importante e indispensable que los profesionales se capaciten constantemente para su desenvolvimiento en cualquier ámbito laboral. (Aguilera, 2012)

Pregunta 4: ¿Para actualizar sus conocimientos, usted donde se capacita?

Tabla 23

Lugares de capacitación

LUGAR	PORCENTAJE	FRECUENCIA
En la ciudad (UTN)	65%	241
En la empresa	30%	111
De manera Virtual	5%	18
Total	100	370

Fuente: Investigación Propia

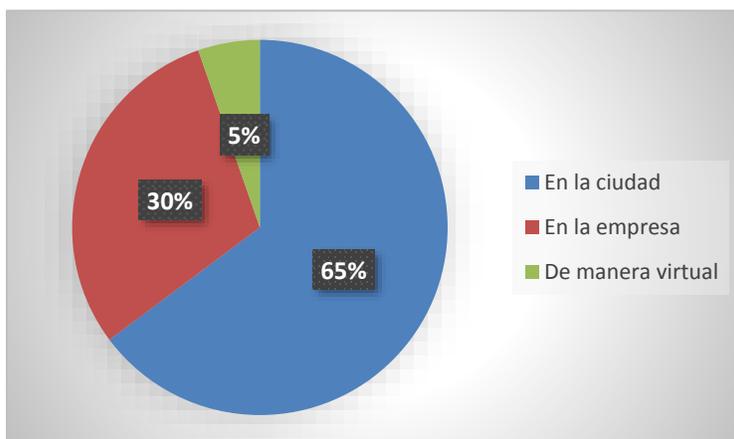


Figura 16: Lugar de capacitación

Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

Se determinó que los lugares donde se capacitan son: en la ciudad, en la empresa y de manera virtual, en el cual se tomó la mayor relevancia el lugar de capacitación donde frecuentan más que es la UTN, dato que es importante para iniciar nuestra investigación en cuanto a recopilar información mediante instrumentos de investigación como la entrevista para tener conocimientos más profundos acerca del tema de las capacitaciones.

Pregunta 5: ¿Cuántas veces al año usted se capacita?

Tabla 24

Frecuencia en que se capacitan

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Una vez al año	78%	290
De 2 a 3 veces al año	19%	69
Más de 3 veces al año	2%	6
Nunca	1%	5
Total	100	370

Fuente: Investigación Propia

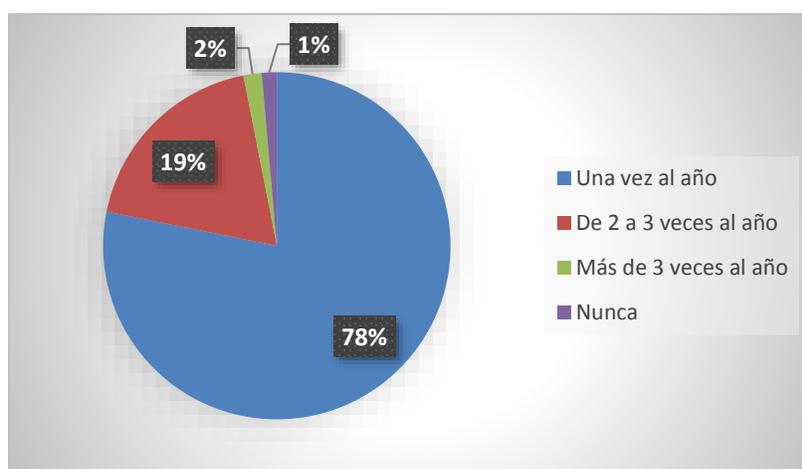


Figura 17: Frecuencia en que se capacitan
Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

Con los datos obtenidos de la encuesta se pudo determinar que la frecuencia con que se capacitan es una vez al año lo que se llega a la conclusión que la mayoría de personas no se capacitan frecuentemente para reforzar sus conocimientos ya que es una parte fundamental tener un personal capacitado. “Una empresa depende de su talento humano, mientras más capacitado está su personal mayor será el beneficio y rentabilidad para la empresa” (Jaya, 2018).

Pregunta 6: ¿Cuánto invierte por capacitaciones al año? Tome en cuenta solo el valor de la capacitación/curso?

Tabla 25

Inversión por capacitación

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Menos de 500 dólares	78%	288
500 a 1000 dólares	5%	19
1001 a 2000 dólares	1%	4
Más de 2000 dólares	0%	0
Nada gratuitos	16%	59
TOTAL	100%	370

Fuente: Investigación Propia

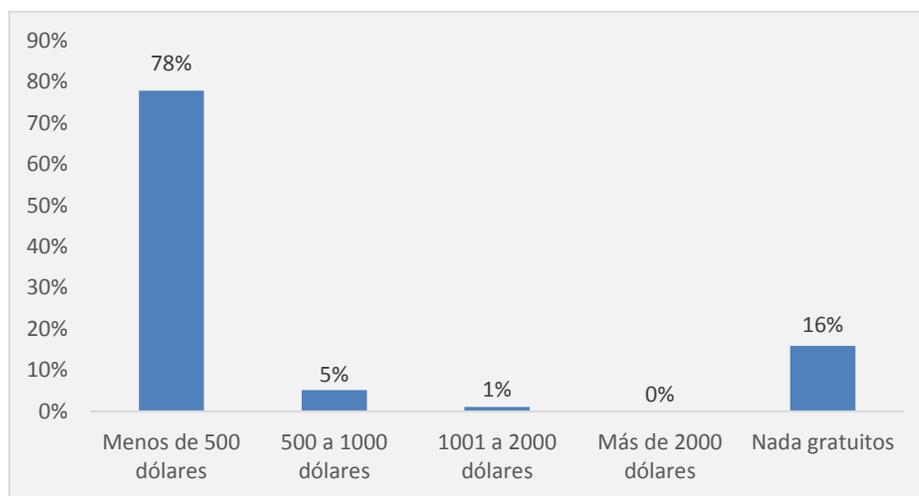


Figura 18: Inversión

Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

De acuerdo con los resultados obtenidos la mayor parte de las personas encuestadas en la ciudad Ibarra, si quieren invertir para su formación profesional lo cual es un punto positivo para continuar con sus estudios y optan por un valor de menos de 500 dólares americanos.

Pregunta 7: ¿Usted estaría dispuesto a participar en eventos profesionales de alto nivel en la ciudad con ponentes nacionales e internacionales?

Tabla 26

Participación en los eventos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	362	98%
No	8	2%
TOTAL	370	100%

Fuente: Investigación Propia

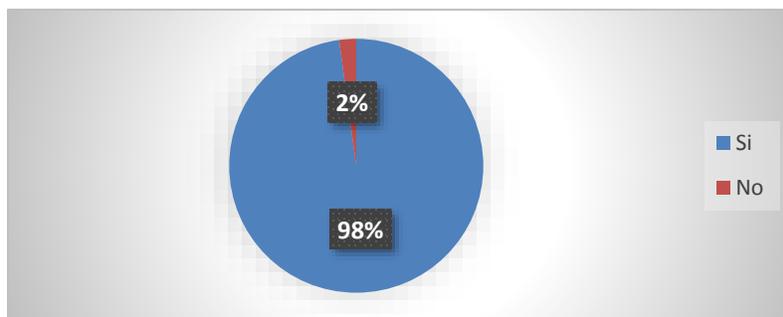


Figura 19: Porcentaje de Participación Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

De acuerdo a los habitantes encuestados en la ciudad de Ibarra hay la disposición de invertir en su formación profesional lo que representa un punto muy importante porque: El patrón que se observa en la prevalencia de capacitación es aún más notable en grupos con distintos niveles educativos. En todos los países existe un fuerte gradiente de capacitación, donde la prevalencia de capacitación es más alta en los grupos más educados. En Brasil, el 46% de quienes han alcanzado la educación terciaria han participado en actividades de capacitación, en comparación a un 39% de los que tienen secundaria completa, y tan sólo un 13% de quienes no han completado la secundaria. Los resultados son consistentes ya que muestra que los prestadores públicos concentran participantes con nivel más bajo de educación que los privados. (Fiszbein, Cumsille, & Cueva, 2016)

Pregunta 8: ¿Qué tiempo cree usted que sería conveniente que dure este tipo de eventos? y ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de tres días con ponentes nacionales e internacionales incluido servicios adicionales?

Tabla 27

Duración de los eventos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-3 días	319	86%
4-6 días	43	12%
Más de 6 días	8	2%
TOTAL	370	100%

Fuente: Investigación Propia

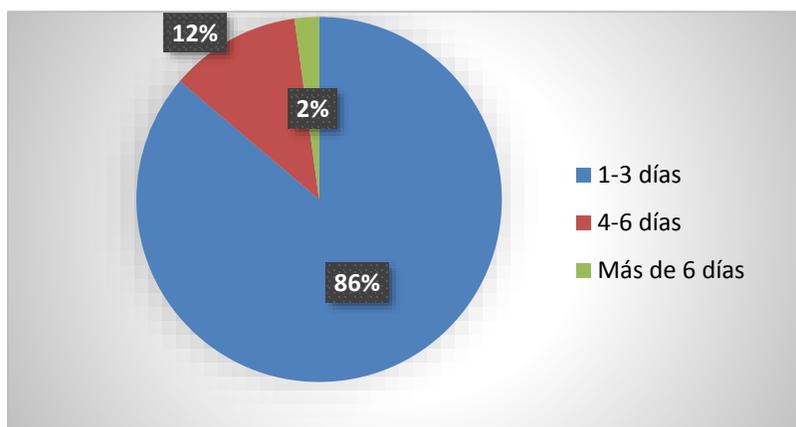


Figura 20: Duración de los eventos

Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

Tomando referencia de los datos obtenidos se ha podido concluir que los días aptos para poder capacitarse son de 1 a 3 días, lo que resalta la disponibilidad de tiempo acorde a sus necesidades de poder educarse.

Tabla 28

Valor estimado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 250-350	303	82%
\$351-450	55	15%
Más de 450	12	3%
TOTAL	370	100%

Fuente: Investigación Propia

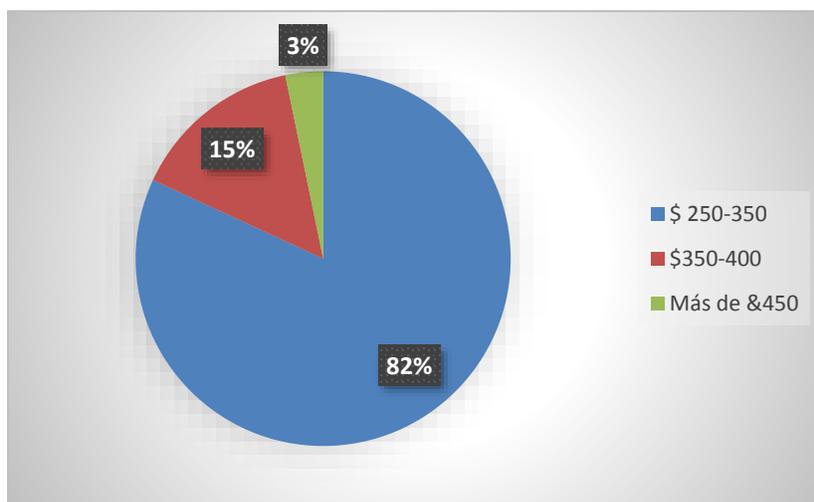


Figura 21: Valor estimado a pagar
Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

Tomando como referencia la encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra se logró determinar que en su mayoría están dispuestas a pagar de 250 a 350 dólares americanos. Para conocer el valor que un cliente otorga a cada elemento de nuestra propuesta de valor, debemos hacerle algunas preguntas que se reflejan sobre precios al consumidor, pero hay que sopesar el precio que el mercado está dispuesto a pagar, pero nunca como referencia a la hora de fijar un precio. (López, 2017)

Pregunta 9: ¿Qué servicios considera importantes al momento de asistir a un evento de esta índole? Califique del 1 al 5, siendo el 1 el menos importante y el 5 el más importante.

Tabla 29

Servicios importantes para los eventos

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Conexiones eléctricas e internet	22%	80
Servicios de alimentos y bebidas	11%	40
Material	9%	35
Instalaciones apropiadas	32%	119
Resolución de Dudas	26%	96
Total	100%	370

Fuente: Investigación Propia

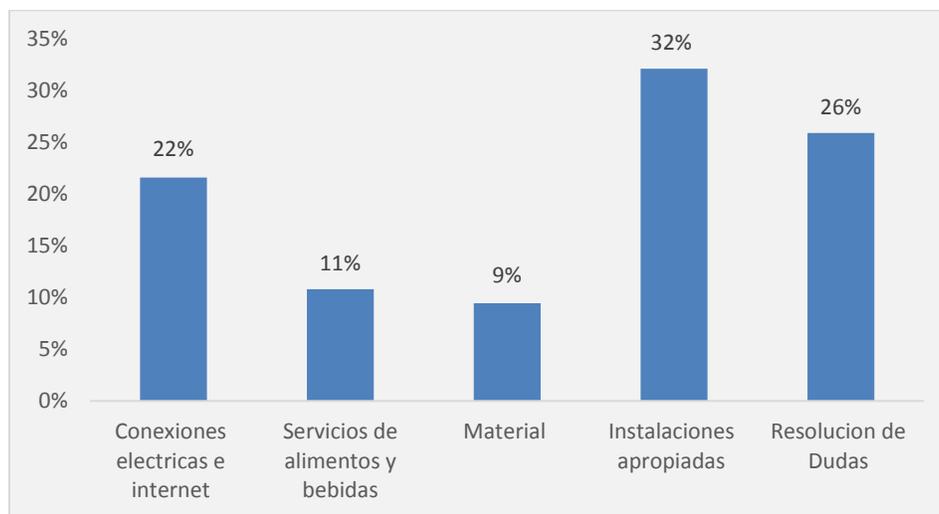


Figura 22: Servicios importantes para los eventos
Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

Como se puede apreciar cada uno de los servicios es importante para realizar una capacitación porque de esa manera se puede brindar un servicio de calidad, como es la nueva tecnología y la mejora continua con cada uno de los servicios ya que es fundamental satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

Presunta 10: ¿Qué tipo de temas le gustaría que se trate en los eventos?

Tabla 30

Temas a tratar en los eventos

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Administrativo	68%	250
Atención al Cliente	4%	15
Bioseguridad	0%	1
Científicos e investigación	5%	20
Idiomas	1%	2
Innovación y tecnología	8%	31
Político	3%	12
Seguridad	4%	15
Salud	6%	24
Total	100%	370

Fuente: Investigación Propia

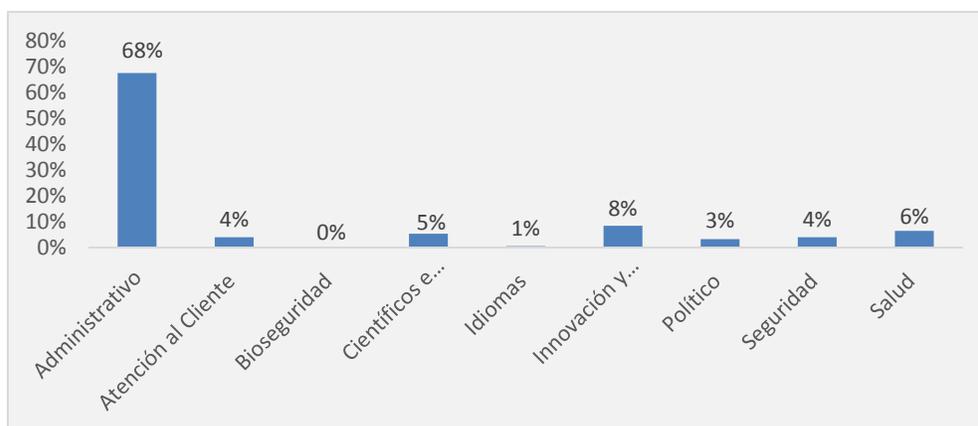


Figura 23: Temas a tratar en los eventos

Tomado de la encuesta

En base al análisis del gráfico se puede observar que una gran mayoría de los habitantes encuestados de la ciudad Ibarra el tema administrativo es el de mayor relevancia, lo que significa que hay la necesidad de capacitarse en el área administrativo.

Pregunta 11: ¿Por qué medios le gustaría enterarse de este tipo de eventos?

Tabla 31

Medios de Comunicación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Afiches	15	4%
Conferencia en lugares de Trabajo	20	5%
Invitación	2	1%
Periódicos y revistas	13	4%
Radio o televisión	9	2%
Redes sociales	311	84%
Total	370	100%

Fuente: Investigación Propia

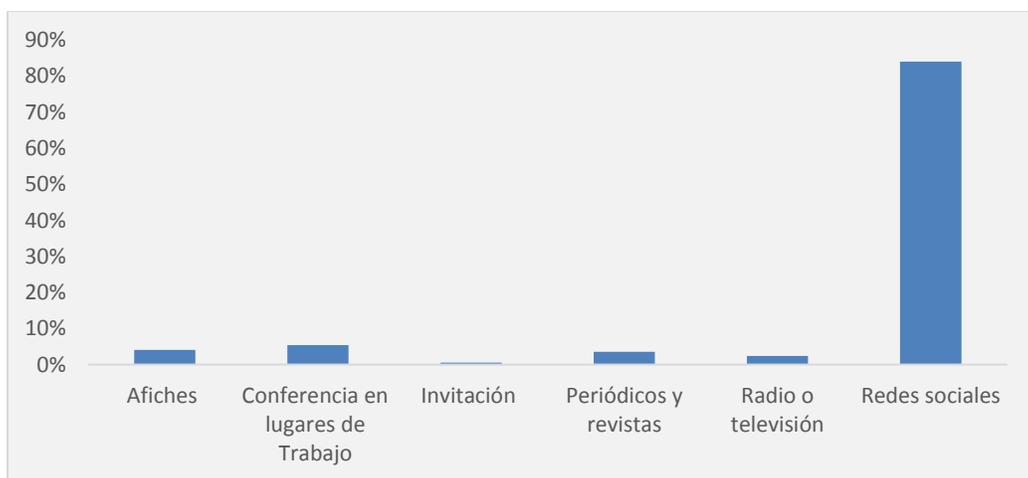


Figura 24: Medios de Comunicación

Tomado de encuestas aplicada mediante investigación directa

El gráfico muestra que la preferencia para hacer publicidad son las redes sociales, aspecto que se tomará en cuenta para el estudio de mercado: estrategias de marketing.

- **Conclusión general de la aplicación de la encuesta**

Con la aplicación de la encuesta se determinó que la población objetivo de la presente propuesta es 9.983 habitantes residentes en el área urbana de la ciudad de Ibarra, que pertenezcan al rango de edad de 25 a 55 años que posean un título de tercer nivel o sean bachilleres y estén en un nivel socio económico medio-alto medio.

Las capacitaciones dentro de una empresa son muy importantes ya que se logró determinar que el mercado meta se capacita de manera continua para mantenerse actualizados dentro de una sociedad que avanza muy rápido.

Las empresas hoy en día demandan de personas profesionalmente actualizadas y preparadas capaces de afrontar cualquier reto que se les proponga y para ello no es suficiente un título, ya que la vida laboral en comparación con las aulas de clases es muy distinta, debido a la gran demanda de conocimientos adicionales permitiendo al trabajador desenvolverse mejor.

Un 98% de las personas encuestadas manifestaron que estarían de acuerdo con la existencia de una agencia de eventos profesionales y académicos la cual le ayude al desarrollo laboral y los vaya formando de una manera más rápida para ellos enfrentarse al mundo laboral y a la sociedad.

- **Análisis e interpretación de datos de la entrevista (Anexo 2)**

De acuerdo con la entrevista realizada al señor Sr. Luis Alberto Acosta Estrada, gerente de la U emprende, se puede determinar que las capacitaciones cuentan con una planificación, la U emprende mantiene un convenio con la UTN para los cursos de inglés, asimismo las capacitaciones están dirigidas a las ramas de estudio como el área educativa. Administrativa, salud, gastronomía, etc.; de todas ellas la mayor oferta es en las áreas de inglés y educación;

también permitió determinar la ciudad de Ibarra existe una gran demanda de profesionales que asisten a eventos de índole profesional y académico para prepararse de una mejor manera y adquirir nuevos conocimientos y así estar al día con cada una de las disposiciones que demanda la sociedad. Según la información que nos facilitó el gerente y de acuerdo a la rendición de cuentas 2018, esta empresa realiza alrededor 50 eventos anuales entre capacitaciones, cursos y congresos dependiendo la planificación, y un alrededor de 3352 personas son beneficiaras de estos eventos, la inversión que deben hacer cada uno de los beneficiaros oscila entre los 40 a 110 dólares dependiendo de la duración del evento; la capacidad máxima de participantes en un curso está entre 30 a 40 personas y la duración del evento varía entre 8 horas a 360 horas los cuales constan en el Instructivo de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.

