



Facultad de Hospitalidad y Turismo
Tecnología en Turismo

“Creación de una empresa prestadora de servicio de conductores profesionales para la asistencia y movilización de recreacionistas y sus vehículos de las zonas de diversión a sus lugares de alojamiento en el Distrito Metropolitano de Quito”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
Establecidos para optar por el título de:
Tecnólogo en Turismo

Profesor Guía:
Lcdo. Walter Ocaña

Autor:
Raúl Vladimir Gavilanes Almeida

2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente”.

.....

Lcdo. Walter Ocaña

C.I 1716003940

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

.....

Vladimir Gavilanes

C.I 1712437480

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres por brindarme su apoyo en todo momento, a mi tutor Lcdo. Walter Ocaña por ser una persona intachable que siempre estuvo abierto para solventar cualquier inquietud y saber guiarme con sus conocimientos y finalmente agradezco a todas aquellas personas que de una u otra forma hicieron posible la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

A mis queridos padres: Raúl Gavilanes y Lucia Almeida., quienes han colaborado en todas las etapas de mi vida, teniendo como bases la voluntad y sacrificio, estimulantes poderosos para la conquista de justas aspiraciones.

RESUMEN

En Ecuador el crecimiento del parque automotriz se ha visto incrementado en los últimos 20 años lo que ha llevado a el incremento de muertes entre la población joven del país a causa de los accidentes de tránsito ligados directa o indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas, sustancias sicotrópicas o a la impericia e imprudencia de los conductores. Por lo que este proyecto tiene como finalidad la disminución de estos alarmantes índices de mortalidad e inseguridad.

Después de haber hecho los estudios de mercado y factibilidad para la implementación de este proyecto, aun al ser una idea innovadora en el País ha tenido muy buena acogida con sus potenciales consumidores, por lo que se puede deducir que este proyecto será una fuente de ingresos importantes e implementará fuentes de trabajo directas e indirectas para el desarrollo del País.

ABSTRACT

In Ecuador the growth of the automotive park has been increased in last the 20 years which has taken to the increase of deaths between the young population of the country because of related traffic accidents directly or the indirectly with the consumption of alcoholics beverages, psychotropic's substances or to the imprudence of the conductors. Reason what this project has to like purpose the diminution of these alarming indices of mortality and insecurity.

Later of to have made the studies of market and feasibility for the implementation of this project, to the being an innovating idea in the Country has even had very good welcome with its consuming potentials, reason why it is possible to be deduced that this project will be a source of important income and will implement direct and indirect sources of work for the development of the Country.

INDICE

1.- CAPITULO I GENERALIDADES	1
1.1.- Introducción	1
1.2.- Definición de Objetivos	2
1.2.1.- Objetivos Generales	2
1.2.2.- Objetivos Específicos.....	3
1.2.3.- Justificación	3
1.3.- Definición de la Problemática.....	3
1.3.1.- Problemática.....	3
1.3.2.- Hipótesis de Solución	4
1.4.- Análisis del Entorno	5
1.5.- Marco Teórico.....	6
1.5.1.- Marco Histórico.....	6
1.5.1.1.- Origen y evolución del transporte	6
1.5.1.2.- Relación entre transporte y Turismo.....	7
1.5.1.3.- Importancia del transporte para el desarrollo del turismo	7
1.5.1.4.- Análisis de la relación del transporte en el Ecuador	8
1.5.1.5.- Análisis del transporte público en el Distrito Metropolitano de Quito	9
1.5.2.- Marco Conceptual.....	11
1.5.2.1- Términos Turísticos	11
1.5.3.- Marco Legal.....	13
1.5.3.1.- Constitución de la República del Ecuador 2008	13
1.5.3.2.- Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial	14
1.5.3.3.- Ley de Turismo.....	16
1.5.3.4.- Estructura Regulatoria Funcional de la Administración del Transporte Terrestre en el Distrito Metropolitano de Quito	16

2.- CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO	18
2.1.- Objetivos del Estudio de Mercado.....	18
2.2.- Identificación del Producto	19
2.2.1.- Producto	19
2.2.2.- Usos.....	20
2.2.3.- Usuarios.....	20
2.2.4.- Presentación.....	20
2.2.5.- Composición	20
2.2.6.- Sustitutos	21
2.2.7.- Complementarios.....	21
2.2.8.- Bienes de Capital, Intermedios y Finales	21
2.2.9.- Fuentes de Abastecimiento de Insumos	21
2.2.10.- Sistemas de Distribución	22
2.3.- Proveedores	22
2.3.1.-Análisis de los Proveedores.....	22
2.4.- Competencia.....	22
2.4.1.- Análisis de la competencia	22
2.5.- Canales de Distribución	24
2.5.1.- Ventajas del Canal de Distribución	24
2.6.- Consumidor	24
2.7.- Precio	24
2.7.1.- Determinación del Precio Promedio	25
2.7.2.- Análisis del Precio	25
2.8.- Demanda	26
2.8.1.- Proyección de la Demanda.....	26
2.9.- Oferta.....	27
2.9.1 Recolección de la Información	28
2.9.2.- Desarrollo del Estudio.....	28
2.9.3.- Contactos y entrevistas.....	28
2.9.4.- Población	29

2.9.5.- Muestra	30
2.9.6- Cálculo de la Oferta del proyecto.....	31
2.9.7.- Conclusiones y Recomendaciones	32

3.- CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO DEL

PROYECTO	34
3.1.- Localizacion	34
3.1.1.- Medios de Costo y Transporte.....	34
3.1.2.- Disponibilidad y Costos de la Mano de Obra Directa	34
3.1.3.- Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento	34
3.1.4.- Factores Ambientales	34
3.1.5.- Cercanía del Mercado.....	35
3.1.6.- Costos y Disponibilidad del Local	35
3.1.7.- Estructura Impositiva Legal.....	35
3.1.8.- Disponibilidad de Agua, Energía y otros Insumos	36
3.2.- Tamaño	36
3.2.1.- Mercado.....	36
3.2.2.- Oferta.....	38
3.2.3.- Financiamiento	41
3.2.4.- Equipos, Muebles y Enseres	42
3.2.5.- Mantenimiento Equipos vehículos, enseres.....	42
3.3.- Ingeniería del Proceso	42
3.3.1.- Lista de bienes inmuebles, equipos, maquinarias, herramientas, enseres, vehículo	42
3.3.2.- Materia Prima, Insumos	44
3.3.3.- Proceso de Producción.....	45
3.3.4.- Diagrama de Operaciones	47
3.3.5.- Diagrama de Procesos	49
3.3.6.- Layout.....	50
3.3.7.- Cronograma de inversiones.....	52

4.- CAPITULO IV ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y	
LEGAL.....	53
4.1.- Filosofía Empresarial	53
4.1.1.- Nombre de la empresa	53
4.1.2.- Misión y Visión.....	53
4.1.3.- Responsabilidad Social.....	53
4.1.4.- Principios y Valores	53
4.2.- Estructura Organizacional.....	55
4.3.- Aspectos legales.....	56
4.3.1.- Tipo de Sociedad.....	56
4.3.2.- Requisitos Legales	57
4.3.3.- Requisitos de Funcionamiento.....	58
4.3.4.- Gastos y Constitución de la Empresa	58
4.3.5.-Normas y política de distribución de utilidades	59
5.- CAPITULO V EVALUACION FINANCIERA.....	60
5.1.- Inversión	60
5.1.1.- Depreciación.....	61
5.1.2.- Amortización. Véase.....	63
5.2.- Financiamiento	63
5.3.- Presupuesto de ventas	64
5.3.1.- Venta	64
5.4.- Costos variables	64
5.5.- Costo operativo fijo	67
5.6.- Gasto de venta	68
5.6.1.- Publicidad	69
5.7.- Capital de trabajo.....	69
5.8.- Estados Financieros	71
5.8.1.- Estado de Resultados.....	71

5.9.- Flujo de efectivo.....	72
5.10.- Evaluación Financiera.....	72
5.10.1.- Cálculo del TMAR.....	73
5.10.2.-Cálculo del VAN.....	74
5.10.3.- Cálculo del TIR	74
5.10.4.- Relación costo beneficio	75
5.10.5.- Periodo de recuperación de la inversión.....	75
5.11.- CONCLUSIONES CAPITULO V	77
6.- CAPITULO VI CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	79
6.1.- Conclusiones	79
6.2.- Recomendaciones	80
BIBLIOGRAFIA	81
ANEXOS	85

1.- CAPITULO I GENERALIDADES

1.1.- Introducción

En Ecuador el crecimiento del parque automotriz se ha visto incrementado en los últimos 20 años, tal es así que en la actualidad “el porcentaje de incremento de nuevos vehículos en las calles de Quito es del 7,7%”¹, tres veces más que el promedio de crecimiento poblacional de la ciudad, esto ha generado en las principales ciudades del País graves problemas de tránsito, Quito, Guayaquil y Cuenca han incrementado enormemente su presupuesto destinado a las obras públicas principalmente en lo referente a la construcción de grandes autopistas, distribuidores de tráfico, áreas para estacionamiento, mantenimiento vial y desarrollo de medios masivos de transporte, entre otros.

“Solo en la ciudad de Quito existen alrededor de 400.000 vehículos”², los mismos que han ocasionado graves problemas a la movilidad y por ende a la economía de la ciudad, esto debido a los continuos retrasos en los tiempos de traslado de las personas a sus trabajos por el mantenimiento y ampliación de los distribuidores de tránsito y sus vías, de la misma manera se ha incrementado la inversión en el sector salud, por el surgimiento de enfermedades respiratorias ligadas a los altos índices de contaminación de la ciudad esto se refleja en los presupuestos del gobierno central, local y familiar. Por otro lado se identifica como la principal causa de muerte entre la población joven del país a los accidentes de tránsito ligados directa o indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas, sustancias sicotrópicas o a la impericia e imprudencia de los conductores.

El presente proyecto en el Capítulo I; explica con claridad los objetivos que busca alcanzar el trabajo y analiza la problemática relativa al consumo excesivo de alcohol y sus consecuencias. Luego se plantea la hipótesis de

¹ Fuente: Corpaire (2009)

² Fuente: Dirección Nacional de Tránsito(2008)

soluciones a esta problemática y se investiga el marco teórico que sirve de referencia para la ejecución del proyecto de manera histórica, legal y conceptual.

En el Capítulo II; se presenta los resultados de un estudio de mercado para analizar y dimensionar las características de la demanda, la oferta, el precio, los proveedores; los canales de distribución y la competencia para este nuevo servicio.

En el Capítulo III; se analiza el estudio Técnico del proyecto, es decir, los temas relativos a la localización, dimensionamiento e ingeniería de proceso correspondiente a este negocio.

En el Capítulo IV; se realiza el Estudio de factibilidad organizacional y legal con que debe contar el proyecto, es decir, las bases administrativas y el marco legal para la creación de la empresa.

En el Capítulo V; se evalúa y demuestra la viabilidad económica de esta iniciativa para finalmente presentar las conclusiones y recomendaciones para la puesta en marcha del proyecto.

1.2.- Definición de Objetivos

1.2.1.- Objetivos Generales

Realizar un estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de transporte destinada a la movilización con seguridad de turistas nacionales, extranjeros, recreacionistas y sus automóviles de las zonas de diversión, bancarias, comerciales y recreativas a sus domicilios, hoteles y / o lugares de residencia en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.2.2.- Objetivos Específicos

- a) Investigar el mercado del proyecto a fin de determinar los competidores, proveedores, el precio y la oferta del proyecto.
- b) Realizar el estudio técnico del proyecto para poder identificar la localización, el tamaño de la empresa y los procesos evolutivos a cumplir.
- c) Diseñar la organización adecuada de la empresa y el marco legal al cual se sujetará.
- d) Evaluar financieramente el proyecto a fin de identificar las posibilidades reales y económicas de la empresa en el mercado actual.

1.2.3.- Justificación

Con los antecedentes expuestos anteriormente se puede ver que la presente propuesta es una alternativa innovadora en proveer un servicio que brinde seguridad y confianza a los turistas y recreacionistas especialmente en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual será un servicio complementario del turismo en la ciudad, cuya base fundamental es una atención personalizada a mas de generar fuentes de trabajo y de esta forma buscar el desarrollo económico para el País y bajar la cantidad de mortalidad y los accidentes de tránsito que por consumo de alcohol se dan en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.3.- Definición de la Problemática

1.3.1.- Problemática

“En el año 2008 se identificaron 401 muertes ligadas a los accidentes de tránsito”³, en la ciudad de Quito, de la misma manera según datos de la Fiscalía General del Estado entre el 2008 y el 2009 se ha desarrollado 57 secuestros de modalidad express denunciados”⁴, “el dato de robo de vehículos en el DMQ fue en el 2008 de 2763 vehículos”⁵, así como han ocurrido 2

³ Fuente: OMSC Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana (2008)

⁴ Fuente: Fiscalía General del Estado (2008-2009)

⁵ Fuente: Fiscalía General del Estado (2008)

muertes violentas de turistas extranjeras y 41 robos a turistas en el DMQ hasta agosto del 2009⁶.

Un ejemplo claro de ello es que los accidentes de tránsito se encuentran entre las tres primeras causas de muerte en el país, “siendo la primera causa de muerte no medica entre las poblaciones de 16 a 46 años”⁷.

Adicional a ello la creciente inseguridad en los principales centros urbanos han condicionado la normal actividad principalmente de las y los jóvenes en las ciudades. A consecuencia de los robos, secuestros, vandalismo se han identificado a varios sitios de Quito, Guayaquil y Cuenca como de alta peligrosidad lo que ha disminuido gravemente la imagen turística de estas ciudades y principalmente a estos sectores.

Por otra parte una de las causas de inseguridad que aqueja a la ciudades principales del Ecuador, como son Quito, Guayaquil y Cuenca es el excesivo consumo de alcohol a nivel general, pero más en los jóvenes y adultos en edades comprendidas entre los 25 a 45 años, que no miden las consecuencias al momento de ingerir alcohol y retornar a sus casas, ya que muchas veces se dirigen con sus automóviles a fiestas, discotecas, etc. Sin tomar en cuenta de qué al manejar en estado de embriaguez a sus domicilios provocan estos accidentes en los cuales también se ven involucrados los peatones o terceras personas que sin tener nada que ver en esta problemática se ven afectados.

1.3.2.- Hipótesis de Solución

Vistos los antecedentes anteriormente mencionados en el Ecuador se ha hecho muy poco en campañas de concientización para que los ciudadanos bajen el consumo de bebidas alcohólicas y otras sustancias psicotrópicas, las campañas de conductor designado han carecido de buena acogida entre la sociedad ya que ha faltado una iniciativa más concreta para que esta campaña tenga éxito.

⁶ Fuente: Ibidem 3

⁷ Fuente: OMSC Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana (2008)

Al crear este tipo de empresas innovadoras que a un costo accesible para la ciudadanía estarán respaldados tanto en sus vidas como en el cuidado de sus bienes, se prevé que tendrá una aceptación muy buena en el mercado porque las personas ya no tendrán que preocuparse por salir a divertirse en sus autos lo que generará el aumento de personas que acudirán a los diferentes centros de diversión y generarán más ingresos no solo a la empresa sino también a los diferentes sectores que se ven ligados al turismo en la ciudad como son bares, discotecas, etc. Ya que existe un alto nivel de ausentismo a los mismo, por el miedo de ser encarcelados por manejar con aliento a licor, por los accidentes de tránsito, etc.

Siendo el proyecto una idea que incentivará la presencia de gente a estos sectores y bajará las tasas de mortalidad, accidentes de tránsito y todos los otros problemas que están ligados directa o indirectamente con el consumo de alcohol es viable.

1.4.- Análisis del Entorno

La zona de impacto del proyecto es la ciudad de Quito y sus valles aledaños donde llega la gran mayoría de turistas y pernoctan en promedio 3 noches⁸. La ciudad de Quito donde viven cerca de 2 millones de habitantes tiene una extensión de más de 35Km. de largo por 3 a 5 Km. de ancho⁹

Es factible cubrir un nicho de mercado tan amplio por que el servicio que se brindará es de tipo móvil, el cual puede ser desplazable sin ninguna dificultad por las zonas antes descritas.

Se tendrá una central ubicada en el sector centro norte de la ciudad en el cual se receptaran las llamadas, también se contará con una unidad móvil propia y

⁸ León, Patricio. Rosero, Janett. "El gasto turístico y la estancia media en quito". Empresa Metropolitana Quito Turismo.2009. Quito-Ecuador.

⁹ VIAJEROS.COM. "Quito maravillas en la mitad del mundo".

<http://www.viajeros.com/diarios/quito/quito-maravillas-en-la-mitad-del-mundo>. 2005. Consulta, Septiembre 2009.

unidades freelance ubicadas estratégicamente para cubrir sin dificultad cualquier sector en el que se requiera el servicio.

En general los visitantes concentran su estadía en la zona del centro histórico y el norte; es decir entre la zona del aeropuerto y el Panecillo la cual será la zona donde el servicio generalmente será más solicitado ya que en esta zona se concentran los principales lugares donde existen centros de diversión especialmente:

- El barrio de la Mariscal (Zona Rosa): ubicado entre la Avenida Patria, la Avenida Amazonas, la Avenida Colon y la Avenida 6 de Diciembre. Este barrio es el lugar de concentración de las tiendas de artesanías, restaurantes, hoteles; bares y discotecas.
- Otras zonas de impacto en la cual se va a desenvolver la empresa serán las Universidades, colegios, empresas privadas y públicas de la ciudad.

1.5.- Marco Teórico

1.5.1.- Marco Histórico

1.5.1.1.- Origen y evolución del transporte

Transporte es el medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro. El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicadas en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes. El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros y el de bienes como servicio de mercancías. Como en todo el mundo, el transporte es y ha sido en Latinoamérica un elemento central para el progreso o el atraso de las distintas civilizaciones y culturas.

Ya en el periodo precolombino los incas poseían un rudimentario pero eficiente sistema de caminos interconectados a lo largo y ancho de su Imperio, por el cual trasladaban distintos tipos de mercaderías. Bien a pie o a lomo de llamas

sus mercaderías lograban llegar a destino. A veces a través de puentes de cuerdas entre las montañas. Otros pueblos utilizaron canoas o botes como medio de comunicación.

La llegada de los europeos —españoles y portugueses— a lo largo de casi toda América produjo grandes cambios en los medios de transporte. El principal modo de comunicación era el marítimo, dado que era más eficiente y rápido para puertos naturales y para los lugares en los que se construyeron puertos, tanto de mar como de los caudalosos ríos americanos.

