

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**EMPRESA DE ALQUILER DE PARQUEADEROS UBICADA EN LA CIUDADELA
BENALCAZAR, QUE ADEMÁS PRESTE SERVICIOS ADICIONALES DE
MANTENIMIENTO PREVENTIVO A LOS VEHÍCULOS**

**TRABAJO DE TITULACION PRESENTADO EN CONFORMIDAD A LOS
REQUISITOS PARA OBTENER EL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL**

PROFESOR GUIA: INGENIERO MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ

AUTOR: JULIO GUSTAVO URGILES VALLE

2006

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de titulación concluye un periodo de varios meses de esfuerzo, que han sido posible gracias al apoyo de mi familia. Es por eso que agradezco a Dios por haberme dado la dicha de contar con mis padres, quienes son los principales responsables de este logro, gracias a su apoyo y formación.

Padre gracias por ser enérgico conmigo y formarme para ser alguien de bien, espero nunca decepcionarte.

Madre gracias por haber crecido juntos, por permitirme ser tu amigo y tener una relación más allá de una simple conexión de sangre.

Eli y Vale, ustedes siempre han estado ahí para mí, por eso siempre estarán en mi mente como las amigas que nunca me fallan.

Gracias MATHEO SEBASTIAN, hijo mió tú eres la razón más grande para que nunca me de por vencido.

Gracias MARIFER, por tu compañía, tu apoyo y tu cariño durante toda mi vida universitaria.

Además, un agradecimiento especial al Ing. Miguel Ángel Rodríguez por su apoyo y amistad, demostrados en los momentos que mas se necesitaron. Además agradezco al Ec. Pablo De la Torre, decano de la facultad y al Ing. Víctor Dinamarca, por su guía y respaldo.

DEDICATORIA

Al conseguir una meta mas para mi objetivo de vida, me doy cuenta que esto no hubiera sido posible sin mi familia, por eso este logro se lo dedico ellos, en especial a mis padres, Julio y Ruth.

Padres este logro es por ustedes, porque me siento orgulloso de ser su hijo y porque ustedes han sido los precursores de mi formación. Les quiero con todo mi corazón.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo determinar la factibilidad de un negocio de alquiler de parqueaderos.

La oportunidad de negocio esta determinada por la demanda insatisfecha de parqueaderos en la Ciudadela Benalcazar, ubicada en el centro norte de la ciudad de Quito. Esta oportunidad fue investigada mediante un análisis de mercado que fue realizado por el autor y que consta de: un censo para determinar la población, el sondeo para determinar a grueso modo las preferencias de mercado, y finalmente una encuesta para determinar preferencias puntuales.

Para este fin será necesaria la construcción de un edificio de 6.110 m² que albergara 220 parqueaderos, con esto se espera acoger el 5% de la demanda insatisfecha.

Al finalizar el presente trabajo de titulación se llego a la conclusión de que es rentable en tanto y cuanto tiene una tasa de retorno del 26,89% y su valor actual neto constituye el 43% de la inversión inicial.

INDICE

CONTENIDO	PAGINA
INTRODUCCION	I
 CAPITULO 1	
ASPECTOS GENERALES	1
1.1. FORMACION DEL NEGOCIO	1
1.2. OBJETIVOS	2
 CAPITULO 2	
ANALISIS DEL ENTORNO	4
2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR	4
2.2. ÁNALISIS DE LA INDUSTRIA	11
2.3. EL NEGOCIO	14
2.4. ANALISIS DEL MACRO ENTORNO	15
2.5. PRODUCTO O SERVICIO	28
 CAPITULO 3	
INVESTIGACION DE MERCADO	38
3.1. INTRODUCCION	38
3.2. DEFINICION DEL PROBLEMA	38
3.3. HIPOTESIS	39
3.4. DEFINICION DE LOS OBJETIVOS	39
3.5. POBLACION	41
3.6. METODOLOGIA	41
3.7. RESULTADO DE LA INVESTIGACION	48
3.8. MERCADO TOTAL	63
3.9. ANALISI DE LA OFERTA	63
3.10. CONCLUSIONES DE OFERTA Y DEMANDA Y OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO	64

