



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERAS COMERCIALES

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
ÓPTICA QUE PRESTE UN SERVICIO INTEGRAL, BRINDE CUIDADO
Y PROTECCIÓN DE LA SALUD VISUAL EN LA CIUDAD DE MACAS
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”.

REALIZADO POR:

Vanessa Paulina Carrasco Villacres
Kerly Monserrath Quisiguiña Guadalupe

Riobamba – Ecuador
2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Lilian Patricia Cáceres Ruíz
DIRECTORA DE TESIS

Ing. Marco Vinicio Salazar Tenelanda
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de los autores.

Kerly Monserrath Quisiguiña Guadalupe

Vanessa Paulina Carrasco Villacres

AGRADECIMIENTO

Expreso mi mayor agradecimiento a DIOS, por permitirme hacer realidad uno de mis más grandes sueños convertirnos en profesional. A mi familia que siempre me brindó todo su apoyo para salir adelante y vencer los obstáculos que se presentaron durante mi vida universitaria.

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a cada uno de los docentes que durante mi lapso politécnico me han impartido sus conocimientos, de tal forma que me permitirán crecer como profesionales.

A nuestra Directora de Tesis Ing. Patricia Cáceres y a nuestro Miembro Ing. Marco Vinicio Salazar, gracias por su valioso tiempo prestado en el desarrollo de este trabajo.

Kerly Monserrath Quisiguiña Guadalupe

AGRADECIMIENTO

Al culminar mi carrera universitaria quiero agradecer a Dios nuestro señor por darme la oportunidad de cumplir una meta más en mi vida, a mis padres por todo el apoyo y amor brindado, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida y sobre todo por su buen ejemplo.

Gracias a la Escuela Superior Politécnica por haber sido mi segunda casa quienes me abrieron sus puertas, a los docentes que durante mi transcurso universitario, me impartieron sus conocimientos y sus consejos.

Debo agradecer de manera especial y sincera a la Ingeniera Patricia Cáceres, Directora de tesis, al Ingeniero Marco Salazar, Miembro de Tesis quienes con sus consejos y su tiempo me permitieron que este sueño hoy se haga realidad.

Agradezco a todas las personas que de una u otra forma estuvieron conmigo, porque cada una aportó con un granito de arena; y es por ello que a todos y cada uno de ustedes les dedico todo el esfuerzo, sacrificio y tiempo que entregué a esta tesis

Vanessa Paulina Carrasco Villacres

DEDICATORIA

En primer lugar quiero agradecer a Dios, por todo lo que me ha dado en esta vida, a mis abuelitos Ramón Guadalupe y Anita Vallejo con los que crecí y cuidaron de mí como una verdadera hija los amo con todo mi corazón.

A mis queridos padres Cecilia Guadalupe y Rodrigo Coronel por todo el ejemplo que me han brindado toda la vida, porque siempre están para mí en la buenas y en las malas, unas de sus mayores virtudes es el perdón y la gran generosidad que poseen hacia el prójimo, a mis hermanos Eliana Quisiguiña, Stiven Omar, Anita Mayerly Coronel Guadalupe, a mi primo realmente mi hermano Milton Quisiguiña por sus concejos y por ser un verdadero ejemplo para todas nosotras, que hoy descansa en el cielo y para una persona especial por demostrarme su amor, su sonrisa y apoyarme en los peores momentos de mi vida, para ellos es todo mi esfuerzo y sacrificio y quiero que sepan que siempre voy a cuidar de ellos....

Los amo con mi vida.

Kerly Monserrath Quisiguiña Guadalupe

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional, haber culminado con profunda satisfacción el ciclo universitario, como antesala a mi desarrollo profesional significa ser el resultado de la suma de muchos factores y aspectos que han contribuido para alcanzar una formación integral en mi vida.

Saber que el sacrificio y la constancia para concluir mis estudios no solo se deben a mi esfuerzo, también a esas personas que con su apoyo me motivaron que lograré terminar un escaño en mi vida. Por ello quiero ofrecer este trabajo a mis padres Alonso y Sara quienes confiaron en mí, gracias por sus consejos, amor y apoyo, mi imperecedera gratitud por contribuir con mi formación profesional y apoyarme en todo momento. A mi hermana y amiga Verónica por ser un pilar muy importante en mi vida que me brindó su ayuda incondicional a cada momento.

Y en especial a las personas que hoy en día han llegado a ocupar un lugar muy especial en mi corazón Gustavo, Martin y Anahí, gracias por haber sido mi inspiración, mi motor para seguir adelante y ser una muestra que a pesar de los obstáculos si se puede lograr tus sueños y salir adelante, el camino no es fácil pero la perseverancia me ha permitido cumplir una meta más en mi vida.

Con todo mi afecto y mi amor dedico este trabajo a mi abuelita Zoila, quien con mucha seguridad desde un sitio privilegiado en el cielo, me acompaña y hoy sé que tú compartes esta alegría conmigo, supiste en todo momento transmitirme paz, tranquilidad en mis situaciones de apremio y a base de fortaleza anímica superar distintos obstáculos. Gracias a todas estas personas muy importantes en mi vida, con todo cariño y amor les dedico esta tesis.

Vanessa Paulina Carrasco Villacres

INTRODUCCIÓN

Actualmente exigimos a nuestros ojos y a nuestra visión, mucho más; cada día se emplea con mayor frecuencia la visión próxima ya sea en el trabajo o en los estudios, ciertamente quizá el número de personas que necesitan lentes va en aumento.

Cualquier ser humano, en algún momento de su vida, será portador de compensación óptica, y para mejorar nuestra calidad de vida exigimos ver mejor y durante más tiempo, esto lo conseguiremos con una atención oportuna y con las debidas correcciones.

Previo a la creación de este proyecto de inversión, es necesario llevar a cabo todos los estudios pertinentes, para poder determinar su viabilidad.

La Óptica estará ubicada en la Ciudad de Macas, la idea de crear una óptica surgió de las necesidades de ofrecerles a los ciudadanos, un servicio y productos que ayuden a mejorar nuestra salud visual, ya que existe una gran demanda de ópticas que puedan brindar un servicio integral para los macabeos.

La propuesta de la óptica Santa Lucia es convertirse en una de las ópticas preferidas para la ciudadanía, que necesita tener una adecuada atención y corrección de su salud visual.

Para el óptimo desarrollo de este proyecto es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de nuestros pacientes o clientes potenciales, así como también de la diversidad de productos con garantía.

Después de haber realizado un breve análisis del servicio que se brindará, se procederá a evaluar la factibilidad de invertir en este proyecto, y los medios que emplearemos para financiarla.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	I
Certificación del tribunal	II
Certificado de autoría	III
Agradecimiento.....	V
Dedicatoria	VI
Introducción.....	VIII
Índice de contenido	IX
Índice de cuadros	XIII
Índice de tablas.....	XIV
Índice de figuras	XIV
Índice de gráficos	XV
Índice de anexos	XV
CAPÍTULO I	16
1. Generalidades	16
1.1. Antecedentes	16
1.2. Reseña histórica.....	17
1.3. Ubicación geográfica	18
1.4. Análisis macroentorno	19
1.4.1. Dimensión económica.....	20
1.4.2. Dimensión político - legal	22
1.4.3. Dimensión socio cultural.....	23
1.4.4. Dimensión tecnológica.....	23
1.4.5. Dimensión geográfica ambiental.....	25
1.4.6. Globalización	25
1.4.7. Identificación de factores claves del macroentorno	26
1.4.7.1. Matriz de prioridades externas (macroentorno)	31
1.5. Análisis micro entorno	32
1.5.1. Competencia actual y potencial	32
1.5.2. Servicio.....	34
1.5.3. Proveedores	34
1.5.4. Clientes.....	35

1.5.5.	Identificación de factores claves del microentorno	36
1.5.5.1.	Matríz de prioridades externas (microentorno)	38
1.6.	Matríz foda.....	40
1.7.	Aspectos administrativos	41
1.8.	Misión	41
1.9.	Visión.....	41
1.10.	Organigrama.....	42
1.11.	Valores	43
CAPÍTULO II		44
2.	Diagnóstico del mercado	44
2.1.	Estudio de mercado	44
2.1.1.	Proceso de investigación.....	44
2.1.1.1.	Objetivos de la investigación.....	45
2.1.1.2.	Investigación cualitativa	45
2.1.1.3.	Investigación cuantitativa.....	45
2.1.1.4.	Procedimiento de recolección de datos	46
2.2.	Segmentación	46
2.3.	Universo poblacional.....	47
2.4.	Selección y tipo de la muestra.	48
2.5.	Diseño de la encuesta	50
2.6.	Estudio de la demanda.....	53
2.6.1.	Análisis de los resultados de las encuestas.....	53
2.6.2.	Demanda futura	64
2.6.3.	Demanda histórica.....	65
2.6.4.	Proyección de la demanda.....	65
2.7.	Oferta.....	66
2.8.	Posicionamiento	67
2.9.	Plan comunicacional	71
2.9.1.	Estrategia publicitaria.....	71
	Presupuesto de la estrategia.....	78
2.10.	Logotipo del proyecto de factibilidad	78
2.10.1.	Slogan del proyecto de factibilidad	80

CAPÍTULO III	81
3. Estudio técnico	81
3.1. Localización.....	82
3.1.2. Descripción geográfica	83
3.1.3. Macro localización	84
3.1.3.1. Aspectos geográficos	86
3.1.3.2. Aspectos socio económicos.....	86
3.1.3.3. Aspectos de infraestructura.....	88
3.1.3.4. Aspectos institucionales.....	88
3.1.4. Micro localización	89
3.1.4.1. Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto	90
3.1.4.2. Tamaño y capacidad del proyecto	91
3.1.4.3. Distribución y diseño de las instalaciones	91
3.1.4.4. Especificaciones generales de las áreas de la óptica.	94
3.2. Beneficios directos	95
3.3. Beneficios indirectos	95
3.4. Impacto social	96
3.4.1. Evaluación del impacto social.....	97
3.4.1.1. Tipo de proyecto.....	97
3.4.1.2. Objetivo.....	97
3.4.1.3. Evaluación Social.....	97
3.4.2. Tendencias regionales del impacto social.....	98
3.5. Impacto económico	99
3.5.1. Impacto sobre la economía.....	99
3.5.2. Efectos sobre el empleo	100
3.6. Impacto ambiental	100
3.7. Costos del proyecto	101
3.7.1. Recursos materiales.....	102
3.7.1.1. Infraestructura.....	102
3.7.1.2. Mobiliario y equipo.....	103
3.7.1.3. Inventario.....	106
3.7.2. Recursos humanos.	109

3.7.2.1. Estructura administrativa de la óptica.....	111
3.7.2.2. Manual de funciones	113
3.7.3. Recursos financieros.....	115
3.8. Cronograma de inversión.....	116
3.8.1. Diagrama de procesos.....	116
3.9. Estructura legal.....	118
3.9.1. Forma societaria	123
CAPÍTULO IV	124
4. Estudio económico – financiero.....	124
4.1. Objetivos.....	124
4.2. Financiamiento.....	125
4.3. Plan de inversiones.....	125
4.3.1. Determinación de la inversión	126
4.3.1.1. Inversión fija.....	126
4.3.1.2. Inversión diferida.....	126
4.3.1.3. Capital de trabajo.....	126
4.4. Inversión total.....	128
4.4.1. Presupuesto de ingresos y egresos.	129
4.4.1.1. Cálculo de ingresos	129
4.4.1.2. Egresos.....	130
4.4.1.3. Estado de resultados.....	132
4.4.1.4. Flujo de caja.....	134
4.5. Evaluación y análisis financiero	136
4.5.1. Objetivo	136
4.5.2. Objetivo específico	136
4.5.2.1. Valor actual neto	137
4.5.2.2. Tasa interna de retorno.....	138
4.5.2.3. Relación beneficio – costo.....	140
4.5.2.4. Periodo de recuperación de la inversión.....	140
4.5.2.5. Resumen indicadores.....	142
4.5.2.6. Punto de equilibrio	142
CAPÍTULO V.....	146

5. Conclusiones y recomendaciones.....	146
5.1. Conclusiones.....	146
5.2. Recomendaciones.....	147
RESUMEN.....	149
SUMMARY	14850
BIBLIOGRAFÍA.....	150
LINKOGRAFÍA.....	152
ANEXOS	1533

ÍNDICE DE CUADROS

N°	Título	Pág.
1:	Identificación del proyecto	18
2:	Ubicación geográfica.....	19
3:	Codificación de informantes.....	26
4:	Identificación de factores claves.....	27
5:	Matriz de impacto y ocurrencia factores externos (macroentorno)	31
6:	Codificación de informantes.....	36
7:	Identificación de factores claves.....	37
8:	Matriz de Impacto y ocurrencia factores externos (macroentorno)	38
9:	Matriz FODA.....	40
10:	Segmentación del mercado	46
11:	Demanda actual.....	65
12:	Proyección de la demanda.....	65
13:	Tabla de productos que dispondrá la óptica	68
14:	Marca de los productos que dispondrá la óptica	69
15:	Distribución de las instalaciones de la óptica.....	92
16:	Diagrama de causa – efecto del impacto social	97
17:	Empleos generado para la creación de una óptica.....	100
18:	Uniformato de sistemas constructivos aplicable a este proyecto	103
19:	Infraestructura del proyecto	103
20:	Mobiliario y equipo aplicable al proyecto	104
21:	Balance de mobiliario y equipo aplicable al proyecto	105
22:	Gastos de inversión de los recursos materiales.....	106
23:	Inventario	106
24:	Balance de inventario.....	107
25:	Balance de servicios básicos.....	108
26:	Gastos mensuales y trimestrales de los recursos materiales	108

27: Gastos de constitución de los recursos materiales.....	109
28: Balance de personal.....	110
29: Cronograma de inversión	116
30: Matriz de inversines	127
31: Inversión total	129
32: Calculo de los ingresos.....	130
33: Matriz de costos.....	130
34: Costo de ventas	131
35: Matriz de estado de resultados	133
36: Flujo de caja	135
37: Valor actual neto	138
38: Valor actual neto	139
39: Ingresos actualizados	140
40: Periodo de recuperación de la inversión.....	141
41: Resumen Indicadores	142
42: Punto de equilibrio.....	143

ÍNDICE DE TABLAS

N°	Título	Pág.
1:	Creación de una nueva óptica en la ciudad de Macas.....	53
2:	Problema visual en la familia	54
3:	Cada que tiempo se realiza un exámen visual	55
4:	Accesorios para mejorar la visión	56
5:	Porque razón no usa ninguna ayuda para mejorar su visión	57
6:	Ingreso promedio mensual.....	58
7:	Adquisición de lentes	59
8:	Factores decisivos de compra	60
9:	Óptica de preferencia.....	61
10:	Características que le gustaría le brinde la óptica	62

ÍNDICE DE FIGURAS

N°	Título	Pág.
1:	Ubicación del macroentorno	19
2:	Ubicación del micro entorno.....	32
3:	Organigrama estructural	42

4: Proyección de la demanda, creación de una óptica	66
5: Mapa de macro localización de ubicación del proyecto	85
6: Tendencia de crecimiento	87
7: Croquis de ubicación.....	89
8: Plano de la distribución de instalaciones de la óptica	93
9: Organigrama de la óptica	112
10: Diagrama de procesos.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Título	Pág.
1:	Creación de una nueva óptica en la ciudad de Macas.....	53
2:	Problema visual en la familia	54
3:	Cada que tiempo se realiza un exámen visual	55
4:	Accesorios para mejorar la visión	56
5:	Porque razón no usa ninguna ayuda para mejorar su visión	57
6:	Ingreso promedio mensual.....	58
7:	Adquisición de lentes	59
8:	Factores decisivos de compra	60
9:	Óptica de preferencia.....	61
10:	Características que le gustaría le brinde la óptica	62

ÍNDICE DE ANEXOS

N°	Título	Pág.
1:	Modelo de encuesta	153
2:	Minuta de constitución de compañías de responsabilidad limitada.....	156
3:	Tabla de gastos de constitución.....	163
4:	Gastos administrativos.....	164
5:	Cuadro de depreciaciones	164
6:	Cuadro de amortización.....	164
7:	Tabla de amortización	165

CAPITULO I

1. Generalidades del proyecto de factibilidad para la creación de una óptica que preste un servicio integral, brinde cuidado y protección de la salud visual en la Ciudad de Macas Provincia de Morona Santiago.

1.1. ANTECEDENTES

Macas es una ciudad del Ecuador, capital de la Provincia de Morona Santiago, es la Cabecera del Cantón Morona,” tiene una población estimada de 39.993 habitantes de los cuales 20.018 corresponden al género masculino y 19.975 corresponden al género femenino”¹, está situada al oriente del Ecuador, a una altura de 1000m sobre el nivel del mar.

El clima de Macas es cálido-húmedo con temperaturas elevadas durante todo el año. Su proximidad a la cordillera de los Andes suaviza la temperatura haciendo que el clima sea más suave. La temperatura media es de 25° normalmente húmedo y trópico pero por su ubicación cerca de la cordillera oriental de los Andes, hay también días relativamente fríos. Macas está cerca de destinos interesantes en la selva del territorio de los Shuar y los Achuar, del volcán Sangay (5230m) en la cordillera oriental, es una ciudad atractiva para excursionistas.

La comida típica de esta zona del Ecuador es muy diversa debido a los alimentos que allí se encuentran; uno de los platos más típicos es el ayampaco, que es carne de res o de pollo envuelto en hojas, que hay en la selva, que luego son azadas. Las bebidas van desde la guayusa hasta numerosos zumos de frutas tropicales. Al considerar un territorio de mucha variedad se ha visto la necesidad de la creación de una óptica

¹ INEC- Censo 2010

misma que tendrá el servicio al cliente debido a la demanda insatisfecha que se ha podido apreciar.

1.2. RESEÑA HISTÓRICA

Lo que hoy es el Cantón Morona, perteneció a la Provincia de Chimborazo con el nombre de Cantón Sangay, el 19 de Agosto de 1925 se reforma la división territorial y se crean dos cantones, el Cantón Morona y el Cantón Macas con sus respectivas parroquias. Estos dos cantones se anexan a la Provincia Santiago Zamora.

Al crearse la Provincia de Morona Santiago en 1953, el Cantón Morona no forma parte de esta Provincia, sólo los Cantones: Macas, Gualaquiza, Santiago y Limón Indanza.

En 1955 se suprime el Cantón Macas y en 1959 el Cantón Morona pasa a formar parte de la Provincia de Morona Santiago. Fue creada con el nombre de Nuestra Señora del Rosario, el 15 de Agosto de 1563 por Juan Salinas Guinea.

Al estar ubicada la fundación en territorio que se disputaban las gobernaciones de Quijos y Yaguarzongos, Juan Salinas Loyola, gobernador de Yaguarzongo, tío de Salinas Guinea, reclama sus derechos y comisionó al capitán José Villanueva Maldonado para que repoblara esta ciudad cambiándole el nombre de Nuestra Señora del Rosario por el de Sevilla de Oro.

La Real Audiencia de Quito resuelve adjudicar esta ciudad a la gobernación de Quijos. En años posteriores, Sevilla de Oro, viene a ser como la Capital de la Provincia de Macas y según la tradición, es el escenario de la transformación del cuadro de la Purísima de Macas el 20 de Noviembre de 1592.

En 1599, después del levantamiento de los ováricos y shuar, hay grandes transformaciones en las tierras de Macabeos. Sevilla de Oro sobrevive algunos años;

pero debido a una gran creciente del río Upano, sus habitantes evacuan a la margen derecha con el nombre de Macas, en el sitio denominado "Ciudad", en el año de 1685.

En este lugar recibieron innumerables ataques de los shuar y es la acción enérgica y valiente de Gabino Rivadeneira la que logra detenerlos, estableciéndose un gran período de paz.

Posteriormente, por mayor seguridad, la población se trasladó al sitio actual. En 1920, Macas pasa a ser la Capital de la Provincia Santiago-Zamora y en 1953 de la Provincia Morona Santiago.

1.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La óptica será una empresa de servicios con personería jurídica, tendrá autonomía administrativa, financiera y patrimonial.

Estará conformada de la siguiente manera:

Cuadro1: Identificación del Proyecto

AREA	Salud
CAMPO	Proyecto de Factibilidad
ANALISIS	Creación de una óptica
SECTOR	Prestación de Servicios
DIVISIÓN	Empresa Privada,
TIPO DE EMPRESA:	Responsabilidad Limitada
POR SU TAMAÑO:	Pequeña
POR SU FINALIDAD	Lucrativa de servicios y entrega de producto

FUENTE: Trabajo de campo 2013
ELABORADO POR: Las Autoras

El proyecto para la creación de una óptica se identificará con el siguiente nombre “**Santa Lucía**” la cual tendrá la siguiente ubicación:

Cuadro 2: Ubicación Geográfica

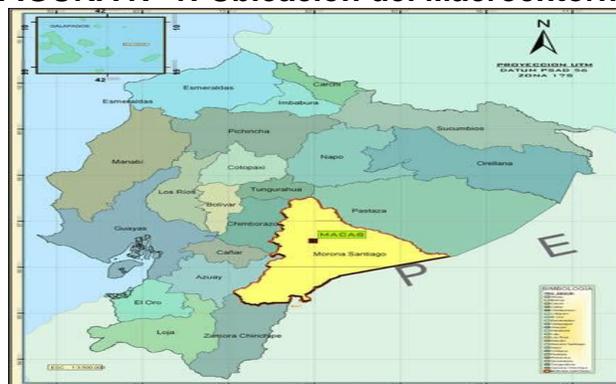
PAÍS:	Ecuador
PROVINCIA:	Morona Santiago
CANTÓN:	Macas
PARROQUIA:	General Proaño
SECTOR:	Urbano
DIRECCIÓN:	Calles 29 de Mayo y Benjamín Delgado cerca de almacenes Tía

FUENTE: Trabajo de campo 2013
ELABORADO POR: Las Autoras

1.4. ANÁLISIS MACROENTORNO

“El macro entorno se ocupa, del crecimiento económico, que se refiere al crecimiento del potencial productivo de una economía. Este último constituye el factor principal que determina el crecimiento de los salarios reales y del nivel de vida”.²

FIGURA Nº 1: Ubicación del Macroentorno



FUNTE: Visitaecuador.com/ve/mostrar/Registro
ELABORADO POR: Instituto Geofísico del Ecuador

Para proceder con el análisis del macroentorno hemos considerado los aspectos económicos, tecnológicos, políticos y sociales que se vinculan de forma externa con el

²CASE Karl- FAIR Ray; Principios de Macroeconomía; Editorial Pearson Educación; Ed. 8, México 2009 pág. 480

presente plan para la creación de una óptica en la Ciudad de Macas, debido a que es una información sumamente amplia se procedió a elaborar la base de datos externa sobre estos indicadores.

Tenemos la necesidad vital de registrar lo que ocurre, o lo que está por suceder en nuestro entorno, con el propósito de lograr ventaja competitiva sobre otros negocios que se encuentran ubicados en la Ciudad de Macas y se dedican a la misma prestación de servicio y venta de productos.

Para tener una mayor comprensión se realiza el análisis en base a las dimensiones del macroentorno, para la presente investigación, por lo cual se ha clasificado de la siguiente manera para un mejor análisis en el estudio:

- 1) Dimensión Económica.
- 2) Dimensión Político Legal.
- 3) Dimensión Socio Cultural.
- 4) Dimensión Tecnológica.
- 5) Dimensión Geográfica Ambiental.
- 6) Globalización.

1.4.1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

Es uno de los principales factores que influyen dentro de cualquier organización este comportamiento en muchas ocasiones impide el crecimiento y desarrollo de los negocios o empresas.

La competencia exige que la empresa preste servicios bajo estándares de calidad, control en los costos, el conocimiento y satisfacción oportuna de las necesidades y expectativas del cliente. Los últimos 10 años se han producido muchos cambios, empezando por los gobiernos hasta la moneda, tasas de interés, inflación, otros.

✓ INFLACIÓN

Es medida estadísticamente a través del índice de precios al consumidor del área urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. “La inflación en el año 2012 con niveles de dos dígitos: 4,16%”³.

Es uno de los factores que enfoca en si la pérdida del valor con respecto al valor adquisitivo mismo que justificó la dolarización, tiende a la baja, lo cual permite la estabilización de los costos de los productos y servicios básicos que adquirirá la presente investigación logrando incrementar la capacidad adquisitiva para el desarrollo de la misma. Adicionalmente, no se trata sólo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios.

✓ CANASTA BÁSICA

La canasta básica familiar, en la que se incluyen 75 productos, “se ubicó en marzo en \$ 605,22; con referencia al mes anterior, este indicador aumentó un 0,70%. Sin embargo, en la Costa marcó \$ 587,10, en la Sierra \$ 589.22 y en el Oriente Ecuatoriano con un valor de \$ 584,26”⁴. Los productos que de manera extraordinaria incrementaron sus precios en el último mes fueron: cebolla paiteña (20,90%), ajo (14,69%), arveja tierna (11,90%) y pescado (10,94%).

Es importante conocer el presente indicador, ya que esto nos determina como actualmente se encuentra la economía en el país.

³www.inec.com.ec

⁴www.inec.com.ec

1.4.2. DIMENSIÓN POLÍTICO - LEGAL

El objetivo prioritario de la política económica del actual gobierno pasa por devolver la estabilidad a las finanzas públicas, condición imprescindible para lograr un crecimiento sostenible y fomentar la creación de empleo, garantizar el bienestar de los ciudadanos y ofrecer una perspectiva de futuro más próspera.

