



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA
ESPECIALIZADA EN ROCK EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL
ELOY ALFARO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

ÁLVARO PAÚL PLÚAS NOLIVOS

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERO COMERCIAL

DIRECTOR: DOCTOR HERNÁN NOVILLO

CODIRECTOR: INGENIERA JUANITA GARCÍA

Año 2010

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

ÁLVARO PAÚL PLÚAS NOLIVOS

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada “**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA ESPECIALIZADA EN ROCK EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL ELOY ALFARO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**”, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí, 04 de marzo de 2010

ÁLVARO PAÚL PLÚAS NOLIVOS

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Álvaro Paúl Plúas Nolivos, autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA ESPECIALIZADA EN ROCK EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL ELOY ALFARO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 04 de marzo de 2010

Álvaro Paúl Plúas Nolivos

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

Dr. Hernán Novillo e Ing. Juanita García

CERTIFICAN

Que la tesis titulada, “**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA ESPECIALIZADA EN ROCK EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL ELOY ALFARO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**”, realizado por el señor Álvaro Paúl Plúas Nolivos ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a nombre del autor, señor Álvaro Paúl Plúas Nolivos, para que se entregue al señor Ing. Guido Crespo, Coordinador de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Sangolquí, 04 de marzo de 2010

Dr. Hernán Novillo
DIRECTOR

Ing. Juanita García
CODIRECTORA

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada especialmente a mis padres Ricardo Plúas y Esperanza Nolivos, quienes me han apoyado en todo lo posible a lo largo de mi vida universitaria. A mis hermanos Edwin, Ricardo y Sandra por servirme de ejemplo en muchas cosas de la vida en especial las académicas. A mi novia Nathaly, quien me enseñó lo que es la responsabilidad y la correcta administración del tiempo.

Esta tesis está dedicada a mi familia y a mi novia.

Álvaro Paúl Plúas Nolivos

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a mis queridos padres Ricardo y Esperanza quienes han sabido guiarme y apoyarme en todo momento, han sido un pilar fundamental para culminar con éxito esta etapa de mi vida. A mis hermanos Edwin, Ricardo y Sandra por ser un soporte incondicional. A mi novia Nathaly por el apoyo brindado durante la realización de esta tesis.

Mis agradecimientos particulares: al Dr. Hernán Novillo y a la Ing. Juanita García por su gran apoyo y paciencia en el desarrollo de esta tesis.

A todos mis familiares y amigos que me han estimulado y colaborado en los momentos difíciles, mis más sinceros agradecimientos por esas palabras de aliento.

Álvaro Paúl Plúas Nolivos

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo en Español	1
Resumen Ejecutivo en Inglés	3
Objetivos General y Específicos del Proyecto	5
CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO	6
1.1. Objetivos del Estudio de Mercado	6
1.2. Identificación del Servicio	6
1.3. Características del Servicio	8
1.3.1. Clasificación por su uso / efecto	8
1.3.2. Productos o Servicios sustitutos / complementarios	9
1.3.3. Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial	9
1.4. Investigación de Mercado	10
1.4.1. Metodología de la Investigación	13
1.4.2. Segmentación de Mercado	14
1.4.3. Segmento Objetivo	15
1.4.4. Tamaño del Universo	18
1.4.5. Prueba Piloto	19
1.4.6. Tamaño de la Muestra	20
1.4.7. Diseño del Cuestionario o Entrevista	20
1.4.7.1. Procesamiento de la Información	20
1.4.7.2. Análisis de Resultados	21
1.5. Análisis de la Demanda	45
1.5.1. Clasificación	45
1.5.2. Factores que afectan a la demanda	46
a. Tamaño y Crecimiento de la Población	46
b. Hábitos y Consumo	46
c. Gustos y Preferencias	47
d. Niveles de Ingresos y Precios	47
1.5.3. Análisis Histórico de la Demanda	48
1.5.4. Demanda Actual del Servicio	49
a. Interna	49
1.5.5. Proyección de la Demanda	50
1.6. Análisis de la Oferta	52
1.6.1. Clasificación	52
1.6.2. Factores que afectan a la Oferta	52
a. Número y Capacidad de Producción de los Competidores	52
b. Incursión de Nuevos Competidores	52
c. Capacidad de Inversión Fija	54
d. Precios de Servicios Relacionados	54
1.6.3. Comportamiento Histórico de la Oferta	55
1.6.4. Oferta Actual	55
Proyección de la Oferta	56

1.7.	Determinación de la Demanda Insatisfecha	56
1.8.	Análisis de Precios en el Mercado del Servicio	58
1.8.1.	Precios Históricos y Actuales	58
1.8.2.	Márgenes de Precios: Estacionalidad, Volumen, Forma de pago, etc.	59

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2.1.	Tamaño del Proyecto	60
2.1.1.	Factores Determinantes del Proyecto	60
2.1.1.1.	El Mercado	60
2.1.1.2.	Disponibilidad de Recursos Financieros	60
2.1.1.3.	Disponibilidad de Recursos Humanos	61
2.1.1.4.	Disponibilidad de Tecnología	62
2.1.1.5.	Economías de Escala	62
2.1.1.6.	Disponibilidad de Accesorios	63
2.1.2.	Optimización del Mercado	63
2.1.3.	Definición de las Capacidades de Producción	63
2.2.	Localización del Proyecto	64
2.2.1.	Macro Localización	64
2.2.2.	Micro Localización	64
2.2.2.1.	Criterios de Selección de Alternativas	65
o	Transporte y Comunicación	65
o	Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento	65
o	Cercanía al Mercado	65
o	Factores Ambientales	65
o	Estructura Impositiva / Legal	66
o	Disponibilidad de Servicios Básicos	66
o	Posibilidad de Eliminación de Desechos	66
2.2.3.	Matriz Locacional	66
2.2.3.1.	Selección de la Alternativa Óptima	66
2.2.3.2.	Plano de la Micro Localización	67
2.3.	Ingeniería del Proyecto	67
2.3.1.	Proceso del Servicio	67
2.3.1.1.	Diagrama de Flujo	67
2.3.1.2.	Requerimiento de Recursos Humanos	69
2.3.1.3.	Requerimiento de Maquinaria y Equipo	70
2.3.1.4.	Requerimiento de Accesorios	75
2.3.1.5.	Determinación de las Inversiones	76
2.3.2.	Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo	77
2.3.3.	Calendario de Ejecución del Proyecto	79
2.4.	Aspectos Ambientales	79
2.4.1.	Legislación Vigente	79
2.4.2.	Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales	79
2.4.3.	Medidas de Mitigación	80

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	81
3.1. Base Legal	81
3.1.1. Constitución de la Empresa	81
3.1.2. Tipo de Empresa (Sector, Actividad, CIU)	82
3.1.3. Razón Social, Logotipo, Slogan	83
3.2. Base Filosófica de la Empresa	84
3.2.1. Visión	85
3.2.2. Misión	85
3.2.3. Objetivos Estratégicos	86
3.2.4. Principios y Valores	87
3.2.5. Estrategia Empresarial	88
3.2.5.1. Estrategia de Competitividad	88
3.2.5.2. Estrategia de Crecimiento	88
3.2.5.3. Estrategia de Competencia	88
3.2.5.4. Estrategia Operativa	89
3.3. Estrategias de Mercadotecnia	89
3.3.1. Estrategia de Servicio	89
3.3.2. Estrategia de Precio	90
3.3.3. Estrategia de Plaza	90
3.3.4. Estrategia de Promoción	91
3.4. La Organización	92
3.4.1. Estructura Orgánica	92
3.4.2. Responsabilidades	93
3.4.3. Perfiles Profesionales	95
3.4.4. Organigrama Estructural y Análisis	96
CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO	
4.1. Presupuestos	97
4.1.1. Presupuestos de Inversión	98
4.1.1.1. Activos Fijos	98
4.1.1.2. Activos Intangibles	101
4.1.1.3. Capital de Trabajo	102
4.1.2. Cronograma de Inversiones	103
4.1.3. Presupuestos de Operación	104
4.1.3.1. Presupuestos de Ingresos	104
4.1.3.2. Presupuesto de Egresos	105
4.1.3.3. Estado de Origen y Aplicación de Recursos	107
4.1.3.4. Estructura de Financiamiento	108
4.1.4. Punto de Equilibrio	109
4.2. Estados Financieros Proyectados	
4.2.1. Del Proyecto	112
4.2.1.1. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)	112
4.2.1.2. Flujos Netos de Fondos	114
4.2.2. Del Inversionista	115
4.2.2.1. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)	115
4.2.2.2. Flujos Netos de Fondos	116

4.3.	Evaluación Financiera	117
4.3.1.	Determinación de la Tasa de Descuento	117
4.3.2.	Evaluación Financiera	119
4.3.2.1.	Criterios de Evaluación	119
4.3.2.2.	Valor Actual Neto	119
4.3.2.3.	Tasa Interna de Retorno	121
4.3.2.4.	Relación Beneficio / Costo	124
4.3.2.5.	Periodo de Recuperación de la Inversión	126
4.3.2.6.	Análisis de Sensibilidad	126

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.	Conclusiones	127
5.2.	Recomendaciones	129
BIBLIOGRAFÍA		130
LINKOGRAFÍA		130

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1 Segmentación del Mercado	14
CUADRO No. 2 Proyección de la población del Distrito Metropolitano de Quito por quinquenios según áreas	15
CUADRO No. 3 Proyección de la población del Distrito Metropolitano de Quito por quinquenios según parroquias	16
CUADRO No. 4 Viviendas particulares y colectivas de la Administración Zonal de ocupación y ocupantes según parroquias	16
CUADRO No. 5 Población económicamente activa	17
CUADRO No. 6 Proyección de población por provincias según grupos de edad	18
CUADRO No. 7 Tamaño y crecimiento de la población	46
CUADRO No. 8 Proyección de la demanda por instrumento (En personas)	50
CUADRO No. 9 Proyección de la demanda por instrumento (En USD)	51
CUADRO No. 10 Ingreso anual por matrículas	51
CUADRO No. 11 Oferta Histórica	55
CUADRO No. 12 Proyección de la oferta por instrumento (Dada en personas)	56
CUADRO No. 13 Proyección de la oferta por instrumento (Dada en USD)	57
CUADRO No. 14 Demanda insatisfecha (Dada en personas)	57
CUADRO No. 15 Demanda insatisfecha (Dada en USD)	57
CUADRO No. 16 Demanda insatisfecha 2010 (Dada en personas)	60
CUADRO No. 17 Instituciones financieras y líneas de crédito	61
CUADRO No. 18 Disponibilidad de Recursos Financieros	61
CUADRO No. 19 Captación	64
CUADRO No. 20 Matriz Locacional	66
CUADRO No. 21 Proceso de servicio de la Academia	68
CUADRO No. 22 Sueldos y Salarios	69
CUADRO No. 23 Resumen requerimiento activo fijo	75
CUADRO No. 24 Requerimiento Accesorios	75
CUADRO No. 25 Útiles de oficina	76
CUADRO No. 26 Gastos administrativos	76
CUADRO No. 27 Gastos de ventas	76
CUADRO No. 28 Capital de trabajo	77
CUADRO No. 29 Presupuesto de inversión	77
CUADRO No. 30 Calendario de ejecución del proyecto	79
CUADRO No. 31 Tipos de empresas	81
CUADRO No. 32 Clasificación CIIU	82
CUADRO No. 33 PIB por clase de actividad económica	83
CUADRO No. 34 Presupuesto activos fijos	99
CUADRO No. 35 Cálculo depreciación activo fijo	100
CUADRO No. 36 Cálculo mantenimiento activo fijo	101
CUADRO No. 37 Activos intangibles	101
CUADRO No. 38 Cálculo amortización activo diferido	102
CUADRO No. 39 Cronograma de inversiones	103
CUADRO No. 40 Captación alumnos nivel I por año	104
CUADRO No. 41 Porcentajes aceptación del proyecto	104
CUADRO No. 42 Presupuesto de ingresos	105
CUADRO No. 43 Presupuestos de egresos	106
CUADRO No. 44 Resumen ingresos y egresos	106
CUADRO No. 45 Estado de origen y aplicación de recursos	107

CUADRO No. 46 Estructura del financiamiento	108
CUADRO No. 47 Tabla de amortización	108
CUADRO No. 48 Clasificación de los costos y punto de equilibrio	110
CUADRO No. 49 Estado de resultados (Sin financiamiento)	113
CUADRO No. 50 Flujo de fondos (Sin financiamiento)	115
CUADRO No. 51 Beneficios Netos	115
CUADRO No. 52 Estado de resultados (Con financiamiento)	116
CUADRO No. 53 Flujo de fondos (Con financiamiento)	117
CUADRO No. 54 Beneficios netos (Con financiamiento)	117
CUADRO No. 55 TMAR global	118
CUADRO No. 56 Cálculo del VAN del proyecto	120
CUADRO No. 57 Cálculo del VAN del inversionista	121
CUADRO No. 58 Cálculo de la TIR del proyecto	122
CUADRO No. 59 Reemplazo de la TIR en la fórmula del VAN del proyecto	123
CUADRO No. 60 Cálculo de la TIR del inversionista	123
CUADRO No. 61 Reemplazo de la TIR en la fórmula del VAN del inversionista	124
CUADRO No. 62 Relación Beneficio/Costo del proyecto	125
CUADRO No. 63 Relación Beneficio/Costo del inversionista	125
CUADRO No. 64 Período de recuperación (del proyecto)	125
CUADRO No. 65 Período de recuperación (del inversionista)	126
CUADRO No. 66 Análisis de sensibilidad (del proyecto)	126
CUADRO No. 67 Análisis de sensibilidad (del inversionista)	127

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: ¿Por qué asistes a un concierto?	49
Gráfico No. 2: Distribución del área de servicio	78
Gráfico No. 3: Organigrama estructural	96
Gráfico No. 4: Punto de equilibrio	111

ANEXOS

Anexo A:

- Pasos para constituir una empresa
- Como crear una empresa unipersonal
- Solicitud de inspección Cuerpo de Bomberos
- Ley de Educación

Anexo B:

- Matriz de planteamiento del cuestionario
- Cuestionario

Anexo C:

- Tabla de recopilación de datos de la encuesta

Anexo D:

- Cuadro de beneficios sociales y remuneraciones adicionales

Anexo E:

- Proformas

RESUMEN EJECUTIVO

Tema:

“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE MÚSICA ESPECIALIZADA EN ROCK EN LA ADMINISTRACIÓN ZONAL ELOY ALFARO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.”

El presente proyecto se lo evalúa en función del análisis efectuado para conocer su viabilidad económica, técnica, ambiental, social, institucional y financiera.

El estudio de mercado muestra que 4.082 personas de la parroquia La Magdalena de la Administración Zonal Eloy Alfaro con ingresos superiores a \$400 son clientes potenciales para nuestra Academia de Música especializada en Rock. El mercado es de competencia imperfecta, ya que existe sólo un competidor para nuestra empresa. En el proyecto se muestran las diferentes estrategias que se emplearán para la comercialización del servicio, decisiones sobre el precio, marca, estrategia publicitaria, calidad, entre otros.

Nuestra Academia se ubicará en el sector de la Villa Flora junto a la Concha Acústica debido a la gran afluencia de rockeros que existe por esa zona. La capacidad de la Academia será de 100 alumnos por nivel, con lo cual se arrancará con 100 alumnos en el nivel I hasta ir completando la capacidad máxima de la Academia que son 800 alumnos por ciclo, teniendo en cuenta que cada ciclo durará tres meses.

El nombre comercial de la empresa será “Stigma Academia Musical de Rock”. La Filosofía corporativa de la empresa se basará en la calidad del servicio. Los estudiantes de nuestra academia recibirán clases de solfeo e instrumento musical. La estrategia de calidad de servicio servirá para competir en el mercado.

La inversión inicial para implementar la propuesta es de \$34.139, siendo \$16.067 Activos Fijos, \$2.700 Activos Diferidos y \$15.372 Capital de Trabajo para tres meses. El financiamiento será de un 30%, es decir \$10.241,7 con recursos propios y un 70% de un crédito de consumo al Banco Promérica, es decir, \$23.897,3 a un 22,93% de interés a tres años plazo.

El VAN del proyecto es de \$119.096,17 mientras que el VAN del inversionista es de \$85.867,64. La TIR del proyecto es de 69,93%, lo que indica que el proyecto es rentable, mientras que la TIR del inversionista es de 95,15%, lo cual indica que se generará esta rentabilidad. El período de recuperación de la inversión del proyecto y del inversionista es de 2 años y tres meses.

SUMMARY

Topic:

“STUDY FOR THE CREATION OF A ROCK MUSIC ACADEMY IN THE ELOY ALFARO ADMINISTRATION DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

The current project is evaluated making an analysis to know its economical, technical, environmental, social, institutional and financial viability.

The market studies show that 4,082 people from La Magdalena in the Eloy Alfaro Administration, with salaries over \$400, are potential customers for our Rock Music Academy. There is a market with imperfect competition because there is just one competitor for our enterprise. The project shows the different strategies which we will use for the service commercialization, decisions about price, brand, advertising strategies and quality, among others.

Our Academy's location will be in “La Villa Flora” near “La Concha Acústica” because of the big affluence of rocker people in that zone. The Academy capacity will be for 100 students per level; for that reason, the Academy starts with 100 students in level I until completing the maximum capacity of 800 students per cycle. The cycle duration will be three months.

The commercial name for the academy will be “Stigma Rock Music Academy”. The corporative philosophy of the Academy will be based on the quality of service. The students of our Academy will attend music theory classes and practice with the musical instrument. A strategy which involves quality will be useful to compete in the market.

The initial investment to implement the proposal is \$34,139, with \$16,067 as fixed assets, \$2,700 as differed assets and \$15,372 as working capital for three months. The financing will be 30% with own resources, which means \$10,241.70 and 70% with a consumer's loan from Promerica Bank, which means \$23,897.30 with 22.93% of interest for three years.

The NPV of the project is \$119,096 while the NPV of the investor is \$85,867.64. The IRR of the project is 69.93%, which shows the project is profitable. The IRR of the investor is 69.93%, which shows that this profitability will be generated. The investment recovery period is two months and three days for the project and the investor.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Disponer de un estudio de factibilidad para el establecimiento de una Academia de Música Especializada en Rock en la Administración Zonal Eloy Alfaro Distrito metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Desarrollar un Estudio de Mercado que permita determinar la demanda insatisfecha.
- Efectuar el Estudio Técnico para determinar los recursos necesarios para el funcionamiento y/o ejecución del proyecto.
- Definir la organización para la ejecución del proyecto.
- Establecer el plan económico y financiero.

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo General

Determinar la viabilidad de la Academia Musical Especializada en Rock realizando el estudio pertinente para probar si existe la oportunidad de ejecución del proyecto y la existencia de mercado para el mismo.

Objetivos Específicos

- Analizar la demanda y la oferta del servicio y los posibles competidores que puede tener nuestra Academia.
- Determinar la demanda insatisfecha.
- Determinar el precio del servicio.
- Analizar los gustos y preferencias de los clientes que tendrá nuestra Academia Musical.

1.2. Identificación del Servicio

El servicio que ofrecerá nuestra Academia será el de enseñar a las personas que ingresan a los cursos, todo lo relacionado a la práctica de instrumentos musicales propios del rock como son guitarra eléctrica, batería, bajo, teclados y técnica vocal, además de la enseñanza de solfeo, con lo cual la persona estará lista para tocar un instrumento y leer música, desde luego, todas las clases están enfocadas al rock, contando además con breves clases o charlas acerca de la historia del rock y sus principales actores.

El curso contará con horarios específicos, con el afán de llenar una carga horaria de una sesión de dos horas a la semana, esto es una hora de solfeo y otra hora de práctica del instrumento, dentro de las cuales se incluye una breve charla de historia del rock, es decir el estudiante tendrá que asistir un día a la semana.

La Academia trabajaría de lunes a jueves, teniendo horario de lunes a jueves de 17h00 a 21h00. El programa estará compuesto de ocho niveles, de tres meses cada uno. Al culminar los ocho niveles, el estudiante obtendrá una certificación avalada por el Ministerio de Educación. Cabe recalcar que habrá cinco instrumentos musicales por aula, por lo que el estudiante no tiene que llevar dichos instrumentos.



Fuente: www.transluminaria.es/atriles/atriles.htm



Fuente: *Ensayo Stigma*

El solfeo es la lectura y escritura musical, la cual será desarrollada desde el inicio con conceptos básicos para los alumnos del nivel I, del mismo modo con la práctica del instrumento musical, por ejemplo si hablamos de la batería se empieza con la identificación de cada pieza y accesorio de la batería y su uso, luego de un entrenamiento y desenvolvimiento progresivo del alumno en el instrumento.



Fuente: *Ensayo Stigma*



Fuente: *Concierto Stigma Riobamba*

En el caso del aula de guitarra eléctrica, estará provista con cuatro guitarras eléctricas marca Squier by Fender, en el aula de “bajo” con cuatro bajos Squier by Fender, en el aula de “teclados” con cuatro teclados Yamaha, en el aula de “batería” se contará con cuatro baterías electrónicas, además de atriles para lectura musical y otros materiales necesarios para el aprendizaje.



Fuente: www.mercadolibre.com

1.3. Características del servicio

1.3.1. Clasificación por su uso / efecto

a) Por su uso

“El bien es un objeto material o un servicio inmaterial cuyo uso produce cierta satisfacción de una necesidad o deseo.”¹

Los bienes o servicios por su uso se clasifican en:

“**Bienes de consumo:** Son aquellos que no buscan producir otros bienes o servicios.

Bienes intermedios: Son los utilizados para producir otros bienes o servicios.

¹Marketing, Kotler - Amstrong 2001

Bienes de capital son los factores de producción constituidos por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destinan a la producción de bienes de consumo.”²

Nuestra Academia Musical Especializada en Rock es un servicio que está clasificado por su uso como de consumo final, ya que satisface la necesidad de los usuarios que es la de aprender a tocar un instrumento musical utilizado en la música rock.

b) Por su efecto

Por su efecto los bienes se clasifican en:

“**Bienes iguales:** Son bienes que se los encuentra en el mercado y que cubren una necesidad determinada.

Bienes similares: Son aquellos que satisfacen la misma necesidad pero que son diferentes a los bienes que se encuentran en el mercado.

Bienes innovadores: Estos bienes son nuevos, tienen características creativas y desconocidas para el consumidor.”³

Nuestro servicio está enmarcado dentro de los servicios innovadores, porque en nuestra Academia se enseña a tocar instrumentos musicales relacionados a la música rock, formación que no es común en Academias Musicales tradicionales, con lo que nuestro servicio tiene características creativas y novedosas.

² *Marketing, Kotler - Armstrong 2001*

³ *Cámara de Comercio de Quito*

1.3.2. Productos o Servicios sustitutos / complementarios

“Los **bienes complementarios** son aquellos bienes que tienden a utilizarse en conjunto.

Los **bienes sustitutos** son bienes que satisfacen la misma necesidad del usuario o consumidor; por tanto, están compitiendo en los mercados.”⁴

Los servicios complementarios que vamos a implementar para nuestro servicio son:

- Provisión de los instrumentos musicales dentro del establecimiento para los estudiantes.
- Métodos y manuales de aprendizaje para los diferentes instrumentos musicales.

Entre los bienes sustitutos del servicio que vamos a ofertar tenemos:

- Software de aprendizaje de música
- Aprendizaje de otro tipo de música.

1.3.3. Normatividad Técnica y Comercial

La normatividad que se utilizará para este proyecto se encuentra en el Anexo A, y comprenderá lo siguiente:

- Pasos para Constituir una Empresa Nueva
- Requisitos de una Empresa Unipersonal
- Permisos de Funcionamiento del Municipio de Quito.
- RUC del propietario
- Permisos de Funcionamiento Otorgado por el Cuerpo de Bomberos
- Ley de educación
- Ley de compañías

⁴*BusinessCol. Ltda.*

1.4. Metodología de la Investigación

Dentro de la investigación científica tenemos la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa.

“Investigación cuantitativa: es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables.

Investigación cualitativa: en este tipo de investigación los investigadores hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.”⁵

El tipo de investigación que utilizaremos para nuestro estudio será la investigación cuantitativa, ya que a través de este tipo de investigación podremos incurrir en análisis estadísticos.

Por el nivel de conocimientos que se adquieren existen tres tipos de investigación: exploratoria, descriptiva y explicativa. Para nuestro proyecto utilizaremos la investigación exploratoria y la descriptiva.

“Investigación exploratoria: Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.

Investigación descriptiva: Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.”⁶

⁵Abdellah FG, Levine E. *Preparing Nursing Research for the 21 st Century. Evolution. Methodologies, Chalges. Springer: New York; 1994*

⁶Mario Tamayo, *El proceso de la investigación, Limusa Noriega Editores, Tercera Edición, 2001*

La metodología de la investigación para nuestro proyecto consistirá en realizar una investigación exploratoria, mediante la cual conocemos que solo existe una Academia Musical Especializada en Rock, como es la de Hittar Cuesta, la cual está ubicada en el norte de la ciudad y no existe ninguna en el sur de la ciudad, con esta información preliminar podremos definir el problema y sugerir nuestras hipótesis.

Para recabar la información general presentada en la investigación exploratoria se recurrió a una sondeo con expertos en el tema, es decir, con músicos especialistas en rock como lo son Richard Rodríguez, propietario de una reconocida tienda de reparación y venta de guitarras eléctricas y accesorios para las mismas, además de la opinión de Mauricio Maldonado, tecladista del grupo musical “Viuda Negra”.

Con la investigación descriptiva vamos a identificar y describir de mejor manera el problema además de definir las variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales de nuestros clientes potenciales, es decir, gente que estaría dispuesta a entrar a estudiar en nuestra Academia.

Fuentes de Información

Las fuentes de información son los datos, documentos, personas y materiales de donde se puede obtener información para realizar la investigación de mercados de nuestro proyecto, dentro de las cuales tenemos las siguientes:

“Fuentes Primarias: Son las fuentes documentales que se consideran material de primera mano relativo a un fenómeno que se desea investigar.”⁷

⁷Varios, *Historia de la Guerra - The Times (Atlas), La esfera de los libros, Madrid, 2006*

La fuente primaria a ser utilizada será la encuesta, la cual es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Por medio de la encuesta podremos conocer aspectos muy importantes como la aceptación o no del servicio, el precio, horarios, nivel económico y la opinión de los encuestados acerca de la empresa competidora.

“Fuentes Secundarias: Son generalmente una descripción histórica construida a partir de fuentes primarias.”⁸

Las fuentes secundarias de las cuales se obtendrá información serán:

- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)
- Internet
- Revistas y Periódicos

1.4.2. Segmentación del Mercado

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños. El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.”⁹

Para determinar el segmento del mercado se deben analizar ciertas variables que tienen influencia, como son: Variables geográficas, demográficas y conductuales.

⁸Varios, *Historia de la Guerra - The Times (Atlas), La esfera de los libros, Madrid, 2006*

⁹KOTLER, Phillip. *"Dirección de Marketing. La edición del milenio"* Ed. PrenticeHall, México., 2001.

- **Geográfica:** subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles. Las variables que se emplean son: área servida (ciudad, región, provincia, país), densidad (urbana, rural) y naturaleza de ubicación.
- **Demográfica:** se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso, ocupación, el estado civil, tamaño de la familia, nivel de educación, entre otras.
- **Conductual:** se refiere al comportamiento relacionado con nuestro servicio, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto. Estado familiar, preferencias, pasatiempos.

1.4.3. Segmento Objetivo

Conociendo las definiciones anteriores, podemos decir que el segmento de mercado al que va dirigido nuestro producto se lo ha determinado de la siguiente manera:

CUADRO No. 1: Segmentación del Mercado

Criterio de segmentación	Segmentos del mercado
Geográficos	
Región:	Ecuador, Pichincha, Quito
Urbana-Rural:	Urbana
Demográficos	
Ingresos:	Mayores a \$400 al mes
Género:	Masculino y Femenino
Clase social:	Media y media alta.
Edad:	De 15 a 35 años.
Conductuales	
Beneficios deseados:	Buen servicio, aprender a tocar el instrumento musical y a leer música.
Frecuencia de solicitar el servicio:	Cada 3 meses.

Elaborado por: Álvaro Plúas

1.4.4. Tamaño del Universo

El tamaño del universo lo vamos a tomar en función de los datos que se han podido recoger del Departamento de Planificación del Municipio de Quito, con lo cual tenemos la proyección de la población del Distrito Metropolitano de Quito hasta el 2015 reflejado en el cuadro No. 2, interesándonos para nuestro estudio la población al 2010, de la parroquia La Magdalena de la Administración Zonal Eloy Alfaro del Distrito Metropolitano de Quito, lo cual consta en el Cuadro No. 3. Además tenemos el dato de que existe en cada familia al menos 3,7 personas, lo cual está reflejado en el cuadro No.4.

