

Estudio de factibilidad para la implementación de la imprenta UPEC para atender la demanda de los usuarios de la comunidad universitaria.

(Entregado 16/03/2015 – Revisado 23/03/2015)

**Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM)
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC - ECUADOR)**



**Yadira Liliana Suárez
Delgado**

Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing, de la
Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

e-mail: yadira.suarez@upec.edu.ec

Resumen

En el proyecto investigativo se identificó las necesidades que tienen los usuarios de la comunidad universitaria en cuanto a servicios de imprenta, determinado así la posibilidad de implementar una Imprenta en la Institución.

La problemática que existe al momento de requerir un servicio de imprenta dentro de la institución, permitió establecer objetivos necesarios para el desarrollo del proyecto.

Se usaron investigaciones similares para el sustento del proyecto y generar nuevos conceptos, además, se fundamentó de forma legal y filosófica para el desarrollo de la propuesta.

La modalidad de investigación utilizada para el desarrollo del proyecto fue cuali-cuantitativa esto visualizó un estudio claro, profundo y conciso en cuanto a frecuencias y características de requerimientos además, el proyecto se enfoca a tres tipos de investigaciones exploratoria, bibliográfica y de campo. Se aplicaron 304 encuestas y tres entrevistas una dirigida a una de las

áreas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y dos dirigidas a las imprentas más demandas por los usuarios.

Las encuestas fueron tabuladas y analizadas, obteniendo resultados de la situación real del mercado en cuanto a la demanda insatisfecha; con ello se procedió a desarrollar el estudio de factibilidad, iniciando con un estudio técnico (localización de la planta, ingeniería del proyecto, el diseño de productos a ofrecer, procesos de producción, organigrama estructural y marco legal de la imprenta).

Luego un estudio financiero abarcando un análisis de indicadores tales como valor actual neto, tasa interna de retorno, costos beneficio, periodo de recuperación y sensibilidad entre otros, los mismos que permitieron identificar la factibilidad del proyecto.

Palabras clave: *estudio de mercado; estudio técnica; estudio financiero; análisis de sensibilidad, demanda insatisfecha.*

Abstract

In the research project were identified the needs that users of the university community have regarding printing services, thus determined the possibility of implementing a Printing in the institution.

The problematic that exists at the time of require a printing service within the institution, allowed to set needs objectives for the development of project.

Similar researches were used to sustain the project and generate new concepts, moreover, it was based on legal and philosophical from to development of the proposal.

The research method used for the project was qualitative and quantitative this visualized a clear, deep and concise study related to frequencies and characteristics of requirements the project also focuses on three types of exploratory, bibliographic and field research. 304 surveys and three interviews were administered one addressed to one of the areas of the State Polytechnical University of Carchi and two to the printing most requested by users.

The surveys were tabulated and analyzed, obtaining results of the real market situation in terms of unmet demand; thus we proceeded to develop the feasibility study, starting with a technical study (location of the plant, engineering project, the design of products to offer, production processes, organizational structure and legal framework).

Then a financial study covering an analysis of indicators such as net present value, internal rate of return, cost benefit, recovery period and sensitivity among others, the same that allowed to identify the feasibility of the project.

Keywords: market research; technical study; financial study; sensitivity analysis, unmet demand.

1. Introducción

El presente proyecto investigativo trata de un estudio de factibilidad para la creación de una imprenta dentro de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) ubicada en la ciudad de Tulcán, con el fin de que los usuarios de la comunidad universitaria puedan adquirir estos servicios en cualquier momento, mediante el estudio de mercado se observó que existe la necesidad de estos servicios por ello se realizó un estudio factible y favorable para la apertura de esta nueva imprenta con el fin de cubrir la mayor parte de demandantes de estos servicios.

El problema principal que surge a la comunidad universitaria es que las imprentas actuales no cubren las necesidades como diagramación, calidad de impresión, hora de entrega y sobre todo costos ya que muchos de ellos no guardan relación con la calidad del producto, por tal razón se desarrolló este estudio, permitiendo satisfacer sus necesidades y requerimientos en esta nueva imprenta, ubicada en un sitio estratégico a disposición a la comunidad universitaria.