No cabe duda de que el principal problema de la economía, es el desempleo y su reducción es prioritaria desde un punto de vista social y económico. Para ello, es necesario alcanzar una senda de crecimiento sólida y sostenible.

Esto únicamente puede conseguirse mediante la corrección de los desequilibrios en las cuentas públicas y adoptando medidas que permitan mejorar la competitividad de la economía y el acceso al crédito.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE LA ÓPTICA

⇒ Escritura de Constitución

⇒ Permisos requeridos para la creación de una Óptica

- ✓ Cámara de comercio.
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos.
- ✓ Registro nacional de vendedor.
- ✓ Habitación de prestadores de servicio de salud.
- ✓ Seguridad industrial.
- ✓ Tasas y control sanitario.
- ✓ Ministerio y la Dirección Provincial de Salud & permiso sanitario y de funcionamiento.
- ✓ Registro mercantil & número de afiliados.

⇒ Obligaciones Legales Periódicas para el funcionamiento de la Óptica.-

- ✓ Autorización de funcionamiento otorgado por el municipio.
- ✓ Aprobación de funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos.

- ✓ Permiso del SRI.
- ✓ Autorización del RUC.

⇒ **Obligaciones Tributarias:** Son de carácter obligatorio debido a que controla y regula el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa con el estado, de esta manera la empresa se encuentra en lista blanca.

⇒ **Código de Trabajo:** Regula el manejo del talento humano, bajo esta normativa, son disposiciones que se debe cumplir.

⇒ **Ley del Inquilinato:** Bajo esta ley se realiza el manejo correspondiente de los arriendos locales y espacios dentro de la empresa.

1.4.3. DIMENSIÓN SOCIO CULTURAL

Los problemas de la sociedad se dimensionan con más fuerza y toman más sentido desde una valoración política, los malos gobiernos por la ambición de ser cada día más ricos aceleran los problemas sociales del país dando como resultado el desempleo, la delincuencia, la prostitución, la drogadicción, entre otros.

La ciudad de Macas Provincia de Morona Santiago tiene la siguiente población 31.993 habitantes, con 9 parroquias es decir; Macas, General Proaño, San Isidro, Alshi, Sinai, Cuchaentza, Rio Blanco, Sevilla Don Bosco y Zuñac.

1.4.4. DIMENSIÓN TECNOLÓGICA

En la actualidad los progresos tecnológicos contribuyen directamente al desarrollo empresarial estos constituyen los equipos y aplicaciones informáticas. De hecho, se dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad llamada, sociedad de la información o sociedad de conocimiento, que viene a reemplazar a los dos modelos socioeconómicos.

Es necesaria la prestación de servicios, donde se especificaran los equipos necesarios para la prestación de servicios optométricos, identificando el nombre, función, característica, mantenimiento general y posible ubicación dentro de la óptica.

En relación al servicio que entregara el presente examen visual optométrico.

- Adaptación de lentes de contacto para todo tipo de correcciones ópticas.
- Terapias visuales.
- Examen oftalmológico.
- Adaptación de prótesis oculares.
- Asesoramiento en la elección de monturas y lunas especiales.

De los cuales se enlistan los siguientes equipos médicos científicos:

- Unidad de refracción.
- Lensometro digital.
- Set de Diagnostico.
- Auto refractómetro.
- Espejos.
- Queratometro.
- Montura.
- Foroptero.
- Pupilemetro.
- Caja de pruebas.
- Computadoras.

1.4.5. DIMENSIÓN GEOGRÁFICA AMBIENTAL

La presente tesis para la creación de una óptica estará ubicada en la zona centro del país, en la Provincia de Morona Santiago Cantón Macas, parroquia General Proaño, permitiendo ser una ubicación estratégica para la prestación de este servicio.

Se debe mencionar que la mayor parte de la población en las parroquias se dedica a la agricultura tales como; maíz, plátano, yuca, banano, fréjol, papa china, tabaco. En relación a la industria existe pocos productos agropecuarios, por falta de vías de comunicación, con relación a la economía en turismo se ha resaltado el parque nacional y el volcán Sangay, el bosque tropical y el pueblo Shuara.

1.4.6. GLOBALIZACIÓN

La globalización es una teoría entre cuyos fines se encuentra la interpretación de los eventos que actualmente tienen lugar en los campos de desarrollo, la economía mundial, los escenarios sociales y la influencia política y cultural.

A través de este proceso, uno de los supuestos esenciales es que cada vez más naciones están dependiendo de condiciones integradas de comunicación, del sistema financiero internacional y de comercio. Por tanto, se tiende a generar un escenario de mayor intercomunicación entre los centros de poder mundial y sus transacciones comerciales.

Los efectos y las influencias derivados de los aspectos integradores pueden ser estudiados desde dos perspectivas principales:

- a) El nivel externo de los países o nivel sistemático.
- b) El nivel de las condiciones internas, en este último caso las condiciones de análisis serían aquellas que corresponde a las variables de crecimiento y desarrollo económico.

1.4.7. IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MACROENTORNO

A través de un análisis de la situación actual del entorno de la presente propuesta de creación de una óptica, y en relación a los factores externos que afectan o benefician al desenvolvimiento de sus actividades se han determinado oportunidades y amenazas del negocio. Se estructura la siguiente tabla para codificar a los informantes en la identificación de estos factores claves.

Cuadro 3: Codificación de Informantes

01	Clientes Externos
02	Entrevistas
03	Ópticas existentes
04	Base de datos
05	Equipo de Investigación

ELABORADO POR: Las Autoras

**Cuadro 4: Identificación de Factores Claves
Variables Macroentorno**

DIMENSIÓN ECONÓMICA					
CÓDIGO	FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA	INFORMANTES
D.E.1	Inflación	A la baja	Bajos costos de materiales para la prestación de servicios	Incremento de servicios	02-04
D.E.2	Canasta Básica Familiar	Incremento	Disminución de la demanda	Promoción de los servicios	04-05
D.E.3.	Canasta Vital o de la Pobreza	Incremento	Disminución en la venta de los servicios	Establecer precios accesibles en los servicios	04-05
D.E.4.	Salario Mínimo Vital	Incremento	Mayor demanda de los servicios	Ofertar nuevos servicios	02-03
D.E.5	Índice de Precios Al Consumidor	Incremento	Baja el nivel de ventas	Realizar Promociones	04-05
D.E.6	Tasa Activa	Estable	Créditos accesibles	Actualización de la tecnología, infraestructura moderna	02-04
D.E.7	Tasa Pasiva	Decremento	Contar con un mínimo interés por concepto de ahorros	Invertir en equipos tecnológicos	02-05
D.E.8	Política Fiscal IVA12%	Negativo	Incremento de precios a los servicios	Indiferente	02-03

FUENTE: Base De Datos Externa variables macroeconómicas
ELABORADO POR: Las Autoras

CÓDIGO	FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA	INFORMANTES
D.E.9	Política Económica	Inestable	Altos costos de materiales y equipos Bajos ingresos y utilidad	Indiferente	02-03
D.E.10	Producto Interno Bruto PIB	Incremento	Mayores ingresos por ventas de servicios	Alternativas de servicio al cliente	02-05
D.E.11	Riesgo País	Incremento	Aumento en los precios de los servicios	Disminución de las utilidades	02-03-05
D.E.12	Fuentes de Financiamiento	Disponibles	Facilidad de acceso a créditos	Utilizar de forma adecuada el dinero proveniente de estos financiamientos, sobre todo de la CFN	01-02
DIMENSIÓN POLÍTICO LEGAL					
D.P.13	Inestabilidad Política	En incremento	Inseguridad en las inversiones de la empresa.	Indiferente	04-05
D.P.14	Seguridad laboral	Existente	Estabilidad de trabajo	Personal capacitado para la atención al cliente en la óptica	04-05
D.P.15	Impuestos	Incremento	Contribuir con el desarrollo del país	Pagos oportunos de los impuestos	02-05

FUENTE: Base De Datos Externa variables macroeconómicas

ELABORADO POR: Las Autoras

CÓDIGO	FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA	INFORMANTES
D.P.16	Corrupción política	Existente	disminución de ventas, Demasiada influencia política	Indiferente	04-05
DIMENSIÓN SOCIO-CULTURAL					
D.S.C.17	Desempleo	Incremento	Contar con personal capacitado	Indiferente	01-02-03
D.S.C.18	Educación	Incremento	Contar con personal capacitado para laborar en la empresa	Ofertar nuevos servicios acorde a los requerimientos de los clientes	01-03-05
D.S.C.19	Índice de inseguridad	En incremento	Mayor riesgo de robo	Incrementar personal y equipos de seguridad, alarmas, cámaras etc.	01-05
DIMENSIÓN TECNOLÓGICA					
D.T.20	Avance tecnológico	Existente	Posibilidad de mejorar la maquinaria y tecnología.	Actualizar la tecnología necesaria para una mejor atención al cliente.	01-05
D.T.21	Equipos Tecnológicos	Existentes	Agilizar las transacciones contables optimizando tiempo	Emitir informes económico con transparencia	01-02
D.T.22	Internet	Existente	Facilidad de comunicación y acceso de información	Actualizar la página web	01-05
D.T.23	Telecomunicaciones	Existente	Facilidad de comunicación	Indiferente	04-05

FUENTE: Base De Datos Externa variables macroeconómicas
ELABORADO POR: Las Autoras

DIMENSIÓN GEOGRÁFICA AMBIENTAL					
CÓDIGO	FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA	INFORMANTES
D.G.A.24	Población	Incremento	Mayor demanda del servicio	Ampliar la oferta de servicios. Generar nuevas plazas de empleo.	04-05
D.G.A.25	Ubicación Geográfica	Estratégica	Mayor demanda	Ampliar la infraestructura	02-03-05
D.G.A.26	Protección al medio ambiente	Inexistente	Sin perjuicio a la naturaleza	Ninguno	
DIMENSIÓN GLOBALIZACIÓN					
D.G.27	Crisis mundial	Incremento	Poca fuentes de financiamiento	Indiferente	01-02-03
D.G.28	Importación de equipos tecnológicos adecuados	Incremento	Encarecimiento en la importación de maquinaria	Indiferente	05

FUENTE: Base De Datos Externa variables macroeconómicas
ELABORADO POR: Las Autoras

1.4.7.1. MATRIZ DE PRIORIDADES EXTERNAS (MACROENTORNO)

Cuadro 5: Matriz de Impacto y Ocurrencia Factores Externos (Macroentorno)

I M P A C T O	A L T O	D.E.1 D.E.2 D.E.4. D.T.22	D.E.3 D.E.5 D.E.10 D.E.12 D.G.A.24 D.G.A.26 D.G.27 D.G.28	D.P.15 D.T.23
	M E D I O	D.E.6 D.P.13 D.P.14 D.P.16 D.C.S.17 D.T.20	D.E.7 D.E.8 D.E.9 D.E.11 D.C.S.18 D.S.C.19 D.T.21 D.G.A.25	
	B A J O			
		ALTO	MEDIO	BAJO
OCURRENCIA				

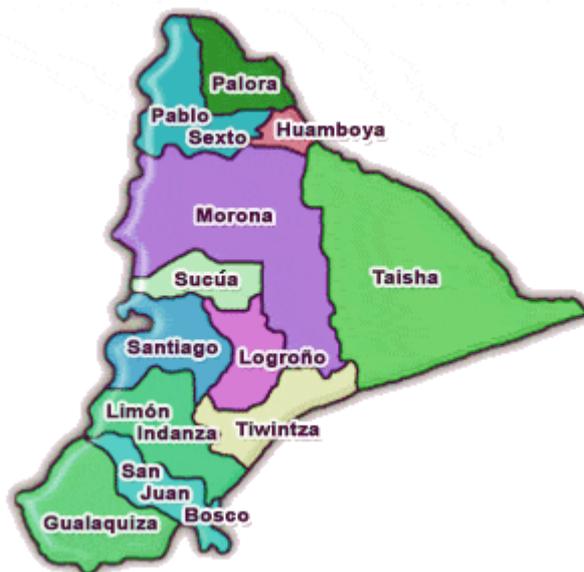
Fuente: Matriz de identificación de factores claves macro entorno
Elaboración: Las Autoras

La matriz anterior describe la evaluación de aquellas variables que tienen un impacto y ocurrencia alta, media y baja lo cual se considerara más importante a los factores que se encuentran en los cuatro primeros cuadrantes ya que son considerados como factores estratégicos. Estos factores condicionan las acciones o decisiones que tomen los futuros inversionistas para la creación de una óptica con la finalidad de afrontar situaciones externas que la afecten o le beneficien.

1.5. ANÁLISIS MICRO ENTORNO

Entre los factores a considerar como parte del micro-entorno se encuentran los competidores, proveedores y clientes, ya que es necesario analizar cada uno de estos factores que influyen directa e indirectamente como aliados u oponentes en el desarrollo de las actividades en el presente proyecto.

Figura 2: Ubicación del Micro Entorno



FUENTE: Visitaecuador.com/ve/mostrar/Registro
ELABORADO POR: Instituto Geofísico del Ecuador

1.5.1. COMPETENCIA ACTUAL Y POTENCIAL

La competencia se entiende que es el enfrentamiento o la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, y a la competición que se lleva a cabo en el ámbito empresarial.

Conocer a los competidores es crucial para una toma de decisiones eficaz. En forma constante nuestra óptica deberá comparar servicios, precios, y promociones de los competidores cercanos más próximos. Así es posible identificar áreas de ventaja o desventaja competitiva.

El conocimiento de las Fuerzas y Debilidades de los competidores permitirá a la empresa afirmar su estrategia para aprovechar las limitaciones del consumidor, evitando comprometerse en aquello en que el competidor es fuerte.

1.5.1.1. PRINCIPALES COMPETIDORES

ÒPTICA “MACAS”

La empresa óptica Macas se encuentra ubicada en la av. 29 de Mayo y calle N zona céntrica de la ciudad, se puede decir que es considerada nuestra principal competencial.

VENTAJAS

- Tienen posicionamiento en el mercado.
- Variedad en productos y accesorios.
- Precios Competitivos.

DESVENTAJAS

- No cuentan con el respaldo de un distribuidor o proveedor fijo.
- Local arrendando.

ÒPTICA “CUBA VISION”

La óptica “Cuba Visión” está ubicada en la Av. Inca Atahualpa y Marcelino Madero y la hemos denominado para conocer sus fortalezas y debilidades.

VENTAJAS

- Tienen posicionamiento en el mercado.
- Precios Competitivos.

DESVENTAJAS

- Falta de profesionales capacitados.
- La cantidad de personal es limitado.
- No cuenta con infraestructura adecuada.
- No existe inversión considerable en medios de publicidad.

1.5.2. SERVICIO

El servicio será ofrecido por optómetras profesionales dedicados a brindar un examen visual de calidad, usando equipos con la más alta tecnología para que el paciente alcance una visión óptima. Sobre todo un profesional conocedor de atención al cliente el mismo que recibirá a niños y adultos con una sonrisa, dispuesto a despejar dudas y solucionar problemas manteniendo conversación con el paciente para de este modo lograr su confianza.

En cuanto a la atención serán; examen visual optométrico, adaptación de lentes de contacto para todo tipo de correcciones ópticas, terapias visuales, examen optométrico, asesoramiento en la elección de monturas y lunas especiales.

1.5.3. PROVEEDORES

El principal proveedor para las instalaciones y adecuaciones del equipo científico oftalmológico de nuestra óptica será distribuidora “Marilyn Importaciones”, esta empresa es encargada de importar estos implementos, obteniéndolos del mercado extranjero, en nuestro país no son elaborados.

En cuanto a armazones, lunas, gafas, estuches, lubricantes, lentes de contacto, tornillos y plaquetas. Tendremos a proveedores como: Civa Visión, Nova Visión, Opto Visión, Air Potic, Elens, Cacie, de la ciudad de Quito, Guayaquil y Cuenca.

Los equipos de cómputo, equipos de oficina, muebles y enseres, suministros de oficina, suministro de limpieza, y mercadería como también la infraestructura será

adquirido del mercado nacional todo esto para brindar una mejor atención a los clientes y de los cuales se trabajará y se desarrollará el negocio.

Con la finalidad de mantener una buena relación con los proveedores especialmente porque será la primera vez que se trabaje con ellos, es importante dar una buena imagen para de esta forma rodearnos de un ambiente cálido y lleno de confianza, manejar las cuentas por pagar con mucho cuidado para no tener problemas que ocasionen la ruptura de la relación.

A través de una comunicación amistosa para tener un mayor crédito y preferencia en cuanto a almacenes se refiere, para tener un producto diferente a la competencia, en menor tiempo, lo que permitirá que seamos los líderes en lo que se refiere a modelos, diseños y tecnología.

1.5.4. CLIENTES

El Cliente es la persona más importante de una empresa, él no depende de nosotros... nosotros dependemos de él. Sería absurdo pensar que podía interrumpir nuestro trabajo al contrario es la razón de este, ya que nos da la oportunidad de servirle.

Acude a nosotros porque necesita determinados bienes o servicios. Por lo tanto la obligación de toda empresa o empleado es brindárselo de forma rentable para ambas partes. El cliente o consumidor es el implicado en la fabricación del servicio, es un elemento primordial y su presencia es absolutamente indispensable, ya que sin este el servicio no puede existir.

La administración de la calidad total es considerada hoy en día como un método importante para brindarles satisfacción a los consumidores y hacer que nuestra óptica sea rentable. Las empresas deben comprender en qué términos perciben sus clientes la calidad y que tanto esperan, por lo tanto las empresas deben luchar con empeño por fortalecer una calidad relativamente más allá que sus

competidores. Esto tiene que ver con la administración de la calidad total y el compromiso de sus empleados.

En el caso de nuestra óptica el optómetra estará capacitado para examinar a niños y adultos, mediante instrumentos que facilitaran un diagnóstico preciso y una óptima corrección visual, consideramos que todos son clientes potenciales de la óptica sin distinguir estratos ni segmentos ya que los problemas visuales se presentan en cualquier etapa de nuestra vida.

1.5.5. IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MICROENTORNO

En relación a los factores del micro-entorno que afectan o benefician al desenvolvimiento de las actividades de la presente tesis se han determinado los aliados u oponentes. Se estructura la siguiente tabla para codificar a los informantes en la identificación de estos factores claves.

Cuadro 6: CODIFICACIÓN DE INFORMANTES

01	Clientes Externos
02	Entrevistas
03	Encuestas
04	Base de datos
05	Equipo tecnológicos

ELABORADO POR: Las Autoras

**Cuadro 7: Identificación de Factores Claves
Variables Microentorno**

CODIGO	FACTORES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO	RESPUESTA	INFORMANTES
CLIENTES					
CL.1	Clientes Externos	Incremento	Buen prestigio y referencia en cuanto a calidad del servicio	Satisfacer las expectativas de los usuarios y clientes ofertando servicios de calidad.	01-03-05
COMPETENCIA					
CP.2	Competencia desleal	Inexistente		Bridar un servicio de calidad	01-05
CP.3	Nuevos Competidores	Posible	Contar con equipos tecnológicos y optimizando tiempo	Emitir informes económicos con transparencia	01-02
PROVEEDORES					
PR.4	Proveedores Materiales e Insumos	Existente	Disponibilidad de materiales de calidad para la prestación del servicio	Optimizar recursos económicos, humano, materiales y tiempo	01-03
PR.5	Proveedores de equipos tecnológicos	Existente	Disponibilidad equipos tecnológico para un veras trabajo.	Optimizar recursos económicos, humano, materiales y tiempo.	01-03

FUENTE: Base De Datos Externa variables microeconómica
ELABORADO POR: Las Autoras

1.5.5.1. MATRIZ DE PRIORIDADES EXTERNAS (MICROENTORNO)

Cuadro 8: Matriz de Impacto y Ocurrencia Factores Externos (Macroentorno)

I M P A C T O	A L T O	CL.1	CP.2 CP.3 PR.4 PR.5	
	M E D I O			
	B A J O			
		ALTO	MEDIO	BAJO
		OCURRENCIA		

Fuente: Matriz de identificación de factores claves macro entorno

Elaboración: Las Autoras

La matriz anterior nos demuestra la probabilidad de ocurrencia de cada uno de los factores internos representadas por factores, logros o ventajas que se establecerá en la creación de una óptica. Estos factores condicionan las acciones o decisiones que deben tomar los directivos para afrontar, mejorarlas o solucionar inconvenientes que afectarán al negocio.

1.6. MATRIZ FODA

Cuadro 9: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1: Contar con equipos sofisticados.</p> <p>F2: Capacitaciones permanentes al personal.</p> <p>F3: Gestión administrativa.</p> <p>F4: Contar con proveedores fijos para la adquisición del material optométrico.</p> <p>F5: Personal altamente capacitado en optometría.</p> <p>F6: Tener variedad de lentes, armazones y accesorios en stock.</p> <p>F7: Instalaciones adecuadas, (iluminación, vitrinas, capacidad del local).</p>	<p>D1: No contar con una infraestructura propia.</p> <p>D2: Falta de personal en el área de ventas con conocimientos sobre equipos y productos ópticos.</p> <p>D3: Financiamiento para la inversión inicial.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: Abarcar con nuevos mercados.</p> <p>O2: Escasa competencia en el mercado.</p> <p>O3: Tener una buena relación con los clientes.</p> <p>O4: Desarrollar campañas de salud visual en pueblos cercanos.</p> <p>O5: Captación de clientes con la aplicación de nuevos sistemas de comunicación y publicidad.</p> <p>O6: Convenios con instituciones públicas y privadas</p> <p>O7: Dar un seguimiento a los pacientes que han sido atendidos en la óptica para realizarles un control periódico.</p>	<p>A1: Cambios en la política gubernamental y leyes por el gobierno.</p> <p>A2: Apertura de nuevas competencias.</p> <p>A3: La competencia puede emprender una estrategia agresiva.</p> <p>A4: Cirugías a laser y futuras técnicas que se vayan desarrollando en los avances tecnológicos.</p>

Fuente: Matriz FODA

Elaborado por: Las Autoras

1.7. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

La presente tesis se dedicará a la prestación de servicio y a la comercialización de productos ópticos, prestando un servicio de calidad a todos sus clientes, ofreciendo además exámenes visuales para la detección y prevención de enfermedades, de esta manera dar soluciones a los problemas relacionados con la salud visual de los macabeos. Por ello se establece la misión y visión con los cuales se enfocaran en los siguientes aspectos:

- Gerencia general.
- Departamento de ventas y marketing.
- Departamento de optometría.
- Departamento de contabilidad.
- Departamento de bodega.

1.8. MISIÓN

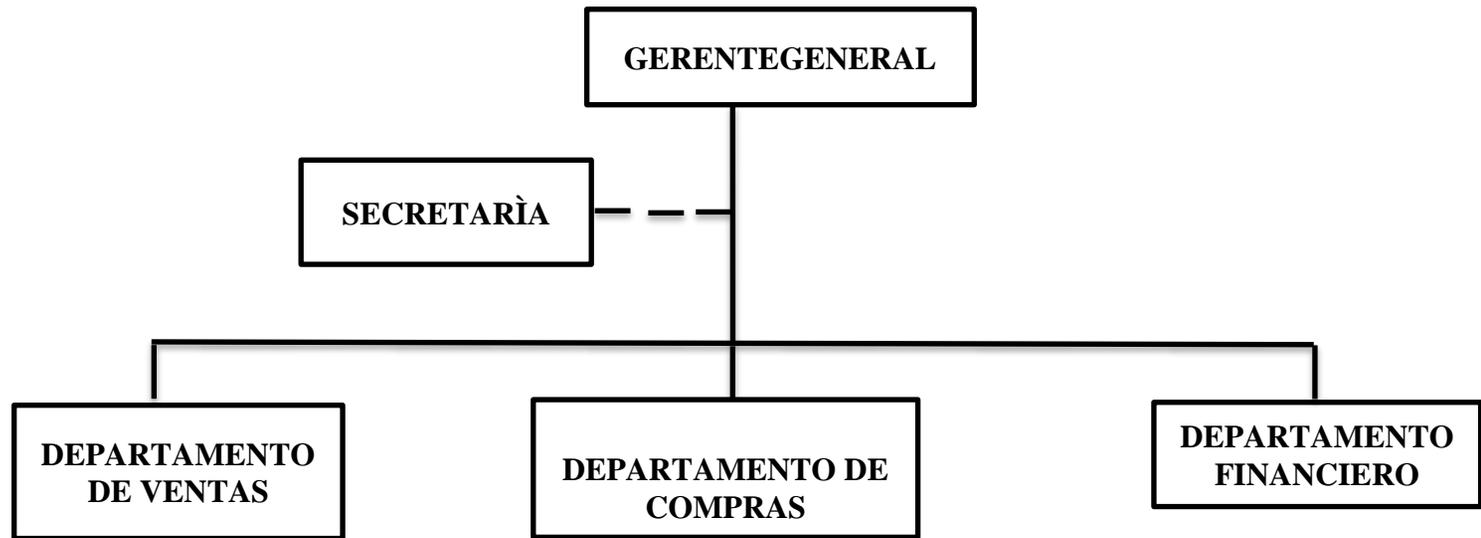
“Brindar servicios especializados de optometría para el cuidado integral de la salud ocular, corrección y apoyo visual preservando y mejorando la calidad de vida y su entorno”.

1.9. VISIÓN

“Para el segundo semestre del año 2015 se requiere tener sistematizado, documentado y mejorado los procesos para ser una de las ópticas más importantes, reconocida por su excelente servicio óptico y personalizado en la Ciudad de Macas.