CUADRO No. 2: Población Distrito Metropolitano de Quito

PROYECCION DE LA POBLACION DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
POR QUINQUEÑOS SEGUN AREAS

AREA	Poblacion Censo		Tasa de crecimiento demografico%	Incremento%	Proyeccion año y Tasa de Crecimiento(tc)									
	1990	2001			2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	tc
TOTAL DISTRITO	1,388,500	1,842,201	2.6	33	2,007,767	2.2	2,215,820	2.0	2,424,527	1.8	2,633,748	1.7	2,843,418	1.5
QUITO URBANO	1,105,528	1,397,698	2.2	26	1,504,991	1.9	1,640,478	1.7	1,777,976	1.6	1,917,995	1.5	2,060,904	1.4
DISPERSO URBANO	24,535	13,897	-5.0	-43	10,612	-8.5	7,603	-8.5	5,246	-7.2	3,404	-8.3	2,011	-10.0
SUBURBANO	258,439	430,606	4.8	67	492,163	3.4	567,740	2.9	641,305	2.5	712,349	2.1	780,504	1.8

PROYECCION DE LA POBLACION DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
CON LA IMPLEMENTACION DEL NUEVO AEROPUERTO POR AREAS SEGUN QUINQUEÑOS

AREA	Proyeccion año y Tasa de Crecimiento									
	2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	tc
* TOTAL DISTRITO (2,007,767	2.2	2,231,705	2.1	2,456,938	1.94	2,698,477	1.89	2,965,770	1.91
QUITO URBANO	1,504,991	1.9	1,640,478	1.7	1,777,976	1.6	1,917,995	1.5	2,060,904	1.4
DISPERSO URBANO	10,612	-8.5	7,603	-8.5	5,246	-7.2	3,404	-8.3	2,011	-9.9
* SUBURBANO (ca)	492,163	3.4	583,625	3.5	673,716	2.91	777,078	2.90	902,856	3.0

*Incluye el crecimiento poblacional por el impacto de la construcción del Nuevo Aeropuerto

Fuente: Censo de Poblacion y Vivienda 2001; INEC
Elaboracion: Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ
Informacion adicional: eeestevez@quito.gov.ec

Fuente: Censo de población y vivienda 2001
Elaborado por: Unidad de Estudios DMPT-MDMQ

CUADRO No. 3: Población Administración Zonal Eloy Alfaro

PROYECCION DE LA POBLACION DE LA ADMINISTRACION ZONAL ELOY ALFARO POR QUINQUEÑOS SEGUN PARROQUIAS

PARROQUIAS		Poblacion Censo		Tasa de crecimiento demografico%	Incremento	Proyeccion año y Tasa de Crecimiento(tc)									
		1990	2001			2005	tc	2010	tc	2015	tc	2020	tc	2025	tc
TOTAL ADMINISTRACION		354,565	412,297	1.4	16	433,290	1.2	459,532	1.2	485,774	1.1	512,016	1.1	538,258	1.0
LA MENA	U	22,374	38,825	4.8	85	43,510	4.3	53,108	4.1	64,137	3.8	78,855	3.6	90,884	3.4
SOLANDA	U	53,662	78,223	3.5	46	88,273	3.1	101,487	2.8	115,161	2.6	128,972	2.3	142,559	2.0
LA ARGELIA	U	30,008	47,137	4.2	57	54,718	3.8	65,255	3.6	78,923	3.3	89,834	3.1	103,256	2.9
SAN BARTOLO	U	53,356	60,381	1.1	13	62,015	0.7	63,208	0.4	63,400	0.1	62,580	-0.3	60,778	-0.6
LA FERROVIARIA	U	65,610	66,261	0.1	1	65,278	-0.4	63,138	-0.7	60,082	-1.0	56,243	-1.3	51,788	-1.6
CHILIBULO	U	42,794	47,035	0.9	10	47,792	0.4	48,055	0.1	47,549	-0.2	46,290	-0.5	44,335	-0.9
LA MAGDALENA	U	34,787	31,831	-0.8	-8	30,264	-1.3	28,004	-1.5	25,498	-1.9	22,842	-2.2	20,131	-2.5
CHIMBACALLE	U	50,637	43,173	-1.4	-15	40,009	-1.9	35,868	-2.2	31,652	-2.5	27,491	-2.8	23,497	-3.1
LLOA	R	1,357	1,431	0.5	5	1,432	0.02	1,413	-0.3	1,371	-0.6	1,310	-0.9	1,230	-1.2

Fuente: Censo de población y vivienda 2001

Elaborado por: Unidad de Estudios DMPT-MDMQ

CUADRO No. 4: Viviendas particulares y colectivas de la A. Zonal

VIVIENDAS PARTICULARES Y COLECTIVAS DE LA ADMINISTRACION ZONAL DE OCUPACION Y OCUPANTES SEGUN PARROQUIA

PARROQUIAS	TOTAL VIVIENDAS	CONDICION DE OCUPACION Y OCUPANTES								PROMEDIO DE OCUPANTES POR VIVIENDA PARTICULAR
		OCUPADAS				DESOCUP	CONST.	COLECTIVAS		
		TOTAL	CON PERSONAS PRESENTES		CON PERSONAS AUSENTES			VIVIENDAS	OCUPANTES	
			VIVIENDAS	OCUPANTES						
ELOY ALFARO	119,059	113,707	109,771	411,075	3,936	3,417	1,850	85	1,222	3.7
LA MENA	10,597	9,668	9,413	36,563	255	409	510	10	262	3.9
SOLANDA	21,929	21,110	20,369	78,128	741	631	178	10	97	3.8
LA ARGELIA	13,232	12,369	11,979	47,050	390	488	369	6	87	3.9
SAN BARTOLO	16,959	16,364	15,962	60,346	402	299	289	7	35	3.8
LA FERROVIARIA	19,045	18,297	17,703	66,125	594	541	195	12	136	3.7
CHILIBULO	13,447	12,796	12,388	46,646	408	435	199	17	389	3.8
LA MAGDALENA	9,871	9,533	9,092	31,705	441	267	58	13	126	3.5
CHIMBACALLE	13,368	13,018	12,485	43,104	533	296	46	8	69	3.5
LLOA *	611	552	380	1,410	172	51	6	2	21	3.7

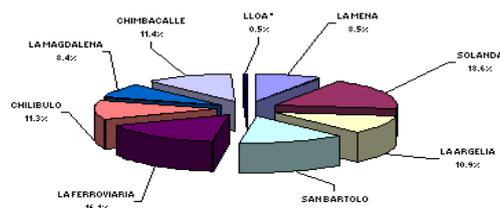
Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-M

Información adición estevez@quito.gov.ec

*Parroquia Suburbana o Rural

Distribución Proporcional de Viviendas Particulares Ocupadas en la Administración Zonal ELOY ALFARO, según parroquias



Fuente: Censo de población y vivienda 2001

Elaborado por: Unidad de Estudios DMPT-MDMQ

Como se puede observar de la respectiva proyección del Distrito Metropolitano de Quito tenemos que la Administración Zonal Eloy Alfaro representa el 21% de la población total del Distrito Metropolitano de Quito; sin embargo, hay que señalar que la citada administración está compuesta de nueve parroquias dando un total de 459.532 habitantes al 2010.

De las investigaciones preliminares en la citada administración el área de influencia es extensa, por lo que se procede a hacer un discrimen a las ocho parroquias con el fin de tener nuestro mercado meta que es la parroquia La Magdalena, la cual representa el 6% del total de la Administración Zonal Eloy Alfaro, es decir, 28.004 personas, concluyendo que de la investigación realizada se tiene que cada hogar está conformado por 3,7 personas, de tal manera que existen 7.569 familias en la mencionada parroquia.

Otro discrimen que se realizará para obtener el tamaño de nuestro universo es el de la PEA (Población Económicamente Activa), que según datos del Banco Central del Ecuador a Septiembre del 2009 es del 51,26%, información que la podemos visualizar en el cuadro No.5, obteniendo así 3880 familias.

CUADRO No. 5: Población Económicamente Activa

CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	QUITO		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
POBLACION TOTAL	1.588.799	763.950	824.849
Población Menor de 10 años	227.386	108.797	118.589
Población en Edad de Trabajar (PET)	1.361.413	655.153	706.260
Población Económicamente Activa (PEA)	814.435	449.760	364.675
Ocupados	764.845	420.552	344.294
Ocupados Plenos	350.669	205.574	145.095
Subempleados	349.724	173.911	175.813
Visibles	60.462	26.157	34.305
Otras formas	289.262	147.754	141.508
Ocupados No clasificados	64.452	41.066	23.386
Desocupados	49.590	29.208	20.382
Desempleo Abierto	46.172	28.133	18.039
Desempleo Oculto	3.418	1.075	2.342

*Fuente: BCE
Elaborado por: BCE Sep. 2009*

El último discrimen que se realiza es el de las edades, que según la proyección de la población al 2010 representa un 35% de 15 a 34 años de edad en la provincia de Pichincha, y concuerda con los datos obtenidos en el censo de población y vivienda del 2001 en el INEC, con lo que nuestro universo serían 5.025 personas.

CUADRO No. 6: Proyección de la Población Según Grupos de Edad

ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR PROVINCIAS, SEGÚN GRUPOS DE EDAD

PERÍODO 2001 - 2010

AÑO 2010

GRUPOS DE EDAD	P R O V I N C I A S											ZONAS NO DELIMITADAS
	LOS RIOS	MANABÍ	MORONA SANTIAGO	NAPO	PASTAZA	PICHINCHA	TUNGU-RAHUA	ZAMORA CHINCHIPE.	GALÁ-PAGOS	SUCUMBIOS	ORELLANA	
TOTALES	780.443	1.366.173	137.254	102.775	81.417	2.796.838	528.613	88.778	24.366	177.561	120.781	93.260
< 1 año	16.522	30.559	4.210	2.989	2.175	51.544	9.633	2.396	465	4.060	3.641	2.130
1 - 4	66.101	114.293	15.809	11.060	8.134	206.717	38.678	9.991	1.795	16.958	12.963	9.141
5 - 9	80.784	142.852	18.675	13.673	10.047	260.060	51.871	11.694	1.979	20.842	15.542	10.896
10 - 14	80.666	145.718	17.611	12.555	8.990	260.672	52.573	11.489	1.847	19.379	14.219	10.637
15 - 19	74.501	131.036	15.023	10.795	8.862	272.108	51.241	9.471	2.035	17.422	11.967	9.461
20 - 24	72.634	121.731	10.467	9.114	7.001	277.075	47.319	6.637	2.414	16.637	11.216	8.136
25 - 29	65.937	111.997	9.802	8.306	6.587	256.410	42.848	5.816	2.724	16.137	10.417	7.394
30 - 34	58.751	101.621	8.435	6.779	5.669	224.443	38.385	5.562	2.572	13.680	8.695	6.636
35 - 39	51.302	87.392	7.483	5.973	5.063	200.354	34.804	4.962	2.267	12.446	7.900	5.843
40 - 44	45.415	77.960	6.363	5.113	4.284	178.390	30.560	4.313	1.734	9.796	6.276	5.067
45 - 49	39.227	69.531	5.215	4.168	3.458	150.392	27.095	3.736	1.262	8.070	4.992	4.330
50 - 54	33.861	59.422	4.548	3.551	2.992	124.405	24.669	3.418	971	6.317	3.974	3.713

Fuente: INEC

1.4.5. Prueba Piloto

La prueba piloto se la realiza con la pregunta que será base del cuestionario, y en nuestro caso hemos recurrido a las familias de la parroquia La Magdalena, que en su mayoría existe al menos una persona por familia que le gusta el rock.

Pregunta prueba piloto:

¿Le gustaría estudiar en una Academia Musical Especializada en rock ubicada en la Villa Flora, parroquia La Magdalena del Distrito Metropolitano de Quito?

De esta prueba obtenemos que de 20 encuestados, 18 si estudiarían en la Academia, mientras que 2 de los encuestados no lo harían, con esto tenemos un porcentaje de respuestas positivas del 90% es decir $p=0,9$ y por otro lado tenemos un 10% de respuestas negativas, es decir $q=0,1$, lo cual se obtuvo de la siguiente manera:

$$p = 18/20 = 0,9$$

$$q = 2 / 20 = 0,1$$

1.4.6. Tamaño de la Muestra

Para obtener el tamaño de la muestra utilizaremos los siguientes datos obtenidos en los ítems anteriores.

n = Tamaño de la muestra

Tamaño del universo (N) = 5.025 personas

Respuestas positivas (p) = 0,9; Respuestas negativas (q) = 0,1

Nivel de confianza (Z) del 95%; $Z_{\text{crítico}} = 1,96^2 = 3,8416$

Porcentaje de error (e) = 5%

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

$$n = \frac{5025 * 1,96^2 * 0,9 * 0,1}{0,05^2 * (5025 - 1) + 1,96^2 * 0,9 * 0,1}$$

$$n = 134$$

1.4.7. Diseño del Cuestionario

El cuestionario y la matriz de planteamiento del cuestionario que se va a utilizar para el presente estudio se lo pueden visualizar en el Anexo B.

1.4.7.1 Procesamiento de la Información

Todo el procesamiento de la información se lo realizará utilizando el programa SPSS 14.0, además de los gráficos y demás procesos estadísticos necesarios para este estudio.

La tabla de datos recopilados de las encuestas se la puede visualizar en el Anexo C.

De las encuestas realizadas se llegó a determinar que por obvias razones a nuestros potenciales clientes les gustaría estudiar música pasadas las horas de clases y/o de trabajo, por tal razón, las Academias de Música en general atienden en las tardes de lunes a viernes y los sábados por la mañana, ya que los estudiantes que asisten a Academias de Música son aquellos que no pueden dedicarse a estudiar en el conservatorio por falta de tiempo y por el cruce con sus horarios de trabajo y/o estudio.

1.4.7.2. Análisis de Resultados

Para la pregunta acerca de la **edad** tenemos los siguientes resultados:

Statistics

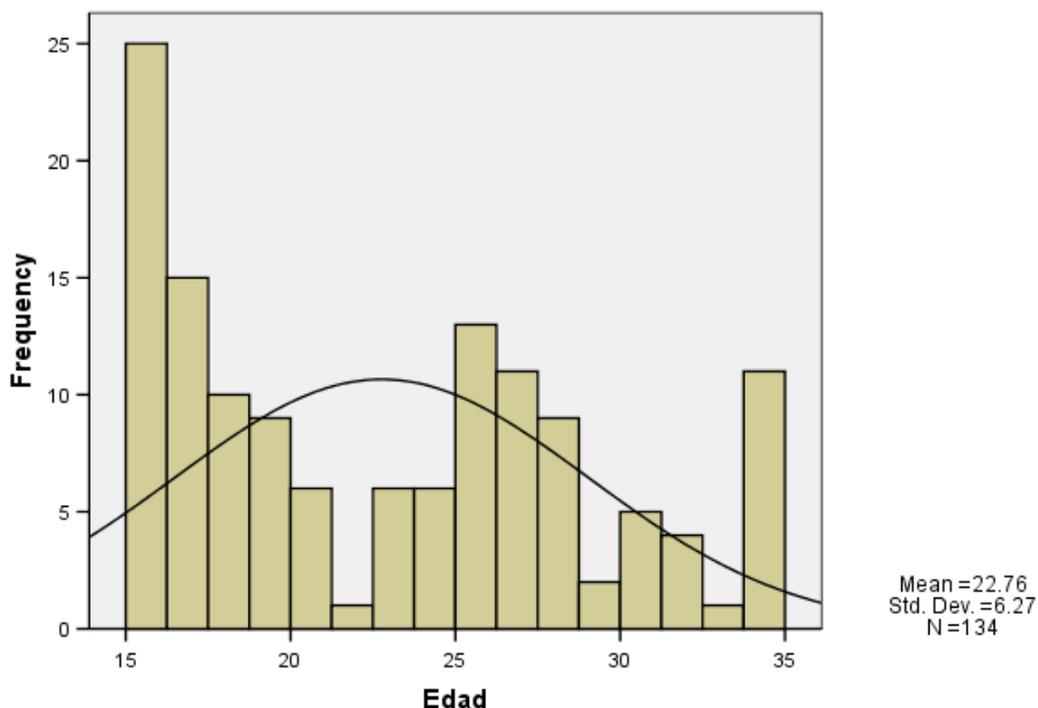
Edad

N	Valid	134
	Missing	0
Mean		22,76
Median		23,00
Mode		15
Std. Deviation		6,270
Minimum		15
Maximum		35
Sum		3050

Edad

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15	17	12,7	12,7	12,7
16	8	6,0	6,0	18,7
17	15	11,2	11,2	29,9
18	10	7,5	7,5	37,3
19	9	6,7	6,7	44,0
20	3	2,2	2,2	46,3
21	3	2,2	2,2	48,5
22	1	,7	,7	49,3
23	6	4,5	4,5	53,7
24	6	4,5	4,5	58,2
25	7	5,2	5,2	63,4
26	6	4,5	4,5	67,9
27	11	8,2	8,2	76,1
28	9	6,7	6,7	82,8
29	2	1,5	1,5	84,3
30	1	,7	,7	85,1
31	4	3,0	3,0	88,1
32	4	3,0	3,0	91,0
33	1	,7	,7	91,8
34	4	3,0	3,0	94,8
35	7	5,2	5,2	100,0
Total	134	100,0	100,0	

Histogram



Como se puede apreciar tenemos que las personas encuestadas van de 15 a 35 años, teniendo una media de edad de 22,76 años. Se puede observar en el gráfico que las edades más repetidas son 15, 17,18, 25, 27 ,28 y 35 años, lo cual indica que la muestra es homogénea y el grupo seleccionado para el universo es el correcto, es decir, gente de 15 a 35 años de edad.

Para la pregunta acerca del **género** tenemos los siguientes resultados:

Statistics

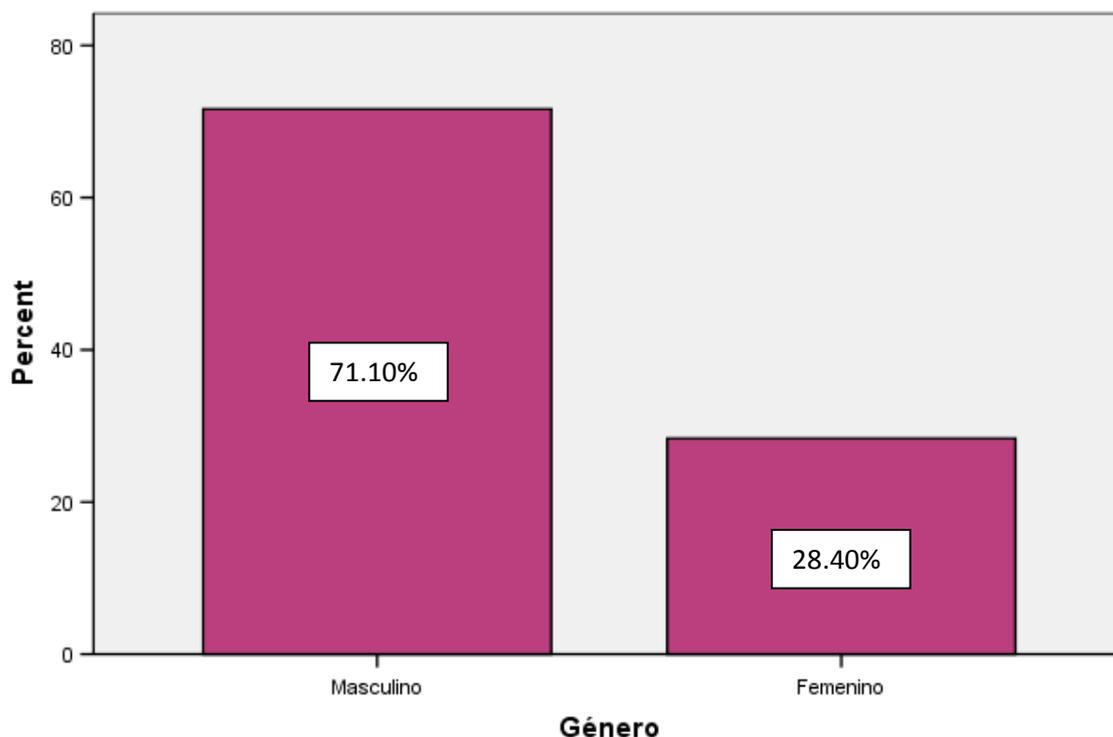
Género

N	Valid	134
	Missing	0

Género

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	96	71,6	71,6	71,6
	Femenino	38	28,4	28,4	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

Género



De estos cuadros se puede apreciar que de los 134 encuestados, 96 personas pertenecen al sexo masculino, lo que representa el 71,10% de la muestra y 38 personas pertenecen al sexo femenino, lo que representa el 28,4% de los encuestados, lo que de a suponer que existen más hombres que gustan del rock que mujeres.

Pregunta 1: ¿Conoce usted alguna Academia de Música Especializada en Rock?

Statistics

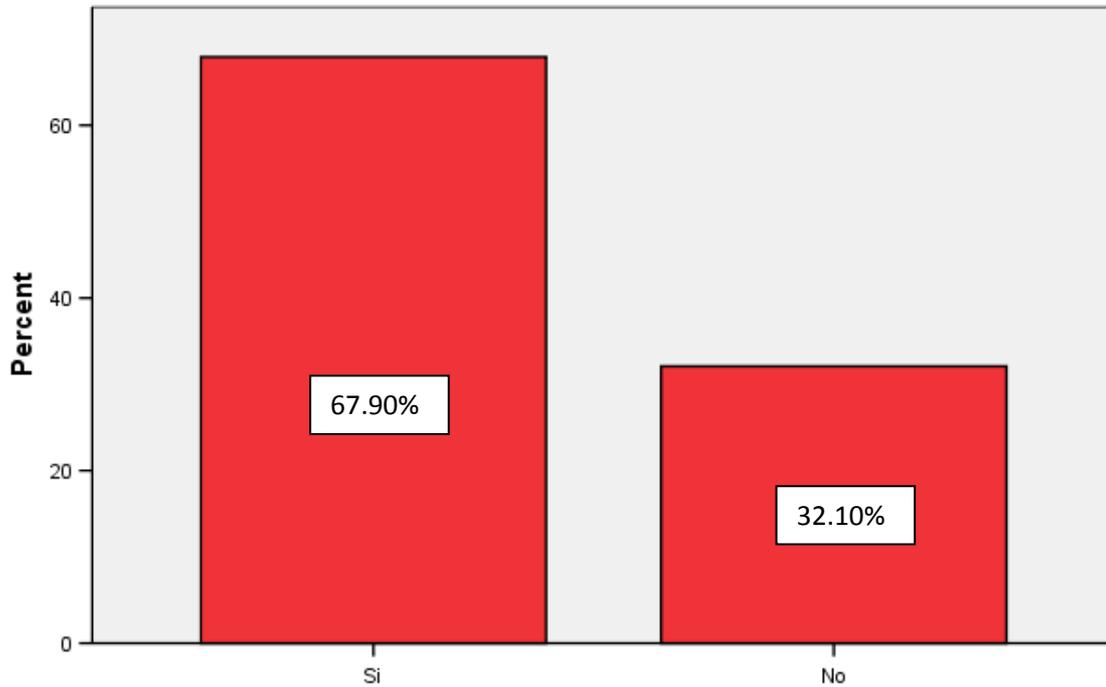
¿Conoce usted alguna Academia de Música Especializada en Rock?

N	Valid	134
	Missing	0

¿Conoce usted alguna Academia de Música Especializada en Rock?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	91	67,9	67,9	67,9
	No	43	32,1	32,1	100,0
	Total	134	100,0	100,0	

¿Conoce usted alguna Academia de Música Especializada en Rock?



¿Conoce usted alguna Academia de Música Especializada en Rock?

Según los resultados tenemos que 91 personas, es decir el 67,9% de los encuestados conocen la existencia de alguna Academia de Música, por la experiencia del estudio, estas personas conocen que es la Academia que dirige Hittar Cuesta, pero no saben el nombre específico de dicha academia, mientras que 43 personas, es decir el 32,1% de los encuestados no tiene conocimiento de la existencia de alguna Academia de Música en la que se enseñe a tocar música rock.

Pregunta 2: Si la respuesta fue positiva, indique el nombre y el sector donde queda ubicada la Academia que usted conoce.

Statistics

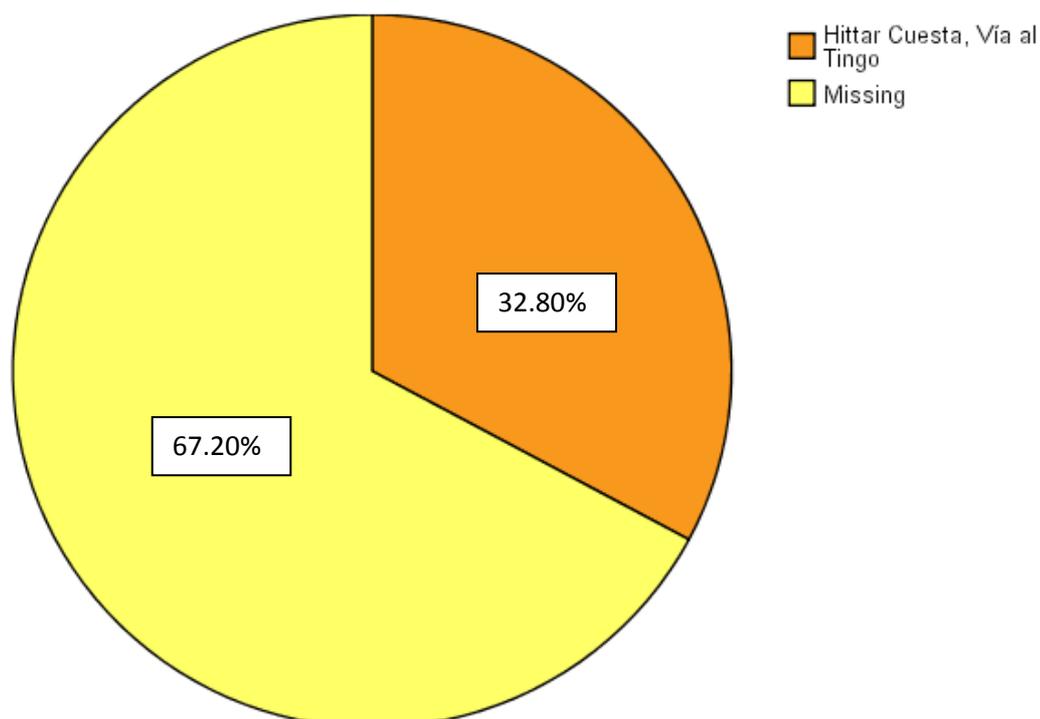
Ubicación de la Academia que conoce

N	Valid	44
	Missing	90

Ubicación de la Academia que conoce

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hittar Cuesta, Vía al Tingo	44	32,8	100,0	100,0
Missing	0	90	67,2		
Total		134	100,0		

Ubicación de la Academia que conoce



De estos resultados tenemos que de las 134 personas encuestadas, 44 personas contestaron esta pregunta, lo que representa un 32,8% del total de los encuestados, lo que quiere decir que los valores ingresados como perdidos para esta pregunta representan las personas que conocen la existencia de la academia, pero no conocen el lugar donde queda localizada o las personas que definitivamente no conocen nada acerca de la existencia de esta Academia.

Pregunta 3: ¿Usted estudia o ha estudiado música haciendo énfasis en la música rock en dicha Academia Musical?, si su respuesta es negativa pase a la pregunta 10.

Statistics

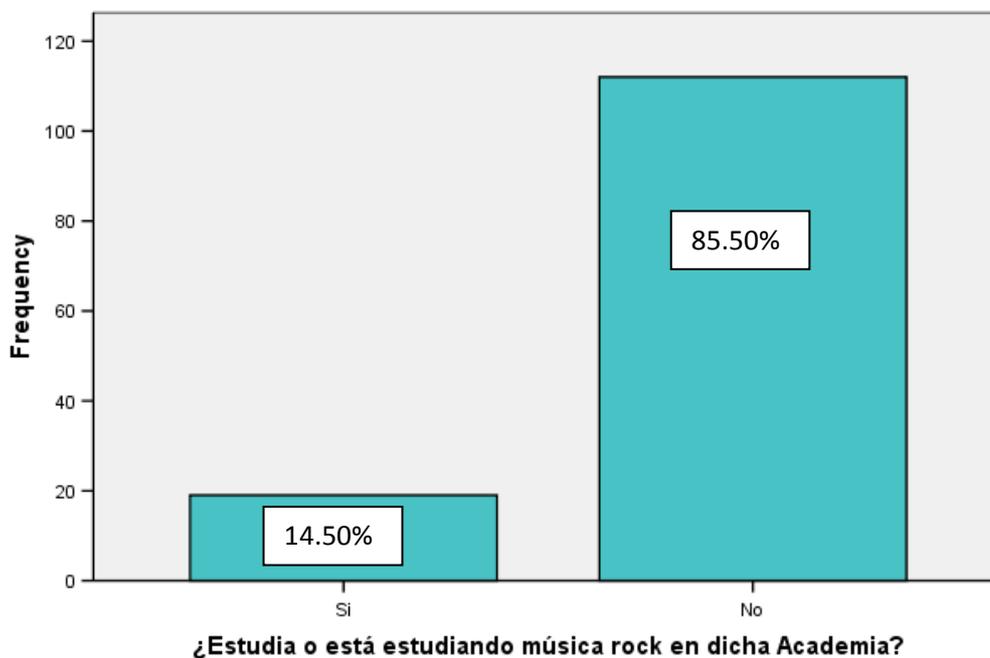
¿Estudia o está estudiando música rock en dicha Academia?

N	Valid	131
	Missing	3

¿Estudia o está estudiando música rock en dicha Academia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	19	14,2	14,5	14,5
	No	112	83,6	85,5	100,0
	Total	131	97,8	100,0	
Missing	0	3	2,2		
Total		134	100,0		

¿Estudia o está estudiando música rock en dicha Academia?



De esta pregunta podemos concluir que un 14.5% de personas se encuentra estudiando en la competencia, mientras que el 85.5% no lo está haciendo.

Pregunta 4: ¿Que instrumento practica o está practicando?

Statistics

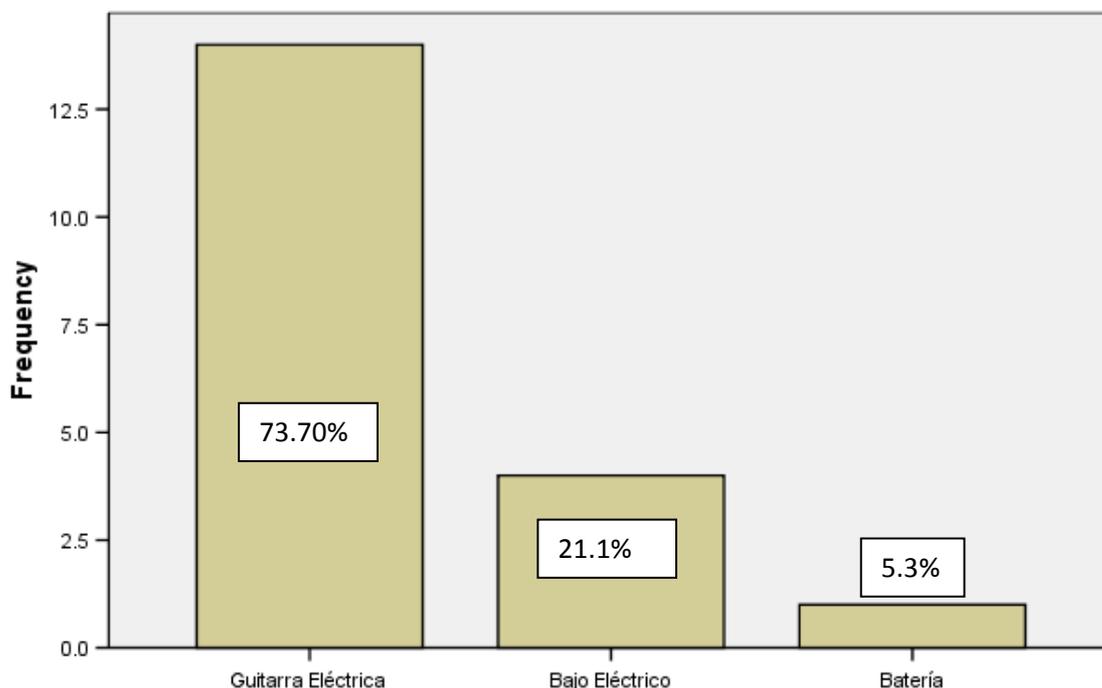
¿Que instrumento musical practica o está practicando?

N	Valid	19
	Missing	115

¿Que instrumento musical practica o está practicando?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guitarra Eléctrica	14	10,4	73,7	73,7
	Bajo Eléctrico	4	3,0	21,1	94,7
	Batería	1	,7	5,3	100,0
	Total	19	14,2	100,0	
Missing	0	115	85,8		
Total		134	100,0		

¿Que instrumento musical practica o está practicando?