En el siglo XX la formación e instalación de grandes corporaciones de fabricantes ha dado un gran impulso a la producción de vehículos tanto para el uso particular como para el transporte público y de mercancías, así como la exportación a terceros países.¹⁰

1.5.1.2.- Relación entre transporte y Turismo

Históricamente el desarrollo del turismo ha estado relacionado con el desarrollo del transporte, ya que, por definición; El turismo implica desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual.

Burkart y Medlik (1981) definen transporte como el medio de alcanzar el destino turístico y también el medio de moverse dentro del propio destino.

1.5.1.3.- Importancia del transporte para el desarrollo del turismo

Un lugar puede ser muy atractivo turísticamente pero no podrá desarrollarse como zona turística si carece de infraestructura y no es accesible para medios de transporte¹¹. Para una actividad turística en una zona debe tener por lo menos alguna de las siguientes características o variables:

- Trazado de líneas férreas
- Autopistas
- Rutas Aéreas

¹⁰ Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos/transporte/transporte.shtml>

¹¹ Fuente: <http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=relacion+del+transporte+con+el+turismo&start=20&sa=N>

- Rutas Marítimas

Esto será el detonante para su popularidad negativa o positiva de un destino turístico.

El incremento del turismo ha sido propicio para desarrollar medios de transporte, ésta creciente demanda turística ha permitido potenciar el servicio de transporte y mejorar la calidad de estos.

Esta demanda es cada vez más exigente y sofisticada, que busca calidad y buenos precios en sus desplazamientos.

Se debe añadir que en la mejora de la calidad de los transportes ha influido también la fuerte competencia existente en este mercado que ha generado la necesidad de diferenciar sus productos mediante reducción de costos y la oferta de una mayor calidad.

1.5.1.4.- Análisis de la relación del transporte en el Ecuador

Si bien el Ecuador no cuenta con una infraestructura y tecnologías adecuadas para la producción de automóviles, si se ha desarrollado el ensamblaje de autos principalmente de origen Norteamericano y Japonés con marcas representativas como Chevrolet, Mazda, etc. Los cuales han atendido la demanda de vehículos en el mercado nacional, la cual ha sido complementada con la importación de autos ensamblados como son los de lujo, camiones, buses etc. Y los excedentes de estas ensambladoras se los está exportando especialmente a Colombia y Venezuela.

El transporte turístico comienza a desarrollarse a partir de los años 80, con la visita masiva de turistas extranjeros a Ecuador, especialmente a Quito, encontrándose en esta actividad una fuente de trabajo, que se inicia de manera informal con la compra de un vehículo y oferta de servicios. Debido al crecimiento de la oferta de transporte turístico, se inicia el control policial y se

crea la necesidad de formalizar y legalizar la actividad del transporte requiriéndose un permiso de operación emitido por el Consejo Nacional de Tránsito previa la formación de una compañía legalmente constituida.

1.5.1.5.- Análisis del transporte público en el Distrito Metropolitano de Quito

Los tipos de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito, han ido mejorando su servicio en cuanto al alcance de sus líneas de traslado; aunque hacen falta algunas reformas en lo que se refiere a su administración. En este sentido los transportes que ofrece la ciudad de Quito son:

a) Trolebús.- Se define al servicio de trolebús como:

“Una red de líneas de transporte urbano que se enlazan entre sí mediante estaciones de transferencia y paradas de integración”¹².

El Trolebús constituye el eje central del Sistema Integrado y ha sido uno de los proyectos más exitosos de los últimos años en Quito. El sistema integrado se complementa con el sistema de alimentadores, mediante buses de gran capacidad, que realizan viajes desde las estaciones de transferencia hacia los barrios periféricos de la ciudad y viceversa.

A partir de la creación del Trolebús, se han generado nuevos proyectos de sistemas integrados de transporte como son la Ecovía y el Metro bus.

b) Ecovías.- De los estudios efectuados en 1998, con la colaboración de expertos brasileños en el marco del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), se determinó la implantación del Sistema Integrado de Transporte en la Avenida 6 de Diciembre, en vista del incremento de la demanda en este sector.

¹² Fuente: Ilustre Municipio de Quito, 2006: Sistema Metropolitano Integrado de Transporte Trolebús

La municipalidad inició un proceso de modernización del sector del transporte, mediante el cual se otorga a la empresa privada la operación del corredor Ecovía.

c) Metrobus.- El sistema Metrobus se orienta a lograr la reestructuración y modernización de la prestación de servicios de transporte público de pasajeros en el Distrito Metropolitano de Quito.

El Programa de Corredores de Transporte Público contempla la estructuración de la Red Fundamental de Transporte, con la ejecución de troncales longitudinales principales de norte a sur y hacia los valles, en corredores operando bajo el sistema conocido como BTR (Bus Rapid Transit), con carriles exclusivos para el transporte público por los cuales circularán buses ecológicos de gran capacidad y con un sistema de paradas y estaciones que permiten la integración física y tarifaria.

Con la implantación de los nuevos corredores de transporte, se pretende generar una nueva alianza estratégica entre el Municipio de Quito y los operadores históricos de transporte, definiendo una racional estructura de rutas, servicios, tarifas, flota, y promoviendo la modernización de los operadores con un nuevo esquema de organización empresarial

Tomando en cuenta estos tres servicios públicos antes mencionados podemos hacer una relación del número de unidades que cada una tienen en servicio en la actualidad:

Cuadro 1.1 Análisis Transporte urbano DMQ

Tipo	Articulados	Alimentadores
TROLEBUS	113	89
ECOVÍA	42	37
METROBUS	74	132

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

d) Transporte Urbano.- Además del sistema integrado de transporte existe la red convencional de transporte urbano e interparroquial. Del transporte urbano se sabe que está conformado por 134 líneas convencionales de transporte público operadas por 2136 buses urbanos.

e) Transporte Interparroquial.- Se compone de 46 líneas interparroquiales operadas por 500 buses de servicio micro regional.

Esta red también se encuentra en proceso de modificación operacional y administrativa, transformándose en troncales micro regionales que se integrarán a la red urbana, para un mejor servicio de las poblaciones más alejadas del distrito metropolitano.

f) Taxis.- Quito dispone de 8.778 taxis uniformizados y registrados, con una demanda promedio de 135.000 viajes por día.

Una vez hecho este análisis se puede establecer que el transporte urbano de Quito se ha modificado y tecnificado en los últimos años, pero no es suficiente para satisfacer la demanda que esta ciudad necesita, cabe recalcar que estos servicios son también utilizados por los turistas y recreacionistas que visitan Quito y en ellos no hay un buen servicio de información turística ni de sus rutas.

1.5.2.- Marco Conceptual

1.5.2.1- Términos Turísticos

Recreacionista: es aquella persona que realiza actividades por motivos diversos dentro del lugar de residencia, en un tiempo indefinido.

Turismo Interno o Doméstico: Son los visitantes residentes en el país que se desplazan fuera de su entorno habitual, pero dentro del país, por un período

menor a un año y cuyo propósito principal no sea el percibir una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, entre otros.

Pernoctación: Corresponde a una noche pasada por un pasajero registrado en un establecimiento de alojamiento turístico.

Transporte Turístico: “Es el conjunto de prestaciones intangibles que el cliente espera recibir, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del producto o del servicio básico que adquiere”.¹³

Transporte Terrestre: Ha alcanzado un gran desarrollo en países especialmente con niveles altos de vida, como Europa y Estados Unidos y Países como Japón, ya que, comprende este tipo de transporte el de Carretera y el Ferroviario.

Transporte por carretera: Medio de transporte de viajeros de uso común. Los traslados pueden realizarse en autocar o en automóvil. El primero se utiliza por las empresas de transporte públicas o privadas por carretera y disponen de una flota de autocares con la que pueden prestar su servicio en régimen de línea regular o en servicio discrecional.

Transporte Discrecional: Modalidad de transporte por la que se ofrecen servicios sin estar éstos sujetos a un itinerario, calendario u horario fijo. En este caso, el servicio de avión se conoce como VUELO CHÁRTER y el de BARCO, CRUCERO. El itinerario, los horarios y las paradas de este tipo de servicio son establecidas por el cliente contratante y el precio se fija como un todo global, independiente de la mayor o menor ocupación del vehículo.

Autocares: Vehículo automóvil de gran capacidad concebido para el transporte de personas, que generalmente realiza largos recorridos por carretera en servicio regular o discrecional. Es un medio de transporte

¹³ Fuente: Juan Jaramillo Antillón, 1998: 59.

fundamental para la organización de viajes turísticos por carretera, tanto los de tamaño normal (entre 12 y 15 metros) como los mini buses, utilizados para trayectos cortos, de transfer (traslados) o de arriendo para viajes turísticos particulares.

Transporte Regular: Medio de transporte (avión, barco, autocar y tren) que está sujeto a un itinerario, calendario y horario fijo.

Transfer: Servicio de transporte desde una terminal de un medio de transporte (aeropuerto, estación marítima, estación de ferrocarril) hasta el centro urbano (hotel, etc.). Por extensión servicio de transporte turístico entre uno o varios destinos en la misma población o entre varias.

Transfer In.- Actividad consistente en transportar al cliente desde un medio de transporte a otro, o desde el hotel a un medio de transporte o viceversa.

Transfer Out.- Implica que el guía debe acompañar a los pasajeros desde el momento del pick up en el hotel u otro punto de encuentro hasta haber obtenido el sellado de la tasa de aeropuerto.

Renta de Automóvil: Las compañías de arriendo de autos son empresas privadas, en muchos casos multinacionales con flotas de vehículos propios en constante renovación y generalmente con oficinas en las ciudades, en aeropuertos y estaciones e incluso en hoteles.¹⁴

1.5.3.- Marco Legal

1.5.3.1.- Constitución de la República del Ecuador 2008

Según lo que dispone el artículo numeral veinte y cuatro de la sección cuarta de la Constitución de la República del Ecuador del 2008 el cual se cita a continuación:

¹⁴ Fuente: <http://www.atlasdemurcia.com/index.php/secciones/8/el-transporte-y-las-vias-de-comunicacion/>

“Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre”¹⁵

Con base a este artículo se concluye que los ciudadanos ecuatorianos tienen el derecho inalienable a la recreación y disfrutar del tiempo libre como a bien tuvieren siempre y cuando estas actividades se encuentren dentro de la legalidad en cualquier lugar del territorio Nacional o en el extranjero, tomando en cuenta con los permisos y regulaciones que cada país requiera para su visita y esparcimiento en sus territorios.

Un artículo muy importante que se debe tener en cuenta para el desarrollo de fuentes de trabajo y la creación de empresas como la que en este documento se establece, en el artículo trescientos veinte y cinco del capítulo sexto su sección tercera que dice:

“El Estado garantiza el derecho al trabajo. Se reconoce todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores”.¹⁶

Por lo cual el Estado permite la creación de empresas de cualquier índole siempre y cuando se enmarquen dentro de los derechos del trabajador y el respeto a la dignidad de los mismos y al derecho de los ciudadanos de contratar, contratarse y percibiendo un salario justo.

1.5.3.2.- Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial

Para la implementación del proyecto se debe tomar en cuenta también las disposiciones y reglamentos que la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad vial tiene para la creación de empresas de transporte de índole comercial, turísticos los cuales se detallan a continuación:

¹⁵ Constitución de la República del Ecuador 2008

¹⁶ Ibidem 13

“**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos”¹⁷.

Como se puede ver en el artículo anterior esta Ley permite la creación de cualquier tipo de empresa de transporte que dé una mejor calidad de vida a las personas dentro del territorio ecuatoriano y como uno de los objetivos principales para la implementación de este proyecto es disminuir la incidencia de muertes, accidentes de tránsito por la ingesta de bebidas alcohólicas, se puede concluir que este proyecto se encuentra enmarcado dentro de las disposiciones que este artículo señala.

Otro artículo fundamental para la implementación de este proyecto es el siguiente:

“**Art. 57.-** Se denomina servicio de transporte comercial el que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre que no sea servicio de transporte colectivo o masivo. Para operar un servicio comercial de transporte se requerirá de un permiso de operación, en los términos establecidos en la presente Ley y su Reglamento.

Dentro de esta clasificación, entre otros, se encuentran el servicio de transporte escolar e institucional, taxis, carga liviana, mixto, turístico y los demás que se prevean en el Reglamento, los cuales serán prestados únicamente por compañías y cooperativas autorizadas para tal objeto y que cumplan con los

¹⁷ Fuente: Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial

requisitos y las características especiales de seguridad establecidas por la Comisión Nacional”¹⁸

Según el artículo cincuenta y siete de esta Ley el proyecto se encuentra inmerso dentro de los transportes turísticos y como no se trata de un servicio colectivo se lo podrá implementar dentro del territorio ecuatoriano una vez que se cumplan con los requisitos legales dispuestos en la ley.

1.5.3.3.- Ley de Turismo

“**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

C.- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;”¹⁹ ...

El Artículo numero dos del capítulo segundo de la Ley de Turismo detallado anteriormente permite la creación de empresas de transportación terrestre remuneradas siempre y cuando ayuden al desarrollo del turismo en el País.

1.5.3.4.- Estructura Regulatoria Funcional de la Administración del Transporte Terrestre en el Distrito Metropolitano de Quito

Existen organismos que regulan el servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito, los cuales se encargan de su administración y control y estos son:

De la estructura de operación y control tenemos:

- Municipio de Quito
- Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Publicas
- Cámara Provincial de Turismo de Pichincha

¹⁸ Fuente: Ibidem 15

¹⁹ Fuente: Ley de Turismo Vigente

- Ministerio de Turismo
- Policía Nacional – Dirección Nacional de Tránsito y Transporte Terrestre.

Para administrar el transporte, estos organismos tienen la función de cumplir y hacer cumplir con diversas obligaciones.

Entre las ordenanzas que el Distrito Metropolitano de Quito tiene para el control del transporte turístico citaremos la número ciento setenta y ocho que se refiere a: “Detención de Unidades Ilegales; “La EMMOP, conjuntamente con la Policía Nacional y la Asociación de Transporte Escolar e Institucional de Quito implementaran operativos de control y erradicación de la prestación no autorizada del servicio público de transporte terrestre de personas y carga en el distrito”²⁰.

Otro requisito indispensable que se debe obtener para la implementación de un servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito es la Revisión vehicular para transporte turístico.- La Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, de acuerdo al cronograma establecido, convocará a las unidades de transporte turístico registradas en la institución para presentarse a la revisión vehicular anualmente”²¹.

El propósito es verificar que las unidades circulen con óptimos niveles técnicos, mecánicos y de seguridad. De esta manera se continúa con la aplicación de esta exigencia municipal con el fin de que las unidades de transporte público que circulan en el Distrito Metropolitano de Quito, brinden servicio con los óptimos niveles de seguridad, dando cumplimiento a los requisitos técnicos y mecánicos exigidos por la EMMOP.

Para el transporte turístico, el Ministerio de Turismo es el encargado de la verificación del permiso de operación, el cual es emitido por el Consejo Nacional de Tránsito y Transporte Terrestre.

²⁰ Fuente: Ordenanzas Municipales DMQ 2006.

²¹ Fuente: Ibidem 17

2.- CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO

2.1.- Objetivos del Estudio de Mercado

- Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo.
- Estudiar el mercado competidor, es decir, a todas las empresas que forman parte de la industria en la que se llevará a cabo el proyecto.
- Conocer los posibles efectos que pueden tener los factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos y político-legales del macro entorno, sobre las actividades que se vayan a desarrollar en el futuro.
- Caracterizar al usuario o consumidor potencial del producto gracias a una previa segmentación del mercado.
- Delimitar el área geográfica que va a ser atendida por el proyecto.
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y de la oferta de bienes y servicios del proyecto.
- Planificar la estrategia de comercialización más adecuada a la naturaleza del bien y servicio del proyecto y a las características del usuario o consumidor.
- Definir las características generales del bien o servicio que se ofrecerá.
- Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de la empresa del proyecto que los consumidores estarán dispuestos a adquirir.
- Estimar los precios a los cuales los consumidores estarán dispuestos a adquirir el producto y los productores a ofrecerlo.
- Describir el canal de distribución más adecuado, que es la ruta que toma el producto al pasar del productor al consumidor final.

2.2.- Identificación del Producto

2.2.1.- Producto

El producto consiste en crear un servicio de conductores profesionales los cuales a través de la comercialización de tarjetas recargables o prepago brindaran la movilización a las personas que se encuentren en estado de embriaguez o que no se sientan capaces para conducir u operar un vehículo por distintos motivos, dicho servicio se procederá a aplicarlo de la siguiente manera:

Al recibir la llamada del cliente a la central telefónica una vez registrado lo datos del mismo, se procederá a enviar el chofer al lugar donde se encuentre, al momento de hacer contacto el conductor procederá a confirmar la contraseña entregada por la central y la dirección a la cual el cliente necesite ir, para llevarlo con seguridad a él y su automóvil a su destino final.

Una vez que se llegue al sitio de destino será necesario que una persona en estado de sobriedad firme el recibo del auto en buenas condiciones y se le entregue las llaves del mismo.

Caso contrario el conductor procederá a tomar una fotografía que demuestre que el vehículo ha sido entregado en buenas condiciones y que el servicio ha sido realizado adecuadamente.

Finalizado el servicio se enviara al motorizado de la zona (Norte-Sur) que recogerá al chofer y lo llevara a la central más cercana.

Es importante mencionar que el servicio será prestado siempre y cuando la persona se encuentre previamente afiliada a la empresa.

2.2.2.- Usos

Este servicio va dirigido a estudiantes universitarios, profesionales, empresarios de un nivel económico medio alto, alto y personas que por necesidad imperiosa, discapacidad, calamidad u otro motivo no pudiere conducir el vehículo de su propiedad.

2.2.3.- Usuarios

Los usuarios serán personas comprendidas en edades de 25 a 45 años que asistan a las zonas de diversión de un estrato social medio alto y alto que posean vehículo propio, las personas que por discapacidad u cualquier otro motivo no puedan conducir su automóvil o las que no posean vehículo pero que por su bienestar quieran adquirir el servicio ya que también estas personas frecuentan centros de diversión en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.2.4.- Presentación

El servicio será promocionado a través de flyers full color en los cuales se detallara:

- En qué consiste el servicio
- Croquis de las zonas de impacto en las cuales se desenvolverá.
- Dirección, números de teléfono, email.
- Promociones
- Precios.

Ver anexo N° 9

2.2.5.- Composición

El servicio se compondrá de la siguiente manera:

- Conductores Profesionales.
- Oficina donde se establecerá la central telefónica y administración.
- Vehículo propio

- Vehículos Freelance
- Tarjetas recargables.

2.2.6.- Sustitutos

Después de realizado el estudio técnico de competencia, se pudo identificar solo a una empresa que ofrece un servicio parecido al de este proyecto, la cual es Aneta del Ecuador.