- **Canales o medios de capacitación**

La capacitación ocurre de manera cada vez más flexible e integrada con el trabajo diario. Si bien la idea de generar espacios específicos para el desarrollo de cursos y clases presenciales, tanto dentro de las empresas como en universidades y otras instituciones, no se ha abandonado, y sigue siendo una parte fundamental del proceso, el aprendizaje se está integrando cada vez más en la rutina diaria de los trabajadores. Una de las principales tendencias vinculadas con la capacitación tiene que ver con la adopción de nuevos espacios dedicados al aprendizaje. A diferencia de lo que ocurría en el pasado, cuando todo el entrenamiento ocurría en un horario específico en un aula o en una institución externa, hoy los empleados tienen acceso a una gran cantidad de herramientas que les permiten llevar adelante su proceso educativo. Además de los cursos presenciales, tanto internos como externos, es cada vez más frecuente el uso de herramientas web, como las plataformas

informáticas donde las empresas vierten distintos tipos de contenidos y cursos orientados a sus fuerzas laborales. Del mismo modo, los cursos masivos, abiertos y online, han comenzado a penetrar dentro de las organizaciones, convirtiéndose en canales para el aprendizaje de saberes específicos, que permiten adquirir habilidades profesionales que permiten que los empleados se perfeccionen en sus áreas, o comiencen a vincularse con otras. Así, es frecuente que los profesionales del área de marketing, decidan tomar cursos de introducción a las finanzas, de forma tal de afinar su entendimiento de esa área y comenzar a hacer un mejor trabajo conjunto. Durante 2015 las empresas de todo el mundo invirtieron un total de \$130 mil millones de dólares en capacitación, un 14,2% más que el año anterior. Y así como está aumentando la inversión, otras cosas en este ámbito comienzan a cambiar (Franceschin, 2016)

4.1.5. Demanda

La demanda se refiere a la cantidad de servicios que se va a ofrecer a la población y el número de personas que están dispuestas a asistir a este tipo de eventos en un determinado periodo de tiempo a un precio específico ya establecido.

Se analiza la demanda con el objetivo de cuantificar la cantidad de veces que se va a ofrecer el servicio, para determinar la cuantía de la demanda que lograra satisfacer al proyecto de inversión propuesto anteriormente.

- **Identificación de la demanda**

Mediante la aplicación de la encuesta para obtener información primaria acerca del mercado, se tomó en cuenta a 370 personas entre 25 a 55 años que habitan en el sector urbano de la ciudad de Ibarra que se encuentran en un estrato Medio Alto-Medio y son bachilleres que

poseen un título de tercer nivel, los cuales representaron a un total de población de 9.983 habitantes. Esta información fue tomada de la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) al igual que del Plan de Ordenamiento Territorial de Ibarra

Demanda Potencial

Para determinar la demanda potencial de la propuesta planteada se tomará como base los siguientes datos obtenidos de diferentes sitios.

El mercado meta se lo determina a partir de la segmentación de mercado el cual a 9.983 habitantes, de estos datos se calculó la muestra para identificar el número de personas a las cuales se deben aplicar la encuesta.

Los datos para analizar son los siguientes:

- Mercado meta: 9.983
- Aceptación del proyecto (Pregunta 7; encuesta): 98% - 9.783
- % de personas que se capacitan una vez por año (Pregunta 5; encuesta): 78%- 7.787
- Prefieren de 1 a 3 días y pagar \$250 a \$350 (Pregunta 8; encuesta): 86%-8.585

Tabla 32

Identificación de la demanda

Mercado meta	9.983 habitantes
% Aceptación (Fuente: Pregunta 7)	98%
Demanda potencial por personas	9.783 habitantes
Frecuencia capacidad por año (Fuente: Pregunta 5)	1

Demanda potencial por capacitaciones	9.783
Disponibilidad capacidad/año (Fuente: Pregunta 6)	\$300
Demanda potencial en Dólares	2'934.900 USD

Fuente: Investigación directa

Como se pudo identificar en la encuesta aplicada, el 98% de la población está de acuerdo con la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos, lo que nos quiere decir que, de los 9.983 habitantes que conforman nuestro mercado objetivo, 9.783 estarían dispuestos a contratar este tipo de servicios y a participar de los mismos.

Para determinar la demanda potencial por capacidad se hace referencia a la pregunta número 5 la cual permite identificar cuantas veces al año una persona se capacita; normalmente una persona se capacita 1 vez al año, y se obtendrá como resultado el número de eventos que se puede realizar de acuerdo con el mercado meta en un periodo determinado.

Para calcular la demanda en dólares se consideró la pregunta número 6 (¿Cuánto invierte por capacitaciones al año? Tome en cuenta solo el valor de la capacitación/curso?) Que hace referencia con la disposición a pagar por el servicio ofertado, 2'934.900 USD es la demanda potencial en dólares en un periodo anual, dato estimado que servirá para realizar la proyección anual.

- **Proyección de la demanda**

Para poder realizar la proyección de la demanda se hará referencia a 5 años iniciando desde el año 0, tomando en cuenta la población actual de la ciudad de Ibarra, el mercado meta y el

crecimiento poblacional del área urbana de Ibarra, que es del 1.56% como se determinó en el capítulo anterior.

Para el cálculo de la proyección de la demanda en dólares se aplicará la siguiente fórmula:

$$D_f = D_i(1 + i)^n$$

Donde:

- D_f= Demanda futura
- D_i= Demanda inicial
- i= Tasa de crecimiento poblacional (1.56%)
- n= Período

Tabla 33

Proyección de la demanda anual por persona y en dólares.

SERVICIOS	PERIODO	AÑOS	DEMANDA POR PERSONAS PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA EN DÓLARES
	0	2019	9783	\$2.934.900,00
	1	2020	9936	\$2.980.684,44
Eventos de índole profesional y académicos.	2	2021	10091	\$3.027.183,12
	3	2022	10248	\$3.074.407,17
	4	2023	10408	\$3.122.367,93
	5	2024	10570	\$3.171.076,87

Fuente: Estudio de mercado -Encuesta

4.1.6. Oferta

La oferta hace referencia a la cantidad de servicios que se presta la competencia durante un determinado periodo

- **Identificación de la oferta**

La oferta estimada se encuentra en función a la entrevista realizada al gerente de la U emprende y documentos oficiales del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), mismos que muestran que las principales competencias identificadas son la Universidad Técnica del Norte por medio de la empresa pública la U emprende y el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), los datos obtenidos para la identificación de la oferta son los siguientes:

Tabla 34

Identificación de la oferta

COMPETENCIA	N° DE PERSONAS ATENDIDAS ANUALMENTE
Universidad Técnica del Norte (U emprende)	3352
SECAP Ibarra	2080
Total	5432

Fuente: Entrevista y Documentos

- **Proyección de la oferta**

Una vez identificada la oferta actual vamos a proyecta a cinco años, para ello se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del sector servicios en Ecuador equivalente al 0.25% anual, así se podrá conocer la oferta en periodos futuros. Para ello se usará la siguiente formula:

$$O_n = O_o(1+i)^n$$

Donde:

O_n: Oferta Futura

O_o: Oferta Actual

i: Tasa de crecimiento

n: Periodo

Tabla 35

Proyección de la Oferta

SERVICIO	PERIODO	AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA PROYECTADA
Eventos profesionales y académicos	0	2019	0.25%	5432
	1	2020	0.25%	5446
	2	2021	0.25%	5460
	3	2022	0.25%	5474
	4	2023	0.25%	5488
	5	2024	0.25%	5502

Fuente: Entrevista

4.1.7 Balance oferta – demanda

Se considera de gran importancia el balance entre la oferta y demanda en un proyecto de inversión ya que permite identificar las diferencias entre las cantidades potenciales y de las ofertas reales mediante las proyecciones desarrolladas para calcular la demanda insatisfecha.

Tabla 36

Balance oferta demanda

SERVICIOS	PERIODO	AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
	0	2019	9783	5432	4351
	1	2020	9936	5446	4490
Eventos de índole profesional y académicos.	2	2021	10091	5460	4631
	3	2022	10248	5474	4774
	4	2023	10408	5488	4920
	5	2024	10570	5502	5068

Fuente: Investigación directa

Después de analizar la oferta y la demanda y realizar un balance entre los dos términos se determinó que existe una demanda insatisfecha en los diferentes periodos, para poder cubrir ese porcentaje de demanda insatisfecha se debe establecer y hacer uso de las estrategias de marketing y lograr cubrir las necesidades, para hacer que la empresa ingrese al mercado y pueda entregar servicios de calidad, eficientes y satisfactorios para los clientes.

4.1.8. Análisis de precios

- **Disposición a pagar según la encuesta**

Para realizar el análisis de precios correspondiente se toma en cuenta la pregunta 8 de la encuesta considerando la disposición a pagar que eligió cada una de las personas encuestadas y el análisis de precios de la competencia mediante la entrevista realizada siendo ellos nuestros futuros clientes, se establecerá un valor promedio por el servicio ofrecido, para ello se tomará como referencia el límite inferior y superior del rango de precios, el cual se dividirá

para dos obteniendo un precio promedio para poder identificar el precio del servicio como se lo muestra a continuación,

Tabla 37

Precios dispuestos a pagar según encuesta

SERVICIOS	RANGO DE PRECIOS	% DE POBLACIÓN	VALOR PROMEDIO
Eventos de índole profesional y académicos	\$ 250-350	81,89%	\$300
	\$351-450	14,86%	\$400,5
	Más de \$450	3,24%	\$450

Fuente: Estudio de mercado -Encuesta

Tabla 38

Duración de los eventos según encuesta

SERVICIOS	RANGO DE PRECIOS	% DE POBLACIÓN
Duración de los eventos	1-3 días	82%
	4-6 días	15%
	Más de seis días	6%

Fuente: Encuesta

De acuerdo a la encuesta realizada el 82% de la población está dispuesta a asistir a un evento que tenga una duración de 1 a 3 días e invertir un aproximado de 300.00 USD.

- Precios según la competencia
 - Servicios Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)

Tarifario de Capacitación				
Persona	Modalidad	Tipo	Duración	Tarifa**
Personas naturales	Presencial	Administrativo	Hasta 60 horas	\$75,00
		Técnico	Hasta 60 horas	\$75,00
	Unidad móvil	Administrativo	Cualquier duración	\$3,50 por hora
		Técnico	Cualquier duración	\$4,00 por hora
	Virtual	E-learning	Hasta 60 horas	\$75,00
Personas jurídicas (Revisar el tarifario de descuentos para personas jurídicas privadas)	Presencial	Administrativo	Hasta 60 horas	\$75,00
		Técnico	Hasta 60 horas	\$75,00
	Unidad móvil	Administrativo	Cualquier duración	\$3,50 por hora
		Técnico	Cualquier duración	\$4,00 por hora
	Virtual	E-learning	Hasta 60 horas	\$75,00

Figura 25: Tarifario de capacitaciones SECAP
Tomado de www.secap.gob.ec

- Universidad Técnica del Norte por medio de la U Emprende

Tabla 39

Tarifario de capacitación U emprende

MODALIDAD	TIPO	DURACIÓN	TARIFA
Presencial	Auxiliares de enfermería	900 horas	1900 USD
Presencial	Cuidado de personas adultas mayores	200 horas	250 USD
Presencial	Técnicas de seguridad alimentaria y manipulación de alimentos	40 horas	75 USD

Presencial	Auxiliar de emergencias médicas	200 horas	250 USD
Presencial	Auxiliar de Farmacia	200 horas	250 USD
Presencial	Educación Cultural y Artística	50 horas	80 USD
Presencial	Competencias digitales del docente del siglo xxi	50 Horas	80 USD
Presencial	El equipo directivo en su rol de asesor auditor educativo	50 horas	80 USD
Presencial	Curso de Evaluación para gestionar el aprendizaje	50 horas	80 USD
Presencial	Curso Administrador del contrato	32 horas	130 USD
Presencial	Gestión de contratación pública “Entidades Contratantes con módulo facilitador MFC”	32 horas	130 USD
Presencial	Curso auditoría y responsabilidades en la contratación pública	32 horas	130 USD
Presencial	Curso regular de estrategias	80 horas	230 USD
Presencial	Curso de preparación para examen TOEFL IBT	70 horas	200 USD
Semipresencial	Curso nivelatorio de inglés	Mes	50 USD mensuales

Presencial	Cursos abiertos de ingles	400 horas	80 USD mensuales
Presencial	Curso intensivo de ingles	400 horas	150 USD mensuales
Presencial	Guía de turismo	120 horas	210 USD
Presencial	Ofimática básica	45 horas	70 USD
Presencial	Gestión contable de fondos y tributación	40 horas	75 USD
Presencial	Gestión de planificación estratégica de talento humano	40 horas	75 USD
Semipresencial	Marketing digital	40 horas	75 USD
Presencial	Certificación: prevención de riesgos laborales	20 horas	180 USD
Presencial	Atención al cliente, trabajo en equipo y liderazgo	20 horas	100 USD
Presencial	Fortalecimiento en gestión financiera	80 horas	350 USD
Presencial	Organización de eventos, protocolos e imagen empresarial	20 horas	60 USD

Fuente: <http://lauemprende.com/>

4.1.9. Estrategias de Marketing

- **Servicios**

La presente propuesta pretende brindar un servicio de calidad, el cual sea reconocido por la sociedad por cumplir con las expectativas de los clientes para ello este servicio debe contar con las siguientes características:

- Se ofrecerá el material adecuado al cliente.
- Los ponentes contarán con un perfil altamente capacitado en el tema a tratar.
- Los temas a tratar se realizarán acorde a las necesidades de los clientes, se tomó como referencia el estudio realizado mediante las encuestas (Pregunta10) destacando los más significativos:
 - Administrativo, económico y Financiero
 - Innovación y Tecnología
 - Salud
 - Científicos e investigación
 - Atención al Cliente
- Las capacitaciones serán dinámicas, teóricos, práctico con la finalidad de poder satisfacer, motivar al cliente de seguir avanzando en su formación.
- Una vez finalizada el tema tratado, habrá un tiempo de resolución de dudas, inquietudes por parte de los clientes con el fin de reforzar lo aprendido.
- La duración será de 5 días, laborando ocho horas diarias dando la totalidad de 40 horas por evento

- **Precio**

Una vez determinado el mercado, y analizado la competencia existente en el sector de Ibarra, se usó dos métodos diferentes para poder fijar el precio al servicio de capacitación profesional y académica, a continuación, se detallará cada uno de ellos

- Se fijó el precio con enfoque a la demanda tomando en cuenta la disposición de pago que tienen cada persona, en este caso la mayor parte de la población encuestada está dispuesta a pagar un valor que este dentro de los 250.00 y 350.00 dólares americanos.

- El otro método está basado en la competencia esta información se evidencio en la entrevista realizada al gerente de la U emprende en donde manifestó que las personas pagan una aproximado de 110.00 dólares americanos por hacer uso de este tipo de servicios. También se tomó en cuenta el tarifario publicado por el Servicio Ecuatoriano de Capacitaciones profesionales (SECAP)

Es recomendable establecer el precio de acuerdo a los costos de producción, distribución y prestación del servicio más un margen de utilidad, otra de las estrategias para entrar al mercado y obtener la rentabilidad deseada es apertura el mercado por medio de la fijación de precios bajos o por medio de los porcentajes de inflación de los precios.

- **Plaza**

El servicio propuesto será distribuido directamente, ya que contará con instalaciones adecuadas, espacios cómodos y apropiados, esto se lo realizará de acuerdo a la micro localización estudiada. Otra de las opciones para dar a conocer el servicio será mediante canales indirectos para tener una mejor cobertura de clientes.

La distribución directa permitirá a los usuarios conocer el servicio y toda la información necesaria para analizar si cumplen con los requisitos para satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias.

- **Promoción**

Las estrategias de promoción deben ser eficientes y eficaces para llegar al mercado meta; por medio de la encuesta aplicada se determinó que el mejor canal para llegar a los consumidores es por medio de las redes sociales ya que las nuevas generaciones las utilizan de manera

constante, otra forma de captar los clientes es mediante anuncios directos realizados por medio de los expositores al término de un evento.

Unas de las estrategias diseñadas son:

- Promociones a través de publicidad dando a conocer las ofertas académicas profesionales mediante las redes sociales, afiches con el objetivo de captar clientes en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.
- Incentivos, como por ejemplo se dará 4 cupones a personas diferentes con un descuento para el próximo evento con ello se fomentará la compra o venta de un producto o servicio.
- En base al mejor desempeño en los cursos se sorteará capacitaciones gratis.

4.1.10. Conclusiones del estudio de mercado

De acuerdo con el estudio de mercado realizado se identificó que el mercado objetivo considerando las diferentes variables de segmentación es de 9.983 habitantes residentes de la ciudad de Ibarra y formen parte de la zona urbana que estén en un rango de edad de 25 a 55 años y sean bachilleres o posean un título universitario.

En relación con la encuesta aplicada se pudo determinar que el 98% de la población equivalente a 9.783 habitantes está de acuerdo que dentro de la ciudad de Ibarra exista una agencia promotora de eventos profesionales y académicos la cual brinde un servicio de preparación profesional para las personas que lo necesiten.

El 67.57% del mercado meta prefiere que se traten dentro de los eventos temas administrativos, económicos y financieros y un 8.38% temas que tengan que ver con las innovaciones tecnologías actuales.

Según el análisis de balance oferta-demanda se determinó que existe una demanda insatisfecha, por lo que se debe emplear las estrategias de marketing para poder llegar a ese mercado que no ha sido atendido y así poder cubrir la demanda objetivo que equivale a 9.783 personas capacitadas que poseen un certificado emitido por la agencia en un periodo anual.

4.2. Estudio Técnico

Introducción

El estudio técnico es considerado indispensable dentro del proyecto de inversión, en este capítulo identificará la factibilidad del proyecto, lo que quiere decir, si cuenta con los instrumentos necesarios; también se analizará la capacidad y disposición de los recursos necesarios.

Otro de los temas que se tratará dentro de este capítulo es la localización a nivel macro y micro, la cuantificación de los servicios a ofrecer, la cantidad de recursos económicos, tecnológicos y humanos para la ejecución del proyecto. También se evalúa la distribución del espacio físico, descripción de los procesos para la prestación de los servicios mediante diagramas de flujo.

Y finalmente con la información obtenida se determinan los costos de inversión para la implementación, organización y gestión del proyecto.

Objetivo

Determinar la localización apropiada, el tamaño, la ingeniería, los costos de inversión y los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto.

4.2.1. Localización del proyecto

La localización del proyecto permite identificar la ubicación exacta y apropiada para el desarrollo del mismo, de esta manera se disminuyen costos e incrementan beneficios. Para ello, es necesario hacer una evaluación de macro localización la cual nos ofrece las mejores condiciones para la ubicación, en el país, zona rural o urbana de alguna región y la micro localización para calcular el punto exacto donde se construirá la empresa dentro de la región.

- **Macro localización**

Mediante la macro localización se identifica la ubicación del proyecto a nivel de país, región, provincia, cantón y ciudad.

Se estableció de la siguiente manera:

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Imbabura
- **Cantón:** Ibarra
- **Ciudad:** Ibarra

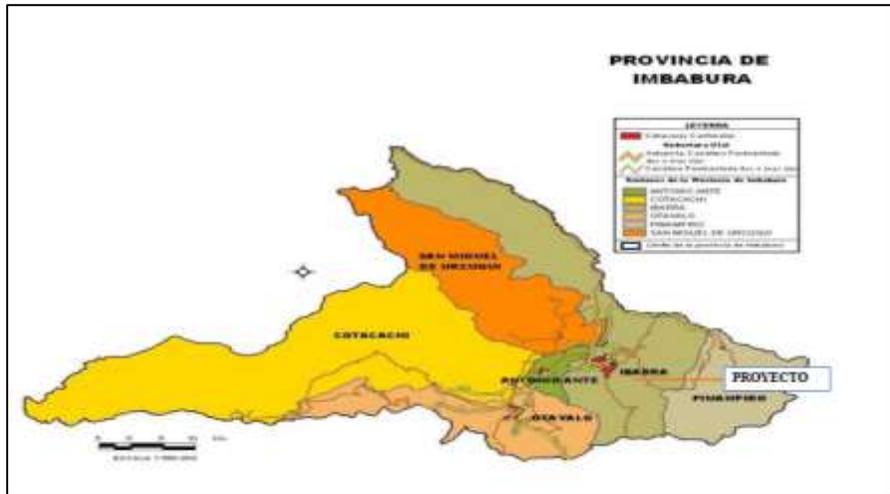


Figura 26: Macro Localización
Tomado de google maps Ecuador

La presente propuesta, desarrolla la macro localización en base a la disponibilidad del área del terreno en la provincia de Imbabura.

La ciudad de Ibarra es una zona donde prevalece el sector servicio, existen un gran número de empresas que necesitan personas capacitadas y capaces de desenvolverse en el entorno empresarial. Dispone de los insumos necesarios y proveedores que satisfagan la necesidad de equipamientos y materiales; la provincia cuenta con varias instituciones de educación superior que brindan profesionales altamente capacitados dispuestos a trabajar y formar parte de la presente propuesta; con una completa disponibilidad de servicios

Cabe mencionar que la provincia de Imbabura cuenta con vías de acceso directas y adecuadas para que las personas interesadas puedan acceder a la ciudad de Ibarra sin dificultad alguna.