¿Que instrumento musical practica o está practicando?

De esta pregunta obtenemos que del total de las respuestas válidas el 73,70% practica guitarra eléctrica, 21,1% practica el bajo eléctrico, 5,3% practica la batería. Un 85,8% son consideradas como respuestas perdidas, es decir casilleros en blanco que representan a las personas que no estudian en la Academia de Hittar Cuesta o que no respondieron a la pregunta.

Pregunta 5: El servicio que le brinda esta Academia es:

Statistics

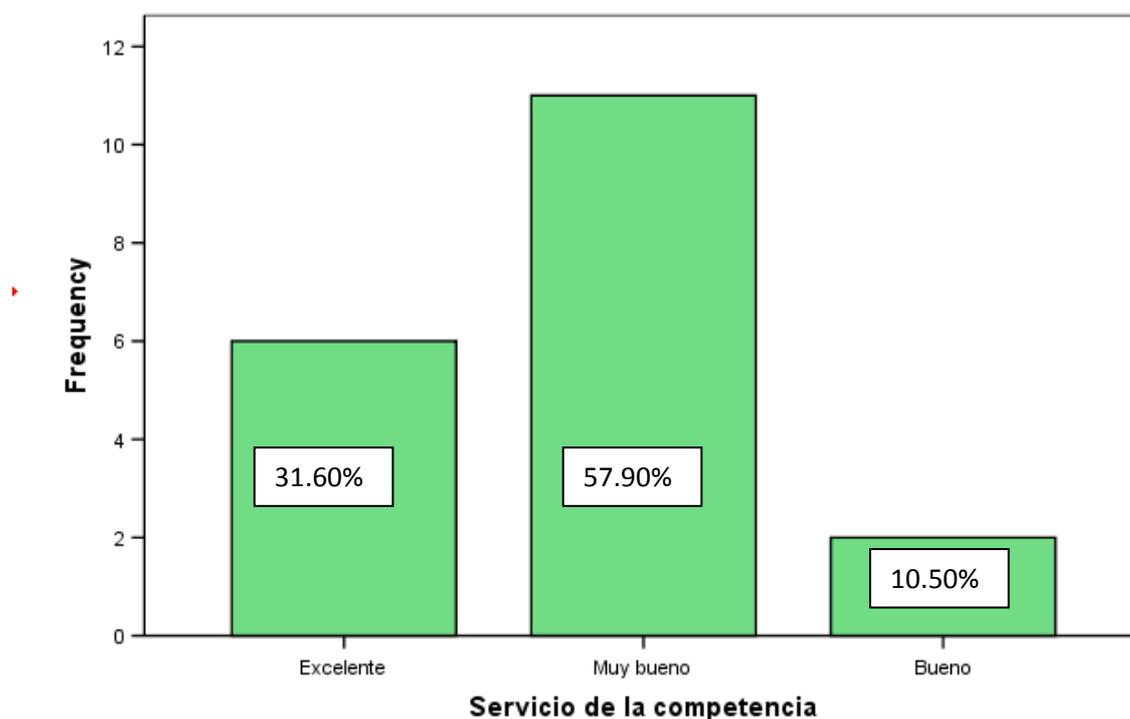
Servicio de la competencia

N	Valid	19
	Missing	115

Servicio de la competencia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Excelente	6	4,5	31,6	31,6
	Muy bueno	11	8,2	57,9	89,5
	Bueno	2	1,5	10,5	100,0
	Total	19	14,2	100,0	
Missing	0	115	85,8		
Total		134	100,0		

Servicio de la competencia



De esta pregunta tenemos que existe un 85,8% de respuestas que se consideran perdidas debido a que no han sido contestadas por los encuestados. Ahora bien, del total de respuestas válidas, que representan un 14,2% de nuestra muestra, el 31,6% dice que el servicio de la Academia de Hittar Cuesta es excelente, un 57,9% dice que el servicio es muy bueno y un 10,5% dice que el servicio es bueno.

Pregunta 6: ¿Cuántos días a la semana recibe clases de música especializada en rock?

Statistics

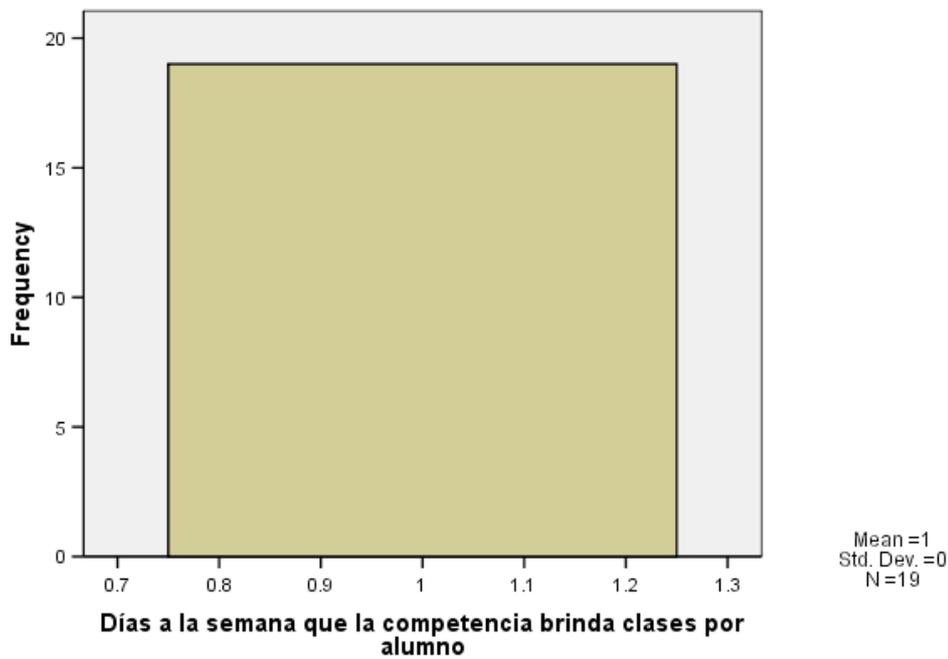
Días a la semana que la competencia brinda clases por alumno

N	Valid	19
	Missing	115
Mean		1,00
Median		1,00
Mode		1
Std. Deviation		,000
Sum		19

Días a la semana que la competencia brinda clases por alumno

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	14,2	100,0	100,0
Missing	0	115	85,8		
Total		134	100,0		

Histogram



En esta pregunta podemos observar que en la competencia, es decir en la Academia de Hittar Cuesta se tiene clases 1 día a la semana.

Pregunta 7: ¿Cuántas horas diarias recibe clases de música especializada en rock?

Statistics

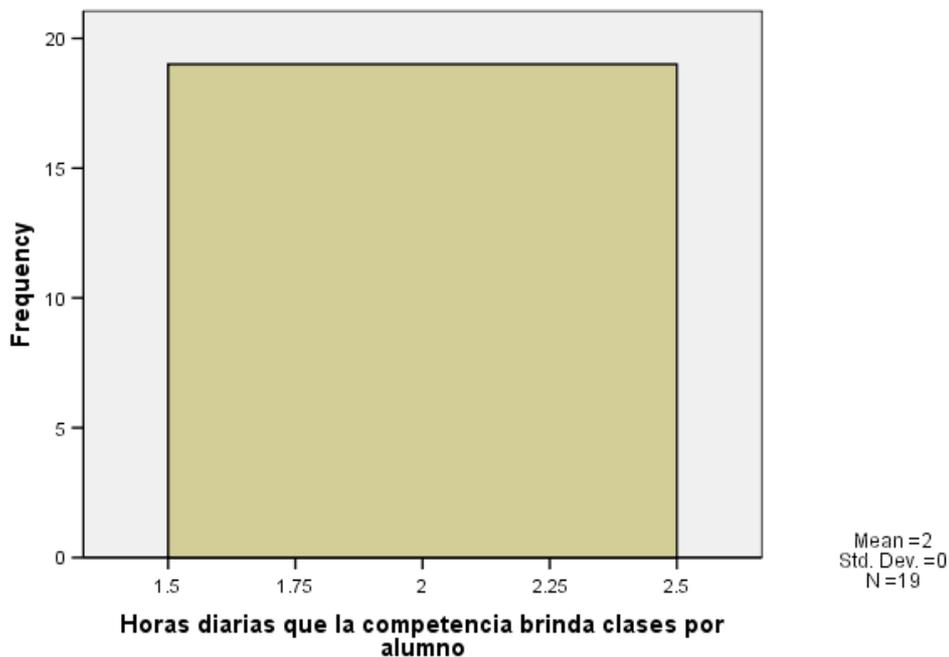
Horas diarias que la competencia brinda clases por alumno

N	Valid	19
	Missing	115
Mean		2,00
Median		2,00
Mode		2
Std. Deviation		,000
Sum		38

Horas diarias que la competencia brinda clases por alumno

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	19	14,2	100,0	100,0
Missing	0	115	85,8		
Total		134	100,0		

Histogram



De los resultados de esta pregunta podemos obtener que en la Academia de Hittar Cuesta se estudia 2 horas, relacionado con la pregunta anterior sería 1 día a la semana, 2 horas de clases.

Pregunta 8: ¿Cuánto paga de matrícula por cada nivel?

Statistics

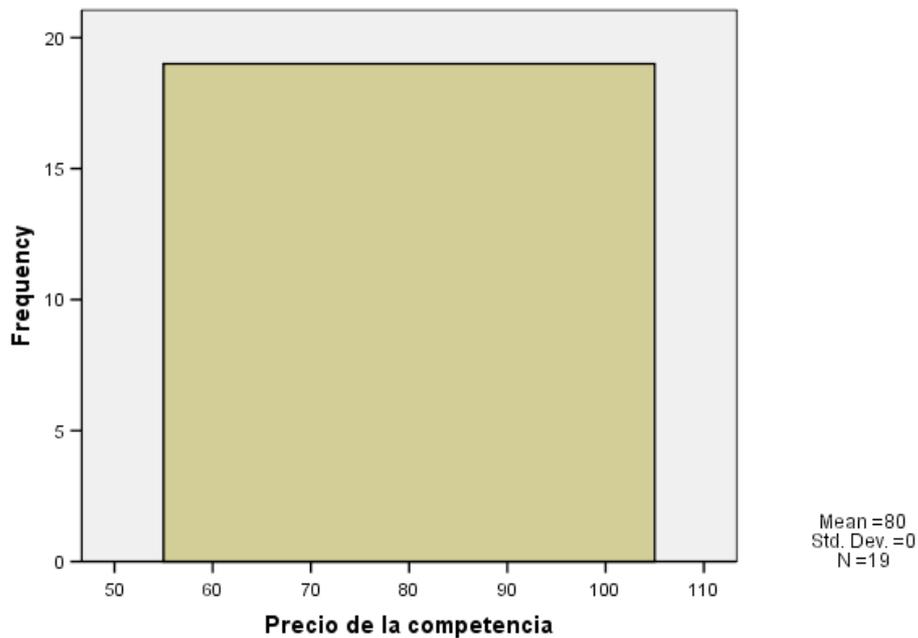
Precio de la competencia

N	Valid	19
	Missing	115
Mean		80,00
Median		80,00
Mode		80
Std. Deviation		,000
Sum		1520

Precio de la competencia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	80	19	14,2	100,0	100,0
Missing	0	115	85,8		
Total		134	100,0		

Histogram



De esta pregunta tenemos que el precio de cada nivel es de \$80

Pregunta 9: ¿Cuánto tiempo dura cada nivel?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	13,4	100,0	100,0
Missing	0	116	86,6		
Total		134	100,0		

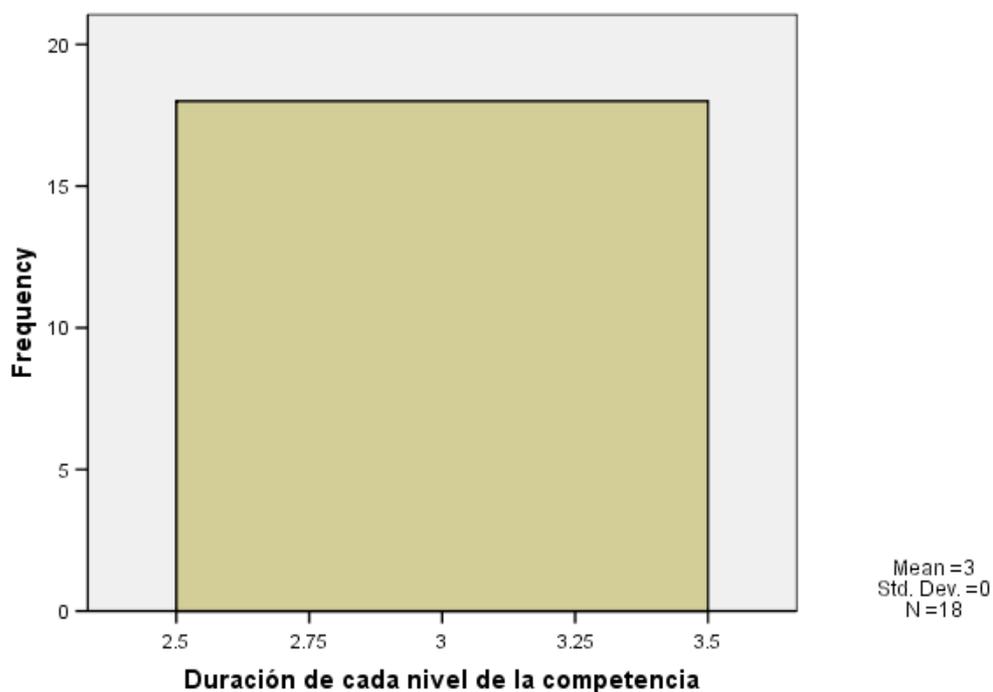
Statistics

Duración de cada nivel de la competencia

N	Valid	18
	Missing	116
Mean		3,00
Median		3,00
Mode		3
Std. Deviation		,000
Sum		54

Duración de cada nivel de la competencia

Histogram



Con estos datos tenemos que cada nivel dura tres meses; relacionando con la pregunta anterior tenemos que cada nivel dura tres meses, se imparte clases 1 día a la semana por dos horas. Si cada nivel cuesta \$80 entonces cada hora clase tiene un valor de \$10.

Pregunta 10: ¿Le gustaría estudiar en una Academia de Música Especializada en Rock ubicada en la Villa Flora en el Sur de Quito?

Statistics

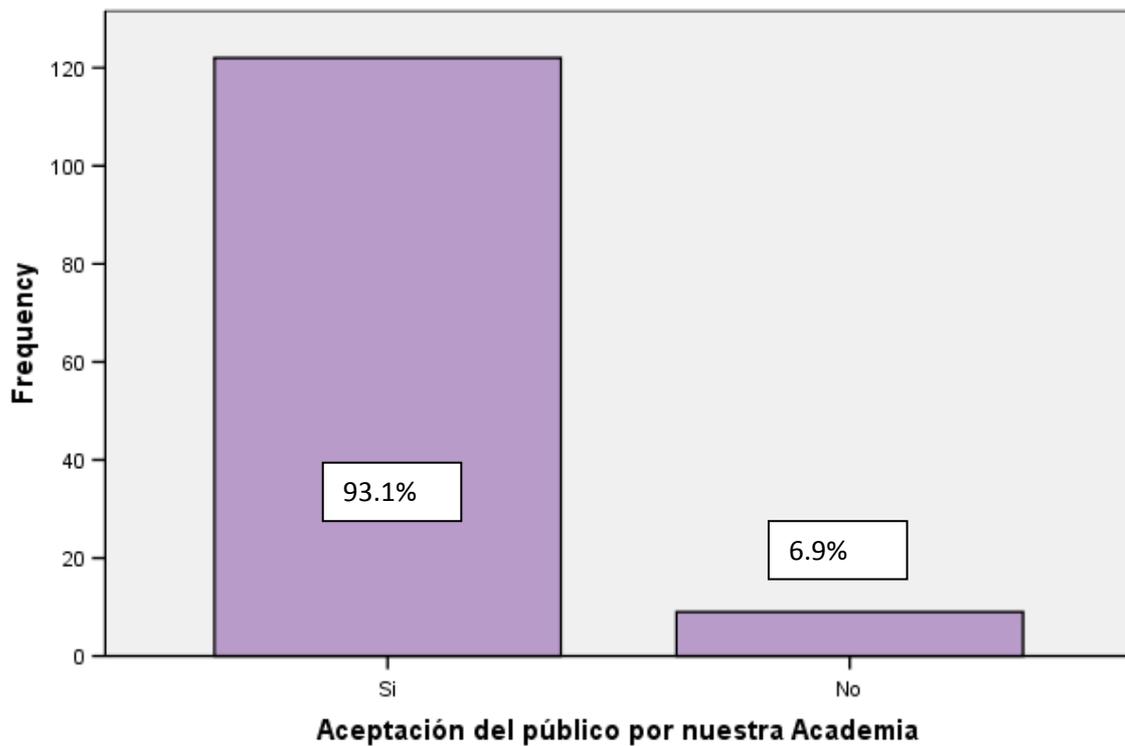
Aceptación del público por nuestra Academia

N	Valid	131
	Missing	3

Aceptación del público por nuestra Academia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	122	91,0	93,1	93,1
	No	9	6,7	6,9	100,0
	Total	131	97,8	100,0	
Missing	0	3	2,2		
Total		134	100,0		

Aceptación del público por nuestra Academia



En esta pregunta podemos observar que un 93,1% de la muestra contestó que si le gustaría estudiar en una Academia de Música Especializada en rock que se encuentre localizada en la Villa Flora. Apenas un 6,9% contestó que no dentro del análisis de los datos válidos. Un 2,2% no contestó a la pregunta. Existieron algunos alumnos de la Academia de Hittar Cuesta que si se cambiarían a estudiar en nuestra Academia debido a la cercanía de la misma a sus hogares.

Pregunta 11: ¿Qué instrumento musical le gustaría aprender a tocar enfocado al rock?

Statistics

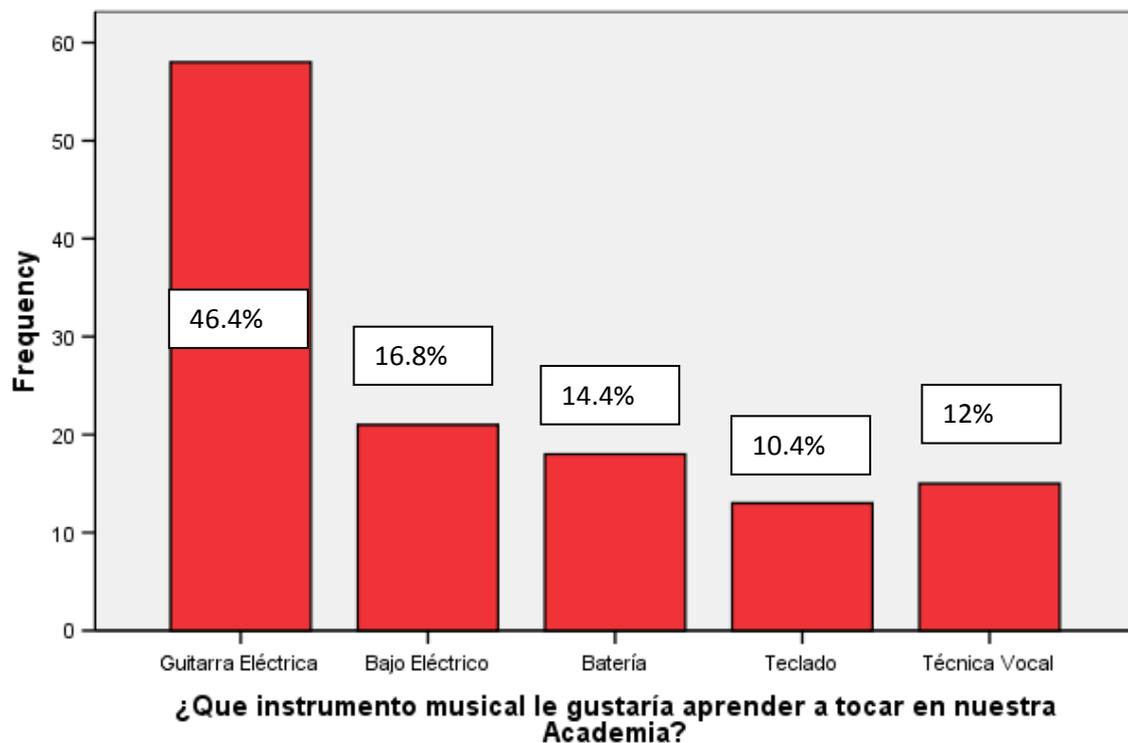
¿Que instrumento musical le gustaría aprender a tocar en nuestra Academia?

N	Valid	125
	Missing	9

¿Que instrumento musical le gustaría aprender a tocar en nuestra Academia?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Guitarra Eléctrica	58	43,3	46,4	46,4
Bajo Eléctrico	21	15,7	16,8	63,2
Batería	18	13,4	14,4	77,6
Teclado	13	9,7	10,4	88,0
Técnica Vocal	15	11,2	12,0	100,0
Total	125	93,3	100,0	
Missing	0	9	6,7	
Total	134	100,0		

¿Que instrumento musical le gustaría aprender a tocar en nuestra Academia?



De lo que se puede observar en esta pregunta casi la mitad de la muestra prefiere aprender a tocar guitarra eléctrica con un considerable 46,4%, luego

tenemos que el 16,8% preferiría aprender a tocar el bajo eléctrico, le sigue el 14,4% que preferiría aprender a tocar la batería, un 12% prefiere aprender técnica vocal, un 9,7% prefiere aprender a tocar el teclado.

Con estos resultados nos damos cuenta que debería existir una mayor capacidad de alumnos para las aulas de guitarra eléctrica, cuestión que será tratada más adelante y a profundidad en el Estudio Técnico.

Pregunta 12: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada nivel, el cual dura tres meses y consta de cuatro horas a la semana con profesores titulados en música y con un amplio conocimiento de la música rock?

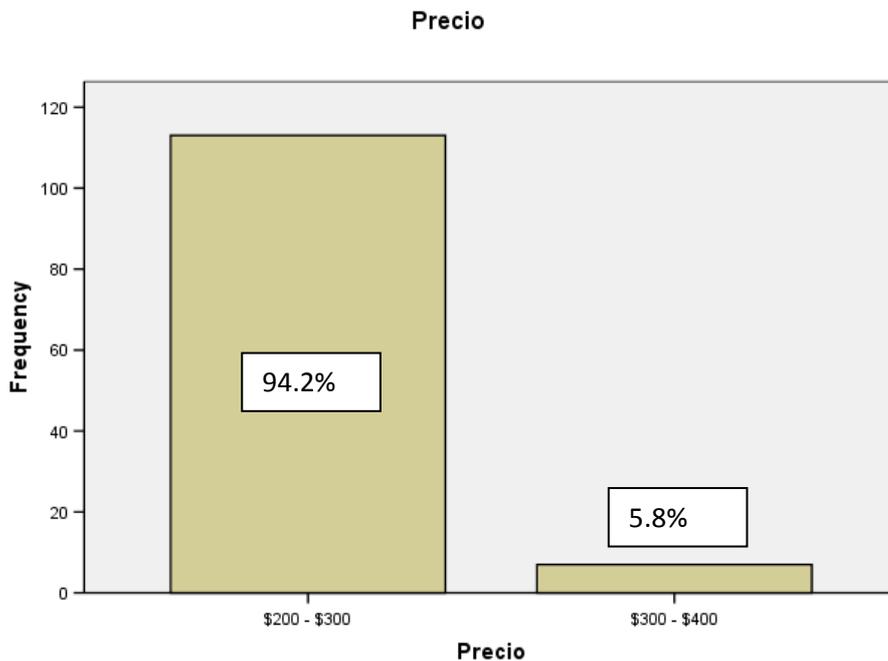
Statistics

Precio

N	Valid	120
	Missing	14

Precio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	\$200 - \$300	113	84,3	94,2	94,2
	\$300 - \$400	7	5,2	5,8	100,0
	Total	120	89,6	100,0	
Missing	0	14	10,4		
Total		134	100,0		



Observamos que la mayoría de las personas están de acuerdo con un precio que esté entre los \$200 a \$300 con el 94,2% de aceptación, un 5,8% estaría de acuerdo entre \$300 y \$400, nadie pagaría más de \$400 por este servicio y un 5,2% no respondió nuestra pregunta.

Pregunta 13: ¿Le gustaría que la Academia cuente con instrumentos musicales propios para su comodidad y sin ningún costo adicional?

Statistics

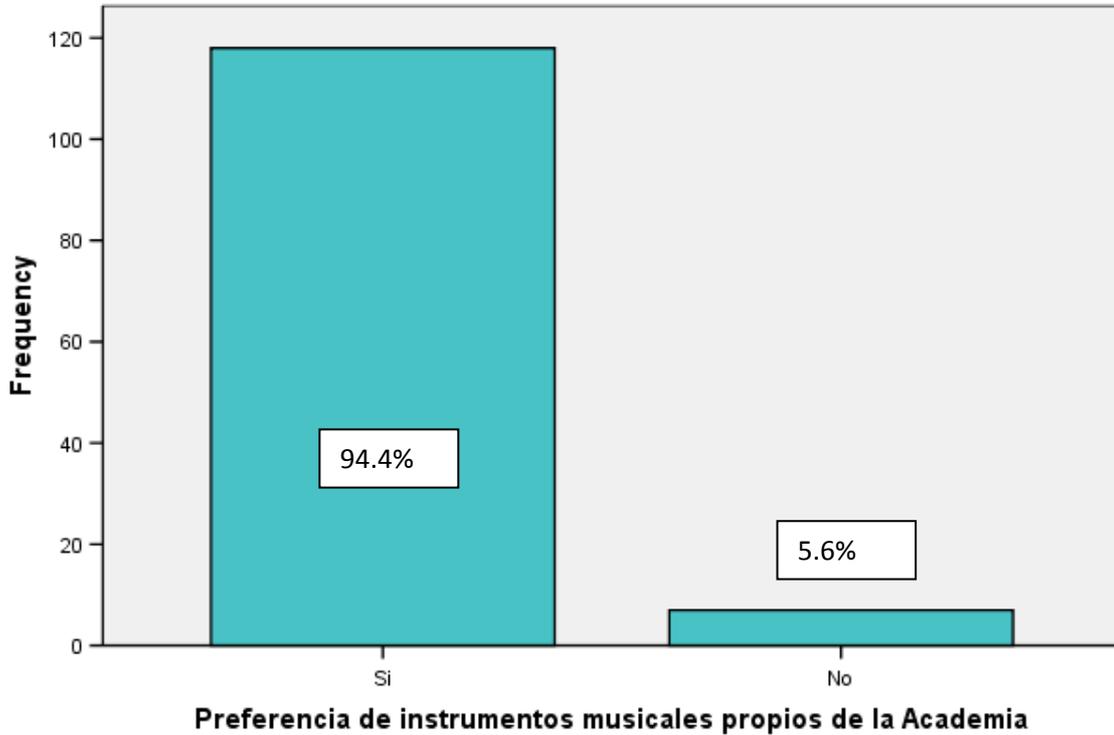
Preferencia de instrumentos musicales propios de la Academia

N	Valid	125
	Missing	9

Preferencia de instrumentos musicales propios de la Academia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	118	88,1	94,4	94,4
	No	7	5,2	5,6	100,0
	Total	125	93,3	100,0	
Missing	0	9	6,7		
Total		134	100,0		

Preferencia de instrumentos musicales propios de la Academia



Tenemos que un amplio 94,4% prefiere que existan los instrumentos musicales en la Academia, lo cual es lógico porque no tendrían que cargar un instrumento que a veces es pesado o imposible de llevar como la batería por ejemplo. Apenas un 5,6% dijo que no alegando que es mejor tocar con su propio instrumento, la mayoría de casos en la guitarra específicamente, y tenemos un 6,7% de respuestas perdidas.

Pregunta 14: ¿Con que frecuencia se matricularía en la Academia?

Statistics

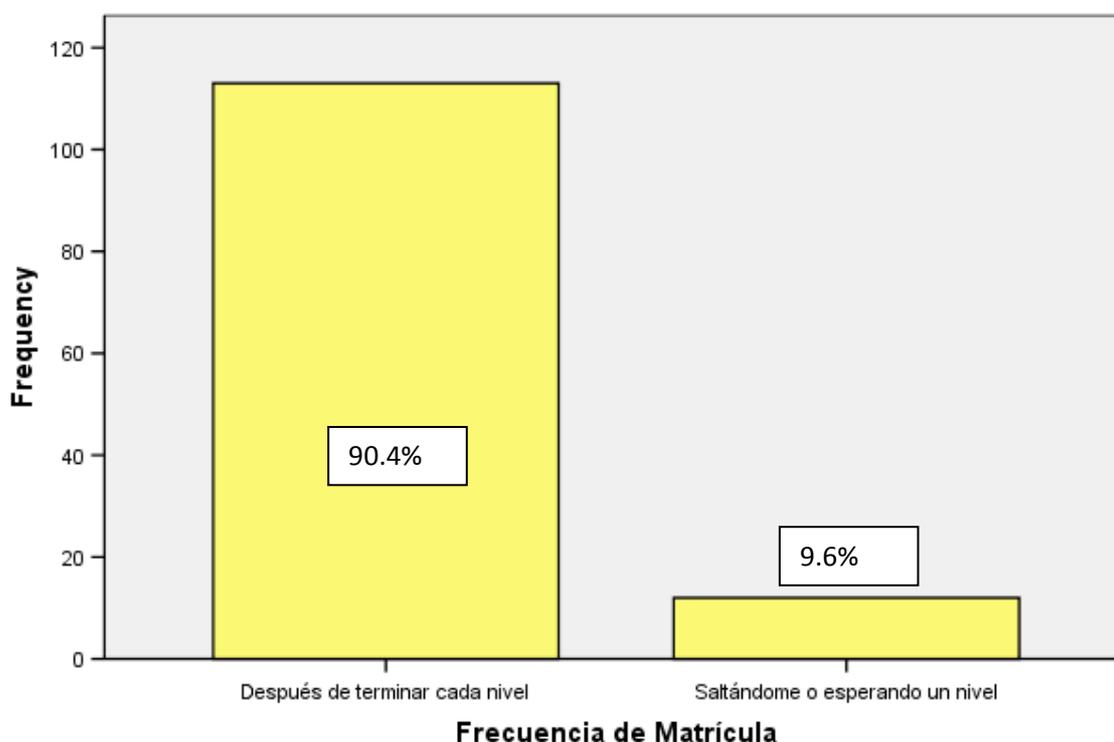
Frecuencia de Matrícula

N	Valid	125
	Missing	9

Frecuencia de Matrícula

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Después de terminar cada nivel	113	84,3	90,4	90,4
	Saltándome o esperando un nivel	12	9,0	9,6	100,0
	Total	125	93,3	100,0	
Missing	0	9	6,7		
Total		134	100,0		

Frecuencia de Matrícula



Podemos observar que un 90,4% preferiría matricularse a nivel seguido para no perder el tiempo, un 9.6% lo haría saltándose un nivel por razones de trabajo principalmente y existe un 6,7% de respuestas que no fueron respondidas.