1.10. ORGANIGRAMA

Figura 3: Organigrama Estructural



FUENTE: Organigrama Estructural de la óptica
ELABORADOR POR: Las Autoras

1.11. VALORES

Es de gran importancia destacar el significado de los valores y principios para el momento de emprender un proyecto o dar inicio con una actividad comercial más aun cuando se va a tener una relación directa con los clientes, se pone en consideración los siguientes.

✓ **Responsabilidad**

Desarrollar con responsabilidad las actividades propias y por las del personal que está a su cargo, de la prestación de servicio y venta de los productos para cumplir con eficiencia y eficacia.

✓ **Respeto**

Guardar respeto y compostura hacia los clientes, ser leal con el cliente, compañeros de trabajo y velar por su prestigio.

✓ **Transparencia**

Al brindar un servicio de calidad a los clientes salvaguardando la integridad de su salud visual.

✓ **Honestidad**

Se realizará el trabajo con excelencia, poniendo en práctica la buena atención al cliente en cuanto al servicio, logrando de esta manera cumplir con las expectativas del cliente.

✓ **Puntualidad**

Es necesario poner énfasis y cumplir con la puntualidad tanto en los colaboradores o empleados de la empresa como también con los clientes en la entrega de sus lentes o accesorios en la fecha establecida, para lo cual es necesario dar la debida importancia al trabajo que estamos realizando dentro del negocio. El compromiso hará que las cosas fluyan de manera coherente para obtener buenos resultados.

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO

2.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la información más adecuada con el fin de establecer la verdadera situación de la demanda insatisfecha.

Tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otros negocios económicos que generan una demanda que justifique la puesta en marcha de nuestro proyecto que se encargara de prestar un servicio y brindar un producto de acuerdo a las necesidades de nuestros consumidores.

Sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante o no la idea inicial de inversión; en nuestro caso, con la finalidad de proporcionar información indispensable para las investigaciones posteriores del proyecto, como son los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica.

2.1.1. PROCESO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, con la finalidad de verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

Para obtener algún resultado de manera clara y precisa es necesario aplicar algún tipo de investigación, la investigación está muy ligada a los seres humanos, esta posee una serie de pasos para lograr el objetivo planteado o para llegar a la información.

2.1.1.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Determinar las necesidades de los consumidores.
- Conocer los problemas reales que tiene el mercado.
- Establecer cuál es la percepción que tiene el consumidor sobre el mercado.
- Reconocer las ofertas o promociones que aplica nuestra competencia.
- Determinar la prioridad del cliente frente al precio o calidad del producto.

2.1.1.2. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

La observación de campo permitirá tener una visión externa del comportamiento del consumidor ante el mercado optométrico.

De esta forma se podrá determinar las siguientes variables:

- La atención que desean tener al recibir el servicio optométrico.
- Como desea cancelar el cliente.
- Que tipos de beneficios necesitan los clientes.
- El tipo de servicio optométrico que le gustaría tener.
- Los gustos y preferencias que tienen sobre las ópticas.

2.1.1.3. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Mediante las encuestas se podrá determinar todas las necesidades que presenta el consumidor, lo cual facilitará idear la conducta del mismo; analizando, interpretando lo que la gente dice y hace, de tal manera que se busque el significado de la información. A través de ésta investigación podremos determinar las siguientes variables numéricas:

- El número de demanda que existe en la Ciudad de Macas.
- La frecuencia con que acuden a los centros oftalmológicos.
- El número de ópticas que existe en la Ciudad de Macas.
- Los tipos de servicios que son más demandados por los clientes.
- La variación de precios entre los consultorios oftalmológicos.

2.1.1.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para realizar la recolección de datos se necesita determinar:

- El número de habitantes en la Ciudad de Macas.
- El número de ópticas del que prestan servicio en la Ciudad de Macas.

2.2. SEGMENTACIÓN

Para este caso se aplicará la segmentación geográfica por lo cual se determinó el segmento del mercado para la creación de una óptica oftalmológico la población urbana y rural de la ciudad de macas entre las edades de 1 hasta más de 84 años de edad en adelante debido a la ubicación de la óptica.

Cuadro 10: Segmentación del Mercado

GRUPOS DE EDAD	SEXO		TOTAL
	HOMBRE	MUJER	
De 1 a 4 años	2317	2277	4594
De 5 a 9 años	2686	2748	5434
De 10 a 14 años	2584	2578	5162
De 15 a 19 años	2320	2307	4627
De 20 a 24 años	1885	1949	3834
De 25 a 29 años	1691	1618	3309
De 30 a 34 años	1325	1315	2640
De 35 a 39 años	1090	1140	2230
De 40 a 44 años	922	956	1878
De 45 a 49 años	835	806	1641
De 50 a 54 años	673	608	1281
De 55 a 59 años	518	503	1021
De 60 a 64 años	439	404	843
De 65 a 69 años	316	350	666
De 70 a 74 años	213	203	416
De 75 a 79 años	122	122	244
De 84 en adelante	82	91	173
TOTAL	20018	19975	39993

FUENTE: Censo de población y vivienda 2010,
ELABORADOR POR: Las Autoras

El total de habitantes de la Ciudad de Macas censados e inscritos en el año 2010 por el INEC, es de 39.993 aproximadamente.

Para el estudio nos enfocaremos en las edades comprendidas desde 1 hasta 84 años en adelante, es decir de las parroquias urbanas como rurales del Cantón Morona Capital Macas que tiene un promedio variable de 39.993 habitantes.

Según estudios realizados a través de la observación y la técnica de entrevista el total de consultorios optométricos en la Ciudad de Macas es de dos ópticas de los cuales cuentan con un servicio que no satisface las necesidades de los clientes.

Por ende la óptica será un negocio dirigido a la comercialización de productos, accesorios ópticos y elaboración de anteojos de esta forma brindar un servicio y producto de alta calidad. Por otro lado la necesidad de compenetrar el negocio de la óptica se instalará consultorios optométricos.

2.3. UNIVERSO POBLACIONAL

Es el total del conjunto de elementos u objetos de los cuales se quiere obtener información. Aquí el término población tiene un significado mucho más amplio que el usual, ya que puede referirse a personas, cosas, actos, áreas geográficas e incluso al tiempo.

2.4. SELECCIÓN Y TIPO DE LA MUESTRA.

CÁLCULO DE LA MUESTRA USUARIOS

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

N: Es el tamaño de la población o universo (número total de posibles Encuestados)

K: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

e: Es el error muestral deseado.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la Característica de estudio.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, Es decir, es 1-p.

n: Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

DATOS:

N= 39.993 Posibles clientes.

K = 1.96

e = 5%

p = 50%

q = 50%

n =?

FORMULA:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 39.993}{(0.05^2 \times (39.993)) + 1.996^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{38.409,2772}{100,9429}$$

$$n = 381$$

La fórmula que se utilizó para determinar el número de la muestra, arrojó un resultado de 380.50 significa que se debe realizar 381 enuestas a los habitantes del sector para obtener una información representativa del segmento y esta información sirva para conocer las diferentes variables que se desarrollaran mediante la explicación de la encuesta.

▪ TÉCNICAS A UTILIZARSE

El procedimiento normal es el encuestar a varias personas segmentadas, en este caso hemos segmentado geográficamente a la ciudadanía de Macas; utilizando para ello el método más común para recopilar información la técnica de la **ENCUESTA** ya que es muy flexible para tener una idea preliminar acerca del tema en estudio, en este caso para determinar el grado de aceptación que tiene, identificar como se encuentra el mercado optométrico, referentes a los precios, al servicio y a la calidad que brinda las Ópticas ubicadas en esta ciudad.

2.5. DISEÑO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA USUARIOS

DIRIGIDO: Habitantes de la Ciudad de Macas

ALCANCE: Creación de una Óptica

OBJETIVO: Identificar como se encuentra el mercado optométrico, referentes a los precios, al servicio y a la calidad que brinda las Ópticas ubicadas en esta ciudad

SEXO:

FEMENINO: _____

MASCULINO: _____

1. ¿Le gustaría a Ud. que se cree una nueva óptica en la Ciudad de Macas?

- a) Si
- b) No

PORQUE?-----

2. ¿Cuántos miembros de su familia presentan algún problema visual?

- a) 1 persona
- b) 2 personas
- c) 3 personas
- d) Más de 3 personas
- e) Ninguno

PORQUE?-----

3. ¿Cada qué tiempo se realiza usted un examen visual?

- a) 6 meses
- b) 1 año
-
-

- c) 2 años
- d) Más de 2 años

PORQUE?-----

4. ¿Usted posee o ha utilizado algunos de los siguientes accesorios, elementos o ayuda para mejorar su visión?

- a) Gafas
- b) Cirugías
- c) Lentes de contacto
- d) Tratamiento
- e) Ninguno

PORQUE?-----

5. ¿Por qué razón no usa ninguna ayuda para mejorar su visión?

- a) No necesita
- b) Dinero
- c) No le interesa
- d) Estética
- e) Desconocimiento

PORQUE?-----

6. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

- a) 100 - 250
- b) 300 - 400
- c) 500 - 600
- d) Más de 600

PORQUE?-----

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la adquisición de los lentes?

- a) \$ 55
- b) \$ 65
- c) \$ 75
- d) Más de \$ 75

PORQUE?-----

8. ¿Cuáles son los factores más importantes que usted tomaría en cuenta al momento de decisión de compra?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Cercanía
- d) Atención
- e) Facilidad de pago
- f) Imagen del negocio
- g) Otros

PORQUE?-----

9. ¿Tiene alguna óptica de preferencia?

- a) Si
- b) No

PORQUE?-----

10. ¿De las siguientes opciones escoja las características que le gustaría que le brinda su óptica?

- a) Atención
- b) Facilidad de pago
- c) Precio
- d) Calidad
- e) Otros

PORQUE?-----

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2.6. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para poder estimar la demanda que se tendrá en un servicio se procede hacer un estudio exhaustivo el comportamiento adquisitivo de las personas que serán futuros clientes.

2.6.1. Análisis de los resultados de las encuestas

TABLA N° 01

1. ¿Le gustara a Ud. que se cree una nueva óptica en la ciudad de Macas?

DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Si	245	64%
No	136	36%
TOTAL	381	100

Tabla 1: Creación de una nueva óptica en la ciudad de Macas

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

GRÁFICO N°01



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Gráfico 1: Creación de una nueva óptica en la ciudad de Macas

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas se ha determinado que el 64% si le gustaría que se cree una nueva óptica en la ciudad de Macas, mientras que el 36% respondió que no está de acuerdo.

TABLA N°02

2. Cuántos miembros de su familia presentan algún problema visual?

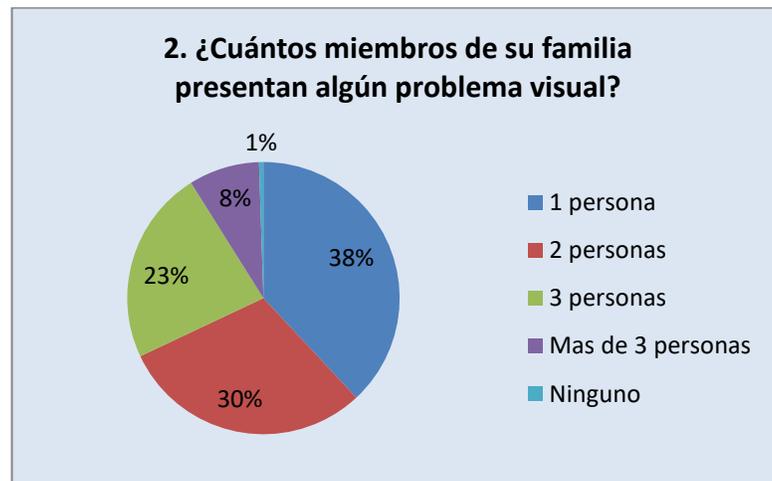
DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
1 persona	145	38%
2 personas	114	30%
3 personas	88	23%
Más de 3 personas	32	8%
Ninguno	2	1%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Tabla 2: Problema visual en la familia

GRÁFICO N°02



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Gráfico 2: Problema visual en la familia

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas se ha determinado que el 38% corresponde a que en una familia al menos 1 persona tiene problemas visuales, muy seguido de un 30% donde 2 personas de cada familia tiene problemas con la vista y tan solo el 1% se ha determinado que no presentan problemas visuales.

TABLA N°03

3. ¿Cada que tiempo se realiza usted un examen visual?

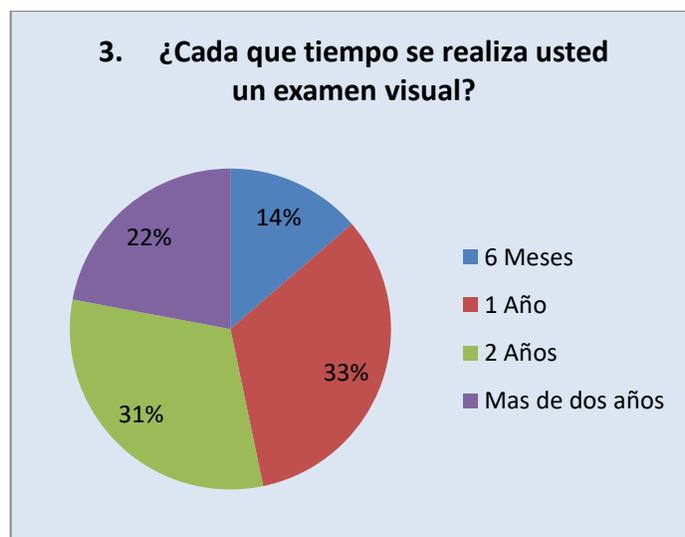
DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
6 Meses	52	14%
1 Año	126	33%
2 Años	119	31%
Más de dos años	84	22%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Tabla 3: Cada que tiempo se realiza un examen visual

GRÁFICO N° 03



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Gráfico 3: Cada que tiempo se realiza un examen visual

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas se ha determinado que el 33% 1 vez al año se realiza los exámenes visuales, muy seguido del 31% que se realizan los exámenes visuales cada 2 años, y tan solo el 14% del total de personas encuestadas se realizan exámenes visuales cada seis meses.

TABLA N° 04

4. ¿Usted posee o ha utilizado algunos de los siguientes accesorios, elementos o ayuda para mejorar su visión?

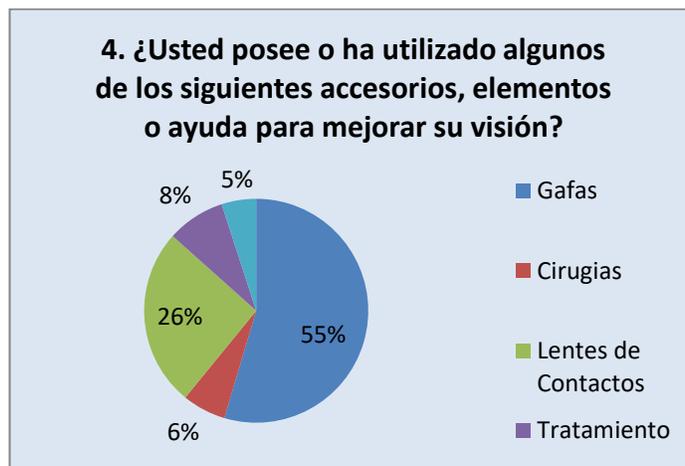
DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Gafas	208	55%
Cirugías	24	6%
Lentes de Contactos	98	26%
Tratamiento	32	8%
Ninguno	19	5%
TOTAL	381	100%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Tabla 4: Accesorios para mejorar la visión

GRÁFICO N°04



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Gráfico 4: Accesorios para mejorar la visión

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas se ha determinado que el 55% han utilizado accesorios que son las gafas, y el 26% de personas encuestadas han utilizados lentes de contactos, tan solo el 6% de personas encuestadas se han realizado cirugías y un 8% siguen un tratamiento para mejorar su visión.

TABLA N° 05

5. ¿Por qué razón no usa ninguna ayuda para mejorar su visión?

DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
No necesita	64	17%
Dinero	157	41%
No le interesa	32	8%
Estética	49	13%
Desconocimiento	79	21%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Tabla 5: Porque razón no usa ninguna ayuda para mejorar su visión

GRÁFICO N°05



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Gráfico 5: Porque razón no usa ninguna ayuda para mejorar su visión

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas se ha determinado que el 41% no ha buscado ayuda para mejorar su visión por falta de dinero, el 13% por desconocimiento, y el 13% por estética, y tan solo el 8% no se han visto interesados en buscar ayuda para mejorar su visión.

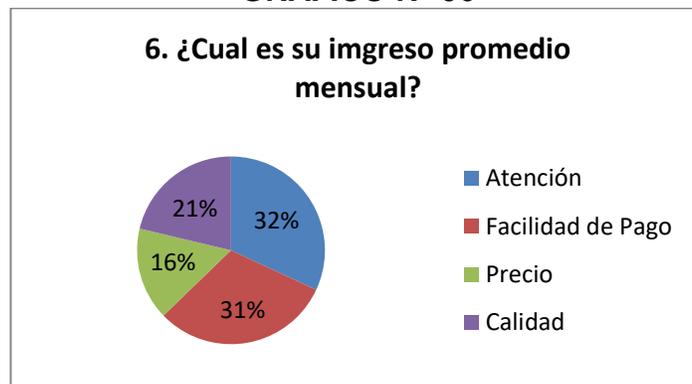
TABLA N° 06

6. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
100-250	89	23%
300-400	196	54%
500-600	74	17%
Más de 600	22	6%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración por: Las Autoras.
Tabla 6: Ingreso promedio mensual

GRÁFICO N° 06



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración por: Las Autoras.
Gráfico 6: Ingreso promedio mensual

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas se ha determinado que el 54% tienen unos ingresos entre \$300- \$400 para poder pagar sobre algunos de los accesorios que la óptica oferta luego de haber recibido su diagnóstico.

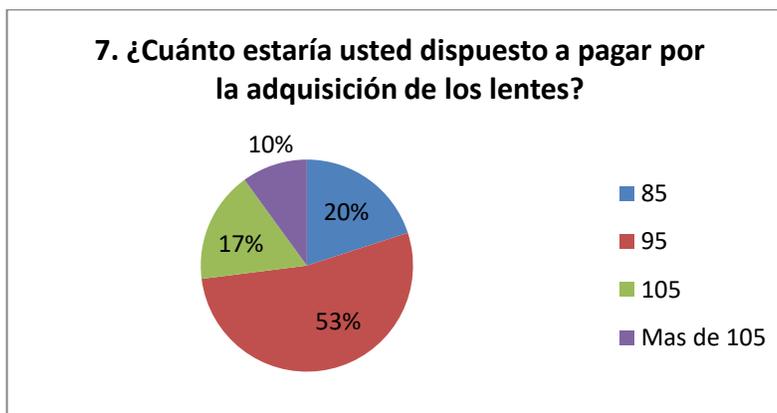
TABLA N°07

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la adquisición de los lentes?

DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
55 Dólares	107	20%
65 Dólares	172	53%
75 Dólares	64	17%
Más de 75 Dólares	38	10%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración por: Las Autoras.
Tabla 7: Adquisición de lentes

GRÁFICO N°07



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración por: Las Autoras.
Gráfico 7: Adquisición de lentes

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas se ha determinado que una vez realizada el examen visual un 53% del total de personas encuestadas pagaría por sus lentes el valor de \$65,00 y tan solo el 10% por la realización de sus lentes pagarían más de \$ 75,00 dólares.

TABLA N°08

8. ¿Cuáles son los factores más importantes que usted tomaría en cuenta al momento de decisión de compra?

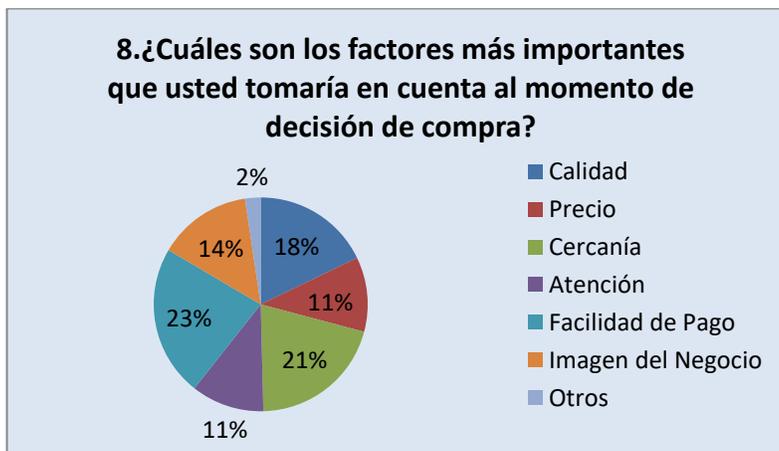
DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Calidad	68	18%
Precio	43	11%
Cercanía	78	20%
Atención	42	11%
Facilidad de Pago	87	23%
Imagen del Negocio	54	14%
Otros	9	2%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Tabla 8: Factores decisivos de compra

GRÁFICO N°08



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Gráfico 8: Factores decisivos de compra

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas el 21% han mencionado que uno de los actores al momento de la compra de uno de los accesorios de la óptica brinde sería por la cercanía, y el 23% uno de los factores importantes serían la facilidad de pago, el 14% han mencionado por imagen del negocio.

TABLA N° 09

9. ¿Tiene alguna óptica de preferencia?

DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Si	89	23%
No	292	77%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración por: Las Autoras.
Tabla 9: Óptica de preferencia

GRÁFICO N° 09



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración por: Las Autoras.
Gráfico 9: Óptica de preferencia

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas el 77% han manifestado que no tienen ninguna óptica de preferencia por el momento en el sector, siendo uno de los factores importantes al momento de la creación de la óptica en la ciudad.

TABLA N° 10

10. ¿De las siguientes opciones escoja las características que le gustaría que le brinda su óptica?

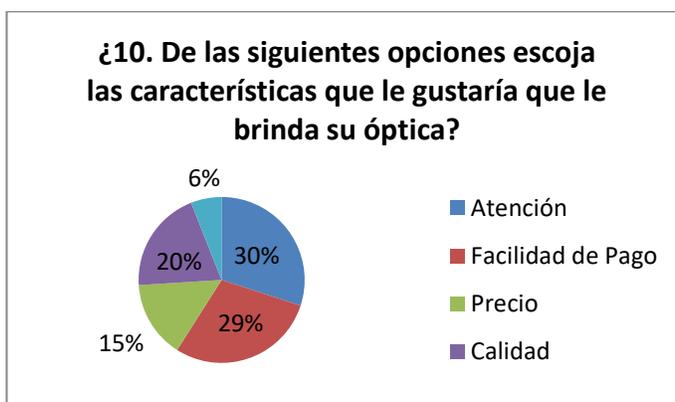
DESCRIPCIÓN	FRECU. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
Atención	115	30%
Facilidad de Pago	109	29%
Precio	56	15%
Calidad	78	20%
Otros	23	6%
TOTAL	381	100

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Tabla 10: Características que le gustaría le brinde la óptica

GRÁFICO N° 10



Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración por: Las Autoras.

Gráfico 10: Características que le gustaría le brinde la óptica

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Del total de personas encuestadas el 30% les gustaría que en la óptica se brinde una buena atención y un buen servicio, el 20% del total de personas encuestadas les gustaría que brindemos un producto de calidad.

HALLAZGOS

- Mediante el estudio realizado se ha podido determinar que el 64% si le gustaría que se cree una nueva óptica en la Ciudad de Macas.
- Por medio de la investigación pudimos establecer que el 38% corresponde a que en una familia al menos 1 persona tiene problemas visuales, muy seguido de un 30% donde 2 personas de cada familia tiene problemas con la vista y tan solo el 1% se ha determinado que no presentan problemas visuales, lo que nos demuestra que existe un promedio de 1 a 2 personas que por familia utilizan lentes siendo este un nivel alto.
- El 33% se realiza exámenes visuales una vez al año, y tan solo el 14% del total de personas encuestadas se realizan exámenes visuales cada seis meses.
- En la investigación realizada se puede concluir que el 55% ha utilizado gafas, posteriormente con un 26% han utilizado lentes de contactos, el nivel de las personas que utilizan productos ópticos es alto ya que un 5% no utilizan ningún producto óptico.
- Con los resultados obtenidos podemos observar que el 41% no ha buscado ayuda para mejorar su visión por falta de recursos económicos, mientras que con una minoría del 8% no se han visto interesados en buscar ayuda para mejorar su visión. Según el análisis de campo que realizamos pudimos llegar a la conclusión de que las ópticas que se encuentran en el mercado abusan de

los precios por ser únicas, por lo tanto algunas personas no se interesan en el cuidado de su salud visual.

- Podemos ver que el 54% tiene un promedio de ingresos entre \$300- \$400 para poder adquirir algunos accesorios que la óptica oferta.
- Con los datos adquiridos podemos notar que un 53% pagaría por sus lentes el valor de \$65,00 y el 10% por la adquisición de sus lentes pagarían más de \$75,00 dólares, manifestándonos que este valor debe justificar a un producto de calidad.
- Con los resultados obtenidos uno de los factores que influyen al momento de la decisión de compra es la facilidad de pago con un 23%, con una inferioridad el 11% tanto en precio como en atención han mencionado.
- El 77% han manifestado que no tienen ninguna óptica de preferencia por el momento en el sector, siendo uno de los factores importantes al momento de la creación de la óptica en la ciudad.
- En la Ciudad de Macas el 30% les gustaría que se brinde una buena atención, y el 20% les gustaría que brinde servicio y producto de calidad, podemos concluir que un alto porcentaje de las personas encuestadas les gustaría recibir un producto y un servicio de calidad que satisfaga las necesidades del cliente y cumpla con sus expectativas.