La disponibilidad de terreno es uno de los puntos importantes porque contribuye significativamente para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 40

Localización del proyecto

Provincia	Imbabura
C. cantonal	Ibarra
Ubicación	Norte del Ecuador cerca de las faldas de Imbabura
Superficie	442.5 Km ²
Altitud	2.165 m.s.n.m.
Limites	Norte: Provincia del Carchi – Oeste: Cantones Urcuqui, Antonio Ante y Otavalo – Este: Cantón Pimampiro - Sur: Provincia del Pichincha
Clima	Templado
Temperatura	15° C – 21° C

Fuente: Investigación Directa

De acuerdo a la tabla anterior la agencia promotora de eventos profesionales y académicos ofrecerá sus servicios en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad Ibarra; esta zona cuenta con diferentes vías de acceso haciendo posible la llegada de personas que estén dispuestas a educarse, esto lo hace posible la alta demanda de profesionales existentes en la zona ya que Ibarra es una ciudad comercial donde prevalece el sector servicios y las nuevas empresas requieren de personas capacitadas para que ocupen un cargo dentro de ellas.

- **Micro localización**

La micro localización permite definir la ubicación específica de la propuesta. Para ello se hizo uso de una matriz de evaluación cuantitativa por puntos, mediante la cual se destacan factores determinantes de la ubicación que, según su ponderación, se asignan valores.

Afluencia del público

El proyecto tendrá lugar en la ciudad de Ibarra, ya que dentro de la ciudad es donde se encuentra el mercado meta, los cuales van a hacer uso de los servicios ofertados y se

concentra la mayor parte de profesionales por ser la capital de provincia. Se identifica a la Universidad Técnica del Norte por medio de la U emprende como la principal competencia por que fue catalogada como el centro que tiene el mayor porcentaje de personas capacitadas anualmente, es decir, que un porcentaje alto de profesionales se capacita anualmente en este centro de educación Superior.

Alquiler del local

El funcionamiento de la agencia depende de un local amplio que sea moderno tenga una infraestructura adecuada para realizar las instalaciones respectivas y este ubicado en una zona transitada y se accesible.

Servicios básicos

Los servicios básicos necesarios y que deben estar al alcance del usuario son, suministro de energía, agua potable, conexión a internet, línea telefónica, servicio de recolección de basura y alcantarillado adecuado. De esto depende el funcionamiento eficaz de la agencia. Hay que tener en cuenta que el sector de Ibarra provee de estos servicios lo que representa algo positivo para el desarrollo del proyecto.

Ubicación estratégica

Para el análisis de la ubicación estratégica es necesario realizar una matriz de selección en los cuales se analizará los siguientes factores:

- Costo del alquiler
- Infraestructura del local
- Movilización del mercado
- Acceso a servicios básicos

- Disponibilidad del personal
- Ubicación

Alternativas de localización

A: Av. Mariano Acosta, área residencia ingreso a Ibarra cerca al Tv cable

B: Ciudad de Ibarra, provincia Imbabura, cerca de la Laguna Mall, Av. Fray Vacas Galindo

C: Centro de Ibarra

Factores de localización

F1: Costo del alquiler

F2: Infraestructura del local

F3: Movilización del mercado

F4: Costos de servicios básicos

F5: Disponibilidad del personal

F6: Ubicación

Calificación asignada

- Muy bueno = >9
- Bueno = 7-9
- Regular = 4-6
- Deficiente = 1-3

Tabla 41

Alternativas de Localización

Factor de localización	Ponderación	ALTERNATIVAS					
		localización A		localización B		localización C	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
F1	30	4	120	5	150	5	150
F2	24	3	72	3	72	3	72
F3	16	5	80	4	64	4	64
F4	12	3	36	3	36	4	48
F5	10	4	40	5	50	5	50
F6	8	2	16	5	40	5	40
TOTAL	100	21	364	25	412	26	424

Fuente: Investigación Directa

Por consiguiente, la ubicación recomendada es la alternativa B, pues arroja el más alto puntaje.

Se determinó que la ubicación exacta la cual brinda mejores beneficios se encuentra Ciudad de Ibarra, provincia Imbabura. cerca de la Laguna Mall, Av. Fray Vacas Galindo ya que cumple con todos los factores planteados necesarios para el desarrollo del proyecto siendo el lugar más adecuado para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos; con un puntaje de 412 puntos.



Figura 27: Ubicación estratégica

Tomado de google maps en Ecuador

La Agencia promotora de eventos profesionales y académicos prestara sus servicios. En un local comercial ubicado en la Ciudad de Ibarra, provincia Imbabura. Cerca de la Laguna Mall, Av. Fray Vacas Galindo; cuenta con parqueadero privados y para clientes, baños, área de cafetería, instalaciones de video de seguridad y todos los servicios básicos, salones de capacidad para 40 personas, áreas de oficinas y sala de descanso con un área total de 520 m², su costo asciende a 800 USD mensuales.

4.2.2. Tamaño del Proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto es necesario analizar una serie de factores que condicionantes de acuerdo a la capacidad de producción, en este caso sería de acuerdo a la capacidad para la prestación del servicio.

- **Factores condicionantes del tamaño:**

El Mercado:

La demanda actúa con un factor importante dentro del tamaño de proyecto, mediante la cual se puede visualizar el monto de inversiones, para cubrir la demanda insatisfecha del mercado.

Según el estudio de mercado realizado la demanda potencial del proyecto es la población residente en la ciudad de Ibarra, entre los 25 a 55 años de edad que posean un título universitario u ocupen un cargo dentro de una empresa y estén dispuestos a prepararse y actualizar su conocimiento mediante la agencia promotora de eventos profesionales y académicos.

Se determinó una demanda insatisfecha de 4351 habitantes anuales, las cuales mediante estrategias de marketing se debe captar para satisfacer sus necesidades.

La tecnología

La tecnología es uno de los puntos más importantes para la prestación del servicio de capacitación y desarrollo de eventos, teniendo en cuenta que este servicio requiere de equipos de computación de última generación, internet de banda ancha, entre otros artículos de última definición, como son proyectores, micrófonos, parlantes, cámaras de seguridad, etc.

En conclusión, la tecnología contribuirá de una forma positiva haciendo más fácil el trabajo de los encargados de prestar el servicio, los clientes estarán complacidos por que se cumplió con sus expectativas mediante la optimización recursos por medio de los nuevos avances tecnológicos y su aprendizaje será mucho más sencillo.

Disponibilidad de recursos

Es importante que la agencia promotora de eventos profesionales cuente con la disponibilidad de recursos de acuerdo a la capacidad instalada como son: equipos, insumos, recursos humanos y servicios que son necesarios para el desempeño de sus operaciones, para lo cual se detallará a continuación:

Los productos y servicios deben ser de calidad y accesibles, de un costo promedio, para ello hay que analizar los distintos proveedores existentes en la zona y elegir la alternativa más conveniente.

Tabla 42

Proveedores de equipos

MAQUINARIA	PROVEEDORES	DIRECCIÓN
Equipos de computación	World computers	Pedro Moncayo 3-53 y, Ibarra 100105
Mobiliario para eventos (sillas, mesas, etc)	Bimetal	Ibarra/sagrario
Proyectores	World computers	Pedro Moncayo 3-53 y, Ibarra 100105
Útiles de oficina	Dilipa	Obispo Mosquera y Bolívar, Ibarra 100106
Parlantes, micrófono.	Amplificación y sonido	Jaime Rivadeneira &, Ibarra

Fuente: Investigación Directa

Tabla 43

Proveedores de Insumos

INSUMOS	PROVEEDORES
Insumos de limpieza	Comercial cadena casanova
Internet	CNT
Telefonía	Claro
Luz	Emelnorte
Agua	Emapa
Publicidad	CODgraf Industria Gráfica

Fuente: Investigación Directa

Disponibilidad de financiamiento

Debido a la necesidad de poner en marcha el proyecto se analizó diferentes fuentes de financiamiento, una de las alternativas de es mediante instituciones financieras que brinde créditos para emprendimiento, estos deben ser con facilidades de pago, a largo plazo y una tasa de interés no muy elevada.

La mejor alternativa fue el BanEcuador, es una institución financiera del sector público que otorga créditos a los micro, pequeños y medianos empresarios para mejorar la calidad de vida. A continuación, se detalla los beneficios que esta entidad ofrece:

Tabla 44

Financiamiento

INSTITUCIÓN FINANCIERA	PRODUCTO	BENEFICIOS
BanEcuador	Crédito productivo emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Monto para microcrédito hasta USD 59.100 y pyme hasta USD 500 mil. - Forma de pago se ajusta al flujo de caja del proyecto (mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento) - Monto para microcrédito hasta USD 59.100 y pyme hasta USD 500 mil. - Tasa de Interés 11% Producción 15% Comercio y Servicio

Fuente: Investigación Directa

Capacidad Instalada

Según el estudio de mercado realizado en el capítulo anterior, en base al balance oferta y demanda se determinó que existe una demanda insatisfecha de 4351 personas residentes de la ciudad de Ibarra

De acuerdo a la pregunta 1 (¿Posee usted un título de tercer nivel?) de la encuesta realizada el 98% del mercado meta está dispuesto a usar el servicio propuesto, para determinada del proyecto tomamos en cuenta la infra estructura de la agencia la cual contara con tres salones adaptados para los eventos con una capacidad de 40 asistentes, los cursos se realizarán tres al mes, la capacidad instalada viene a ser el máximo rendimiento que la agencia promotora de eventos profesionales va a tener.

Tabla 45

Capacidad Instalada

Capacidad	Eventos al Mes	Meses	Eventos al Año	Capacidad Instalada
120 personas	3	12	36	4320

Fuente: Investigación Directa

La capacidad instalada de la Agencia Promotora de Eventos Profesionales y académicos es de 4320 personas al año es decir atenderá a 120 personas diarias, los eventos se realizarán 3 veces al mes dando como resultado 36 eventos anuales.

4.2.3. Ingeniería del proyecto

Para poder prestar un servicio de buena calidad y eficiente, se distribuyó el espacio físico tomando en cuenta las necesidades en base a la capacidad instalada la cual permitirá evita riesgos futuros, también se ahorrará recursos sobre todo el recurso tiempo sin afectar el desarrollo normal de las actividades.

- **Infraestructura**

La agencia promotora de eventos contará con un espacio físico de 520 metros cuadrados y se los distribuirá de la siguiente manera:

Parqueadero

Permitirá a todos los usuarios que tenga vehículo propio parquearlo sin tener ningún tipo de inconveniente e inseguridades el servicio de parqueadero será gratuito.

Zona de alimentación

Lugar donde los usuarios podrán alimentarse e hidratarse durante los recesos

Baños

Sera de uso exclusivo para clientes y otro para trabajadores de la empresa estarán ubicados en lugares específicos.

Área de atención al cliente y recepción

Espacio donde puedan solicitar información sobre los diferentes eventos a realizarse y realizar los respectivos pagos

Salones de exposición

Espacio exclusivo para realizar los diferentes tipos de eventos, serán adecuados de acuerdo con las necesidades que demande contarán con 3 salones, con una capacidad de 40 personas que equivale 60 m2 como mínimo por salón.

Sala de descanso

Lugar donde las personas contratadas para que realicen las capacitaciones puedan descansar o prepararse para la exposición.

Departamento de administración

En este espacio estará distribuido en dos cubículos donde estará el área de planeación, administración.

Tabla 46

Distribución Planta Baja

DETALLE	M2
Gerencia	26,4 m2
Area Financiera	25,8 m2
Área ventas	25,8 m2
Recepción	42 m2
Salón 1	96 m2
Zona de alimentación	42 m2
Pasillos	64 m2
Zona verde	78 m2
Parqueadero	120 m2
Total Planta Baja	520 m2

Fuente: Elaboración Directa

Tabla 47

Distribución Planta Alta

DETALLE	M2
Salones	192 m2
Salón 2	96 m2
Salón 3	96 m2
Baños	30 m2
Bañó 1	15 m2
Baño 2	15 m2
Sala de Ponentes	30 m2
Pasillos	70 m2
Total Planta Alta	322 m2

Fuente: Elaboración Directa

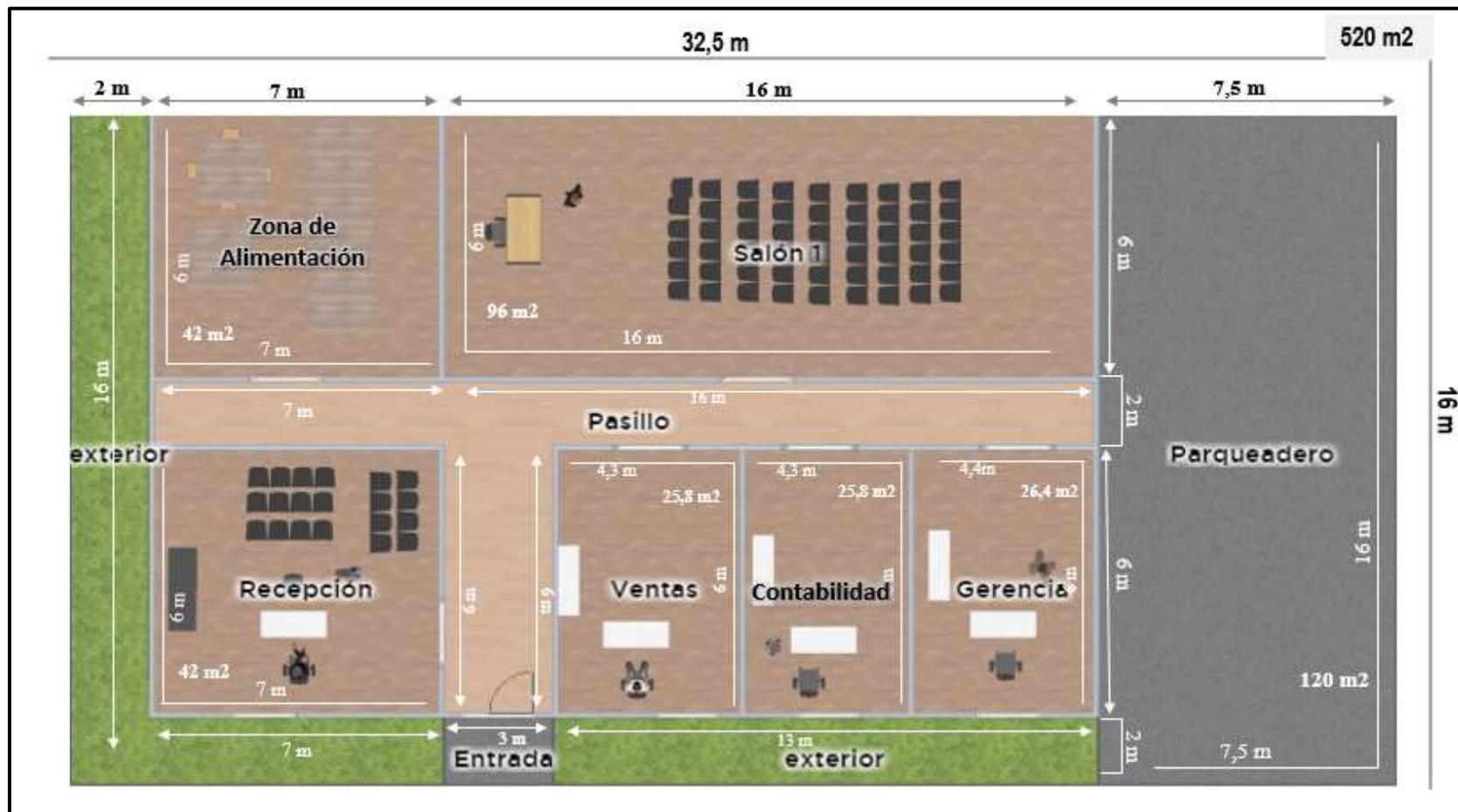


Figura 28: Planos Planta baja
Tomado de elaboración directa

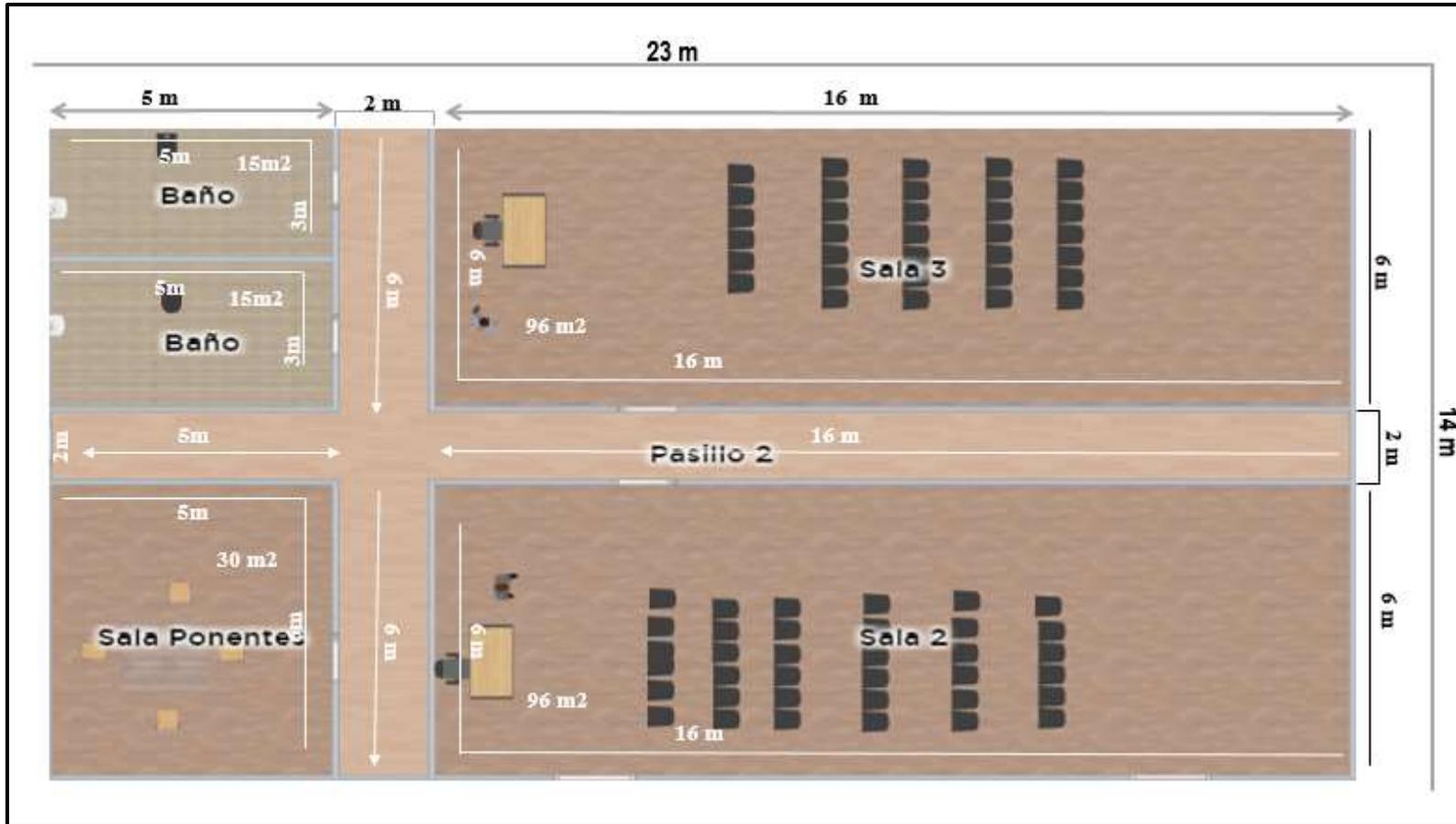


Figura 29: Plano planta alta de la agencia
Tomado de elaboración directa

- **Descripción del servicio**

La Agencia Promotora ofrecerá servicios de capacitación y formación de personas por medio de diferentes técnicas sobre temas de gran interés e importancia, dentro del servicio a prestar se encuentran cursos, capacitaciones, eventos, congresos, reuniones, entre otros.

Proceso del servicio

Para iniciar la prestación del servicio, primero se debe comenzar por la contratación de ponentes estos pueden ser de índole nacional o internacional, para ello se debe realizar una lista de las diferentes alternativas que ofrece el mercado, es decir hay que analizar el perfil de los ponentes y el costo que cada uno de ellos demanda incluyendo todo tipo de gastos entre ellos están los de alimentación, hospedaje y transporte.

Posteriormente se procede a elegir la mejor alternativa que brinden mejores beneficios y que cumpla con todos los requerimientos para proceder a la contratación de sus servicios y firma del contrato donde se estipule el tiempo de inicio y finalización de la prestación de sus servicios, el costo de sus honorarios y las sanciones en caso de incumplimiento de una de las dos partes.

Una vez realizada la contratación se procede a ofertar los eventos a realizarse en fechas específicas; para ellos se hará uso de los diferentes medios de comunicación como son: redes sociales, afiches, y radio. Obtenida la atención del público se procederá a la realización de la inscripción de los asistentes a dichos eventos mediante un proceso específico.

Proceso de inscripción: Para inscribirse a los eventos ofrecidos primero debe acercarse a las oficinas de la agencia a solicitar información sobre los cursos programados y horarios, en caso de que la persona acepte asistir deberá llenar una solicitud con todos sus datos personales

y se le entregará el número de una cuenta para que se acerque a la entidad financiera a realizar el pago del servicio ya sea mediante depósito o transferencia; después el cliente tendrá que acercarse nuevamente a la oficina para canjear el comprobante de pago y legalizar el movimiento para reservar el cupo.