CAPÍTULO 4

PLAN ESTRATÉGICO	66
4.1. VISIÓN	66
4.2. MISIÓN	66
4.3. VALORES Y PRINCIPIOS	67
4.4. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER	68
4.5. ATRACIVO DE LA INDUSTRIA DE ALQUILER DE PARQUEADEROS	74
4.6. FACTORES CLAVES DE ÉXITO EN EL ARRENDAMIENTO DE PARQUEOS.	75
4.7. FACTORES CRITICOS DE RIESGO	78
4.8. ANÁLISIS FODA	79
4.9. EL PRODUCTO O SERVICIO A COMERCIALIZAR	81
4.10. PRECIO DEL SERVICIO	81

CAPITULO 5

PLAN DE MARKETING	84
5.1. OBJETIVOS	84
5.2. SEGMENTACION DEL MERCADO	84
5.3. ESTRATEGIA COMERCIAL	85
5.4. MARKETING MIX	87
5.5. PROYECCION DE VENTAS	89

CAPITULO 6

EVALUACIÓN LEGAL	92
6.1. LEYES Y ORDENANZAS	92
6.2. ETAPAS PARA LA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA	92
6.3. LABORAL Y TRIBUTARIO	97

CAPITULO SIETE

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO	98
7.1. INTRODUCCION	98
7.2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	98
7.3. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	98
7.4. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	103
7.5. INVERSIÓN	106

CAPITULO 8

ESTUDIO FINANCIERO	109
8.1. INTRODUCCIÓN	109
8.2. INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	110
8.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	112
8.4. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	113
8.5. PROYECCION DE VENTAS DEL PROYECTO	116
8.6. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	117
8.7. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	118
8.8. BALANCE GENERAL PROYECTADO	119
8.9. ESTIMACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO	120
8.10. EL COSTO DEL CAPITAL	121
8.11. EVALUACIÓN FINANCIERA	126

Conclusiones Y RECOMENDACIONES	130
---------------------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	133
---------------------	-----

ANEXOS	135
---------------	-----

INTRODUCCION

En la actualidad los espacios reducidos y la congestión vehicular son aspectos que caracterizan a las grandes ciudades a nivel mundial, y Quito con una población aproximada de dos y medio millones de habitantes, no es la excepción. Es común de estas ciudades, tener zonas donde existen densas concentraciones de edificios de oficinas, que albergan a miles de personas. Quienes, en el caso de movilizarse en un auto propio hasta estos lugares, su principal problema es la *limitada existencia de lugares para aparcar*¹; a lo que se suma el corto tiempo del que disponen estas personas para esperar que esos pocos parqueaderos queden libres para aparcar sus vehículos.

Entrando en detalle Quito, en el aspecto de concentración vehicular, tiene varias zonas problemas de las que se destacan: La Mariscal, El Centro Histórico y la zona del parque La Carolina. En todas estas existe oferta de parqueaderos, que es mínima frente a la demanda; es por este motivo que la presente investigación se enfocará en analizar la factibilidad y la aceptación en el mercado para la implementación de un negocio de parqueaderos que se encuentre localizado en la Ciudadela Benalcazar, zona Centro Norte de la ciudad de Quito.

¹ El Comercio, julio 8 del 2005. Pág. 6. “La ausencia de un mínimo de parqueaderos en los negocios agudiza la congestión en las vías”, *oficinistas y clientes de los locales comerciales demandan parqueaderos.*

CAPITULO 1

ASPECTOS GENERALES

1.1. FORMACION DEL NEGOCIO

En el momento de circular con un vehículo por Quito y en especial por las zonas comerciales resulta casi imposible conseguir un lugar para estacionarse, y en el caso de conseguir el lugar nace la incertidumbre de dejar solo el auto, pues existe una amenaza constante de robo. Por esta y otras razones, muchas personas buscan un lugar seguro para dejar parqueado su vehículo, sin importar el hecho de caminar un poco más a su destino e inclusive sin considerar el costo del alquiler, ya que prefieren pagar por este servicio y tener la tranquilidad debida.