2.6.2. DEMANDA FUTURA

Para estimar la demanda es necesario conocer la demanda actual y las relaciones existentes entre el consumo familiar y el crecimiento de la población con estos datos se procederán a pronosticar la demanda futura en el mercado oftalmológico.

2.6.3. DEMANDA HISTÓRICA

A continuación se analizará la demanda histórica con relación a los datos proporcionado por las dos ópticas existentes en la Ciudad de Macas, y a través de las entrevistas y encuestas realizadas en el sector.

Cuadro 11: DEMANDA ACTUAL

AÑO	DEMANDA DE VISITAS (MES)	DEMANDA DE VISITAS (AÑOS)	EXAMENES VISUALES	COMPRA DE LENTES
2010	120	1440	1008	1124
2011	148	1776	1244	1385
2012	155	1860	1302	1451

Fuente: Ópticas existentes en la Ciudad de Macas
Elaborado por: Las Autoras

2.6.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

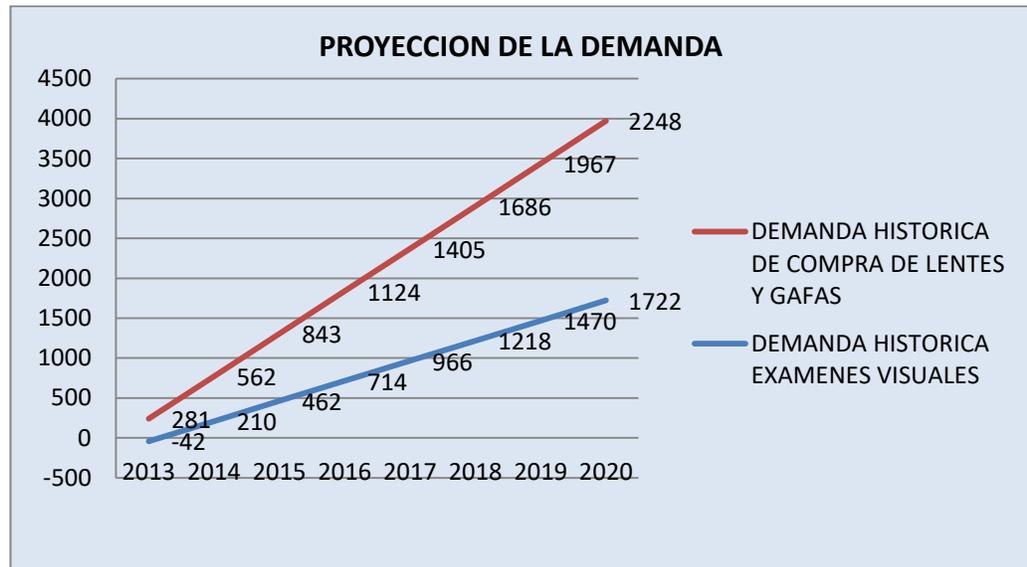
De acuerdo a la proyección de la demanda podemos darnos cuenta si el presente proyecto será o no factible para los consumidores.

Cuadro 12: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PERIÓDO	AÑO	DEMANDA HISTORICA EXAMENES VISUALES	% CRECIMIENTO	DEMANDA HISTORICA DE COMPRA DE LENTES Y GAFAS	% DE CRECIMIENTO
1	2013	-42	-0.63%	281	2.78%
2	2014	210	3.13%	562	5.56%
3	2015	462	6.88%	843	8.33%
4	2016	714	10.63%	1124	11.11%
5	2017	966	14.38%	1405	13.89%
6	2018	1218	18.13%	1686	16.67%
7	2019	1470	21.88%	1967	19.44%
8	2020	1722	25.63%	2248	22.22%
		6720	100%	10116	100%

Elaborado por: Las Autoras.

Figura 4: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA, CREACIÓN DE UNA ÓPTICA



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

2.7. OFERTA

Una vez analizado la demanda actual y futura del presente proyecto de factibilidad y en base a la información proporcionada del mercado y de los posibles clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado. Asimismo, indica si existen las líneas de obtención, distribución y comercialización del producto del sistema y de no ser así indica que es posible crear o abrir esas líneas para hacer llegar las mercancías o los servicios a los clientes que así lo desean.

Con relación a la oferta se ha podido apreciar que las dos ópticas ubicadas en la Ciudad de Macas no satisfacen las necesidades del mercado ya que existe una demanda insatisfecha considerable. Por lo tanto el presente proyecto puede ayudar a cubrir ese mercado que esta desatendido en la actualidad siendo hasta el momento viable.

2.8. POSICIONAMIENTO

En el estudio se realizara la combinación de elementos o técnicas sobre las cuáles puede actuar el negocio de forma planificada.

Óptica Santa Lucía al ser una empresa que desea ingresar al mercado óptico debe tener buenas relaciones con todas las personas para poder desarrollar su trabajo de excelente forma.

La comunicación está dirigida a varios públicos debido a que es una empresa que quiere ser líder en el mercado optométrico y para lo cual debe tomar muy en cuenta las audiencias.

➤ **Producto:**

Se proyecta ofrecer tanto el servicio de optometría como la comercialización de lentes logrando abastecer a todo el mercado objetivo.

A continuación en el siguiente listado de diferentes marcas y tipos de lentes, se lo ha elaborado tomando información a varias ópticas distribuidoras.

Se prestara el servicio de medición de la vista y/o exámenes visuales con tecnología de punta a precios competitivos para poder acoger el mercado y satisfacer las necesidades de los clientes.

Dentro de los productos que ofertará nuestra óptica tenemos los siguientes:

Cuadro 13: TABLA DE PRODUCTOS QUE DISPONDRÁ LA ÓPTICA

PRODUCTOS	MODELOS	MATERIALES
ARMAZONES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Completos ✓ Semi-al aire ✓ Al aire 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Metálicos ✓ Pasta ✓ Titanio
GAFAS DE SOL		
PRODUCTOS	TIPOS	FUNCIÓN
LENTES DE CONTACTO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gaspermeables ✓ Blandos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Correctivas ✓ Terapéuticas ✓ Cosméticas
LUNAS OFTÁLMICAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Monofocales: ✓ Bifocales ✓ Multifocales o Progresivos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lentes de Polycarbonatos ✓ Cristal ✓ CR-39
LÍQUIDOS Y ACCESORIOS		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lubricantes Oculares ✓ Pastillas para lentes de contacto ✓ Parches ✓ Cordones ✓ Estuches ✓ Pañuelos

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

➤ **MARCA**

En monturas tanto de vista como de sol, dispondremos de una amplia variedad en todos los estilos, de las más prestigiosas marcas y diseñadores, como:

Cuadro 14: MARCA DE LOS PRODUCTOS QUE DISPONDRÁ LA ÓPTICA

DIFERENTES MARCAS DE LOS PRODUCTOS				
ADIDAS	ANA HICKMAN	ARMANI	ARNETTE	BARBIE
AMADEU	BARON	BENNETON	COLUMBIA	FENDI
BOCCI	BOLLÉ	CALVIN KLEIN	DISNEY	DOLCE&GABANN
CAMBRIDGE	CAROLINA HERRERA	DONNA KARAN	FLEXON	GANT
CASSINI	D'MARTINI	CUBE	ERMENEGILDO	FERRARI
COACH	COLORS	ZEGNA	EVERLAST	ST. MORITZ
GARFIELD	GUCCI	GUESS	HAGNUS	HEAD
INDO	LUXXOTICA	MARIE JEAN	RURUS	PACO RABANNE
INVINCILITIES	MORMA	MORMA	PLATINÍ	NEOSTYLE

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Las Autoras

Algunas marcas son exclusivas.

También dispondremos de marcas económicas de excelente calidad, para llegar a cubrir el segmento de mercado seleccionado.

Con respecto a lentes graduadas, trabajamos con los mejores fabricantes de lentes oftálmicas:

- ✓ Essilor.
- ✓ Indo.
- ✓ Hoya.

Gracias a los cuales podemos dar soluciones tanto técnicas como estéticas a la mayoría de problemas visuales, con espesores muy reducidos, lentes más transparentes, lentes progresivas con mayor facilidad de adaptación. Y por supuesto moda, con una gran gama de coloraciones en nuestras lentes de sol.

Marcas de lentes de contacto

- ✓ Jhonson&Jhonson
- ✓ Fresh Look
- ✓ Ciba Visión
- ✓ Bausch&Lomb

➤ **Precio**

La estrategia de precio a ser aplicada en el proyecto, está fijada en el estudio de mercado que se llevó a cabo por medio de las encuestas a los consumidores finales y también al precio que fija la competencia que en este caso lo constituyen las diferentes ópticas.

El margen de utilidad se calcula conforme a una política de precios ya establecido por el mercado, obteniendo así un precio promedio donde la empresa consigue una utilidad muy buena sin necesidad de especular con los precios al consumidor tanto para venta de lentes como para los exámenes visuales.

➤ **Promociones**

De esta forma también se establecerá promociones que se llevaran a cabo durante los años de funcionamiento de la óptica los cuales serían:

- ✓ Controles periódicas gratis.
- ✓ Por la compra de monturas y lentes se obsequia estuches, cordón, y paño.
- ✓ Por la compra de lentes oftálmicos se realizará la consulta gratis.
- ✓ Hacer combos promocionales para las brigadas.

2.9. PLAN COMUNICACIONAL

Por estrategia para el funcionamiento de la óptica se realizara la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando oportunidades y evaluando riesgos en función de objetivos y metas.

Tener un propósito estratégico implica tener una visión sobre el futuro, debe permitir orientar, descubrir, explorar. El sentido de la orientación debe responder: ¿Qué empresa queremos ser? ¿A dónde queremos llegar? Una de las claves empresariales es tener claro el negocio actual y futuro, no se puede decidir sin saber a dónde se quiere llegar.

Para la presente investigación, planteamos las siguientes estrategias de publicidad que se tiene para llevar a cabo.

2.9.1. ESTRATEGIA PUBLICITARIA

OBJETIVO: Crear el mensaje o anuncio publicitario tomando en consideración el público objetivo al que se dirige y determinar los medios publicitarios a utilizarse con la finalidad de posicionar el servicio.

ALCANCE: El mensaje publicitario está dirigido a los clientes reales y potenciales.

RESPONSABLES: Monserrath Quisiguiña.
Vanessa Carrasco.

PERIODICIDAD: Corta.

PARTICIPANTES: Gerente.

IMPACTO: Local y Provincial.

GRUPO OBJETIVO: Estudiantes, Profesionales, Amas de Casa, en general está dirigido para todo el público que tenga necesidades visuales.

POLITICAS:

- a) Dar a conocer las ventajas y beneficios del producto y servicio.
- b) Las cuñas radiales deberán estar orientadas a la difusión.
- c) ¿Por qué el cliente debe comprar nuestros productos y servicios y no el de la competencia?

➤ **PUBLICIDAD PERSUASIVA**

- ✓ Cuñas publicitarias en la estación de radio **“Morona Santiago”**.

Estos espacios publicitarios tienen como propósito dar a conocer que tipo de producto y servicio ofrece la óptica, Por tal razón se hace necesaria la aplicación de dicha estrategia para afirmar y reforzar el posicionamiento en el mercado objetivo, mediante campañas publicitarias periódicas de la óptica con información actualizada a los visitantes potenciales.

Para lograr un público informado acerca de sus servicios y sobre todo incrementar y fidelizar a sus clientes.

MENSAJE PUBLICITARIO

Por lanzamiento al mercado, la óptica **“SANTA LUCIA”** ofrece a la ciudadanía en general, exámenes visuales gratuitos con equipos de alta tecnología, productos con el 10% de descuento en gafas, armazones, lunas, y lentes de contacto. Venga y disfrute de un servicio con garantía y calidad.... Estamos ubicados en las calles 29 de Mayo y Benjamín Delgado o contáctenos a nuestros teléfonos 0979188933 o 0992921383.

APROVECHE DE ESTAS PROMOCIONES POR LANZAMIENTO

PRESUPUESTO RADIO “MORONA SANTIAGO”

DIA	PROGRAMA	HORARIO	N° CUÑAS	DURACION	COSTO DIA	COSTO MENSUAL
LUNES	7-8AM	1 HORA	12	45 SEGUNDOS	\$ 5,00	\$ 120,00
MIERCOLES						
VIERNES						
TOTAL						\$ 120,00

* El paquete incluye, la transmisión de los spot cada media hora durante 1 hora al día

➤ **PUBLICIDAD INFORMATIVA**

✓ **Hojas Volantes**

Para vender, la óptica necesita de alguna herramienta estratégica, en este caso será mediante la publicidad en hojas volantes. La empresa debe ser capaz de darse cuenta que no podrá incrementar clientes si no comunica sus servicios. Por lo tanto es importante desarrollar un conjunto de actividades encaminadas a tener un público informativo, lo cual incrementara su cartera de clientes.

DISEÑO DE LA HOJA VOLANTE



PRESUPUESTO HOJAS VOLANTES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
1000	Elaboración de impresiones (medidas de la hoja volante serán: en formato A5 de 10cm por 21cm. Elaborado en papel couche, impresión 2 lados)	0,20	\$ 200,00
TOTAL			\$ 200,00

- ✓ Anuncios publicitarios en el diario “**Prensa de Hoy**”.

Con la finalidad de llegar con el mensaje al público meta de la óptica, se utilizara un medio de comunicación escrita, es aconsejable utilizar anuncios de ¼ de tamaño de página a full color para las publicidades; ya que son llamativos y provocan el interés por quienes lo miran, atraerían la mirada de los posibles clientes diferenciándose de los demás mensajes que en su mayoría son a blanco y negro. Los mismos que serán publicados durante el mes, los días sábados y domingos.

PRESUPUESTO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
8	4 sábados blanco y negro	100,00	\$ 100,00
	4 Domingos full color en la contraportada de la sección A 1/4 de página	200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 300,00

➤ **PUBLICIDAD GRÁFICA**

- ✓ **Trípticos**

Es importante desarrollar un conjunto de actividades encaminadas a tener publico informado, en este caso será la publicidad mediante folletería, la cual se facilitara a los clientes locales y de la zona céntrica.

DISEÑO DEL TRÍPTICO - ANVERSO

<p>CONTACTENOS: 29 DE MAYO Y BENJAMIN DELGADO Teléfonos: 0979188933 e 092921383 Email: www.opticasantaluclameces.com</p> 	<table border="0"> <tr> <td>E</td> <td>1</td> <td>20/200</td> </tr> <tr> <td>F P</td> <td>2</td> <td>20/100</td> </tr> <tr> <td>T O Z</td> <td>3</td> <td>20/70</td> </tr> <tr> <td>L P E D</td> <td>4</td> <td>20/50</td> </tr> <tr> <td>P E C F D</td> <td>5</td> <td>20/40</td> </tr> <tr> <td>E D F C Z P</td> <td>6</td> <td>20/30</td> </tr> <tr> <td>FELOPZD</td> <td>7</td> <td>20/25</td> </tr> <tr> <td>EEFPOTEC</td> <td>8</td> <td>20/20</td> </tr> <tr> <td>LEFQEPFY</td> <td>9</td> <td></td> </tr> <tr> <td>FDEITCEC</td> <td>10</td> <td></td> </tr> <tr> <td>REBIBDTE</td> <td>11</td> <td></td> </tr> </table> <p>SI PUEDES LEER SIN PROBLEMA HASTA LA LINEA ROJA TIENE UNA EXCELENTE VISION PERO SI NO ES HORA QUE NOS VISITES Y RECIBAS UNA OPORTUNA CORRECCION</p>	E	1	20/200	F P	2	20/100	T O Z	3	20/70	L P E D	4	20/50	P E C F D	5	20/40	E D F C Z P	6	20/30	FELOPZD	7	20/25	EEFPOTEC	8	20/20	LEFQEPFY	9		FDEITCEC	10		REBIBDTE	11		<p>"OPTICA SANTA LUCIA"</p>  <p>Mirar diferente... la vida es bella"</p> 
E	1	20/200																																	
F P	2	20/100																																	
T O Z	3	20/70																																	
L P E D	4	20/50																																	
P E C F D	5	20/40																																	
E D F C Z P	6	20/30																																	
FELOPZD	7	20/25																																	
EEFPOTEC	8	20/20																																	
LEFQEPFY	9																																		
FDEITCEC	10																																		
REBIBDTE	11																																		

DISEÑO DEL TRÍPTICO - REVERSO



Hacer conciencia y crear una cultura de salud e higiene visual es una de las prioridades en la atención de nuestros clientes, esto es parte de la atención integral que ofertamos. Los ojos son unas de las partes del cuerpo humano que menos descansan por lo tanto hay que cuidarlos, sabemos que los dolores de cabeza, el bajo rendimiento y el fastidio de tanta jornada de trabajo, es provocado por un deficiente desempeño visual, por ello es necesario tener una adecuada corrección visual.



VISITANOS

IGLESIA	BEJAMIN DELGADO	
29 DE MAYO		29 DE MAYO
ÓPTICA SANTA LUCÍA		GASOLINERA

OFRECEMOS

ANALISIS VISUAL



LENTES DE ARMAZON



LENTES OFTALMICOS



LENTES DE CONTACTO



LENTES DE SOL Y GAFAS



Contamos con equipos de punta y con garantía en nuestro servicio y productos.



PRESUPUESTO TRÍPTICOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
500	Tríptico full color, papel couche de 150 gr	0,19	\$ 95,00
TOTAL			\$ 95,00

✓ AFICHE

MODELO DEL AFICHE

SI ESTÁS AQUÍ
ES PORQUE
ELEGISTES CUIDAR TU
SALUD



ANALISIS VISUAL



LENTES DE ARMAZON



LENTES OFTALMICOS



LENTES DE CONTACTO



LENTES DE SOL Y GAFAS

"OPTICA SANTA LUCIA"



Mirar diferente...,
la vida
es bella"

CONTACTENOS:
29 DE MAYO Y BENJAMIN
DELGADO
Teléfonos: 09791 88933 o
0992921383



PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA

MEDIOS PUBLICITARIOS	COSTOS
DISEÑADOR GRAFICO	20,00
PUBLICIDAD INFORMATIVA	
Hojas Volantes	200,00
Prensa	300,00
PUBLICIDAD DIRECTA	
Trípticos	95,00
PUBLICIDAD PERSUASIVA RADIO	
Radio	120,00
TOTAL DE LA PUBLICIDAD	\$ 715,00

2.10. LOGOTIPO DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD



CROMÁTICA

Le denominamos con el nombre de óptica “**Santa Lucia**” porque es considerada como la Patrona de los ojos a nivel mundial.

Hemos utilizado los colores Azul, Blanco y Negro

AZUL:

- El azul es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad.
- Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno.
- Es muy adecuado para presentar productos relacionados con salud y todo aquello relacionado directamente con:
 - **El cielo (líneas aéreas, aeropuertos)**
 - **El aire (acondicionadores paracaidismo)**
 - **El mar (cruceiros, vacaciones y deportes marítimos)**
 - **El agua (agua mineral, parques acuáticos, balnearios).**
- Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma.

BLANCO:

- El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia y la pureza. Se le considera el color de la perfección.
- El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado.
- En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve.
- El blanco se le asocia con hospitales y médicos. Puede usarse por tanto para sugerir para anunciar productos médicos o que estén directamente relacionados con la salud.

NEGRO:

- El color negro es a la vez protección y misterioso.
- Se le asocia el color negro con el silencio, el infinito y la fuerza pasiva femenina y misteriosa.
- Palabras claves del color negro: austeridad, vida interior, constreñimiento, previsión y orden.

2.10.1. SLOGAN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Para el presente proyecto se utilizará el siguiente slogan que nos ayudará a identificar nuestro negocio.

*“Mirar diferente., la vida es
bella”*

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio se contemplan los aspectos técnicos operativos, es decir la ingeniería del proyecto necesario en el uso eficiente de los recursos disponibles para la prestación del servicio óptico, dentro de nuestro proyecto de factibilidad en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridas.

La importancia de este trabajo es llegar a conocer la posibilidad de llevar a cabo o no la tesis, a través de una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que nos permitirá una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para la investigación; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

“Dentro del análisis técnico que realizamos en el proyecto buscamos tener respuestas a las siguientes preguntas ¿Cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?”⁵, con el principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa de los procedimientos que mejor se adapte a los criterios de optimización.

En virtud de que en el estudio de mercado (Capítulo II) se comprobó que realmente existe demanda insatisfecha que justifica la creación de una óptica que preste un servicio integral, brinde cuidado y protección de la salud visual en la Ciudad de Macas; se procederá al estudio y análisis de los factores que intervienen en el Estudio Técnico.

⁵ CORDOBA PADILLA Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos; Editorial Eco Ediciones; Edición 2; Quito – Ecuador 2006; pág. 501.

OBJETIVOS

○ **Objetivo General**

Implementar en base a los datos obtenidos, previamente en el estudio de mercado, los recursos y requisitos técnicos – legales necesarios para montar la Óptica.

○ **Objetivo Especifico**

- Determinar el tamaño óptimo de la empresa en base a la demanda insatisfecha.
- Delimitar la ubicación de la empresa.
- Definir la maquinaria y equipo más adecuado para prestar el servicio y oferta el producto.
- Crear una estructura organizacional que permita el máximo rendimiento del recurso humano.

3.1. LOCALIZACIÓN

“El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.”⁶

⁶ CASE Karl- FAIR Ray; Principios de Macroeconomía; Editorial Pearson Educación; Ed. 8; México 2009; pág. 480

Como primer punto fundamental se examinara la localización más adecuada para la implantación de la óptica, este estudio y análisis es útil para determinar un lugar estratégico que nos ayude a determinar el éxito o el fracaso de la empresa de servicios.

Nuestra estrategia se basa estar ubicados en lugares céntricos de mayor demanda y concurrencia de la población macabea, con el objetivo de elegir el lugar preciso que nos conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización, los cuales se muestran a detalle.

3.1.2. DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA

❖ **DIRECCIÓN DE LA EMPRESA:** Calles 29 de Mayo y Benjamín Delgado.

❖ PORQUE SE ELIGIÓ ESTA DIRECCIÓN

Se consideró una zona altamente estratégica debido a que está en un punto céntrico, accesible a diversos lugares como es la gasolinera, iglesia, zona comercial; que apreciaran nuestros clientes potenciales al circular por este sitio.

Además es una vía muy transitada, por ser una zona comercial, se tomó en cuenta la seguridad del lugar, lo que proporcionara mayor comodidad y confianza para los clientes como para la misma empresa, por ser el aparato reproductivo de los maqueños existen diversas rutas de los buses, cooperativas de taxis, zonas de estacionamiento, que ayudan a mejorar la calidad del servicio.

❖ CUÁLES SON LOS TÉRMINOS BAJOS LOS CUALES ESTÁ UBICADO EL NEGOCIO EN ESA DIRECCIÓN

Por ser un lugar céntrico no existen lugares para adquirir un terreno y así poder construir, por esta razón hemos buscado la opción de arrendar un local comercial que se encuentra disponible.

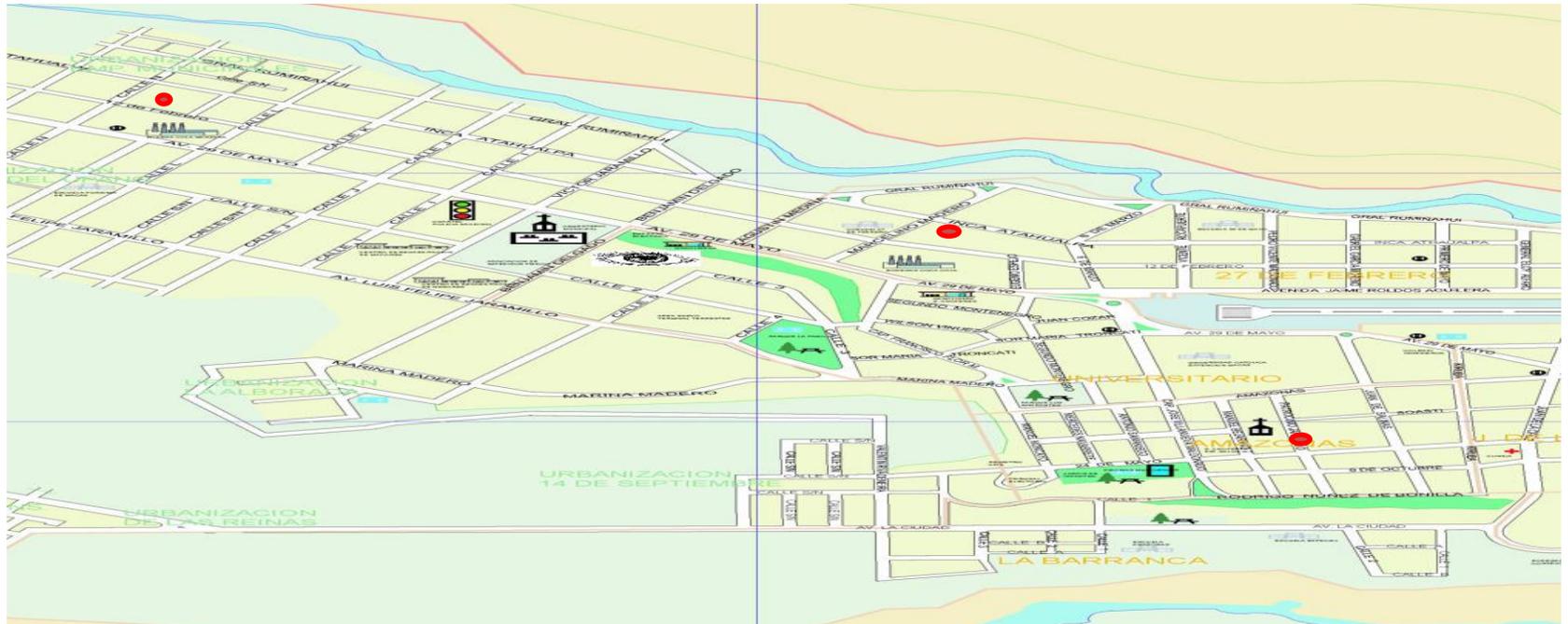
El local comercial forma parte de un edificio, se encuentra ubicado en la primera planta, los demás locales están arrendados para negocios, en donde existe una gran demanda de oficinistas que están expuestos al uso de computadoras y por lo menos necesitan lentes de protección.