Se incluye al servicio de taxi formal o ejecutivo ya que los clientes pueden también decidirse por este tipo de servicio como una alternativa.

2.2.7.- Complementarios

El servicio directo de conductores profesionales no está relacionado directamente con ningún tipo de producto complementario; pero sin embargo se lo puede complementar con servicio de taxis, taxis ejecutivos.

2.2.8.- Bienes de Capital, Intermedios y Finales

El servicio de conductores profesionales se clasifica como bienes de consumo final inmediato ya que estos se los presenta directamente al usuario y se los puede servir, sin sufrir ninguna transformación.

2.2.9.- Fuentes de Abastecimiento de Insumos

Las fuentes de abastecimientos de insumos que se requerirá para el servicio son: Gasolina la cual se adquirirá en Petrocomercial ubicada en la Av. Amazonas y Orellana, radios troncalizados a Radio Trunking del Ecuador ubicada en Av. Orellana E8-87 y Diego de Almagro, telefonía celular Movistar, ubicada en la Av. República y Pradera (matriz), Telefonía fija e internet CNT ubicada en la Av. Veintimilla E4-66 y Av. Amazonas, Tarjetas recargables BM González & Asociados ubicada en la Yánez Pinzón N25-70 y Av. Colon.

2.2.10.- Sistemas de Distribución

Los canales apropiados que se tomará para este servicio serán los dos canales cortos, el canal directo, Productor - Consumidor (P-C) y el canal Productor-Minorista- Consumidor (P-M-C) ya que las tarjetas se podrán adquirir en supermercados, farmacias y especialmente en bares, discotecas donde suelen asistir una gran parte del segmento de consumidores

2.3.- Proveedores

2.3.1.-Análisis de los Proveedores

En la matriz siguiente se indican las empresas con las cuales se trabajará:

Cuadro 2.1 Análisis de los proveedores.

MARCA	PRESTACION	PVP	LUGAR VENTA
Petrocomercial	Galón de gasolina extra	\$ 1.48 USD	Av. Amazonas y Av. Orellana
Radio Trunking (Motorola)	Radios modelo Ep 450	\$ 25 USD mensual por servicio y renta de equipos.	Av. Orellana E8-87 y Diego de Almagro.
Movistar	Equipos modelo Nokia 1208	\$60.48 USD por equipo y servicio	Av. República y Pradera (Matriz)
Cnt	Telefonía fija e internet	\$53 USD servicio ilimitado	Veintimilla E4-66 y Amazonas.
BM Gonzales & Asociados	Tarjetas plásticas	\$ 1.12 USD por unidad incluido IVA	Yánez Pinzón N25-70 y Av. Colon

Fuente: Entrevistas personales.

2.4.- Competencia

2.4.1.- Análisis de la competencia

A continuación se describe el cuadro de competencia que se relaciona con el servicio:

Cuadro 2.2 Análisis de la competencia

Análisis de la competencia			
Empresa: Aneta del Ecuador	Posicionamiento: Nivel Nacional	Canales distribución Productor-consumidor	PVP \$145.60USD anuales
Fortalezas: Se fundamenta en los principios y objetivos institucionales y conscientes en el rol de servicios a la comunidad.	Debilidades: No todos los servicios que ofrecen se los pueden obtener las 24 horas del día ni los 365 días del año	Publicidad: Trípticos, manuales, flyers full color. Cuñas de radio en emisoras acorde al segmento de mercado que apuntan y propagandas televisivas.	Tipo de servicio: Servicios de auxilio mecánico, escuelas de conducción
Empresa: Taxis VIP	Posicionamiento: Distrito Metropolitano	Canales distribución: Productor-Consumidor	PVP: \$ 11,00USD carrera desde la Mariscal hasta el sector de Chillogallo en el sur.
Fortalezas: Tienen cobertura en todo el DMQ. La gente les tiene confianza.	Debilidades: Los precios en las noches no son fijos y no cuentan con los taxímetros	Publicidad: Trípticos, flyers, cuñas radiales y el más importante es de boca a boca.	Tipo de servicio: Taxis ejecutivos.
Empresa: Coop. City Taxis	Posicionamiento: Distrito Metropolitano	Canales distribución: Productor-Consumidor	PVP: \$ 12,00USD carrera desde la Mariscal hasta el sector de Carapungo en el norte del DMQ.
Fortalezas: Tienen cobertura en todo el DMQ. Cuentan con los permisos legales para brindar su servicio.	Debilidades: La gente no confía en ellos por los altos índices de asaltos que se dan en sus unidades. A pesar de tener taxímetros por lo general en las noches no los utilizan. Alta competencia de el mismo gremio y taxis ejecutivos	Publicidad: No hacen publicidad en medios de comunicación ellos obtienen sus clientes de forma aleatoria por encontrarse circulando por la ciudad suelen concurrir a terminales aéreas, terrestres o en lugares de alta presencia de gente	Tipo de servicio: Cooperativa de taxis legal de color amarillo.

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

2.5.- Canales de Distribución

Los canales de distribución adecuados a utilizar para la realización de este servicio son los dos canales cortos. El primer canal corto va desde el Productor y llega al Consumidor Final. El segundo canal corto va desde el Productor pasando al minorista y finalmente al consumidor. Con estos canales se podrá diseñar una campaña de publicidad para dar a conocer el servicio en el mercado y así familiarizarlo con los clientes potenciales.

Se ha visto que los canales elegidos para este proyecto son los más adecuados ya que son de fácil acceso para el público.

2.5.1.- Ventajas del Canal de Distribución

Se ha seleccionado para este tipo de negocio, los canales cortos debido a que son los más apropiados al momento de prestar servicios de esta índole porque se caracteriza por la simultaneidad al momento de aplicarlo.

2.6.- Consumidor

Según el estudio de mercado el segmento potencial para este producto tiene las siguientes características: hombres y mujeres que arriban o viven al DMQ comprendidos en edades de 25 a 45 años de un estrato social medio alto y alto que posean vehículo propio y frecuenten centros de diversión en el Distrito Metropolitano de Quito y también las personas que por discapacidad u cualquier otro motivo no puedan conducir su automóvil.

2.7.- Precio

Para determinar el precio se utilizó el método de costo promedio, estudiando el mercado y haciendo una recopilación de las características de los servicios que presta la competencia estudiada como son: Aneta del Ecuador, taxis ejecutivos VIP, Cooperativa de taxis City. Se procedió a elaborar una lista de precios los cuales oscilan entre los \$10.00 a \$12.00 USD dependiendo de la distancia que se recorra al brindar el servicio, pero se ha tomado como referencia el sector de la Mariscal (zona rosa), hasta los sectores mas periféricos del norte y el sur.

2.7.1.- Determinación del Precio Promedio

Del estudio realizado de la competencia se ha determinado que Aneta del Ecuador es la única empresa que presta un servicio similar al de este proyecto obteniendo los siguientes datos, según Aneta:

“El valor de la membresía anual es de \$145.6 dólares incluido IVA, dentro de este rubro se encuentra el servicio de conductor profesional por cinco veces al año, el valor que cobran adicional por hora de este servicio es de \$10.08 dólares”²².

Adicionalmente se ha analizado como competencia a dos empresas que brindan servicio de taxi y taxi ejecutivo como sustitutos al proyecto, los cuales son “City Taxi y Taxi VIP, cuyos precios son de 11 y 12 dólares respectivamente analizando el traslado más largo desde la Zona de la Mariscal hacia los puntos más lejanos del Norte y Sur del DMQ.”²³

Cuadro 2.3 Análisis de Precios

EMPRESA	PRECIO POR TRASLADO
Aneta	\$ 10.08
City Taxi	\$ 11.00
Taxi Vip	\$ 12.00
Sumatoria precio Promedio	\$ 33.08
Precio Promedio	\$ 11.026

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

2.7.2.- Análisis del Precio

De el precio promedio de \$11.026 se tomará un 15% de utilidad para el servicio, este valor se analizo tomando en cuenta que City Taxi tiene un 8.36% de utilidad mayor con respecto a Aneta y Taxi Vip tiene un 16% de utilidad mayor sobre Aneta. En cuanto a sus servicios de traslados.

²² Aneta

²³ Fuente: City Taxi y Taxi VIP (2009)

2.8.- Demanda

La demanda es la cantidad, de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos. Además está condicionada por los recursos disponibles del consumidor o usuario, precio del producto, gustos y preferencias de los clientes, estímulos de marketing recibidos, área geográfica y disponibilidad de productos por parte de la competencia, entre otros factores²⁴

Los consumidores son hombres y mujeres comprendidos en edades de 25 a 45 años de un estrato social medio alto y alto que posean vehículo propio y frecuenten centros de diversión en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.8.1.- Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda es el paso más importante para tomar decisiones, ya que se trata de predecir las cantidades de productos que los clientes potenciales están dispuestos a adquirir.

A fin de analizar la intención de compra y la oferta del proyecto se comenzó la investigación a través de fuentes secundarias y al no existir datos de consumo del servicio ya que es nuevo en el mercado, ni de servicios sustitutos como el servicio de taxis no se podría especificar este dato, para suplir esta cifra y que los datos sean confiables se analiza a través de fuentes primarias, con el método de intención de compra el cual consiste en la selección del servicio para cuantificar la intención de compra, se seleccionó el numero de encuestas por muestreo y se analizaron para determinar el índice de consumo futuro del producto. Ya que el 89.33% de los encuestados manifiestan que adquirirían el servicio.

De acuerdo a los datos históricos de la demanda que se ha investigado debe ser lo suficientemente representativa en cuanto a su periodo de tiempo. Y se lo

²⁴ ORJUELA CORDOVA, S.; SANDOVAL MEDINA, P. OP. Cit. P. 56

debe medir en base a los análisis cuantitativos y los métodos para proyectarla a futuro.

2.9.- Oferta

La oferta se determina para medir las cantidades y las condiciones en que una economía quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

En este estudio se analiza el consumo de taxis en el sector de la Mariscal en la ciudad de Quito de los días viernes y sábados de los últimos diez años, de acuerdo a estadísticas de las tres empresas que se considero como competencia.

Cuadro 2.4 Análisis de crecimiento oferta

PERIODO	AÑOS	CONSUMO	% DE CRECIMIENTO
1	1999	7.790	0%
2	2000	8.254	2.97%
3	2001	8.903	4.76%
4	2002	9.989	7.05%
5	2003	11.663	9.94%
6	2004	12.560	10.20%
7	2005	13.296	10.09%
8	2006	14.107	10.13%
9	2007	14.984	10.26%
10	2008	15.420	9.79%
11	2009	16.348	9.98%

Fuente: Entrevistas personales.

$$n_{12} = 16.348 \times 9.98\%$$

$$n_{12} = 17.979.5$$

Con los datos analizados en el cálculo anterior se puede definir que la tasa de crecimiento para el siguiente periodo será de 17.979,50

2.9.1 Recolección de la Información

Para la recolección de la información con respecto al servicio, en cuanto se refiere a la demanda futura, así como la oferta actual se llevó a cabo con la siguiente metodología:

- Recolección de información primaria
- Selección de la muestra
- Diseño y aplicación de encuestas
- Contactos y entrevistas
- Información secundaria
- Análisis de la información

2.9.2.- Desarrollo del Estudio

Para la elaboración del estudio, inicialmente se ha identificado los problemas que vienen existiendo a nivel general en todo el país como son accidentes de tránsito ocasionados por el consumo de alcohol principalmente, así como la posible competencia que este a fin con este servicio y a su vez se investigó la demanda y oferta que forma parte del mismo, a través del diseño de encuestas las cuales se validaron y se seleccionó la muestra. Una vez establecido el procedimiento se realizó los contactos con los distintos proveedores, canales de distribución y posibles clientes que requieran de este servicio y se procedió a iniciar las entrevistas. Todos los datos obtenidos se analizaron, complementándolos con información secundaria obtenida por el INEC, DNT, CONSEP y sitios web.

2.9.3.- Contactos y entrevistas

Los contactos de proveedores y canales de distribución se tomaron de los distintos lugares que están relacionados con este tipo de servicio, que en este caso son las escuelas de conducción, una de ellas ANETA.

Las entrevistas se realizaron a personas competentes en cuanto a este estudio se requiere.

2.9.4.- Población

Se define población como la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de la población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

POBLACIÓN 1 – PROVEEDORES. La población de proveedores está constituida por los comercializadores de los insumos necesarios para la prestación del servicio.

En el Distrito Metropolitano de Quito, tanto en el norte como en el sur se pueden encontrar sin ninguna dificultad los insumos detallados anteriormente.

POBLACIÓN 2 – CONSUMIDORES. La población número dos a consultar para llevar a cabo el estudio de factibilidad está conformada por los clientes potenciales del servicio bajo investigación. Para el caso particular del presente proyecto se definen a los clientes potenciales a las personas clasificadas en los estratos medio alto y alto que viven en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito, las cuales las segmentamos de la siguiente manera:

1.- “Personas que vivan en el DMQ que estén en las edades comprendidas Entre 25 a 45 años: 362.394”²⁵

2.- “Personas que vivan en la zona urbana del DMQ comprendidas entre 25 a 45 años que tengan nivel económico medio alto y alto: **221.919**”²⁶

²⁵ Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGHU) 2003-2004

²⁶ Ibidem

2.9.5.- Muestra

El objetivo principal de un diseño de muestreo es proporcionar indicaciones para la selección de una muestra que sea representativa de la población bajo estudio.

Las inferencias realizadas mediante muestras seleccionadas aleatoriamente están sujetas a errores, llamados errores de muestreo, que están controlados. Si la muestra está mal elegida – no es significativa – se producen errores sistemáticos no controlados.

Los tamaños de las muestras se estiman siguiendo los criterios que ofrece la estadística.

Ecuación para el cálculo de la muestra para una población finita:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

Donde:
n = Tamaño de la muestra.
Z = Nivel de confianza (95%).
P = Probabilidad de que el evento ocurra (50%).
Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%).
E = Error permitido (8%).
N = Factor de corrección por finitud (-1)
N = Población (221.919)

Consumidores:

$$n = \frac{1.96 \times 0.5 \times 0.5 \times 221.919}{[0.08 \times (221.919 - 1)] + [1.96 \times 0.5 \times 0.5]}$$

$$n = 150$$

2.9.6- Cálculo de la Oferta del proyecto

La oferta de producción que generará el servicio de conductor profesional en la ciudad de Quito se la puede determinar únicamente analizando el número de autos que exista por familia y adicionalmente por las estadísticas de las empresas de transporte público como privado. A continuación mostramos los datos para determinar un mercado potencial:

Datos:

Población Total (P): 17.724 personas

Porción que utiliza el servicio (C): 0,89%.

Porción que consume otro servicio, como cualquier otra modalidad (e): 0,5%.

Consumo nacional promedio (R): Solo clientes 12 veces por lo menos al año

Porción de aceptación del nuevo servicio (A): 0.66%

Penetración del mercado real: (p) 10%

Mercado Potencial: $MP = P \times C \times e$

$$17.724 \times 0,89 \times 0,5 = 7.887,18 \text{ MP}$$

Demanda Real: $DR = MP \times R$

$$7.887,18 \times 12 = 94.646,16 \text{ DR}$$

Mercado Real: $MR = DR \times A$

$$94.646,16 \times 0,66 = 62.466,46 \text{ MR}$$

Oferta del Proyecto: $OP = MR \times p$

$$62.466,46 \times 0,3 = 18.739,92$$

Días de trabajo al mes: 26

Meses del año: 12, esto equivale mensualmente a 1.562 servicios de transporte.

Periodo diario de servicio: 60 servicios de transporte.

Con estos datos se determina la necesidad mínima de 3 unidades móviles, cada unidad prestará 20 servicios diarios, considerando que el fuerte de venta del servicio es en las noches y fines de semana.

La muestra de PT es tomada solo de 2 Administraciones zonales.

Administración Eugenio Espejo

Mariscal Sucre	Edad entre 20-44 años	6.829
Iñaquito	Edad entre 20-44 años	17.594
Rumipamba	Edad entre 20-44 años	12.182
Jipijapa	Edad entre 20-44 años	15.322
Kennedy	Edad entre 20-44 años	19.586

Administración la Delicia

Cotacollao	Edad entre 20-44 años	13.767
Ponceano	Edad entre 20-44 años	22.120
El Condado	Edad entre 20-44 años	21.745
Carcelén	Edad entre 20-44 años	16.157

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda, 2001

2.9.7.- Conclusiones y Recomendaciones

De acuerdo a los datos y los estudios realizados se puede considerar a que este servicio por ser innovador tendrá buena acogida en la zona de impacto analizada, ya que la demanda es muy alta, porque el 89.99% de las personas

consumen bebidas alcoholicas y el 89.33 % siente la necesidad de contratar el servicio que se esta proponiendo.

Como recomendación es importante implementar este tipo de servicios ya que se bajaria los índices de accidentes de tránsito y mortalidad por consumo de alcohol en la ciudad de Quito. Es importante recalcar que tambien se generará plazas de trabajo directas, se contribuirá a disminuir el desempleo y asi mismo se apoyará a las campañas que la Policía Nacional fomenta en la ciudadanía para evitar este tipo de problemas.

3.- CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO

3.1.- Localizacion

3.1.1.- Medios de Costo y Transporte

Los medios por los cuales se puede acceder a la empresa son: Cooperativas de Transporte publico buses con un costo de \$0.25 por viaje y taxis con un costo minimo de carrera de \$1.25, al encontrarse en la Av. Reina Victoria y Santa Maria es de facil acceso, por estar ubicada en la zona comercial centro norte de la ciudad la cual cuenta con vias de primer orden, señalizacion y facil accesibilidad.

3.1.2.- Disponibilidad y Costos de la Mano de Obra Directa

Una vez analizado el mercado laboral en cuanto se refiere a Escuelas de Conducción profesional se pudo determinar que si existe el recurso humano capacitado para ser contratado para la prestación del servicio.

3.1.3.- Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento

La empresa se encuentra estratégicamente ubicada en una zona central y comercial de la ciudad por lo que esto implica que esta a cinco minutos de la gasolinera de Petroecuador ubicada en la Av. Amazonas y Orellana, a cinco minutos de Radio Truncking del Ecuador que se encuentra en las Av. Orellana Diego de Almagro, así como a cinco minutos de Movistar situada en la Av. Republica y Pradera y a poco metros de BM Gonzales & Asociados que es el proveedor de las tarjetas plásticas.

3.1.4.- Factores Ambientales

El impacto ambiental que la empresa puede ocasionar al efectuar el servicio seria la emisión de CO2 causada por los vehículos al momento de utilizarlos por lo que se acatará las disposiciones que el DMQ y la Corpaire tienen para bajar estos niveles.