El presente proyecto busca definir la mejor manera de explotar la necesidad de estas personas creando un plan de negocios para una empresa, cuyo principal objetivo será el alquilar espacios de parqueo por horas, días, o en forma mensual; basándonos en las vivencias propias y en el conocimiento sobre la demanda insatisfecha existente en la ciudad y sobre todo en las zonas comerciales.

El propósito de este trabajo de titulación es crear una empresa para prestar servicios de parqueadero en la ciudadela Benalcázar, ubicada en la zona

Centro-norte de la ciudad de Quito; para este propósito se constituirá una compañía anónima que construirá un edificio exclusivo de parqueaderos, en la zona geográfica ya mencionada.

Esta empresa se conformará ante la evidente necesidad de parqueaderos, de las personas que realizan actividades en diversas zonas de Quito, que como la ciudadela Benalcazar, sufren de una gran cantidad de vehículos y pocos lugares para aparcar. Es así que mediante la elaboración del ya mencionado plan de negocio se propone una solución a este problema.

La población objetivo estará compuesta por las personas cuyo lugar de trabajo se encuentre en el sector ya mencionado y que se movilicen en auto hacia los mismos.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de un proyecto de inversión para la implementación de una empresa eficiente, que genere ganancias al aprovechar la oportunidad de negocio, resultado del problema de la falta de parqueaderos que enfrenta la ciudadela Benalcazar.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer la evolución, comportamiento actual y tendencias de los problemas de los clientes.
- Determinar los gustos y tendencias de la población objetivo al momento de elegir un lugar para aparcar sus vehículos y cuáles son los aspectos que toman en cuenta (seguridad, tiempo, precio).
- Desarrollar un plan de negocios para satisfacer las necesidades de nuestro grupo objetivo.
- Analizar la factibilidad del negocio.

CAPITULO 2

ANALISIS DEL ENTORNO

2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR¹

2.1.1. ANTECEDENTES

El sector automotriz es uno de lo más importantes a nivel mundial, ya que los vehículos, son esenciales para el funcionamiento de la economía global. Además, es una gran generadora de empleo directo e indirecto, y es también, uno de los mayores contribuyentes a los ingresos gubernamentales alrededor del mundo.

2.1.2. EL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL AMBITO INTERNACIONAL

Al sector automotor pertenecen algunas de las más grandes empresas a nivel mundial, como: General Motors, Toyota y Ford. Sin embargo, estas empresas han cedido participación de mercado a favor de otras bastante más pequeñas, procedentes principalmente del continente asiático.

Los mayores fabricantes mundiales han tratado de controlar los excesos de producción en Europa y América con ritmos de fabricación inferiores a la media. Es por esta razón y con el objetivo de reducir costos, que prácticamente todos los fabricantes han trasladado parte de su producción al Asia.

¹ FUENTE: www.picaval.com/reportes/sector/htm., ESTUDIO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ, PICAVAL

Es tan significativo el crecimiento de la producción en los países asiáticos que al 2004 casi cuatro de cada diez automóviles fabricados en el mundo (37%)² tuvo como origen una planta en ese continente, cuando sólo cinco años atrás Europa y América dominaban la actividad automotriz.

2.1.3. ANALISIS DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN EL ECUADOR

Uno de los mecanismos para evaluar el aporte de un sector a la economía en general es a través de su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) total.

“La participación del sector automotor, medida a través de la rama de actividad “fabricación de equipo de transporte”, en la que se incluye la producción de vehículos y autopartes (repuestos y accesorios), ha sido marginal (0.10% en promedio de los últimos cinco años).”³

En el año 2001 el PIB del sector registró un valor de USD 21.1 millones de dólares del 2000. Este valor alto se obtiene gracias a la reposición en gran parte de la demanda represada de vehículos como producto de la crisis de 1999. Además, producto también de la crisis, se incrementó significativamente la demanda de productos duraderos, como bienes inmuebles y vehículos.