Posteriormente se procede a supervisar los materiales a entregar, así como también la lista de la designación de los ponentes en las respectivas aulas. La duración de la capacitación será de 5 días a igual que después de 15 días de haber finalizado el evento se entregará un certificado.

		Actividades	Tiempo Previsto (días)
1		Supervisar que los materiales a entregar estén completos	1 día
2		Analizar la lista de los clientes que estén designados en el salón correspondiente con su respectivo instructor (ponente).	
3		Recibir a las personas a capacitar	5 días
4		Realizar el control de asistencia y dar inicio a las capacitaciones.	
5		Finalización del evento	
6		Firma y Validación del certificado	15 días
7		Entrega del certificado	2 días
	Total		23 días

Figura 29: Diagrama producción

Tomado de investigación directa

- **Inversión del proyecto**

La inversión del proyecto permite cuantificar el monto de inversión por medio de presupuestos de los recursos que se utilizara para prestar el servicio, los tipos de inversión que se debe analizar son: inversión tangible, inversión intangible y el capital de trabajo.

Inversión Fija

Para realizar los eventos profesionales y ponerlos en marcha se requiere hacer la inversión de los activos tangibles las cuales sirven para el funcionamiento en el proceso operativo. A continuación, se detallan los activos a utilizar:

- **Equipos de computación**

La agencia promotora de eventos profesionales contará con tecnología y equipos necesarios para el desempeño y desarrollo de las operaciones.

Tabla 48

Equipos de Computación de operación

OPERACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	Laptop hp CORE I5	\$670,00	\$2.010,00
3	Proyectores EPSON	\$455,00	\$1.365,00
		TOTAL	\$3.375.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 49

Equipos de Computación administrativos

ADMINISTRACIÓN			
4	Computadora de escritorio completas	\$578,00	\$2.312,00
3	Impresora Multifunción Epson L3150	\$310,00	\$930,00
2	Modem de Internet	\$39,99	\$79,98
TOTAL			\$3.321,98

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Muebles y enseres**

A continuación, se detallan los muebles y enseres que se utilizarán para brindar comodidad de los clientes

Tabla 50

Muebles y Enseres de operación

OPERACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNT	TOTAL
120	Sillas de Auditorio compacta y plegables	\$88,00	\$10.560,00
6	Sillas Giratorias	\$52,99	\$317,94
3	Escritorios de madera	\$119,00	\$357,00
6	Comedores de cuatro puestos más sillas	\$45,00	\$270,00
1	Mueble de cocina	\$199,00	\$199,00
1	Mesa Centro	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL			\$11.803,94

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 51

Muebles y Enseres administrativos

ADMINISTRACIÓN			
4	Escritorios de oficina	\$149,00	\$596,00
4	Archivadores metálicos	\$125,00	\$500,00
4	Sillas Giratorias	\$52,99	\$211,96,
10	Muebles de espera dos puestos	\$135,00	\$1.350,00
TOTAL			\$2.657,96

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Equipos de oficina y de sonido**

La agencia de eventos profesionales contará con los equipos necesarios para ofrecer un buen servicio a nuestros clientes.

Tabla 52

Equipos de Oficina y de sonido

OPERACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
3	Telón para proyección- enrollable	\$79,99	\$239,97
3	Micrófonos inalámbricos	\$59,00	\$177,00
3	Parlantes amplificado 65.000w Sonic más pedestal	\$145,99	\$437,97
TOTAL			\$854.94

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53

Equipos de Oficina y de sonido administrativos

ADMINISTRACIÓN			
4	Teléfonos	\$ 27,99	\$ 111,96
TOTAL			\$ 111,96

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Equipo de Seguridad**

En caso de un siniestro, la Agencia Promotora de eventos profesionales contará con equipos de seguridad para proteger al personal y los clientes.

Tabla 54

Equipo de Seguridad

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Extintores portátiles	\$ 34,99	\$ 69,98
1	Kit de cámaras de Seguridad Vizzion de 8 Canales 2TB	\$497,00	\$497,00
TOTAL			\$ 566,98

Fuente: Elaboración Propia

Resumen de Inversión fija

A continuación, se detalla los activos fijos:

Tabla 55

Resumen de Inversión Fija

DETALLE	VALOR
Equipos de Computación Operación	\$ 3.375,00
Equipos de Computación Administración	\$ 3.321,98
Muebles y Enseres Operación	\$ 11.803,94
Muebles y Enseres Administración	\$ 2,657.96
Equipos de Oficina de y de sonido Operación	\$ 854,94
Equipos de Oficina y de sonido Administración	\$ 111,96
Equipos de Seguridad	\$ 566,98
TOTAL	\$ 22.692,76

Fuente: Elaboración Propia

- **Inversión intangible**

Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar y, al igual que la depreciación efectuarán el flujo de caja indirectamente por la vía de una disminución en la renta imponible y, por tanto, de los impuestos pagaderos, los, principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información preparativos. (Jacho, 2015)

- **Gasto Constitución**

Se tomará en cuenta los rubros a pagar referente con permisos para que la agencia pueda funcionar normalmente y de manera legal.

Para determinar los gastos de apertura se toma como referencia la siguiente figura, donde se detalla los gastos de apertura para una sociedad con aportes mayor a 10.000,00 USD

VALORES CONSTITUCION DE COMPAÑIAS									
Desglose de gastos constitución de compañías		COMPAÑIA LIMITADA				SOCIEDAD ANÓNIMA			DOS TIPOS COMPAÑIAS
PROCESO	ORGANISMO	\$400.00 (mínimo legal)	\$401.00 a \$800.00	\$801.00 a \$2,000.00	\$2,001.00 a \$10,000.00	\$800.00 (mínimo legal)	\$801.00 A \$2,000.00	\$2,001.00 A \$10,000.00	\$10,000.00 en adelante
Gastos									
Aprobación de denominación	Superintendencia de Compañías	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuenta LC	Banco local	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Aporte numerario	Banco local	200,00	400,00	1.000,00	5.000,00	200,00	500,00	2.500,00	25% CS
Elaboración de escritura pública y anotaciones marginales	Notaría	30,00	30,00	30,00	90,00	30,00	30,00	90,00	120,00
Ingreso de la escritura pública	Superintendencia de Compañías	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aprobación de la escritura de constitución	Superintendencia de Compañías	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Publicación	Diario	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Inscripción	Registro Mercantil	57,00	75,00	100,00	160,00	41,33	55,89	174,83	250,00
Inscripción del nombramiento Gerente (5 hojas)	Registro Mercantil	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30
Inscripción del nombramiento Presidente (5 hojas)	Registro Mercantil	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30	9,30
Obtención del número de expediente	Superintendencia de Compañías	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Movilización	Gastos Administrativos	23,40	22,40	23,40	23,40	24,02	23,51	23,52	22,92
Total Gastos		359,00	576,00	1.202,00	5.322,00	344,00	658,00	2.837,00	441,57
Honorarios		50,00	80,00	120,00	160,00	50,00	100,00	160,00	2,5 por ciento (*)
Total (Gastos + Honorarios)		409,00	656,00	1.322,00	5.482,00	394,00	758,00	2.997,00	441,57
Reembolso Banco		200,00	400,00	1.000,00	5.000,00	200,00	500,00	2.500,00	
Costo total		209,00	256,00	322,00	482,00	194,00	258,00	497,00	441,57

Figura 31: Valores de constitución de compañías
Tomado de la Cámara de Comercio

Tabla 56

Gastos Constitución

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de apertura	\$ 441.57
TOTAL	\$ 441,57

Fuente: Investigación Directa

➤ **Gastos de instalación**

Dentro de esta categoría se considerará los gastos relacionados con la adecuación del lugar donde se instalará la agencia promotora de eventos profesionales y académicos; el cálculo del gasto de pintura se lo realizo a través de la página oficial de pintuco.

Tabla 57

Gastos de instalación

DETALLE	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	P TOTAL
Pintura	Pintuco Blanco Balde Viniltex De 20 Litros	24	\$ 123,40	\$ 2.961,60
Adecuación e Instalación	Divisiones Metro Cuadrado Vidrio	60	\$ 60,00	\$ 3.600,00
Decoración	Cuadros	10	\$ 40,00	\$ 400,00
	Floreros	6	\$ 6,30	\$ 37,80
TOTAL				\$ 6.999,40

Fuente: Investigación Directa

➤ **Gasto Apertura**

Tabla 58

Gasto Apertura

DETALLE	VALOR
Patente municipal	\$ 80,00
Permiso funcionamiento	\$ 50,00
Permiso de bomberos	\$ 80,00
TOTAL	\$ 210,00

Fuente: Investigación Directa

- **Resumen de inversión diferida**

Tabla 59

Resumen de Inversión Diferida

DETALLE	VALOR
Gasto Constitución	\$ 441,57
Gasto Instalación	\$ 6.999.40
Gasto Apertura	\$ 210,00
TOTAL	\$ 7.650.97

- **Costos de Operación**

Son los gastos que incurren para la prestación del servicio de enseñanza y capacitación a la población de Ibarra.

➤ **Mano de Obra**

Se tomará en cuenta al personal que ayudará a la prestación de servicio, en el caso de la agencia promotora de eventos se tomará en cuenta la remuneración y gastos que se pagará los ponentes y expositores contratados, a continuación, se detalla el rubro que va hacer desembolsado.

Tabla 60

Gastos personales de capacitación

DESCRIPCIÓN	Nro. CAPACITADORES	HORAS POR EVENTO	VALOR POR HORA	TOTAL HORA
Capacitador Nacional	3	120	\$5,00	\$600,00
Capacitador Internacional	1	40	\$80,00	\$3.200,00
TOTAL				\$3.800,00

GASTOS CAPACITADORES INTERNACIONALES

DESCRIPCIÓN	Nro. PERSONAS	DÍAS/TIKET	VALOR	VALOR TOTAL
Hospedaje	1	5	\$120,00	\$600,00
Tiket Avión ida y vuelta	1	2	\$851,00	\$1.702,00
Alimentación/ días	4	5	\$25,00	\$125,00
TOTAL				\$2.427,00

Fuente: Investigación Directa

- **Costo Unitario Total**

Tabla 61

Costo Unitario Mano de Obra

DETALLE	VALOR
Capacitador	\$3800,00
Hospedaje y alimentación	\$725,00
Ticket y Avión	\$1702,00
TOTAL	\$6.227,00
Eventos por año	36
Costo Anual capacitación	\$224.172,00
Personas a capacitar	4320p
COSTO UNITARIO M. O	\$51,89

Fuente: Investigación Directa

Tabla 62

Mano de Obra

AÑO	TASA	1	2	3	4	5
Unidades producidas	1,56%	4320	4387	4456	4525	4596
Costo unitario mano de obra	2,11%	\$51,89	\$52,99	\$54,10	\$55,25	\$56,41

TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA	\$224.172	\$232.472,90	\$241.081,18	\$250.008,21	\$259.265,80
------------------------------------	------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Fuente: Investigación Directa

➤ **Materiales e insumos**

Son todos los costos que intervienen en la prestación del servicio de capacitación, en este caso se considerara los kits que se entregara al cliente para que ellos puedan recibir la capacitación.

Tabla 63

Cotización de materiales insumos

COTIZACIÓN SEGÚN PAPELESA	
DETALLE	VALOR
Cuaderno, gama media 100 hojas	\$ 1,97
Bolígrafos. Staedtler P/m Negro 430 M9	\$ 0,59
Bolso C/cuerda Diadora	\$ 4,22
TOTAL	\$ 6,78

Fuente: Papelesa Investigación Directa

Tabla 64

Costos de kit anual

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kit para capacitación	\$ 6,78	
Personas a capacitar		4.320 p
TOTAL ANNUAL		\$ 29.289,60

Fuente: Investigación Directa

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

Se consideró dentro de los costos indirectos de fabricación el lunch que se entregará en el lapso de descanso y las depreciaciones referentes a los activos fijos operacionales adquiridos.

Tabla 65

Costos Indirectos de Fabricación Refrigerios

REFRIGERIOS	
Café	\$0,50
Bocaditos	\$0,75
Extras	\$0,25
TOTAL	\$1,50
COSTO REFRIGERIO	
Días de Evento	5 días
Gasto de refrigerio por evento	\$ 7.50
Número de personas a capacitar	4320 p
CIF ANUAL DE REFRIGERIOS	\$ 32.400.00

Fuente: Investigación Directa

➤ **Servicios básicos Operacionales**

Para la prestación del servicio de capacitación la agencia necesita disponer de algunos servicios básicos operacionales como son: energía eléctrica, agua potable e internet de banda ancha.

Tabla 66

Servicios básicos operacionales

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	V. MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía eléctrica	\$208,32	\$2.499,84
Internet	\$64,90	\$778,80
Agua Potable	\$25,00	\$300,00
TOTAL		\$3.578,64

Fuente: Investigación Directa

➤ **Costos indirectos de Fabricación Total**

Tabla 67

Costos Indirectos de Fabricación Total

DETALLE		1	2	3	4	5
Servicios Básicos operacionales	1,56%	\$3.578,64	\$3.634,47	\$3.691,16	\$3.748,75	\$3.807,23
Refrigerios	1,56%	\$32.400,00	\$32.905,44	\$33.418,76	\$33.940,10	\$34.469,56
Depreciaciones de operativos	Valor Fijo	\$2.703,77	\$2.703,77	\$2.703,77	\$ 2.703,77	\$2.703,77
TOTAL		\$38.682,41	\$39.243,68	\$39.813,70	\$40.392,61	\$40.980,56

Fuente: Investigación Directa

Tabla 68

Depreciación operativos

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	1	2	3	4	5	D. POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS
Equipos de cómputo y sonido de operación	\$4.229,94	3	\$1.409,98	\$1.409,98	\$1.409,98	\$ -		\$4.229,94	\$ -
Equipos de cómputo y sonido de operación	\$4.229,94	3				\$1.409,98	\$1.409,98	\$2.819,96	\$1.409,98
Equipos de seguridad operación	\$566,98	5	\$113,40	\$113,40	\$113,40	\$113,40	\$113,40	\$566,98	\$ -
Muebles y enseres operación	\$11.803,94	10	\$1.180,39	\$1.180,39	\$1.180,39	\$1.180,39	\$1.180,39	\$5.591,97	\$5.591,97
TOTAL	\$20.830,80		\$2.703,77	\$2.703,77	\$2.703,77	\$2.703,77	\$2.703,77	\$13.518,85	\$3.802,01
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL			\$2.703,77	\$5.407,54	\$8.111,31	\$10.815,08	\$13.518,85		

Fuente: Investigación directa

- **Costo operativo**

Es el rubro a pagar por el alquiler del inmueble para la instalación de la agencia, según Roció Vera dueña del inmueble estableció que el arriendo será de 800 USD fijo mensuales por medio de un contrato no incluye servicios básicos los cuales deben ser cubiertos por el arrendatario el valor total de la factura de consumo.

Tabla 69

Gasto Arriendo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto Arriendo	\$800,00	\$9.600,00
TOTAL	\$800,00	\$9.600,00

Fuente: Investigación Directa

- **Resumen Costo de Operación**

Tabla 70

Resumen Costo Operación

DETALLE	VALOR
Mano de Obra Directa	\$224.172,00
Materiales e Insumos	\$ 29.289,60
Costos Generales de Fabricación	\$ 38.682,41
Costo Operativo	\$ 9.600,00
TOTAL	301.744,01

Fuente: Investigación Directa

- **Gastos Administrativos**

- **Servicios Básicos**

Para la prestación del servicio de capacitación la agencia necesita disponer de servicios básicos para el área administrativa como es: disponer de una línea telefónica

Tabla 71

Servicios Básicos

ADMINISTRATIVO		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Telefonía fija	\$ 6,94	\$ 83,28
TOTAL		\$83.28

Fuente: Investigación Directa

- **Remuneraciones Administrativas**

Para que una empresa vaya de la mano con el éxito hay que poner siempre en primer lugar al talento humano, la Agencia promotora de eventos académicos y profesionales está compuesta por:

Área administrativa y financiera: Dentro de esta área estará laborando el gerente general, y el contador respectivamente.

También contamos con el recepcionista, que estará en el centro de atención al cliente para cumplir con el proceso de inscripción de los asistentes a los eventos.

Para el establecimiento de las remuneraciones se ha hecho referencia la tabla sectorial del año 2019. A continuación, se detalla el gasto fijo del personal administrativo.

Tabla 72

Remuneraciones del personal Administrativo

CARGO	SUELDO	13ER SUELDO	14TO SUELDO	VACACIONES	A. PATRONAL	TOTAL MENSUAL	GASTO ANUAL
Gerente	\$1.200,00	\$100,00	\$32,83	\$50,00	\$133,80	\$1.516,63	\$18.200,00
Contador	\$800,00	\$66,67	\$32,83	\$33,33	\$89,20	\$1.022,03	\$12.264,36
Recepcionista	\$405,85	\$33,82	\$32,83	\$16,91	\$45,25	\$534,66	\$6.416,00
TOTAL	\$2.405,85	\$200,49	\$98,49	\$100,24	\$268,25	\$3.073,32	\$36.879,84

Fuente: Investigación directa

➤ **Gastos de suministro y materiales de oficina**

Se incurrirá en algunos gastos para que el desempeño del personal administrativo sea más eficiente, serán adquiridos cada año y se los asignará a cada área por medio de pedidos; a continuación, se detallaran cada uno de ellos:

Tabla 73

Gastos de suministros de oficina

SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Archivadores	16	\$ 3,20	\$ 51,20
Caja de Esferos 50und	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Caja de lápices 12und	8	\$ 1,10	\$ 8,80
Caja de borradores 20und	4	\$ 1,95	\$ 7,80
Perforadora	4	\$ 1,96	\$ 7,84
Grapadora	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Saca grapas	4	\$ 3,20	\$ 12,80
Resaltadores 4 unid	12	\$ 1,50	\$ 18,00
Correctores	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Caja de resmas 10 unid	10	\$ 24,75	\$ 247,50
Goma en barra	48	\$ 0,35	\$ 16,80
Agendas	4	\$ 2,80	\$ 11,20
Notas adhesivas paquete 12 unid	4	\$ 4,32	\$ 17,28
Porta esferos	4	\$ 7,75	\$ 31,00
Bandejas de papeles	4	\$ 6,00	\$ 24,00
TOTAL			\$ 498,22

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Materiales de aseo y limpieza**

Son todos aquellos artículos que interfieren en la presencia y pulcritud de la agencia para brindar un espacio limpio y agradable a los clientes libre de preocupaciones.

Tabla 74

Materiales de Aseo y Limpieza

SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Basureros personales	11	\$ 2,50	\$ 27,50
Basureros 50lt	5	\$ 8,00	\$ 40,00
Recogedor	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Escoba	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Trapeador	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Desinfectante galón	12	\$ 4,25	\$ 51,00
Papel Higiénico	20	\$ 2,00	\$ 40,00
Funda de Basuras	24	\$ 1,25	\$ 30,00
Jabón de Manos lt	12	\$ 2,50	\$ 30,00
Detergente 5 kl	10	\$ 4,98	\$ 49,80
TOTAL			\$ 274,30

Fuente: Investigación Directa

- **Resumen Gastos Administrativos**

Tabla 75

Resumen Gastos Administrativos

DETALLE	VALOR
Servicios Básicos	\$ 83,28
Sueldo Personal Administrativo	\$ 36.879,84
Gasto de Suministro y Materiales de Oficina	\$ 498,22
Materiales de Aseo Y Limpieza	\$274,30
TOTAL	\$37.735,64

Fuente: Investigación Directa

- **Gastos de ventas**

Para promocionar el servicio la agencia promotora de eventos tuvo que incurrir en la contratación una persona para ventas el cual desempeñara el papel de impulsador de eventos; por otro lado la publicidad influye mucho en la captación de clientes es por ello que la empresa depende de la estrategia de marketing que se realice para la venta del servicio, la innovación constante y la oferta de servicios adicionales, la contratación de medios de comunicación para difundir la realización de eventos incurre en los siguientes gastos:

Tabla 76

Remuneración personal de ventas

Cargo	Sueldo	13er sueldo	14to sueldo	Vacaciones	A. Patronal	Total Mensual	Gasto Anual
Impulsador	405,85	33,82	32,83	16,91	45,25	534,67	6416
TOTAL	405,85	33,82	32,83	16,91	45,25	534,67	6416

Fuente: Investigación Directa

- **Publicidad Medios Electrónicos**

Tabla 77

Publicidad Medios Electrónicos

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
Publicidad, propaganda en la radio	\$ 5,28	30 “cuñas	158,40	\$1900,80
TOTAL				\$1900,80

Fuente: Investigación Directa

- **Página web**

El diseño de una página web es necesario para dar a conocer el servicio ofertado por la Agencia promotora de eventos profesionales y académicos, esta página web tendrá un vínculo directamente con las redes sociales.