En primera instancia se desarrolló un estudio dentro de la UPEC, con el objetivo de analizar gustos, preferencias y necesidades de estos servicios.

Posteriormente se analizó la localización, costos de producción, diseño de los productos a ofrecer, proceso de producción, equipos y maquinarias a usar, organigrama estructural, requisitos para el funcionamiento de la empresa entre otros que son de igual manera necesarios para implementar la imprenta UPEC. Además se aplicó entrevistas a los principales competidores, seleccionados en base a los resultados que arrojaron las encuestas, las imprentas más demandadas por los usuarios. La Imprenta UPEC está ubicada cerca de sus clientes potenciales ofreciendo servicios innovadores, creativos y de calidad además, un servicio de centro copiado logrando que el cliente se sienta atendido en sus requerimientos y necesidades generando satisfacción al usuario.

2. Materiales y métodos

Para el desarrollo del proyecto investigativo se tomó en cuenta la modalidad cuali-cuantitativa ya que se pudo desarrollar un estudio más profundo, claro y preciso para la implementación de esta nueva imprenta, permitiendo buscar oportunidades de mejora para atender la demanda de los usuarios de la comunidad universitaria.

Mediante la investigación cuali-cualitativa se manejó números y características de la población a investigar, basándose a análisis de las conductas humanas como experiencias, actitudes, gustos y preferencias además, aplicación de fórmulas y cuadros estadísticos, obteniendo información concreta con porcentajes reales para la implementación de la imprenta UPEC. Toda la información cuali-cualitativa fue de suma importancia ya que nos permitió establecer conclusiones y criterios propios sobre la realidad actual que el cliente aprecia al solicitar los servicios de imprenta.

Los siguientes tipos de investigaciones que se utilizó para el desarrollo del proyecto son:

Investigación Exploratoria: Esta investigación está enfocada a la solución de problemas mediante métodos que permitan recolectar información. Al aplicar este tipo de investigación se establecerá las necesidades que tienen los usuarios de la comunidad universitaria y en cuanto a la cobertura de esta nueva imprenta.

Investigación Bibliográfica: Este tipo de investigación nos permite acudir a diferentes fuentes de información como libros, revistas, páginas web para consultar datos relacionados al tema. A través de esta investigación ayudó a obtener conocimientos más visibles en cuando al estudio de factibilidad para la implementación de la imprenta UPEC mediante el rastreo de fuentes bibliográficas.

Investigación de campo: Esta investigación nos ayuda a obtener información de la situación real. Este tipo de investigación permitió observar la realidad de los usuarios de la comunidad universitaria en cuanto a la necesidad de servicios de imprenta. Se recabo información con la ayuda de un instrumento la encuesta, aplicando una muestra a 304 usuarios de la comunidad universitaria aleatoriamente.

3. Resultados y la discusión

Los requerimientos más demandados por los usuarios de la comunidad universitaria son: atención, calidad, confiabilidad, precio y puntualidad estos servicios serán tomados muy en cuenta mediante la recepción y entrega de trabajos. Ellos consideran que las imprentas deben caracterizarse por la entrega puntual y la calidad de los trabajos para evitar pérdidas de tiempo del cliente y el precio deberá ser relacionado con la calidad que exija el cliente.

Los usuarios de la comunidad universitaria requieren un servicio de imprenta y consideran que es necesario de acuerdo a la actividad que ejerza ya sea como estudiante, docente o personal administrativo. La necesidad de un servicio de imprenta principalmente está enfocada al personal administrativo y egresados ya que requieren como parte del cumplimiento de la normativa para la presentación de sus trabajos de tesis, mientras que los docentes no consideran pertinente dichos servicios, como se muestra en la gráfica siguiente:

Tabla No. 1: Alternativas de necesidad de imprenta.