Pregunta 15: Ingresos mensuales aproximados del hogar:

Statistics

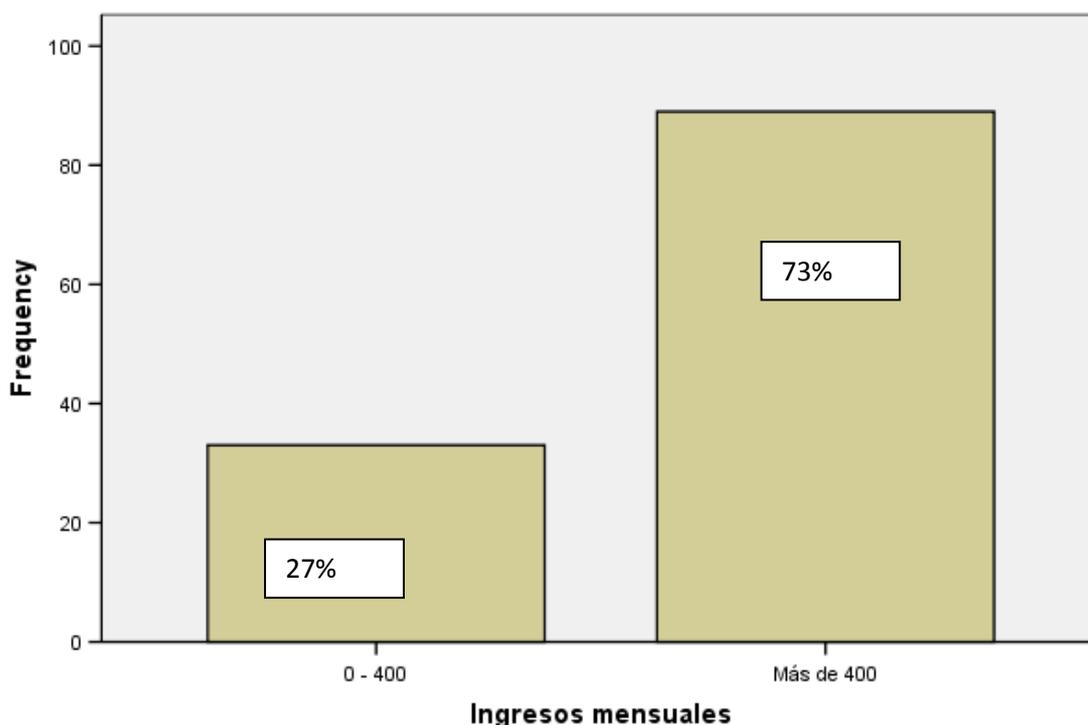
Ingresos mensuales

N	Valid	122
	Missing	12

Ingresos mensuales

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 - 400	33	24,6	27,0	27,0
	Más de 400	89	66,4	73,0	100,0
	Total	122	91,0	100,0	
Missing	0	12	9,0		
Total		134	100,0		

Ingresos mensuales



Según las respuestas a esta pregunta tenemos que el 73% de la muestra tiene un ingreso superior a \$400 por familia, un 27% tiene un ingreso menor a \$400 por familia, porque estas personas pueden estar viviendo solas y un 9% prefirió no contestar a la pregunta.

Pregunta 16: ¿Le interesaría aprender a tocar otro tipo de instrumentos musicales diferentes a los citados en esta encuesta?

Statistics

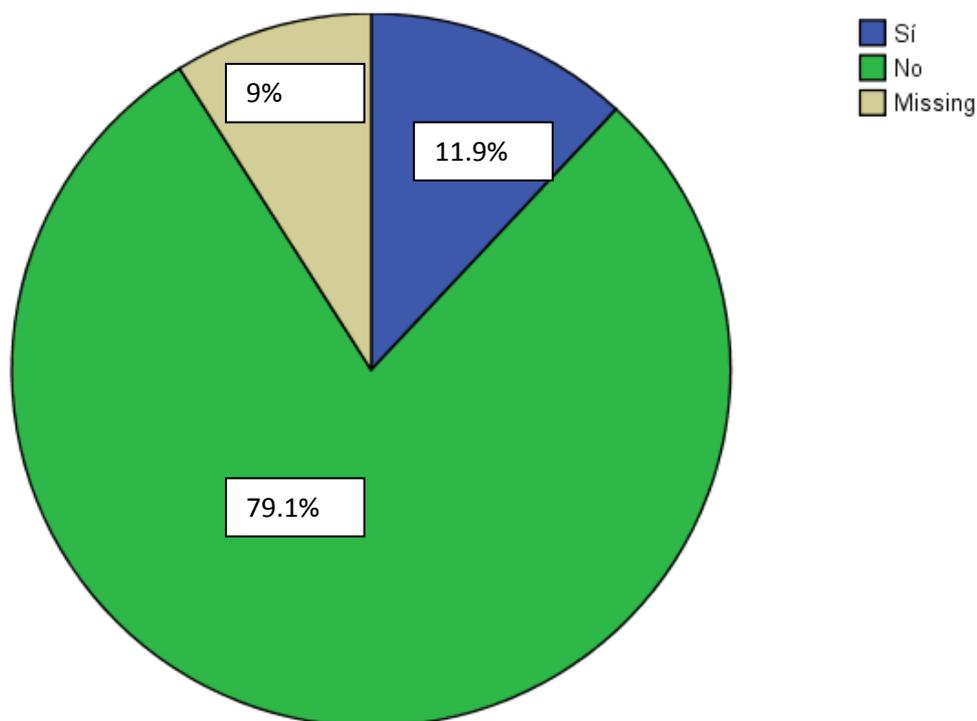
Interés en aprender a tocar otros instrumentos musicales.

N	Valid	122
	Missing	12

Interés en aprender a tocar otros instrumentos musicales.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	11,9	13,1	13,1
	No	106	79,1	86,9	100,0
	Total	122	91,0	100,0	
Missing	0	12	9,0		
Total		134	100,0		

Interés en aprender a tocar otros instrumentos musicales.



De esta pregunta obtenemos que un 79,1% prefiriera estudiar los instrumentos citados en la encuesta mientras que a un 11,9% si le interesaría estudiar otro tipo de instrumentos por lo que vemos la mayoría quiere aprender a tocar instrumentos musicales utilizados comúnmente en el rock. Un 9% de datos se los considera perdidos.

Pregunta 17: ¿Si su respuesta fue positiva, indique que instrumento musical le interesaría aprender a tocar?

Statistics

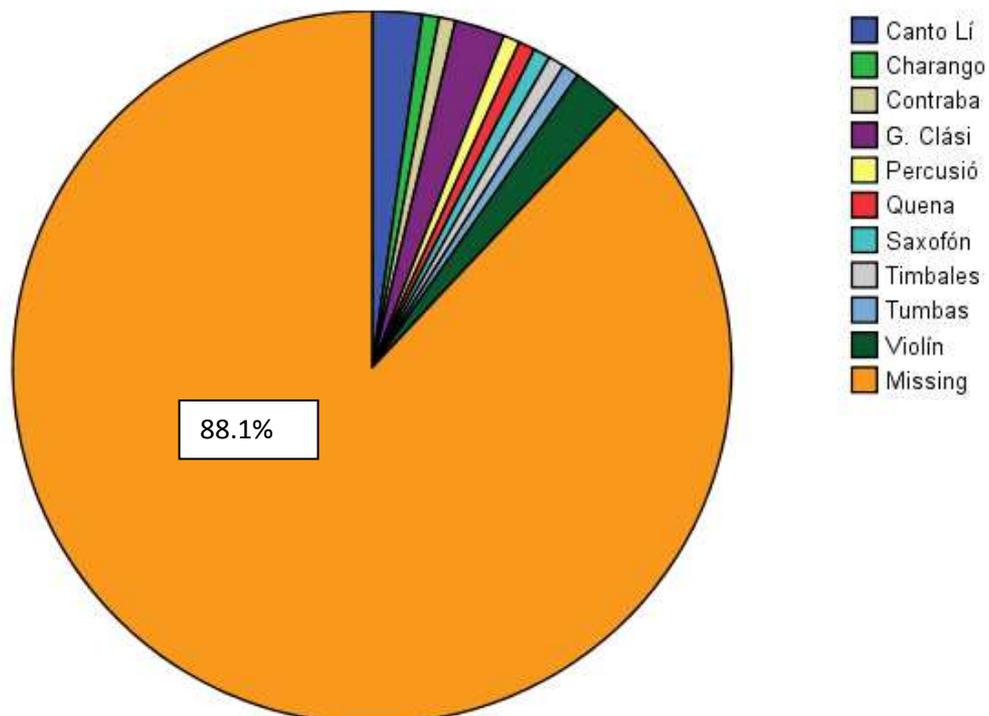
¿Que otro instrumento musical le gustaría aprender a tocar?

N	Valid	16
	Missing	118

¿Que otro instrumento musical le gustaría aprender a tocar?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Canto Lí	3	2,2	18,8	18,8
	Charango	1	,7	6,3	25,0
	Contraba	1	,7	6,3	31,3
	G. Clási	3	2,2	18,8	50,0
	Percusió	1	,7	6,3	56,3
	Quena	1	,7	6,3	62,5
	Saxofón	1	,7	6,3	68,8
	Timbales	1	,7	6,3	75,0
	Tumbas	1	,7	6,3	81,3
	Violín	3	2,2	18,8	100,0
	Total	16	11,9	100,0	
Missing	0	118	88,1		
Total		134	100,0		

¿Que otro instrumento musical le gustaría aprender a tocar?



Un 88,1% refleja a las personas que no les interesa aprender a tocar otro instrumento musical o que son datos perdidos, con lo que existen datos aislados de querer aprender canto lírico y a tocar charango, contrabajo, guitarra clásica, percusión, quena, saxofón, timbales, tumbas y violín, pero no son datos representativos de la muestra.

Cruces de variables

Cliente competencia vs Aceptación de nuestra Academia

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
¿Estudia o está estudiando música rock en dicha Academia? * Aceptación del público por nuestra Academia	86	64,2%	48	35,8%	134	100,0%

¿Estudia o está estudiando música rock en dicha Academia? * Aceptación del público por nuestra Academia Crosstabulation

Count

		Aceptación del público por nuestra Academia		
		Si	No	Total
¿Estudia o está estudiando música rock en dicha Academia?	Si	16	3	19
	No	67	0	67
Total		83	3	86

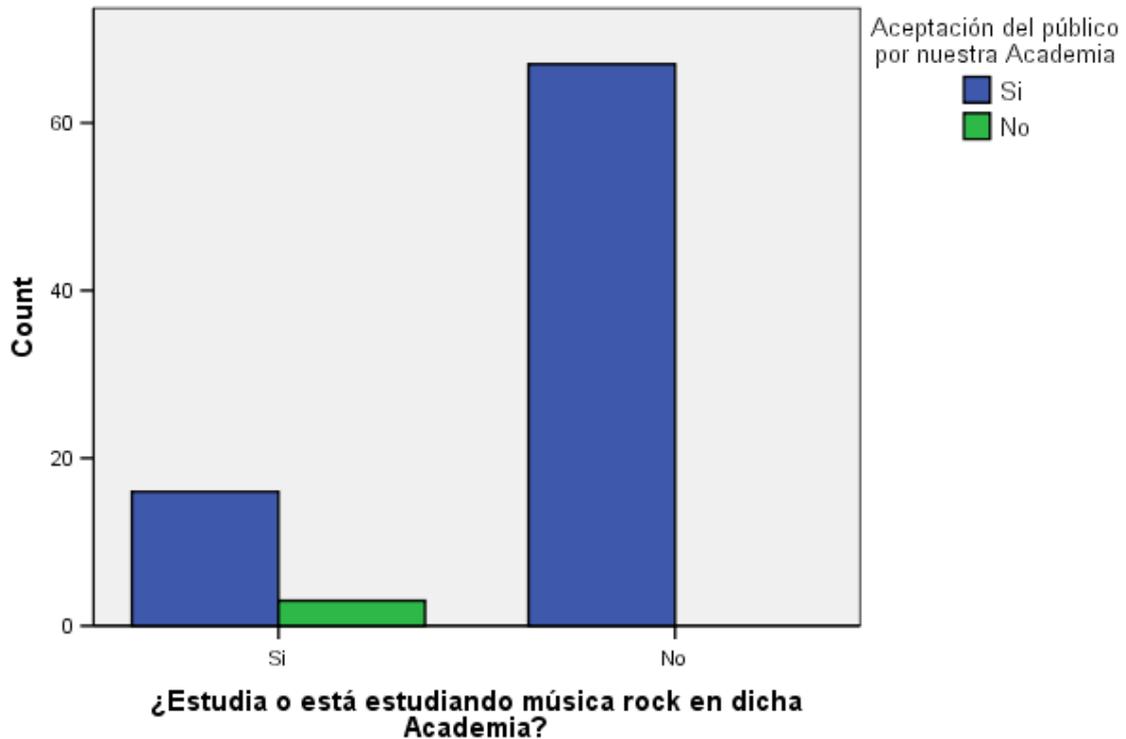
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	10,961(b)	1	,001		
Continuity Correction(a)	6,773	1	,009		
Likelihood Ratio	9,454	1	,002		
Fisher's Exact Test				,009	,009
N of Valid Cases	86				

a Computed only for a 2x2 table

b 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,66.

Bar Chart



Podemos observar que existe una relación entre estas dos variables, ya que el grado de significancia es menor a 0,05, con lo que se puede observar que la mayoría de personas que estudian en la Academia de Hittar Cuesta si se cambiarían a estudiar a nuestra Academia, probablemente por los factores distancia y tiempo. En el programa SPSS la hipótesis parte de que ambas variables son independientes, entonces si el grado de significancia en los cuadros es menor o igual a 0,05 la hipótesis se rechaza, es decir las variables son dependientes, caso contrario si el grado de significancia es mayor a 0,05 se acepta la hipótesis de que las variables son independientes.

Instrumento que practica vs Instrumento que le gustaría aprender

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
¿Que instrumento musical practica o está practicando? * ¿Que instrumento musical le gustaría aprender a tocar en nuestra Academia?	16	11,9%	118	88,1%	134	100,0%

¿Que instrumento musical practica o está practicando? * ¿Que instrumento musical le gustaría aprender a tocar en nuestra Academia? Crosstabulation

Count

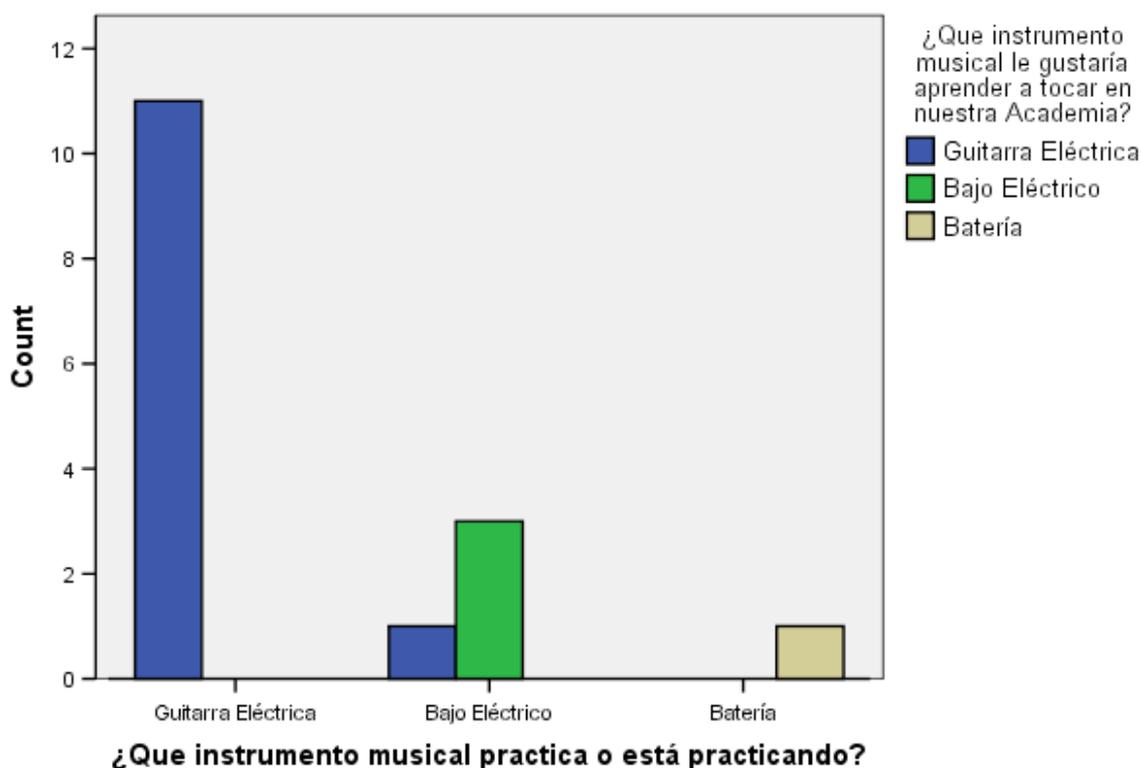
		¿Que instrumento musical le gustaría aprender a tocar en nuestra Academia?			Total
		Guitarra Eléctrica	Bajo Eléctrico	Batería	
¿Que instrumento musical practica o está practicando?	Guitarra Eléctrica	11	0	0	11
	Bajo Eléctrico	1	3	0	4
	Batería	0	0	1	1
Total		12	3	1	16

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,000(a)	4	,000
Likelihood Ratio	17,995	4	,001
N of Valid Cases	16		

a. 8 cells (88,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

Bar Chart



Vemos que estas variables tienen relación, debido a que la significación de la prueba es menor a 0,05, con lo cual observamos que todas las personas que están aprendiendo a tocar guitarra en la Academia de Hittar Cuesta estudiarían en nuestra Academia Guitarra, en cambio de las 4 personas que están

practicando bajo eléctrico a una le gustaría aprender a tocar guitarra en nuestra Academia, las otras tres optarían por aprender a tocar el bajo. En el caso de la batería, la única persona que nos contestó que estudia en la Academia de Hittar Cuesta, estaría dispuesta a estudiar en nuestra Academia el mismo instrumento.

1.5. Análisis de la Demanda

1.5.1. Clasificación

“Dentro de la clasificación de la demanda tenemos los siguientes puntos:

- Demanda individual: de cada persona
- Demanda colectiva o conjunta: suma de las demandas individuales de todos.
- Monopsonio: hay un solo comprador del producto o servicio.
- Oligopsonio: hay pocos compradores que demandan grandes cantidades.
- Competencia monopsonista: el mercado está compuesto por compradores mayoritarios de gran importancia para él, y otros minoritarios que no tienen peso alguno.
- Competencia perfecta: existen muchos compradores que demandan cantidades pequeñas.
- Competencia imperfecta: se refiere a los mercados en los que no existe competencia perfecta, porque al menos un vendedor (o un comprador) es suficientemente grande para influir en el precio de mercado y, por tanto, tiene una curva de demanda (o de oferta) de pendiente negativa.”¹⁰

Según esta clasificación la demanda que existe en el mercado para nuestro servicio corresponde a una competencia imperfecta, ya que los demandantes pueden adquirir el servicio en apenas dos Academias de este tipo.

¹⁰www.alipso.com

1.5.2. Factores que Afectan a la Demanda

a. Tamaño y Crecimiento de la Población.

Acorde a los datos del CUADRO No.3 la población de nuestro mercado objetivo, es decir, la parroquia la Magdalena situada en la Administración Zonal Eloy Alfaro del Distrito Metropolitano de Quito, consta de 28.004 personas al 2010 y tiene una tasa de crecimiento de -1.5% hasta el 2015, sin embargo, para el estudio de nuestra demanda tomaremos la tasa de crecimiento del Distrito Metropolitano de Quito cuyo valor es del 2%, debido a que en todas las parroquias del distrito existe población flotante.

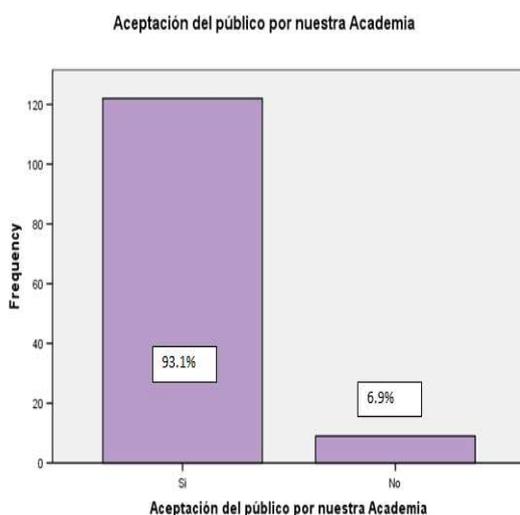
CUADRO No. 7: Crecimiento de la Población

Año	Población
2010	28004
2011	28564
2012	29135
2013	29718
2014	30312
2015	30919

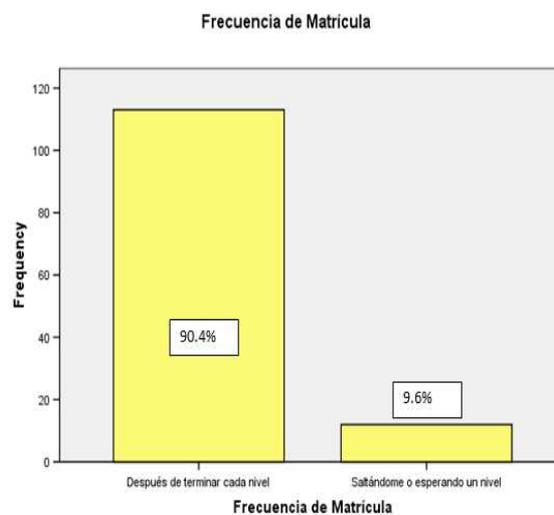
Fuente: Unidad de Estudios DMPT-MDMQ
Elaborado por: Álvaro Plúas

b. Hábitos y Consumo

Como se puede observar en las encuestas tenemos que el 93% de la población estudiaría en nuestra Academia, y que el 90,4% se matricularía cada tres meses, es decir, al finalizar cada nivel.



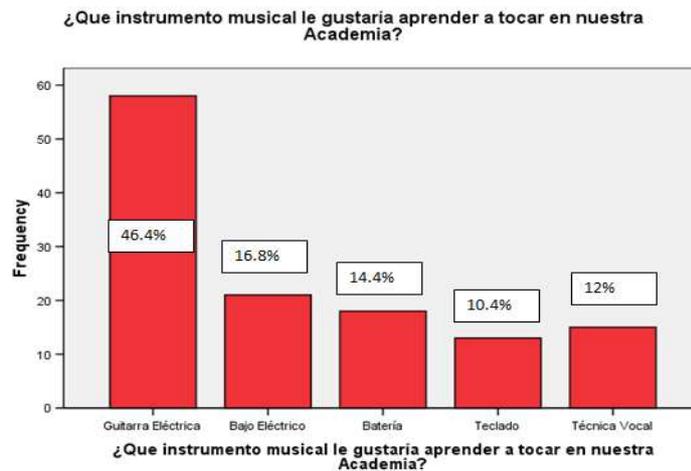
Elaborado por: Álvaro Plúas



Elaborado por: Álvaro Plúas

c. Gustos y Preferencias

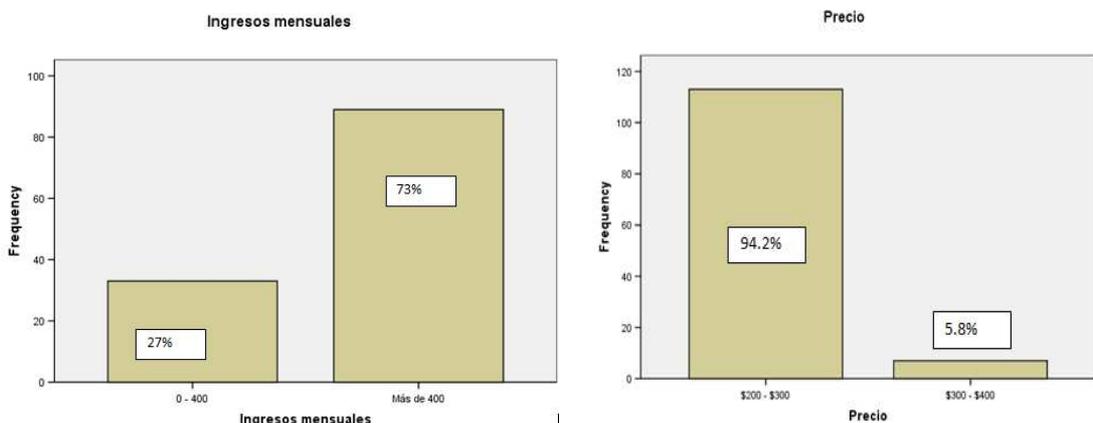
Según los resultados de la encuesta realizada tenemos que a un 46,6% de nuestra población meta le gustaría aprender a tocar la guitarra eléctrica, un 16,8% preferiría aprender a tocar el bajo eléctrico, un 14,4% le gustaría aprender a tocar la batería, un 12% le gustaría aprender técnica vocal y apenas a un 10,4% le gustaría aprender a tocar el sintetizador, con lo que se puede observar una mayor preferencia por la guitarra eléctrica.



Elaborado por: Álvaro Plúas

d. Niveles de Ingresos y Precios

Según la encuesta los niveles de ingresos de nuestra demanda son mayores a \$400 mensuales en un 73% de la población objetivo, y el precio que nuestra población estaría dispuesta a pagar iría en un rango de \$200 a \$300 por nivel de estudios, lo que representa \$10 por hora en un 94,2% de nuestra población.



Elaborado por: Álvaro Plúas

Elaborado por: Álvaro Plúas

1.5.3. Análisis Histórico de la Demanda

“El rock llegó al Ecuador a finales de los años 50's,5 fue difundido por la radio y la televisión y tuvo como principales influencias al rock mexicano y argentino. Empezó a interpretarse a mediados de los años 60's bajo la llamada nueva ola y sería la banda Los Hippies la primera en documentar.

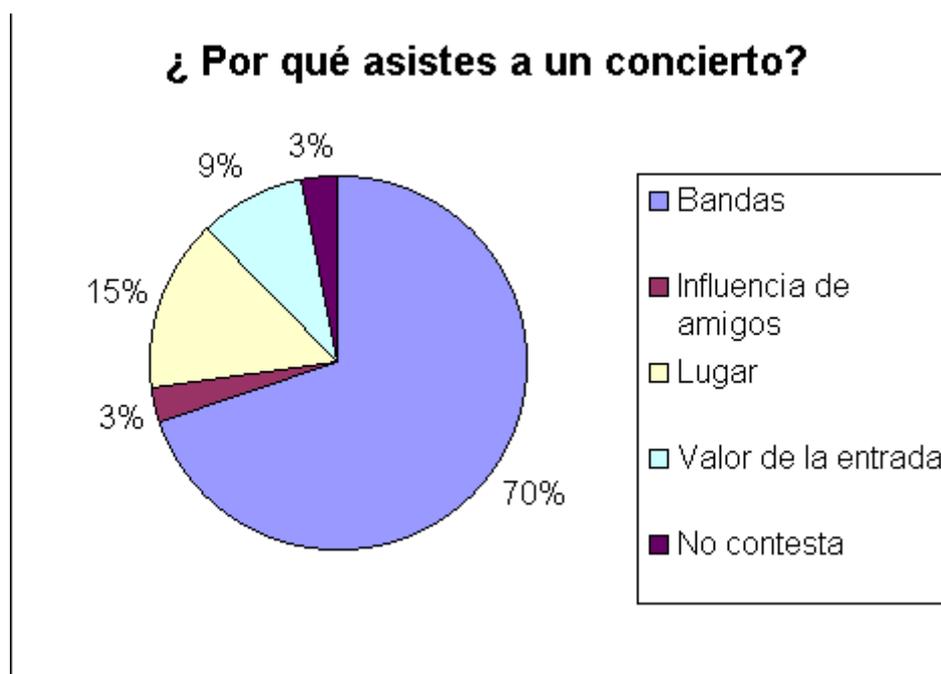
La mayoría de ecuatorianos no están familiarizados con la música rock, lo cual es a veces conveniente para mantener su misterio y tener derecho al seleccionar a sus verdaderos seguidores, quienes se enteran de las movidas únicamente al estar estrechamente vinculados con ellas, utilizando todos los canales de comunicación a su alcance como grafittis, volantes, mensajes escritos vía SMS, spams, blogs, boletines de prensa, fanzines, etc. El hecho es que durante estos últimos años el Ecuador ha experimentado una verdadera explosión en este sentido, las bandas se multiplicaron y quienes ya tenían una trayectoria la consolidaron grabando cassettes, vinilos, CD's o DVD's, en búsqueda de proyección hacia el público y un mejor sonido.

Entre las bandas de rock ecuatoriano que por su carrera musical destacan se incluyen: Viuda Negra (heavy metal), Spectrum (heavy metal), Total Death (death/doom), Blaze (thrash metal), Sal y Mileto (rock progresivo), Basca (heavy metal), Notoken (hardcore punk), Muscaria (nu metal), Metamorfosis (heavy metal-power metal), La RoCola Bacalao (ska-fusión), Mamá Vudú (rock alternativo), Demolición (thrash metal), Siq (nu Metal), Likaon (thrash metal), Mortal Decisión (hardcore punk).”¹¹

Según un estudio realizado para ver cual es la influencia de la música rock sobre los jóvenes, especialmente para el concierto del 31 de diciembre que se realiza en la Concha Acústica de la Villa Flora tenemos los siguientes datos:

¹¹“Metal Hammer”, Julio 2007

Gráfico No. 1



Fuente: "Metal Hammer", Julio 2007

Según observamos en este gráfico y según la información anterior al cuadro podemos observar que la cultura rockera ha ido creciendo a lo largo del tiempo y que la mayoría de personas asisten a los conciertos para poder ver a las bandas tocar (70%), por lo cual se infiere que cada vez más personas buscan aprender a tocar un instrumento musical dentro de la cultura rock, de hecho, además de las bandas mencionadas en el artículo anterior, en los últimos tres años han aparecido muchas más bandas de un muy buen nivel musical.

1.5.4. Demanda Actual del Servicio

Para determinar la demanda actual de nuestro servicio nos vamos a basar en nuestra investigación, partiendo desde la población objetivo que es de 5.025 personas con un rango de edad de 15 a 35 años en la parroquia La Magdalena de la Administración Zonal Eloy Alfaro del Distrito Metropolitano de Quito. Con este dato, y de acuerdo a la encuesta realizada, tenemos que un 93,1% aceptaría estudiar en nuestra Academia, es decir 4.678 personas. De este valor tenemos que el 90,4% se matricularía a nivel seguido, con lo cual tenemos la

frecuencia, teniendo una demanda al 2010 de 4.229 personas. Los cálculos realizados se los muestra a continuación.