² FUENTE: www.picaval.com/reportes/sector/htm., ESTUDIO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ, PICAVAL

³ FUENTE: www.picaval.com/reportes/sector/htm., ESTUDIO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ, PICAVAL

“La tendencia a la baja en el PIB del sector a partir del 2002 se debe principalmente a problemas de producción en una de las ensambladoras del país (Aymesa) y al incremento significativo de las importaciones de vehículos.”⁴

Para el 2005 el Banco Central del Ecuador prevé que el PIB de la rama de actividad: fabricación de equipo de transporte, crezca en 1.45% con respecto al 2004, como resultado del mejoramiento en la producción interna de vehículos.

El sector automotor no involucra exclusivamente a la actividad denominada fabricación de equipos de transporte. También abarca otras actividades productivas en las cuales el sector tiene incidencia directa. Entre las principales se puede mencionar a la comercialización de vehículos y autopartes (producción nacional e importada), mecánicas y talleres de servicio, la producción de combustibles y lubricantes dirigidos al mercado doméstico y las de servicios financieros y de seguros (estas entran en la venta de vehículos).

El sector automotor es un importante generador de mano de obra. De acuerdo a cifras obtenidas por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE)⁵, en el año 2004 el sector generó aproximadamente 77 mil fuentes de empleo directas e indirectas, lo que representa alrededor del 1.6% de la Población Económicamente Activa (PEA) y 7.7% del empleo formal del país. Este número de fuentes de empleo corresponde principalmente a la actividad de comercialización de vehículos.

⁴ FUENTE: www.picaval.com/reportes/sector/htm., ESTUDIO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ, PICAVAL

⁵ FUENTE: www.aeade.com.ec

Así mismo, es uno de los mayores contribuyentes a los ingresos estatales a través del pago de aranceles, Impuesto a la Renta, al Valor Agregado, a los Consumos Especiales y por matriculación de vehículos.

2.1.3.1. OFERTA DEL SECTOR

La oferta total del sector está constituida por la suma de la importación de estos bienes y la producción nacional de vehículos, parte de la cuál es a su vez exportada.

Como se puede observar en el gráfico a continuación, durante el período 2000 – 2004, la oferta total ha estado compuesta básicamente por la importación de vehículos, con la excepción del año 2000 en el cual más del 60% correspondió a producción nacional, y del año 2003 el cual la composición fue aproximadamente en partes iguales (50% cada una).



Grafico: 2.1

Fuente: www.aeade.com.ec

Elaborado: autor

En el 2004 la oferta total de vehículos alcanzó las 69,333 unidades, es decir, 11.5% más de las registradas en el 2003, pero 9.1% menos que el record alcanzado en el 2002 (76,274 unidades).

A continuación se analiza en mayor detalle los componentes de la oferta total (producción nacional e importación de vehículos).

2.1.3.2. DEMANDA INTERNA

La venta interna de vehículos presenta un comportamiento bastante irregular, con una disminución en el año 1999 del orden del 71.5% y un incremento en el 2004 del 200.0%.

El comportamiento de las ventas y su variación anual tiene un comportamiento muy similar con el de las importaciones por el efecto dependencia que tiene este último respecto al primero.



Grafico: 2.2

Fuente: www.aeade.com.ec

Elaborado: autor

Contra todo pronóstico, el año 2004 experimentó un ligero crecimiento del 1.8% en el número de unidades vendidas respecto al 2003. Esta situación pudo haberse debido a la ampliación de la gama de vehículos enfocada a satisfacer de mejor manera las necesidades y gustos del comprador final y a la ampliación también, de las alternativas de financiamiento para la adquisición de estos. Los bancos y demás instituciones financieras han incrementado los montos y recursos destinados al crédito automotriz, ofreciendo condiciones cada vez más ventajosas como: plazos más amplios y menores tasas de interés, esto con una ligera discriminación a favor de quienes están interesados en vehículos nuevos.

En el año 2005 esta situación tiende a consolidarse a través de alianzas entre el sector financiero y el automotor para el desarrollo de nuevos productos que incentiven las compras.