Cabe recalcar que los vehículos contarán con los catalizadores instalados de fábrica para disminuir la emisión de gases.

3.1.5.- Cercanía del Mercado

La empresa se encuentra cerca a los proveedores de insumos como de sus clientes finales por encontrarse en la zona comercial de la ciudad.

3.1.6.- Costos y Disponibilidad del Local

Después de analizar el sector donde se va a implementar la empresa se ha determinado que si existen locales apropiados para la empresa ya que cuentan con parqueaderos para uso y comodidad de los clientes.

3.1.7.- Estructura Impositiva Legal

Para la apertura de la oficina se deberán pagar los siguientes permisos e impuestos: Patente Municipal, permiso de funcionamiento en el Cuerpo de Bomberos, el 1.5% de los activos fijos en el Municipio, impuestos en el SRI. Impuesto al Valor Agregado (IVA): Es el impuesto que se paga por la transferencia de bienes y por la prestación de servicios. Se denomina Impuesto al Valor Agregado por ser un gravamen que afecta a todas las etapas de comercialización pero exclusivamente en la parte generada o agregada en cada etapa.

Impuesto a la Renta: Es el impuesto que se debe cancelar sobre los ingresos o rentas, producto de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas, y en general actividades económicas y aún sobre ingresos gratuitos, percibidos durante un año, luego de descontar los costos y gastos incurridos para obtener o conservar dichas rentas.

Impuesto de Patente: La patente es un impuesto que deberá ser pagado por todos los comerciantes o industriales que operen en el Distrito Metropolitano de Quito, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Permiso de Funcionamiento: Es un valor que se paga para la aprobación de un informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito para la obtención del permiso de funcionamiento

3.1.8.- Disponibilidad de Agua, Energía y otros Insumos

De acuerdo a la ubicación de la empresa existe la disponibilidad de todos los servicios básicos que se requieren para efectuar nuestro servicio.

3.1.9.- Comunicaciones

En cuanto se refiere a las comunicaciones existe la disponibilidad de redes de radio troncalizado, antenas de telefonía celular de Movistar y las acometidas de telefonía fija que la CNT tiene dentro del DMQ.

3.2.- Tamaño

3.2.1.- Mercado

Este servicio está dirigido a un segmento de consumidores formado por personas de ambos sexos pertenecientes a los estratos socioeconómicos, medios altos y altos entre las edades de 25 a 45 años del Distrito Metropolitano de Quito, para establecer la demanda, se considera las características del mercado meta del proyecto, estas son:

Cuadro 3.1 Análisis de crecimiento oferta

Porcentaje de la población entre 25 y 45 (1)	38%	Napoleón Saltos, libro: Ecuador y su Realidad 2009
Porcentaje de autos por habitante en Quito (2)	18%	Cámara de Comercio de Quito ²⁷
Población Quito (3)	2215820	Población al 2010 ²⁸
Población meta = (1) x (2) x (3)	151562	Personas
Porcentaje de crecimiento de la población	2,30%	Napoleón Saltos, libro: Ecuador y su Realidad 2009

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Con estas consideraciones, se ha generado la siguiente proyección de la demanda, realizada considerando un porcentaje de crecimiento constante de año a año, para el periodo de vida del proyecto:

Cuadro3.2 Proyección Demanda

Año	Demanda total
2011	155048
2012	158614
2013	162262
2014	165994
2015	169812

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Para obtener el dato del número de servicios esperados anuales, se considera los resultados de la investigación de mercado, que determina que el 89,33% de la población, accedería al servicio y la consideración pesimista, de que este grupo lo haría una sola vez en el año, de este modo se obtiene:

²⁷ www.conquito.gov.ec

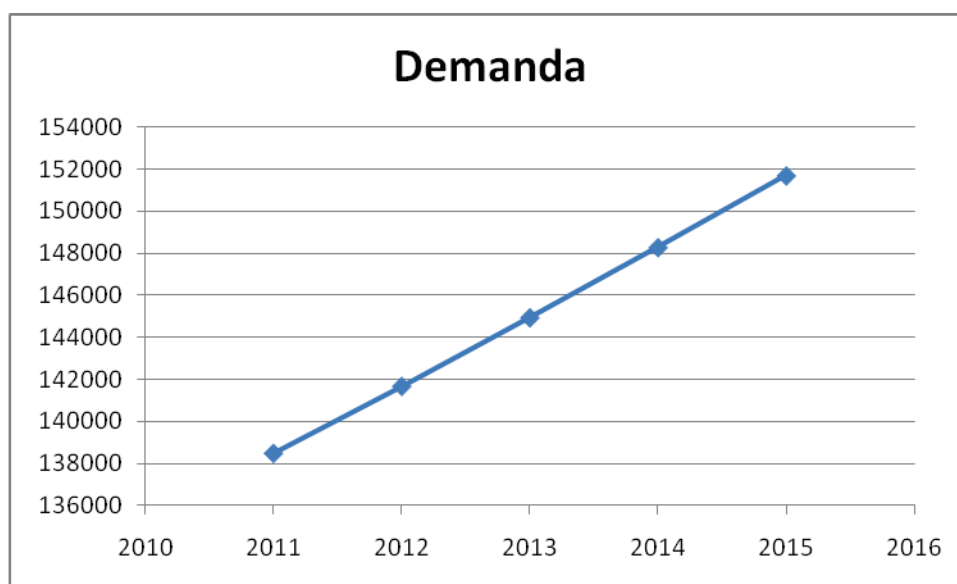
²⁸ www.inec.gov.ec/

Cuadro 3.2 Demanda

Año	Demanda total	Demanda real (89,33%)	Frecuencia de uso (al menos 1 al año)
2011	155048	138504	138504
2012	158614	141690	141690
2013	162262	144949	144949
2014	165994	148283	148283
2015	169812	151693	151693

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Grafico 3 1 Demanda



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

3.2.2.- Oferta

Para el análisis de la oferta, se tomará en cuenta la evolución de la competencia directa en lo relativo a los servicios anuales que genera, obtenidos en la investigación de mercado, estos resultados son:

Cuadro 3.3 Competencia

Año	Periodo	Total de servicios viernes y sábados
1999	1	7790
2000	2	8254
2001	3	8903
2002	4	9989
2003	5	11663
2004	6	12560
2005	7	13296
2006	8	14107
2007	9	14984
2008	10	15420
2009	11	16348

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Se considera que dado que viernes y sábado se dan la mayor cantidad de servicio, se estima que el resto de días se produce en equivalente al 150% (1,5 veces) lo que se genera estos días, así la oferta anual total generada por la competencia directa es:

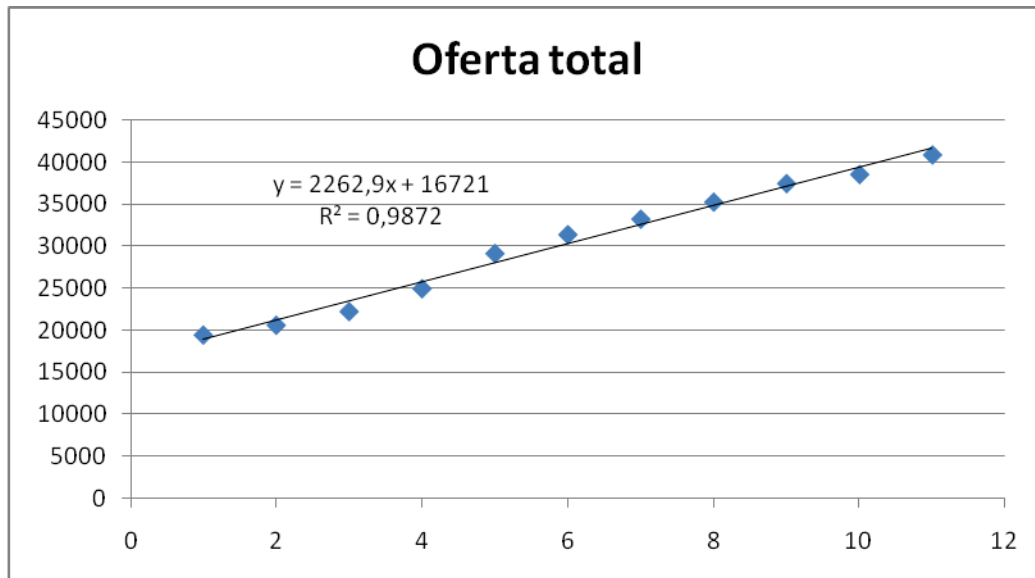
Cuadro 3.4 Oferta anual competencia

Año	Periodo	Total de servicios viernes y sábados	Total de servicios Domingo a jueves (factor 1,5)	Oferta total
99	1	7790	11685	19475
2000	2	8254	12381	20635
2001	3	8903	13355	22258
2002	4	9989	14984	24973
2003	5	11663	17495	29158
2004	6	12560	18840	31400
2005	7	13296	19944	33240
2006	8	14107	21161	35268
2007	9	14984	22476	37460
2008	10	15420	23130	38550
2009	11	16348	24522	40870

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

En base a la información de los servicios anuales totales y haciendo uso del método de los mínimos cuadrados y el EXCEL se establece la recta de regresión, como se muestra a continuación:

Grafico 3.2 Oferta Total



Como puede observarse, existe una correlación del 98,72% entre los datos, lo que brinda confianza a las estimaciones, haciendo uso de la recta de regresión:

$$Y = 2262.8 X + 16721$$

Permite establecer la proyección de la oferta al mediano plazo, tiempo de vida del proyecto:

Cuadro 3.5. Proyección Oferta

Año	Oferta total
2011	46139
2012	48402
2013	50665
2014	52927
2015	55190

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Una vez establecida la demanda y la oferta, se calcula la demanda insatisfecha como la diferencia entre ambas, así se obtiene:

Cuadro 3.6 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2011	138504	46139	92366
2012	141690	48402	93288
2013	144949	50665	94284
2014	148283	52927	95355
2015	151693	55190	96503

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Se considera que el proyecto atenderá el 10% de la demanda insatisfecha, de modo que el número de servicios anuales a satisfacer o la participación del mercado del proyecto serán:

Cuadro 3.7 Participación Mercado proyecto

Año	Participación estimada anual (10%)
2011	9237
2012	9329
2013	9428
2014	9536
2015	9650

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

3.2.3.- Financiamiento

Parte de la inversión corresponderá a un préstamo que CONDUCPROF va a realizar a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Andalucía”, por un monto de (\$12.929.31), la inversión restante, será de la aportación de los accionistas de la empresa.

3.2.4.- Equipos, Muebles y Enseres

Tomando en cuenta que la empresa es del sector terciario, no es necesario adquirir algún tipo de maquinaria o tecnología especial lo óptimo en la empresa son los vehículos, equipos de oficina y enseres que se detallan a continuación:

- Fax
- Mini central Telefónica
- Impresora
- Computadoras
- Grapadora
- Perforadora
- Televisor
- Vehículo
- Escritorios
- Sillas
- Archivadores
- Sofás

3.2.5.- Mantenimiento Equipos vehículos, enseres.

El mantenimiento de los vehículos se lo realizará mensualmente en la casa matriz donde se los adquirirá, en cuanto a los equipos de oficina y enseres se los realizara mensualmente por parte de cada proveedor para ellos contratado.

3.3.- Ingeniería del Proceso

3.3.1.- Lista de bienes inmuebles, equipos, maquinarias, herramientas, enseres, vehículo.

Se presentan el listado de los bienes inmuebles equipos, maquinas y herramientas que serán utilizados en la realización y comercialización de servicio de conductores profesionales.

Cuadro 3.8 Inventario de inmuebles, equipos, herramientas y enseres

CONCEPTO	CARACTERISTICAS TECNICAS	UBICACION	RESPONSABLE	CANTIDAD
Local	Construcción de 60 m2 de hormigón armado con todos los servicios básicos	Reina Victoria y Sta. María esquina	Director del Proyecto	1
Equipos de oficina				
Fax	Para enviar y recibir información	Administración	Personal Administrativo	1
Mini central telefónica	Recepción de llamadas de los clientes	Administración	Operadoras	1
Impresora	Impresión de documentos	Administración	Personal Administrativo	1
Computadoras		Administración	Personal Administrativo	3
Grapadora		Administración	Personal Administrativo	2
Perforadora.		Administración	Personal Administrativo	2
Televisor		Counter	Personal Administrativo	1
Vehículos				
Vehículos	Motor 1.100 cc tipo AVEO sport 4 puertas	Parqueaderos oficina central	Conductores	1
Enseres				
Escritorios	Madera	Administración	Personal Administrativo	3
Sillas	Madera	Administración	Personal administrativo	6
Archivadores	Metálicos	Administración	Personal Administrativo	1
Sofás	Madera	Counter	Personal Administrativo	2

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

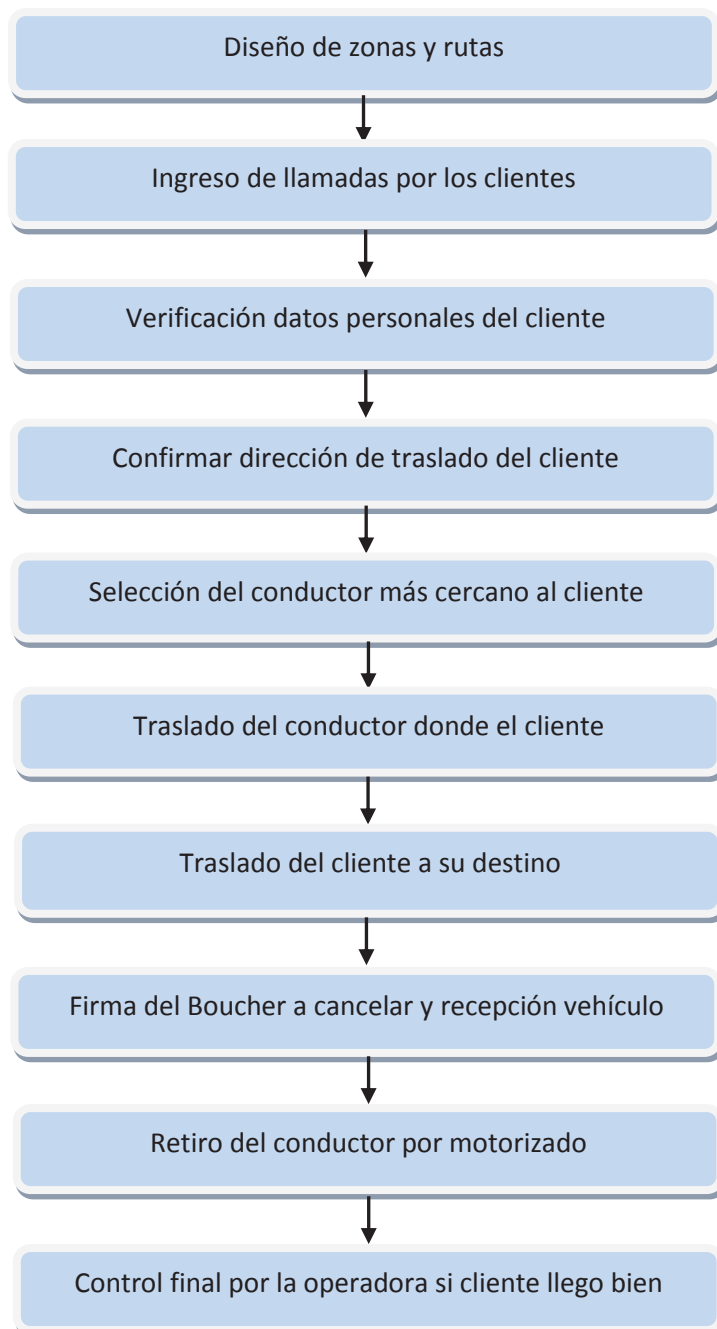
3.3.2.- Materia Prima, Insumos.

Cuadro 3 .9 Inventario de Materia Prima e Insumos

CONCEPTO	CARACTERISTICAS TECNICAS	UBICACION	RESPONSABLE	CANTIDAD
Walkie Talkies	Modelo EP-450	Autos y oficina	Conductores y personal Administrativo	11
Gasolina	Galón de Extra	Autos	Conductores	
Telefonía Fija	Cnt	Administración	Operadoras	1
Telefonía Móvil	Celulares Nokia modelo 1208	Autos y Administración	Operadora y Conductores	3
Internet	Banda ancha	Administración	Personal Administrativo	1
Tarjetas recargables	Tarjetas plásticas	Administración	Personal Administrativo	1.000

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

3.3.3.- Proceso de Producción



Diseño de un mapa de zonas y rutas

Con el diseño de un mapa, especificando a que zonas está dirigido el servicio y en que rutas se pueda trasladar a los clientes en el menor tiempo posible, de esta manera se realizará un servicio eficaz así se optimizará los tiempos y se podrá cubrir la demanda de mejor manera.

Ingreso de llamadas por parte de los clientes

La central telefónica tomará las llamadas correspondientes al servicio, las 24 horas del día, proporcionando información, acerca de la empresa, y al mismo tiempo adquiriendo una base de datos específica por parte de los clientes.

Verificación de datos personales del cliente

El momento de la verificación de los datos personales del cliente, se tomará en cuenta los siguientes puntos: el sector de donde llama, dirección correcta, nombres completos, correo electrónico, forma de pago, etc.

Confirmación de los datos del cliente

Una vez hecha la verificación de los datos del cliente, se procederá a la confirmación de los mismos, ya que esto permitirá que no haya equivocaciones al momento de realizar el servicio.

Selección del conductor profesional mediante códigos

Los conductores estarán en la oficina de la empresa y/o en las unidades móviles a la espera de recibir por parte de la central telefónica la orden de la ejecución del servicio, esto se dará a través de códigos los cuales cada uno de los mismos estarán registrados y de esta manera poder saber que conductor está con los distintos clientes.

Traslado del conductor hacia el sector donde realizará el servicio

El conductor una vez registrado por parte de la central telefónica, procederá a realizar el servicio, trasladándose mediante un motorizado al lugar donde se encuentra el cliente.

Traslado del cliente hacia el destino

El conductor llega a donde el cliente se encuentra y procede a la verificación del auto, en qué condiciones se encuentra, y otros detalles relacionados al servicio.

Firma del Boucher a cancelar

Al llegar a la dirección donde el cliente se va a pedido que se lo traslade, se realiza la forma de pago, por parte de la persona encargada.

Retiro y traslado del conductor por parte del motorizado

Finalizado el servicio, el motorizado se dirige al lugar donde se encuentra el conductor para el traslado del mismo hacia las oficinas centrales y/ o a la unidad móvil a la que pertenece.