Universo (N) = 5.025

Aceptación del público: $93,1\% * 5.025 = 4.678$ personas

Frecuencia seguida de matrícula: $90,4\% * 4.678 = 4.229$ personas

1.5.5. Proyección de la Demanda

CUADRO No. 8: Proyección de la demanda por instrumento (En personas)

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR INSTRUMENTO						
AÑO	GUIARRA (46,4%)	BAJO (16,8%)	BATERÍA (14,4%)	TECLADO (10,4%)	T. VOCAL (12%)	TOTAL DEMANDA
2010	1962	710	609	440	507	4229
2011	2002	725	621	449	518	4314
2012	2042	739	634	458	528	4400
2013	2082	754	646	467	539	4488
2014	2124	769	659	476	549	4578
2015	2166	784	672	486	560	4669

Elaborado por: Álvaro Piúas

Fuente: Datos obtenidos en la investigación

En el cuadro No. 8 se puede observar un detalle de la demanda por instrumento musical y el total de la demanda por cada año desde el 2010 al 2015. Según los datos de la encuesta el 46,4% de la muestra preferirían estudiar guitarra, con lo que obtenemos ese porcentaje de nuestra demanda total, la cual está medida en personas, es decir, en clientes que estarían dispuestos a estudiar en nuestra Academia. Se elabora el resto del cuadro con los porcentajes respectivos del resto de instrumentos musicales, proyectando cada año con la tasa de crecimiento de la población del 2010 al 2015 de esa zona que es del 2%.

En el cuadro No. 9 se puede observar la proyección de la demanda en dinero y su correspondiente explicación luego del cuadro.

CUADRO No. 9: Proyección de la demanda por instrumento (USD)

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR INSTRUMENTO (En USD)						
AÑO	GITARRA (46,4%)	BAJO (16,8%)	BATERÍA (14,4%)	TECLADO (10,4%)	T. VOCAL (12%)	TOTAL DEMANDA
2010	1569805	568378	487181	351853	405984	3383200
2011	1601201	579745	496924	358890	414104	3450864
2012	1633225	591340	506863	366068	422386	3519881
2013	1665889	603167	517000	373389	430833	3590279
2014	1699207	615230	527340	380857	439450	3662084
2015	1733191	627535	537887	388474	448239	3735326

Elaborado por: Álvaro Plúas

De acuerdo a lo que se puede observar en el cuadro No. 10, se tiene una demanda en dinero de \$3.383.200 para el año 2010, tomando en cuenta que el costo de la matrícula por cada nivel es de \$200, con lo que cada estudiante estaría pagando \$800 al año, como son 4.229 personas las personas que demandan este servicio, se multiplica por el pago anual de cada estudiante y se obtiene el valor antes mencionado para el 2010. La tasa de crecimiento de la demanda continúa siendo la misma de la población, es decir de un 2%.

Como se puede observar en el cuadro No. 10, para el primer año de funcionamiento de la Academia el número de estudiantes será de 100 alumnos, si cada matrícula cuesta \$200 por nivel, y cada alumno se matriculará cuatro veces en el año entonces cada alumno pagará \$800 al año, y en total se tendría un ingreso de \$80.000 en el primer año.

CUADRO No. 10: Ingreso anual por matrículas

No. De alumnos en el primer año	Costo cada Matrícula	No. De matrículas en el año	Ingreso anual por matrículas
100	200	4	80.000

Elaborado por: Álvaro Plúas

1.6. Análisis de la Oferta

1.6.1. Clasificación

- “Monopolio: existe un solo vendedor del producto.
- Oligopolio: hay pocos vendedores que ofrecen grandes cantidades del producto.
- Competencia Monopolística: hay muchos vendedores de productos diferenciados.
- Competencia Perfecta: existen muchos compradores que demandan cantidades pequeñas.
- Competencia Imperfecta: se refiere a los mercados en los que no existe competencia perfecta, porque al menos un vendedor (o un comprador) es suficientemente grande para influir en el precio de mercado y, por tanto, tiene una curva de demanda (o de oferta) de pendiente negativa.”¹¹

Nuestra Academia se encuentra en una competencia imperfecta, ya que la única Academia que existe en el mercado hasta el momento puede influir en los precios de las clases particulares que se dan sin estar estudiando en una Academia.

1.6.2. Factores que Afectan a la Oferta

a. Número y Capacidad de los Competidores.

De las investigaciones realizadas y de la investigación de mercado se pudo comprobar que el único competidor existente en el mercado con una estructura de Academia musical como tal es la Academia Musical de Hittar Cuesta localizada en la vía al Tingo.

La Academia de Hittar Cuesta ha sufrido varios cambios por el paso del tiempo y no existen datos estadísticos o documentos oficiales acerca de su evolución o funcionamiento, pero lo que se conoce de una visita previa a las instalaciones donde queda ubicada esta Academia, es cuenta con un aula de batería y un aula para bajo y guitarra, además de que las mismas instalaciones son un estudio de

¹¹www.alipso.com

grabación, por lo que se cuenta con instrumentos musicales propios, además de acuerdo a los encuestados que están estudiando en la Academia de Hittar Cuesta se conoce que tiene una capacidad aproximada de dos estudiantes por sesión de clases para bajo y batería y apenas un estudiante por sesión de batería.

b. Incursión de Nuevos Competidores

Existen un sin número de personas que dan clases particulares de guitarra, bajo, batería, teclado o técnica vocal, pero de forma aislada y no con una estructura formal de estudios como los que una Academia exige por lo que para entrar a competir como una Academia se debe hacer una gran inversión en materiales y equipos. Además de ser el rock una cultura muy criticada y por ende poco rentable según aseveraciones de las personas que no conocen del medio o de la cultura rock en general. Sin embargo, la organización rockera “Al Sur del cielo” está trabajando para crear un conservatorio musical de rock en el sur de Quito, proyecto que esperan sea ejecutado en cinco años.

Cabe recalcar que no existen barreras de entrada y salida, ya que una persona puede armar su Academia Musical sin ningún problema y entrar a competir en el mercado por ser una empresa de servicios y además pequeña. En la gran mayoría de casos las empresas que tienen mayor problema con estas barreras son las empresas industriales grandes debido a que se tiene necesidades altas de capital, escasez de terreno, materiales, economías de escala, requisitos de patentes en el caso de las barreras de entrada y en el caso de las barreras de salida se tiene obligaciones morales y legales, restricciones gubernamentales y el bajo valor residual que puede tener la maquinaria y equipo por la obsolescencia.

c. Capacidad de Inversión Fija

La inversión necesaria para implementar una Academia musical es muy alta en cuanto a equipos, pero el mantenimiento es relativamente barato, por lo cual, como se mencionó en el literal anterior muchas personas optan por dictar clases particulares en vez de crear una Academia como tal.

d. Precios de los Servicios Relacionados

En el caso de nuestra Academia el precio que la competencia ponga influye bastante en el precio que nuestra Academia pondrá como único competidor directo y además influirá en el precio de las horas clase de las personas que dictan este tipo de clases, por lo cual mencionamos que trabajaremos en una competencia imperfecta, pero además, el precio de los insumos como cuerdas de guitarra, parches de batería entre otros afectan también a la oferta y en nuestro caso a la competencia ya que algunos de los instrumentos que posee son importados y los repuestos a veces son difíciles de conseguir en el mercado, lo cual representa costos de no utilizar el instrumento musical por no estar debidamente reparado, Por ese motivo nuestra empresa ha optado por utilizar instrumentos musicales de líneas estándar cuyos repuestos sean fáciles de encontrar en el mercado para no incurrir en dichos costos.

1.6.3. Comportamiento Histórico de la Oferta.

Luego de haber incursionado en varios grupos musicales, entre ellos el más conocido Cruks en Karnak, Hittar Cuesta es uno de los más legendarios guitarristas de nuestro país, llegando a ser considerado como el mejor del Ecuador, por ello decide formar jóvenes talentos en su Escuela de Guitarra Hittar Cuesta hace tres años.

El movimiento rockero ha ido creciendo en el sur de Quito, pero nunca ha existido una Academia musical que enseñe a tocar música rock hasta que apareció la Academia de Hittar Cuesta en el mercado, por lo que no existen datos estadísticos acerca de la oferta de este servicio en el país.

Gracias a una investigación de campo realizada a una persona que fue profesor de esta Academia y a un alumno que está cursando el tercer nivel de la misma se tiene que no ha variado mucho la capacidad de alumnos de la Academia de Hittar Cuesta, ya que de sus tres años de funcionamiento el primero fue dedicado solo a la enseñanza de guitarra y bajo eléctrico, implementándose la enseñanza de la batería en el segundo año, razón por la cual tomamos que el primer año tenía siete estudiantes por clase, llegando a atender a catorce estudiantes por día, lo cual nos da 84 estudiantes por semana, teniendo en cuenta que trabaja seis días a la semana, dándonos un resultado de 336 estudiantes al año. El segundo año, tras la implementación de la enseñanza de la batería, incremento su capacidad a dos alumnos más por sesión, por lo cual tenía 18 alumnos por día, es decir 108 alumnos por semana teniendo cada año 432 alumnos, teniendo un incremento del 28,5%.

CUADRO No. 11: Oferta histórica

Año	No. de estudiantes	Crecimiento
2008	336	
2009	432	28,50%
2010	464	7,40%
	Promedio crecimiento	17,95%

Elaborado por: Álvaro Plúas

1.6.4. Oferta Actual del Servicio

De los datos obtenidos de la encuesta tenemos que el 14, 5% de los encuestados que conoce de la existencia y la localización de la Academia de Hittar Cuesta, y que además estudia en ella, representa un total aproximado de 464 personas al año. De la conversación obtenida se estima que hoy en día existen más de 400 alumnos al año que atiende la academia de Hittar Cuesta, principalmente por el prestigio alcanzado por el como músico y por su Academia como tal, por lo cual tomaremos el valor que nos arroja la encuesta que es de 464 alumnos que tendría la Academia de Hittar Cuesta hoy en día, lo cual, como se

puede observar en el cuadro No.11 representaría un incremento del 7,4% respecto del año 2009. Si tomamos la media de estos dos incrementos tendríamos un crecimiento promedio de 17, 95% aproximadamente.

1.6.5. Proyección de la Oferta

CUADRO No. 12: Proyección de la oferta por instrumento (En Personas)

PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR INSTRUMENTO (Dada en personas)

AÑO	GUITARRA (73,3%)	BAJO (21.1%)	BATERÍA (5.3%)	TOTAL OFERTA
2010	108	31	8	147
2011	127	36	9	173
2012	150	43	11	204
2013	177	51	13	241
2014	209	60	15	284
2015	247	71	18	335

Elaborado por: Álvaro Plúas

En el cuadro No. 11 podemos observar que para el año 2010, según el resultado de la encuesta tenemos una oferta total de 464 estudiantes por año que atendería la Academia de Hittar Cuesta con un crecimiento promedio de la oferta de un 17,95%, pero debemos tomar en cuenta el valor obtenido en las encuestas referente al porcentaje de personas que dijeron que el servicio de esta Academia es excelente, el cual es del 31,6%, con lo que la oferta que vamos a tomar para el año 2010 es de 147 personas proyectada hasta el 2015 como se observa en el cuadro No. 12.

Ahora para tener la oferta en dinero, conocemos por la encuesta que en la Academia de Hittar Cuesta se paga trimestralmente \$240, es decir \$80 mensuales, con lo que cada alumno pagaría en el año \$960, como la oferta según el cuadro No.12 es de 147 alumnos en el 2010 se tiene que la oferta para ese año en dinero es de \$141.120, como se indica en el cuadro No. 13.

CUADRO No. 13: Proyección de la oferta por instrumento (USD)

PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR INSTRUMENTO (En USD)

AÑO	GUIARRA (73,3%)	BAJO (21.1%)	BATERÍA (5.3%)	TOTAL OFERTA
2010	104005	29776	7479	141120
2011	122674	35121	8822	166451
2012	144694	41425	10405	196329
2013	170667	48861	12273	231570
2014	201302	57632	14476	273137
2015	237436	67977	17075	322165

Elaborado por: Alvaro Plúas

1.7. Determinación de la Demanda Insatisfecha

CUADRO No. 14: Demanda Insatisfecha (En personas)

DEMANDA INSATISFECHA (Dada en personas)

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA
2010	4229	147	4082
2011	4314	173	4140
2012	4400	204	4196
2013	4488	241	4247
2014	4578	284	4294
2015	4669	335	4334

Elaborado por: Alvaro Plúas

De los estudios realizados tenemos que nuestra Academia atenderá a 100 estudiantes el primer año, con lo cual captaremos el 2,45% de la demanda insatisfecha.

CUADRO No. 15: Demanda Insatisfecha (USD)

DEMANDA INSATISFECHA (En USD)

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA
2010	3383200	141120	3242080
2011	3450864	166451	3284413
2012	3519881	196329	3323552
2013	3590279	231570	3358709
2014	3662084	273137	3388947
2015	3735326	322165	3413161

Elaborado por: Alvaro Plúas

De igual forma, según los estudios realizados tenemos que nuestra Academia tendría un ingreso de \$80.000 en el primer año, con lo cual captaríamos un 2,46% de la demanda insatisfecha en dinero.

1.8. Análisis de Precios en el Mercado del Servicio

1.8.1. Precios Históricos y Actuales

No existen datos acerca de los precios históricos como tales, pero de lo que se pudo obtener de la investigación los precios no han variado mayormente en los últimos cinco años. Por ejemplo, en la Academia Musical “Musicarte” ubicada en el sur de Quito, donde se enseña a tocar instrumentos como la guitarra clásica, el piano, el violín entre otros, el precio se ha mantenido en \$10 la hora de enseñanza. Mediante investigaciones realizadas en la web, se puede observar que existe un sin número de personas que dictan clases de guitarra, de batería, de bajo y de otros instrumentos musicales más, así mismo con precio promedio de \$10 la hora.

Para nuestro caso, la Academia de Hittar Cuesta a optado por mantener y seguir esta tendencia de mantener constantes los precios en cuanto a la enseñanza de música se refiere, por lo que en promedio en dicha Academia las clases han tenido un precio hasta la actualidad de \$10 la hora.

1.8.2. Márgenes de precios:

Estacionalidad: Según los estudios realizados en la competencia se tiene que existe un mayor ingreso de alumnos a recibir clases de música especializada en rock en para el ciclo Agosto – Octubre, debido a que en este periodo los colegios y universidades no tienen actividades académicas, lo cual es aprovechado por los estudiantes para aprovechar sus vacaciones tomando este tipo de cursos de música.

Forma de pago: Por política de la empresa se aceptará como forma de pago el dinero en efectivo, el cual será depositado en una cuenta bancaria de la empresa, con lo que el estudiante se acercará con el comprobante de depósito del banco a la tesorería de nuestra Academia para estar matriculado. El estudiante podrá también acceder al crédito que el IECE le otorga, para lo cual nuestra Academia brindará todas las facilidades al estudiante tales como el certificado de notas, certificaciones de que el alumno estudia en nuestra Academia o el pensum y la metodología de estudios para realizar los trámites pertinentes en el IECE.

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2.1. Tamaño del Proyecto

“El objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de maquinarias y equipos requeridos para el proceso de conversión del proyecto. El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.”¹²

2.1.1. Factores Determinantes del Proyecto

2.1.1.1. El Mercado

De conformidad con el Estudio de Mercado para el presente proyecto se obtuvo que existe una demanda insatisfecha al año 2010 de 4082 personas, con un porcentaje de captación inicial de 2,45% de la demanda insatisfecha, el mismo que se encuentra detallado en el cuadro No. 14 del Estudio de Mercado y que se muestra en el cuadro No. 16.

CUADRO No. 16: Demanda Insatisfecha 2010 (En personas)

AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA	CAPTACIÓN
2010	4229	147	4082	2,45%

*Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Álvaro Plúas*

2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

En la actualidad existen Instituciones Financieras, Bancos y Cooperativas de Ahorro y Crédito que brindan crédito para proyectos de inversión en el Distrito Metropolitano, pero existen diferentes requisitos y condiciones para poder acceder a un crédito además de no ser todas las actividades comerciales y de servicio sujetas de tener dichos créditos, por lo cual en el cuadro No. 17 se detalla las entidades financieras y bancarias con sus diferentes líneas de crédito y condiciones, para poder tener un panorama de la institución que mejor nos convenga para obtener nuestro crédito.

¹² www.itescam.edu.mx

CUADRO No. 17: Instituciones financieras y líneas de crédito

Institución financiera/ Banco	Monto	Actividades	Garantías	Plazo	T. Interés
BNF	Hasta \$7000	Microcrédito (Capital de trabajo y Activos Fijos)	Quirografarias	5 años	15%
	\$100 a \$5000	Crédito 555 (Capital de trabajo y Activos Fijos)	Quirografarias	5 años	5%
CFN		No servicios			
B. Del Pichincha	\$1000 a \$10000	Consumo		3 – 24 meses	
Coop. 29 de Octubre	\$2000 a \$23000	Consumo		15 a 42 meses	
Banco Promérica	Más de \$10000	Microcrédito Acumulación ampliada		36 meses	22,93%

Fuente: Páginas web de cada institución
Elaborado por: Álvaro Plúas

Para el proyecto de inversión de recursos propios en un 30%, la diferencia se financiará mediante el crédito que obtengamos de una institución financiera como se observa en el cuadro No. 18.

CUADRO No. 18: Disponibilidad de recursos financieros

Disponibilidad de Recursos Financieros	
Recursos Propios	30%
Recursos Ajenos (Crédito)	70%
	100%

Elaborado por: Álvaro Plúas

2.1.1.3. Disponibilidad de Recursos Humanos

El recurso humano necesario para nuestra Academia, es decir, los profesores principalmente, tiene una gran oferta de trabajo ya que se puede observar en los diarios del país en la sección de clasificados que de todos los avisos de trabajo, un 20% representa profesores de música en busca de empleo. De la misma manera, se pueden encontrar anuncios similares en el internet, en sitios como www.oxl.com, donde se puede observar un número considerable de profesores de música que ofrecen sus servicios educativos en todos los instrumentos musicales.

Además se encuentran personas que dictan clases particulares de cualquier instrumento musical, como por ejemplo guitarra eléctrica o batería. Además, gran parte de los músicos que tocan en bandas de rock nacional como por ejemplo Viuda Negra o Southern Cross, son músicos estudiados de conservatorio y que además dictan clases de forma particular. Tenemos también los graduados del conservatorio Nacional de Música, del Conservatorio Franz List y egresados de las Academias Musicales que existen en Quito.

2.1.1.4. Disponibilidad de Tecnología

En el Distrito Metropolitano de Quito se pueden encontrar varias Casas musicales que ofrecen toda clase de instrumentos musicales tales como La Lira, Casa Brasil, Audio y Sonido, Import Music, Eko Music, Mas Música entre otras, en donde se pueden encontrar instrumentos musicales de diferentes marcas de: guitarras eléctricas, bajos eléctricos, teclados, amplificadores, baterías, es decir, todos los artefactos electrónicos en que nuestra Academia debe invertir para poder funcionar y contar con equipo propio.

2.1.1.5. Economías de Escala

“Cualquier situación de producción, incluso la prestación de servicios financieros, en la que el coste por unidad producida disminuye a medida que aumenta el número de unidades producidas. El coste por unidad no debe confundirse con el coste total. Este último aumentará directamente con la cantidad producida independientemente del comportamiento del coste por unidad.”¹³

En el caso de nuestra Academia se obtendrá economías de escalas mientras más alumnos ingresen a matricularse, es decir, cuando tengamos alumnos desde nivel I al nivel VIII distribuidos a lo largo de la semana, con lo que nuestro costo por alumno bajaría.

¹³Copyright © 2006-2009 All rights reserved. *Enciclopedia de economía*

2.1.1.6. Disponibilidad de Accesorios y Materiales

Las Casas Musicales localizadas en el Distrito Metropolitano de Quito y que fueron mencionadas en el numeral 2.1.1.4 disponen de accesorios para las guitarras tales como cuerdas, clavijas, vitelas además de repuestos. En el caso de las baterías estas casas musicales cuentan con baquetas, parches para la batería, pedales, platos y otros accesorios y repuestos. Otros materiales que se necesitan son cables, atriles audífonos, etc. Todo lo mencionado anteriormente es fácil de conseguir a un precio bajo.

2.1.2. Optimización del Tamaño

“La Determinación del Tamaño debe basarse en dos consideraciones que confieren un carácter cambiante a la optimización del Proyecto: la relación Precio - Volumen, por las economías y deseconomías de escala que pueden lograrse en el Proceso productivo. La evaluación que se realice de estas variables tiene por objeto estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles de implementar y determinar el Valor actual neto de cada Tamaño opcional para identificar aquel en el que este se maximiza. El tamaño óptimo es la capacidad instalada de un proyecto y se expresa en unidades de producción por año.”¹⁴

Para nuestra Academia la capacidad instalada para nivel I es de 100 estudiantes.

2.1.3. Definición de las Capacidades de Producción

“Capacidad de producción es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.”¹⁵

^{13, 14}<http://www.umss.edu.bo>

Para nuestro estudio tendremos la capacidad siguiente:
 Cantidad de personas que se pueden atender en nivel I: 100
 Turnos de trabajo: 1 turno de 17h00 a 19h00 de lunes a jueves.
 Capacidad de las aulas: 5 alumnos por aula
 Número de aulas: 5

CUADRO No. 19: Captación

Demanda Insatisfecha	Captación	No. Alumnos Nivel I
4082	2,45%	100

Fuente: Estudio de Mercado

2.2. Localización del Proyecto

2.2.1. Macro localización

“La macrolocalización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.”¹⁵

La localización macro del proyecto será en Ecuador, provincia de Pichincha, Distrito Metropolitano de Quito.

A continuación se muestra un mapa de Pichincha:



*Fuente: Mapsgoogle.com
 Elaborado por: Mapsgoogle.com*

2.2.2. Micro localización

“El análisis de microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macrozona elegida.”¹⁶

^{15 16} www.economia.unam.mx

2.2.2.1. Criterios de Selección de Alternativas

Transporte y Comunicación: En el Distrito Metropolitano de Quito existe una buena red de transporte y comunicaciones entre las distintas zonas de la ciudad, lo cual facilita que los estudiantes lleguen a nuestra Academia, por ejemplo tenemos servicios de transporte público como la Ecovía, Trolebus, Metrovía todos ellos con sus respectivas unidades alimentadoras, con lo cual se cubre casi todo el distrito Metropolitano de Quito en el Norte, Centro y Sur. Para los Valles tenemos líneas de buses exclusivas dedicadas al valle de Cumbayá, Tumbaco y poblaciones aledañas así como para el valle de Los Chillos. Los taxis son otra de las facilidades que se pueden encontrar en la ciudad.

Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento: En el sector de La Villa Flora, que es donde estará ubicada nuestra Academia existen varias casas musicales donde se pueden encontrar accesorios y repuestos para los instrumentos musicales y equipo como cuerdas de guitarra, parches de batería, baquetas, vitelas, clavijas, etc.

Cercanía al Mercado: De conformidad con el estudio de mercado nuestro mercado comprende la parroquia La Magdalena, con personas de 15 a 35 años de edad, pertenecientes a la PEA y que quieran estudiar en nuestra Academia y además nuestra Academia estaría cerca de la Concha Acústica de la VillaFlora, en donde existe una inmensa afluencia de rockeros que asisten al ya tradicional concierto del 31 de diciembre.

Factores Ambientales: “Art. 396 Constitución del Ecuador.- Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente. Las acciones legales para perseguir y sancionar por daños ambientales serán imprescriptibles.”¹⁷

¹⁷ *Constitución de la República del Ecuador*

Nuestra Academia contará con instrumentos musicales propios los cuales serán utilizados con audífonos, con lo cual el ruido es algo que se podrá controlar. Además la papelería utilizada en el área administrativa será re – utilizada en la mayoría de actividades en las que se pueda hacerlo para evitar el desperdicio y excesivo consumo de papel.

Disponibilidad de Servicios Básicos: De acuerdo a la localización de nuestra Academia, en el área correspondiente existen hospitales, colegios, bancos además de que el sector cuenta con el servicio de agua, luz, teléfono e internet, alumbrado público, alcantarillado.

Posibilidad de Eliminación de Desechos: El papel utilizado en el área administrativa será reciclado y el papel utilizado para elaborar el material didáctico para los estudiantes tendrá un porcentaje mínimo de desperdicio.

2.2.3. Matriz Locacional

CUADRO No. 20: Matriz locacional

Matriz Locacional

Factor	Peso	La Magdalena		Solanda	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía al Mercado	0,4	9	3,6	6	2,4
Costo Arriendo	0,3	7	2,1	8	2,4
Transporte	0,3	7	2,1	7	2,1
Totales	1		7,8		6,9

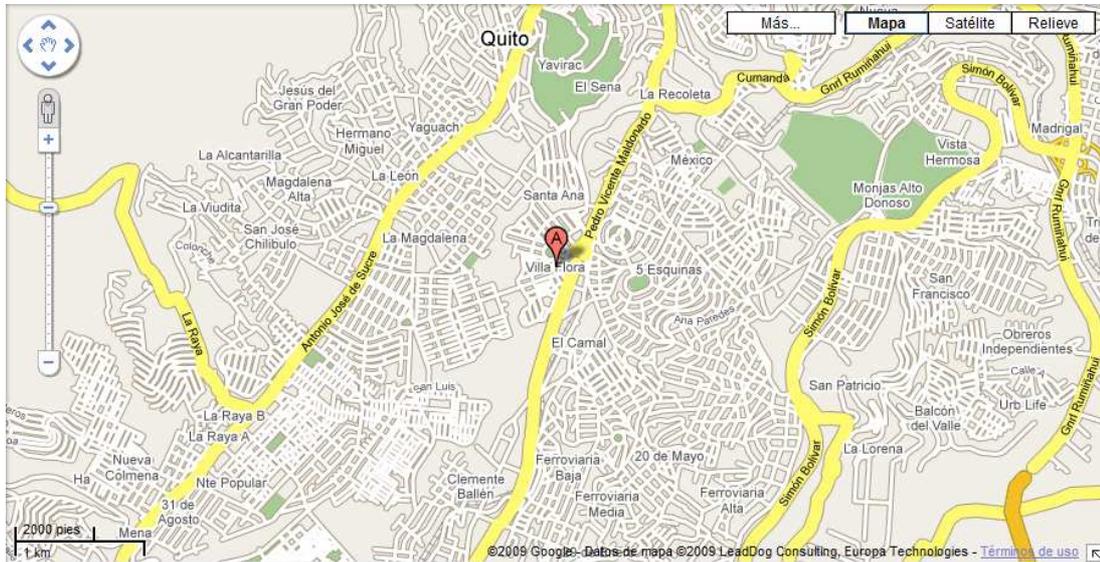
Elaborado por: Álvaro Plúas

2.2.3.1. Selección de la Alternativa Óptima

De acuerdo a la matriz locacional del cuadro No. 20 la mejor opción es la parroquia La Magdalena.

2.2.3.2. Plano de la Micro localización

A continuación podemos observar donde está localizado el sector de la Villaflora, el cual comprende la parroquia la Magdalena:



*Fuente: Mapsgoogle.com
Elaborado por: Mapsgoogle.com*

2.3. Ingeniería del Proyecto

“Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.”¹⁸

2.3.1. Proceso del Servicio

“El proceso de servicio define cómo son atendidos los clientes.”¹⁹

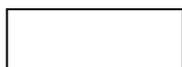
2.3.1.1. Diagrama de Flujo

Para representar y analizar el proceso productivo existen varios métodos, pero el que se va a utilizar es el Diagrama de Flujo. A continuación se presenta la simbología a emplearse en el mismo:

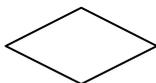
¹⁸ www.cocogum.org

¹⁹ www.wikilearning.com

SIMBOLOS PARA LA ELABORACIÓN DE DIAGRAMAS DE FLUJO



Operación: Se utiliza cada vez que ocurra un cambio en un ítem



Punto de decisión: Indica aquel punto del proceso en el cual se debe tomar una decisión



Dirección del flujo: Denota la dirección y el orden que corresponden a los pasos del proceso



Límites: Indica el inicio y el fin del proceso

En el cuadro No. 21 se muestra el proceso de servicio de nuestra Academia Musical.

CUADRO No. 21: Proceso de servicio de la Academia

Proceso de servicio de la Academia Musical Especializada en Rock		
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Matrículas[Matrículas] Matrículas --> Clases[Clases de solfeo e instrumento musical] Clases --> Evaluaciones[Evaluaciones] Evaluaciones --> Asentamiento[Asentamiento Notas] Asentamiento --> Fin([Fin]) </pre>	Responsable	Tiempo
	Secretarias	8 horas
	Profesores de guitarra, bajo, batería, teclado y canto	2 horas/día
	Profesores de guitarra, bajo, batería, teclado y canto	2 horas
	Álvaro Plúas	1 semana

*Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Álvaro Plúas*

2.3.1.2. Requerimiento de Recursos Humanos

Para nuestra Academia Musical es necesario contar con cinco profesores cada uno especializado en cada instrumento musical que se va a enseñar, es decir, guitarra, bajo, batería, técnica vocal y teclados, además de cada uno conocer y enseñar lectura musical o solfeo en sus respectivos instrumentos musicales.

En el caso del área administrativa se contará con una secretaria, el gerente propietario y un contador externo, además de contar con un conserje.