Alternativas	frecuencia	%
Si	153	50,3
No	151	49,7
TOTAL	304	100,0

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de Campo

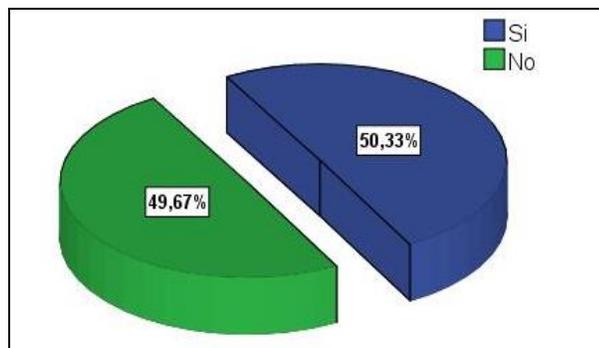


Gráfico No. 1: Alternativas de necesidad de imprenta

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de campo

Los usuarios de la comunidad universitaria requieren servicios de imprenta en forma periódica (semestral o anual). La necesidad que se observa es por la razón de que la Universidad Politécnica Estatal del Carchi educa semestralmente a sus estudiantes y partiendo de ellos surgen dichas necesidades en tiempos largos, como se muestra en la gráfica siguiente:

Tabla No. 2: Alternativas de frecuencia de requerir servicios de imprenta

Alternativas	frecuencia	%
Semanal	3	1,0
Mensual	6	2,0
Semestral	80	26,3
Anual	64	21,1
TOTAL	153	50,3

Elaborado por: Yadira Suárez
 Fuente: Investigación de Campo

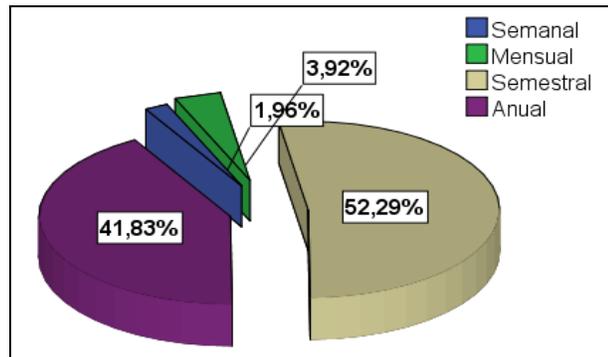


Gráfico No.2: Alternativas de frecuencia de requerir servicios de imprenta

Elaborado por: Yadira Suárez
 Fuente: Investigación de campo

Dentro del mercado carchense existen alrededor de 27 imprentas de las cuales tres son requeridas por los usuarios de la comunidad universitaria, están son considerados competidores ya que tienen mayor reconocimiento en el mercado, como son la imprenta Guerrón, la imprenta ABC y la imprenta DIMEV. Además en las entrevistas nos manifestaron que muchas veces el personal administrativo busca servicios en ciudades aledañas que puedan satisfacer sus necesidades, como se muestra en la gráfica siguiente:

Tabla No. 3: Alternativas de la imprenta que acude

Alternativas	frecuencia	%
ABC	26	8,6
DIMEV	25	8,2
Ecuanor	18	5,9
Gráficas Guerrón	60	19,7
Prensa	24	7,9
TOTAL	153	50,3

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de Campo

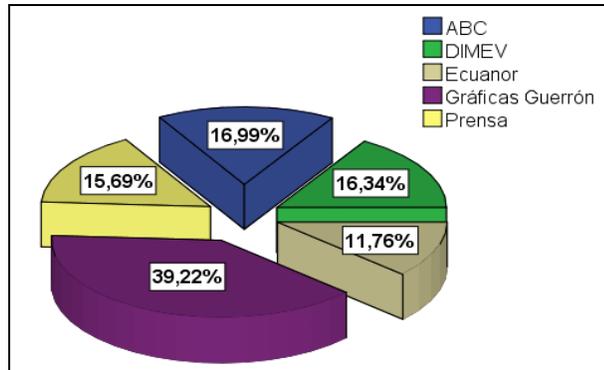


Gráfico No. 3: Alternativas de la imprenta que acude

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de campo

La creación de una imprenta en la UPEC fue una de las preguntas más importantes de toda la encuesta, ya que la mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo con la creación de esta nueva imprenta con servicio de calidad, puntualidad y excelente atención. Para ello se procederá a determinar un estudio de factibilidad con el fin de que los usuarios de la comunidad universitaria tengan a su disposición un servicio de imprenta con el fin de que los clientes eviten costos de transporte, pudiendo ganar tiempo y dinero, como se muestra en la gráfica siguiente:

Tabla No. 4: Alternativas de acudir a una nueva imprenta

Alternativas	frecuencia	%
Si	151	49,7
No	2	,7
TOTAL	153	50,3

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de Campo

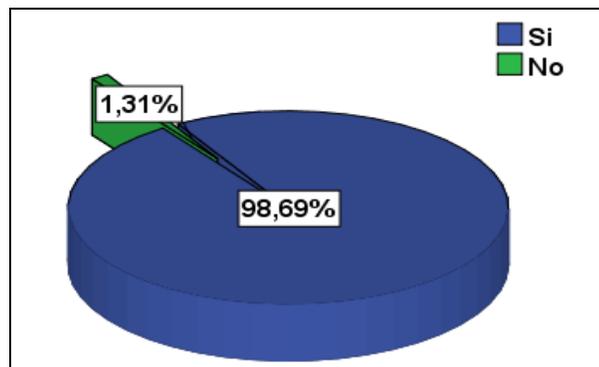


Gráfico No. 4: Alternativas de acudir a una nueva imprenta

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de campo

Añadir un servicio de centro copiado e impresiones a laser y digital adicional a lo que son servicios de imprenta los usuarios de la comunidad universitaria lo consideran pertinente y necesarios ya que permitira visualizar trabajos de mejor calidad, además se puede determinar que existe una oportunidad para poder ingresar al mercado permitiendo ofrecer un servicio superior a la competencia, como se muestra en la gráfica siguiente:

Tabla No. 5: Alternativas de un servicio adicional

Alternativas	frecuencia	%
Si	104	34,2
No	49	16,1
TOTAL	153	50,3

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de Campo

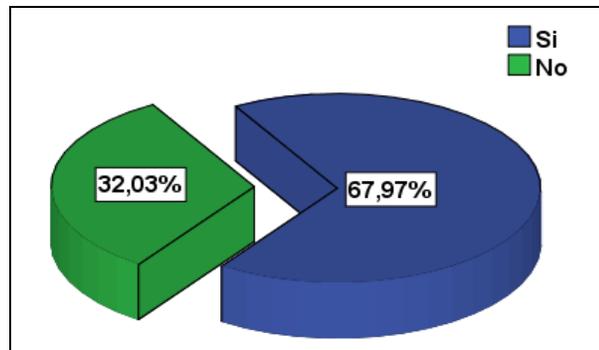


Gráfico No. 5: Alternativas de un servicio adicional

Elaborado por: Yadira Suárez

Fuente: Investigación de campo

4. Conclusiones

- Los instrumentos investigativos usados adecuadamente permitió obtener información precisa y veras, en cuanto a gustos, preferencias y expectativas que tiene los usuarios con respecto a servicios de imprenta.
- Las encuestas aplicadas fueron de gran acogida por la población de la comunidad universitaria, pero lo que buscan son servicios de calidad, puntualidad, excelente atención.
- Mediante la investigación de mercado permitió determinar las necesidades, expectativas y exigencias de los futuros clientes con respecto a servicios de imprenta tales como son: anillados, empastados, papelería, publicidad y tarjetería. Esto permitirá tomar como base para la establecer estrategias ventajosas frente a la competencia.
- Se pudo determinar que las imprentas de la ciudad de Tulcán son pocas las que cubren la demanda de la comunidad universitaria y existe inconformidad acerca de la calidad de los servicios que ofrecen; siendo esto una oportunidad para que la imprenta pueda ingresar al mercado.
- En el estudio de mercado arrojó que el 99, 08%, ven la necesidad de implementar la imprenta UPEC, esto hará que mediante la prestación de los servicios, la demanda insatisfecha será captada y generará beneficios económicos para la imprenta ofreciendo servicios de calidad, permitiendo de esta manera cubrir la inversión realizada y futura.