Control por parte del administrador

El conductor al momento de llegar a la oficina central, procede a entregar al administrador el registro de quién realizó el servicio, detallando toda información con respecto al servicio proporcionado.

3.3.4.- Diagrama de Operaciones

Los símbolos básicos de un diagrama de flujo de un proceso industrial son seis y se refieren a distintas operaciones; cada uno tiene una figura que lo representa tal como se indica en seguida:

Inspección: 

Hay una inspección cuando un objeto es examinado para fines de identificación o para comprobar la calidad, cantidad, forma, tamaño o cualquier otra propiedad del objeto.

Operación: 

Hay una operación cuando de manera intencionada se cambia en forma evidente cualquiera de las características específicas de un objeto, sean físicas o químicas. Son operaciones las siguientes: taladrar, cortar, esmerilar, mezclar, entre otros.

Operación - Inspección: 

Hay una operación – inspección cuando a un objeto se le inspecciona y se le efectúa una operación al mismo tiempo.

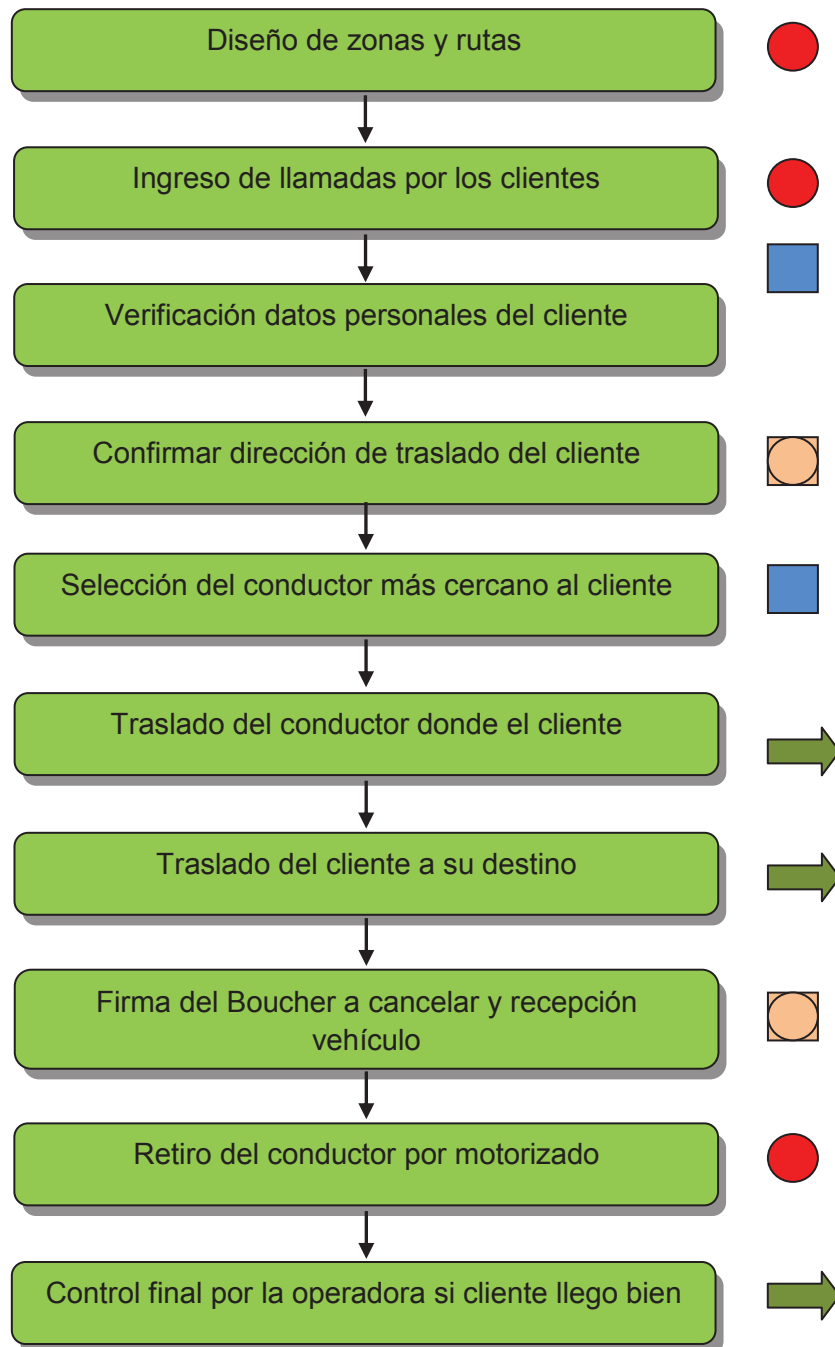
A estas tres primeras operaciones se les denomina Operaciones Principales.

Traslado o Transporte: 

Hay un traslado o transporte cuando un objeto es llevado de un lugar a otro. No se identifica como traslado si el objeto es movido de un sitio a otro dentro de una misma operación realizada por un operario en su sitio de trabajo.²⁹

²⁹ UQUILLAS, Alfredo. “Manual para formulación de planes de negocios”. Fundación esperanza. 2009. Quito-Ecuador.

3.3.5.- Diagrama de Procesos



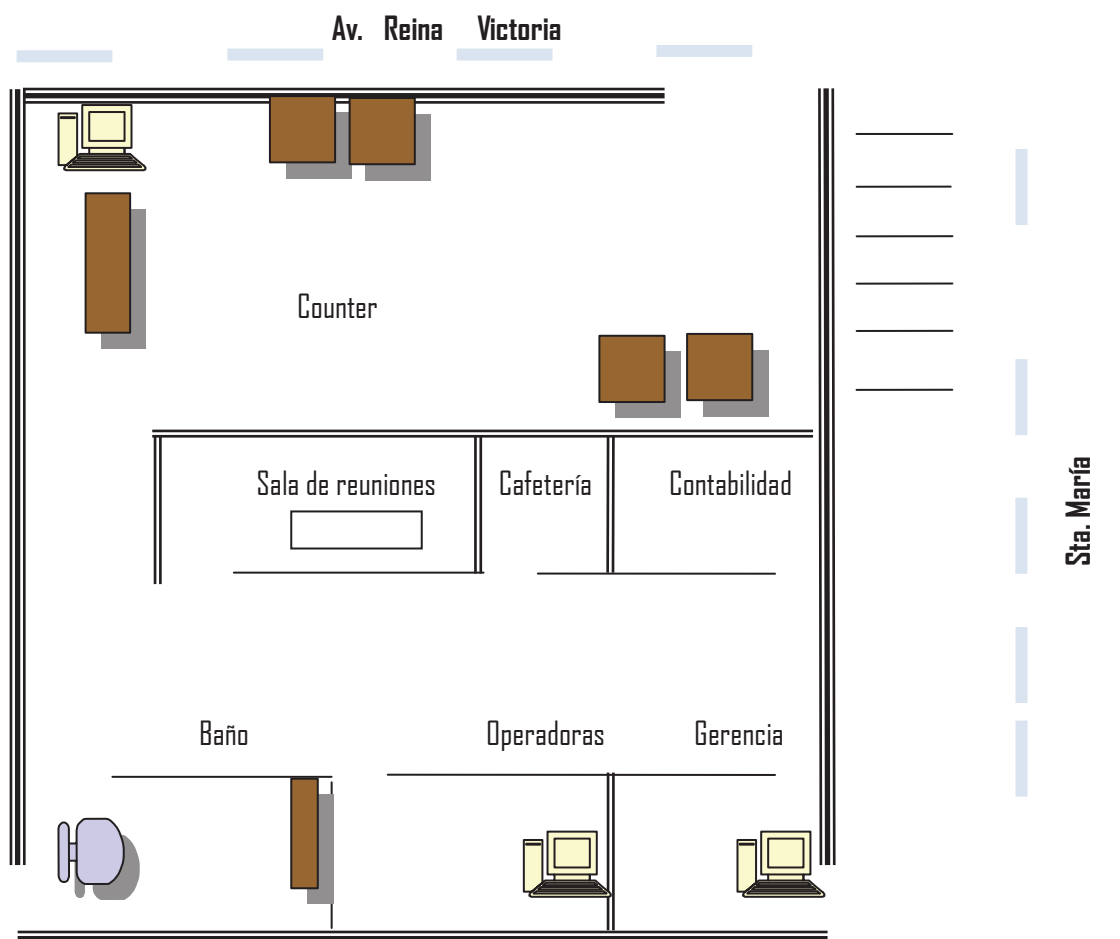
Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Cuadro 3.10 Resumen de procesos

Resumen de procesos		
Actividades	Símbolos	Cantidad
Operaciones	●	3
Inspecciones	■	2
Traslado	➡	3
Opera. Inspección	◻	2
TOTAL	4	10

3.3.6.- Layout

Grafico 3.3 Plano del local



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Distribución Física de la Empresa

La figura anterior presenta el plano de la distribución física de las instalaciones de la empresa. Las instalaciones poseen un área de 100 metros cuadrados.

Tiene una oficina para gerencia: lugar donde el representante legal de la empresa o administrador organiza, gestiona y diseña políticas de administración de los recursos de la empresa y atiende a los clientes.

Oficina de Contabilidad: lugar donde se realizarán los pagos a proveedores, y se llevara la parte contable de la empresa.

Oficina de operadoras: Donde se tomaran las llamadas de los clientes y se distribuirá las ordenes de trabajo a los conductores de las unidades móviles y a los choferes.

Sala de reuniones: En la cual se llevarán a cabo las reuniones semanales donde se verificara la calidad de servicio.

Cafetería: de uso común.

Counter: Donde se recibirá al cliente, ventas, etc.

Un baño mixto: ubicado en el área administrativa del local que será tanto para el uso del personal de la empresa como para los visitantes. El baño contará con armarios metálicos individuales para guardar las ropas e implementos de limpieza (casilleros).

3.3.7.- Cronograma de inversiones

Cuadro 3.11. Cronograma de inversiones

Actividades	Meses												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Adecuación infraestructura													
Muebles													
Enseres													
Insumos													
Reconocimiento del área													
Pruebas finales de operación													

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

4.- CAPITULO IV ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1.- Filosofía Empresarial

4.1.1.- Nombre de la empresa

“CONDUCPROF CIA.LTDA”

4.1.2.- Misión y Visión

Misión:

Ser la empresa innovadora, prestadora de servicios de transporte de personas y sus vehículos, reconocida por sus clientes como su principal aliado, a quien confiar sus vidas y sus automóviles, que siendo rentable mejore la calidad de vida de su equipo humano y disminuya los accidentes de tránsito en el Distrito Metropolitano de Quito.

Visión:

Llegar a constituirse en la principal empresa innovadora, prestadora de servicios de transporte de personas y automóviles a nivel nacional con reconocimiento internacional, así como velar por las vidas y los bienes de sus clientes.

4.1.3.- Responsabilidad Social

La responsabilidad social empresarial está reflejada en diversas relaciones que mantengan la empresa, en la transparencia con que ella afronta sus obligaciones; en la forma que trata a sus empleados, en el tipo de relación que tiene con sus proveedores y clientes, además contribuir con la sociedad en la disminución de la mortalidad directa e indirecta causada por el consumo de bebidas alcohólicas.

4.1.4.- Principios y Valores

Publico - interno

- Gestión participativa

- Valoración de la diversidad
- Políticas de remuneración, beneficios, salud de acuerdo a la ley
- Compromiso con el desarrollo profesional

Medio ambiente

- Incentivar a los clientes a la responsabilidad ambiental
- Compromiso de la empresa con la mejora de la calidad ambiental

Proveedores

- Criterios de selección y evaluación de proveedores basadas solo en factores de calidad, precio y plazo.
- Políticas formales con el objetivo de erradicar el trabajo forzado e infantil.
- Negociar con transparencia y establecer relaciones contractuales solo basadas en criterios comerciales

Clientes

- Poseer un servicio básico, amigable focalizado en la información y en la solución de problemas.
- Analiza las dudas, sugerencias y problemas como instrumento para perfeccionar sus actividades.
- En la publicidad evita contenidos engañosos o que induzcan al cliente a errores de entendimiento.
- Calidad en el servicio.

Comunidad

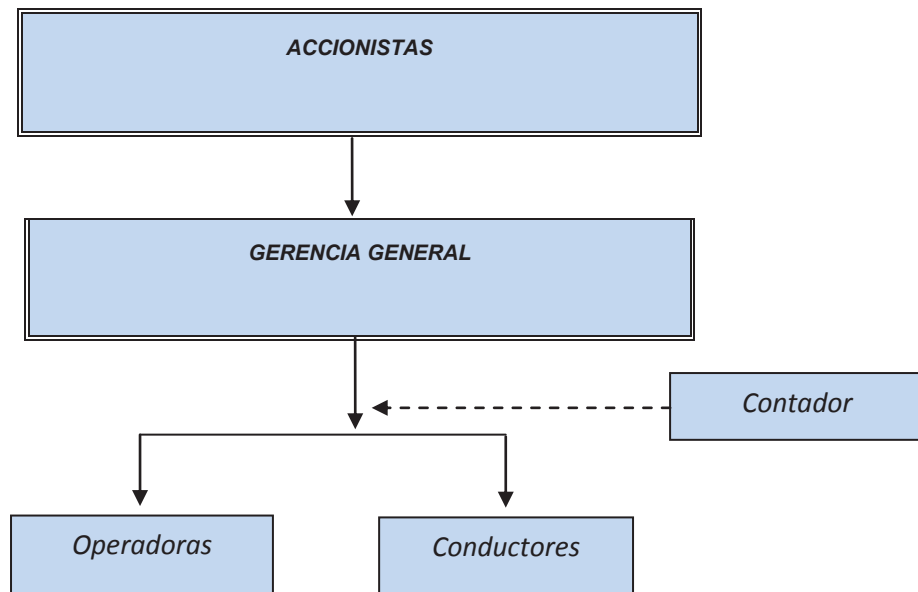
- Contacto y comunicación con la comunidad procurando minimizar los impactos negativos que la actividad pueda causar.
- Busca y tomar medidas reparadoras en respuestas a reclamos y manifestaciones de la comunidad.
- Inclusión de grupos vulnerables como por ejemplo madres solteras, en la nomina de la empresa.

Gobierno y sociedad

- Contribuye con el pago de impuestos³⁰
- Conservación de la vida de los ciudadanos.

4.2.- Estructura Organizacional

Grafico 4.1 Organigrama



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

³⁰ Varios Términos Identificados

ULLA, Alberto; ROLANDO, Alicia; ROCA, Alejandro. "Indicadores de responsabilidad social empresarial". Guía de auto aplicación. Varios números. 2004. Córdoba-Argentina.

Cuadro 4.1 Nomina del personal

Cargo	Perfil	Funciones	Remuneraciones	Prestaciones sociales
Gerente General	-Ing. Comercial o Egresado Administración de empresas -Experiencia de 3 años en cargos similares - Manejo de programas informáticos	-Representar a la empresa -Tomar decisiones -Mantener actualizado las finanzas de la organización -Comercialización y ventas externa de las tarjetas en bares, discotecas etc.	Sueldo \$300 + comisiones	Seguro Social Beneficios de Ley
Contador	Contador C.P.A que pueda firmar balances y pagos al SRI	-Solicitar proformas y escoger al mejor proveedor -Manejar los saldos de bancos y el flujo diario de efectivo	Servicios prestados \$150	
Operadoras	Bachilleres secretariado -Experiencia mínima de un año en call center	-Servicio al cliente -Distribución de trabajo a los choferes -cobro clientes	Sueldo \$240	Seguro Social Beneficios de Ley
Conductores	- Licencia Tipo C - Cuatro años experiencia	Realizar el transporte de los clientes y sus autos	Sueldo \$260	Seguro Social Beneficios de Ley

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

4.3.- Aspectos legales

4.3.1.- Tipo de Sociedad

Para esta empresa se ha visto conveniente crear una Compañía Limitada ya que esta dentro de los parámetros y conveniencias de los socios por sus aspectos sociales y financieros de la misma.

4.3.2.- Requisitos Legales

a) Legalización del contrato de arrendamiento

Si el establecimiento funciona en un lugar arrendado, oficina, bodega, etc.

Requisitos:

- Original y 4 copias del contrato arrendamiento
- Original y copia del pago por tasa judicial
- Original y copia de cedula de identidad o pasaporte y papeleta de votación del arrendatario
- En el Juzgado de Inquilinato
- Valor \$5.00. Tiempo 2 día
- Notaría, valor \$60.00. Tiempo 30 minutos
-

b) Registro único del contribuyente (RUC)

Requisitos:

- Fotocopia de cédula de identidad o pasaporte
- Fotocopia de la papeleta de votación
- Carta de luz, agua o teléfono actualizada
- Adjuntar contrato de arrendamiento
- En el Servicios de Rentas Internas (SRI)
- Valor: Gratuito. Tiempo: 20 a 30 minutos.
-

c) Patente municipal

Requisitos:

- Formulario de declaración del Impuesto de patentes
- Original y copia de cedula o pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Original y Copia del R.U.C.
- Clave Catastral (Información A.Z.)
- En la Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento
- Valor: \$ 25.00. Tiempo: 1 hora aproximadamente.

4.3.3.- Requisitos de Funcionamiento

d) Permisos de bomberos

Requisitos:

- Copia de solicitud de inspección
- Informe favorable de inspección
- Copia de la patente municipal
- Oficinas del cuerpo de bomberos de Quito
- Valor: \$1.00. Tiempo: 8 días (Inspección)+ 3 días (emisión del permiso)= 11 días laborables.

Observaciones.- Después de consultar en la Empresa Municipal de Movilidad y Obras Publicas (EMMOP), indica que al no ser una empresa prestadora de servicios de taxi, no necesita de ningún permiso de circulación especial, solamente tendrá que cumplir con los requisitos de la Corpaire y los vigentes por la Dirección Nacional de Control de Transito y Seguridad Vial (DNCTSV), como son pago de matriculas y de impuestos.

4.3.4.- Gastos y Constitución de la Empresa

Para proceder con los trámites de constitución de la Compañía Limitada es necesario incurrir en gastos como: Gastos de pago de Capital mínimo de \$400 (Cuatrocientos Dólares Americanos). De la prestación de servicios profesionales de un Abogado quien cobrará el valor de \$ 150.00 (Ciento cincuenta Dólares Americanos). Además se necesita cancelar valores relacionados con el pago de escritura de Constitución, Razones notariales y Publicaciones en la prensa de Constitución por \$280 (Doscientos ochenta Dólares Americanos), Gasto patente Municipal \$ 25 (Veinticinco Dólares Americanos). Continuando con la afiliación a la Cámara de Comercio de Quito pagando un valor de inscripción de \$ 350.00 (trescientos cincuenta Dólares Americanos), el registro y tramites en la Súper Intendencia de Compañías por un valor de \$ 100.00 (Cien Dólares Americanos) y por último el pago de los permisos de Operaciones en la Dirección Nacional de Transito de \$200

(Doscientos dólares Americanos) por los dos vehículos. Dando un total de \$ 1.505.00 (Mil Quinientos Cinco Dólares Americanos).