En el cuadro No. 22 se detalla los sueldos de los recursos humanos de nuestra Academia. (Base legal Anexo D)

CUADRO No. 22: Sueldos y salarios

SUELDOS Y SALARIOS

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Beneficios Sociales	Total al año
Gerente	700	8.400	1.990	10.390
Secretaria	400	4.800	1.240	6.040
Profesor Guitarra	400	4.800	1.240	6.040
Profesor Bajo	400	4.800	1.240	6.040
Profesor Batería	400	4.800	1.240	6.040
Profesor Teclado	400	4.800	1.240	6.040
Profesor Técnica Vocal	400	4.800	1.240	6.040
Contador Externo	200	2.400	740	3.140
Conserje	200	2.400	740	3.140
Total	3.500	42.000	10.910	52.910

Elaborado por: Álvaro Plúas

Fuente: Código de Trabajo

2.3.1.3. Requerimiento de Maquinaria y Equipo

Para las aulas vamos a requerir del siguiente equipo:

5 teclados Yamaha PSR – E413



PVPu = \$417,29

5 guitarras eléctricas DEAN VN – XMTBML



PVPu = \$185,87

5 bajos eléctricos PERS AIBB



PVPu = \$204,43

30 audífonos Numark



PVPu = \$27,80

30 cables de 3 metros



PVPu = \$5

5 amplificadores de bajo KUSTOM



PVPu = \$432,43

5 amplificadores de guitarra ZOOM Fire



PVPu = \$182,98

5 Baterías Electrónicas Yamaha Dtxplorer



PVPu = \$800

30 sillas para aulas de clase



PVPu = \$33

2 estaciones de trabajo



PVPu = \$240

5 mesas para profesores en cada aula



PVPu = \$70

2 archivadores



PVPu = \$244

5 pizarras de tiza líquida



PVPu = \$96

30 atriles



PVPu = \$16

2 computadores



PVPu = \$415

2 impresoras Cannon

2



PVPu = \$40

CUADRO No. 23: Resumen requerimiento activo fijo
RESUMEN REQUERIMIENTO ACTIVO FIJO

Inversión	Detalle	Precio Unitario	Cantidad	TOTAL
Activo Fijo				
Maquinaria y Equipo				
	Guitarra Eléctrica	185,87	5	929,35
	Bajo Eléctrico	204,43	5	1.022,15
	Teclado	417,29	5	2.086,45
	Batería Electrónica	800	5	4.000
	Amplificador de Bajo	432,43	5	2.162,15
	Amplificador de Guitarra	182,98	5	914,9
	Audífonos	27,8	30	834
	Cables	5	30	150
Equipo de Computación				
	Computador	415	2	830
	Impresora	40	2	80
Muebles y Enseres				
	Sillas	33	30	990
	Estaciones de Trabajo	240	2	480
	Mesas	70	2	140
	Archivadores	244	2	488
	Pizarra Tiza Líquida	96	5	480
	Atril	16	30	480
Total Activo Fijo				16.067

*Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Álvaro Plúas*

2.3.1.4. Otros Requerimientos

CUADRO No. 24: Requerimiento de accesorios
Requerimiento Accesorios

Requerimiento	Tiempo	PVPu	No. unidades	Anual
Cuerdas para guitarra	Cada 3 meses	7	5	140
Cuerdas para bajo	Cada año	20	5	100
Total				240

*Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Álvaro Plúas*

CUADRO No. 25: Útiles de oficina
Útiles de Oficina

Requerimiento	Tiempo	PVPu	No. Unidades	Anual
Resma de papel	Cada mes	3,5	2	84
Tinta impresora	Cada mes	15	1	180
Caja esferos BIC	Cada tres meses	8,5	1	34
Material de limpieza	Cada mes	100	1	1.200
Otros insumos	Cada mes	20	1	240
Total				1.738

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

CUADRO No. 26: Gastos administrativos
Gastos Administrativos

GASTO ADMINISTRATIVO

Descripción	Mensual	Anual
Sueldos y Salarios	4.409,17	52.910
Útiles de oficina	144,83	1.738
Arriendo	400,00	4.800
Servicios básicos	100,00	1.200
Total	5.054,00	60.648

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

CUADRO No. 27: Gastos de ventas
Gastos de Ventas

Descripción	Mensual	Anual
Publicidad	50	600
Total	50	600

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

Capital de Trabajo: “Capital de Trabajo es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo y sólo constituye una parte de éste la cual tiene función precautoria y/o de maniobra.”²⁰

²⁰www.gestiopolis.com

CUADRO No. 28: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO

Concepto	Trimestral	Anual
Accesorios	60	240
Gastos Administrativos	15.162	60.648
Gastos de Ventas	150	600
Total	15.372	61.488

*Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Álvaro Plúas*

2.3.1.5. Determinación de las Inversiones

CUADRO No. 29: Presupuesto de inversión

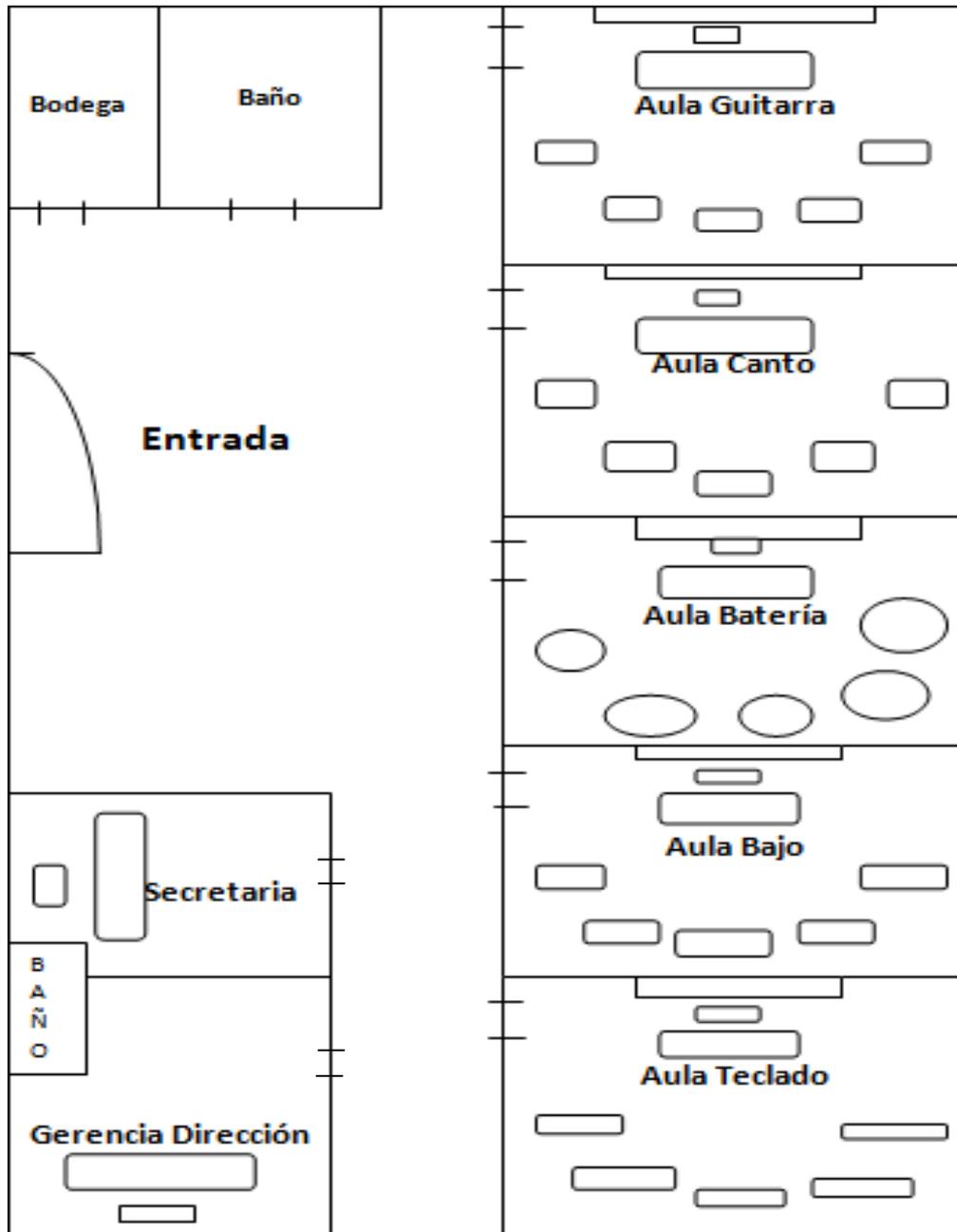
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
Inversión	Detalle	Precio Unitario	Cantidad	TOTAL
Activo Fijo				
Maquinaria y Equipo				
	Guitarra Eléctrica	185,87	5	929,35
	Bajo Eléctrico	204,43	5	1.022,15
	Teclado	417,29	5	2.086,45
	Batería Electrónica	800	5	4.000
	Amplificador de Bajo	432,43	5	2.162,15
	Amplificador de Guitarra	182,98	5	914,9
	Audífonos	27,8	30	834
	Cables	5	30	150
Equipo de Computación				
	Computador	415	2	830
	Impresora	40	2	80
Muebles y Enseres				
	Sillas	33	30	990
	Estaciones de Trabajo	240	2	480
	Mesas	70	2	140
	Archivadores	244	2	488
	Pizarra Tiza Líquida	96	5	480
	Atril	16	30	480
Total Activo Fijo				16.067
Activo Diferido				
Gastos Constitución				1.500
Gastos Proyecto				1.200
Total Activo Diferido				2.700
Capital de Trabajo (3 meses)				15.372
Total				34.139

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas*

Las proformas para determinar los costos de inversión vistas en el cuadro No. 30 se encuentran en el Anexo E.

2.3.2. Distribución del Área de Servicio

Gráfico No. 2: Distribución del Área de Servicio



Elaborado: Álvaro Plúas

2.3.3. Calendario de Ejecución del Proyecto

CUADRO No. 30: Calendario de ejecución del proyecto

No.	Actividad	6 meses	Año 2010					
			Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago
1	Elaboración del proyecto							
2	Trámites constitución y bancarios							
3	Solicitud y aprobación del préstamo por parte de la entidad							
4	Trámite y arrendamiento del local							
5	Trámite para la obtención de los permisos respectivos							
6	Compra y entrega de los equipos							
7	Instalación de los equipos							
8	Compra y entrega de los muebles de oficina							
9	Adecuación de muebles en el local							
10	Selección y contratación RRHH							
11	Capacitación RRHH							
12	Puesta en marcha del proyecto							

Elaborado por: Álvaro Plúas

2.4. Aspectos Ambientales

Para los aspectos ambientales se tendrá como base lo referente al artículo 396 de la Constitución del Ecuador referente al medio ambiente.

2.4.1. Legislación Vigente

Para el caso de nuestra Academia Musical las leyes que rigen para el medio ambiente son la constitución del Ecuador en el artículo 396.

2.4.2. Identificación y Descripción de los Impactos Potenciales

Podría decirse que en una Academia Musical que existe un impacto ambiental relacionado con el ruido que provocan los instrumentos musicales, sin embargo con el adelanto de la ciencia y tecnología se utilizará instrumentos musicales con audífonos como se puede apreciar en los gráficos del numeral 2.3.1.3.

2.4.3. Medidas de Mitigación

En el caso de la contaminación del ambiente por ruido en nuestra Academia se utilizarán los instrumentos musicales con audífonos, con lo que no existirán ruidos molestos a las casas aledañas a nuestro establecimiento, por este motivo es que por ejemplo la batería que se compra es electrónica, con lo que tiene salida para audífonos y así se evita el ruido más fuerte de todos los instrumentos existentes como lo es el de la batería.

Por otro lado, el papel que se utilice para realizar documentos internos, así como el de los folletos de aprendizaje será reciclado, con el afán de no utilizar papel en exceso para proteger los árboles que son la materia prima para el mismo.

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1. Base Legal

3.1.1. Constitución de la Empresa

La empresa será constituida como Empresa Unipersonal, con la cual Álvaro Plúas será el Gerente Propietario de la misma conforme a la ley de Compañías que está en los Anexo A y al cuadro No. 31

CUADRO No. 31: Tipos de empresas

NOMBRE	MINIMO		FORMA CAPITAL	OBLIGACIONES ACCIONISTAS	TIPO ADMINISTRACIÓN
	ACCIONISTAS	CAPITAL SOCIAL			
Sociedad colectiva	3	\$ 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta General de Socios
Sociedad en comandita	3	\$ 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Junta General de Socios
Sociedad anónima	3	\$ 800	Acción	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Junta General de Accionistas
Campaña en nombre colectivo	3	\$ 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Junta General de Socios
Compañía en comandita simple y dividida por acciones	3	\$ 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Junta General de Socios
Compañía de responsabilidad limitada	3	\$ 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Junta General de Socios
Compañía anónima	5	\$ 800	Acción	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Directorio
Compañía de economía mixta	2	\$ 800	Acción	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Directorio
Sociedad de hecho	1	\$ 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Junta General de Socios
Empresas unipersonales	1	\$ 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia 1 año	Unipersonal

Fuente: Ley de Compañías
Elaborado por: Álvaro Plúas

3.1.2. Tipo de Empresa

Según datos de la clasificación del Código Industrial Internacional Uniforme, nuestra academia de música se encuentra ubicada en el sector de Enseñanza, subsector enseñanza secundaria de formación técnica y profesional.

Se puede observar que en la ciudad de Quito existe un sin número de academias musicales que dan una certificación académica, es decir un título de nivel inferior al de la universidad, ya que son considerados como certificaciones de talleres.

CUADRO No. 32: Clasificación CIU

M 80	ENSEÑANZA.
M 801	ENSEÑANZA PRIMARIA.
M 8010	ENSEÑANZA PRIMARIA.
M 8010.0	ENSEÑANZA GENERAL DE NIVEL PREESCOLAR, PRIMARIO O ESCOLAR.
M 8010.00	Enseñanza preescolar cuyo principal objetivo es familiarizar a niños de poca edad con un ambiente de tipo escolar.
M 8010.01	Enseñanza primaria general de primer nivel, que tiene como objetivo dotar a los estudiantes de conocimientos básicos en materias de lectura, escritura, matemáticas y otras materias.
M 8010.02	Programas de instrucción elemental para niños que no tienen oportunidad de asistir a la escuela y enseñanza especial de tipo académico para niños incapacitados.
M 802	ENSEÑANZA SECUNDARIA.
M 8021	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION GENERAL.
M 8021.0	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION GENERAL.
M 8021.00	Enseñanza secundaria especial de tipo académico para estudiantes incapacitados.
M 8021.01	Enseñanza general de nivel secundario elemental.
M 8022	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION TECNICA Y PROFESIONAL.
M 8022.0	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION TECNICA Y PROFESIONAL.
M 8022.00	Enseñanza secundaria técnica y profesional de nivel inferior a la universidad.
M 8022.01	Enseñanza secundaria técnica y profesional de tipo académico para estudiantes incapacitados.
M 803	ENSEÑANZA SUPERIOR.
M 8030	ENSEÑANZA SUPERIOR.
M 8030.0	ENSEÑANZA SUPERIOR.
M 8030.00	Enseñanza postsecundaria (no implica obtención título universitario).
M 8030.01	Enseñanza superior en general (culmina con la obtención de un título universitario o su equivalente).
M 809	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
M 8090	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
M 8090.0	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
M 8090.00	Enseñanza para personas no abarcadas en los sistemas ordinarios de enseñanza, instrucción impartida en escuelas o instituciones especiales destinadas a adultos, en clases diurnas o nocturnas, además instrucción impartida en programas de radio y televisión o por correspondencia, incluye programas de alfabetización para adultos.
M 8090.09	Otros tipos de enseñanza n.c.p.

Fuente: Código Industrial Internacional Uniforme (CIU)

Elaboración: Código Industrial Internacional Uniforme (CIU)

Es relevante tener información acerca del país, en especial del sector en el que nuestra empresa va a trabajar, que es el sector de servicios, por lo cual analizaremos el PIB por actividad económica tomado de las estadísticas del Banco Central.

El sector de servicios ha mantenido su porcentaje y peso dentro del PIB, con una tendencia al incremento, lo cual nos muestra que la producción de servicios en el país es estable y representa el valor más alto de las ramas de actividad económica según consta en el cuadro No. 35

CUADRO No. 33: PIB por clase de actividad económica

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA					
Miles de dólares de 2000					
Ramas de actividad \ Años	2005	2006	2007	2008	2009
CIU CN		(sd)	(p)	(p)	(prev)
A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	2.144.912	2.254.483	2.345.879	2.473.370	2.543.410
1. Cultivo de banano, café y cacao	528.023	545.257	573.089	580.563	586.369
2. Otros cultivos agrícolas	753.085	772.085	801.295	865.212	892.899
3. Producción animal	333.722	351.015	368.638	378.122	390.978
4. Silvicultura y extracción de madera	199.484	208.808	216.393	237.857	242.614
5. Productos de la caza y de la pesca	330.598	377.318	386.464	411.616	430.550
B. Explotación de minas y canteras	2.861.517	2.726.056	2.462.488	2.345.098	2.239.583
6. Extracción de petróleo crudo y gas natural	4.457.867	4.502.058	4.280.758	4.274.267	4.072.094
7. Fabricación de productos de la refinación de petróleo	-1.678.526	-1.861.524	-1.905.573	-2.021.986	-1.929.783
8. Otros productos mineros	82.176	85.522	87.303	92.817	97.272
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	2.752.169	2.946.239	3.090.781	3.341.102	3.397.681
9. Carnes y pescado elaborado	904.068	1.034.264	1.090.123	1.154.829	1.211.416
10. Cereales y panadería	89.609	92.169	90.388	92.745	93.023
11. Elaboración de azúcar	106.023	109.268	111.513	114.588	114.588
12. Productos alimenticios diversos	296.934	308.080	334.282	350.038	366.840
13. Elaboración de bebidas	86.558	90.016	102.870	119.865	124.660
14. Elaboración de productos de tabaco	7.892	7.918	7.927	9.408	9.408
15. Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	425.965	429.564	440.729	452.076	443.034
16. Producción de madera y fabricación de productos de madera	271.594	279.884	291.810	338.437	322.192
17. Papel y productos de papel	103.868	108.614	113.270	129.228	130.520
18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico	201.466	202.447	206.929	240.892	245.951
19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos	175.433	190.109	198.961	216.083	221.485
20. Fabricación de maquinaria y equipo	77.881	88.005	96.030	116.790	108.031
21. Industrias manufactureras n.c.p.	4.878	5.901	5.949	6.123	6.533
D. Suministro de electricidad y agua	172.197	172.993	199.792	225.073	237.452
22. Suministro de electricidad y agua	172.197	172.993	199.792	225.073	237.452
E. Construcción y obras públicas	1.795.966	1.863.590	1.865.553	2.123.902	2.102.663
23. Construcción	1.795.966	1.863.590	1.865.553	2.123.902	2.102.663
F. Comercio al por mayor y al por menor	2.996.063	3.137.796	3.242.731	3.454.900	3.504.700
24. Comercio al por mayor y al por menor	2.996.063	3.137.796	3.242.731	3.454.900	3.504.700
G. Transporte y almacenamiento	1.510.995	1.590.241	1.639.215	1.728.525	1.776.924
25. Transporte y almacenamiento	1.510.995	1.590.241	1.639.215	1.728.525	1.776.924
H. Servicios de Intermediación financiera	366.299	441.668	477.125	530.784	540.338
26. Intermediación financiera	366.299	441.668	477.125	530.784	540.338
I. Otros servicios	3.172.017	3.354.834	3.555.406	3.808.932	3.770.843
27. Otros servicios	3.172.017	3.354.834	3.555.406	3.808.932	3.770.843
J. Servicios gubernamentales	933.259	959.696	1.016.225	1.164.987	1.194.112
28. Servicios gubernamentales	933.259	959.696	1.016.225	1.164.987	1.194.112
K. Servicio doméstico	30.894	31.882	31.908	30.164	30.164
29. Servicio doméstico	30.894	31.882	31.908	30.164	30.164
Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente	-446.839	-554.967	-619.556	-696.879	-658.982
Otros elementos del PIB	2.457.727	2.628.790	2.782.633	2.999.575	3.081.247
PRODUCTO INTERNO BRUTO	20.747.176	21.553.301	22.090.180	23.529.533	23.760.134

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: Banco Central del Ecuador (BCE)

3.1.3. Razón Social, Logotipo, Slogan

La Razón Social de nuestra Academia Musical será “Stigma Academia Musical de Rock”, y el logotipo estará estructurado de la siguiente manera:



Slogan

“Aprendizaje del rock con arte ecuatoriano y ciencia”

3.2. Base Filosófica de la Empresa

La filosofía corporativa de nuestra Academia se basará en la calidad del servicio a nuestros clientes ofreciendo la enseñanza de los cinco principales instrumentos musicales que se utilizan en la música rock, brindando a los clientes internos un clima laboral adecuado en el que todos conozcan la misión, visión y objetivos de nuestra Academia y a los clientes externos el mejor servicio posible.

3.2.1. Visión

“Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización.

El contestar estas preguntas le puede orientar para definir la visión de su empresa.

-¿Cómo será el proyecto cuando haya alcanzado su madurez en unos años?

-¿Cuáles serán los principales productos y servicios que ofrezca? -

¿Quiénes trabajarán en la empresa?

-¿Cuáles serán los valores, actitudes y claves de la empresa?

-¿Cómo hablarán de la empresa los clientes, los trabajadores y la gente en general que tenga relación con ella?”²⁰

Visión 2015

Ser líder en la enseñanza de instrumentos musicales orientados al rock en el sector de la Magdalena a fin de mantener la confianza de las personas hacia nuestra Academia.

3.2.2. Misión

“Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

Con la misión conoceremos el negocio al que se dedica la empresa en la actualidad, y hacia qué negocios o actividades puede encaminar su futuro, por lo tanto también debe ir de la mano con la visión y los valores.”²¹

MISIÓN

Somos una Academia de Música especializada en rock en la cual se enseña a tocar instrumentos musicales propios del rock con calidad, satisfaciendo las necesidades de aprendizaje de los músicos rockeros.

^{20,21} http://www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm

3.2.3. Objetivos Estratégicos

“Los objetivos estratégicos serán los que ayuden a definir el futuro de la empresa, son de responsabilidad de la alta dirección ya que los mismos son los encargados en señalar la línea de acción de la empresa hacia el futuro”²². Los objetivos estratégicos que manejará la empresa son:

- Optimizar al 100% todos los recursos con los que cuenta la empresa y buscar alternativas innovadoras que no ayuden a recuperar la inversión realizada en el menor tiempo posible.
- Aumentar el volumen de estudiantes cada trimestre con el afán de ir llenando los niveles educativos.
- Satisfacer las diferentes necesidades de los clientes potenciales al 100% desde sus inicios, ofreciendo un servicio de calidad que le permita ser reconocido y así obtener prestigio y reconocimiento en el medio.
- Alcanzar niveles de rentabilidad que aseguren el crecimiento, permanencia y estabilidad e la empresa.
- Promover el mejoramiento continuo en todas las actividades a realizarse, con la finalidad de ofrecer un servicio que satisfaga plenamente las necesidades de nuestros estudiantes.
- Dar al recurso humano un buen trato y motivación salarial a fin de lograr eficiencia y crecimiento de la organización.

²²Harold Koontz 2001

3.2.4. Principios y Valores

Principios

“Los principios son reglas o normas de conducta que orientan la acción.”²³

Ofrecer un Servicio de Calidad: La Academia estará comprometida con todos sus estudiantes para brindar un servicio útil para su formación musical.

Mejoramiento Continuo: La Academia Musical Stigma buscará una perfección continua en todos sus procesos, desde el proceso de matriculación de los alumnos hasta el proceso de asentamiento de notas con el afán de un mayor crecimiento de nuestra Academia.

Constancia en el cumplimiento de Metas y Objetivos: Todos los miembros de la Academia estarán comprometidos a cumplir con las metas y objetivos de la misma.

Organización y Planificación en sus Actividades: La Academia manejará sus procesos en base a una clara ordenación y una correcta programación de todas sus actividades, para el correcto funcionamiento de la misma.

Puntualidad en la entrega del Servicio: La Academia se compromete a cumplir con los horarios establecidos para todas sus actividades.

Valores

“El valor es una cualidad que permite ponderar el valor ético o estético de las personas.”²⁴

Responsabilidad: En nuestra Academia se trabajará con el compromiso de desarrollo de las actividades planificadas con el total empeño y seriedad que éstas requieren.

Ética: El personal que se desempeña en la Academia trabajará consciente y correctamente, sin engañarse a si mismos ni engañar a los demás; respetando normas éticas y morales.

^{23,24} www.wikipedia.com

Perseverancia: Ser constantes con el cumplimiento tanto de sus funciones como de los objetivos de la Academia. Sólo con perseverancia se alcanzarán los objetivos planteados.

Respeto: Con todos y cada uno de los miembros de la Academia y con todos los agentes externos a la misma, de esta manera se reflejara la calidad del servicio que se esta brindando.

Honestidad: Elaborar todas y cada unas de las actividades dentro de la Academia con transparencia y rectitud, siendo justo e imparcial en cada decisión que se presente.

3.2.5. Estrategia Empresarial

“La Estrategia Empresarial no es otra cosa que el conjunto de orientaciones, metas y medios que se identifican con la finalidad de definir un derrotero a la empresa.”²⁵ Para el caso de nuestra Academia la estrategia empresarial a utilizar será la de liderar el mercado.

Estrategia de Competitividad: “La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial”.²⁶ En nuestra Academia lo importante es la calidad de las clases que se imparten, así como de los diferentes procesos que existen desde las matrículas hasta el asentamiento de notas.

Estrategia de crecimiento: La estrategia que se utilizará será la de penetración de mercados, la cual consiste en crecer en el mismo mercado y con los mismos servicios, ya que nuestra Academia tiene un servicio que es nuevo y para el cual existe un solo competidor, nuestra Academia podrá crecer si penetramos en ese mercado que existe de personas que quieren aprender a tocar un instrumento musical de rock.

Estrategia de Competencia: Liderazgo en costos es una estrategia de competencia a seguir por nuestra empresa, porque con ello podremos mantener nuestros clientes y captar a los de la competencia.

^{25,264}, *Gestiopolis.com*

Estrategia de Operativa: Nuestra estrategia operativa se basará en la determinación de las actividades claras que posibilitan consolidar las fortalezas, superar las debilidades, aprovechar las oportunidades, detener el impacto de las amenazas y alcanzar objetivos estratégicos.

3.3. Estrategias de Mercadotecnia

3.3.1 Estrategias de Servicio

“El producto es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al servicio son:

- incluir nuevas características al servicio, por ejemplo, darle nuevas mejoras, nuevas funciones, nuevos usos.
- incluir nuevos atributos al servicio, por ejemplo, amabilidad, buena atención al cliente.
- lanzar una nueva línea de servicio.
- ampliar nuestra línea de servicio, por ejemplo, aumentar el menú de nuestro restaurante.
- lanzar una nueva marca (sin necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos), por ejemplo, una nueva marca dedicada a otro tipo de mercado, por ejemplo, uno de mayor poder adquisitivo.
- incluir nuevos servicios al cliente, que les brinden al cliente un mayor disfrute del servicio, por ejemplo, el servicio de instalación, nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.”²⁷

La estrategia a aplicar será la de diferenciación, ya que en una Academia como tal no se enseña a tocar instrumentos musicales enfocados especialmente teclado y técnica vocal, lo cual será enseñado en nuestra Academia, además del excelente servicio al cliente que brindaremos.

²⁷ www.crecenegocios.com

3.3.2. Estrategia de precios

“El precio es el valor monetario que le asignamos a nuestros servicios al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al precio son:

- lanzar al mercado un nuevo servicio con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- lanzar al mercado un nuevo servicio con un precio alto, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- lanzar al mercado un nuevo servicio con un precio alto, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.
- reducir el precio de un servicio, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.”²⁸

Para el caso de nuestra empresa optaremos por entrar al mercado con un precio que es menor al de la competencia, para poder hacer que nuestra Academia se conozca rápidamente y así tener una cantidad creciente de estudiantes.

3.3.3. Estrategia de plaza

“La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia estos lugares o puntos de venta. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución son:

²⁸www.crecenegocios.com

- ofrecer nuestro servicio vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.
- hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro servicio, o aumentar nuestros puntos de ventas.
- ubicar nuestro servicio en todos los puntos de ventas habidos y por haber (estrategia de distribución intensiva).
- ubicar nuestro servicio solamente en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de servicio que vendemos (estrategia de distribución selectiva).
- ubicar nuestro servicio solamente en un solo punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).²⁹

Para nuestro caso la Academia estará localizada en el sur de Quito, y será allí en donde los alumnos reciban clases, es decir en donde se preste el servicio, en la zona de La Concha Acústica de la Villa Flora, donde se da el más grande concierto de rock en el Ecuador cada 31 de diciembre, para lo cual está dentro de una estrategia de prestación exclusiva del servicio.

3.3.4. Estrategias de Promoción.

“La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la promoción son:

- crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero.
- ofrecer cupones o vales de descuentos.
- obsequiar regalos por la compra de determinados productos.
- ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.

²⁹ www.crecenegocios.com

- crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- poner anuncios en diarios, revistas o Internet.
- crear boletines tradicionales o electrónicos.
- participar en ferias.
- crear puestos de degustación.
- crear actividades o eventos.
- auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.
- colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.”³⁰

Para ingresar en el mercado debemos poner anuncios en el internet, para que la gente vaya conociendo nuestra Academia, además de que se hará menciones en los conciertos de rock acerca de nuestra Academia como también se hará la entrega de volantes, folletos y calendarios publicitarios a las personas asistentes a los conciertos junto con afiches que estarán localizados en los eventos y/o conciertos de rock.

3.4. La Organización

3.4.1. Estructura Orgánica

“Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato.”³¹

^{29,30} www.crecenegocios.com, ³¹ Idalberto Chiavenato 2002

En nuestra Academia la jerarquía máxima la tiene el Gerente Propietario, luego vienen la secretaria y el contador seguido de los profesores.

3.4.2. Responsabilidades

Gerente Propietario: Es el encargado de la administración de la Academia y de su patrimonio, que es indistinto del patrimonio personal del gerente propietario y del asentamiento de notas de los estudiantes, así como de emitir autorizaciones y cartas para el IECE. Además delega las funciones de todos los miembros de la Academia. Autoriza o no la salida de dinero para compras de insumos, equipos, etc.

Funciones:

- Organiza y dirige las actividades curriculares de la Academia.
- Organiza y dirige las actividades extra curriculares de la Academia.
- Negocia con los proveedores para la compra de materiales, accesorios, útiles de oficina, etc.
- Elabora el plan Académico del año.
- Fija objetivos, metas a cumplir cada año
- Es el responsable de la firma de todos los documentos que son de la Academia tales como autorizaciones, pago de impuestos, etc.
- Toma decisiones que afectan a toda la empresa
- Motiva y Comunica
- Controla y evalúa
- Se desarrolla a sí mismo y a las personas que lo rodean.

Secretaria: Es la encargada de elaborar informes, cuadros de notas y de receptar e ingresar los datos de los estudiantes y sus comprobantes de pago en las matrículas. Es el brazo derecho del

gerente propietario y es el nexo entre los profesores y el gerente propietario.

Funciones:

- Ayuda al gerente en la elaboración de reportes y cronogramas.
- Recibe el comprobante de pago de matrículas de los estudiantes.
- Es la primera vía de comunicación entre profesores y Gerente.
- Recibe las llamadas telefónicas.

Profesores: Sus funciones son dictar clases a los estudiantes tanto de lectura musical como del instrumento musical que el estudiante haya seleccionado. Deben tomar dos exámenes cada ciclo y pasar las notas de los mismos a la secretaria.

Funciones:

- Dictan clases a los estudiantes
- Toman evaluaciones a los estudiantes
- Llevan un registro de notas que es pasada al Gerente.

Contador Externo: Es un contador contratado que no es de planta de la empresa y su función es llevar la contabilidad de la empresa y elaborar el pago de impuestos.

Funciones:

- Las aperturas de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.
- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

Conserje: Encargado del aseo, la limpieza y orden de la Academia además de ser utilizado en otras actividades como mensajería de vez en cuando

Funciones:

- Limpieza de aulas, oficinas, baños y corredores.
- Hacer las veces de mensajero esporádicamente

3.4.3. Perfiles Profesionales

Gerente General:

- Ing. Comercial o afines.
- Capacidad de manejar un grupo de personas.
- Capacidad de trabajo bajo presión.