Por tipo de vehículo, los automóviles han sido los de mayor venta en el mercado ecuatoriano, incluso su participación en el número total de unidades vendidas se ha incrementado. Esta situación obedece a su compactividad, menor precio y también a la mejora de la red de carreteras del país, que permite la utilización de vehículos más bajos.

Los precios promedio de los diferentes tipos de vehículos se han mantenido relativamente estables en estos últimos cuatro años. El precio promedio de los camiones y buses es el que mayor variación presenta. Entre los años 2003 y

2004 el precio promedio de este tipo de vehículos creció en 3.6%, mientras el de las vans disminuyó en 7.9%.

2.1.4. PERSPECTIVAS DE SECTOR AUTOMOTRIZ

2.1.4.1. TRATADO DE LIBRE COMERCIO

A pesar de que las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador, Perú y Estados Unidos se encuentra en sus instancias finales, se tiene hasta el momento gran incertidumbre por la concreción y firma del mismo.

En el caso que se concrete la firma del TLC son varios los temas que afectarían al sector, entre los principales: la desgravación tanto de los vehículos y auto-partes que se importan desde Estados Unidos, como los que se podrían exportar a ese país.

La desgravación gradual (en cinco años) sería beneficiosa para importadores y consumidores de vehículos estadounidenses por la reducción de precios (cabe recordar que actualmente estos bienes pagan un arancel del 35% del valor CIF), y sería perjudicial para las empresas ensambladoras del país ya que de alguna manera, el arancel actual protege a la industria local. Por el lado de las exportaciones hacia Estados Unidos, se ha aceptado que por lo menos el 35% de las piezas utilizadas en el ensamblaje de vehículos que ingresen a ese mercado deben tener procedencia andina.

En cuanto al comercio de vehículos usados, que era una propuesta de Estados Unidos y que podía afectar gravemente la industria nacional, se llegó a un preacuerdo entre los países del Tratado de desechar este tema dentro de las negociaciones.

En conclusión y como se ha venido apreciando el sector en el Ecuador tiene una tendencia creciente que se ha mantenido durante los últimos años y no debería cambiar a futuro, a no ser por la influencia imprevista de algún factor.

2.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

2.2.1. ANTECEDENTES

La industria de parqueaderos en el Ecuador, en especial en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato, ha tenido un desarrollo impulsado principalmente por los municipios.

2.2.2. SITUACION y PERSPECTIVA DE LA INDUSTRIA

Los cabildos al ser los encargados de la administración de las ciudades, junto con la Comisión Nacional de Tránsito, son los encargados de resolver los problemas de vialidad, es por eso que los municipios son los que se han encargado de la construcción y administración de la mayoría de parqueaderos en el país. Aunque hay algunos parqueaderos privados, muy pocos son los que funcionan con el uso de una edificación diseñada para este servicio; lo más común es que se utilicen terrenos desbancados.

En Quito el municipio a través de su empresa EMSAT (Empresa Municipal de Servicios Administrativos y Transporte), es la encargada, entre otras actividades, de la edificación y administración de parqueaderos. En la actualidad esta empresa cuenta con tres parqueaderos ubicados exclusivamente en la zona Centro de la ciudad, esto a pesar de que el problema de estacionamientos se extiende por toda la ciudad.

Es así que la industria cuenta con pocos miembros, lo que la convierte en un factor incipiente frente al PIB; convirtiéndola mas bien en un conjunto menor de empresas. Estas no están organizadas en un gremio, lo que hace muy difícil la obtención de cifras y estadísticas.

Siendo así, la industria actualmente cuenta con un pequeño número de ofertantes y con una demanda totalmente desproporcionada. En el cuadro 2.3 podemos observar un crecimiento vehicular del país con un promedio de 5,66% en el último año, ya que de 723.176 en el 2003, se registró 764.806 vehículos matriculados durante el 2004, de los cuales a la Provincia de Pichincha le corresponden 242.712 vehículos y concretamente del Cantón Quito son 219.546 para ese año. Siendo los vehículos particulares los que se llevan 95% del parque automotor.