4.3.5.-Normas y política de distribución de utilidades

Reservas Estatutarias: Aquellas cuya dotación está prevista en los estatutos de la sociedad. Son aquellas reservas que deben constituirse en cada ejercicio económico por estar así establecido en los estatutos de la sociedad. Se han estipulado en un 10%.

Reserva Legal: Reserva que obligatoriamente debe ser dotada por así establecerlo una disposición legal de carácter general. La Ley de Compañías limitadas establece que el 10 % del beneficio del ejercicio debe destinarse a la reserva legal hasta que ésta alcance, al menos, el 20 % del capital social. La reserva legal, mientras no supere dicho límite, podrá dedicarse exclusivamente a la compensación de pérdidas en el caso de que no existan otras reservas disponibles para este fin. (Ley de Compañías, <http://www.supercias.gov.ec;14/10/2010>)

Distribución de Utilidades: Se distribuirán anualmente a partir del 3° año, en partes iguales, teniendo en cuenta y descontando las Reservas Legales establecidas por ley, que para este caso son del 5% sobre la utilidad neta, y las reservas estatutarias que se han estimado en el 10% para realizar reinversión en la compañía.

5.- CAPITULO V EVALUACION FINANCIERA

Objetivos del Capítulo

- Determinar las características de la inversión, depreciación y financiamiento

5.1.- Inversión

La inversión es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.³¹ La empresa requerirá de los siguientes activos para llevar a cabo el implemento de la división:

Cuadro 5.1 Inversiones

Inversiones	Unidades	Precio Unitario	Precio total
Activo fijo			\$ 17.470,00
Vehículo AVEO Activo	1		\$ 12.960,00
Muebles y enseres			\$ 1.850,00
Sillas y otros	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Escritorios	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Equipos de oficina			\$ 1.040,00
Cafetera	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Teléfonos	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Mini central telefónica	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Fax	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sistema de radio	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Equipos de computación			\$ 1.620,00
Computadoras	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Impresora	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Activo diferido			\$ 1.600,00
Gastos legales de constitución			\$ 1.600,00
Subtotal			\$ 19.070,00
Otros (15%)			\$ 2.860,50
Capital de trabajo			\$ 3.928,11
Total			\$ 25.858,61

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

³¹ Massé, Pierre. LA ELECCIÓN DE LAS INVERSIONES. Editorial Sagitario, México.

5.1.1.- Depreciación

La depreciación de activos fijos refleja la pérdida de valor de las maquinarias, equipos, herramientas y vehículos como consecuencia de la utilización de los mismos. En el Ecuador se utiliza el método de depreciación en línea recta, a través del cual se calcula la depreciación anual dividiendo el coste inicial de cada activo fijo para el número de años de vida útil:

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{valor activo}}{\text{años vida útil}}$$

Con estos datos se obtiene la depreciación acumulada y el valor en libros, que viene dado por la diferencia entre el costo inicial del activo fijo menos la depreciación acumulada. Debe decirse que el valor en libros es utilizado con fines meramente contables, pues en la práctica existen activos fijos, que pese a estar depreciados, pueden venderse en el mercado de bienes usados, obteniendo una fuente adicional de ingresos para el proyecto.

En suma, la vida útil del activo determina la depreciación anual, estos valores autorizados de depreciación pueden colocarse en forma porcentual a través de la relación:

$$\% \text{ de depreciación} = \frac{1}{\text{años de vida útil}}$$

Así, la depreciación puede hallarse usando la siguiente relación:

$$\text{Depreciación anual} = \text{Valor del activo} \times \% \text{ de depreciación}$$

La siguiente tabla muestra los porcentajes de depreciación autorizados en el Ecuador en base a los cuales se calcularán la pérdida de valor anual de los activos:

Cuadro 5.2 Tabla porcentajes depreciación

Activo Fijo	Vida Útil (años)	Porcentaje de depreciación
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	20	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	5	20%
Equipos de cómputo y software	3	33.33%

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Fuente: <http://www.tributacionecuador.com/f102.html>

Haciendo uso de estos porcentajes, los valores relativos a la depreciación de los activos de la empresa son:

Cuadro 5.3 Depreciación

Depreciación	%	Año					Rescate
		1	2	3	4	5	
Muebles y enseres	10%	\$185,00	\$185,00	\$185,00	\$185,00	\$185,00	\$925,00
Equipos de oficina	10%	\$104,00	\$104,00	\$104,00	\$104,00	\$104,00	\$520,00
Vehículo AVEO Activo	20%	\$2.592,0	\$2.592,0	\$2.592,00	\$2.592,0	\$2.592,	\$-
Equipos de computación	33%	\$540,00	\$540,00	\$540,00	\$-	\$-	\$0,00
Total		\$3.421,0	\$3.421,0	\$3.421,00	\$2.881,00	\$2.881,0	\$1.445,00

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

5.1.2.- Amortización

La amortización del capital social correspondiente a los gastos de constitución de la empresa se realizará dividiendo para cinco el valor al inicio del periodo, así la siguiente tabla muestra estos datos:

Cuadro 5.4 Amortización

Activo diferido	20%	\$320,00	\$320,00	\$320,00	\$320,00	\$320,00
-----------------	-----	----------	----------	----------	----------	----------

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

5.2.- Financiamiento

El financiamiento previsto para el proyecto, se ha previsto que provendrá de dos fuentes:

1. Capital propio (50%)
2. Deuda a largo plazo (50%)

En base a esto, se obtiene la siguiente tabla de amortización de crédito:

Cuadro 5.5 Tabla Amortización

Capital financiado	50%
Capital financiado	\$ 12.929,31
Tiempo	5 años
Tasa (activa referencial BCE)	9,08%
Cuota	\$ 268,88

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Ver anexo N° 6

Consolidación de pagos anuales:

Cuadro 5.6 Pagos anuales

Periodo	2011	2012	2013	2014	2015
Interés	\$1.086,17	\$ 883,56	\$ 661,77	\$ 418,99	\$ 153,22
Capital amortizado	\$2.140,43	\$2.343,04	\$ 2.564,83	\$ 2.807,62	\$3.073,38

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

5.3.- Presupuesto de ventas

Para elaborar el presupuesto de ventas inicialmente se determinó la demanda insatisfecha a través del conocimiento de la oferta y la demanda:

5.3.1.- Venta

Debe aclararse que para determinar los ingresos, costos y sus proyecciones, se ajustarán los resultados mediante la inflación cuando el caso lo amerite, para ello se calculará la inflación media del país con datos obtenidos a partir del Banco Central del Ecuador

Ver Anexo N° 7

Una vez establecida la participación del mercado y la inflación media, se establece el ingreso, a través del precio fijado por el servicio medio en:

$$\text{Precio} = \$11,026$$

Los ingresos generados por el proyecto se estiman en:

Cuadro 5.7 Estimado Ingresos

Periodo	2011	2012	2013	2014	2015
Ingreso	\$106.446,17	\$112.369,48	\$118.703,03	\$125.478,20	\$132.728,81

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

5.4.- Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa³², en este sentido, los costos variables para la empresa se dividirán entre los debidos al vehículo propio de la organización y los debidos a los autos que harán el servicio freelance, estas consideraciones se muestran a continuación:

³² <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm>

Cuadro 5.7 Demanda recursos empresa

Cubrimiento de la demanda con recursos de la empresa:		
Duración media del servicio (1)	1,5	horas
Horas de servicio diarias disponibles (2)	16	horas (dos turnos)
Número de servicios diarios posibles (3) = (2)/(1)	11	
Días disponibles (4)	5	(1 de mantenimiento)
Semanas disponibles (5)	52	
Número de servicios anuales por vehículo (3) x (4) x (5)	2773	
Número de vehículos de la empresa	1	
Número de servicios anuales (3) x (4) x (5)	2773	

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Así la distribución de los servicios de la empresa será:

Cuadro 5.8 Distribución servicios

Año	Participación de la demanda	Con los vehículos de la empresa	Con vehículos externos
2011	9237	2773	6463
2012	9329	2773	6556
2013	9428	2773	6655
2014	9536	2773	6762
2015	9650	2773	6877

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Los costos variables se descomponen en:

Para los vehículos propios.- el costo del servicio está dado por el combustible que se considera que se gastará aproximadamente en cada viaje solicitado, así se tiene la siguiente relación:

Auto Tipo: AVEO

Capacidad aproximada: 7 galones

Costo de los 7 galones de combustible extra: 10,20\$

Costo de un galón de combustible = 1,46\$/gl

Rendimiento medio: 17 Km / lt = 63.92 Km / gl

Costo medio por Km = 63.92 / 1.46 = 43.87 Km/\$

Duración media del servicio = 1.5 horas/servicio

Velocidad media estimada del servicio = 60 Km / Hora

Número de Km medios por servicio = 60 x 1.5 = 90 Km/servicio

Costo aproximado del combustible por servicio = 90 / 43.87 = 2.05 \$/servicio

Costo aproximado de combustible por servicio = 2 \$ (1 dólar a la ida y 1 dólar a la vuelta)

Combustible servicio	\$1,00
Combustible retorno	\$1,00
Otros (10% del precio)	\$1,10
Total	\$3,10

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Para los vehículos externos:

Comisión dueño del vehículo (75% del precio)	\$ 8,27
Total	\$ 8,27

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Tomando en cuenta la inflación y la participación del mercado objetivo, se consolidan los costos variables es decir, el factor por el que se está multiplicando para obtener el valor del costo variable es: Costo variable unitario x participación de mercado x 1.0452 (inflación media)

Cuadro 5.9 Costos Variables

Periodo	2011	2012	2013	2014	2015
Costos de vehículos propios	\$ 8.993,51	\$ 9.400,06	\$ 9.824,99	\$10.269,12	\$ 10.733,34
Costos de vehículos externos	\$55.863,82	\$59.222,70	\$62.840,29	\$66.737,89	\$ 70.938,56
Costo variable total	\$64.857,33	\$68.622,76	\$72.665,28	\$77.007,02	\$ 81.671,90

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

5.5.- Costo operativo fijo

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de mantener la empresa abierta, de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa³³, para la empresa, los siguientes son los costos fijos de operación (no tienen que ver con la venta del producto):

Los servicios que consumirá la empresa serán los siguientes en un periodo de un año:

Cuadro 5.10 Consumo servicios

Servicios	Precio mensual	Precio anual
Luz	\$ 25,00	\$ 300,00
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Mantenimiento oficinas	\$ 20,00	\$ 240,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00
Internet (ANDINANET)	\$ 19,00	\$ 228,00
Arriendo	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Seguridad	\$ 28,00	\$ 336,00
Contabilidad	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Total anual		\$ 5.544,00

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

El detalle de los suministros que se proyecta usar en el desarrollo de las actividades administrativas es el siguiente:

Cuadro 5.11 Suministros

Suministros	Precio mensual	Precio anual
Papelería	\$ 35,00	\$ 420,00
Otros (15%)	\$ 5,25	\$ 63,00
Total anual		\$ 483,00

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

³³ <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm>

La consolidación del costo fijo operativo será:

Cuadro 5.12 Costo fijo operativo

Periodo	2011	2012	2013	2014	2015
Suministros	\$ 483,00	\$ 504,83	\$ 527,65	\$ 551,51	\$ 576,44
Servicios	\$ 5.544,00	\$ 5.794,62	\$ 6.056,56	\$ 6.330,34	\$ 6.616,51
Total	\$ 6.027,00	\$ 6.299,45	\$ 6.584,21	\$ 6.881,85	\$ 7.192,94

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Finalmente, la consolidación anual de los sueldos del personal o gastos administrativos de la empresa y sus respectivos componentes, es la siguiente:

Cuadro 5.13 Sueldos anuales

PUESTOS	Nº	BASICO	DECIMO 3ER SUELDO	DECIMO 4TO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	APOORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 36,45	\$ 406,45	\$4.877,40
Operadora	2	\$ 240,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 58,32	\$ 658,32	\$7.899,84
Chofer	2	\$ 260,00	\$ 43,33	\$ 40,00	\$ 43,33	\$ 63,18	\$ 709,85	\$8.518,16
						Total	\$1.774,62	\$21.295,40

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Como puede observarse el gerente no gana menos que los empleados puesto que \$300 es mayor que \$240 y \$260 dólares, además comisionará sobre las ventas, lo que ocurre es que hay dos operadoras y juntas ganan más que el gerente, el mismo caso se da para los choferes.

5.6.- Gasto de venta

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de los mismos a través de la publicidad, se incluye también las comisiones en este concepto.³⁴ Con esta definición se estipula que la empresa tendrá gastos de venta provenientes de dos fuentes:

Publicidad

Comisiones

³⁴ http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm

5.6.1.- Publicidad

La empresa entregará trípticos y flyers para los clientes además de la comisión del 3% sobre ventas para el gerente puesto que este será el encargado de coordinar las acciones tendientes a generar los clientes, lo cual es su principal actividad, esto se debe a que al ser una empresa pequeña y al contratar los servicios de consultoría externa para las actividades administrativas, el gerente puede dedicar la mayor parte de su tiempo a actividades inherentes a los procesos estratégicos que son fundamentalmente abrir mercado mediante visitas a empresas públicas y privadas donde compartir la comunicación de la empresa, el gasto estimado por este concepto se resume a continuación:

Cuadro 5.14 Publicidad y comisión Gerente

Periodo	2011	2012	2013	2014	2015
Publicidad	\$438,99	\$458,83	\$479,57	\$501,25	\$523,91
Comisión sobre servicio (3%)	\$3.193,39	\$3.371,08	\$3.561,09	\$3.764,35	\$3.981,86
Total costo de ventas	\$3.632,37	\$3.829,91	\$4.040,66	\$4.265,60	\$4.505,77

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

En lo relativo a la publicidad, se plantea crear paginas de facebook o cuentas en twitter para hacer uso de los recursos electrónicos sin grabar el costo publicitario, puesto que los costos inherentes al acceso a grandes bases de datos para una pequeña empresa son prohibitivos, por ejemplo, el acceder a una base de MOVISTAR de 600000 clientes, cuesta no menos de 20 centavos el mensaje, por una sola vez esto representaría 120000\$ por un solo mensaje. Dada estas circunstancias, debe efectuarse la estrategia de marketing directo planteada a través de visitas a empresas públicas y privadas donde se considera concentrado el público objetivo.

5.7.- Capital de trabajo

El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra) es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de

sus actividades en el corto plazo.³⁵ En otras palabras es la cantidad de efectivo mínima que la empresa requiere para garantizar su operación sin contratiempos, su fórmula de cálculo es la que sigue:

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Días de desfase} \times \text{costos totales anuales}}{365}$$

La consolidación de los costos anuales del presente proyecto para el cálculo del capital de trabajo, se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro 5.15 Capital de Trabajo

Costo total	\$ 95.584,10
Costo variable	\$ 64.857,33
Costo variable ventas	\$ 3.632,37
Costo fijo	\$ 27.094,40

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Los días de desfase corresponden al periodo de tiempo en el cual se estima que la empresa empezará a recibir sus primeros ingresos, en este sentido se supone que el efecto de la comercialización se presentará en los primeros diez días de puesto en marcha el proyecto mientras que se espera que el pago inicial llegará cinco días después de aceptada la oferta debido al pago por tarjeta (en caso de que esto se dé):

Cuadro 5.16 Días de Desfase

Días de crédito	5
Días de comercialización	10
Días de desfase	15

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

³⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo

De donde aplicando la fórmula se obtiene el capital de trabajo o de operación que es parte integrante de la inversión inicial del proyecto y es recuperable al final del periodo de evaluación del mismo:

Cuadro 5.17 Capital de trabajo

Capital de trabajo	\$ 3.928,11
--------------------	-------------

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

5.8.- Estados Financieros

5.8.1.- Estado de Resultados

Denominado también Estado de Situación económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones entre otras; se elabora al finalizar el periodo contable y refleja en detalle el desempeño económico de la empresa. Bajo esta perspectiva, el Estado de Resultados proyectado para la nueva división de la empresa es el que sigue:

Cuadro 5.18 Estado de Resultados

Periodo	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos	\$106.446,17	\$112.369,48	\$118.703,03	\$125.478,20	\$132.728,81
Costo de venta	\$ 64.857,33	\$ 68.622,76	\$ 72.665,28	\$ 77.007,02	\$ 81.671,90
Margen Bruto	\$ 41.588,84	\$ 43.746,71	\$ 46.037,75	\$ 48.471,19	\$ 51.056,91
Depreciación	\$ 3.421,00	\$ 3.421,00	\$ 3.421,00	\$ 2.881,00	\$ 2.881,00
Amortización	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Gasto administrativo	\$ 21.295,40	\$ 21.295,40	\$ 21.295,40	\$ 21.295,40	\$ 21.295,40
Gasto operativo fijo	\$ 6.027,00	\$ 6.299,45	\$ 6.584,21	\$ 6.881,85	\$ 7.192,94
Gasto de ventas	\$ 3.632,37	\$ 3.829,91	\$ 4.040,66	\$ 4.265,60	\$ 4.505,77
Gasto financiero (Intereses)	\$ 1.086,57	\$ 883,88	\$ 662,01	\$ 419,14	\$ 153,28
Utilidad antes de impuestos	\$ 5.806,50	\$ 7.697,07	\$ 9.714,46	\$ 12.408,20	\$ 14.708,52
Participación del trabajador (15%)	\$ 870,98	\$ 1.154,56	\$ 1.457,17	\$ 1.861,23	\$ 2.206,28
IR (25%)	\$ 1.233,88	\$ 1.635,63	\$ 2.064,32	\$ 2.636,74	\$ 3.125,56
Utilidad neta	\$ 3.701,65	\$ 4.906,88	\$ 6.192,97	\$ 7.910,23	\$ 9.376,68

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Debe aclararse que el IVA no se registra ni en el ingreso ni en el costo puesto que este impuesto NO ES UN GASTO DE LA EMPRESA, dado que la organización solo sirve de intermediario, es decir, recolecta el IVA y lo traslada al fisco en su totalidad, y en el Estado de Resultados solo se registran valores inherentes a gastos e ingresos, así entonces, los impuestos que constan en el estado financiero son solo aquellos que representan gasto para la empresa, los ingresos y los costos son netos.