Tabla 78

Página web

CONCEPTO	VALOR
Página Web incluido Mantenimiento	\$ 180,00
TOTAL	\$ 180,00

Fuente: Elaboración Propia

- **Promociones**

Tabla 79

Promociones

CONCEPTO	CANT	VALOR	TOTAL ANUAL
Promociones	15	\$82,00	\$1.230,00
TOTAL			\$1.230,00

Fuente: Elaboración Propia

- **Resumen Gastos Publicidad**

Tabla 80

Gastos Publicidad Total

DESCRIPCIÓN	VALOR
Personal de Ventas	\$ 6,416.00
Publicidad	\$ 2.080.80
Promociones	\$1.230,00
TOTAL	\$ 9.726,80

Fuente: Investigación Directa

- **Capital de Trabajo**

Para el cálculo del capital de trabajo se consideró el ciclo productivo, lo que quiere decir el periodo de tiempo que se demorara para la prestación del servicio; hay que tomar en cuenta que el capital de trabajo es considerado como los recursos monetarios que utilizara la agencia para el desempeño de sus actividades.

Tabla 81

Ciclo productivo

ACTIVIDAD	TIEMPO
Supervisión de Materiales	1 días
Duración de la capacitación	5 días
Firma Y validación del certificado	15 días
Entrega del certificado	2 días
TOTAL	23 días

Fuente: Investigación Directa

Para determinar el capital de trabajo se consideró los 360 días del año, con un ciclo productivo de 23 días en los cuales se realizarán los eventos.

Tabla 82

Capital de Trabajo

AÑO	Días de cobertura	1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN						
Materiales e insumos		\$29.289,60	\$30.210,56	\$31.160,49	\$32.140,28	\$33.150,87
Mano de obra directa		\$224.172,00	\$232.472,90	\$241.081,18	\$250.008,21	\$259.265,80
Costos generales de fabricación		\$38.682,41	\$39.243,68	\$39.813,70	\$40.392,61	\$40.980,56
Costo operativo		\$9.600,00	\$9.600,00	\$9.600,00	\$9.600,00	\$9.600,00
1.TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$301.744,01	\$311.527,14	\$321.655,36	\$332.141,10	\$342.997,24
Gastos de administración	0,90%	\$37.735,64	\$38.075,26	\$38.417,94	\$38.763,70	\$39.112,57
Gastos de ventas	0,90%	\$9.726,80	\$9.814,34	\$9.902,67	\$9.991,79	\$10.081,72
2. TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$47.462,44	\$ 47.889,60	\$48.320,61	\$48.755,49	\$49.194,29
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN		\$349.206,45	\$359.416,74	\$369.975,97	\$380.896,59	\$392.191,53
CAPITAL DE TRABAJO NETO	23	\$ 22.310,41	\$22.962,74	\$23.637,35	\$24.335,06	\$25.056,68
INCREMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO		\$22.310,41	\$652,32	\$674,62	\$697,71	\$721,62

Fuente: Investigación Directa

- **Inversión Total**

Se considerará los tres tipos de inversión anteriormente estudiados para determinar las erogaciones de dinero que incurre en el inicio de las operaciones.

Tabla 83

Inversión Total

Descripción	Valor
Inversión fija	\$ 22.692,76
Inversión intangible	\$ 12.150,97
Capital de Trabajo	\$ 22.310,41
Total	\$57.154.14

Fuente: Investigación Directa

- **Financiamiento**

La Agencia Promotora de eventos profesionales y académicos se financiará por medio del banco BanEcuador adquiriendo un préstamo de 30.000.00 USD y un capital propio de 27.154.14 USD.

Tabla 84

Financiamiento

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital propio	\$27.154.14	47.51%
Capital financiado	\$30.000,00	52.49%
TOTAL	\$57.154.14	100%

Fuente: Investigación Directa

4.2.4. Conclusión Estudio Técnico

La agencia promotora de eventos profesionales y académicos se localizará dentro de la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra en el sector urbano en el centro de la ciudad diagonal al centro comercial “Laguna Mall” en la Av. Fray Vacas Galindo; esta localización se definió en base al estudio de macro y micro localización, una de las características más importantes es la gran afluencia del público por ser un sector comercial y el inmueble contaba con las características adecuadas para el funcionamiento entre ellas están el espacio físico suficiente, parqueaderos, baños oficinas , salones, etc.

Según la evaluación del tamaño del proyecto, la agencia tendrá una capacidad de 4320 personas que serán atendidas al año, considerando que contara con 3 salones exclusivos para el desarrollo de los eventos, adaptados acorde a las necesidades de los consumidores con una capacidad máxima de aforo de 40 personas; se realizarán un promedio de 36 eventos anuales.

Dentro de este capítulo se evaluó los costos y gastos tanto operativos y administrativos que tendrá la agencia en un determinado periodo, para definir el monto de inversión que requerirá la puesta en marcha del proyecto. Se determinó que el 52.49% de la inversión será por medio de un crédito a una institución financiera y el 47.51% será por medio de la aportación de un capital propio. La institución financiera que proveerá el dinero será el BanEcuador; el monto que financiará será de 30.000.00 USD con una tasa de interés del 15% a un periodo de 5 años.

4.3. Estudio Financiero

Introducción

El estudio financiero es importante para evaluar la estabilidad, rentabilidad de los proyectos de inversión; dentro de este capítulo se reflejarán los costos, gastos, ingresos, egresos, que permitirá establecer el máximo rendimiento del proyecto mediante la aplicación de los indicadores financieros como son el VAN, TIR, Costo- beneficio, PRI, y el Punto de Equilibrio.

Del mismo modo para el desarrollo del análisis financiero se proyectará los respectivos estados financieros tales como: estado de situación financiera, estado de resultados y el flujo de caja que están estimados para el periodo de tiempo de 5 años en donde se mostrará la viabilidad del proyecto para ponerlo en marcha.

Objetivo

Elaborar el estudio financiero mediante los indicadores financieros para determinar la viabilidad del proyecto.

4.3.1. Estructura de la inversión

- **Ingresos**

Los ingresos vienen a ser el importe que se reciben por la venta u oferta de un producto en el que se obtiene multiplicando las cantidades estimadas por el precio.

Proyección de Ingresos

Para realizar la proyección de los ingresos se tomó en cuenta el crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que es el 1,56% y para el precio se puso en consideración el porcentaje

promedio de la inflación de los últimos cinco años del 2015 al 2019 como se detalla a continuación:

Tabla 85

Porcentaje De Inflación Promedio

AÑOS	% DE INFLACIÓN
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
TOTAL	4,5%
PROMEDIO	0,90%

Fuente: INEC – IPC 2019

Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Diciembre-2019/Boletin_tecnico_12-2019-IPC.pdf

A continuación, se presenta la proyección de ingresos

Tabla 86

Proyección de ingresos

AÑO	1	2	3	4	5
Unidades vendidas	4.320	4.387	4.456	4.525	4.596
Precio de venta	\$ 94,80	\$ 95,66	\$ 96,52	\$97,39	\$ 98,26
INGRESOS POR VENTAS	\$409.557,14	\$419.689,75	\$430.073,04	\$440.713,22	\$451.616,64

Fuente: Estudio Económico

- **Precio de venta**

A continuación, se detalla el cálculo del valor del servicio haciendo referencia a los gastos y costos incurridos.

Tabla 87

Precio de venta

PRECIO DE VENTA	
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO	\$ 356.136.64
Unidades vendidas	\$ 4.320,00
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	\$ 82.44
Margen 15% utilidad	\$ 12,48
P.V.P DEL SERVICIO	\$ 94.80

Fuente: Investigación directa

- **Costos y gastos proyectados**

La proyección de los costos y gastos son erogaciones necesarias para el buen funcionamiento de las actividades y para la toma de decisiones ya que esto permite mejorar los resultados financieros.

Costos de adquisición e importación

- **Proyección de costos**

Para el desarrollo de la proyección de costos las cantidades se estimaron de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional y la tasa de inflación promedio.

➤ **Costo Total Mano de Obra**

Tabla 88

Proyección Mano de Obra

FASE		OPERACIONAL				
AÑO	TASA	1	2	3	4	5
Unidades producidas	1,56%	4320	4387	4456	4525	4596
Costo unitario mano de obra	2,11%	\$ 51,89	\$ 52,99	\$ 54,10	\$ 55,25	\$ 56,41
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA		\$224.172	\$232.472,90	\$241.081,18	\$250.008,21	\$259.265,80

Fuente: Estudio Financiero

➤ **Costos indirectos de fabricación total**

Tabla 89

Proyección CIF

DETALLE	DATO	1	2	3	4	5
Servicios Básicos	1,56%	\$3.578,64	\$3.634,47	\$3.691,16	\$3.748,75	\$3.807,23
Refrigerios	1,56%	32.400,00	\$32.905,44	\$33.418,76	\$33.940,10	\$34.469,56
Depreciaciones	Valor fijo	\$2.703,77	\$2.703,77	\$2.703,77	\$2.703,77	\$2.703,77
TOTAL		\$38.682,41	\$39.243,68	\$39.813,70	\$40.392,61	\$40.980,56

Fuente: Estudio Financiero

- **Gastos Administrativos proyectados**

Los Gastos Administrativos proyectados corresponden los rubros que están directamente vinculados con la remuneración personal administrativo, servicios básicos, suministro y materiales de oficina y los materiales de aseo y limpieza.

➤ **Remuneración del personal administrativo**

Tabla 90

Crecimiento Anual del SBU

AÑOS	SBU	CRECIMIENTO	%
2015	\$ 354		
2016	\$ 366	0,032786885	3,28%
2017	\$ 375	0,024000	2,40%
2018	\$ 386	0,028497409	2,85%
2019	\$ 394	0,020304569	2,03%
Total			10,56%
Crecimiento			2,11%

Fuente: Servicios de Rentas Internas

Tabla 91

Remuneración Anual

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$18.200,00	\$18584,02	\$18976,14	\$19376,54	\$19785,38
Contador	\$12.264,36	\$12523,14	\$12787,38	\$13057,19	\$13332,70
Recepcionista	\$6.416,00	\$6551,38	\$6689,61	\$6830,76	\$6974,89
TOTAL	\$36.879.84	\$37.658.54	\$38.453.13	\$39.264.49	\$40.092.97

Fuente: Estudio Económico

➤ **Servicios básicos**

La Proyección de los servicios básicos se calculó con el porcentaje obtenido de la inflación que corresponde al 0,90%.

Tabla 92

Proyección de los Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	\$2.499,84	\$2.522,34	\$2.545,04	\$2.567,94	\$2.591,06
Internet	\$778,80	\$785,81	\$792,88	\$800,02	\$807,22
Agua Potable	\$300,00	\$302,70	\$305,42	\$308,17	\$310,95
Telefonía fija	\$83,28	\$84,03	\$84,79	\$85,55	\$86,32
TOTAL	\$3.661,92	\$3.694,88	\$3.728,13	\$3.761,68	\$3.795,54

Fuente: Estudio Económico

➤ **Suministros y materiales de oficina**

Los suministros de oficina son objetos necesarios para el funcionamiento de los diferentes departamentos que tiene la empresa; es por ello que se utilizarán lo siguiente:

Tabla 93

Suministros y Materiales de Oficina

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Archivadores	\$51,20	\$51,66	\$52,13	\$52,59	\$53,07
Caja de Esferos 50und	\$20,00	\$20,18	\$20,36	\$20,54	\$20,73
Caja de lápices 12und	\$8,80	\$8,88	\$8,96	\$9,04	\$9,12
Caja de borradores 20und	\$7,80	\$7,87	\$7,94	\$8,01	\$8,08

Perforadora	\$7,84	\$7,91	\$7,98	\$8,05	\$8,13
Grapadora	\$12,00	\$12,11	\$12,22	\$12,33	\$12,44
Saca grapas	\$12,80	\$12,92	\$13,03	\$13,15	\$13,27
Resaltadores 4 unid	\$18,00	\$18,16	\$18,33	\$18,49	\$18,66
Correctores	\$12,00	\$12,11	\$12,22	\$12,33	\$12,44
Caja de resmas 10 unid.	\$247,50	\$249,73	\$251,98	\$254,24	\$256,53
Goma en barra	\$16,80	\$16,95	\$17,10	\$17,26	\$17,41
Agendas	\$11,20	\$11,30	\$11,40	\$11,51	\$11,61
Notas adhesivas paquete 12 unid.	\$17,28	\$17,44	\$17,59	\$17,75	\$17,91
Porta esferos	\$31,00	\$31,28	\$31,56	\$31,84	\$32,13
Bandejas de papeles	\$24,00	\$24,22	\$24,43	\$24,65	\$24,88
TOTAL	\$498,22	\$502,70	\$507,23	\$511,79	\$516,40

Fuente: Estudio Económico

- **Materiales de aseo y limpieza**

Los materiales de aseo y limpieza están proyectados con el porcentaje promedio de la inflación.

Tabla 94

Materiales de Aseo y Limpieza

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Basureros personales	\$27,50	\$27,75	\$28,00	\$28,25	\$28,50
Basureros 50lt	\$40,00	\$40,36	\$40,72	\$41,09	\$41,46
Recogedor	\$1,50	\$1,51	\$1,53	\$1,54	\$1,55

Escoba	\$1,50	\$1,51	\$1,53	\$1,54	\$1,55
Trapeador	\$3,00	\$3,03	\$3,05	\$3,08	\$3,11
Desinfectante galón	\$51,00	\$51,46	\$51,92	\$52,39	\$52,86
Papel Higiénico	\$40,00	\$40,36	\$40,72	\$41,09	\$41,46
Funda de Basuras	\$30,00	\$30,27	\$30,54	\$30,82	\$31,09
Jabón de Manos lt	\$30,00	\$30,27	\$30,54	\$30,82	\$31,09
Detergente 5 kl	\$49,80	\$50,25	\$50,70	\$51,16	\$51,62
TOTAL	\$274,30	\$276,77	\$279,26	\$281,77	\$284,31

Fuente: Estudio Económico

➤ **Resumen gastos administrativos**

A continuación, se detallan la proyección del resumen de los gastos administrativos:

Tabla 95

Resumen de Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneración del personal Administrativo	\$36.879,84	\$37.211,76	\$37.546,66	\$37.884,58	\$38.225,55
Servicios Básicos	\$83,28	\$84,03	\$84,79	\$85,55	\$86,32
Suministro y Materiales de Oficina	\$498,22	\$502,70	\$507,23	\$511,79	\$516,40
Materiales de Aseo y Limpieza	\$274,30	\$276,77	\$279,26	\$281,77	\$284,31
TOTAL	\$37.735,64	\$38.075,26	\$38.417,94	\$38.763,70	\$39.112,57

Fuente: Estudio Económico

- **Gastos de Ventas proyectados**

Los gastos de ventas proyectados son las erogaciones que incurren por la publicidad, promoción, remuneración del personal de ventas suministros y materiales.

- **Gastos de publicidad y promoción**

Tabla 96

Gasto Publicidad

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	\$ 2.080,80	\$2.099,53	\$2.118,42	\$2.137,49	\$2.156,73
Promociones	\$ 1.230,00	\$1.241,07	\$1.252,24	\$1.263,51	\$1.274,88
TOTAL	\$ 3.310,80	\$ 3.340,60	\$3.370,66	\$3.401,00	\$ 3.431,61

Fuente: Estudio Económico

- **Remuneración del personal de ventas**

Tabla 97

Remuneración del personal de ventas

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impulsador	6.416,00	\$6.473,74	\$6.532,01	\$6.590,80	\$6.650,11
TOTAL	6.416,00	\$6.473,74	\$6.532,01	\$6.590,80	\$6.650,11

Fuente: Estudio Económico

- **Gastos financieros**

En los gastos financieros se detalla el financiamiento previsto para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales realizado mediante un préstamo a la institución financiera “BanEcuador”.

El valor total que del crédito es de \$ 30.000 lo que corresponde al 45.81% y lo restante será capital propio que equivale a un 54,19%.

Tabla 98

Datos del financiamiento

Monto del crédito: \$30.000.00USD	Total Intereses: \$ 13.500,00
Tasa de interés: 15%	Total Cuota: \$43.500,00
Plazo: 5 años	
Método: Alemán	

Fuente: BanEcuador

➤ **Resumen de capital e interés anual**

Tabla 99

Resumen de capital e interés anual

AÑO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACION	SALDO
0				\$30.000,00
1	\$10.500,00	4500	\$6.000,00	\$24.000,00
2	\$9.600,00	3600	\$6.000,00	\$18.000,00
3	\$8.700,00	2700	\$6.000,00	\$12.000,00
4	\$7.800,00	1800	\$6.000,00	\$6.000,00
5	\$6.900,00	900	\$6.000,00	\$0,00

Fuente: Estudio Económico

➤ **Amortizaciones**

Para el cálculo de las amortizaciones del gasto constitución e intereses preparativos se dividió el gasto incurrido para los 5 años.

Tabla 100

Amortizaciones

DETALLE	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	\$ 441,57	\$ 88,31	\$ 88,31	\$ 88,31	\$ 88,31	\$ 88,31
Gasto de apertura	\$ 210,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00
Gastos de instalación	\$ 6.999,40	\$ 1.399,88	\$ 1.399,88	\$ 1.399,88	\$ 1.399,88	\$ 1.399,88
Intereses	\$ 4.500,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBL ES	\$ 12.150,97	\$ 2.430,19				

Fuente: Estudio Financiero

➤ **Depreciaciones**

Para el cálculo de las depreciaciones, se realizará mediante el método de línea recta; los porcentajes para la deducción de los activos fijos serán de acuerdo a los índices de depreciación del Servicio de Rentas Internas SRI:

Tabla 101

Depreciaciones

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	0	1	2	3	4	5	DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS
Equipo de Computación y Sonido Operación	\$ 4229,94	3		\$ 1409,98	\$ 1409,98	\$ 1409,98			\$ 4229,94	
Equipo de Computación nuevo	\$ 3825,00	3					\$ 1409,98	\$ 1409,98	\$ 2819,96	\$ 1409,98
Equipo de seguridad	\$ 566,98	5		\$ 113,40	\$ 113,40	\$ 113,40	\$ 113,40	\$ 113,40	\$ 566,98	
Equipo de Computación Administración	\$ 3321,98	3		\$ 1107,33	\$ 1107,33	\$ 1107,33			\$ 3321,98	
Equipo de Computación nuevo	\$ 3321,98	3					\$ 1107,33	\$ 1107,33	\$ 2214,66	\$ 1107,33
Muebles y enseres Operación	\$11803,94	10		\$ 1180,39	\$ 1180,39	\$ 1180,39	\$ 1180,39	\$ 1180,39	\$ 5901,97	\$ 5901,97
Muebles y enseres Administración	\$ 2657,96	10		\$ 265,80	\$ 265,80	\$ 265,80	\$ 265,80	\$ 265,80	\$ 1328,98	\$ 1328,98
Equipo de oficina	\$ 111,96	5		\$ 22,39	\$ 22,39	\$ 22,39	\$ 22,39	\$ 22,39	\$ 111,96	
TOTAL	\$22692,76			\$ 4099,28	\$ 20496,42	\$ 9748,26				
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL				\$ 4099,28	\$ 8198,57	\$12297,85	\$16397,14	\$20496,42		

Fuente: Estudio Financiero

- **Resumen de costos y gastos**

Tabla 102

Resumen de costos y gastos

FASE AÑO	INVERSIÓN	OPERACIONAL				
	0	1	2	3	4	5
Materiales e insumos		\$ 29289,60	\$ 30210,56	\$ 31160,49	\$ 32140,28	\$ 33150,87
Mano de obra directa		\$ 224172,00	\$ 232472,90	\$ 241081,18	\$ 250008,21	\$ 259265,80
Costos generales de fabricación		\$ 35978,64	\$ 36539,91	\$ 37109,93	\$ 37688,84	\$ 38276,79
Costo operativo		\$ 9600,00	\$ 9600,00	\$ 9600,00	\$ 9600,00	\$ 9600,00
Depreciación activos de producción		\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 301744,01	\$ 311527,14	\$ 321655,36	\$ 332141,10	\$ 342997,24
Gastos de administración		\$ 37735,64	\$ 38075,26	\$ 38417,94	\$ 38763,70	\$ 39112,57
Gastos de ventas		\$ 9726,80	\$ 9814,34	\$ 9902,67	\$ 9991,79	\$ 10081,72
Amortización de diferidos		\$ 1530,19	\$ 1530,19	\$ 1530,19	\$ 1530,19	\$ 1530,19
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$ 48992,63	\$ 49419,80	\$ 49850,80	\$ 50285,69	\$ 50724,49

TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 350736,64	\$ 360946,94	\$ 371506,16	\$ 382426,79	\$ 393721,73
Costos de financiamiento del préstamo	\$ 4500,00	\$ 3600,00	\$ 2700,00	\$ 1800,00	\$ 900,00
Amortización de intereses de instalación	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO	\$ 5400,00	\$ 4500,00	\$ 3600,00	\$ 2700,00	\$ 1800,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO	\$ 356136,64	\$ 365446,94	\$ 375106,16	\$ 385126,79	\$ 395521,73

Fuente: Estudio Financiero

4.3.2. Estados Financieros Presupuestados

La Agencia Promotora de Eventos Profesionales proyecta los estados financieros presupuestarios que consta del estado Situación Financiera, Estado de resultados; con el fin de evaluar y conocer las actividades de financiamiento.