Secretaria:

- Estudiante de Ing. Comercial o afines.
- Capacidad trabajo a presión.

Profesores:

- Técnicos en música.
- Conocimiento de la cultura Rock.

Contador Externo:

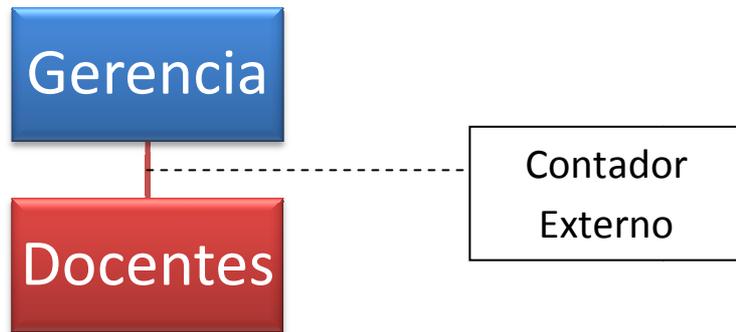
- Contador CPA. Mínimo dos años de experiencia.
- Excelentes referencias personales de empresas en las que haya trabajado.

Conserje:

- Educación secundaria.

3.4.4. Organigrama Estructural y Análisis

Gráfico No. 3: Organigrama Estructural



Elaborado por: Álvaro Plúas

Como se muestra en el Gráfico No. 3 la Gerencia está a la cabeza y en este departamento se encuentran el Gerente Propietario y la Secretaria, el contador externo es de apoyo y quienes deben rendir cuentas directamente a la Gerencia son los docentes que en nuestra Academia son cinco, el de guitarra, batería, bajo, teclado y canto.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO

4.1. Presupuestos

“Los presupuestos son planes de acción dirigidos a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, deben cumplirse en un determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas.”³²

4.1.1. Presupuestos de Inversión

“La inversión es el conjunto de egresos en los que el empresario debe incurrir desde el inicio del estudio hasta la ejecución del proyecto. Se puede definir como inversión al dinero que se utiliza en activos fijos como: maquinaria, edificios, terrenos, herramientas, etc. Así como también se puede incurrir en activos intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa y en el Capital de trabajo necesario.”³³

Vamos a tomar el Cuadro No. 29 del Estudio Técnico en donde se encuentra detallado el Presupuesto de Inversión para nuestra Academia.

^{32,33} <http://www.monografias.com/trabajos3/presupuestos/presupuestos.shtml>

Presupuesto de Inversión (Del Cuadro No. 29)

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
Inversión	Detalle	Precio Unitario	Cantidad	TOTAL
Activo Fijo				
Maquinaria y Equipo				
	Guitarra Eléctrica	185,87	5	929,35
	Bajo Eléctrico	204,43	5	1.022,15
	Teclado	417,29	5	2.086,45
	Batería Electrónica	800	5	4.000
	Amplificador de Bajo	432,43	5	2.162,15
	Amplificador de Guitarra	182,98	5	914,9
	Audífonos	27,8	30	834
	Cables	5	30	150
Equipo de Computación				
	Computador	415	2	830
	Impresora	40	2	80
Muebles y Enseres				
	Sillas	33	30	990
	Estaciones de Trabajo	240	2	480
	Mesas	70	2	140
	Archivadores	244	2	488
	Pizarra Tiza Líquida	96	5	480
	Atril	16	30	480
Total Activo Fijo				16.067
Activo Diferido				
Gastos Constitución				1.500
Gastos Proyecto				1.200
Total Activo Diferido				2.700
Capital de Trabajo (3 meses)				15.372
Total				34.139

Fuente: Estudio Técnico

4.1.1.1. Activos Fijos

“El activo fijo está formado por bienes tangibles que han sido adquiridos o construidos para usarlos en el giro de la empresa, durante un período considerable de tiempo y sin el propósito de venderlos. Los activos fijos se valorizan, en principio, al costo, de adquisición o construcción de los respectivos bienes, dicho costo debe actualizarse posteriormente para reflejar los efectos de la depreciación.”³⁴ El presupuesto de activos fijos se lo puede observar en el cuadro No.37.

³⁴ http://www.adventech-logistica.com/definicion_activos1.htm

CUADRO No. 34: Presupuesto activos fijos
PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

Inversión	Detalle	Precio Unitario	Cantidad	TOTAL
Activo Fijo				
Maquinaria y Equipo				
	Guitarra Eléctrica	185,87	5	929,35
	Bajo Eléctrico	204,43	5	1.022,15
	Teclado	417,29	5	2.086,45
	Batería Electrónica	800	5	4.000
	Amplificador de Bajo	432,43	5	2.162,15
	Amplificador de Guitarra	182,98	5	914,9
	Audífonos	27,8	30	834
	Cables	5	30	150
Equipo de Computación				
	Computador	415	2	830
	Impresora	40	2	80
Muebles y Enseres				
	Sillas	33	30	990
	Estaciones de Trabajo	240	2	480
	Mesas	70	2	140
	Archivadores	244	2	488
	Pizarra Tiza Líquida	96	5	480
	Atril	16	30	480
Total Activo Fijo				16.067

*Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Álvaro Plúas*

Depreciación del Activo Fijo

“La depreciación del activo fijo es la pérdida de valor monetario que sufren dichos activos con el paso del tiempo”.³⁵

Para nuestro caso tenemos que toda la maquinaria y equipo a excepción de los cables tiene una vida útil de 10 años, el equipo de computación una vida útil de 3 años y los muebles y enseres 10 años a excepción de las pizarras y los atriles que tienen una vida útil de 5 años.

³⁵<http://www.medigraphic.com/espanol/e-htms/e-imss/e-im2006/e-ims06-2/emims062o.htm>

CUADRO No. 35: Depreciación Activo Fijo
CALCULO DEPRECIACIÓN ACTIVO FIJO

DEPRECIACIÓN ACTIVO FIJO							
Maquinaria y equipo	Total Compra	Vida útil	Años				
			1	2	3	4	5
Guitarra Eléctrica	929,35	10	92,94	92,94	92,94	92,94	92,94
Bajo Eléctrico	1.022,15	10	102,22	102,22	102,22	102,22	102,22
Teclado	2.086,45	10	208,65	208,65	208,65	208,65	208,65
Batería Electrónica	4.000,00	10	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Amplificador de Bajo	2.162,15	10	216,22	216,22	216,22	216,22	216,22
Amplificador de Guitarra	914,90	10	91,49	91,49	91,49	91,49	91,49
Audífonos	834,00	10	83,40	83,40	83,40	83,40	83,40
Cables	150,00	5	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Equipo de computación							
Computador	830,00	3	276,67	276,67	276,67	276,67	276,67
Impresora	80,00	3	26,67	26,67	26,67	26,67	26,67
Muebles y enseres							
Sillas	990,00	10	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
Estaciones de Trabajo	480,00	10	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Mesas	140,00	10	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
Archivadores	488,00	10	48,80	48,80	48,80	48,80	48,80
Pizarra Tiza Líquida	480,00	5	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Atril	480,00	5	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Total	16.067,00		1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

Mantenimiento del Activo Fijo

“Es el dinero que se debe desembolsar para el mantenimiento del activo fijo, ya sea para mejoras o reparaciones del mismo”³⁶ y en nuestro caso es del 2% del total de la compra para la maquinaria y equipo y del 1% para los equipos de computación y los muebles y enseres.

³⁶<http://www.medigraphic.com/espanol/e-hrms/e-imss/e-im2006/e-ims06-2/emims062o.htm>

CUADRO No. 36: Mantenimiento Activo Fijo
CALCULO DE MANTENIMIENTO DE ACTIVO fijo

MANTENIMIENTO ACTIVO FIJO							
Maquinaria y equipo	Total Compra	%	Años				
			1	2	3	4	5
Guitarra Eléctrica	929,35	2%	18,59	18,59	18,59	18,59	18,59
Bajo Eléctrico	1.022,15	2%	20,44	20,44	20,44	20,44	20,44
Teclado	2.086,45	2%	41,73	41,73	41,73	41,73	41,73
Batería Electrónica	4.000,00	2%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Amplificador de Bajo	2.162,15	2%	43,24	43,24	43,24	43,24	43,24
Amplificador de Guitarra	914,90	2%	18,30	18,30	18,30	18,30	18,30
Audífonos	834,00	2%	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68
Cables	150,00	2%	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Equipo de computación	-						
Computador	830,00	1%	8,30	8,30	8,30	8,30	8,30
Impresora	80,00	1%	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80
Muebles y enseres	-						
Sillas	990,00	1%	9,90	9,90	9,90	9,90	9,90
Estaciones de Trabajo	480,00	1%	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80
Mesas	140,00	1%	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40
Archivadores	488,00	1%	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88
Pizarra Tiza Líquida	480,00	1%	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80
Atril	480,00	1%	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80
Total	16.067,00		281,66	281,66	281,66	281,66	281,66

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

4.1.1.2. Activos Intangibles

“Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortización.”³⁷

Los Activos intangibles en los que va a incurrir nuestra Academia son los siguientes:

CUADRO No. 37: Activos Intangibles

Activo Diferido	
Gastos Constitución	1.500
Gastos Proyecto	1.200
Total Activo Diferido	2.700

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

³⁷Nassir Sapag Chain - Reinaldo Sapag Chain; **Preparación y Evaluación de Proyectos**, 2001

CUADRO No. 38: Cálculo amortización activo diferido
CALCULO DE AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

Activo Diferido	Valor Inicial	%	Años				
			1	2	3	4	5
Gastos Constitución	1.500	20%	300	300	300	300	300
Gastos Proyecto	1.200	20%	240	240	240	240	240
Total			540	540	540	540	540

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

4.1.1.3. Capital de Trabajo

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para cubrir la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, Es importante mencionar que ciclo productivo es el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y termina cuando se venden los insumos, transformados en productos terminados y se percibe el producto de la venta y queda disponible para cancelar nuevos insumos.”³⁸

El método a utilizar para calcular el capital de trabajo para el presente proyecto es el del ciclo de caja, “este modelo brinda el nivel mínimo de efectivo que necesitan las empresas para realizar sus operaciones y se obtiene.”³⁹

$$\text{Efectivo mínimo de operación} = \frac{\text{Desembolosos totales anuales}}{\text{Rotación del efectivo}}$$

³⁸Nassir Sapag Chain - Reinaldo Sapag Chain; **Preparación y Evaluación de Proyectos**, 2001

³⁹www.Gestipolois.com

Para el uso de esta fórmula retomaremos los datos obtenidos en el cuadro No. 28 del Estudio Técnico, en el cual se pueden apreciar los desembolsos totales en el año.

CAPITAL DE TRABAJO (Cuadro No. 28)

Concepto	Trimestral	Anual
<i>Accesorios</i>	60	240
<i>Gastos Administrativos</i>	15.162	60.648
<i>Gastos de Ventas</i>	150	600
Total	15.372	61.488

Cálculo con Ciclo de Caja:

$$\text{Rotación del efectivo} = \frac{360}{\text{Ciclo de Caja}} = \frac{360}{90} = 4$$

$$\text{EMO} = \frac{\text{Total desembolsos año}}{\text{Rotación del efectivo}} = \frac{61488}{4} = 15372$$

4.1.2. Cronograma de Inversiones

En el cuadro No. 39 se puede apreciar que en los cinco primeros años del proyecto las inversiones que se deben hacer son en lo referente al equipo de computación que tiene una depreciación de tres años, por lo cual en el 2013 se debe hacer la reposición de este equipo y además de cables, pizarras y atriles cuya vida útil es de cinco años.

CUADRO No. 39: Cronograma de Inversiones

CRONOGRAMA DE INVERSIONES						
Activos Fijos	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Computador				830		
Impresora				80		
Cables						150
Pizarra Tiza Líquida						480
Atril						480
Total				910		1110

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas*

4.1.3. Presupuestos de Operación

4.1.3.1. Presupuestos de Ingresos

En el cuadro No. 40 se muestra la captación de alumnos que tendremos por año para ingresar a nivel I, que son 100 alumnos por año.

CUADRO No. 40: Captación alumnos nivel I por año

AÑO	D. INSATISFECHA	CAPTACIÓN	ALUMNOS NIVEL I
2010	4082	2,45%	100

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Álvaro Plúas*

Del numeral 1.5.2. Localizado en el Estudio de Mercado podemos rescatar la información que observamos en el cuadro No. 41, en la cual se observa que un 90,4% de las personas que estudiarían en nuestra Academia, se matricularían a nivel seguido, teniendo la posibilidad de ir llenando los Niveles del II al VIII gradualmente, hasta completar los 800 estudiantes por año que la Academia podría atender como máximo.

CUADRO No. 41: Porcentajes aceptación del proyecto

Alumnos que ingresarían a Nivel I	93%
Alumnos que se matricularían al siguiente nivel	90,4%

*Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Álvaro Plúas*

CUADRO No. 42: Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Alumnos Nivel I	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Costo Matrícula	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Ingresos Nivel I	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Alumnos Nivel II	75,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Alumnos Nivel III	50,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Alumnos Nivel IV	25,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Alumnos Nivel V		100,00	100,00	100,00	100,00
Alumnos Nivel VI		75,00	100,00	100,00	100,00
Alumnos Nivel VII		50,00	100,00	100,00	100,00
Alumnos Nivel VIII		25,00	100,00	100,00	100,00
Total alumnos de nivel II al VIII	150,00	550,00	700,00	700,00	700,00
Ingresos Niveles I al VIII	30.000,00	110.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00
Total alumnos	250,00	650,00	800,00	800,00	800,00
Total Ingresos	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas*

Como podemos observar en el año uno tenemos los ingresos de los 100 alumnos que estarían en nivel I de acuerdo al estudio de mercado además de los ingresos que se obtienen de los alumnos que pasan a los niveles siguientes. A partir del año 3 se tendrían los ingresos correspondientes a la capacidad máxima de nuestra Academia, que serían los 800 alumnos.

4.1.3.2. Presupuestos de Egresos

En el presupuesto de egresos presentamos los gastos en los que va a incurrir nuestra Academia para ofrecer el servicio de enseñanza.

CUADRO No. 43: Presupuesto de egresos
PREUPUESTO DE EGRESOS

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Accesorios	240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
Cuerdas para Guitarra	140,00	280,00	420,00	420,00	420,00
Cuerdas para Bajo	100,00	200,00	300,00	300,00	300,00
Gastos Administrativos	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69
Sueldos y Salarios	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00
Útiles de oficina	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00
Arriendo	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Servicios básicos	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Depreciación Activo Fijo	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03
Mantenimiento	281,66	281,66	281,66	281,66	281,66
Amortizaciones	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Gasto de Ventas	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Publicidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gastos Financieros	5.479,65	3.653,10	1.826,55		
Intereses	5.479,65	3.653,10	1.826,55		
Préstamo Bancario	7.965,77	7.965,77	7.965,77		
Nuevas Inversiones			910,00		1.110,00
Total Egresos	77.685,11	76.098,56	75.422,01	64.719,69	65.829,69

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

CUADRO No. 44: Resumen ingresos y egresos
RESUMEN INGRESOS Y EGRESOS

RESUMEN INGRESOS Y EGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
EGRESOS	77.685,11	76.098,56	75.422,01	64.719,69	65.829,69
SUPERÁVIT	-27.685,11	53.901,44	84.577,99	95.280,31	94.170,31

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

4.1.3.4. Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Para nuestro estudio con este estado veremos el porcentaje de recursos propios y ajenos que utilizaremos en las inversiones.

CUADRO No. 45: Estado de origen y aplicación de recursos
Estado de Origen y Aplicación de Recursos

ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS				
Inversión	Detalle	Total	R. Propios	Crédito
Activo Fijo				
Maquinaria y Equipo				
	Guitarra Eléctrica	929,35	278,81	650,55
	Bajo Eléctrico	1.022,15	306,65	715,51
	Teclado	2.086,45	625,94	1.460,52
	Batería Electrónica	4.000,00	1.200,00	2.800,00
	Amplificador de Bajo	2.162,15	648,65	1.513,51
	Amplificador de Guitarra	914,90	274,47	640,43
	Audífonos	834,00	250,20	583,80
	Cables	150,00	45,00	105,00
Equipo de Computación				
	Computador	830,00	249,00	581,00
	Impresora	80,00	24,00	56,00
Muebles y Enseres				
	Sillas	990,00	297,00	693,00
	Estaciones de Trabajo	480,00	144,00	336,00
	Mesas	140,00	42,00	98,00
	Archivadores	488,00	146,40	341,60
	Pizarra Tiza Líquida	480,00	144,00	336,00
	Atril	480,00	144,00	336,00
Total Activo Fijo		16.067,00	4.820,10	11.246,90
Activo Diferido				
Gastos Constitución		1.500,00	450,00	1.050,00
Gastos Proyecto		1.200,00	360,00	840,00
Total Activo Diferido		2.700,00	810,00	1.890,00
Capital de Trabajo (3 meses)		15.372,00	4.611,60	10.760,40
Total		34.139,00	10.241,70	23.897,30

*Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Álvaro Plúas*

4.1.3.4. Estructura del Financiamiento

Como se puede observar en el cuadro No 46 nuestro proyecto será financiado en un 70% y contará con recursos propios en un 30%, para lo cual se realizará un crédito de consumo al banco Promérica a tres años plazo y con una tasa de interés del 22,93%.

CUADRO No. 46: Estructura del financiamiento

Estructura del Financiamiento	
Total Inversiones	34.139
30% Recursos Propios	10.241,7
70% Financiamiento	23.897,3

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas*

En el cuadro No. 47 podemos apreciar la tabla de amortización que se emplea sobre saldos deudores.

CUADRO No. 47: Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Tabla de amortización				
Capital	23.897,30			
Interés	0,23			
Plazo	3 años			
Banco:	Promérica			
Años	Capital	Intereses	Cuota	Saldo
0				23.897,30
1	7.965,77	5.479,65	13.445,42	15.931,53
2	7.965,77	3.653,10	11.618,87	7.965,77
3	7.965,77	1.826,55	9.792,32	0,00
TOTAL	23.897,30	10.959,30	34.856,60	

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas*

4.1.4. Punto de Equilibrio

“El punto de equilibrio, es aquel en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos totales de un producto (IT = CT). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.”⁴⁰

PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES

$$PE = \frac{\textit{Costos Fijos}}{\textit{Precio Venta} - \textit{Costo Variable unitario}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$

$$PE = \frac{\textit{Costos Fijos}}{1 - \frac{\textit{Costo Variable unitario}}{\textit{Precio de Venta}}}$$

Lo primero que debemos tomar en cuenta para nuestro cálculo del punto de equilibrio es la clasificación de los costos, y con esto podremos aplicar las fórmulas para calcular el punto de equilibrio de cada año, como se puede observar en el cuadro No. 48.

⁴⁰ www.Gestiopolis.com

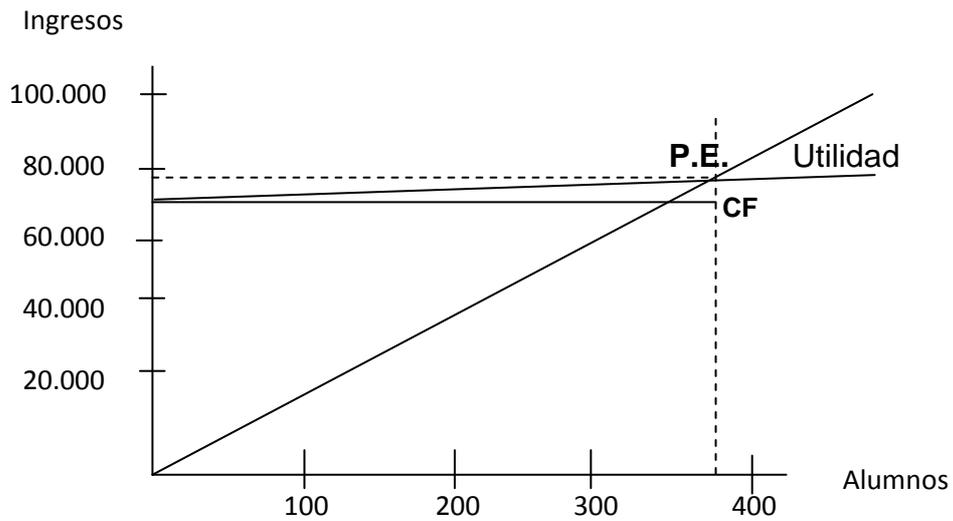
CUADRO No. 48: Clasificación de los costos y punto de equilibrio
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69
Sueldos y Salarios	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00
Útiles de oficina	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00
Arriendo	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Servicios básicos	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Depreciación Activo Fijo	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03
Mantenimiento	281,66	281,66	281,66	281,66	281,66
Amortizaciones	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Gasto de Ventas	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Publicidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gastos Financieros	5.479,65	3.653,10	1.826,55		
Intereses	5.479,65	3.653,10	1.826,55		
Préstamo Bancario	7.965,77	7.965,77	7.965,77		
Nuevas Inversiones			910,00		1.110,00
TOTAL COSTOS FIJOS	77.445,11	75.618,56	74.702,01	63.999,69	65.109,69
COSTOS VARIABLES					
Accesorios	240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
Cuerdas para Guitarra	140,00	280,00	420,00	420,00	420,00
Cuerdas para Bajo	100,00	200,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
COSTO TOTAL	77.685,11	76.098,56	75.422,01	64.719,69	65.829,69
VENTAS TOTALES	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
PTO. EQUILIBRIO	389	379	375	321	327
PTO. EQUILIBRIO \$	77.818,64	75.898,80	75.039,69	64.288,99	65.404,01

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Álvaro Plúas

GRÁFICO No. 4: Punto de equilibrio



Elaborado por: Álvaro Plúas

Como se puede observar en el Gráfico No. 4, en el año 1 nuestra Academia necesita tener 389 estudiantes, representando un monto de \$77.818,64 para poder llegar al punto de equilibrio, es decir, para no ganar ni perder dinero.

4.2. Estados Financieros Proyectados

4.2.1. Del Proyecto

Los Estados Financieros Proyectados del Proyecto se refieren a que no existe financiamiento y que todos los recursos son propios.

4.2.1.1. Estado de Resultados

“El Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado, es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo.”⁴¹

El Estado de Resultados sin financiamiento se puede observar en el CUADRO No. 49

⁴¹www.wikipedia.com

CUADRO No. 49: Estado de resultados (Sin financiamiento)

ESTADO DE RESULTADOS (Sin Financiamiento)

ESTADO DE RESULTADOS (Del Proyecto)

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES					
Matrículas alumnos	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
Total Ingresos	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
-COSTO DE VENTAS					
Accesorios	240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
TOTAL COSTO DE VENTAS	240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	49.760,00	129.520,00	159.280,00	159.280,00	159.280,00
-GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y Salarios	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00
Útiles de oficina	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00
Arriendo	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Servicios básicos	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Depreciación Activo Fijo	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03
Mantenimiento	281,66	281,66	281,66	281,66	281,66
Amortizaciones	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
TOTAL G. ADMINISTRATIVO	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69
- GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL GASTO DE VENTAS	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
=UTIL. ANTES DE PART. E IMP.	-14.239,69	65.520,31	95.280,31	95.280,31	95.280,31
15% UTIL. TRABAJADORES		9.828,05	14.292,05	14.292,05	14.292,05
=UTIL. ANTES DE IMPUESTOS	-14.239,69	55.692,26	80.988,26	80.988,26	80.988,26
25% IMPUESTO A LA RENTA		13.923,07	20.247,07	20.247,07	20.247,07
=UTILIDAD NETA	-14.239,69	41.769,20	60.741,20	60.741,20	60.741,20

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Álvaro Plúas

4.2.1.1. Flujo Netos de Fondos

“La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, al proyectar el flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, amortización del activo nominal, valor residual, de las utilidades y pérdidas.

Es fundamental destacar que la construcción de los flujos de caja se los realiza con diferentes fines: uno para medir la rentabilidad del proyecto, otro para medir la rentabilidad de los recursos propios y un tercero para medir la capacidad de pago frente a los préstamos que ayudaron a su financiación. El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: los egresos iniciales de fondos, los ingresos y egresos de operación, el momento en que ocurren estos ingresos y egresos y el valor de desecho o salvamento del proyecto.”⁴²

⁴²Nassir Sapag Chain - Reinaldo Sapag Chain; **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Quinta Edición, Capítulo 14, Páginas

CUADRO No. 50: Flujo de fondos (Sin financiamiento)

FLUJO DE FONDOS (Sin Financiamiento)

FLUJO DE FONDOS (Del Proyecto)

	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
TOTAL		50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Accesorios		240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
Sueldos y Salarios		52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00
Útiles de oficina		1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00
Arriendo		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Servicios básicos		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Mantenimiento		281,66	281,66	281,66	281,66	281,66
Publicidad		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTALES		61.769,66	62.009,66	62.249,66	62.249,66	62.249,66
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		-11.769,66	67.990,34	97.750,34	97.750,34	97.750,34
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a largo plazo						
TOTALES						
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago intereses						
Servicio de la deuda						
15% utilidades		0,00	9.828,05	14.292,05	14.292,05	14.292,05
25% impuesto a la renta		0,00	13.923,07	20.247,07	20.247,07	20.247,07
Inversión Activo Fijo	16.067,00			910,00		1.110,00
Inversión Activo Diferido	2.700,00					
Capital de Trabajo	15.372,00					-15.372,00
TOTALES	34.139,00	0,00	23.751,11	35.449,11	34.539,11	20.277,11
FLUJO DE FONDOS	-34.139,00	-11.769,66	44.239,23	62.301,23	63.211,23	77.473,23

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

CUADRO No. 51: Beneficios netos (Sin financiamiento)

BENEFICIOS NETOS

BENEFICIOS NETOS						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	0,00	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
EGRESOS	34.139,00	61.769,66	85.760,77	97.698,77	96.788,77	82.526,77
BENEFICIO NETO	-34.139,00	-11.769,66	44.239,23	62.301,23	63.211,23	77.473,23

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

4.2.2.1. Del Inversionista

4.2.2.1. Estado de Resultados

CUADRO No. 52: Estado de resultados (Con financiamiento)

ESTADO DE RESULTADOS (Con Financiamiento)

ESTADO DE RESULTADOS (Del Inversionista)

DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES					
Matrículas alumnos	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
Total Ingresos	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
-COSTO DE VENTAS					
Accesorios	240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
TOTAL COSTO DE VENTAS	240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	49.760,00	129.520,00	159.280,00	159.280,00	159.280,00
-GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y Salarios	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00
Útiles de oficina	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00
Arriendo	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Servicios básicos	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Depreciación Activo Fijo	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03	1.930,03
Mantenimiento	281,66	281,66	281,66	281,66	281,66
Amortizaciones	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
TOTAL G. ADMINISTRATIVO	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69	63.399,69
- GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL GASTO DE VENTAS	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
=UTILIDAD OPERACIONAL	-14.239,69	65.520,31	95.280,31	95.280,31	95.280,31
-GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	5.479,65	3.653,10	1.826,55		
=TOTAL GASTOS FINANCIEROS	5.479,65	3.653,10	1.826,55		
=UTIL. ANTES DE PART. E IMP.	-19.719,34	61.867,21	93.453,76	95.280,31	95.280,31
15% UTIL. TRABAJADORES		9.280,08	14.018,06	14.292,05	14.292,05
=UTIL. ANTES DE IMPUESTOS	-19.719,34	52.587,13	79.435,69	80.988,26	80.988,26
25% IMPUESTO A LA RENTA		13.146,78	19.858,92	20.247,07	20.247,07
=UTILIDAD NETA	-19.719,34	39.440,34	59.576,77	60.741,20	60.741,20

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Álvaro Plúas

CUADRO No. 53: Flujo de fondos (Con financiamiento)
FLUJO DE FONDOS (Con Financiamiento)

FLUJO DE FONDOS (Del Inversionista)

	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
TOTAL		50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Accesorios		240,00	480,00	720,00	720,00	720,00
Sueldos y Salarios		52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00	52.910,00
Útiles de oficina		1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00	1.738,00
Arriendo		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Servicios básicos		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Mantenimiento		281,66	281,66	281,66	281,66	281,66
Publicidad		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTALES		61.769,66	62.009,66	62.249,66	62.249,66	62.249,66
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		-11.769,66	67.990,34	97.750,34	97.750,34	97.750,34
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a largo plazo	23.897,30					
TOTALES	23.897,30					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago intereses		5.479,65	3.653,10	1.826,55		
Servicio de la deuda		7.965,77	7.965,77	7.965,77		
15% utilidades		0,00	9.280,08	14.018,06	14.292,05	14.292,05
25% impuesto a la renta		0,00	13.146,78	19.858,92	20.247,07	20.247,07
Inversión Activo Fijo	16.067,00			910,00		1.110,00
Inversión Activo Diferido	2.700,00					
Capital de Trabajo	15.372,00					-15.372,00
TOTALES	34.139,00	13.445,42	34.045,73	44.579,30	34.539,11	20.277,11
FLUJO DE FONDOS	-10.241,70	-25.215,08	33.944,61	53.171,04	63.211,23	77.473,23

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Álvaro Plúas

CUADRO No. 54: Beneficios netos (Con financiamiento)
BENEFICIOS NETOS (Con Financiamiento)

BENEFICIOS NETOS

AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	23.897,30	50.000,00	130.000,00	160.000,00	160.000,00	160.000,00
EGRESOS	34.139,00	75.215,08	96.055,39	106.828,96	96.788,77	82.526,77
BENEFICIO NETO	-10.241,70	-25.215,08	33.944,61	53.171,04	63.211,23	77.473,23

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Álvaro Plúas

4.3. Evaluación Financiera

4.3.1. Determinación de la Tasa de Descuento

“La tasa de descuento o tipo de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. La tasa de descuento diferencia de la tasa de interés, en que esta se aplica a una cantidad original para obtener el incremento que sumado a ella da la cantidad final, mientras que el descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad en el presente.”⁴³

En el caso de no tener financiamiento se trabaja con la TMAR, la cual se calcula sumando la tasa pasiva del Banco Central más un premio al riesgo.

TMAR Recursos Propios: Tasa Bonos del Estado + Premio al Riesgo

TMAR Recursos Propios = 9% + 3% = 12%

La TMAR con financiamiento es la tasa a la que nos presta el banco, que en nuestro caso es del 22,93% en el Banco Promérica.

La TMAR global se la calcula ponderando el porcentaje de aporte del financiamiento y de los recursos propios como se muestra en el cuadro No. 58.