5.9.- Flujo de efectivo

Contempla las salidas y entradas efectivas a la empresa durante un periodo determinado, su objetivo es evaluar la situación de la empresa desde el punto de vista de su liquidez o la circulación del efectivo en la misma, para su cálculo se toma la utilidad neta y se le incluyen todos los valores inherentes a depreciaciones y amortizaciones que no representan salidas efectivas de recursos. En este sentido se ha consolidado la siguiente tabla de flujo de efectivo:

Cuadro 5.19 Flujo de Efectivo

Periodo	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta		\$ 3.701,65	\$ 4.906,88	\$ 6.192,97	\$ 7.910,23	\$ 9.376,68
Inversión	\$ -25.867,99					
Préstamo	\$ 12.933,99					
Amortización del préstamo		\$ -2.141,21	\$ -2.343,89	\$ -2.565,76	\$ -2.808,63	\$ 3.074,50
Depreciación		\$ 3.421,00	\$ 3.421,00	\$ 3.421,00	\$ 2.881,00	\$ 2.881,00
Amortización		\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Rescate de activos						\$ 1.445,00
recuperación de capital de trabajo						\$ 3.937,48
Flujo neto de caja	\$ -12.933,99	\$ 5.301,44	\$ 6.303,99	\$ 7.368,21	\$ 8.302,59	\$ 14.885,67

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

5.10.- Evaluación Financiera

La factibilidad económica del presente proyecto se evaluará a través de tres indicadores económicos el VAN y el TIR, sin embargo debe efectuarse de

forma previa el cálculo de la tasa de descuento WACC relevante para el proyecto.

5.10.1.- Cálculo del TMAR

El TMAR es la tasa que se utiliza para poder calcular el VAN y realizar la evaluación financiera, esta tasa se calculará utilizando la siguiente relación:

$$TMAR = \text{Inflación} + EMBI + \text{Bonos EUA}$$

Cuadro 5.20 Cálculo TMAR Si:

EMBI	10,04%	Oct 28 2010 BCE
Inflación	4,52%	Promedio BCE
Bonos EUA	3,50%	Oct 28 2010 BCE

Se determina entonces que el riesgo de inversión con capital propio es:

TMAR =	18,06%
--------	--------

Para el cálculo de la WACC de descuento se tomarán como datos:

Cuadro 5. 21 Cálculo WACC

D	proporción de la Deuda	50%
P	Proporción del Capital propio	50%
Kd	Costo de la deuda	9,08%
Ke (tmar)	rentabilidad exigida para el capital propio	18,06%

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

$$WACC = D \times Kd + P \times Ke$$

WACC	13,57%
------	--------

5.10.2.-Cálculo del VAN

El Valor Actual Neto de la inversión (VAN) se calcula utilizando la siguiente relación:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

V_t es el flujo de caja neto

I_0 es la inversión inicial

K = WACC o tasa de descuento

t =es el tiempo en el cual se efectúa el descuento

Con estos datos, el VAN es:

Cuadro 5.22 Calculo VAN

Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto	-12.933,99	5.301,44	6.303,99	7.368,21	8.302,59	14.885,67
Flujo Neto actualizado	-12.933,99	4.668,01	4.887,56	5.030,11	4.990,77	7.878,80
VAN	14.521,26					

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Dado que el VAN es positivo se puede afirmar que el proyecto es rentable.

5.10.3.- Cálculo del TIR

Es la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. La fórmula de cálculo es:

$$\sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1+TIR)^t} - I_0 = 0$$

Donde:

Vft = flujo futuro

t=tiempo

Io=inversión inicial

Con esta fórmula, los datos obtenidos de flujos de efectivos futuros en sus respectivos tiempos y la ayuda de un programa computacional para estimar el valor de la tasa para el cual los flujos se anulan; se obtiene:

$$\text{TIR} = 29\%$$

Dado que el TIR es mayor que la tasa de descuento WACC, puede afirmarse que el proyecto es rentable.

5.10.4.- Relación costo beneficio

Este indicador muestra el retorno en utilidad que un dólar de inversión genera, matemáticamente es el flujo actualizado sobre la inversión, para el proyecto se tiene:

Flujo actualizado año 1 a 5 = 27455,25

Flujo Año 0 = 12933,99

Relación costo/beneficio	1,12
--------------------------	------

5.10.5.- Periodo de recuperación de la inversión

Es el tiempo en el cual el dinero invertido se recupera. Para este proyecto:

Cuadro 5.23 Recuperación inversión

Flujo año 1-2 (1)	\$ 11.605,43
Inversión propia (2)	\$ 12.933,99
(1) - (2) = (3)	\$ 1.328,56
Flujo año 3 (4)	\$ 7.368,21
(3) / (4) = (5)	0,180310198
Número de meses: 12x(5) = (6)	2,163722378
(7) = (6) - 2	0,163722378
Número de días: 30x(7)	5
Recuperación de la inversión	
Años	2
Meses	2
Días	5

Toda la evaluación financiera anterior se resume en la siguiente tabla:

Cuadro5.24 Resumen Evaluación Financiera.

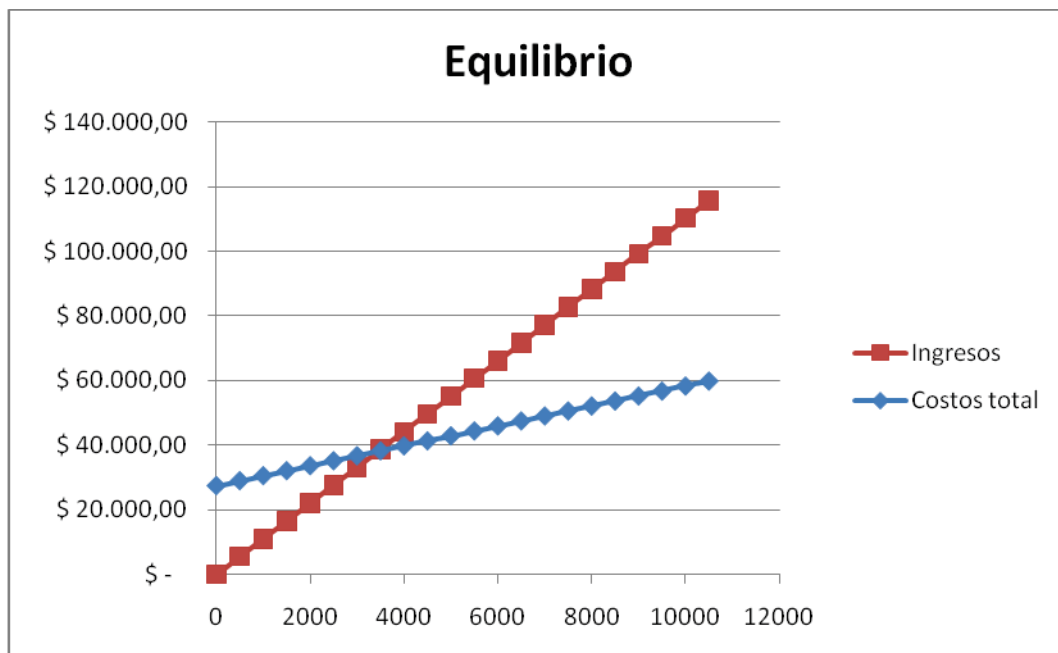
Índice	Valor	indicador de comparación	Interpretación	Conclusión
VAN	\$ 14.521,26	0	El proyecto a valor actual positivo, es decir, los flujos esperados descontados por WACC compensan la inversión.	El proyecto es rentable
TIR	29%	13,57%	El proyecto dejaría de ser rentable si la tasa de retorno exigida fuera de 29%, pero la tasa de retorno exigida es de 13.57%	El proyecto es rentable
C/B	1,12	0	Cada dólar invertido genera una ganancia de 1,12 \$ como es positivo no hay pérdida	El proyecto es rentable
PRI	2.16 años	5 años	La inversión se recupera a un poco más de dos años de iniciado el proyecto, esto es antes de los cinco años considerados como horizonte de análisis	El proyecto es rentable

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un valor referencial para el proyecto, significa cuantas unidades deben venderse al año para justificar los costos; NO ES UN EVALUADOR FINANCIERO. Para el proyecto se tiene:

Ver Anexo N° 8

Grafico 5.1 Punto de Equilibrio



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Entonces se tiene que:

Costo fijo total	\$ 27.322,40
Margen de contribución	\$ 7,92
Equilibrio en Unidades	3448
equilibrio en ventas	\$ 38.021,15

El equilibrio se alcanza si se realizan 3448 servicios en el año.

5.11.- CONCLUSIONES CAPITULO V.

En el análisis económico, identificamos que el proyecto generaría importantes ingresos por la venta de 106.446.17 de ingresos durante el primer año; no se observarían utilidades importantes en este primer año, pero sí a partir del segundo año.

El Valor Actual Neto (VAN) del presente proyecto es de 15070.47, lo que indica que al ser el $VAN > 0$, el proyecto es atractivo para el inversionista.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, es de 30% lo cual indica que se va a obtener una rentabilidad mayor a la que se invirtió en una entidad financiera obteniendo un valor positivo, que demuestra que el proyecto es rentable

6.-CAPITULO VI CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

6.1.- Conclusiones

Una vez terminados los diferentes estudios, se concluye que el desarrollo de una empresa de prestación de servicios de chofer profesional en la ciudad de Quito es factible desde el punto de vista comercial, técnico, social y que es viable económicamente para sus inversionistas.

También con el desarrollo de este nuevo servicio se genera un impacto social positivo que radica en los siguientes puntos:

- Este proyecto es un dinamizador de la actividad turística en la ciudad de Quito.
- El proyecto contribuye a la generación de empleos directos e indirectos.
- Se ofrecerá a los turistas y recreacionistas un servicio innovador, que no existe en ninguna otra región del País, demostrando que en la ciudad de Quito existen buenas oportunidades de negocios para personas emprendedoras.

Este proyecto se integra perfectamente en la estrategia definida por la SENPLADES (Secretaría de Planificación para el Desarrollo) que parte de la premisa, entre otros puntos; *que el futuro de la economía Ecuatoriana no está en el petróleo o en la explotación inadecuada de otros recursos naturales sino en el desarrollo responsable de la industria del turismo*. En estas condiciones es responsabilidad de todos contribuir para que esta industria se desarrolle de una manera dinámica, rentable y sostenible. Y una iniciativa como la presentada en el presente estudio colabora plenamente con esta estrategia de desarrollo del País.

6.2.- Recomendaciones

- Tomando en cuenta que el consumo de alcohol en el país es alta y repetitiva es importante innovar en el desarrollo de nuevos y llamativos servicios que ayuden a bajar los accidentes de tránsito y sus consecuencias.
- Profundizar y realizar estudios que permitan conocer la viabilidad que pueda tener la implementación de este tipo de servicio en otras ciudades con altos índices de consumo de bebidas alcohólicas como son: Guayaquil, Cuenca, entre otras.
- Analizar una estrategia de promoción y marketing dirigida a impulsar la penetración inicial del producto en el mercado, especialmente dirigida a los intermediarios (dueños de bares, licorerías, discotecas) que son los actores claves para difundir el servicio. El proceso de introducción de un nuevo producto al mercado no es fácil por ello se consulta a profesionales especializados para desarrollar una estrategia de marketing adecuada para la inserción del servicio. El primer paso es validar la siguiente idea: la entrega de descuentos especiales en dichos locales para que sus clientes se hagan acreedores de dicho beneficio y los clientes puedan de esa forma visitar con mayor frecuencia los sitios de diversión al sentirse respaldados ya que sus vidas y sus bienes estarán en buenas manos.
- Presentar el estudio de acuerdo a la estructura exigida por la Corporación Financiera Nacional, con el fin de obtener los financiamientos requeridos e incentivos económicos, fiscales, tributarios, etc
- Presentar el proyecto ante el Ministerio de Turismo, la Dirección Nacional de Control de Tránsito y Seguridad Vial (DNCTSV), la Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EMMOP), la Cámara de Comercio de la ciudad, y otros ya que estas entidades tienen como misión el fomento de actividades que contribuyan con el desarrollo económico y el precautelar con la vida de las personas y el control de los accidentes de tránsito del País.

BIBLIOGRAFIA

Libros:

- FRANCESC, Josep. "Gestión de empresas de turismo y ocio". Gestión 2000. Barcelona-España.
- GARCÍA, Ana. (2006)"Guía para la Estructuración de Productos Turísticos". Corporación Metropolitana del Turismo de Quito. Quito, Ecuador.
- IGLESIAS TOVAR, J. Ramón; TALÓN BALLESTERO, Pilar; GARCÍA VIANA, Ricardo. (2007). "Comercialización de productos y servicios turísticos". Síntesis. Volúmenes: 1.
- MARIÑO, Wilson. "100 Tips para crear tu propia empresa". Editorial, Aguilar. 2008. Quito-Ecuador.
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR – CORPEI. (2006). Ecuador. Quito – Ecuador.
- NASSIR, Sapag. " Formulación de proyectos" IV edición CODEU
- NASSIR, Sapag. "Formulación de estudio de mercado". (2002).
- NOBOA, Isabel; NARANJO, Luis. "Perfil de un triunfador". Editorial. Norma.2000. Bogotá-Colombia
- PICKLE, Hal; ABRAHAMSON, Royce. "Administración de empresas pequeñas y medianas". Editorial, Limusa.1990. México-México.
- TUCKER, Irvin. "Fundamentos de economía". Editorial, Thomson learning.2002. Bogotá-Colombia.
- SAENZ, Rodrigo " Evaluacion de Proyectos" EPN.

- WESTON, Fred. "Manual de administración financiera". Editorial, McGraw-Hill Internacional. 1984. México-México.
- WELCH, Jack. "Ganar, la clave para el éxito". Editorial, Vengara. 2005. Barcelona-España.
- WEBSTER, Richard. "Los siete secretos del éxito". Editorial, Norma. 1998. Bogotá-Colombia.
- VACA, Urbina. "Evaluación de proyectos"

Publicaciones Profesionales o Científicas:

- FUNDACIÓN ESPERANZA. UQUILLAS, A. (2009). Manual para formulación de planes de negocios. Quito – Ecuador.
- MANUAL DE PLAN DE NEGOCIOS, SHEPUT, J. (2005) La carta de navegación para el éxito. Lima- Perú
- GUIA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACION DE PROYECTOS, NASSIR, S. (2002)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (INEC) 2008
- Pozo, Marcelo. "Trámites para iniciar una empresa". Con Quito, agencia municipal de desarrollo económico. 2007. Quito- Ecuador.
- ORDUZ, Daniel. "Como armar un plan de negocios". Con Quito agencia de desarrollo económico. 2008. Quito-Ecuador.
- MACKLIFF, Alberto. "Desarrollo del plan de negocios para emprendedores". Con Quito corporación de promoción económica. 2007. Quito-Ecuador.

- REGISTRÓ OFICIAL N° 449. Constitución de la Republica del Ecuador 2008

Entrevistas:

- Automóvil Club del Ecuador Aneta
- Cooperativa de Taxis ejecutivos VIP
- Cooperativa de Taxis City taxis
- Cooperativa de Ahorro y Crédito “Andalucía”
- ULLA, Alberto; ROLANDO, Alicia; ROCA, Alejandro. “Indicadores de responsabilidad social empresarial”. Guía de auto aplicación. Varios números. 2004. Córdoba-Argentina.

Netgrafía:

- DIRECCION NACIONAL DE CONTROL DE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL http://www.dnctsv.gov.ec/prog_dnt/his_noticias.php
Consulta Septiembre 2010
- AUTOMOVIL CLUB DEL ECUADOR ANETA
<http://www.aneta.org.ec> Consulta Enero 2010
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS
<http://redatam.inec.gov.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2005&MAIN=WebServerMain.inl> Consulta Enero 2010
- POLICIA NACIONAL DEL ECUADOR
[http:// www.policiaecuador.gov.ec](http://www.policiaecuador.gov.ec) Consulta Marzo 2010

- OBSERVATORIO DE SEGURIDAD CIUDADANA DEL DMQ
<http://www.observatorioseguridaddmq.net/p/index.asp> Consulta Abril 2010

- FISCALIA GENERAL DEL ESTADO
<http://www.fiscalia.gov.ec> Consulta Abril 2010

- REGISTRO OFICIAL
<http://registro@tc.gov.ec> Consulta Mayo 2010

- EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE MOVILIDAD Y OBRAS
PUBLICAS
http://www.emsat.gov.ec/ZT_comercial.html Consulta Septiembre 2010

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006> Consulta Octubre
2010

- ANÓNIMO. “Glosario de términos turísticos”
<http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>. 2009. Consulta, Marzo de 2010.

- RODRÍGUEZ, Mónica. “Tipos de Compañías”.
<http://monicarodriguezayala.wordpress.com/2009/02/09/hello-world/>. 2009.
Consulta, Marzo de 2010.

ANEXOS

El análisis de la encuesta se presenta a continuación y las preguntas más relevantes para la toma de decisiones se analizaron por separado, con el fin de minimizar riesgos con la toma de decisiones equivocadas en el futuro.

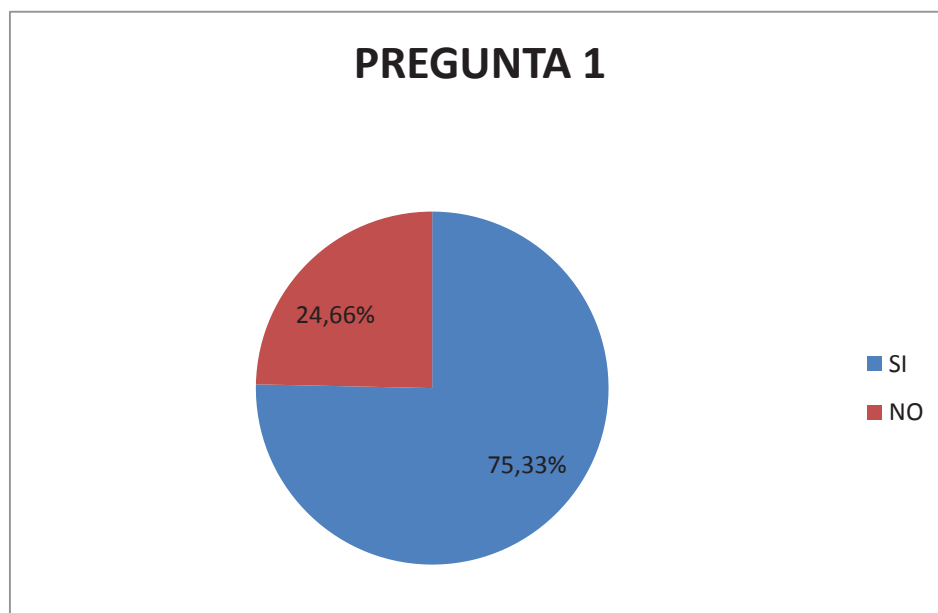
1.- ¿Posee vehículo propio?