El precio a cancelar por el alquiler será mensual en un valor de \$250.00, el local comercial es bastante amplio y cuenta con todos los servicios disponibles para comodidad del cliente y de los empleados.

3.1.3. MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto de factibilidad para la creación de una óptica quedara comprendido en América del Sur, Ecuador, en el oriente del país, ya que cuenta con poca oferta de ópticas y una gran demanda de pacientes con necesidades visuales, especialmente en la Provincia de Morona Santiago, Ciudad Macas, se instalara en las calles 29 de Mayo y Benjamín Delgado cerca de almacenes TIA.

Figura 5: MAPA DE MACRO LOCALIZACIÓN DE UBICACIÓN DEL PROYECTO



FUENTE: Municipio de Macas
 ELABORADO POR: Las Autoras

SIMBOLOGÍA	
	Óptica Santa Lucia
	Competencia

3.1.3.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

Morona Santiago cuenta con una amplificación territorial de 23875 km², a una altura de 1070m sobre el nivel del mar, con un clima cálido húmedo, limita al norte con los Cantones Huamboya y Pablo Sexto, al sur con Tiwintza, Sucúa y Logroño, al este con el Cantón Taisha y al oeste con las Provincias del Azuay, Cañar y Chimborazo. “Corresponde al 19.35% de la superficie provincial y el 4.02% con respecto a la Región Amazónica Ecuatorial, RAE.”⁷

Sus coordenadas geográficas son las siguientes:

	Mínima	Máxima
Longitud	79° 05'	76° 35'
Latitud	01° 26'	03° 36'

ELABORADO POR: Las Autoras

3.1.3.2. ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS

“La Ciudad de Macas cuenta con una población estimada de 41155 habitantes de los cuales 20611 corresponden al género masculino y 20544 corresponden al género femenino, con una tasa de crecimiento de 3.01%, entre el censo 2001 al censo 2010, teniendo un incremento del 10.10% de la población.”⁸

La densidad poblacional alcanzó la cifra de 6 habitantes por Km², los niños menores de 14 años representan el 42,45% de la población total, la población urbana es el 45,61% que corresponde a la zona urbana de Macas y la población rural es el 54,38% que corresponde a las 8 parroquias rurales en las que se divide el cantón.

⁷Municipio de Macas

⁸INEC- Censo 2010

Las personas que viven en áreas urbanas son 33 de cada 100 habitantes de Morona Santiago y 66 de cada 100 personas viven en las parroquias rurales. Esta provincia se caracteriza por su extensa selva virgen que conserva su diversidad en flora y fauna; riqueza que se puede observar durante los recorridos por el río Upano, por los senderos y bosques en los alrededores de las comunidades.

Figura 6: TENDENCIA DE CRECIMIENTO



FUENTE: http://www.inec.gob.ec/sitio_carto/

Según datos del último censo los habitantes de Morona Santiago trabajan en promedio 35,7 horas por semana. Los hombres trabajan 38,4 horas a la semana y las mujeres 31,4. El 44.3% se dedica a actividades como la pesca, agricultura, ganadería y silvicultura; mientras que el 8.3% se dedica a actividades del sector público y defensa; con un 8.1% se dedican a actividades del comercio al por mayor y menor.

En Morona Santiago existen 4.734 establecimientos económicos (de comercio, manufactura, servicios y otros), los cuales generaron 233 millones de dólares en ingresos, “las personas que alcanzaron un nivel de educación básico es de un 82%, seguido por una educación media con el 11.8% y una instrucción superior con 6.2%.”⁹

3.1.3.3. ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA

Los macabeos cuenta con los servicios básicos de agua potable, energía eléctrica, pavimentación drenaje, teléfono, correo, vías de transporte, bancos, iglesias, centros de salud, escuelas, panteón, parques, canchas deportivas, áreas verdes, extensiones universitarias.

3.1.3.4. ASPECTOS INSTITUCIONALES

Esta ciudad está surgiendo ante las necesidades de la población, cuenta con grandes atractivos turísticos, por tanto, han mejorado sus aspectos socioeconómicos y culturales para mejor el nivel de vida de la población. A sus alrededores cuenta con 74 lugares de alojamiento y 422 restaurantes.

⁹<http://www.inec.gob.ec/>

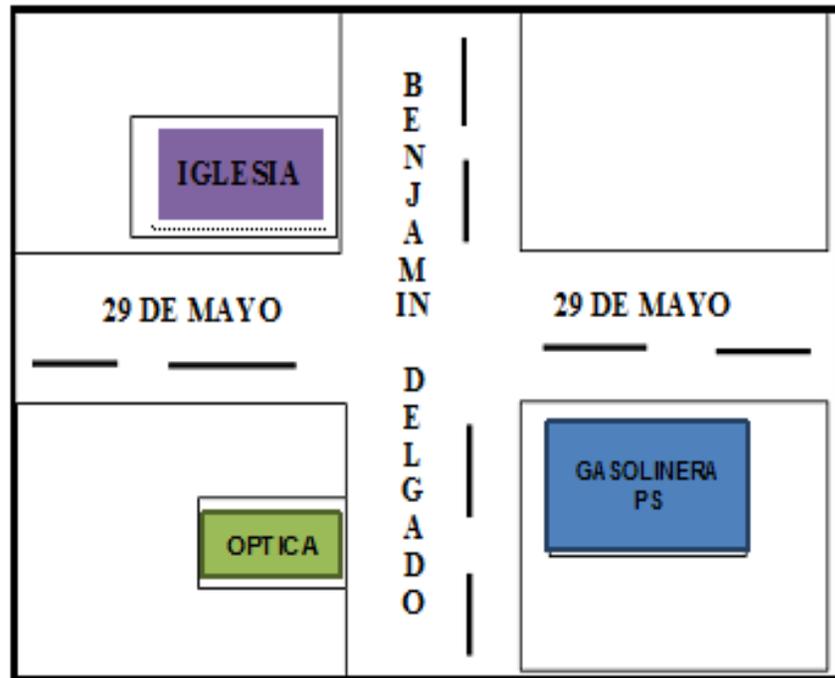
3.1.4. MICRO LOCALIZACIÓN

El lugar previsto para el desarrollo de la actividad económica de una Óptica, en el cual se brindara un servicio de cuidado visual en la Ciudad de Macas, se dispone de un local comercial con una área de 99m²(11 ancho x 9 m. largo), se encuentra ubicado en una zona céntrica, en las calles 29 de Mayo y Benjamín Delgado.

Dicho local colinda al norte con la calle Agustín Medina; al sur con la Av. Luis Felipe Jaramillo; al este se encuentra una gasolinera y al Oeste limita con la iglesia en la calle Víctor Jaramillo.

La localización del terreno se puede apreciar mejor en el siguiente croquis:

Figura 7: CROQUIS DE UBICACIÓN



ELABORADO POR: Las Autoras

3.1.4.1. FACTORES QUE CONDICIONAN LA MEJOR UBICACIÓN DEL PROYECTO

Como se señaló en el estudio de Micro localización, se dispone de un área en la Ciudad de Macas, Provincia de Morona Santiago cuya zona de influencia está caracterizada por los siguientes aspectos:

- El entorno donde se localizara la óptica, cuenta con la infraestructura y servicios públicos necesarios.
- Por otra parte, uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto de factibilidad, se refiere al lugar donde se situara, es una zona altamente estratégica, dado a que es muy transitable por el alrededor del mismo, ya que se comprara un local comercial para encontrarnos ubicados sobre una de las avenidas más importantes de la zona (29 de Mayo), al ser ésta una arteria vial importante que conduce a otras lugares cercanas.
- Además el atractivo visual que podrá derivarse del mismo será ventajoso, ya que frente del local se encuentra una iglesia, gasolinera, farmacias, almacenes y mercado.
- Nuestra competencia que es muy poca, están situadas en lugares céntricos de la ciudad, por tanto, podemos manifestar que una de ellas se encuentra por nuestros alrededores y la otra esta distante de nuestra ubicación.

De tal modo que estos factores condicionan la mejor ubicación del proyecto, al encontrarse cerca de una zona comercial ampliamente concurrida, lo que permitirá que un mayor número de personas se percate de la existencia de la Óptica y facilitará la captación de demandantes de este tipo de servicio.

Por lo tanto, el local para la instalación de la óptica, cumple con las especificaciones legales y de mercado necesarias para su instalación, al no existir impedimento alguno por parte de las autoridades municipales.

3.1.4.2. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

El tamaño y capacidad del estudio de factibilidad en particular, se debe a dos aspectos principalmente la parte de demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión de su infraestructura y equipamiento.

Tanto la determinación del tamaño como la capacidad que tendrá la Óptica, serán de mucha utilidad para la estimación de las inversiones necesarias que mejor se ajusten a las necesidades, por tanto, como previamente se señaló, el tamaño del local brindara comodidad al paciente que prescinde de nuestro servicio, lo que en total cubrirá es el 26% de la demanda insatisfecha actual.

Al contar con los recursos humanos necesarios nos permitirá reducir el riesgo de enfrentar un incremento en los costos por dificultades en su abastecimiento.

3.1.4.3. DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

En lo que se refiere a la distribución y diseño de las instalaciones del proyecto de factibilidad se buscara que se suministren condiciones de trabajo aceptables, por lo tanto es preciso tomar en cuenta dos especificaciones en particular: funcionalidad y estética que proporcionen una buena imagen y presentación de la micro empresa.

A continuación se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas, que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor

manera posible los espacios y recursos de que se dispone, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para quienes hagan uso de ellas.

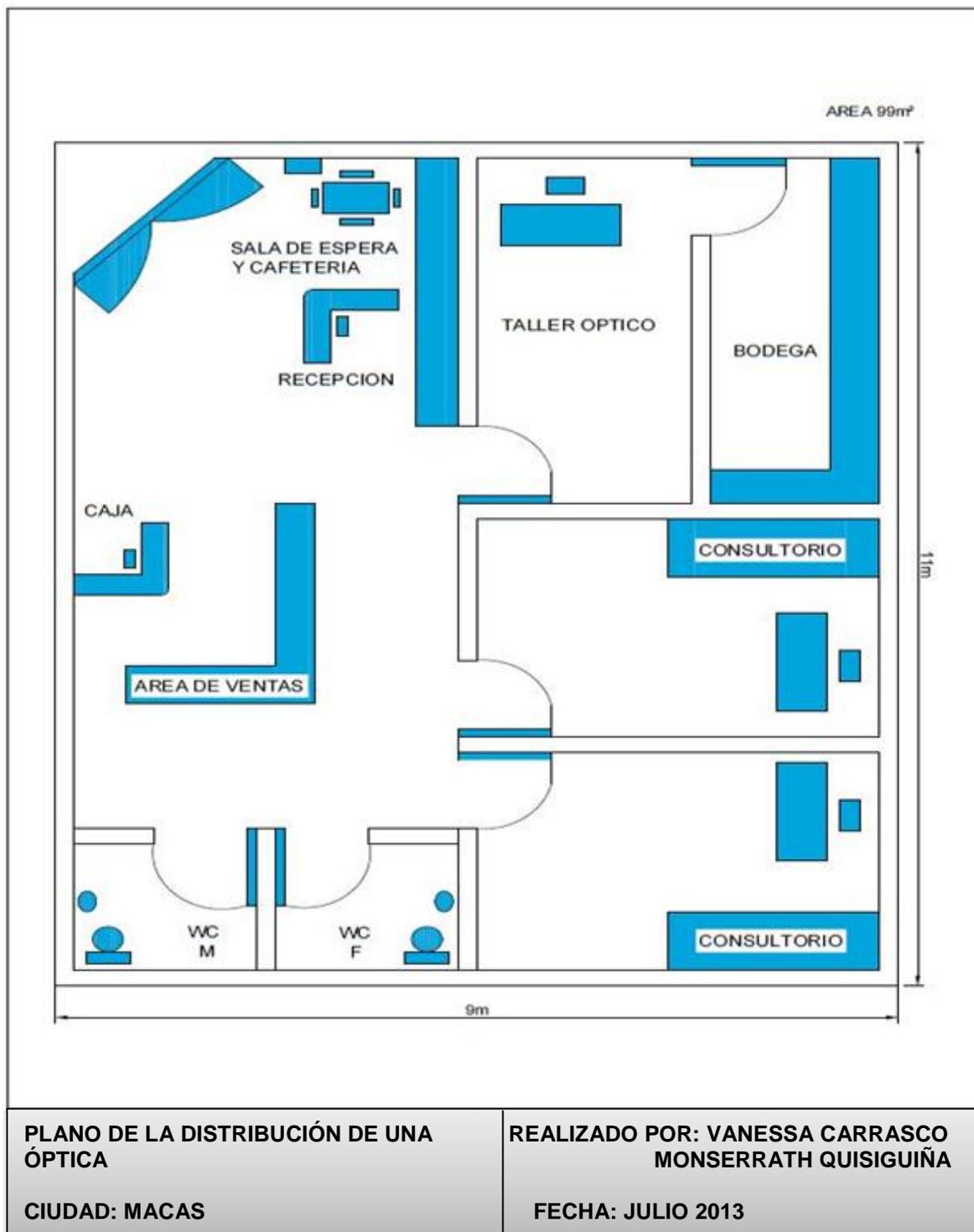
Cuadro 15: DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA ÓPTICA

N°	ÁREAS	MEDIDAS
1	Recepción y ventas	38.5 m ²
2	Consultorio Oftalmológico 1	14.5 m ²
3	Consultorio Oftalmológico 2	14.5 m ²
4	Bodega	10.5m ²
5	Baño de Caballeros	4.25 m ²
6	Baño de Damas	4.25 m ²
7	Taller óptico	12.5m ²
	TOTAL:	99m²

ELABORADO POR: Las Autoras

Como se puede observar en el cuadro anterior y en el plano siguiente, se busca aprovechar en su totalidad las áreas del local comercial que se dispone, evitando con ello dejar espacios ociosos que no reporten utilidad y brindar una buena imagen al demandante del servicio.

Figura 8: PLANO DE LA DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES DE LA ÓPTICA



3.1.4.4. ESPECIFICACIONES GENERALES DE LAS ÁREAS DE LA ÓPTICA.

La dimensión del local comercial es de 11 m. de ancho x 9 m. de fondo, cuya área total es de 99 m².

Por lo tanto, el establecimiento contará con las siguientes instalaciones:

- La recepción, sala de espera y cafetería se encuentra localizada en la parte frontal de la entrada.
- El área de venta se encuentra en la parte frontal al costado izquierdo, junto a caja.
- En la parte posterior del costado derecho se encuentra el taller óptico y bodega.
- En la parte posterior del costado derecho se encuentran los dos consultorios.
- En la parte frontal al extremo izquierdo tenemos la presencia de los baños los cuales serán separados para damas y caballeros.
- En bodega se guardará el equipo de limpieza, material de oficina, también herramientas para dar mantenimiento a los equipos oftalmológicos.
- En la cafetería será un espacio para que los clientes gocen de este servicio.
- En el taller óptico estarán todos los instrumentos para biselado, lunas, biseladora, caja de pruebas y demás instrumentos ópticos.
- En cada consultorio se encontraron los equipos para medir la vista, escritorio, set de diagnóstico, caja de pruebas.
- En el área de ventas tendremos armazones, gafas, lentes de contacto para toda nuestra clientela.

Todas y cada una de las áreas de la óptica se han determinado de tal modo que se cumpla en lo mayor posible el objetivo de optimización de la distribución de instalaciones que mejor se acondicione al espacio disponible y cumpla con las

especificaciones de las normas técnicas y complementarias que exige el Municipio para la instalación de un giro de esta naturaleza.

3.2. BENEFICIOS DIRECTOS

Los beneficios directos se miden por el incremento que el proyecto provocará en el ingreso nacional mediante la cuantificación de la venta monetaria de sus productos, donde el precio social considerado corresponde a las compras de insumos, donde “el precio se corrige también por un factor que incorpore las distorsiones de los mercados de bienes y servicios demandados”.¹⁰

La óptica se crea para mejorar los ingresos de los inversionistas, generar utilidades, crear actividad económica, se busca posicionamiento, prestigio y brindar un buen servicio.

3.3. BENEFICIOS INDIRECTOS

Al referirnos sobre las ventajas que se obtiene con la ubicación de la Óptica en la Ciudad de Macas, se destaca que se mejorara el desarrollo socio económico de la ciudad, generando puestos de trabajo, activando la economía es decir evitando la fuga de capital a otras ciudades sino que ese dinero se quede circulando y reproduciéndose en la misma ciudad para así lograr el desarrollo, ya que existe una gran demanda insatisfecha, porque los ciudadanos manifestaron que salían a otras ciudades para recibir de este servicio.

Las ventajas que se lograra en la Ciudad de Macas con el posicionamiento de la Óptica será mejorar las condiciones de la salud visual de los ciudadanos como son:

¹⁰ FLORES URIBE Juan Antonio; Plan de Negocios: para pequeñas empresas; Editorial: Ediciones de la U; Ed 5; Bogotá – Colombia 2012; pág. 346.

- ✓ Garantizar un producto y servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los macabeos.
- ✓ Cubrir realmente la demanda insatisfecha.
- ✓ Abaratar sus costes al adquirir el producto, de esta manera se evitara desplazarse a otras ciudades para obtener el servicio.
- ✓ Adquisición inmediata del producto.
- ✓ Mejorar el precio del producto en lo que se refiere a nuestra competencia.

3.4. IMPACTO SOCIAL

El impacto social se refiere a los efectos que causa la intervención de una óptica sobre la comunidad en general, el impacto puede verse como un cambio en el resultado de un proceso, con la prestación de un servicio y un producto dentro de la Ciudad de Macas.

También se puede señalar el cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones, en este caso se busca saber si los resultados finales (impactos) son resultados al nivel de propósito o fin del programa. “Implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo y que se plantearon como esenciales en la definición del problema que dio origen al programa. Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida”.¹¹

El criterio social del proyecto de factibilidad de la óptica es buscar maximizar los beneficios (no solo utilidades), crear fuentes de empleo, incrementar el valor agregado, ayudar a la población para mejor su nivel visual y su economía, como se contribuirá

¹¹CORDOBA, Marcial. Formulación y evaluación de proyectos. Editorial ECOE, 2006. ISBN 9586484270, 9789586484275 ECOE, 2006. ISBN 9586484270, 9789586484275

realizando exámenes visuales totalmente gratuitos en comunidades, es decir se realizara una vez al año brigadas médicas y se analizaran los casos de los pacientes para otorgar lentes o colirios a las personas.

3.4.1. EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

3.4.1.1. Tipo de proyecto: Privado

- ❖ Se busca satisfacer nuestros objetivos.
- ❖ Los beneficios obtenidos vienen de la venta de productos (lentes, gafas, armazones) y servicios (consulta médica).

3.4.1.2. Objetivo

Determinar la viabilidad social en base a la prestación de este servicio oftalmológico, para bienestar de la colectividad por la realización del proyecto.

3.4.1.3. Evaluación Social:

Fundamentos: Se busca aplicar el análisis de eficiencia y efectividad.

Eficiencia:

El ingreso marginal vale lo mismo para todos los individuos que componen la sociedad.

Equidad:

El ingreso marginal tiene un valor diferente para cada individuo en función de su ingreso o consumo.

Es necesario dentro de este proyecto de factibilidad realizar un estudio profundo sobre el impacto social que tendrá la óptica dentro de los habitantes de Macas, por esta razón hemos elaborado el siguiente cuadro:

Cuadro 16: DIAGRAMA DE CAUSA – EFECTO DEL IMPACTO SOCIAL

CAUSA	EFECTO
Pocas ópticas	Mayor competencia
Escasa variedad de productos	Mayor variedad de productos

No existe demanda de optómetras que garanticen el servicio	Garantía del servicio, contando con profesionales con experiencia y conocimientos.
--	--

FUENTE: Investigación
ELABORADA POR: Las Autoras

3.4.2. TENDENCIAS REGIONALES DEL IMPACTO SOCIAL

Con el fin de identificar cómo y en qué momento el ciclo del proyecto se definen e implementan las estrategias de evaluación, se consultó acerca de diferentes aspectos vinculados a la aplicación de herramientas de monitoreo, evaluación y medición de impacto en programas sociales.

A partir de los resultados obtenidos se identificaron las siguientes tendencias generales:

- A pesar de que el 90% de los consultados coincide en que es necesario contar con información sobre los beneficios que ofertara el proyecto, para la toma de decisión de la óptica que satisfaga sus necesidades y cumpla con parámetros de calidad.
- En este contexto, se observa también que más de la mitad de los consultados acuden a otras ópticas fuera ciudad, ya que no existen garantías para su cuidado visual, apenas el 18% por falta de recursos demanda de los servicios que ofertan estas ópticas y el 14% no acuden a controles oftalmológicos porque desconocen o no precinden de este servicio.
- La mayoría de los entrevistados manifiestan que alguna vez asistieron a esas ópticas y no cumplieron con sus expectativas deseadas, por una mala atención al cliente, poca variedad de productos, equipos no sofisticados y los profesionales no ofrecían garantías en el momento de su examen.

- Más del 90% reconoce que le interesa incorporar a la Ciudad de Macas una óptica que garantice y brinde un servicio de calidad para mejorar su cuidado visual, también manifestaron que les gustaría que se hagan brigadas médicas para conocer más sobre este servicio que se incorporaría para cubrir la demanda insatisfecha de los macabeos.

En conclusión se puede manifestar que la óptica en la Ciudad de Macas aportara de una manera positiva a la sociedad, hoy en día el cuidado y prevención de la salud visual se ha convertido en algo indispensable porque es un sentido muy importante.

3.5. IMPACTO ECONÓMICO

En el marco económico del proyecto de factibilidad se considera el golpe que tendrá sobre la economía de la ciudad.

3.5.1. IMPACTO SOBRE LA ECONOMIA

Con el proyecto de factibilidad se busca dinamizar la economía de Macas y de sus alrededores, con la prestación de este servicio, en el sector privado se mide el efecto del impacto que repercute en el empleo de la ejecución del proyecto, tanto empleo directo como indirecto. Además, puede dar lugar a la creación de otros estudios que proporcionan más ocupación en zonas cercanas de Macas como es crear sucursales a futuro para prestar un mejor servicio, generando más plazas y con ello más ingresos que incrementan la demanda de servicios.

En este contenido se menciona que un cliente satisfecho es la mejor publicidad que podemos tener ya que se encarga de realizar el efecto multiplicador, incrementando nuestra clientela y siempre ofrecer un servicio post-venta para saber si el cliente se encuentra satisfecho.

3.5.2. EFECTOS SOBRE EL EMPLEO

Se mide el efecto del impacto que repercute en el empleo la ejecución del proyecto, tanto empleo directo como indirecto.

Desde el momento en que empezamos el plan se generara empleos indirectos y temporales como son las obras civiles, en el funcionamiento de la óptica se lograra el empleo directo que se contratara a personal especializado para que brinde un asesoramiento adecuado al cliente.

Cuadro 17: EMPLEOS GENERADOS PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ÓPTICA

Origen del efecto	Empleos generados
Técnico Industrial	Indirecto
Personal externo	Directo
Personal interno	Directo

ELABORADA POR: Las Autoras

3.6. IMPACTO AMBIENTAL

La grave crisis ambiental mundial es lo que nos conlleva analizar dentro del proyecto, pero nosotros somos una empresa de servicio que no afectara al medio ambiente, lo que se puede hacer es contribuir al desarrollo del medio ambiente como es tener tachos de basura donde se clasifique la basura y reciclar.

No puede seguirse manifestando que los recursos naturales son ilimitados, la conservación de éstos depende de la educación del hombre respecto a su visión de la naturaleza, que debe estar en armonía con los aspectos sociales, económicos y culturales.

3.7. COSTOS DEL PROYECTO

Dentro del proyecto de factibilidad se realizara un plan para determinar los costes en base a la consecución de los objetivos, al referirnos de los gastos financieros, debemos llevarlos a cabo en un plazo determinado en donde se establecen opciones y los recursos necesarios para lograrlo. En especial, un presupuesto de inversión se refiere a la estimación de los costos de inversión en que incurrirá un determinado proyecto para su funcionamiento a través de una comparación y selección de alternativas que mejor se ajusten a sus necesidades.

Para llevar a cabo el plan se realizara un presupuesto, que aboque a los desembolsos que se realizan de una sola vez para adquirir e instalar los recursos necesarios para el proyecto en un determinado periodo de tiempo, a estas costas se los conoce como gastos de inversión, “que en valores monetarios permite al inversionista conocer la magnitud de la inversión que deberá realizar en caso de que acepte poner en marcha un proyecto en particular”.¹²

Los costes del proyecto para la instalación de una óptica con las especificaciones descritas con anterioridad se han subdividido en tres importantes rubros para su mejor ubicación y comprensión, que en conjunto representan la principal fuente de información económica del Estudio Técnico:

- 1) Recursos Materiales.
- 2) Recursos Humanos.
- 3) Recursos Financieros.