5. Recomendaciones

Como se observó que es viable la implementación de la imprenta UPEC, se debe tomar en cuenta que se brindará un servicio de calidad, puntualidad y excelente atención a la comunidad universitaria conformado por estudiantes, docentes y personal administrativo.

- Ofrecer productos de calidad, cumpliendo con las exigencias y expectativas de los clientes y sobre todo un precio considerable al nivel del producto y que esté al alcance del nivel socio económico.
- Disponer de tecnología eficiente y necesaria como maquinarias, software y hardware, que permitan el desarrollo de trabajos de calidad para ingresar al mercado competitivo.
- Brindar un servicio preferencial basado en las exigencias los usuarios de la comunidad universitaria, además brindando promociones, descuentos y dando valor agregado a los productos.
- Capacitar al personal sobre los valores éticos en cuanto a responsabilidad y puntualidad en los compromisos que tienen al brindar un servicio.

6. Bibliografía y linkografía

- Baca, Urbina G. (2013). *Evaluación de Proyectos, metodología y proceso*. México, D.F: McGraw-Hill.
- Casado, Ana Belén. (2010). *Introducción al Marketing*. San Vicente, Alicante. Club Universitario.
- Córdova, Marcial. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá, Colombia: Biblioteca Nacional de Colombia.
- Chiavenato, Idalberto. (2006). *Introducción a la teoría general de la Administración*. México: MCGRAW-HILL.
- Hernández, Abraham. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Cengage learning.
- Klotler, Philip. (2012). *Dirección Marketing*. México. Editorial PERSON.
- Longenecker, Petty. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México. PERSON
- Martínez, Aurora. (2014). *Gestión de procesos de negocio*. Madrid, España: Ecobook Editorial del Economista.
- Ochoa, Guadalupe. (2012). *Administración Financiera*. México: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Rojas, Griffin. (2011). *Administración*. México, D.F. Editorial CENGAGE. Learning.
- Zapata, Pedro. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá. Editorial: McGraw-Hill. Séptima Edición.
- Zapata, Pedro. (2007). *Contabilidad de Costos*. Colombia. McGraw-Hill.
- Constitución de la república del Ecuador. (2008, 20 de octubre). Constitución. *Personas usuarias y consumidoras, Formas de trabajo y su retribución*. Recuperado 29 de septiembre de 2014. Desde, http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/legislations/PDF/EC/constitucion.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado. (2012). Cantón Tulcán. *Población del cantón Tulcán*, Recuperado 10 de diciembre de 2010. Desde, <http://www.gmtulcan.gob.ec/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). Población. *Población ciudad de Tulcán*, Recuperado 10 de diciembre de 2013. Desde, <http://www.inec.gob.ec/cpv/>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000, 10 de julio). Capítulos. Capítulo II Derechos y obligaciones del consumidor, *Capítulo III Regulación de la publicidad y contenido, Capítulo V*

Responsabilidades y obligaciones del proveedor. Recuperado 29 de septiembre de 2014. Desde, <file:///D:/leyes/Ley%20org%C3%A1nica%20de%20defensa%20del%20consumidor.pdf>

Ley de Gestión Ambiental. (1999, 30 de julio). Ley Gestión Ambiental. *Ámbitos y principios de la ley.* Recuperado 29 de septiembre de 2014. Desde, http://www.galapagospark.org/documentos/ecuador_ley_gestion_ambiental_1999.pdf

Ministerio de Salud Pública. (2014). *Permiso de funcionamiento de locales.* Ecuador. Recuperado 18 de noviembre de 2014. Desde <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

Plan Nacional de Buen Vivir. (2013 – 2018). Objetivos. *Garantizar el trabajo digno en todas sus formas, Impulsar la transformación de la matriz productiva.* Recuperado 29 de septiembre de 2014. Desde, http://www.buenvivir.gob.ec/pnbv-popup/asset_publisher/B9gE/content/version-plan-nacional-2013-2017

Vinicio, Eduardo. (2012). *Administración de la producción de bienes y servicio.* Recuperado el 08 de octubre de 2014: <http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/Modulo-6-Administraci%C3%B3n-de-la-Produccion-de-Bienes-y-Servicios.pdf>