➤ Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera muestra las cuentas de activos, pasivos y patrimonio involucrados en el presente proyecto.

Tabla 103

Estado de Situación Financiera

FASE AÑO	INVERSIÓN		OPERACIONAL			
	0	1	2	3	4	5
Activos						
Activos corrientes						
Efectivo	\$ 22310,41	\$ 79642,87	\$ 115862,43	\$ 152584,34	\$ 189740,10	\$ 227256,90
Total activos Corrientes	\$ 22310,41	\$ 79642,87	\$ 115862,43	\$ 152584,34	\$ 189740,10	\$ 227256,90
Activos fijos						
Equipos de cómputo y sonido de operación	\$ 4229,94	\$ 4229,94	\$ 4229,94	\$ 4229,94	\$ 4229,94	\$ 4229,94
Equipos de seguridad operación	\$ 566,98	\$ 566,98	\$ 566,98	\$ 566,98	\$ 566,98	\$ 566,98
Equipos de computación administración	\$ 3321,98	\$ 3321,98	\$ 3321,98	\$ 3321,98	\$ 3321,98	\$ 3321,98
Muebles y enseres operación	\$ 11803,94	\$ 11803,94	\$ 11803,94	\$ 11803,94	\$ 11803,94	\$ 11803,94
Muebles y enseres administración	\$ 2657,96	\$ 2657,96	\$ 2657,96	\$ 2657,96	\$ 2657,96	\$ 2657,96
Equipos de oficina	\$ 111,96	\$ 111,96	\$ 111,96	\$ 111,96	\$ 111,96	\$ 111,96
(-) depreciación acumulada activos fijos		\$ -4099,28	\$ -8198,57	\$ -12297,85	\$ -16397,14	\$ -20496,42
Total activos fijos	\$ 22692,76	\$ 18593,48	\$ 14494,19	\$ 10394,91	\$ 6295,62	\$ 2196,34
<i>Activos diferidos</i>						
Constitución	\$ 441,57	\$ 353,26	\$ 264,94	\$ 176,63	\$ 88,31	0,00

Apertura	\$ 210,00	\$ 168,00	\$ 126,00	\$ 84,00	\$ 42,00	0,00
Instalación	\$ 6999,40	\$ 5599,52	\$ 4199,64	\$ 2799,76	\$ 1399,88	0,00
Intereses de instalación	\$ 4500,00	\$ 3600,00	\$ 2700,00	\$ 1800,00	\$ 900,00	0,00
Total activos diferidos	\$ 12150,97	\$ 9720,78	\$ 7290,58	\$ 4860,39	\$ 2430,19	0,00
Total activos	\$ 57154,14	\$ 107957,12	\$ 137647,20	\$ 167839,63	\$ 198465,91	229453,24
Pasivo y patrimonio						
<i>Pasivo</i>						
Préstamo a corto plazo						
Préstamo mediano y largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total pasivo	\$ 30000,00	\$ 24000,00	\$ 18000,00	\$ 12000,00	\$ 6000,00	0,00
<i>Patrimonio</i>	\$ 30000,00	\$ 24000,00	\$ 18000,00	\$ 12000,00	\$ 6000,00	0,00
Capital social						
Utilidad neta del ejercicio	\$ 27154,14	\$ 49464,55	\$ 50116,88	\$ 50791,50	\$ 51489,20	\$ 52210,82
Total patrimonio	0,00	\$ 34492,56	\$ 69530,32	\$ 105048,13	\$ 140976,71	\$ 177242,41
Total pasivo y patrimonio	\$ 27154,14	\$ 83957,12	\$ 119647,20	\$ 155839,63	\$ 192465,91	\$ 229453,24

Fuente: Estudio Financiero

➤ **Estado de Resultados proyectado**

Es un resumen de todos los ingresos, costos y gastos que incurren en la realización del proyecto, y en el tiempo estimado de duración. A continuación, se presenta el estado de resultado proyectado a cinco años.

Tabla 104

Estado de Resultados

FASE	INVERSIÓN		OPERACIONAL				
	AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS							
Ingresos de operación		\$ 409557,14	\$ 419689,75	\$ 430073,04	\$ 440713,22	\$ 451616,64	
TOTAL INGRESOS		\$ 409557,14	\$ 419689,75	\$ 430073,04	\$ 440713,22	\$ 451616,64	
COSTO DE PRODUCCION							
Costo de producción		\$ 299040,24	\$ 308823,37	\$ 318951,59	\$ 329437,33	\$ 340293,47	
Depreciación de activos de producción		\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 301744,01	\$ 311527,14	\$ 321655,36	\$ 332141,10	\$ 342997,24	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 107813,13	\$ 108162,61	\$ 108417,68	\$ 108572,12	\$ 108619,40	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO							
Gastos Administración		\$ 37735,64	\$ 38075,26	\$ 38417,94	\$ 38763,70	\$ 39112,57	
Gastos de ventas		\$ 9726,80	\$ 9814,34	\$ 9902,67	\$ 9991,79	\$ 10081,72	
Depreciación otros activos		\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	
Amortización de intangibles		\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	

Costos de financiamiento		\$ 4500,00	\$ 3600,00	\$ 2700,00	\$ 1800,00	\$ 900,00
TOTAL, GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN		\$ 55788,15	\$ 55315,31	\$ 54846,32	\$ 54381,20	\$ 53920,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 52024,98	\$ 52847,30	\$ 53571,36	\$ 54190,92	\$ 54699,40
Participación trabajadores 15%	15%	\$ 7803,75	\$ 7927,09	\$ 8035,70	\$ 8128,64	\$ 8204,91
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 44221,23	\$ 44920,20	\$ 45535,66	\$ 46062,28	\$ 46494,49
Impuestos I.R 22%	22%	\$ 9728,67	\$ 9882,44	\$ 10017,84	\$ 10133,70	\$ 10228,79
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$ 34492,56	\$ 35037,76	\$ 35517,81	\$ 35928,58	\$ 36265,70
UTILIDADES ACUMULADAS		\$ 34492,56	\$ 69530,32	\$ 105048,13	\$ 140976,71	\$ 177242,41

Fuente: Estudio Financiero

➤ Estado de Flujo de Efectivo

Tabla 105

Estado de Flujo de Efectivo

FASE	INVERSIÓN			OPERACIONAL			
	AÑO	0	1	2	3	4	5
1. FLUJO DE CAJA OPERACIONAL							
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$ 34492,56	\$ 35037,76	\$ 35517,81	\$ 35928,58	\$ 36265,70	
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES							
Depreciación de activos operacionales		\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	
Gastos de depreciación de activos		\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	
Amortización de intangibles		\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$ 41022,04	\$ 41567,24	\$ 42047,29	\$ 42458,06	\$ 42795,18	
2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES							
INVERSIONES							
(-) Inversión fija		\$ -22692,76					
(-) Inversión intangible		\$-12150,97					

(-) Capital de Trabajo		\$ -22310,41	\$ -652,32	\$ -674,62	\$ -697,71	\$ -721,62
(+) Valor de salvamento de activos fijos						\$ 2196,34
(+) Recuperación de capital de trabajo						\$ 721,62
SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$ -34843,73	\$ 18711,63	\$ 40914,91	\$ 41372,67	\$ 41760,35	\$ 44991,52
3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo	\$ 30000,00					
Amortización del Préstamo		\$ -6000,00	\$ -6000,00	\$ -6000,00	\$ -6000,00	\$ -6000,00
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$ -4843,73	\$ 12711,63	\$ 34914,91	\$ 35372,67	\$ 35760,35	\$ 38991,52
SALDO ACUMULADO DE CAJA	\$ -4843,73	\$ 7867,90	\$ 42782,81	\$ 78155,49	\$ 113915,84	\$ 152907,35

Fuente: Estudio Financiero

4.3.3. Evaluación Financiera

Para la evaluación financiera se hace uso de los diferentes indicadores financieros que nos lleva a conocer la rentabilidad y la situación en que se encuentra el proyecto para su factibilidad durante el tiempo estimado.

- **Costo de capital (Ck)**

Mediante este indicador se evaluará y obtendrá el rendimiento que se necesita basado en los distintos tipos de financiamiento, en este caso sería el capital propio y el financiado por la entidad financiera BanEcuador:

Tabla 106

Cálculo del Costo Capital

FINANCIAMIENTO	VALOR	PESO RELATIVO	TASA DE DESCUENTO	PONDERACIÓN
Capital propio	\$27.154,14	47,51%	10,00%	4,75%
Capital financiado	\$30.000,00	52,49%	15,00%	7,87%
TOTAL	\$57.154,14	100%	CK	12,62%

Fuente: Estudio Financiero

- **Tasa de Rendimiento Medio (TRM)**

Corresponde a la rentabilidad mínima, considerando la inflación se analizará los siguientes datos:

Tabla 107

Tasa de Rendimiento Medio

Crecimiento de la inflación anual **0.90%** **FÓRMULA TMR = (1+ Inf) * (1+ Ck) -1**

El costo capital es de **12.96%** **TMR= (1+0,090) *(1+0,01296)-1**

TMR= (1,090) *(1,01296%)-1

TMR= (1,1041264)-1

TRM=0,1041264*100

TRM=10,41%

El 10,41% es la tasa mínima de rentabilidad que ofrece la presente propuesta, se recomienda pasar o llegar a este porcentaje para tener mejor rentabilidad y el proyecto sea más sostenible.

- **Valor Actual Neto (VAN)**

El indicar VAN corresponde en la actualización de ingresos y egresos del proyecto con el fin de verificar una ganancia o determinar una pérdida del proyecto, si el VAN es mayor a cero, el proyecto generará beneficios; si el VAN es igual a cero, el proyecto no generará beneficios y pérdidas, y si el VAN es menor que cero el proyecto deberá rechazarse

Tabla 108

Valor Actual Neto

FASE	INVERSIÓN		OPERACIONAL				
	AÑO	0	1	2	3	4	5
SALDO							
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		\$-57154,14	\$12.711,63	\$34.914,91	\$35.372,67	\$35.760,35	\$38.991,52
VNA		\$ 50164.49.					

Fuente: Estudio Financiero

El Valor Actual Neto, correspondiente a \$ 40164.49 es superior a cero, y la rentabilidad del proyecto al cabo de 5 años, por lo que se considera un proyecto rentable, pues la inversión está rindiendo a más de la tasa mínima aceptable de 10,41%

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

La tasa interna de retorno es el porcentaje o tasa de rentabilidad que ofrece el proyecto en donde no genera rentabilidad ni pérdida, para su cálculo son necesarios los valores netos actualizados el cual iguala a cero el valor actual neto.

Tabla 109

Tasa Interna de Retorno

INVERSIÓN INICIAL	
	\$-57.154,14
\$12.711,63	\$-10.347,93
\$34.914,91	\$12.106,17
\$35.372,67	\$12.552,19
\$35.760,35	\$12.940,01
\$38.991,52	\$54.380,21
TASA INTERNA DE RETORNO	39,28%

Fuente: Estudio Financiero

La Tasa interna de retorno del 39.28% convierte a la sumatoria de los flujos descontados en un equivalente a la inversión inicial, es decir el VAN es cero. El resultado de la TIR nos muestra que el proyecto es viable ya que supera a la tasa de rendimiento 10,41%.

- **Relación Costo Beneficio**

Este indicador mide el beneficio de la inversión, respecto de sus ingresos y gastos, llevados a valor presente neto, que permitirá calcular el beneficio por cada dólar invertido en el proyecto.

Tabla 110

Relación Costo Beneficio

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Total Ingresos	\$ 409557,14	\$ 419689,75	\$ 430073,04	\$ 440713,22	\$ 451616,64	\$ 2151649,79
Total Ingresos actualizados	\$ 363648,41	\$ 372645,22	\$ 381864,61	\$ 391312,10	\$ 400993,31	\$ 1910463,65
Total Costo y Gasto	\$ 357532,16	\$ 366842,45	\$ 376501,68	\$ 386522,30	\$ 396917,24	\$ 1884315,83
Total Costo y Gasto actualizados	\$ 317455,10	\$ 325721,77	\$ 334298,26	\$ 343195,63	\$ 352425,36	\$ 1673096,12
Relación Costo Beneficio	1,14					

Fuente: Estudio Financiero

La relación costo beneficio de 1,14 lo que significa que por cada dólar que se invierte se obtiene una rentabilidad de 0.14 centavos adicionales, lo que implica un resultado favorable.

- **Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)**

Con este indicador determinaremos el tiempo de recuperación de la inversión

Tabla 111

Periodo de Recuperación

Periodo de recuperación (PRI)	INVERSIÓN		OPERACIONAL			
	0	1	2	3	4	5
Saldo Flujo de caja	\$-4.843,73	\$12.711,63	\$34.914,91	\$35.372,67	\$35.760,35	\$38.991,52
Saldo Acumulado	\$-4.843,73	\$7.867,90	\$42.782,81	\$78.155,49	\$113.915,84	\$152.907,35
PRI	2,26					
Años	2					
Meses	3					
Días	4					

Fuente: Estudio Financiero

- **Punto de Equilibrio (PE)**

Tabla 112

Punto de Equilibrio

Año	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$ 409557,14	\$ 419689,75	\$ 430073,04	\$ 440713,22	\$ 451616,64
Total ingresos	\$ 409557,14	\$ 419689,75	\$ 430073,04	\$ 440713,22	\$ 451616,64
COSTOS					
VARIABLES					
Materia Prima					
Mano de Obra	\$ 29289,60	\$ 30210,56	\$ 31160,49	\$ 32140,28	\$ 33150,87
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 224172,00	\$ 232472,90	\$ 241081,18	\$ 250008,21	\$ 259265,80
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 35978,64	\$ 36539,91	\$ 37109,93	\$ 37688,84	\$ 38276,79
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 289440,24	\$ 299223,37	\$ 309351,59	\$ 319837,33	\$ 330693,47
COSTOS FIJOS	\$ 120116,90	\$ 120466,38	\$ 120721,45	\$ 120875,89	\$ 120923,17
Depreciación activos de producción					

Gastos de Administración	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77	\$ 2703,77
Gastos de Ventas	\$ 37735,64	\$ 38075,26	\$ 38417,94	\$ 38763,70	\$ 39112,57
Gasto depreciación	\$ 9726,80	\$ 9814,34	\$ 9902,67	\$ 9991,79	\$ 10081,72
Gasto amortización	\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51	\$ 1395,51
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19	\$ 2430,19
PE = CF / (1 - (CV/ I)) en dólares	\$ 53991,92	\$ 54419,08	\$ 54850,09	\$ 55284,97	\$ 55723,77
PE = PE\$ / PVENTA	\$ 1941,82	\$ 1981,95	\$ 2024,52	\$ 2069,76	\$ 2117,90

Fuente: Estudio Financiero

El punto de equilibrio realizado representa el nivel mínimo de ventas para igualar los ingresos y costes totales en donde no se genera perdida ni ganancia si no que mantiene un equilibrio.

- **Resumen de la evaluación financiera**

En el resumen de la evaluación financiera se detallará cada uno de los indicadores financieros lo que permitirá concluir sobre la viabilidad del proyecto.

Tabla 113

Resumen de Indicadores

INDICADOR	VALOR	RESULTADO
Costo de Capital	12,62%	Factible
VAN	\$50.164,49	Rentable
Costo Beneficio	1,14	Factible
TIR	39.28%	Factible
PRI	2años, 3meses y 4 días	
TRM	10,41%	Aceptable

Fuente: Estudio Financiero

4.3.5. Conclusiones de la evaluación financiera

Al realizar la evaluación financiera mediante el cálculo de los indicadores financieros, que dieron resultados positivos: el VAN es \$50164.49lo que significa que es conveniente que se realice la inversión, la TIR es del 39.28%es mayor que la tasa de rendimiento medio lo que quiere decir que es factible el proyecto.

La relación costo beneficio de 1,14 lo que significa que por cada dólar que se invierte se obtiene una rentabilidad de 0.14 centavos adicionales, lo que implica un resultado favorable.

El tiempo que se estima para recuperar la inversión es de 2 años, 3 meses y 4 días lo que significa que partir de ese periodo se obtiene beneficios.

Finalmente se concluye que la Agencia Promotora de Eventos Académicos Profesionales presenta viabilidad y rentabilidad lo cual es aceptable.

CAPÍTULO VI

5. Estudio Organizacional

Introducción

El estudio organizacional establece la capacidad operativa en las entidades; por ello es importante implantar el diseño de una estructura organizacional donde se detallará las funciones, actividades, el cargo que ocupa, de acuerdo a sus destrezas y habilidades

En este capítulo se especifica aspectos significativos con respecto a la gestión organizacional en donde se define el nombre de la empresa; de la misma forma se elaborará la misión, visión, políticas, los principios y valores corporativos; que son fundamentales para el alcanzar los objetivos organizacionales.

Objetivo

Definir la filosofía empresarial mediante el estudio organizacional donde se estructurará la misión, visión, valores corporativos, políticas, y la filosofía institucional para una mejor gestión empresarial

5.1. Constitución Jurídica

La empresa iniciará con una calificación del SRI como una compañía limitada se realizará ajustes de acuerdo con disposiciones del servicio de rentas internas del Ecuador.

- **Nombre o Razón Social**

La empresa se llamará agencia de capacitación “Futura Visión” y estará a nombre de Nancy Chamorro y Samia de la Torre.

- **Figura Jurídica**

Nancy Chamorro y Samia de la Torre como representantes legales de la Agencia.

Domicilio

Está ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura. cerca de la Laguna Mall, Av. Fray Vacas Galindo.

- **Nombre de la Empresa o Razón Social**

La razón social de la empresa es un punto importante que tendrá en el mercado, para registrarlo de manera oficial cuyas características del nombre deben ser definidas de forma clara, precisa, puntual, fácil de pronunciar mediante el cual transmita una imagen significativa que llame la atención para lograr posicionamiento en la mente de los consumidores.

Para ello la Agencia Promotora de Eventos Profesionales y Académicos será denominado Agencia de capacitación “Futura visión” que refleja una nueva oportunidad que tendrán la generación de los profesionales.

- **Logotipo**



Figura 32: Logotipo de la empresa
Elaboración propia

- **Slogan**

El slogan “construimos tu futuro” representa una oportunidad de formar a profesionales, mediante la utilización de nuevos métodos de aprendizaje desarrollando sus destrezas para desenvolverse en el mundo laboral.

- **Misión**

Somos una empresa decidida a impulsar profesionales con visión, para mejorar su calidad de vida con ayuda de nuestros servicios de enseñanza a través de nuevos métodos de aprendizaje para que puedan desenvolverse en el mundo laboral y formar parte del desarrollo de nuestro país.

- **Visión**

En el 2025 ser la empresa con mayor reconocimiento a nivel nacional por el servicio de capacitación y formación de profesionales en todos los ámbitos empresariales.

- **Objetivos estratégicos**

- Elaborar y realizar planes estratégicos para la formación de profesionales.
- Captar profesionales para que formen parte de nuestras instalaciones.
- Programar eventos para capacitar en distintos ámbitos con ayuda de profesionales capacitados.
- Ayudar al desarrollo empresarial preparando de manera eficiente a los profesionales.
- Implementar la nueva tecnología para la enseñanza de los profesionales.

- **Valores corporativos**
 - **Compromiso:** Todos los trabajadores deben comprometerse a trabajar de forma eficaz para el cumplimiento de la misión y visión empresarial.
 - **Transparencia:** Todos los trabajadores deben cumplir con el reglamento tanto interno como externo y acogerse a cada una de sus cláusulas.
 - **Respeto:** Debe existir respeto entre todos los empleados independiente mente del cargo que ocupe.
 - **Puntualidad:** Todos los trabajadores deben estar a la hora acordad en sus lugares de trabajo desempeñando las funciones asignadas.

- **Políticas empresariales**
 - **Cumplimiento de la normativa:** La empresa se acatará a cada una de las normativas vigentes del país para un mejor funcionamiento.
 - **Cumplimiento de valores corporativos:** Todos los valores corporativos deben ser cumplidos de manera eficiente y puntual.
 - **Profesionalismo:** Todos los miembros deben desarrolla sus funciones de acuerdo con el cargo que desempeñen con profesionalismo empresarial y laboral.
 - **Compromiso ambiental:** Todas las actividades que realice la empresa deben ser evaluado para identificar si causa algún impacto ambiental que pueda afectar negativamente al ecosistema.