Anexo 1 Pregunta 1

Posee Vehículo propio:	
Si	113
No	37
Total encuestados:	150

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Grafico 1 Tabulación de la pregunta 1 Posee vehículo propio



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

El 75.33 % de los encuestados señalan que poseen vehículo propio con los cuales asisten a lugares de diversión y un 24.66% que no poseen vehículo.

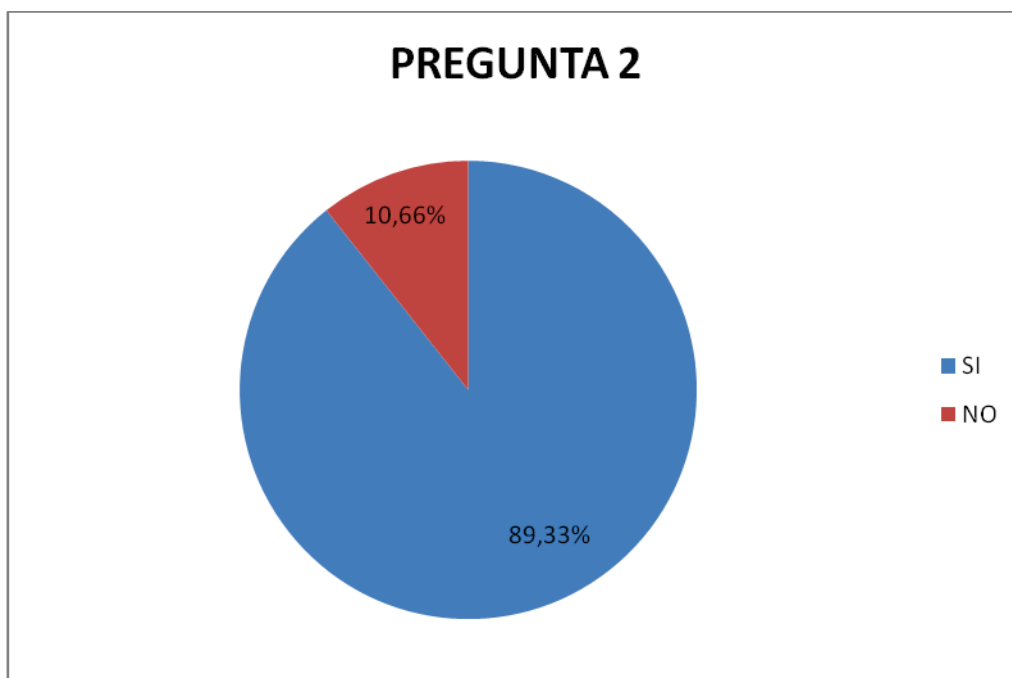
2.- ¿En caso de que existiera un servicio de conductor profesional, que lo lleve a su domicilio a Ud. Y su vehículo, sino está en condiciones de conducir el mismo, lo utilizaría?

Anexos 2 Pregunta 2

Pregunta 2:	
Si	134
No	16
Total encuestados:	150

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Grafico 2 Tabulación de la pregunta 2



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

De acuerdo a los resultados obtenidos a esta pregunta, podemos ver que este servicio tendrá buena acogida en el mercado.

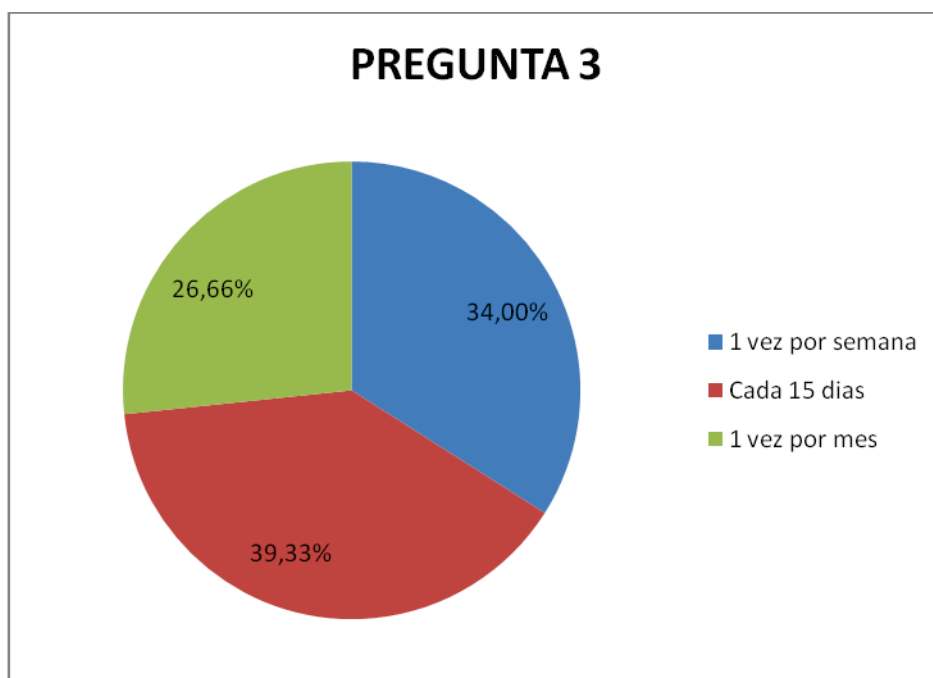
3.- ¿Con que Frecuencia suele Ud. Asistir a lugares de diversión?

Anexos 3 Pregunta 3

Pregunta 3:	
Una vez por semana	51
Cada 15 días	59
Una vez por mes	40
Total encuestados:	150

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Grafico 3 Tabulación de la pregunta 3



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Los datos de esta pregunta indican que la mayoría de la población estudiada acostumbra a salir cada 15 días.

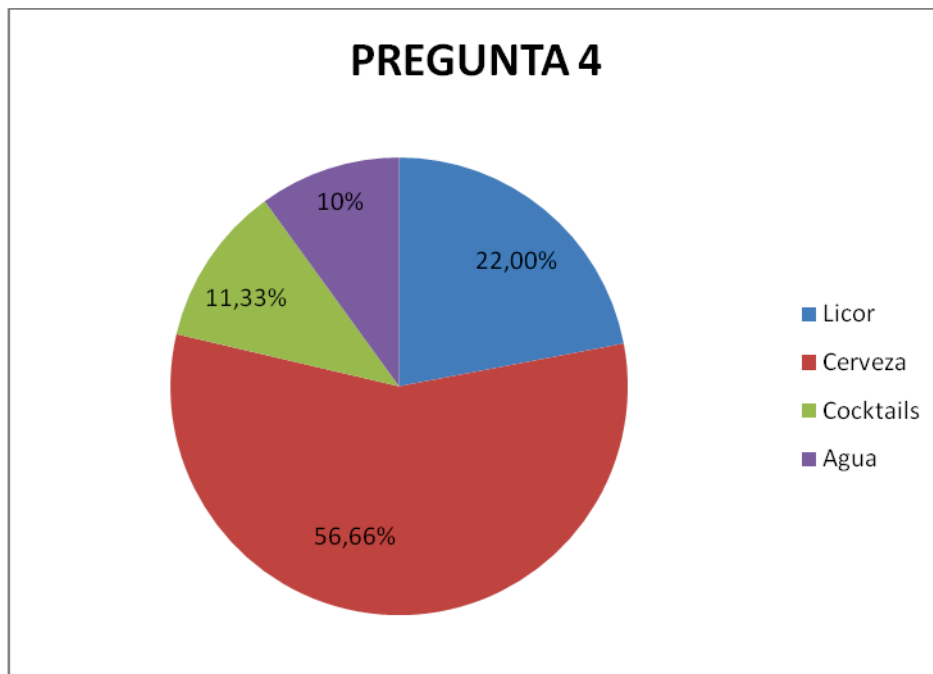
4.- ¿En sus momentos de diversión que acostumbra a consumir?

Anexo 4 Pregunta 4

Pregunta 4:	
Una vez por semana	51
Cada 15 días	59
Una vez por mes	40
Total encuestados:	150

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Grafico 4 Tabulación de la pregunta 4



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Según los datos recogidos en esta pregunta se puede ver que el consumo de bebidas embriagantes como son la cerveza y el licor es muy alto, por tal razón el nicho de mercado para este servicio es muy amplio.

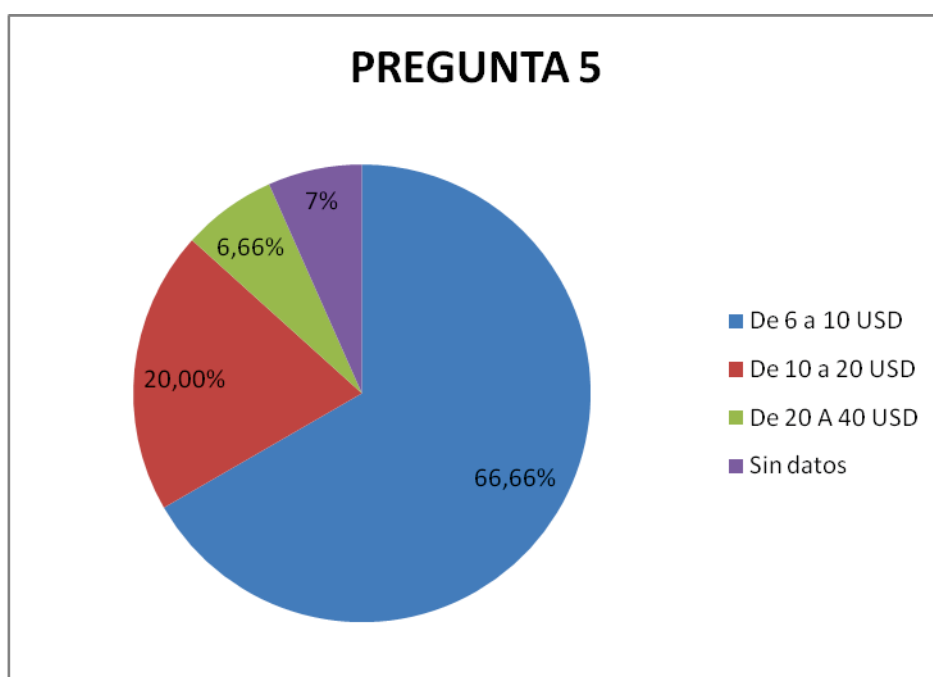
5.- ¿Qué valor pagaría Ud. Por este servicio?

Anexo 5 Pregunta 5

Pregunta 5:	
De 6 a 10 USD	100
De 10 a 20 USD	30
De 20 a 40 USD	10
Sin Datos	10
Total encuestados:	150

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Grafico 5 Tabulación de la pregunta 5



Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Con los datos obtenidos el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar por este servicio está dentro de los 6 a 10 USD.

Tabla de amortización:

Anexo 6

Cuadro 49. Tabla Amortización

Periodo	Cuota	Interés	Capital pagado	Saldo
0				\$ 12.929,31
1	\$ 268,88	\$ 97,82	\$ 171,07	\$ 12.758,24
2	\$ 268,88	\$ 96,52	\$ 172,36	\$ 12.585,88
3	\$ 268,88	\$ 95,22	\$ 173,67	\$ 12.412,21
4	\$ 268,88	\$ 93,90	\$ 174,98	\$ 12.237,23
5	\$ 268,88	\$ 92,58	\$ 176,30	\$ 12.060,92
6	\$ 268,88	\$ 91,25	\$ 177,64	\$ 11.883,29
7	\$ 268,88	\$ 89,90	\$ 178,98	\$ 11.704,30
8	\$ 268,88	\$ 88,55	\$ 180,34	\$ 11.523,97
9	\$ 268,88	\$ 87,18	\$ 181,70	\$ 11.342,27
10	\$ 268,88	\$ 85,81	\$ 183,08	\$ 11.159,19
11	\$ 268,88	\$ 84,42	\$ 184,46	\$ 10.974,73
12	\$ 268,88	\$ 83,03	\$ 185,86	\$ 10.788,88
13	\$ 268,88	\$ 81,62	\$ 187,26	\$ 10.601,61
14	\$ 268,88	\$ 80,21	\$ 188,68	\$ 10.412,94
15	\$ 268,88	\$ 78,78	\$ 190,11	\$ 10.222,83
16	\$ 268,88	\$ 77,34	\$ 191,54	\$ 10.031,29
17	\$ 268,88	\$ 75,89	\$ 192,99	\$ 9.838,29
18	\$ 268,88	\$ 74,43	\$ 194,45	\$ 9.643,84
19	\$ 268,88	\$ 72,96	\$ 195,92	\$ 9.447,91
20	\$ 268,88	\$ 71,48	\$ 197,41	\$ 9.250,51
21	\$ 268,88	\$ 69,98	\$ 198,90	\$ 9.051,61
22	\$ 268,88	\$ 68,48	\$ 200,40	\$ 8.851,20
23	\$ 268,88	\$ 66,96	\$ 201,92	\$ 8.649,28
24	\$ 268,88	\$ 65,44	\$ 203,45	\$ 8.445,83
25	\$ 268,88	\$ 63,90	\$ 204,99	\$ 8.240,85
26	\$ 268,88	\$ 62,35	\$ 206,54	\$ 8.034,31
27	\$ 268,88	\$ 60,78	\$ 208,10	\$ 7.826,21
28	\$ 268,88	\$ 59,21	\$ 209,68	\$ 7.616,53
29	\$ 268,88	\$ 57,62	\$ 211,26	\$ 7.405,27
30	\$ 268,88	\$ 56,02	\$ 212,86	\$ 7.192,41
31	\$ 268,88	\$ 54,41	\$ 214,47	\$ 6.977,94
32	\$ 268,88	\$ 52,79	\$ 216,09	\$ 6.761,84
33	\$ 268,88	\$ 51,16	\$ 217,73	\$ 6.544,12
34	\$ 268,88	\$ 49,51	\$ 219,37	\$ 6.324,74
35	\$ 268,88	\$ 47,85	\$ 221,03	\$ 6.103,71
36	\$ 268,88	\$ 46,18	\$ 222,71	\$ 5.881,00
37	\$ 268,88	\$ 44,49	\$ 224,39	\$ 5.656,61
38	\$ 268,88	\$ 42,79	\$ 226,09	\$ 5.430,52
39	\$ 268,88	\$ 41,08	\$ 227,80	\$ 5.202,72
40	\$ 268,88	\$ 39,36	\$ 229,52	\$ 4.973,20
41	\$ 268,88	\$ 37,62	\$ 231,26	\$ 4.741,94
42	\$ 268,88	\$ 35,87	\$ 233,01	\$ 4.508,93
43	\$ 268,88	\$ 34,11	\$ 234,77	\$ 4.274,16
44	\$ 268,88	\$ 32,34	\$ 236,55	\$ 4.037,61
45	\$ 268,88	\$ 30,55	\$ 238,34	\$ 3.799,27
46	\$ 268,88	\$ 28,74	\$ 240,14	\$ 3.559,13
47	\$ 268,88	\$ 26,93	\$ 241,96	\$ 3.317,17
48	\$ 268,88	\$ 25,10	\$ 243,79	\$ 3.073,38

49	\$ 268,88	\$ 23,25	\$ 245,63	\$ 2.827,75
50	\$ 268,88	\$ 21,39	\$ 247,49	\$ 2.580,26
51	\$ 268,88	\$ 19,52	\$ 249,36	\$ 2.330,90
52	\$ 268,88	\$ 17,63	\$ 251,25	\$ 2.079,65
53	\$ 268,88	\$ 15,73	\$ 253,15	\$ 1.826,50
54	\$ 268,88	\$ 13,82	\$ 255,07	\$ 1.571,43
55	\$ 268,88	\$ 11,89	\$ 257,00	\$ 1.314,44
56	\$ 268,88	\$ 9,94	\$ 258,94	\$ 1.055,50
57	\$ 268,88	\$ 7,99	\$ 260,90	\$ 794,60
58	\$ 268,88	\$ 6,01	\$ 262,87	\$ 531,73
59	\$ 268,88	\$ 4,02	\$ 264,86	\$ 266,86
60	\$ 268,88	\$ 2,02	\$ 266,86	\$ 0,00

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Inflación media del País

Anexo 7. Inflacion media del País

Inflación	Valor
Septiembre-30-2010	3,44%
Agosto-31-2010	3,82%
Julio-31-2010	3,40%
Junio-30-2010	3,30%
Mayo-31-2010	3,24%
Abril-30-2010	3,21%
Marzo-31-2010	3,35%
Febrero-28-2010	4,31%
Enero-31-2010	4,44%
Diciembre-31-2009	4,31%
Noviembre-30-2009	4,02%
Octubre-31-2009	3,50%
Septiembre-30-2009	3,29%
Agosto-31-2009	3,33%
Julio-31-2009	3,85%
Junio-30-2009	4,54%
Mayo-31-2009	5,41%
Abril-30-2009	6,52%
Marzo-31-2009	7,44%
Febrero-28-2009	7,85%
Enero-31-2009	8,36%
inflación promedio	4,52%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Punto de Equilibrio

Anexo 8 Punto de Equilibrio

unidades	Ingresos	Costos total
0	\$ -	\$ 27.322,40
500	\$ 5.513,00	\$ 28.873,70
1000	\$ 11.026,00	\$ 30.425,00
1500	\$ 16.539,00	\$ 31.976,30
2000	\$ 22.052,00	\$ 33.527,60
2500	\$ 27.565,00	\$ 35.078,90
3000	\$ 33.078,00	\$ 36.630,20
3500	\$ 38.591,00	\$ 38.181,50
4000	\$ 44.104,00	\$ 39.732,80
4500	\$ 49.617,00	\$ 41.284,10
5000	\$ 55.130,00	\$ 42.835,40
5500	\$ 60.643,00	\$ 44.386,70
6000	\$ 66.156,00	\$ 45.938,00
6500	\$ 71.669,00	\$ 47.489,30
7000	\$ 77.182,00	\$ 49.040,60
7500	\$ 82.695,00	\$ 50.591,90
8000	\$ 88.208,00	\$ 52.143,20
8500	\$ 93.721,00	\$ 53.694,50
9000	\$ 99.234,00	\$ 55.245,80
9500	\$ 104.747,00	\$ 56.797,10
10000	\$ 110.260,00	\$ 58.348,40
10500	\$ 115.773,00	\$ 59.899,70

Elaborado por: Vladimir Gavilanes

Anexo 9 Grafico 6 Muestra Flyer



Elaborado por : Vladimir Gavilanes

Anexo 10 Grafico 7. Muestra Tarjeta Socios



Elaborado por: Vladimir Gavilanes