CUADRO No. 55: TMAR global

TMAR GLOBAL			
CONCEPTO	APORTE	TMAR	TMAR GLOBAL
Recursos Propios	0,3	12,00%	3,60%
Crédito Bancario	0,7	22,93%	16,05%
TOTAL			19,65%

Elaborado por: Álvaro Plúas

⁴³ Nassir Sapag Chain - Reinaldo Sapag Chain; **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Quinta Edición, Capítulo 14, Páginas

4.3.2. Evaluación Financiera

“La evaluación financiera define si los ingresos son superiores al dinero que se aporta para el proyecto a través de diferentes indicadores como el VAN y el TIR, es decir, sirve para ver la rentabilidad del proyecto.”⁴⁴

4.3.2.1. Criterios de Evaluación

“**Método estático:** Estos métodos adolecen todos de un mismo defecto: no tienen en cuenta el tiempo. Es decir, no tienen en cuenta en los cálculos, el momento en que se produce la salida o la entrada de dinero y son Cash-Flow estático y el método de la tasa de rendimiento contable. **Método dinámico:** Compuestos por el TIR, VAN y el pay-back descontado, en realidad estos tres métodos son complementarios, puesto que cada uno de ellos aclara o contempla un aspecto diferente del problema.”⁴⁵

4.3.2.2. Valor Actual Neto

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

VAN > 0, el proyecto se debe aceptar.

VAN = 0, el proyecto no se acepta, resulta mejor escoger otras alternativas de inversión, ya que esa no genera beneficio alguno.

VAN < 0, el proyecto no vale la pena, ya que las otras alternativas de inversión arrojan mayor beneficio.”⁴⁶

^{44,45}Arboleda Velez German (Proyectos, formulación, evaluación y control)

⁴⁶http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net

FORMULA

$$VAN = \sum_{n=1}^n \frac{BNt}{1+i^t} - I$$

Donde:

BN=Beneficio neto del flujo en el periodo

i=TMAR

I = Inversión

t = Período

CUADRO No. 56: Calculo del VAN del proyecto

CALCULO DEL VAN (Del Proyecto)

VAN DEL PROYECTO

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACT	INGRESOS A.	EGRESOS A.	BENEF. NETOS
0		34.139,00	1		34.139,00	-34.139,00
1	50.000,00	61.769,66	0,89285714	44.642,86	55.151,48	-10.508,63
2	130.000,00	85.760,77	0,79719388	103.635,20	68.367,96	35.267,24
3	160.000,00	97.698,77	0,71178025	113.884,84	69.540,06	44.344,78
4	160.000,00	96.788,77	0,63551808	101.682,89	61.511,01	40.171,88
5	160.000,00	82.526,77	0,56742686	90.788,30	46.827,91	43.960,39

VAN = 119.096,67

Elaborado por: Álvaro Plúas

Se puede observar que le VAN > 0, lo que indica que la inversión es aceptable y que además se tendría una utilidad de \$119.096,67, valor que se tendría si se decide ejecutar el proyecto.

CUADRO No. 57: Cálculo del VAN del inversionista
CALCULO DEL VAN (Del Inversionista)

**VAN DEL
INVERSIONISTA**

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACT	INGRESOS A.	EGRESOS A.	BENEF. NETOS
0	23.897,30	34.139,00	1	23.897,30	34.139,00	-10.241,70
1	50.000,00	75.215,08	0,83576401	41.788,20	62.862,06	-21.073,85
2	130.000,00	96.055,39	0,69850149	90.805,19	67.094,83	23.710,36
3	160.000,00	106.828,96	0,58378241	93.405,18	62.364,87	31.040,32
4	160.000,00	96.788,77	0,48790433	78.064,69	47.223,66	30.841,03
5	160.000,00	82.526,77	0,40777288	65.243,66	33.652,18	31.591,48
VAN =						85.867,64

Elaborado por: Álvaro Plúas

Como podemos observar tenemos un VAN>0, pero menor al VAN del proyecto, debido a que tenemos que pagar un préstamo bancario, pero aún así el proyecto y su rentabilidad son buenos.

4.3.2.2. Tasa interna de Retorno

“La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.”⁴⁷

$$TIR > TMAR$$

⁴⁷<http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

FÓRMULA

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

CUADRO No. 58: Cálculo de la TIR del proyecto CÁLCULO DE LA TIR (Del Proyecto)

CÁLCULO DE LA TIR DEL PROYECTO

AÑO	BEN. NETO	TASA DE DESCUENTO		
		69%	69,93%	70%
0	-34.139,00	-34.139,00	-34.139,00	-34.139,00
1	-11.769,66	-6.964,30	-6.926,17	-6.923,33
2	44.239,23	15.489,38	15.320,27	15.307,69
3	62.301,23	12.907,33	12.696,53	12.680,89
4	63.211,23	7.749,03	7.580,75	7.568,30
5	77.473,23	5.619,76	5.467,63	5.456,41
	TOTALES	662,22	0,00	-49,03

Elaborado por: Álvaro Plúas

$$TIR = 0,69 + (0,70 - 0,69) \frac{662,22}{662,22 - (-49,03)}$$

$$TIR = 69,93\%$$

La TIR del proyecto de 69,93% es mayor que la TMAR del proyecto que es 22,93%, lo cual indica que existe una rentabilidad buena para el proyecto.

**CUADRO No. 59: Reemplazo de la TIR en la fórmula del VAN del
proyecto
REEMPLAZO DE LA TIR EN LA FÓRMULA DEL VAN (Del Proyecto)**

VAN DEL PROYECTO

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACT	INGRESOS A.	EGRESOS A.	BENEF. NETOS
0		34.139,00	1	0,00	34.139,00	-34.139,00
1	50.000,00	61.769,66	0,58847694	29.423,85	36.350,02	-6.926,17
2	130.000,00	85.760,77	0,34630511	45.019,66	29.699,39	15.320,27
3	160.000,00	97.698,77	0,20379257	32.606,81	19.910,28	12.696,53
4	160.000,00	96.788,77	0,11992723	19.188,36	11.607,61	7.580,75
5	160.000,00	82.526,77	0,07057441	11.291,91	5.824,28	5.467,63
VAN =						0,00

Con este reemplazo comprobamos que la TIR encontrada es para un VAN = 0.

**CUADRO No. 60: Cálculo de la TIR del inversionista
CALCULO DE LA TIR (Del Inversionista)**

CÁLCULO DE LA TIR DEL INVERSIONISTA

AÑO	BEN. NETO	TASA DE DESCUENTO		
		95%	95,15%	96%
0	-10.241,70	-10.241,70	-10.241,70	-10.241,70
1	-25.215,08	-12.930,81	-12.920,75	-12.864,84
2	33.944,61	8.926,92	8.913,04	8.836,06
3	53.171,04	7.170,86	7.154,15	7.061,66
4	63.211,23	4.371,75	4.358,17	4.283,22
5	77.473,23	2.747,76	2.737,09	2.678,37
	TOTALES	44,78	0,00	-247,22

Elaborado por: Álvaro Plúas

$$TIR = 0,95 + (0,96 - 0,95) \frac{44,78}{44,78 - (-247,22)}$$

$$TIR = 95,15\%$$

La TIR del inversionista de 95,15% es mayor que la TMAR Global de 19,65%, con lo cual existe una rentabilidad del proyecto.

CUADRO No. 61: Reemplazo de la TIR en la fórmula del VAN del inversionista

REEMPLAZO DEL TIR EN LA FÓRMULA DEL VAN (Del Inversionista)

VAN DEL INVERSIONISTA

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACT	INGRESOS A.	EGRESOS A.	BENEF. NETOS
0	23.897,30	34.139,00	1	23.897,30	34.139,00	-10.241,70
1	50.000,00	75.215,08	0,51242176	25.621,09	38.541,84	-12.920,75
2	130.000,00	96.055,39	0,26257606	34.134,89	25.221,85	8.913,04
3	160.000,00	106.828,96	0,13454969	21.527,95	14.373,80	7.154,15
4	160.000,00	96.788,77	0,06894619	11.031,39	6.673,22	4.358,17
5	160.000,00	82.526,77	0,03532953	5.652,72	2.915,63	2.737,09

VAN = 0,00

Con este reemplazo comprobamos que la TIR encontrada es para un VAN = 0.

4.3.2.4. Relación Beneficio / Costo

“También llamado "índice de rendimiento". En un método de evaluación de proyectos, que se basa en el del "valor presente", y que consiste en dividir el valor presente de los ingresos entre el valor presente de los egresos. Si este índice es mayor que 1 se acepta el proyecto; si es inferior que 1 no se acepta, ya que significa que la rentabilidad del proyecto es inferior al costo del capital.”⁴⁸

$$\text{Beneficio/Costo} = \frac{\text{Sumatoria ingresos actualizados}}{\text{Sumatoria egresos actualizados}} > 1$$

⁴⁸http://www.eco-finanzas.com/diccionario/R/RELACION_BENEFICIO-COSTO.htm

CUADRO No. 62: Relación Beneficio/Costo del proyecto

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO (Del Proyecto)	
Sumatoria Ingresos Actualizados	454.634,09
Sumatoria Egresos Actualizados	335.537,42
Relación Beneficio / Costo	1,35

Elaborado por: Álvaro Plúas

CUADRO No. 63: Relación Beneficio/Costo del inversionista

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO (Del Inversionista)	
Sumatoria Ingresos Actualizados	393.204,23
Sumatoria Egresos Actualizados	307.336,60
Relación Beneficio / Costo	1,28

Elaborado por: Álvaro Plúas

En los cuadros No. 62 y No. 63 se puede apreciar que la relación Beneficio/Costo es mayor que 1, con lo que se acepta el proyecto con o sin financiamiento.

4.3.2.5. Período de Recuperación de la Inversión

“Consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial.”⁴⁹

CUADRO No. 64: Periodo de recuperación del proyecto

PERIODO DE RECUPERACIÓN (Del Proyecto)				
AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACUMULADO
0	0,00	34.139,00	-34.139,00	
1	44.642,86	55.151,48	-10.508,63	-10.508,63
2	103.635,20	68.367,96	35.267,24	24.758,62
3	113.884,84	69.540,06	44.344,78	69.103,40
4	101.682,89	61.511,01	40.171,88	109.275,28
5	90.788,30	46.827,91	43.960,39	153.235,67
			AÑOS	2
			MESES	3

Elaborado por: Álvaro Plúas

⁴⁹<http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>.

CUADRO No. 65 Periodo de recuperación del inversionista

PERIODO DE RECUPERACIÓN (Del Inversionista)				
AÑO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACUMULADO
0	23.897,30	34.139,00	-10.241,70	
1	41.788,20	62.862,06	-21.073,85	-21.073,85
2	90.805,19	67.094,83	23.710,36	2.636,51
3	93.405,18	62.364,87	31.040,32	33.676,82
4	78.064,69	47.223,66	30.841,03	64.517,85
5	65.243,66	33.652,18	31.591,48	96.109,34
			AÑOS	2
			MESES	3

Elaborado por: Álvaro Plúas

Como se puede observar en los cuadros No. 67 y No.68 el período de recuperación es igual con y sin financiamiento, lo que indica que recuperaremos la inversión en 2 años y 3 meses.

3.3.2.6. Análisis de Sensibilidad

“El análisis de sensibilidad tiene como objetivo agregar información a los resultados pronosticados del proyecto, a través del cual se pueda determinar cuán sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros decisorios.”⁵⁰ Es importante mencionar que se afectarán ciertas variables tanto por la vía de ingresos como de egresos. En los Cuadros siguientes se presenta el análisis de sensibilidad de las variables críticas del proyecto y del Inversionista.

CUADRO No. 66: Análisis de sensibilidad del proyecto

ANALISIS DE SENSIBILIDAD (Del Proyecto)					
VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	69,93%	119.096,67	2 años 3 meses	1,35	Viable
Precio de Venta (-10%)	55,81%	88.495,44	2 años 7 meses	1,28	Viable
Volumen de ventas (-20%)	41,33%	57.894,22	2 años 3 meses	1,19	Viable
Sueldos (+20%)	52,84%	91.388,71	2 años 8 meses	1,25	Viable
Costo Accesorios (+20%)	69,79%	118.824,06	2 años 3 meses	1,35	Viable

Elaborado por: Álvaro Plúas

⁵⁰Nassir Sapag Chain - Reinaldo Sapag Chain; **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Quinta Edición, Capítulo 18, Páginas 398

CUADRO No. 67: Análisis de sensibilidad del inversionista

ANALISIS DE SENSIBILIDAD (Del Inversionista)					
VARIABLES	TIR	VAN	PRRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	95,15%	85.867,64	2 años 3 meses	1,28	Viable
Precio de Venta (-10%)	71,61%	60.809,50	2 años 8 meses	1,21	Viable
Volumen de ventas (-20%)	49,49%	35.751,36	2 años 3 meses	1,13	Viable
Sueldos (+20%)	66%	61.799,44	2 años 10 meses	1,19	Viable
Costo Accesorios (+20%)	94,92%	85.641,90	2 años 3 meses	1,28	Viable

Elaborado por: Álvaro Plúas

Como se puede observar en ambos casos el proyecto es sensible a una disminución del precio de ventas y también del volumen de ventas, la subida de los sueldos a los empleados también afectaría a nuestro proyecto, pero en cambio, un incremento en el costo de los accesorios que utilizamos que son cuerdas de guitarra y de bajo básicamente no afectaría al proyecto, debido a que el valor monetario que utilizamos en accesorios frente a toda la inversión y operación del dinero es insignificante.

Las estrategias a utilizar para los diferentes escenarios planteados en el análisis de sensibilidad serían las siguientes:

- Si el precio de venta disminuye debemos abaratar costos, con lo cual deberíamos ser líderes en costos.
- Si el volumen de ventas disminuye drásticamente en un 20%, debemos utilizar una estrategia de publicidad para captar clientes, ofreciéndoles descuentos.
- Si los sueldos se incrementaran en un 20%, se debería tratar de reducir costos en otros gastos que la empresa posee, es decir, se debe tratar de ser líderes en costos.
- Si los accesorios suben o bajan de precio no afecta en mayor cantidad al proyecto, ya que el gasto que se tiene en accesorios frente a los otros gastos de la Academia son muy pequeños.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El resultado del presente estudio permite concluir que el Proyecto de Creación de una Academia de Música Especializada en Rock justifica su puesta en marcha por las siguientes consideraciones:

- Mediante el Estudio de Mercado se determinó la demanda insatisfecha del proyecto de 4.082 personas, con lo que nosotros captaremos un 2,45% de dicho mercado, siendo este proyecto viable.
- En el Estudio Técnico se llegó a determinar que la Academia estará localizada en la parroquia La Magdalena en la Administración Zonal Eloy Alfaro en el sector de la Villa Flora cerca a la Concha Acústica del sur y que tendrá una capacidad de 100 estudiantes de nivel I por año.
- Mediante el estudio organizacional obtenemos que la empresa será constituida como unipersonal.
- En el estudio financiero se concluyó que el VAN del proyecto es de \$119.066,97, mientras que el del inversionista es de \$85.867,64. La TIR del proyecto es de 69,93% mientras que la TIR del inversionista es de 95,15%, lo que demuestra que el proyecto es rentable.

5.2. Recomendaciones

- Asignar los recursos para la ejecución del proyecto, ya que a través del presente estudio se ha demostrado la viabilidad económica, técnica, financiera, organizacional e institucional.
- Implementar una estrategia de precios de precios bajos al entrar a competir al mercado con el único competidor existente, pero con la misma calidad, tratando de superarla, para lo cual debemos ser líderes en costos.
- Implementar una estrategia de promoción a través de volantes y contactos que se tiene dentro del mundo rockero por parte del gerente propietario, utilizando su buen nombre dentro de la escena rockera.

BIBLIOGRAFÍA

- Chiavenato Idalberto. ***Introducción a la Teoría General de la Administración.*** McGraw – Hill Interamericana de Colombia.
- Varela Rodrigo. ***Innovación Empresarial.*** Segunda Edición, Person Educación de Colombia Ltda. 2001, Colombia.
- Kotler Philip. ***Dirección de Marketing.*** Duodécima Edición. Prentice Hall.2006.
- Sapag Chain Nassir y Sapag Chain Reinaldo. ***Preparación y Evaluación de Proyectos.*** Quinta edición, por McGraw – Hill Interamericana S.A. 2007, Chile.
- Méndez Carlos. ***Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.*** Tercera Edición, McGraw - Hill. 2001, Bogotá.
- Zapata Pedro. ***Contabilidad General.*** Cuarta edición, McGraw – Hill Interamericana S.A, 2002, Bogotá.

ANEXOS

ANEXO A



Unidad de Negocios

Pasos requeridos para crear tu empresa

1. Reservar el nombre de la compañía (1).
2. Aperturar la cuenta de integración de capital en cualquier institución bancaria.
3. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía en cualquier notaría.
4. Presentar en la Superintendencia de Compañías, tres copias de la escritura pública con oficio de abogado y la papeleta de la cuenta de integración de capital (1)
5. Retirar en el lapso de 48 horas de la Superintendencia de Compañías (1) la resolución aprobatoria o un oficio con las correcciones a realizar.
6. Publicar en un periódico de amplia circulación, en el domicilio de la compañía, el extracto otorgado por la Superintendencia de Compañías; y, adquirir tres ejemplares (uno para el Registro Mercantil, otro para la Superintendencia de Compañías y otro para los archivos societarios de la empresa).
7. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil, en la notaría en donde se elevaron las escrituras de constitución.
8. Inscribir en el Municipio de Quito, las patentes; y, solicitar el certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
9. Inscribir en el Registro Mercantil los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa (Acta de Junta general y nombramientos originales).
10. Presentar en la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:
 - a. Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia inscrita en el Registro Mercantil.
 - b. Un ejemplar del periódico donde se publicó el extracto
 - c. Copias de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil.
 - d. Copia de cédula de ciudadanía del representante legal y administrador
 - e. Formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.
 - f. Copia de pago de agua, luz o teléfono
11. Una vez revisada la documentación, la Superintendencia le deberá entregar:
 - a. Formulario del RUC
 - b. Cumplimiento de obligaciones y existencia legal
 - c. Datos generales
 - d. Nómina de accionistas
 - e. Oficio al banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital)
12. Los documentos obtenidos, en el numeral doce, entregarlos al SRI para obtener el RUC.
13. Finalmente, deberá acercarse al IESS y registrar la empresa en la historia laboral

Notas:

1. El trámite puede ser realizado en la ventanilla de la Superintendencia de Compañías ubicada en la Cámara de Comercio de Quito. Se estima que el tiempo de respuesta en esta ventanilla es menor debido al esquema de atención personalizada.
2. Los tiempos estimados para la constitución de la compañía varían dependiendo del lugar donde realice sus trámites, así como de los tiempos requeridos por la Superintendencia de Compañías, SRI, IESS, Registro Mercantil, Notarías, Municipio)
3. La información fue tomada de las guías e instructivos de la Superintendencia de Compañías www.supercias.gov.ec

ANEXO B

MATRIZ DE DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Objetivo Específico	Variable Genérica	Variable Específica	Escala	Pregunta	Opciones de Respuesta
Determinar las características de los potenciales clientes de la Academia de Música Especializada en Rock.	Características	Edad Género Ingresos	Razón Nominal Razón	Edad: Género: Ingresos aproximados del hogar:	_____ Masculino / Femenino 0-400 / Más de 400
Establecer los gustos y preferencias de los potenciales clientes.	Atributos	Comodidad Interés otros instrumentos Otros Instrumentos	Nominal Nominal Nominal	¿Le gustaría que la Academia cuente con instrumentos musicales propios para su comodidad y sin ningún costo adicional? ¿Le interesaría aprender a tocar otro tipo de instrumentos musicales diferentes a los citados en esta encuesta? ¿Si su respuesta fue positiva, indique que instrumento musical le interesaría aprender a tocar?	Sí / No Sí / No _____

Demanda	Aceptación	Nominal	Sí / No
	<p>Preferencia</p>	<p>Nominal</p>	<p>¿Le gustaría estudiar en una Academia de Música Especializada en Rock ubicada en la Villa Flora en el Sur de Quito? ¿Qué instrumento musical le gustaría aprender a tocar enfocado al rock?</p> <p>Guitarra eléctrica Bajo eléctrico Batería Teclado Técnica Vocal</p>
	<p>Frecuencia Demanda</p>	<p>Nominal</p>	<p>¿Con que frecuencia se matricularía en la Academia? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada nivel, el cual dura tres meses y consta de cuatro horas a la semana con profesores titulados en música y con amplio conocimiento de la música rock?</p> <p>Después de terminar cada nivel Saltándome o esperando un nivel \$200 a \$300 \$300 a \$400 Más de \$400</p>
	<p>Precio Demanda</p>	<p>Nominal</p>	

Establecer las características de la oferta.	Competencia	Conocimiento	Nominal	¿Conoce usted alguna Academia de Música Especializada en Rock? Si la respuesta fue positiva, indique el nombre y el sector donde queda ubicada la Academia que usted conoce. ¿Usted estudia o ha estudiado música haciendo énfasis en la música rock en dicha Academia Musical?, si su respuesta es negativa pase a la pregunta 10. ¿Qué instrumento musical practica o está practicando? El servicio que le brinda esta Academia es:	Sí / No
	Ubicación	Nominal			
	Cliente competencia	Nominal			Sí / No
	Instrumento	Nominal			Guitarra eléctrica Bajo eléctrico Batería Teclado Vocalización Excelente Muy Bueno Bueno Regular
	Servicio	Nominal			

		Días	Razón	¿Cuántos días a la semana recibe clases de música especializada en rock?	_____
		Horas	Razón	¿Cuántas horas diarias recibe clases de música especializada en rock?	_____
		Precio Competencia	Razón	¿Cuanto paga de matrícula por cada nivel?	_____
		Duración Nivel	Razón	¿Cuanto tiempo dura cada nivel?	_____

ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

Buenas tardes, somos alumnos de la Escuela Politécnica del Ejército y estamos realizando una encuesta con el motivo de la ejecución de una Academia Musical Especializada en Rock, por lo que le pedimos nos colabore contestando a las siguientes preguntas:

Edad: _____

Género: Masculino

Femenino:

1. ¿Conoce usted alguna Academia de Música Especializada en Rock?

Si

No

2. Si la respuesta fue positiva, indique el nombre y el sector donde queda ubicada la Academia que usted conoce.

3. ¿Usted estudia o ha estudiado música haciendo énfasis en la música rock en dicha Academia Musical?, si su respuesta es negativa pase a la pregunta 10.

Sí

No

4. ¿Qué instrumento musical practica o está practicando?

Guitarra eléctrica	<input type="checkbox"/>
Bajo eléctrico	<input type="checkbox"/>
Batería	<input type="checkbox"/>
Teclado	<input type="checkbox"/>
Vocalización	<input type="checkbox"/>

5. El servicio que le brinda esta Academia es:

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuántos días a la semana recibe clases de música especializada en rock?

7. ¿Cuántas horas diarias recibe clases de música especializada en rock?

8. ¿Cuanto paga de matrícula por cada nivel?

9. ¿Cuanto tiempo dura cada nivel?

10. ¿Le gustaría estudiar en una Academia de Música Especializada en Rock ubicada en la Villa Flora en el Sur de Quito?

Si No

11. ¿Qué instrumento musical le gustaría aprender a tocar enfocado al rock?

Guitarra eléctrica	<input type="checkbox"/>
Bajo eléctrico	<input type="checkbox"/>
Batería	<input type="checkbox"/>
Teclado	<input type="checkbox"/>
Técnica Vocal	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada nivel, el cual dura tres meses y consta de cuatro horas a la semana con profesores titulados en música y con amplio conocimiento de la música rock?

\$200 a \$300	<input type="checkbox"/>
\$300 a \$400	<input type="checkbox"/>
Más de \$400	<input type="checkbox"/>

13. ¿Le gustaría que la Academia cuente con instrumentos musicales propios para su comodidad y sin ningún costo adicional?

Sí No

14. ¿Con que frecuencia se matricularía en la Academia?

Después de terminar cada nivel	<input type="checkbox"/>
Saltándome o esperando un nivel	<input type="checkbox"/>

15. Ingresos mensuales aproximados del hogar:

De 0 a 400 Más de 400

16. ¿Le interesaría aprender a tocar otro tipo de instrumentos musicales diferentes a los citados en esta encuesta?

Sí

No

17. ¿Si su respuesta fue positiva, indique que instrumento musical le interesaría aprender a tocar?

Muchas Gracias por su colaboración y tiempo.

ANEXO C

Edad	Género	Conocimiento	Ubicación	Cliente Competencia	Instrumento	Servicio	Días	Horas	Precio	Nivel	Aceptación
1	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	Si
2	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	Si
3	Femenino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
4	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	Si	Guitarra Eléctrica	Muy bueno	1	2	80	3	Si
5	Masculino	Si	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
6	Masculino	Si	0	0	0	0	0	0	0	0	Si
7	Femenino	No	0	0	0	0	0	0	0	0	Si
8	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	Si	Guitarra Eléctrica	Muy bueno	1	2	80	3	Si
9	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	Si
10	Masculino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
11	Masculino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	No
12	Femenino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	No
13	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	Si
14	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	Si
15	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	Si	Guitarra Eléctrica	Excelente	1	2	80	3	No
16	Masculino	Si	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
17	Femenino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
18	Femenino	Si	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
19	Masculino	Si	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
20	Masculino	Si	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
21	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	Si
22	Femenino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
23	Femenino	Si	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
24	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	Si	Bajo Eléctrico	Muy bueno	1	2	80	3	Si
25	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	Si	Guitarra Eléctrica	Muy bueno	1	2	80	3	Si
26	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	0
27	Femenino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	0
28	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	0
29	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	Si	Guitarra Eléctrica	Excelente	1	2	80	3	No
30	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	No	0	0	0	0	0	0	Si
31	Masculino	Si	Hitar Cuesta, Via al Tingo	Si	Bajo Eléctrico	Excelente	1	2	80	3	Si
32	Femenino	Si	0	No	0	0	0	0	0	0	Si
33	Femenino	No	0	No	0	0	0	0	0	0	Si

Preferencia	Precio	Comodidad	Frecuencia	Ingresos	Interés Otro	Otro
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	Si	Quena
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	0	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	0	0
0	0	0	0	0	0	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Timbales
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	No	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Contraba
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	Si	G. Clási
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	No	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
0	0	0	0	0	0	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	Si	Tumbas

Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	0	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$300 - \$400	Si	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
0	0	0	0	0	0	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Saxofón
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Violín
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	No	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Charango
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0

Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	0	No	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$300 - \$400	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Violín
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Canto Lí
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$300 - \$400	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$300 - \$400	Si	Saltándose o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Batería	0	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Violín
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Teclado	0	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$300 - \$400	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	No	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0

Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	No	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Saltándome o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	0	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	G. Clási
0	0	0	0	0	0	0
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	No	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Canto II
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Teclado	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Batería	\$300 - \$400	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	0	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Canto II
Batería	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	Si	Percusió
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0 - 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Saltándome o esperando un nivel	0 - 400	No	0
0	0	0	0	0	0	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$300 - \$400	Si	Saltándome o esperando un nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0	No	0
Guitarra Eléctrica	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0	Si	G. Clási
Bajo Eléctrico	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	Más de 400	No	0
Técnica Vocal	\$200 - \$300	Si	Después de terminar cada nivel	0	No	0

ANEXO D: Cuadro de beneficios sociales y remuneraciones adicionales

CUADRO DE BENEFICIOS SOCIALES

	FONDO DE RESERVA	VACACIONES ANUALES
¿Quiénes tienen derecho?	Todos los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo patrono	Todos los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo, caso contrario pagar proporcional
Periodo de Cálculo	1ro. De julio del año anterior al 30 de junio del año en curso.	Año de servicios
Forma de Cálculo	La 12ava parte de lo recibido en el periodo que se calcula o su proporcional	La 24ava parte de lo recibido en el periodo que se calcula
Base de Cálculo	Sueldo + horas extra + comisiones + otras retribuciones Permanentes + Accesorias	Sueldo + Horas Extras + Comisiones + Otras retribuciones Permanentes + Accesorias
Fecha de Pago	Hasta el 30 de septiembre de cada año; en el formato que para el efecto otorga el IESS o en el sistema "Verificador Cliente" que también se lo obtiene en el IESS. Se puede pagar en los bancos o directamente en el IESS	Se paga o las goza al cumplir un año de trabajo. El trabajador puede acumular hasta 3 años y gozarlas en el 4to año, de no hacerlo pierde el 1er año de vacaciones.
Base Legal	Código del Trabajo Art. 196...220	Código del Trabajo Art. 69...78

	Jornada Ordinaria	Horas Suplementarias	Horas Extraordinarias
Concepto	En el caso del Ecuador es de lunes a viernes 8 horas diarias 40 horas semanales	Después de la jornada ordinaria, máximo 4 horas al día y 12 horas a la semana	Cuando el empleado trabaja sábados, domingos o días feriados
% Recargo	0%	50% hasta las 24H00 100% desde 01H00 a 06H00	100%
Base Legal	Código del Trabajo Art. 47	Código del Trabajo Art. 55	Código del Trabajo Art. 55
Forma de cálculo	s/ 240 hs = v.h.n.	v.h.n.+50% = v.h.s.	v.h.n. + 100%= v.h.e.
Ejemplo	150/160=0,625	0,625+0,31=0,935	0,625+0,625=1,25

Art. 49.- **Jornada nocturna.**- La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco (25%) por ciento.

Acuerdo Ministerial No. 0022.- Fija a partir del 1 de enero de 2007 la cantidad de US \$ 1,37 como valor mínimo por hora en la modalidad de contratación laboral por horas.

CUADRO DE REMUNERACIONES ADICIONALES

	Décimo Tercera Remuneración (bono navideño)	Décimo Cuarta Remuneración (bono escolar)
Cálculo	Se tomará en cuenta los valores recibidos durante el año calendario	Monto equivalente a un salario básico unificado de su categoría ocupacional
Base del Cálculo	Sueldo Mensual + Horas Extras + Comisiones + Otras remuneraciones consideradas como permanentes	Año 2007 1 S. Unificado \$170,00, y 1 S. de \$120,00 para los trabajadores del servicio doméstico
Valores no considerados para el cálculo	Se exceptúan de entrar al cálculo los valores percibidos por concepto de utilidades, viáticos o subsistencias, componentes salariales	
Periodo	1° de diciembre del año anterior al 30 de noviembre del año en curso	1° de agosto del año anterior hasta el 30 de julio del año en curso.
Fecha de pago	Hasta el 24 de diciembre de cada año. Deberá realizarse los roles en los formatos que expide la Dirección General del Trabajo y registrarse en esa misma dependencia, en los 15 días posteriores al pago, o sea, hasta el 8 de enero de cada año como máximo	En la Sierra y Oriente se cancelará hasta el 15 de agosto de cada año. Deberá reportarse hasta el 30 de agosto de cada año, la nómina a la Dirección General del Trabajo en los formatos que expide la Dirección General del Trabajo
Base Legal	Código del Trabajo Art. 111 y 112	Código del Trabajo Art. 113 y 114

Aquellos trabajadores que laboraren HORAS EXTRAORDINARIAS, tendrán derecho al 100% de recargo; es decir, Salario Básico, más Décimo Tercera Remuneración, más Décimo Cuarta Remuneración, y demás beneficios de Ley.