Cuadro: 2.1
VEHÍCULOS MATRICULADOS POR USO
A NIVEL NACIONAL (AÑOS : 2003-2004)

AÑOS	TOTAL	PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPAL
2003	723.176	679.548	34.949	6.712	1.967
2004	764.086	726.867	29.691	5.225	2.303

Elaborado por: autor

Fuente: POLICIA NACIONAL

Quito en el año 2004 tenía 219.546 vehículos matriculados, 11.754 vehículos más que en el 2003, Ya que es un servicio de parqueadero con valet parking para vehículos pequeños, está dirigido a los propietarios de vehículos. La población estará compuesta por personas que posean vehículos y que los utilicen para transportarse a sus lugares de trabajo, ubicados en la Ciudadela Benalcázar, zona Centro Norte de la ciudad de Quito, se puede apreciar en los cuadros de anexo 1, 2, Págs. 135, 136.

Con el análisis antes expuesto podemos apreciar el crecimiento considerable del parque automotor, frente al ínfimo incremento de parqueaderos.

Un parqueadero de dimensiones considerables alberga entre 100 y 200 vehículos y la construcción de un espacio con estas características demora aproximadamente un año, mientras que el crecimiento del número de vehículos para el 2004 fue de 11.950 con relación al 2003.

Esto demuestra claramente que el crecimiento de la oferta en esta industria es incipiente con relación a la demanda.

A futuro el crecimiento de esta industria se ve limitado básicamente por la disponibilidad de predios en las áreas de alta concentración vehicular.

2.3. EL NEGOCIO

2.3.1. ANTECEDENTES

“Con el nuevo enfoque de especialización de las empresas para crear economías de escala y a la falta de tiempo de las personas, se han creado necesidades de entes económicos.”⁶

Como información importante hay que recalcar, que la falta de tiempo en las personas de la actualidad es fruto de una modernización global, que deja menos tiempo para realizar ciertas actividades, por lo que ahora se opta por buscar a terceros para que se encarguen de estas actividades, además con esto se ha reducido los costos, ya que, como se mencionó antes, los prestadores de estos servicios son personas especializadas.

2.3.2. DEFINICION DEL NEGOCIO

Con estos antecedentes lo que se busca es llegar a definir el sector y la industria en la cuál se encuentra el negocio, para de esta manera optimizar recursos al momento de utilizarlos, enfocándolos hacia la dirección correcta y especificando mejor el servicio a brindar. Es así que hemos definido nuestro sector como: SECTOR AUTOMOTRIZ, dentro de la Industria de Parquaderos.

⁶ Trabajo final, Estrategia de Negocios II, Juan Fco. Aguilar, 2004-07-09, Cap2, Pág. 8.

SECTOR AUTOMOTRIZ
INDUSTRIA DE PARQUEADEROS
<u>*EMPRESA DE SERVICIOS DE ALQUILER DE PARQUEADEROS PARA VEHICULOS PEQUEÑOS</u>

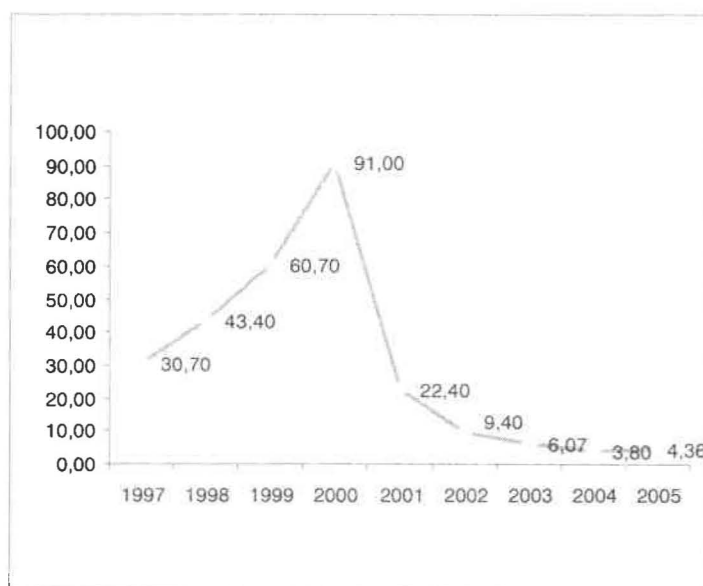
CUADRO 2.2: Autor

El negocio va dirigido al alquiler de parqueaderos para automotores pequeños y medianos, en la ciudad de Quito. Este negocio tendrá como servicio adicional el mantenimiento para vehículos.