- **Organigrama estructural**

Permite graficar los niveles jerárquicos y las responsabilidades de una empresa por medio de organigramas

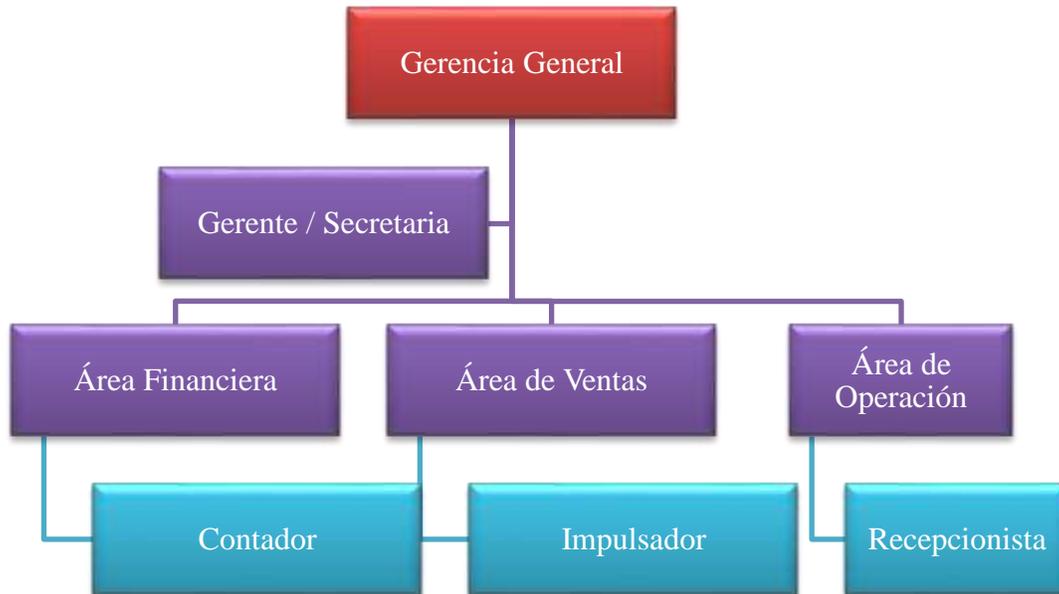


Figura 33: Organigrama Estructural de la Agencia

7.10. Organigrama funcional

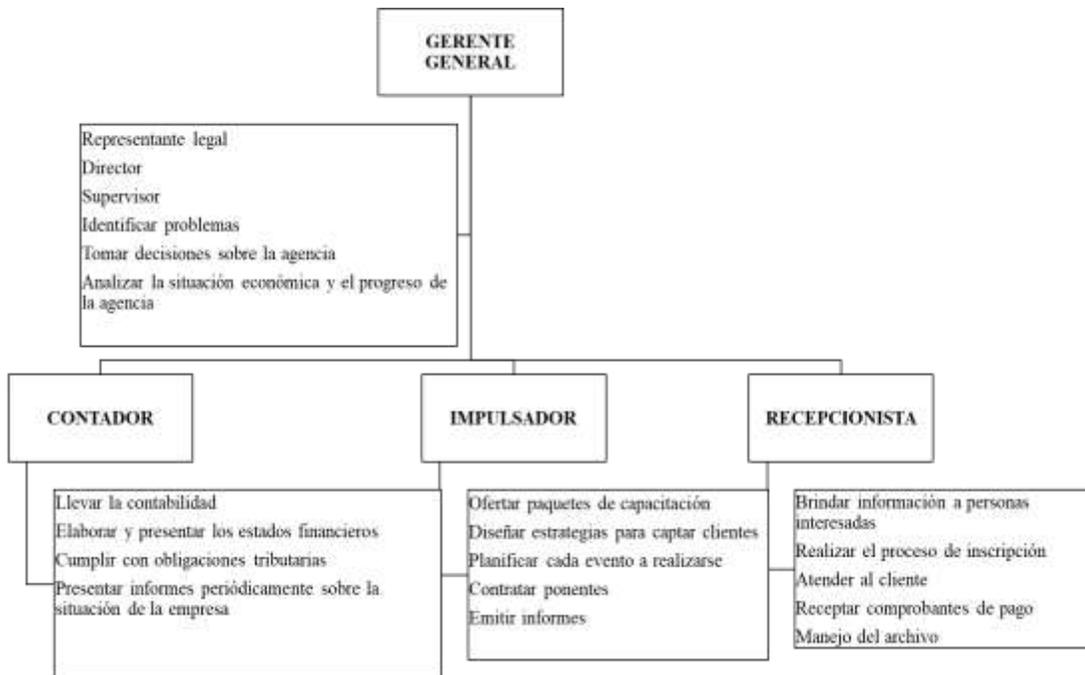


Figura 34: Organigrama de Funciones

- **Manual de funciones**

- **Funciones del Gerente**

Área: Administrativo	<div style="text-align: center;">  <p>Futura Visión AGENCIA DE CAPACITACIÓN</p> </div>	
Cargo: Gerente		
Misión		
Liderar, administrar la agencia con responsabilidad mediante el cumplimiento de objetivos, valores éticos, políticas y normas establecidas para mantener un perfil adecuado y el desempeño de sus actividades.		
Perfil		
<ul style="list-style-type: none"> - Ing. Administrador de empresas - Cursos de Auditoría - Título de Contabilidad y Auditoría - Título de cuarto nivel - Experiencia de 3 años 		
Capacitación		
<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Tributaria - Contabilidad 		
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> - Dirigir, planificar, administrar las actividades de la Agencia - Velar por el bienestar y marcha de la Agencia - Mantener un buen ambiente laboral con todas las áreas de trabajo - Buscar nuevos proyectos que beneficie a la Agencia - Tomar decisiones oportunas para el crecimiento de la empresa - Examinar los estados financieros y optimizar recursos - Buscar el crecimiento de los trabajadores para su buen desempeño laboral - Supervisar las áreas de trabajo - Cumplir con los objetivos estratégicos - Tener claro la misión y visión de la empresa 		
Elaborado por	Revisado por:	Autorizado por:

- **Funciones del Contador**

Área: Financiera		
Cargo: Contador		
Misión		
Brindar la información contable útil y confiable mediante los estados financieros siguiendo los valores éticos para la toma de decisiones.		
Perfil		
<ul style="list-style-type: none"> - Ing. Contabilidad y Auditoría - Cursos de Tributaria - Ing. Administrador de empresas - Cursos de Auditoría - Lic. Contabilidad y Auditoría - Experiencia 3 años 		
Capacitación		
<ul style="list-style-type: none"> - Auditoría - Tributaria - Leyes y normativas - Ética 		
Reporta a:	Gerente/ Finanzas	
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> - Mantener actualizados los libros de contabilidad - Tener la información contable al día de todas las actividades realizadas en el sistema. - Preparar y presentar los estados financieros periódicamente - Realizar las declaraciones tributarias - Contar con los documentos físicos de las obligaciones tributarias realizadas del SRI, IESS y archivarlas. 		
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

- **Funciones del impulsador**

Área: Ventas	<div style="text-align: center;">  <p>Futura Visión AGENCIA DE CAPACITACIÓN</p> </div>	
Cargo: Impulsador		
Misión		
Establecer las estrategias de marketing para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de nuestros clientes.		
Perfil		
<ul style="list-style-type: none"> - Ing. Marketing - Cursos de mercadeo y venta - Ing. Comercial - Experiencia 2 años 		
Capacitación		
<ul style="list-style-type: none"> - Ventas - Diseñador - Administrador 		
Reporta a:	Departamento de Ventas/ Gerencia	
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> - Oferta y ofrece los paquetes de las capacitaciones a realizarse - Implementa estrategias de Marketing para atraer más clientes. - Planifica los eventos a realizarse y contrata los respectivos ponentes - Elabora informes mensuales de todos los eventos realizados 		
Elaborado por:	Revisado por	Autorizado por:

- **Funciones del recepcionista**

Área: Operación		
Cargo: Recepcionista		
Misión		
Realizar su trabajo con eficiencia y eficacia siguiendo los valores éticos de la Agencia para brindar un excelente servicio a los clientes.		
Perfil		
<ul style="list-style-type: none"> - Ing. secretaria/Recepcionista - Cursos de Atención al cliente - Buena presencia - Experiencia 1 año 		
Capacitación		
<ul style="list-style-type: none"> - Recepcionista - Ética 		
Reporta a	Secretaria /Gerente	
Funciones		
<ul style="list-style-type: none"> - Atiende al cliente con respeto y amabilidad - Brinda la información de los eventos a realizarse - Realiza el proceso de inscripción - Receipta los comprobantes de pago - Archiva todos los documentos - Atiende el teléfono 		
Elaborado por:	Revisado por:	Autorizado por:

- **Reglamento Interno (anexo)**

La agencia promotora de evento profesionales y académicos “Futura Visión” presenta el reglamento interno con el fin de crear normas, reglas que beneficien a la empresa siguiendo estrictamente las disposiciones del Código de Trabajo.

1. Objetivo

El presente reglamento Interno tiene como objetivo principal establecer normas, procedimientos laborales conforme a las disposiciones legales del Código de Trabajo.

2. Ámbito de aplicación

La aplicación y cumplimiento del reglamento interno es obligatoria para todos los trabajadores, empleadores que laboren en la Agencia de capacitación “Futura Visión”

3. Representante Legal

El representante legal es la autoridad de la empresa es el encargado de liderar, dirigir y tomar decisiones que ayuden al crecimiento de la empresa, así como también velar por el bienestar de sus empleados cumpliendo las leyes vigentes.

4. Selección y Contratación del Personal

Los aspirantes o candidatos serán elegidos y ubicados acorde a la educación, conocimientos, habilidades y aptitudes.

El contrato se realizará de forma escrita, cumpliendo estrictamente con las disposiciones legales.

5. Jornada de Trabajo, Asistencia de los Trabajadores

La jornada será acorde a lo establecido al código de trabajo:

Art. 47.- De la jornada máxima. - La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

La asistencia de los trabajadores será registrada mediante un sensor de huella digital que lo harán antes de entrar al trabajo de igual forma cuando haya culminado con su labor, en caso de impuntualidad serán sancionados.

6. Obligaciones del empleador

De acuerdo con el Código de Trabajo: Art. 42.- Las Obligaciones del empleador:

- Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
- Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de Cuando el trabajador se separe definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado
- Atender las reclamaciones de los trabajadores
- Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador

- Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables.
- Conceder tres días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente
- Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social.

7. Prohibiciones al empleador

De acuerdo con el Código de Trabajo Art 44: Prohíbese al empleador:

- Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo.
- Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración.
- Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca.

8. Obligaciones del trabajador

De acuerdo con el Código de Trabajo Art. 45.- Las obligaciones del trabajador son:

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.

- Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
- Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores.
- Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades.

9. Prohibiciones del Trabajador

De acuerdo con el Código de Trabajo Art. 46.- Las prohibiciones del trabajador son:

- Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo.
- Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados.
- Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes.
- Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva.
- Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador.
- Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados.
- Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa.
- Abandonar el trabajo sin causa legal.

Código de ética (Anexo)

La Agencia Promotora de Eventos profesionales y académicos “Futura Visión” socializa el código de ética con el fin de construir excelentes trabajadores en su ámbito profesional y personal al efectuar las actividades laborales con responsabilidad y transparencia.

1. Alcance

La aplicación y cumplimiento de este código es obligatoria para todos los trabajadores que laboren en la Agencia de capacitación “Futura Visión”.

2. Principios

- **Desarrollo y bienestar del personal:** Asegurar el bienestar de todos los trabajadores en un buen ambiente laboral y contribuir con su crecimiento profesional mediante el entrenamiento mutuo para su formación.
- **Calidad:** Satisfacer a nuestros clientes y al personal a través de la mejora continua de nuestros servicios para lograr la eficiencia y eficacia
- **Trabajo en Equipo:** Todos los trabajadores deben cooperar conjuntamente en las actividades laborales para alcanzar el mismo objetivo.
- **Compromiso con el medio ambiente:** Todas las actividades que realice la empresa deben ser evaluado para identificar si causa algún impacto ambiental que pueda afectar negativamente al ecosistema.

3. Valores

- **Compromiso:** Todos los trabajadores deben comprometerse a trabajar de forma eficaz para el cumplimiento de la misión y visión empresarial.

- **Transparencia:** Todos los trabajadores deben cumplir con el reglamento tanto interno como externo y acogerse a cada una de sus cláusulas.
- **Respeto:** Debe existir respeto entre todos los empleados independiente mente del cargo que ocupe.
- **Puntualidad:** Todos los trabajadores deben estar a la hora acordada en sus lugares de trabajo desempeñando las funciones asignadas.

4. Compromisos

- Cumplir con las normativas, reglamentos para el buen funcionamiento de la Agencia.
- Todos los trabajadores desarrollarán sus actividades en función a los principios éticos y transparencia.
- La igualdad de oportunidades será para todos los trabajadores sin discriminación alguna.

5. Disposición Final

El presente código de ética debe ser cumplido por todo el personal y su vigencia será a partir de su suscripción y aprobación por parte del directorio de la Agencia capacitadora “Futura Visión”.

- **Objeto Lícito**

- **Requisitos Legales para el Funcionamiento**

En el presente proyecto se ha definido, bajo el dominio de una compañía limitada de acuerdo con el con el Art. 92 de la Ley de Compañías que dice:

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individual”

Además, el Art. 95 dice de la Ley de Compañías nos dice que “no podrá exceder del número de quince, si excediera deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse”

Los requisitos y procedimiento de constitución de una compañía limitada son los siguientes:

1. Se revisa el nombre y su disposición en la Superintendencia de Compañías
2. Se elabora el estatuto social para la compañía legalizado por un abogado
3. Apertura de cuenta de capital, juntamente con la carta de los socios y fotocopias de la cédula de identidad
4. Se acude ante una notaría con la reserva del nombre, la cuenta de capital y la minuta o estatuto social de la compañía
5. Se presenta los documentos en la Superintendencia de compañías
6. Revisar las resoluciones de aprobación de la Superintendencia de compañías
7. Recibir 4 copias de la resolución por parte de la Superintendencia de compañías y publicar una de ellas en un diario de circulación nacional
8. A partir de la constitución de la compañía se procede a inscribir a la compañía en el Registro de la propiedad siendo necesario
 - a) Nombrar el representante legal de la compañía limitada, así como a los miembros de la junta general de accionistas
 - b) Presentar 3 testimonios del estatuto social de constitución
 - c) Presentar el certificado de publicación de la resolución de la Superintendencia de compañías
9. Se apertura el RUC online.

10. Permiso de funcionamiento

- a) Fotocopia del RUC
- b) Permiso de bomberos
- c) Correo electrónico vigente

11. Obtener permisos municipales

12. Para obtener la licencia anual de funcionamiento de agencias:

- a) Solicitud de certificación de uso de suelos al Director de Planificación y

Ordenamiento territorial

- b) Fotocopia del RUC
- c) Fotocopia de cédula y papeleta de votación del representante legal
- d) Croquis de ubicación
- e) Fotocopia del pago de la patente municipal
- f) Fotocopia del registro otorgado por el ministerio de turismo
- g) Hoja de requerimientos

• **Registro Patronal**

Registro patronal en el sistema de historia laboral: (solicitud de clave para Empleador)

1. Ingresar a la página web www.iess.gob.ec / Empleadores / Registro de nuevo empleador / Registro de nuevo empleador /
2. Escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico)
3. Ingresar los datos obligatorios que tienen asterisco,
4. Digitar el número de RUC y en caso de empleador doméstico digitar número de cédula,
5. Seleccionar el tipo de empleador y registrar los campos que solicita el sistema

6. En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualiza el botón imprimir solicitud de clave.
7. Imprimir el formulario de solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.

Requisitos Obligatorios:

- Cédula de Identidad
- Formulario de solicitud de clave patronal
- Nombramiento liquidador
- Acuerdo de uso de la información
- Nombramiento de representante legal
- Registro único de contribuyentes (RUC)

CAPÍTULO VI

6. VALIDACIÓN

Introducción

El desarrollo del proyecto en mención tiene como objetivo determinar la viabilidad de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, tomando en cuenta diferentes factores las cuales pueden influir significativamente en el proceso.

Objetivo

Validar el estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura por medio de una matriz de evaluación.

6.1. Equipo de trabajo

Las personas que ayudaron a la realización de este proyecto es el equipo de trabajo que a su vez está compuesto por docentes técnicos y un docente director; los cuales tenían como principal tarea validar y evaluar los resultados, y las personas responsables calificadas como autoras de dicha propuesta, a continuación, se muestra el equipo de trabajo.

Tabla 114
Equipo de Trabajo

DOCENTES TÉCNICOS
Dr. Vinicio Sarauz Dr. Eduardo Lara
DOCENTE TUTORA
Ing. Gabriela Arciniegas
AUTORES
Nancy Chamorro Samia de la Torre

Fuente: Oficio xxx-HCD

6.2. Método de verificación

Para la verificación se hizo uso de la matriz de evaluación mediante la cual se detalla cada uno de los términos anclados a la validación y los resultados obtenidos para medir el grado de factibilidad de la propuesta.

6.2.1. Factores para validar

Tabla 115
Factores para Validar

CAPÍTULO	FACTOR PARA VALIDAR
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	Sustento técnico de la investigación
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	Tipo, métodos y técnicas de investigación
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	Planteamiento de oportunidad diagnóstica
	Identificación de la demanda potencial
ESTUDIO DE MERCADO	Análisis del balance Oferta-Demanda
	Planteamiento de Estrategias de Comercialización

ESTUDIO TÉCNICO	Análisis de Micro localización Selección y justificación de la capacidad instalada Planteamiento de ingeniería del proyecto Determinación de Inversión para el proyecto
ESTUDIO FINANCIERO	Indicadores financieros/ Resultados
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	Estructura organizacional

Fuente: Estudio Organizacional

6.3. Método de calificación

La calificación se la realizara por medio de los siguientes términos:

- **Factible:** Significa que la propuesta presentada es viable y rentable, por lo tanto, se ha sustentado en la investigación probando así su validez y pertinencia.
- **Medianamente Factible:** Significa que existen aspectos que se pueden mejorar en el proyecto o tienen debilidades que no constituyen un riesgo alto para el proyecto.
- **No Factible:** Significa que el proyecto no presenta resultados adecuados y positivos que garanticen la viabilidad y rentabilidad del mismo.

6.4. Rango de interpretación

Se asignará una calificación o porcentaje el cual permite validar el proyecto de manera general

Tabla 116
Rangos de Interpretación

CRITERIOS	CALIFICACIÓN
FACTIBLE	100% - 90%
MEDIANAMENTE FACTIBLE	89,99% - 70%
NO FACTIBLE	Menor a 70%

Fuente: estudio Organizacional

Los capítulos del presente proyecto serán calificados por medio de un porcentaje de acuerdo a al grado de importancia, para que al finalizar se obtenga un resultado que permita identificar la factibilidad del mismo.

Tabla 117
Porcentajes de Calificación

FACTORES	PORCENTAJE
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%
ESTUDIO DE MERCADO	20%
ESTUDIO TÉCNICO	20%
ESTUDIO FINANCIERO	20%
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%
TOTAL	100%

Fuente: Estudio Organizacional

6.5. Resultados

A continuación, se observará la tabla mediante la cual el equipo de trabajo asignará una calificación obtenido mediante el estudio o análisis de los resultados del proyecto, esta tabla tendrá la denominación de matriz de verificación.

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
VALIDADO POR: Lcda. Gabriela Arciniegas					
FECHA:					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	9	9%	
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	9,5	9,5%	
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	9	9%	
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	8,5	17%	
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	8,5	17%	
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	9	18%	
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	9	9%	
TOTAL		100%		88,5%	
FIRMA					

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
VALIDADO POR: Dr. Vinicio Saráuz					
FECHA:					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	9%		
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	9%		
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	8%		
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	18%		
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	17%		
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	18%		
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	8%		
TOTAL		100%	87%		
FIRMA					

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
VALIDADO POR: Dr. CPA Eduardo Lara V. MSc.					
FECHA: 29/09/2020					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	14,29	9		
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	14,29	9		
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	14,29	9		
IV	ESTUDIO DE MERCADO	14,29	9		
	ESTUDIO TÉCNICO	14,29	9		
	ESTUDIO FINANCIERO	14,29	9		
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	14,29	9		
TOTAL		100			
FIRMA					

6.6. Calificación e Interpretación

CONCLUSIONES

- La fundamentación teórica contribuyó significativamente para la investigación y análisis de los temas tratados.
- En el estudio de mercado se pudo determinar la oferta, demanda mediante la recolección de datos como encuestas entrevistas lo que permitió conocer las personas que si están dispuestas a recibir el servicio de las capacitaciones lo que demuestra que el proyecto es aceptable en el mercado.
- Mediante el estudio técnico se pudo determinar la localización de la Agencia Promotora de Eventos Académicos y Profesionales, se verificó la disponibilidad de insumos, proveedores que satisfagan la necesidad de equipamientos y materiales; asimismo se estableció la capacidad instalada de 4320 personas al año es decir atenderá a 120 personas diarias, los eventos se realizarán 3 veces al mes dando como resultado 36 eventos anuales.
- A través del estudio financieros, se pudo determinar la factibilidad del proyecto, donde los estados financieros se proyectaron para 5 años, como resultado se obtuvo un VAN positivo de \$ 50.164,49 lo que significa que conviene realizar la inversión. La relación costo beneficio de 1,14 lo que significa que por cada dólar que se invierte se obtiene una rentabilidad de 0.14 centavos adicionales, lo que implica un resultado favorable. El periodo de recuperación PRI de 2 años, 3 meses y 4 días lo que significa que partir de ese periodo se obtiene beneficios.

- Para el estudio organizacional se estableció el nombre de “Futura visión” que refleja una nueva oportunidad que tendrá la generación de los profesionales, en los cuales se determinó la filosofía de la empresa, los valores corporativos, misión, visión y políticas.
- Se concluye que la Agencia Promotora de Eventos Académicos Profesionales presenta viabilidad y rentabilidad lo cual es aceptable en el mercado.