Para la cuantificación de la inversión necesaria de cada rubro ha sido preciso llevar a cabo una investigación basada en la realización de cotizaciones con distintos proveedores, a modo de elegir los más convenientes para el proyecto en cuanto a

¹² CORRATALA Juan Martín; Gerenciamiento Estratégico de Costos; Editorial: Alfa omega; Ed 4; México 2013; pág. 277.

calidad, garantía, costo unitario, condiciones de pago, entrega, mantenimiento, entre muchos otros, que conduzcan a la mejor toma de decisiones en la adquisición de recursos y que respondan eficientemente con lo designado por el horizonte de planeación del estudio que se ha considerado como vida útil del mismo.

3.7.1. RECURSOS MATERIALES

Los gastos de inversión en recursos materiales se refieren a la valorización de las inversiones en obras físicas, equipo y servicios necesarios para la instalación y puesta en marcha de la investigación.

En la cuantificación de la inversión en obras físicas para la instalación de una Óptica con las características propuestas en este proyecto, se tomó en cuenta que necesitamos adquirir un local comercial para establecernos y buscar proveedores que nos faciliten de los equipos oftalmológicos requeridos y de los productos.

3.7.1.1. INFRAESTRUCTURA

Las especificaciones del local comercial para la instalación de una Óptica, en un espacio de 99m² corresponden a los parámetros de costos en cuanto a las adecuaciones que se harán dentro de las instalaciones siendo necesarios para su funcionamiento.

La mano de obra se obtendrá del mercado local, pues en este se encuentran una gran cantidad de personal capacitado en el área que operara para el diseño del negocio como es: el técnico industrial que se encarguen del boceto de los muros de aluminio y eléctrico que se encargue del sistema eléctrico.

Dentro de la obra se realizara algunas adecuaciones del local, para brindar un mejor servicio y una buena imagen, basándonos en el siguiente sistema:

Cuadro 18: UNIFORMATO DE SISTEMAS CONSTRUCTIVOS APLICABLE A ESTE PROYECTO

N°	SISTEMA	INCLUYE
1	Diseño interior.	Muros y acabados de aluminio.
2	Sistema eléctrico.	Iluminación. Sonido.
3	Acabados exterior e interior	Pintada del local

FUENTE: Ingeniero Industrial
ELABORADO POR: Las Autoras

Para el cálculo de los costos de edificación para la instalación de la Óptica, a continuación se presenta un balance de obras físicas en el que se especifican los requerimientos básicos para su construcción.

Cuadro 19: INFRAESTRUCTURA DEL PROYECTO

N°	Partida	Und. Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Diseño interior	M ²	99.00	20.20	2000.00
2	Sistema eléctrico	Puntos	15	20	300.00
3	Acabados exterior e interior.	M ²	99.00	8.08	800.00
				TOTAL	\$3100.00

FUENTE: Ingeniero Industrial
ELABORADO POR: Las Autoras

3.7.1.2. MOBILIARIO Y EQUIPO.

La inversión en mobiliario y equipo comprende todos aquellos rubros que intervendrán en la operación normal del proyecto, mediante las proformas con diferentes proveedores y fabricantes de estos recursos a modo de minimizar los costos, sin que ello signifique sacrificar la calidad de los mismos.

Cuadro 20: MOBILIARIO Y EQUIPO APLICABLE AL PROYECTO

CANTIDAD	EQUIPOS
1	Juego de sala
2	Televisión
3	Silla de escritorio
4	Counter
5	Escritorio
6	Archivadores
7	Vitrinas
8	Proyector
9	Espejos
10	Unidad de refracción
11	Lensometro digital
12	Set de Diagnostico
13	Auto refractómetro
14	Computadoras
15	Queratometro
16	Montura
17	Foroptero
18	Pupilemetro
19	Caja de pruebas
20	Computadoras

ELABORADO POR: Las Autoras

Para llevar a cabo el cálculo de los costos de edificación para la instalación de la óptica, a continuación se presenta un balance de equipos en el que se especifican los requerimientos básicos para su constitución:

Cuadro 21: BALANCE DE MOBILIARIO Y EQUIPO APLICABLE AL PROYECTO

N°	Partida	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Muebles y enseres	Juego de sala	1	\$ 600.00	\$ 600.00
2		Escritorio	3	\$ 300.00	\$ 900.00
3		Silla de escritorio	5	\$ 35.00	\$ 175.00
4		Counter	2	\$ 200.00	\$ 400.00
5		Vitrinas	4	\$ 150.00	\$ 600.00
6		Archivadores	2	\$ 150.00	\$ 300.00
7		Televisión	5	\$ 700.00	\$ 3 500.00
8		Proyector	2	\$ 500.00	\$ 1 000.00
9		Teléfono	3	\$ 60.00	\$ 180.00
10	Equipo médico científico	Unidad de refracción	2	\$ 1 800.00	\$ 3 600.00
11		Lensometro digital	2	\$ 1 500.00	\$ 3 000.00
12		Set de Diagnostico	2	\$ 900.00	\$ 1 800.00
13		Auto refractómetro	2	\$ 500.00	\$ 1 000.00
14		Espejos	3	\$ 100.00	\$ 300.00
15		Queratometro	2	\$ 5 000.00	\$ 10 000.00
16		Montura	2	\$ 300.00	\$ 600.00
17		Foroptero	2	\$1 070.00	\$ 2 140.00
18		Pupilemetro	1	\$ 1 240.00	\$ 1 240.00
19		Caja de pruebas	2	\$ 700.00	\$ 1 400.00
20		Equipo de computo	Computadoras	4	\$ 600.00
				TOTAL	25 295.00

ELABORADO POR: Las Autoras

Los resultados de los presupuestos aquí presentados se han obtenido proformas a los proveedores que nos facilitaran los equipos e instrumentos para una mejor instalación y presentación de la óptica.

El equipo médico científico a utilizar se obtendrá de una distribuidora de equipos oftalmológicos “Marilyn Importaciones”, estos equipos se obtienen del mercado extranjero ya que aquí no se elaboran, los muebles y enseres se adquirirán en el mercado local.

Los gastos de inversión se realizan una sola vez y dentro de los recursos materiales se necesitara un presupuesto, que se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro22: GASTOS DE INVERSION DE LOS RECURSOS MATERIALES

N°	PARTIDA	TOTAL
1	Infraestructura	\$ 3 100.00
2	Mobiliario y equipo	\$ 25295.00
	TOTAL	\$ 28395.00

FUENTE: Cuadro N° 19 y 21.
ELABORADO POR: Las Autoras

3.7.1.3. INVENTARIO

La disponibilidad de inventarios para el consumo conforman los recursos materiales también indispensables para el funcionamiento de la Óptica, los recursos útiles a este proyecto se muestran en los siguientes dos cuadros.

Cuadro 23: INVENTARIO

CANTIDAD	EQUIPOS
Varios	Papeles
Varios	Esferos
Varios	Borradores
Varios	Carpetas

Varios	Folders
Varios	Accesorios de oficina
2	Agua Embotellada
1	Cafetera
Varios	Vasos
Varios	Artículos de limpieza
Varios	Plaquetas y tornillos
Varios	Armazones
Varias	Gafas
Varias	Lunas
Varios	Colirios

ELABORADO POR: Las Autoras

Dentro de las materias e insumos hemos visto la necesidad de crear un área de cafetería para los clientes y una sala de espera para así mejorar nuestro servicio.

Cuadro 24: BALANCE DE INVENTARIO

N°	Partida	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Suministros y materiales de oficina	Papeles	Varios	\$ 12.00	\$ 12.00
2		Esferos	Varios	\$ 15.00	\$ 15.00
3		Borradores	Varios	\$ 5.00	\$ 5.00
4		Carpetas	Varios	\$ 10.00	\$ 10.00
5		Folders	Varios	\$ 30.00	\$ 30.00
6		Accesorios de oficina	Varios	\$ 50.00	\$ 50.00
7	Aparatos y accesorios de cafetería	Agua Embotellada	2	\$ 2.50	\$ 5.00
8		Cafetera	1	\$ 60.00	\$ 60.00

9		Vasos	Varios	\$ 15.00	\$ 15.00
10	Equipo de limpieza	Artículos de limpieza	Varios	\$ 70.00	\$ 70.00
11	Aparatos y accesorios ópticos (trimestral)	Plaquetas y tornillos	Varios	\$ 40.00	\$ 40.00
12		Armazones	Varios	\$ 3 000.00	\$ 3 000.00
13		Gafas	Varias	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00
14		Lunas	Varias	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00
15		Colirios	Varios	\$ 500.00	\$ 500.00
				TOTAL	\$ 6 812.00

ELABORADO POR: Las Autoras

Cuadro 25: BALANCE DE SERVICIOS BÁSICOS

N°	PARTIDA	COSTO MENSUAL
1	Agua Potable	\$ 15.00
2	Energía Eléctrica	\$ 60.00
3	Servicio Telefónico	\$ 40.00
	TOTAL	\$ 115.00

FUENTE: Elaboración propia en base a la información proporcionada por tesorería Municipio de Macas, Andinatel y Agua potable.

ELABORADO POR: Las Autoras

Como se detalla en los balances anteriores la inversión en recursos materiales también serán mensuales y quedara definida de la siguiente manera:

Cuadro 26: GASTOS MENSUALES Y TRIMESTRALES DE LOS RECURSOS MATERIALES

CONCEPTO	COSTOS
Inventario	6 812.00
Servicios básicos	115.00
TOTAL	\$ 6927.00

FUENTE: Cuadro N° 24 y 25

ELABORADO POR: Las Autoras

En conclusión dentro de los recursos materiales se necesitara realizar gastos de inversión que se realizaran una sola vez para constituir el negocio, pero también se necesitara materiales que serán mensuales, como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 27: GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LOS RECURSOS MATERIALES

CONCEPTO	COSTOS
Gastos de inversión	\$ 28 395.00
Gastos mensuales y trimestral	\$6 927.00
TOTAL	\$ 35322.00

FUENTE: Cuadro N° 22 y 26
ELABORADO POR: Las Autoras

3.7.2. RECURSOS HUMANOS.

La mano de obra constituye un importante recurso en la operación de un proyecto, por tal motivo, es necesario identificar y cuantificar el tipo de personal que la investigación requiere; así como determinar el costo en remuneraciones que ello implica.

Por lo tanto, al igual que se determinaron los balances de los recursos materiales necesarios para el proyecto en los cuadros anteriores, se presentará un balance de personal que sintetice la información concerniente a la mano de obra requerida y al cálculo del monto por su remuneración correspondiente.

REQUERIMIENTO DE PERSONAL

- **Personal externo:**
 - ✓ . Personal de limpieza.

- **Personal interno:**
 - ✓ Gerente General.
 - ✓ Secretaria / Información.
 - ✓ Optómetra.

- ✓ Asesor Comercial.
- ✓ Contabilidad / Cajera.

La Ciudad de Macas cuenta con estos profesionales que llenen fácilmente los requisitos, necesarios para ocupar estos puestos en que se requieran, dentro del personal interno lo conforman los dueños del negocio, en el área de Gerente general, Optómetra, Contador por lo cual ofrece las siguientes ventajas:

1. Por ser un negocio familiar quienes atiendan la óptica, se procurará ofrecer un mejor servicio a los clientes.
2. Se tiene un mayor control de las operaciones y manejo del negocio.
3. Se selecciona productos de calidad.
4. Se brinda un servicio personalizado, con personal calificado.

En lo que se refiera al personal externo que es la persona encargada de la limpieza laborara dieciocho horas a la semana, por tal razón se pagara la mitad del sueldo básico, motivo por el cual se incluye en el balance de personal, ya que los puestos ahí contemplados implican una remuneración mensual.

Cuadro 28: BALANCE DE PERSONAL

Cargo	Número de Puestos	Monto Mensual Por puesto	Monto Mensual Total
Personal externo			
Personal de limpieza	1	\$ 159.00	\$ 159.00
Personal interno			
Gerente General	1	\$ 550.00	\$ 550.00
Secretaria/ Información	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Optómetra	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Asesor Comercial	1	\$ 350.00	\$ 350.00

Contabilidad/Caja	1	\$ 400.00	\$ 400.00
		TOTAL	\$ 2 309.00

ELABORADO POR: Las Autoras

ESPECIFICACIONES:

Las remuneraciones que los trabajadores percibirán será dependiendo el cargo que ocupen en la Óptica se han propuesto en base a honorarios.

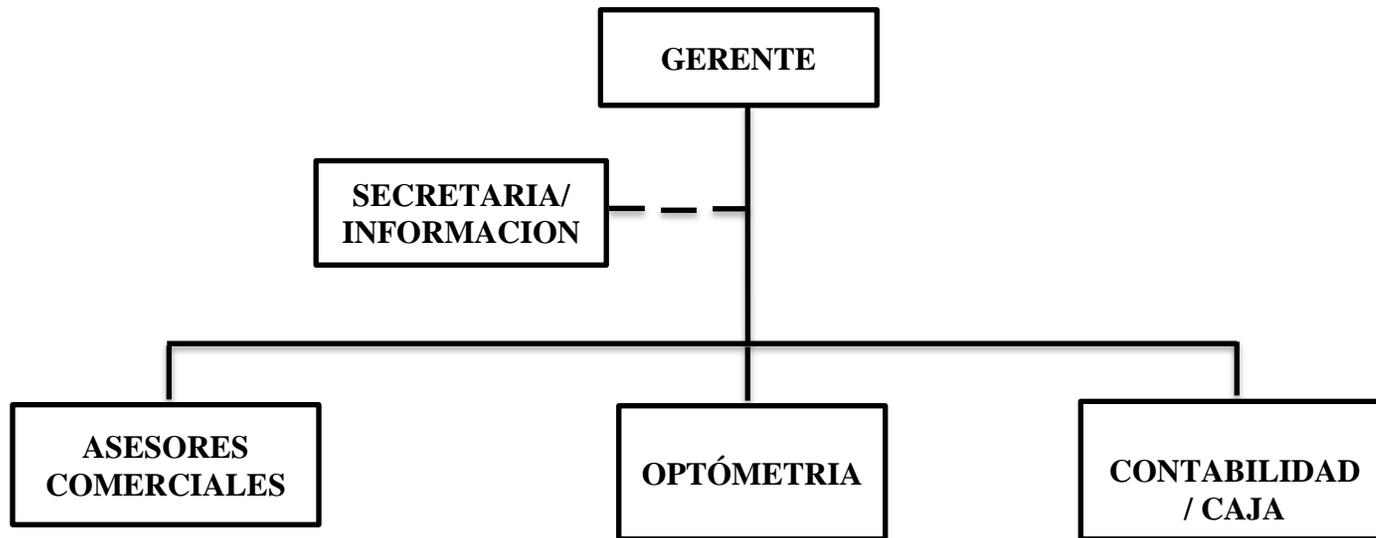
- El gerente general y optómetra desempeñara sus funciones en los siguientes horarios 9:30 a 13:30 y 15:00 a 19:00 horas. De lunes a sábados.
- El asesor comercial desempeñaran sus funciones en los siguientes horarios turno de 9:00 a 13:00 y 15:00 a 19:00 horas. De lunes a viernes y sábados de 9:00 a 13:00 horas.
- La contadora/ secretaria realizará sus labores de lunes a sábados en un horario de turno de 9:30 a 13:30 y 15:00 a 19:00 horas.
- Por lo que respecta a la persona encargada de la limpieza es externa a la organización contratado a través de una empresa de limpieza, que se encargara de desempeñar sus actividades de lunes a sábado, por dieciocho horas semanales, en un horario matutino 7:30 a 9:30 horas y nocturno de 18:00 a 19:00 horas

3.7.2.1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA ÓPTICA

Este apartado se refiere a la forma en que queda conformada la organización del personal que labora en una empresa durante su proceso normal de operación.

A continuación se presenta esquemáticamente una jerarquización vertical descendente de los puestos que se contemplan en este proyecto, dadas las especificaciones de personal requerido.

**Figura 9: ORGANIGRAMA DE LA ÓPTICA
(Puestos)**



ELABORADO POR: Las Autoras

3.7.2.2. MANUAL DE FUNCIONES

La óptica Santa Lucia aplicara el manual de funciones en donde se asignen a cada colaborador sus tareas y responsabilidades para con la empresa.

OBJETIVO

- Promover el desarrollo comercial de la empresa a través de la participación de sus colaboradores.
- Fortalecer la administración social y económica de la empresa.
- Atender satisfactoriamente la demanda de nuestros clientes.

TÍTULO: GERENTE

NATURALEZA: Planear, coordinar, dirigir, controlar y evaluar todas las actividades del negocio.

CARACTERÍSTICAS: Este puesto se caracteriza por su responsabilidad administrativa, civil y penal; como también establecer políticas y estrategias que sirvan para el marco de referencia para la toma de decisiones.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Responsable de que se cumplan los volúmenes y presupuestos establecidos.
- Analizar las evaluaciones de cumplimiento de metas y toma de correctivos necesarios.
- Supervisar de todo el personal.
- Autorizar pagos a proveedores.
- Responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas administrativas.

TÍTULO: SECRETARIA/ INFORMACIÓN

NATURALEZA: Atender, organizar, coordinar actividades de apoyo para el gerente y brindar información al cliente.

CARACTERÍSTICAS: Este puesto se caracteriza por informar al paciente., atender llamadas telefónicas, reuniones y archivar.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Brinda información al cliente
- Emite certificados médicos
- Entrega y recibe correspondencia
- Mantiene en absoluta reserva la información a la que tiene acceso.
- Separa turnos
- Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.

TÍTULO: OPTÓMETRA

NATURALEZA: Atender a los pacientes

CARACTERÍSTICAS: Se encarga de realizar los exámenes visuales y recetar a los pacientes.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Informar al pacientes
- Adaptar lentes de contacto y armazón
- Realizar exámenes visuales
- Recetar a los pacientes
- Realizar rehabilitación visual
- Envía tratamientos visuales
- Realiza pruebas visuales

TÍTULO: ASESORES COMERCIALES

NATURALEZA: Asesorar a los pacientes

CARACTERÍSTICAS: Se encarga de recomendar a los pacientes en cuanto a la selección del producto que desea.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Brindar un buen servicio a los clientes y una buena imagen
- Dar un seguimiento al cliente el servicio pos venta
- Cumplir con los objetivos

TÍTULO: CONTABILIDAD / CAJA

NATURALEZA: Recauda dinero

CARACTERÍSTICAS: Se encarga de los cobros al paciente.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

- Recauda el dinero de consultas y lentes
- Recibe abonos
- Liquida ventas recauda de las operaciones diarias
- Responsable de la facturación diaria
- Prepara comprobantes de ingresos de caja y sus depósitos en el banco
- Declarar en el SRI
- Afiliaciones y aportaciones
- Roles de pago
- Lleva la contabilidad

Con el fin de mantener buenas relaciones entre colaboradores se crea el manual de funciones para que se sientan cómodos y se identifiquen con la organización, para así todos trabajar por un mismo fin y propósito.

3.7.3. RECURSOS FINANCIEROS.

Los recursos financieros para un proyecto de inversión son los medios monetarios útiles para solventar los requerimientos del monto total de inversión necesario para llevar a cabo su realización.

Para el desarrollo y puesta en marcha de este plan, los recursos financieros se obtendrán de un préstamo crediticio proveniente de la banca comercial, dicho

prestación se realizara en el Banco de Fomento por un monto de \$ 25 000.00 y la diferencia serán aportaciones de los socios.

3.8. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN.

El cronograma de inversión se realiza en base al factor tiempo, necesario para la realización de las inversiones aplicables al proyecto en su etapa pre operativa, con la finalidad de determinar el tiempo de ejecución requerido para todas y cada una de las actividades que se contemplan en el mismo.

Para dicho propósito se ha fijado un plazo de 4 meses para la realización del presente proyecto de inversión.

Cuadro 29: CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

CONCEPTO	MESES			
	1	2	3	4
Constitución legal de la empresa	■			
Realización de requisitos legales		■		
Ampliación y adecuaciones		■	■	
Contrato de servicio telefónico.			■	
Adquisición de mobiliario y equipo.				■
Adquisición de materia prima.				■
Contratación de personal				■

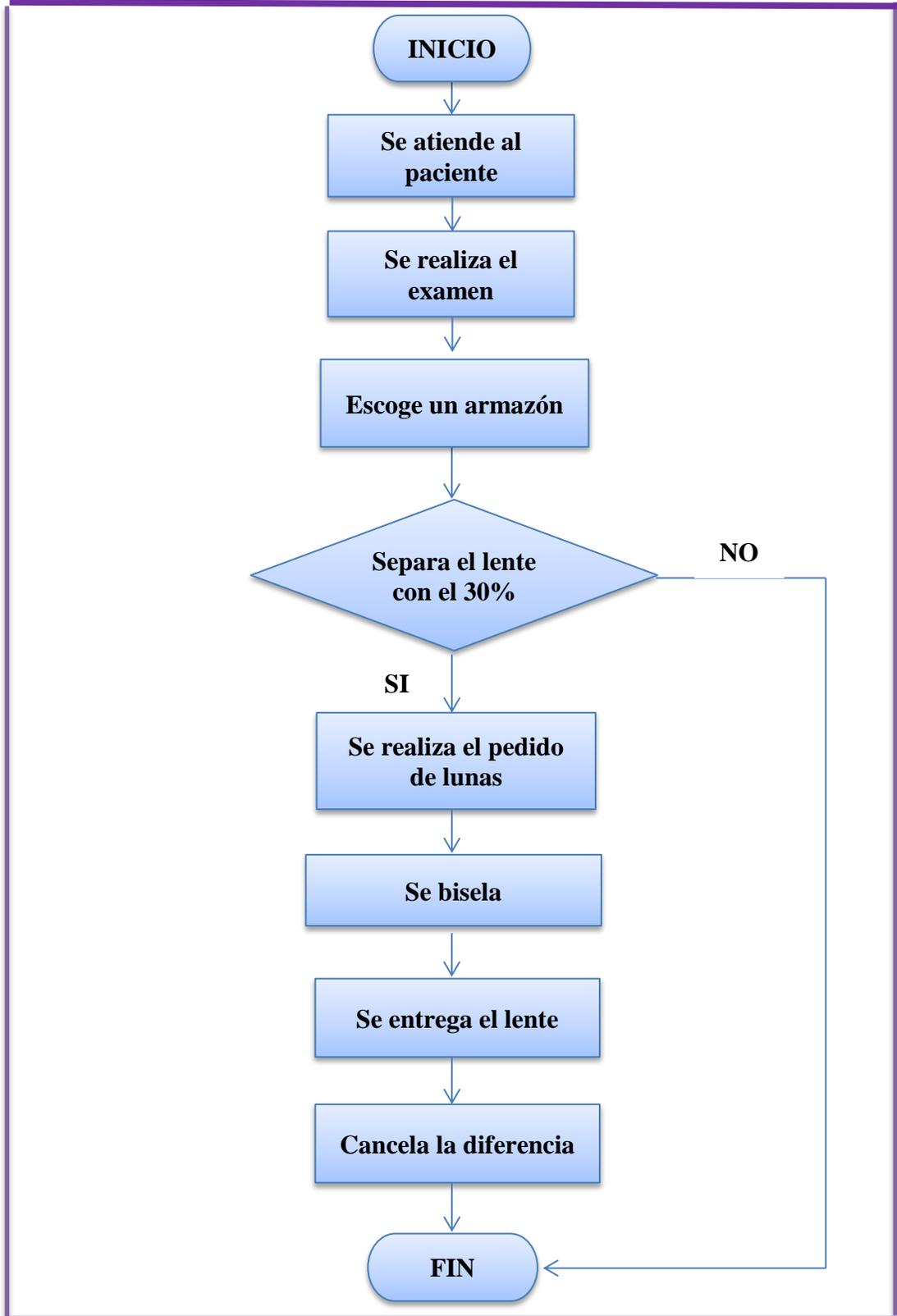
FUENTE: Elaboración propia

3.8.1. DIAGRAMA DE PROCESOS

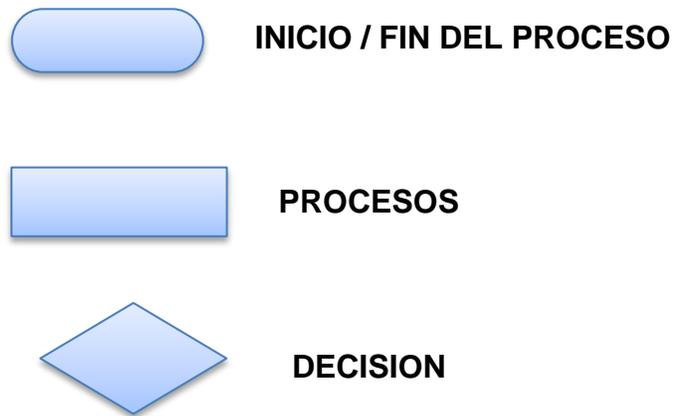
Se realiza el diagrama de procesos, porque es una herramienta grafica que nos ayuda a mantener un mejor análisis e interpretación de los procesos.

Con el diagrama mantendremos la secuencia que vamos a realizar dentro del proyecto para alcanzar los objetivos deseados.