RECOMENDACIONES

- Para obtener información en el marco teórico se debe utilizar fuentes bibliográficas de artículos, libros; que sustente la investigación y poder desarrollar el proyecto.
- Adoptar las estrategias de marketing para poder posicionarnos en el mercado y poder llegar a la mente de los consumidores.
- A través del estudio técnico tomar en cuenta los aspectos operativos para el uso eficiente de los recursos disponibles.
- Verificar mensualmente los flujos de los efectivos y estados de resultados para corroborar que el proyecto esté caminando conforme a lo planeado.
- Es importante desarrollar la estructura organizacional y conocer los miembros con los que se va a trabajar; para ello se debe establecer adecuadamente las respectivas normas, funciones, políticas, misión, visión. objetivos que definen el perfil de la agencia.
- Invertir en el proyecto ya que es factible desde el punto de vista financiero

BIBLIOGRAFÍA

Recuperado de [https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-](https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Documento-Proyecto-Casa-para-Todos-vf.pdf)

[content/uploads/downloads/2019/02/Documento-Proyecto-Casa-para-Todos-vf.pdf](https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Documento-Proyecto-Casa-para-Todos-vf.pdf)

Recuperado de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf)

[inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf)

Recuperado de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf)

[content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf)

Recuperado de [http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/166821-poblaci%C3%B3n-de-quito-ecuador-2019-n%C3%BAmero-actual-de-habitantes-de-quito)

[ciencia/166821-poblaci%C3%B3n-de-quito-ecuador-2019-n%C3%BAmero-actual-de-](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/166821-poblaci%C3%B3n-de-quito-ecuador-2019-n%C3%BAmero-actual-de-habitantes-de-quito)

[habitantes-de-quito](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/166821-poblaci%C3%B3n-de-quito-ecuador-2019-n%C3%BAmero-actual-de-habitantes-de-quito)

Recuperado de <https://ecuadorec.com/numero-habitantes-ecuador-poblacion/>

Merino, M., Pintado, T., Sánchez, Y., Grande, E. (2015). *Introducción a la Investigación de mercados*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL

Sampieri, R., Fernández, Y., Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. ISBN: 978-1-4562-2396-0

Maya, E. (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación*. ISBN: 978-97032-5432-3

Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Opción*, 31(1), 1137-1156

Menchú, N. (2017). Creación de 3 Fichas de Observación Para el Acompañamiento

Pedagógico Dirigido a 10 Directores del Sector 08 03-10 del Municipio de San Francisco

El Alto, del departamento de Totonicapán (tesis de maestría). Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media, Guatemala

Brume, M. (junio, 2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. *Espacio*. Recuperado de

<https://www.revistaespacios.com/a17v38n51/17385120.html>

Secretaría Técnica del sistema Nacional de Cualificaciones. (2018). Recuperado de <http://www.cualificaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/10/Instructivo-Aplicacio%CC%81n-Norma-Te%CC%81cnica-Calificacio%CC%81n-de-operadores-de-capacitacio%CC%81n-profesional.pdf>

Gobierno Descentralizado de San Miguel de Ibarra. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra. (2016). Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal De San Miguel De Ibarra (2015). *Actualización Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial Del Cantón Ibarra 2015-2023*. Recuperado de <http://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Cantonal/PDOT%20IBARRA>

Secretaría Técnica Planifica-Ecuador. Zona de Planificación 1 – Norte. Recuperado de <https://www.planificacion.gob.ec/zona-de-planificacion-1-norte/>

INEC-Boletín Técnico. (2019). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), Junio 2019. Recuperado de

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/Boletin_tecnico_pobreza_y_desigualdad_junio_2019.pdf

Banco Central del Ecuador. (2019). Reporte mensual de Inflación. Recuperado de

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201910.pdf>

INEC. (2019). Directorio de Empresas y Establecimientos. Recuperado de

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Boletin_Tecnico_DIEE_2017.pdf

Paula, A. (2017). La capacitación constante como eje de la competitividad. Recuperado de

<https://mba.americaeconomia.com/articulos/columnas/la-capacitacion-constante-como-eje-de-la-competitividad>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

ENCUESTA

Esta es una encuesta con fines informativos, por lo que agradecemos su honestidad, y le recordamos que es completamente anónimo. La encuesta gira entorno a la creación de una agencia promotora de eventos académicos profesionales.

Objetivo:

Determinar el acogimiento que tendrá la creación de una agencia promotora de eventos académicos profesionales por parte de los profesionales dentro de la ciudad de Ibarra.

Instrucciones

Marque con una X la opción que usted considere.

- Género
 - Masculino
 - Femenino
- Rango de Edad
 - 25-35
 - 36-45
 - 46-55
 - Más de 56
- 1. **¿Posee usted un título de tercer nivel?**
 - Si
 - No
- 2. **¿Cuál es el cargo que ocupa en la empresa?**
 - Administración
 - Economía
 - Contabilidad
 - Salud
 - Idiomas
 - Finanzas

- Talento Humano
- Marketing
- Otros ¿Cuáles? _____

3. ¿Cómo usted refuerza su nivel de conocimiento?

- Educación Autónoma
- Continua con sus estudios superiores
- Capacitaciones
- Otros ¿Cuáles? _____
- Ninguno

Nota: Si su respuesta es positiva continúe con la encuesta, si su respuesta es negativa muchas gracias por su colaboración.

4. ¿Para actualizar sus conocimientos, usted donde se capacita?

- En la ciudad ¿Dónde? _____
- Fuera de la provincia /ciudad
- En el exterior
- De manera Virtual

5. ¿Cuántas veces al año usted se capacita

- Una vez al año
- De 2 a3 veces al año
- Más de 3 veces al año

6. ¿Cuánto invierte por capacitaciones al año? Tome en cuenta solo el valor de la capacitación/curso.

- Menos de 500 dólares
- 500 a 1000 dólares
- 1001 a 2000 dólares
- Más de 2000 dólares
- Nada son gratuitos

7. ¿Usted estaría dispuesto a participar en eventos profesionales de alto nivel en la ciudad con ponentes nacionales e internacionales?

- Si
- No

8. ¿Qué tiempo cree usted que seria conveniente que dure este tipo de eventos? y ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un evento de tres días con ponentes nacionales e internacionales incluido servicios adicionales?

TIEMPO	COSTO 1	COSTO 2	COSTO 3

1-3 DÍAS		250-350		351-450		MÁS DE 450	
4-6 DÍAS		300-400		401-500		MÁS DE 500	
MÁS DE 6 DÍAS		350-450		450-550		MÁS DE 550	

9. ¿Qué servicios considera importantes al momento de asistir a un evento de esta índole? Califique del 1 al 5, siendo el 1 el menos importante y el 5 el más importante.

- Conexiones Eléctricas e internet
- Servicios de alimentos y bebidas
- Material
- Instalaciones apropiadas
- Resolución de dudas

10. ¿Qué tipo de temas le gustaría que se trate en los eventos?

- Administrativo, económico y financiero
- Científicos e investigación
- Políticos
- Salud
- Finanzas
- Innovación y tecnología
- Otros; ¿Cuáles? _____

11. ¿Por qué medios le gustaría enterarse de este tipo de eventos?

- Redes sociales
- Radio o televisión
- Periódicos y revistas
- Otros; ¿Cuáles? _____

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

“Lo único imposible es aquello que no intentas”

Anexo 2: Entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ENTREVISTA

Integrantes: Chamorro Nancy

De La Torre Samia

Fecha: 29/07/2020

Lugar: Ibarra

Entrevistado: Ing. Luis Alberto Acosta Estrada Gerente de la Uemprende

Tema de Tesis: Estudio de Factibilidad para la Creación de una Agencia Promotora de Eventos Profesionales Académicos en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1. ¿Cuenta con una planificación de cuántas capacitaciones da a la Universidad?

desde el 2018 hasta la presente fecha, no se han realizado capacitaciones con la Universidad, pero se mantiene un convenio con la UTN para los cursos de inglés de los estudiantes de las diferentes carreras.

2. ¿Cuál es el promedio de costos de las capacitaciones?

Entre 40,00 y 80,00 dólares un curso de 40 horas, dependiendo de los materiales que requieran utilizar.

3. ¿Qué tiempo promedio dura de las capacitaciones que ofrecen en la Universidad?

Entre 40 horas y 120 horas, mientras que el curso de larga duración como auxiliares de enfermería es de 900 horas.

4. ¿Hacia qué ramas de estudio van dirigidas las capacitaciones?

Depende las necesidades del cliente, las cuales pueden ir desde el área educativa, administrativa, salud, gastronomía, etc.

5. ¿En qué rama de estudio hay la mayor oferta de las capacitaciones que brindan a la Universidad?

En las áreas de inglés y educación.

6. ¿Cuántos participantes promedio hay en las capacitaciones?

Un estimado de 30 participante por curso.

7. ¿Cuál es el presupuesto para las capacitaciones? y ¿cuánto gasta al realizar las capacitaciones?

El presupuesto se trabaja en base a las necesidades de los clientes, por cuanto la empresa persigue la rentabilidad por servicios de logística y gestión de entre el 25% y 30% del total de ingresos por curso.

8. ¿Cuánto es la duración de las capacitaciones?

El tiempo lo determina cada capacitación por su particularidad pueden ser:

- Cortas de 8h a 119h
- Media de 120h a 359h
- Larga a partir de las 360h

Estos datos constan en el instructivo de la secretaría del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.

Anexo 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ENTREVISTA



Integrantes: Chamorro Nancy

De La Torre Samia

Fecha: 29/07/2020

Lugar: Ibarra

Entrevistado: Ing. Luis Alberto Acosta Estrada Gerente de la Uemprende

Tema de Tesis: Estudio de Factibilidad para la Creación de una Agencia Promotora de Eventos Profesionales Académicos en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1. ¿Cuenta con una planificación de cuántas capacitaciones da a la Universidad?

desde el 2018 hasta la presente fecha, no se han realizado capacitaciones con la Universidad, pero se mantiene un convenio con la UTN para los cursos de inglés de los estudiantes de las diferentes carreras.

2. ¿Cuál es el promedio de costos de las capacitaciones?

Entre 40,00 y 80,00 dólares un curso de 40 horas, dependiendo de los materiales que requieran utilizar.

3. ¿Qué tiempo promedio dura de las capacitaciones que ofrecen en la Universidad?

Entre 40 horas y 120 horas, mientras que el curso de larga duración como auxiliares de enfermería es de 900 horas.

4. ¿Hacia qué ramas de estudio van dirigidas las capacitaciones?

Depende las necesidades del cliente, las cuales pueden ir desde el área educativa, administrativa, salud, gastronomía, etc.

5. **¿En qué rama de estudio hay la mayor oferta de las capacitaciones que brindan a la Universidad?**

En las áreas de inglés y educación.

6. **¿Cuántos participantes promedio hay en las capacitaciones?**

Un estimado de 30 participante por curso.

7. **¿Cuál es el presupuesto para las capacitaciones? y ¿cuánto gasta al realizar las capacitaciones?**

El presupuesto se trabaja en base a las necesidades de los clientes, por cuanto la empresa persigue la rentabilidad por servicios de logística y gestión de entre el 25% y 30% del total de ingresos por curso.

8. **¿Cuánto es la duración de las capacitaciones?**

El tiempo lo determina cada capacitación por su particularidad pueden ser:

- Cortas de 8h a 119h
- Media de 120h a 359h
- Larga a partir de las 360h

Estos datos constan en el instructivo de la secretaría del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.



Anexo 4



Anexo 5



Anexo 6



Nuevo

Mesa Redonda Plegable De 150 Cm 

U\$S 100

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósitos bancarios, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quilín, Piedras Blancas (Quilín)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad  [Ver disponibilidad](#)

Comprar

Anexo 7



Nuevo

Kit Dahua 8 Camaras + Xvr 8 Canales + Disco 2tb + Accesorios 

U\$S 497

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósitos bancarios, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quilín, Piedras Blancas (Quilín)
[Ver costos de envío](#)

Único disponible

Comprar

Anexo 8



Nuevo

Extintor Recargable 20 Libras Abc Portatil 

U\$S 34⁹⁹

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósitos bancarios, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quilín, Piedras Blancas (Quilín)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad  [Ver disponibilidad](#)

Comprar

Anexo 9



Anexo 10



Anexo 11



Anexo 12



Nuevo - 628 vendidos

Mesa Plegable Color Blanco Mas 4 Sillas Plegables

U\$S 45

 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Pichincha (Guayaquil)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (340 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 13



Nuevo - 44 vendidos

Parlante Amplificado 65.000w Sonic Ultra +pedestal +microfon

U\$S 145⁹⁹

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Pichincha (Guayaquil)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (10 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 14



Nuevo - 12 vendidos

Micrófono Inalámbrico Sonic Profesional

U\$S 59

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Pichincha (Guayaquil)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (3 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 15



Nuevo - 1 vendido

Escritorio Moderno Minimalista

U\$S 119

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha | Quito |
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (99 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 16



Nuevo

Venta De Archivadores Metálicos De 4 Gavetas

U\$S 125

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Píezro Montano, Pichincha | Quito |
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (21 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 17



Nuevo - 289 vendidos

Silla Giratoria De Oficina Hogar Con Malla Comoda Ergonomica

U\$S 52⁹⁹

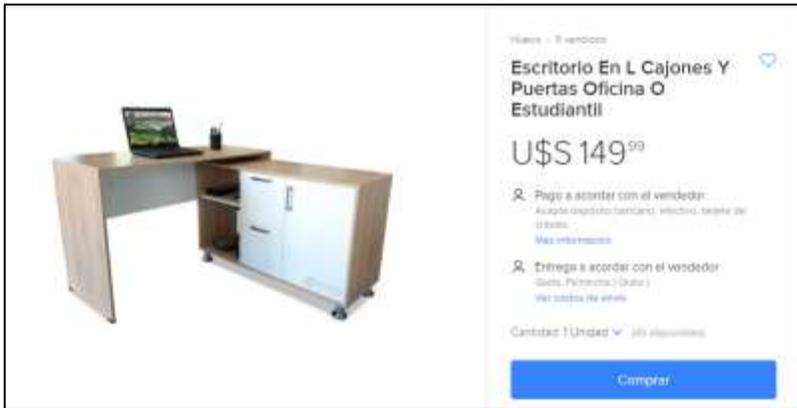
 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Cayambe, Azuay
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (16 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 18



Anexo 19



Anexo 20



Anexo 21

COMBO PROFESIONAL

Tienes tu negocio y necesitas presencia Online, entonces este es tu plan ideal.

- Web Profesional + adaptación móvil - 1 Formulario de Contacto
- Banner de inicio / Slider 5 imágenes - Botones Redes Sociales - Informador de Contacto
- 10 Correos Corporativos - Dominio.com 1 año Gratis - Hosting 1 año Gratis
- 5 Secciones (Menú) - Botón Rotante de WhatsApp para Chat
- Chat en página web más App de chat - Soporte / Ayuda mejoramiento 24/7
- Administrador Hosting - (Logo e imágenes las envía el Cliente)

\$180.00 / UN SOLO PAGO

PEDIR AHORA



Servicio gratis hasta 

Anexo 22

COSTO POR RADIO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA		
PROVINCIA	RADIO	VALOR DE CUÑAS
Imbabura	Radio América	\$ 28,64
	La Deportiva	\$ 15,00
	Exa Ibarra	\$ 5,28
	Canela	\$ 32, 26

Anexo 23



Nuevo

Computador Completa Teletrabajo Cpu Core i5 8400

U\$S 578

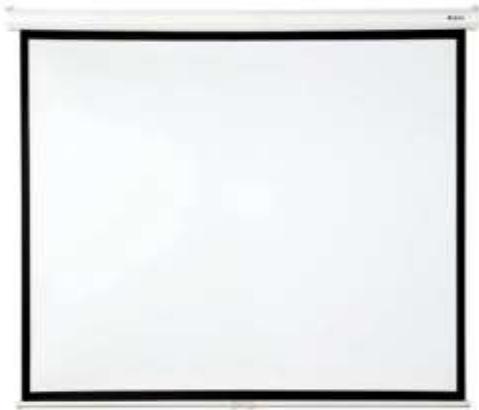
 Pago a acordar con el vendedor
Acepto depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Color: stock

Cantidad: 1 Unidad último disponible

Anexo 24



Nuevo - 85 vendidos

Pantalla De Proyeccion Loch Ms84b 177x134 Manual Enrollable

U\$S 79⁹⁹

 Pago a acordar con el vendedor.
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor.
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (7 disponibles)

[Comprar](#)

Anexo 25



Nuevo - 5 vendidos

Proyector Epson S41 De 3300 Lumenes

U\$S 455

 Pago a acordar con el vendedor.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor.
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Único disponible!

[Comprar](#)

Anexo 26



The image shows a product listing for a silver HP laptop. On the left is a photograph of the laptop open, displaying the Windows 10 desktop. On the right, the listing details are as follows:

- Condition: **Nuevo** - 12 vendidos
- Product Name: **Laptop Hp Corei5 Decima Generacion Nueva**
- Price: **U\$S 670**
- Payment: **Pago a acordar con el vendedor** (with a link for *Más información*)
- Delivery: **Entrega a acordar con el vendedor** (with subtext *Quayipal, Quayipal* and a link for *Ver costos de envío*)
- Color: **Gris**
- Quantity: **Cantidad: 1 Unidad** (with a dropdown arrow and *12 disponibles*)
- Button: **Comprar**

Anexo 27: Capacidad de pintura



The image shows a web-based paint calculator interface for the brand UNIDAS. The interface includes a sidebar with navigation options and a main calculation area.

UNIDAS
Tus colores por más tiempo

CALCULADORA
INGRESA LAS MEDIDAS DEL AREA DONDE SE PINTARÁ

PRODUCTO ACQUA	SUPERFICIE REPINTADO
AMBIENTE INTERIOR O EXTERIOR	ACABADO LISO
TIPO DE COLOR MISMO COLOR	MÉTODO DE APLICACIÓN BROCHA O RODILLO
ALTO (Metros) 8	ANCHO (Metros) 300

CALCULAR

RESULTADO

 499.20 LITROS	 124.80 GALONES	 24.96 CANECAS
--	---	--

Anexo 28: Cotizaciones

DECORATIVO	PRECIOS				
	CUÑETE	CANECON (4.1g)	BALDE	GALON	1/4 GALON
PINTURAS BASE AGUA PARA USO INTERIOR					
Vivites*	243,300	199,900	123,400	49,900	13,550
Acritex*	281,700			59,300	18,900
Acritex Baños & Cocinas*				79,300	19,800
Intervino*	160,900		84,730	34,300	11,300
Pinturama*	84,500		42,300	16,950	
Fondo para colores Intermax				34,300	11,300
Casita	138,900			32,600	10,200
PINTURAS BASE AGUA PARA USO EXTERIOR					
Koraza *	289,000	237,900	146,900	59,500	18,400
Koraza Plástica*	309,600		158,200	63,900	
Koraza Doble Vida*	335,300		171,200	70,600	
ESMALTES					
Esmalte Pintulux				59,900	18,400
Esmalte Doméstico Aluminio P - 133				63,900	19,400
Esmalte Doméstico				48,900	14,900
Esmalte Doméstico Dorado 112228				56,900	17,200
Esmalte Doméstico Mate Blanco, Mate Negro, Semibrillante Blanco				52,900	16,500
Esmalte Acualux				59,900	18,400
Esmalte Papagayo				59,800	18,900

Anexo 29: Divisiones de oficina



Nuevo - 41 vendidos

Divisiones Modulares

U\$S 85

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 Unidad (29 disponibles)

Comprar

Anexo 30: Arriendo

The screenshot shows an OLX listing for office rental. The main image is a large, empty office space with wood-paneled walls and a polished floor. To the right of the image, the price is listed as \$ 800. Below the price, the text reads: "Arriendo oficinas en Ibarra cerca a la Laguna Mall 520 m2 Ibarra, Imbabura, Ecuador". The listing was posted 17 days ago. Below the main image, there are several smaller thumbnail images showing different views of the office. To the right of the thumbnails, there is a section for the seller, "Rocio Quiroz", who is a member since August 2020. There is a button to "Chatea con el vendedor" and a link to "Mostrar número". Below this, there is an advertisement for "OLX AUTOS" with a "COTIZA AQUÍ" button.

Anexo 31: Urkund

The screenshot shows the Urkund document analysis report. The report is titled "Document Information" and contains the following details:

- Analyzed document:** TRABAJO FINAL - FACTIBILIDAD CHAMORRO - DE LA TORRE (2).docx (D85709059)
- Submitted:** 11/17/2020 4:51:00 PM
- Submitted by:** nachamorro@utn.edu.ec
- Submitter email:** nachamorro@utn.edu.ec
- Similarity:** 8%
- Analysis address:** mgarciniegas.utn@analysis.orkund.com

Below the document information, there is a section titled "Sources included in the report". The first source is:

- UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Caja de Ahorro y Crédito -orkund.docx**

The source details are:

- Document:** Caja de Ahorro y Crédito -orkund.docx (D60734373)
- Submitted by:** elorena700@gmail.com
- Receiver:** mgarciniegas.utn@analysis.orkund.com

The source is identified by the SA icon and has a similarity score of 7.