Figura 10: DIAGRAMA DE PROCESOS



FORMAS UTILIZADAS EN EL FLUJOGRAMA



3.9. ESTRUCTURA LEGAL.

La estructura legal se refiere a una serie de reglas y códigos de normatividad que en materia fiscal, sanitaria, civil y penal debe sujetarse todo proyecto de inversión y actividad empresarial, por encontrarse incorporado a un determinado marco jurídico.

Por esa razón este aspecto en especial, es de vital importancia para la realización de un proyecto de inversión ya que en ella se toma en cuenta el marco jurídico al que habrá que acatarse para el mejor aprovechamiento de los recursos de que se dispone, evitando en lo más posible futura complicación de ésta índole.

La organización legal que se contempla en este proyecto, responde a disposiciones legales de tipo local, es decir, aquellas reglamentaciones y decretos jurídicos vigentes que establecen las autoridades municipales de Macas para la instalación de una óptica. Por lo cual es importante prever detalladamente cada requerimiento legal para un giro de esta naturaleza y evitar futuros problemas que impliquen alguna sanción o multa que afecte la operatividad normal de la óptica.

Por lo tanto, los requerimientos legales que se establecen para este proyecto son los siguientes:

ALINEAMIENTO Y USO DE SUELO.

- Pago predial

RESTRICCIONES A LAS OCUPACIONES.

- Sacar el permiso a los bomberos constando con los extinguidores, las áreas de evacuación, señalización.
- Permisos del Ministerio de Salud, sacando el permiso de sanidad para esto se necesita realizar:
 - Exámenes médicos a todos los colaboradores de sangre y heces
 - Certificado de salud y una foto
 - Compra solicitud en tesorería
 - Copia de la cedula
 - Acta de inspección

OCUPACIONES

- Pago de la permiso de funcionamiento en Tesorería del Municipio.
- Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos en la licencia y en el permiso sanitario, se otorga la autorización de uso y ocupación, constituyéndose desde ese momento el propietario en el responsable de la operación, a fin de satisfacer sus condiciones de seguridad e higiene.
- Al poseer el dictamen aprobatorio de uso de suelo, deberá acompañarse del visto bueno de seguridad y operación.
- Inspección de los bomberos
- Inspección del Ministerio de Salud
- Dicho visto bueno debe renovarse anualmente.

Se debe cumplir con todos estos requisitos con el fin de garantizar las condiciones de habitabilidad, funcionamiento, higiene, acondicionamiento ambiental, comunicación, seguridad en emergencia, seguridad estructural en base a disposiciones legales aplicables.

REQUERIMIENTOS DE HIGIENE, SERVICIOS Y ACONDICIONAMIENTO AMBIENTAL.

- La edificación deberá estar provista de servicios sanitarios y de acondicionamiento en general según la densidad de ocupación del establecimiento.

REQUERIMIENTOS DE COMUNICACIÓN Y PREVENCIÓN DE EMERGENCIAS.

- La distancia desde cualquier punto en el interior del local deberá ser a una puerta, circulación horizontal, deberá encontrarse a una distancia cercana a la vía pública para el rápido desalojo de las personas que se encuentren en el interior de la misma, en caso de algún siniestro o percance.

PREVISIONES CONTRA INCENDIO.

- Se debe contar con las instalaciones y equipos necesarios para prevenir y combatir incendios, los cuales tendrán que estar colocados en lugares de fácil acceso con señalamientos claramente visibles que indiquen su ubicación.
- Los equipos y sistemas contra incendios deberán mantenerse en condiciones de funcionar en cualquier momento para lo cual deberán ser revisados y probados periódicamente. Después de ser usados deberán de ser recargados de inmediato y colocados de nuevo en su lugar y el acceso a ellos deberá.

INSTALACIONES.

- Las instalaciones eléctricas, hidráulicas, sanitarias, contra incendio, telefónicas, de comunicación y todas aquellas que se coloquen en la óptica, serán las que indique el proyecto y deberán garantizar la eficiencia de las mismas, así como la seguridad del local comercial, trabajadores y usuarios.

SERVICIOS

- Los servicios de agua potable, energía eléctrica, y línea telefónica deberán contratarse de manera independiente.

LICENCIAS

Trámites para la licencia de funcionamiento

- Contrato de alquiler.
- Copia de la escritura de constitución de la empresa inscrita en el registro público.
- Copia de documentos que acrediten el pago de tributos como predial.
- Copia del comprobante de inscripción del RUC.

OTROS REQUISITOS

- Proceder a la protocolización de la constitución legal de la empresa por medio de un notario público.
- Garantizar la calidad de los equipos oftalmológicos.
- Brindar un adecuado mantenimiento a los equipos oftalmológicos.
- Realizar capacitaciones al personal, en cuanto manejo de los equipos oftalmológicos.
- El contador será el encargado de cumplir con algunas obligaciones:
 - ✓ Registrar a todos los colaboradores en el Ministerio de Relaciones Laborales (el ingreso).
 - ✓ Sacar el RUC de la empresa.

- ✓ Realizar los avisos de entrada al Seguro Social.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

La empresa debe poseer la respectiva identificación tributaria (RUC) para poder funcionar normalmente y de esta manera poder pagar sus obligaciones tributarias. Para obtener el RUC se presenta los siguientes documentos en el Servicio de Rentas Internas:

- ❖ Formulario 01-A con los datos completos y firmado por el representante legal (sin borrones ni enmendaduras).
- ❖ Formulario 01-B datos de la ubicación de la sociedad (sin borrones ni enmendaduras).
- ❖ Original y copia de la cedula de identificación y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ❖ Original y copia del nombramiento legalizado ya sea:
 1. Inscrito en el registro mercantil para las sociedades bajo la Superintendencia de Compañías.
 2. Reconocimiento de firmas para las sociedades de hecho.
 3. Abalizado por el organismo regulador para las sociedades sin fines de lucro.
 4. Copia del último pago de agua, energía eléctrica o teléfono del lugar donde funciona la sociedad a nombre del representante legal, accionistas o socios.
 5. Si el inmueble donde funciona la sociedad es arrendada también tiene que traer una copia del último pago de algún servicio básico y el contrato de arrendamiento legalizado.
 6. Carta suscrita por el contador indicando su relación laboral o contractual con el contribuyente, copia de cedula de identidad, papeleta de votación del contador.

3.9.1. FORMA SOCIETARIA

La empresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada.

Constitución

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, en todo caso las palabras “Compañía limitada” o su abreviatura.

Bajo esta constitución podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguro, capitalización y ahorro.

Capital

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el superintendente de Compañías. Los aportes en numerario se depositaran en una cuenta especial de “Integración de Capital”, que será abierta en banco a nombre de la compañía de formación. Los certificados de depósitos de tales aportes se protocolizaran con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO

Dentro del estudio económico financiero que conforma el cuarto capítulo, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior del Estudio Técnico; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Esta etapa de la investigación está orientada a determinar los montos de las inversiones que son prescindibles efectuar en el proyecto, “desarrollada las proyecciones de ingresos y egresos para la vida útil del proyecto, hay que definir cómo se va a financiar los recursos o inversiones necesarias para efectuar posteriormente la evaluación a través de los flujos de cajas que nos permitan conocer la viabilidad del proyecto”¹³.

Aquí comprenderá el monto de los recursos económicos necesarios (costos e inversiones) que implica la realización del estudio de factibilidad de la óptica previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación, para que la información que se refleje en el estudio financiero sea ajustada a la realidad.

4.1. OBJETIVOS

- Determinar el monto de inversión total requerida y el tiempo en que será realizada.
- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.

¹³ FLORES URIBE Juan Antonio; Plan de Negocios: para pequeñas empresas; Editorial: Ediciones de la U; Ed 5; Bogotá – Colombia 2012; pág. 346.

- Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- Analizar costos y gastos incurridos.
- Sintetizar la información económico-financiera a través de los indicadores financieros.
- Determinar el punto de equilibrio analítico y gráfico del proyecto.

4.2. FINANCIAMIENTO

Por lo general los proyectos cuentan con dos fuentes básicas de recursos financieros: fuentes propias y fuentes externas.

Buscamos que la óptica sea financiada por capital propio y financiado por una entidad crediticia, los accionistas serán los responsables de cumplir con esta obligación bancaria, también serán los encargados de realizar aportaciones, las utilidades generadas y que se retendrán en la empresa una vez que opere y sobre las que no se declaran dividendos en efectivo, con este financiamiento buscamos tener estabilidad, es decir que con estos valores buscamos producirlos para recuperar nuestra inversión y ver nuestros frutos.

4.3. PLAN DE INVERSIONES

Antes de realizar una inversión, siempre es necesario conocer la viabilidad del proyecto factibilidad para conocer si el negocio es rentable y no arriesgarnos a un mercado a ciegas. En este punto se reflejara las decisión a tomar es decir, si invertir o no en una empresa, y se plasmará en el destino que se dará a unos fondos financieros para obtener una serie de recursos necesarios para la realización de un determinado proceso productivo.

Al referirnos en este punto de plan de inversiones hay que hacer referencia a lo que se denomina de forma genérica activos fijos, que constituyen una inversión a largo

plazo y es una parte de la inversión global de la empresa, es decir que para insertar la Óptica en el mercado requerimos de activos fijos como son los equipos necesarios para la medición de la vista, escritorios, computadoras, y demás equipos oftalmológicos.

4.3.1. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN

La cuantía de las inversiones previas a la puesta en marcha del proyecto de factibilidad, nos ayudara a evaluar posteriormente de manera económica.

Para tal efecto, el monto de inversión total requerido se sintetiza en tres segmentos:

- 1) Inversión Fija.
- 2) Inversión Diferida.
- 3) Capital de Trabajo.

4.3.1.1. INVERSIÓN FIJA

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación.

4.3.1.2. INVERSIÓN DIFERIDA

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del plan.

4.3.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto, cuya función consta en financiar el desfase que se

produce entre los egresos y la generación de ingresos de la empresa, o bien, financiar la primera producción antes de percibir ingresos.

Cuadro 30: MATRIZ DE INVERSIONES

INVERSIONES	CANT	UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
<u>INVERSIÓN FIJA</u>				\$ 37 635.00
Muebles y enseres				7 655.00
Juego de sala	1	\$ 600.00	\$ 600.00	
Escritorio	3	\$ 300.00	\$ 900.00	
Silla de escritorio	5	\$ 35.00	\$ 175.00	
Counter	2	\$ 200.00	\$ 400.00	
Vitrinas	4	\$ 150.00	\$ 600.00	
Archivadores	2	\$ 150.00	\$ 300.00	
Televisión	5	\$ 700.00	\$ 3 500.00	
Proyector	2	\$ 500.00	\$ 1 000.00	
Teléfono	3	\$ 60.00	\$ 180.00	
Equipo médico científico				24 480.00
Unidad de refracción	2	\$ 1 800.00	\$ 3 600.00	
Lensometro digital	2	\$ 1 500.00	\$ 3 000.00	
Set de Diagnostico	2	\$ 900.00	\$ 1 800.00	
Auto refractómetro	2	\$ 500.00	\$ 1 000.00	
Espejos	3	\$ 100.00	\$ 300.00	
Queratometro	2	\$ 5 000.00	\$ 10 000.00	
Montura	2	\$ 300.00	\$ 600.00	
Foroptero	2	\$1 070.00	\$ 2 140.00	
Pupilemetro	1	\$ 1 240.00	\$ 1 240.00	
Caja de pruebas	2	\$ 700.00	\$ 1 400.00	
Equipo de computo				2 400.00

Computadoras	4	\$ 600.00	\$ 2 400.00	
Infraestructura				3 100.00
Acabados			3 100.00	
<u>INVERSION INTANGIBLE</u>				\$ 1 900.00
Gastos de Constitución (anexo 3)			800.00	
Permisos (anexo 3)			300.00	
Estudios (anexo 3)			800.00	
<u>CAPITAL DE TRABAJO (mensual)</u>				\$ 9 836.00
Inventario			6 812.00	6 812.00
Costos Indirectos				115.00
Energía Eléctrica			60.00	
Agua Potable			15.00	
Servicio Telefónico			40.00	
Gastos Administrativos				2 559.00
Sueldos (anexos 4)			2 309.00	
Arriendo (anexos 4)			250.00	
Gastos Financieros				350.00
Interés (interés)			350.00	
TOTAL			\$ 49 371.00	\$ 49 371.00

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

4.4. INVERSIÓN TOTAL

El monto de inversión total requerido para la instalación de la Óptica se resume a continuación:

Cuadro 31: INVERSIÓN TOTAL

CONCEPTO	MONTO
Inversión Fija	\$ 37 635.00
Inversión Intangible	\$ 1 900.00
Capital de Trabajo (mensual)	\$ 9 836.00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 49 371.00

FUENTE: Elaboración propia en base al cuadro 30
ELABORADO POR: Las Autoras

4.4.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.

El presupuesto de ingresos y egresos se refiere a la información de carácter monetario que resulta de la operación de una empresa en determinado periodo de tiempo. “Ambos presupuestos proporcionan una estimación de entrada y salida de efectivo; útil para la realización del estado de resultados (estado de pérdidas y ganancias) y punto de equilibrio, para posteriormente dar paso a la evaluación económica del proyecto en sí”¹⁴

4.4.1.1. CALCULO DE INGRESOS

Se consideró que aproximadamente la Óptica tendrá un promedio de 30 pacientes semanales, es decir que se atenderá un promedio de cinco pacientes por día, lo que nos arroja un resultado mensual de 120 pacientes, es decir que anualmente se atenderá un promedio de 1440 pacientes, teniendo en cuenta que este total incluye la venta de gafas, lentes de contacto y lentes de armazón.

Ventas anuales: 1440 pacientes * 70 promedio por lentes = 100 800.00

Los ingresos se proyectaran con la tasa de inflación que a diciembre de 2012 es de 4.16%

¹⁴ RINCÓN SOTO Carlos Augusto; Presupuestos Empresariales; Editorial: Eco Ediciones; Ed 2: Bogotá Colombia 2011; pág. 356.

Cuadro 32: CALCULO DE LOS INGRESOS

Unidades Mensuales	Unidades Anuales	Precio de Venta	Precio Total
120	1440	\$ 70.00	\$ 100 800.00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Las Autoras

Este presupuesto presenta el monto de ingresos generados por la venta de los servicios y productos que se ofrecen la Óptica por los siguientes conceptos:

- **SERVICIOS:** Exámenes Visuales.
- **PRODUCTOS:**
 - Venta de Lentes de Contacto.
 - Venta de Gafas.
 - Venta de Armazones y lunas.

4.4.1.2. EGRESOS

Este presupuesto se clasificara en costos fijos y variables, considerando que los fijos no sufren alteración alguna, son constantes y los variables están relacionados con la producción de la empresa.

A continuación se presenta de manera desglosada la cuantificación de las partidas:

Cuadro 33: MATRÍZ DE COSTOS

	FIJO	VARIABLE	TOTAL
Inventario	6 812.00		6 812.00
Costos Indirectos			3 264.00
Energía Eléctrica		60.00	
Agua Potable		15.00	
Servicio Telefónico		40.00	

Depreciaciones (anexo 5)	2 769.00		
Amortizaciones (anexo 6)	380.00		
Gastos Administrativos			30 708.00
Sueldos (anexo 4)	27 708.00		
Arriendo(anexo 4)	3 000.00		
Gastos de Venta			715.00
Publicidad	715.00		
Gastos Financieros			4 200.00
Interés (interés)	4 200.00		
Costo	45 584.00	115.00	
COSTO TOTAL	\$ 45 699.00		\$ 45 699.00

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

Cuadro 34: COSTO DE VENTAS

DETALLE	VALOR
Inventario	6 812.00
Costos Indirectos	3 264.00
Gastos Administrativos	30 708.00
Gastos de Venta	715.00
Gastos Financieros	4 200.00
TOTAL	\$ 45 699.00

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

4.4.1.3. ESTADO DE RESULTADOS

Estimaciones de ingresos

También conocido como estado de pérdidas y ganancias, porque precisamente en él se muestran los resultados obtenidos por la empresa en términos de utilidades o pérdidas en un determinado periodo (generalmente un año) como consecuencia de sus operaciones. Su importancia radica en calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo que de manera general representan el beneficio real que dicha empresa haya podido generar.

El cuadro siguiente muestra el estado de resultados proyectado de cinco años posteriores al 2012.

Cuadro 35: MATRIZ DE ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	1	2	3	4	5
Ventas (cuadro 32)	100800,00	104993,28	109361,00	113910,42	118649,09
Costo de Ventas	45699,00	47600,00	49580,16	51642,69	53791,03
Utilidad Bruta	55101,00	57393,28	59780,84	62267,73	64858,06
(-)Gastos Operacionales					
(-) Gastos Administrativos (cuadro 34)	30708,00	31985,45	33316,04	34701,99	36145,59
(-) Gastos de Ventas (cuadro 34)	715,00	744,74	775,72	807,99	841,60
(-) Gastos Financieros (cuadro 34)	4200,00	4374,72	4556,71	4746,27	4943,71
Utilidad de Operación	19478,00	20288,37	21132,37	22011,48	22927,16
(-) 15% Part. Trabajadores	2921,70	3043,26	3169,86	3301,72	3439,07
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	16556,30	17245,11	17962,51	18709,76	19488,09
(-) Impuesto a Renta	505,36	588,01	676,50	763,77	857,71
Utilidad Neta	16050,94	16657,10	17286,01	17945,99	18630,38

FUENTE: Investigación
 ELABORADO POR: Las Autoras

4.4.1.4. FLUJO DE CAJA

Es un instrumento muy útil para determinar y controlar la liquidez de la empresa o del proyecto, se considera como el instrumento más importante para manejar una firma. “Teóricamente el Flujo neto de efectivo es la diferencia entre ingresos y egresos de una empresa que vuelve a ser utilizado en su proceso productivo, lo que representa disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir aquellos costos y gastos en que incurre la empresa, lo que le permite obtener un margen de seguridad para operar durante el horizonte del proyecto, siempre y cuando dicho flujo sea positivo”¹⁵.

El resultado del flujo neto de efectivo de este proyecto será utilizado en técnicas de evaluación en el siguiente capítulo **Evaluación Económica** para determinar la rentabilidad. Como se verá a continuación, el flujo neto de efectivo comprenderá la utilidad neta proyectada durante un periodo de cinco años y los montos correspondientes al pago por amortización y depreciación de los activos de la empresa.

¹⁵ MIRANDA MIRANDA Juan José; Gestión de Proyectos: Identificación. Formulación Evaluación, Financiera, económica, ambiental; Editorial: M.M. Editores; Edición: 5; México 2005; pág. 438.

Cuadro 36: FLUJO DE CAJA

DETALLE	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		100800,00	104993,28	109361,00	113910,42	118649,09
Valor de salvamento (anexo 5)						11447,50
(-) Costo de ventas		45699,00	47600,00	49580,16	51642,69	53791,03
Utilidad Bruta		55101,00	57393,28	59780,84	62267,73	64858,06
(-) Gastos Administrativos (cuadro 34)		30708,00	31985,45	33316,04	34701,99	36145,59
(-) Gastos de Ventas (cuadro 34)		715,00	744,74	775,72	807,99	841,60
(-) Gastos Financieros (cuadro 34)		4200,00	4374,72	4556,71	4746,27	4943,71
Utilidad Operacional		19478,00	20288,37	21132,37	22011,48	22927,16
(-) 15% Part. Trabajadores		2921,70	3043,26	3169,86	3301,72	3439,07
Utilidad Impuesto a la Renta		16556,30	17245,11	17962,51	18709,76	19488,09
(-) Impuesto a Renta		505,36	588,01	676,50	763,77	857,71
Utilidad Neta		16050,94	16657,10	17286,01	17945,99	18630,38
(+) Depreciaciones (anexo 5)		2769,00	2769,00	2769,00	2769,00	2769,00
(+) Amortización intangible (anexo 6)		380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
(-) Amortización Bancaria (anexo 7)		5509,34	5738,53	5977,24	6225,89	6484,88
Inversión Fija (cuadro 31)	-37635,00					
Inversión Intangible (cuadro 31)	-1900,00					
Capital de Trabajo (cuadro 31)	-9836,00					
Rec. Capital de Trabajo						9,836,00
Flujo de Caja	-49371,00	13690,60	14067,57	14457,77	14869,10	15294,50

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

El flujo no contempla cargos financieros por préstamos crediticios ya que el proyecto será realizado con recursos propios en su totalidad.

Como se observa en el cuadro anterior, la Óptica una vez puesto en operación, generará flujos de efectivo positivos; mayores a los que se tendrían si se hubiese recurrido a fuentes de financiamiento externo, puesto que los cargos financieros (pago del monto de préstamo + intereses) producirían una disminución en los beneficios reales.

4.5. EVALUACIÓN Y ANALISIS FINANCIERO

La evaluación es la herramienta mediante la cual se analiza los resultados obtenidos en el proyecto, para determinar su viabilidad económica.

Para sacar conclusiones sobre la situación financiera de una empresa, es necesario llevar a cabo análisis financieros, para medir las condiciones en las cuales se encuentra y el grado de eficiencia de su administración en la empresa.

Con esto se identifica sus principales problemas o inconvenientes y las áreas donde se están presentando dichos inconvenientes. Esto se logra mediante la aplicación de las técnicas contempladas en el análisis financiero, con lo cual se determinan los puntos débiles y fuertes de la empresa, así como también su tendencia general.

4.5.1. OBJETIVO

- Determinar la viabilidad económica y financiera.

4.5.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

- Determinar el Valor Actual Neto.
- Calcular la Tasa Interna de Retorno.

- Determinar la Relación Beneficio Costo.
- Calcular el punto de equilibrio.
- Conocer el periodo mínimo de recuperación para la inversión.

4.5.2.1. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto VAN, es un procedimiento que 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 flujos de caja 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.¹⁶

Se debe considerar que:

- ✓ Si el VAN de un proyecto es positivo, el proyecto es factible.
- ✓ Si el VAN de un proyecto es negativo, el proyecto no es factible.
- ✓ Si el VAN de un proyecto es cero, el proyecto es independiente.

Para deducir el VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir de la sumatoria de la inflación acumulada 4.16% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4.53%, es decir 8.69%.

¹⁶CRUZ, Luis GUZMAN, Oscar. NOBOA, Paul. Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión: Una aplicación práctica Ed. Asociación María Augusta, Quito, 2009

Cuadro 37: VALOR ACTUAL NETO

Dólares

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL NETO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL ACUMULADO
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-49371,00	1	-49371,00	-49371,00
1	13690,60	0,9200	12596,00	-36775,00
2	14067,57	0,8465	11908,03	-24866,97
3	14457,77	0,7788	11259,85	-13607,12
4	14869,10	0,7165	10654,33	-2952,79
5	15294,50	0,6593	10082,94	7130,15

FUENTE: Flujo de Caja cuadro 36
ELABORADO POR: Las Autoras

El valor actual neto es de \$ 7130.15 al ser mayor a cero el proyecto es factible.

4.5.2.2. TASA INTERNA DE RETORNO

Representa en definitiva, porcentualmente cuando el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión realizada.

Dicha evaluación permitirá conocer que tan rentable será la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos deberán ser analizados por el o los inversionistas para determinar si se ejecuta o no el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna se requiere un VAN negativo próximo a cero, para lo cual se aplicara una tasa de descuento del 16.90% (tasa determinada, con la cual el VAN negativo se acerca a cero), para la aplicación de la fórmula de la misma.

Cuadro 38: VALOR ACTUAL NETO

Dólares

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL NETO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL ACUMULADO
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-49371,00	1	-49371,00	-49371,00
1	13690,60	0,8554	11710,86	-37660,14
2	14067,57	0,7318	10294,14	-27366,00
3	14457,77	0,626	9050,19	-18315,81
4	14869,10	0,5355	7962,08	-10353,73
5	15294,50	0,4581	7005,88	-3347,85

FUENTE: Flujo de Caja cuadro 36

ELABORADO POR: Las Autoras

$$\text{TIR} = t_1 + ((t_2 - t_1) (VAN_1 / (VAN_1 - VAN_2)))$$

$$\text{TIR} = 8.69 + (16.90 - 8.69) (7130.15 / (7130.15 - (-3347.85)))$$

$$\text{TIR} = 8.69 + (8.21) (7130.15 / 10478)$$

$$\text{TIR} = 8.69 + (8.21) 0.680487688$$

$$\text{TIR} = 8.69 + 5.586803923$$

$$\text{TIR} = 14.276 = 14.28\%$$

La tasa interna de retorno es de 14.28 y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

4.5.2.3. RELACION BENEFICIO – COSTO

Cuadro 39: INGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL NETO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUAL ACUMULADO
		$1 / (1 + i)^n$		
1	13690,60	0,9200	12596,00	12596,00
2	14067,57	0,8465	11908,03	24504,03
3	14457,77	0,7788	11259,85	35763,88
4	14869,10	0,7165	10654,33	46418,21
5	15294,50	0,6593	10082,94	56501,15

FUENTE: Flujo de Caja cuadro 36
ELABORADO POR: Las Autoras

R b/c = Ingresos Actualizados / Egresos Actualizados

R b/c = \$ 56501.15 / \$ 49 371.00

R b/c = \$ 1.15 = 1.15

El proyecto muestra una relación Beneficio – Costo de 1.15 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene un retorno de 0.15 centavos por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

4.5.2.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinara hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

Cuadro 40: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODOS	INVERSION	FLUJOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	\$ 49 371,00		
1		13690,60	13690,60
2		14067,57	27758,17
3		14457,77	42215,94
4		14869,10	57085,04
5		15294,50	72379,54

FUENTE: Flujo de Caja cuadro 36
ELABORADO POR: Las Autoras

Como se puede observar la recuperación será entre el tercero y cuarto año, para determinar exactamente se realiza una regla de tres, considerando que, si \$ 14 869.10 (cuarto año) se hace, el faltante para recuperar la inversión que es \$ 7 155.06 (\$ 49 371.00 - \$ 42 215.94) en que tiempo se hará:

FLUJOS	AÑOS
14 869.10	1
7 155.06	= 0.4812

Para el cálculo más exacto se transformara 0.6380 años a meses a través de una regla de tres.

AÑOS	MESES
1	12
0.4812	= 5.7744

El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 5 meses, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

4.5.2.5. RESUMEN INDICADORES

Cuadro 41: Resumen Indicadores

INDICADOR	VALOR
VAN	\$ 7130,15
TIR	14.28%
R B/C	1.15
PRI	3 años 5 meses

FUENTE: Cuadros 37, 38, 39, 40
ELABORADO POR: Las Autoras

4.5.2.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción que deberá mantener una empresa para cubrir todos sus costos de operación, sin incurrir en pérdidas o utilidades.

El nivel de equilibrio se alcanza cuando los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables, siendo ese el nivel en el cual no se pierde ni gana dinero.

Su principal utilidad consiste en que se puede calcular el punto mínimo de producción al que debe operar la empresa para no contraer pérdidas; al igual que determinar el nivel al que tendrá que producir y vender un bien o servicio, para que el beneficio que ello genere sea suficiente para cubrir todos sus costos de producción.

A continuación, se presenta el punto de equilibrio del proyecto durante el horizonte de planeación, mediante el uso de dos métodos:

- 1) Analítico.
- 2) Gráfico.

El primer método consiste en comparar o relacionar los costos y gastos de una empresa para determinar el punto en que no se generen ni se pierdan utilidades.

El segundo permite visualizar el vértice donde se unen las ventas y los costos totales; punto en el que se encuentra el punto de equilibrio en relación a la capacidad de trabajo en que opera la empresa.

Para el cálculo del punto de equilibrio se representa a continuación los siguientes datos:

Cuadro 42: PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ventas Totales	100800	104993,28	109361	113910,4	118649,1
Costos Fijos					
Inventario	6812,00	7095,38	7390,55	7698,00	8018,24
Sueldos y Salarios	30708	31985,45	33316,04	34701,99	36145,59
Depreciaciones	2769,00	2769,00	2769,00	2769,00	2769,00
Amortización intangible	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
TOTAL	40669,00	42229,83	43855,59	45548,99	47312,83
Costos Variables					
Energía Eléctrica	60	62,5	65,1	67,81	70,63
Agua Potable	15	15,62	16,27	16,95	17,66
Servicio Telefónico	40	41,66	43,39	45,2	47,08
TOTAL	115	119,78	124,76	129,96	135,37

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

FORMULA 1: Unidades

$$PE = \frac{CF}{PV - CVU}$$

$$PE = \frac{40669,00}{70 - 0.08}$$

PE = 581.65 = 582 UNIDADES

Costo Fijo	\$ 40669,00
Costo Variable Unitario	\$ 0.08
Capacidad de Producción	1 440
Precio de Venta	\$ 70.00

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera:

FORMULA 2: Ventas 2013

$$PE = \frac{CF}{1 - (CV / VT)}$$

$$PE = \frac{40669,00}{1 - (115 / 100800)}$$

PE = 40 715.46 VENTAS

Ventas	\$ 100800
Costo Fijo	\$ 40669,00
Costo Variable	\$ 115

$$\text{PORCENTAJE} = \frac{\text{PE}}{\text{VT}} * 100$$

$$\% = (40\,715.46 / 100\,800) * 100$$

$$\% = 40.39$$

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado determinó resultados positivos, en el cual se demuestra que la demanda insatisfecha es mayor que la oferta, obteniendo un 68% de aceptación para la creación de una nueva óptica en la Ciudad de Macas en el año 2013.
- Las personas encuestadas reflejan en su mayoría que preferirían adquirir un producto y servicio de calidad en la Ciudad de Macas para así evitar, trasladarse a otros lugares.
- El rubro más alto es en lo que se refiere a los costos de los equipos médicos.
- Por medio de la investigación de campo pudimos establecer que el 38% corresponde a que en una familia al menos 1 persona tiene problemas visuales.
- Después de haber realizado la evaluación del proyecto, mediante la aplicación de fórmulas técnicas financieras que muestran que la óptica es factible desde el punto de vista económico – financiero, se obtuvieron los siguientes resultados:
 - ✓ Punto de Equilibrio: 582 unidades
 - ✓ Periodo de Recuperación de la Inversión: 3 años 5 meses
 - ✓ Valor Actual Neto: \$ 7130,15
 - ✓ Tasa Interna de Retorno: 14.28%
 - ✓ Relación Beneficio / Costo: \$ 1.15

5.2. RECOMENDACIONES

- Aprovechar la aceptación que la óptica tendrá en el mercado, pues las ventas son el pilar fundamental de una empresa y con una correcta gestión de la misma y calidad en el servicio, acompañado de la alta demanda insatisfecha existente, la empresa tendrá amplias posibilidades de crecimiento y sostenibilidad.
- Tener cuidado y diligencia en lo que respecta a los permisos ya que podría ocasionar demoras y gastos imprevistos, por los requisitos de adecuación que exigen.
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores de los armazones, gafas, lunas, pues al comprar grandes cantidades de las mismas, se deberá pedir descuentos y que el precio se mantenga estable.
- Explotar el mercado con deficiencias visuales.
- Aprovechar los indicadores económicos financieros del proyecto que demuestra la factibilidad del proyecto y se recomienda ponerlo en marcha el plan de la óptica.

RESUMEN

La presente tesis es un proyecto de factibilidad para la creación de una óptica que preste un servicio integral, brinde cuidado y protección de la salud visual en la Ciudad de Macas Provincia de Morona Santiago, con lo que se aportará al desarrollo de la ciudad ofreciendo un producto y servicio de calidad. Se han utilizado encuestas con las cuales se obtuvieron principalmente las preferencias en cuanto a los gustos de los potenciales consumidores y todo lo que relaciona al nicho de mercado.

Dentro de la propuesta se ha manipulado un formato de proyecto pre establecido el cual nos ha llevado desde el estudio de mercado, pasando por el estudio técnico, el estudio financiero y la evaluación financiera.

Se han obtenido resultados favorables, el proyecto tiene un buen rendimiento para el inversionista pues la inversión se recuperaría dentro de tres años cinco meses, además el resultado positivo en lo que se refiere al valor actual neto y la relación beneficio costo, con una tasa interna de retorno del 14.28%, superior a la tasa de oportunidad.

Dado que en el desarrollo del proyecto se han encontrado variables que afecta directamente en la parte financiera, como es el costo de los productos ópticos, que es uno de los rubros más difíciles de manejar por su alto costo, por lo que se recomienda hacer alianzas estratégicas con los proveedores de las mismas para mantener constante los costos, por otro lado se recomienda aprovechar la aceptación que tienen el servicio y el producto dentro del mercado y ponerlo en marcha.

SUMMARY

This thesis is a feasibility project for the creation of an optics that provides a comprehensive service, offers care and protection of the visual health in the city of Macas at Morona Santiago province, that will contribute to the development of the city offering a product and quality service. They have been used surveys with which the preferences were obtained principally in regard to the likes of potential consumers and everything that relates to the niche market.

Within the proposal it has been handled a format of pre-established project which has taken us from the market study, through the technical, financial study and financial evaluation.

With favorable results, the project has a good performance for the investor because the investment will be recovered within three years five months, in addition, of a positive result in what refers to the net present value and the benefit cost ratio, with an internal rate of return of 14.28%, higher than the rate of opportunity.

Since in the development of the project have been found variables that directly affect the financial part, as is the cost of optical products, which is one of the items more difficult of handling for its high cost, therefore it is recommended to do strategic alliances with the providers of the same ones to maintain constant the costs, on the other hand it is recommended to make use of the success that the service and the product have inside the market and put in into effect.

BIBLIOGRAFÍA

- * Allen Kathleen. (2012) *Empresarismo Construye tu Negocio*. 2ª Ed. Bogotá, McGraw-Hill. Pág. 516.
- * Case Karl; Fair Ray. (2009) *Principios de Macroeconomía*. 8ª Ed. México, Pearson Educación. Pág. 480
- * Córdoba Padilla Marcial. (2011) *Formulación y Evaluación de Proyectos*. 2ª Ed. Bogotá, Ecoe Ediciones. Pág. 337.
- * Gold Daniel. (2006) *Oftalmología de Bolsillo*. 5ª Ed. México, Marban. Pág. 1134.
- * Nordhaus William; Samuelson; Dieck Paúl. (2010) *Macroeconomía con Aplicaciones a Latinoamérica*. 19ª Ed. México, McGraw-Hill. Pág. 476.
- * Sapag Chain Nassir; Sapag Chain Reinaldo. (2007) *Preparación y Evaluación de Proyectos*. 5ª Ed. Bogotá, McGraw-Hill. Pág. 439.
- * Spalton David. (2006) *Atlas de Oftalmología Clínica*. 3ª Ed. Chile, Elsevier. Pág. 722.
- * Thompson Arthur. (2012) *Administración Estratégica Teoría y Casos*. 18ª Ed. Bogotá, McGraw-Hill. Pág. 449.
- * Flores Uribe Juan Antonio. (2012) *Plan de Negocios para pequeñas Empresas*. 5ª Ed. Bogotá, Ediciones de la U. Pág. 346.
- * Corratola Juan Martín. (2013) *Gerenciamiento Estratégico de Costos*. 4ª Ed. México, Alfa omega. Pág. 277.

* Rincón Soto Carlos Augusto. (2011) Presupuestos Empresariales. 2ª Ed. Bogotá, Eco Ediciones. Pág. 356.

* Miranda Miranda Juan José. (2005) Gestión de Proyectos: Identificación- Formulación- Evaluación- Financiera- Económica- Social- Ambiental. 5ª Ed. Bogotá, M.M. Editores. Pág. 436.

LINOGRAFÍA

* <http://es.wikipedia.org/wiki/Macas>

* <http://es.wikipedia.org/wiki/Visión>

*<http://www.macas.gov.ec/modulos>.

* www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html.

* www.inec.gob.ec.

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta

ENCUESTA USUARIOS

DIRIGIDO: Habitantes de la Ciudad de Macas

ALCANCE: Creación de una Óptica

OBJETIVO: Identificar como se encuentra el mercado optométrico, referentes a los precios, al servicio y a la calidad que brinda las Ópticas ubicadas en esta

SEXO:

FEMENINO: _____

MASCULINO: _____

1. ¿Le gustaría a Ud. que se cree una nueva óptica en la Ciudad de Macas?

- c) **Si**
d) **No**

PORQUE?-----

2. ¿Cuántos miembros de su familia presentan algún problema visual?

- f) **1 persona**
g) **2 personas**
h) **3 personas**
i) **Más de 3 personas**
j) **Ninguno**

PORQUE?-----

3. ¿Se ha realizado usted examen visual en los últimos seis meses?

- e) **Si**
f) **No**

PORQUE?-----

4. ¿Cada qué tiempo se realiza usted un examen visual?

- e) 6 meses
- f) 1 año
- g) 2 años
- h) Más de 2 años

PORQUE?-----

5. ¿Usted posee o ha utilizado algunos de los siguientes accesorios, elementos o ayuda para mejorar su visión?

- f) Gafas
- g) Cirugías
- h) Lentes de contacto
- i) Tratamiento
- j) Ninguno

PORQUE?-----

6. ¿Por qué razón no usa ninguna ayuda para mejorar su visión?

- f) No necesita
- g) Dinero
- h) No le interesa
- i) Estética
- j) Desconocimiento

PORQUE?-----

7. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

- e) 100 - 250
- f) 300 - 400
- g) 500 - 600
- h) Más de 600

PORQUE?-----

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la adquisición de los lentes?

- e) \$ 55
-
-
-
-

- f) \$ 65
- g) \$ 75
- h) Más de \$ 75

PORQUE?-----

9. ¿Cuáles son los factores más importantes que usted tomaría en cuenta al momento de decisión de compra?

- h) Calidad
- i) Precio
- j) Cercanía
- k) Atención
- l) Facilidad de pago
- m) Imagen del negocio
- n) Otros

PORQUE?-----

10. ¿Tiene alguna óptica de preferencia?

- c) Si
- d) No

PORQUE?-----

11. ¿De las siguientes opciones escoja las características que le gustaría que le brinda su óptica?

- f) Atención
- g) Facilidad de pago
- h) Precio
- i) Calidad
- j) Otros

PORQUE?-----

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Minuta de constitución de compañías de responsabilidad limitada

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, las señoras: **VANESSA PAULINA CARRASCO VILLACRES** con cedula de identidad 060376845-8 y **MONSERRATH KERLY QUISIGUÑA GUADALUPE** con cedula de identidad 060438146-7.

Todos los comparecientes son mayores de edad, el primero casado y el último soltero, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la Ciudad de Riobamba.

SEGUNDA.- CONSTITUCIÓN.- Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía de responsabilidad limitada OPTICA SANTA LUCIA CIA. LTDA., que se registrá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- ESTATUTO.- La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se registrá por el estatuto que se expone a continuación:

CAPÍTULO PRIMERO

NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, MEDIOS, DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

Artículo Primero.- Naturaleza, nacionalidad y denominación.- La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será de OPTICA SANTA LUCIA CÍA. LTDA.". Esta sociedad se constituye como una compañía de responsabilidad limitada de nacionalidad ecuatoriana y se registrá por las Leyes ecuatorianas y por el

presente estatuto, en cuyo texto se le designará posteriormente simplemente como “la Compañía”.

Artículo Segundo.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la Ciudad de Macas, Provincia de Morona Santiago, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley y a este estatuto.

Artículo Tercero.- Objeto social.- El objeto social de la compañía es brindar un servicio visual y productos oftalmológicos. Para la consecución del objeto social, la compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

Artículo Cuarto.- Duración.- El plazo de duración de la compañía es de 30 años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

Artículo Quinto.- Disolución y liquidación.- La Junta General podrá acordar la disolución anticipada de la compañía antes de que venza el plazo señalado en el artículo cuarto. Disuelta la Compañía, voluntaria o forzosamente, el procedimiento de liquidación será el contemplado en la Ley de la materia.

CAPÍTULO SEGUNDO

CAPITAL SOCIAL Y PARTICIPACIONES

Artículo Sexto.- Capital social.- El capital social de la Compañía es de veinte y cinco mil dólares de los Estados Unidos de América, dividido en veinte y cinco mil (25000) participaciones sociales iguales acumulativas e indivisibles de un dólar cada una. Los

Certificados de Aportación serán firmados por el Presidente y el Gerente General de la Compañía.

Artículo Séptimo.- Participaciones.- Las participaciones estarán representadas en certificados de aportación no negociables. Cada participación da derecho a un voto en la Junta General, así como a participar en las utilidades y demás derechos establecidos en la ley o en el estatuto social.

Artículo Octavo.- Transferencias de participaciones.- La propiedad de las participaciones no podrá transferirse por acto entre vivos sin la aprobación unánime del capital social expresado en junta general. La cesión se hará por escritura pública, a la que se incorporará como habilitante la certificación conferida por el Gerente General de la compañía respecto al cumplimiento del mencionado requisito. En el libro de participaciones y socios se inscribirá la cesión y luego se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario. De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

CAPÍTULO TERCERO

ÓRGANO DE GOBIERNO: LA JUNTA GENERAL

Artículo Noveno.- Junta general y atribuciones.- Es el Órgano Supremo de gobierno de la

Compañía, formado por los socios legalmente convocados y constituidos. Será presidida por el Presidente de la Compañía, y ejercerá la secretaría el Gerente General, sin perjuicio de que la junta designe Presidente y secretario a falta de éstos.

Son atribuciones de la Junta General los siguientes:

a) Resolver sobre la prórroga del plazo de duración de la compañía, su disolución anticipada, la reactivación, el aumento o disminución del capital, la transformación, fusión, o cualquier otro asunto que implique reforma del Contrato Social o Estatuto;

- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Conocer y aprobar el informe del Gerente General, así como las cuentas y balances que presenten los administradores;
- d) Aprobar la cesión de las participaciones sociales y la admisión de nuevos socios;
- e) Disponer que se inicien las acciones pertinentes contra los administradores, sin perjuicio del ejercicio de este derecho por parte de los socios, de acuerdo a la Ley;
- f) Interpretar obligatoriamente las cláusulas del Contrato Social, cuando hubiere duda sobre su inteligencia;
- g) Designar al Presidente y al Gerente General, fijar sus remuneraciones, y removerlos por causas legales, procediendo a la designación de sus reemplazos, cuando fuere necesario;
- h) Acordar la exclusión de los socios de acuerdo con la Ley;
- i) Autorizar la constitución de mandatarios generales de la Compañía;
- j) Autorizar al Gerente General la realización de contratos cuya cuantía exceda de mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (1000 USD), así como de actos de disposición de bienes inmuebles de la Compañía;
- k) Las demás que no hubieren sido expresamente previstas a algún órgano de administración.

Artículo Décimo.- Juntas ordinarias.- Se reunirán al menos una vez al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres primeros meses siguientes a la finalización del respectivo ejercicio económico. En estas Juntas deberá tratarse al menos sobre lo siguiente:

- a) Conocer el informe anual del Gerente General, las cuentas y el estado de pérdidas y ganancias, el balance general, y acordar la resolución correspondiente;
- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Cualquier otro asunto constante en la convocatoria.

Artículo Décimo Primero.- Convocatorias.- La convocatoria a Junta General se hará mediante comunicación escrita dirigida a cada socio en la dirección registrada por cada

uno de ellos y por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, por lo menos con ocho días de anticipación al día fijado para la reunión sin contar el día de la convocatoria ni el de la reunión. La convocatoria especificará el orden del día, el lugar y hora exactos de la reunión y llevará la firma de quien la convoque. En caso de segunda convocatoria, ésta deberá expresar claramente que la junta se reunirá con el número de socios presentes. Esta convocatoria no podrá modificar el objeto de la primera, ni demorar la reunión más de treinta días de la fecha fijada para la primera reunión. Las Juntas Generales, sean ordinarias o extraordinarias, serán convocadas por el Gerente General, o por el Presidente en ausencia de aquel, sin perjuicio de la facultad conferida a los socios de acuerdo al artículo ciento veinte de la Ley de Compañías.

Artículo Décimo Segundo.- Instalación y quórum decisorio.- Para que la Junta General se encuentre válidamente constituida en primera convocatoria, deberán hallarse presentes los socios que representen al menos más de la mitad del capital social. En segunda convocatoria podrá reunirse la Junta General con el número de socios presentes, siempre que así se haya expresado en la convocatoria respectiva. Las resoluciones se adoptarán con el voto favorable de los socios que representen la mitad más uno del capital social suscrito concurrente a la reunión. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Para la instalación de la Junta se procederá por Secretaría a formar la lista de los asistentes, debiendo hacer constar en la lista a los socios que consten como tales en el Libro de Participaciones y Socios. Para la verificación del quórum de instalación no se dejará transcurrir más de cuarenta y cinco minutos de la hora fijada en la convocatoria. En lo demás se estará a lo dispuesto en la Ley.

Artículo Décimo Tercero.- Representación.- Los socios pueden hacerse representar ante las Juntas Generales de Socios, para ejercer sus derechos y atribuciones, mediante carta o poder dirigida al Presidente de la misma. Cada socio no puede hacerse representar sino por un solo mandatario cada vez, cualquiera que sea su

número de participaciones. Asimismo, el mandatario no puede votar en representación de otra u otras participaciones de un mismo mandante en sentido distinto, pero la persona que sea mandataria de varias participaciones puede votar en sentido diferente en representación de cada uno de sus mandantes.

Artículo Décimo Cuarto.- De las actas.- Las deliberaciones de la Junta General se asentarán en un acta, que llevará las firmas del Presidente y del Secretario de la junta. En el caso de juntas universales, éstas podrán reunirse en cualquier parte del territorio nacional; pero deberán firmar el acta todos los asistentes que necesariamente deben representar el 100% del capital social, bajo pena de nulidad. De cada junta se formará un expediente con la copia del acta y de los demás documentos que justifiquen que las convocatorias se hicieron en la forma prevista en la Ley y los Estatutos; se incorporarán además los demás documentos que hubieren sido conocidos por la junta. Las actas se elaborarán a través de un ordenador o a máquina, en hojas debidamente foliadas, que podrán ser aprobadas en la misma sesión, o a más tardar dentro de los quince días posteriores.

Artículo Décimo Quinto.- Juntas Generales Extraordinarias. - Se reunirán en cualquier tiempo, en el domicilio principal de la compañía, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Artículo Décimo Sexto.- Juntas Generales y Universales.- La Junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar, dentro del territorio de la República, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la junta. En cuanto al quórum decisorio se estará a lo previsto en el artículo duodécimo de este estatuto. Las Actas de 1as Juntas Universales serán firmadas por todos los asistentes, bajo pena de nulidad.

CAPÍTULO CUARTO

ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN: EL PRESIDENTE Y EL GERENTE GENERAL

Artículo Décimo Séptimo.- La compañía se administrará por un Gerente General y/o el Presidente, que tendrán las atribuciones y deberes que se mencionan en las cláusulas que siguen. El Gerente General ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía.

Artículo Décimo Octavo.- Del Presidente de la Compañía.- El Presidente será nombrado por la Junta General para un período de tres años, pudiendo ser reelegido indefinidamente; podrá ser o no socio de la Compañía.

CAPITULO QUINTO

DISOLUCION Y LIQUIDACION

Artículo Décimo Quinto.-La disolución y liquidación de la compañía, se regla por las disposiciones contenidas en la Ley de Compañías y este estatuto. El encargado será el Presidente Administrador y, a su falta, la persona que designe la Junta General de Socios.

Artículo Décimo Sexto.- La muerte de un socio no termina la compañía.

Artículo Décimo Séptimo.- A la liquidación de la compañía, el remanente del patrimonio será distribuido entre los socios, en proporción al capital pagado de cada socio.- **DISPOSICIÓN GENERAL.-** Todo lo no previsto en este estatuto, será conocido y resuelto por la Junta General de Socios.

CLÁUSULA CUARTA.- DECLARACIONES.- Uno.- El capital con el que se constituye la compañía es de VEINTE Y CINCO MIL DÓLARES AMERICANOS, los mismos que se encuentran suscritos y pagados en su totalidad por todos los socios fundadores, a razón de VEINTE Y CINCO MIL DÓLARES AMERICANOS por cada uno, dividido en QUINCE (25000) aportaciones de UN MIL DÓLARES AMERICANOS CADA UNO.- **Dos.-** Los socios fundadores, por unanimidad, nombran el socio, la señorita

MONSERRATH QUISIGUIÑA GUADALUPE, Presidente Administrador de la Compañía, para el período determinado en el estatuto y, le autorizan para que realice todos los trámites y gestiones pertinentes conducentes a la legalización y aprobación de la escritura constitutiva de la compañía y su inscripción en el Registro Mercantil y todos los trámites pertinentes para que pueda operar la compañía. Usted, señor Notario, se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para la plena validez del contrato de constitución de la compañía.

Usted, Señor Notario, se dignara añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Vanessa Carrasco Villacres

CI: 060376845-8

Monserrath Quisiguiña Guadalupe

CI: 060438146-7

Anexo 3: TABLA DE GASTOS DE CONSTITUCION

ITEM	TOTAL
Constitución Cía. Ltda.	400.00
Trámites Legales	230.00
Patente Municipal	50.00
Notario	120.00
Permiso de Funcionamiento	300.00
Estudio de Mercado – técnico	800.00
SUMAN	\$ 1 900.00

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

Anexo 4: GASTOS ADMINISTRATIVOS

ITEM	ANUAL	MENSUAL
Sueldos y Salarios	27 708.00	2 309.00
Arriendo	3 000.00	250.00
TOTAL		30 708.00

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

Anexo 5: CUADRO DE DEPRECIACIONES

DETALLE	VALOR	%	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL
DEPRECIACION FIJA								
Muebles y enseres	7 655.00	10	765.50	765.50	765.50	765.50	765.50	\$3 827.50
Equipo médico científico	15 240.00	10	1 524	1 524	1 524	1 524	1 524	\$7 620.00
Equipo de computo	2 400.00	20	480	480	480	480	480	\$ 0.00
TOTAL			\$ 2769	\$ 2769	\$ 2769	\$ 2769	\$ 2769	\$ 11 447.50

FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Las Autoras

Anexo 6: CUADRO DE AMORTIZACION

DETALLE	VALOR	%	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL
INVERSION INTANGIBLE								

Gastos de Constitución	800.00	20	160	160	160	160	160	\$ 0.00
Permisos	300.00	20	60	60	60	60	60	\$ 0.00
Estudios	800.00	20	160	160	160	160	160	\$ 0.00
TOTAL			\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	\$ 380	

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Las Autoras

Anexo 7: TABLA DE AMORTIZACION

PERIODO	DEUDA	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA FIJA
2012	35000,00	4200	5.509,34	9709,34
2013	29.490,66	3538,88	6.170,46	9709,34
2014	23.320,20	2798,42	6.910,92	9709,34
2015	16.409,28	1969,11	7.740,23	9709,34
2016	8.669,05	1040,29	8.669,05	9709,34
TOTAL		13546,70	35000,00	48546,70