2.4. ANALISIS DEL MACRO ENTORNO

2.4.1. FACTORES ECONOMICOS

2.4.1.1. INFLACION⁷

GRAFICO 2.3⁸

⁷ - CAMARA DE COMERCIO DE QUITO: INDICADORES ECONOMICOS

-http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php

⁸ Elaborado por el autor con datos de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Este indicador es el más crucial para los inversionistas, pues refleja la estabilidad y el grado de incertidumbre en el ámbito económico, político y social.

La inflación, que en la década del 90 registró niveles altos con variaciones crecientes, ha tenido una evolución bastante favorable, esto desde Marzo del 2000, fecha en la cual el Ecuador adoptó como modelo económico La Dolarización.

Con una tendencia decreciente en la inflación, los precios de los insumos se mantienen y los servicios son más eficientes en el aspecto costos; esto ayuda a las empresas a poder mejorar las proyecciones a futuro, para cuestiones de inversión o incursión en nuevos negocios.

Por otra parte, tenemos al consumidor, que al contar con un poder adquisitivo constante ya que su dinero no se devalúa y la estabilización de los precios, mejora su capacidad de ahorro y compra.

Esto es bastante favorable para las empresas pues como ya se mencionó pueden invertir sin temor y sabiendo que la población tiene capacidad de consumo.

2.4.1.2. TASAS DE INTERES

En este caso tenemos dos perspectivas:

- La empresa (necesidad de financiamiento)
- El cliente (facilidad para adquirir bienes).
- Con la dolarización las tasas de interés (activa y pasiva), disminuyeron.

En el caso de las empresas, las tasas pasivas se presentan poco llamativas, por lo cuál siempre están buscando invertir; por otro lado las tasas de interés activas son elevadas lo que implica un alto costo financiero que se reflejan en los precios de bienes y servicios.

En el caso del consumidor, si bien ahora puede ahorrar con mas facilidad (no hay devaluación de la moneda), también tiende a consumir más; si a esto se le suma las facilidades que encuentra en el mercado (plazo de pago a largo tiempo), especialmente en el automotriz, esto constituye una ventaja, pues el parque automotor, en especial de la ciudad de Quito, ha crecido con rapidez y tiende a conservar esa tendencia.

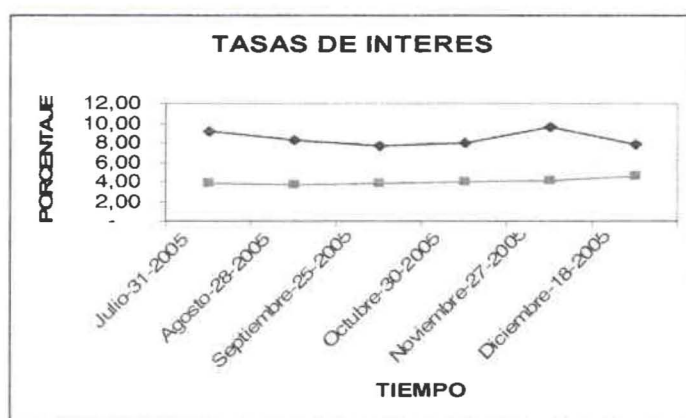


GRAFICO 2.4: TASAS DE INTERES⁹

⁹ ELABORADO POR: AUTOR

Concluyendo si la estabilidad y baja de las tasas de interés son buenas para el consumo en especial de la industria automotriz esta se repercute en beneficios para el tipo de negocio se plantea.

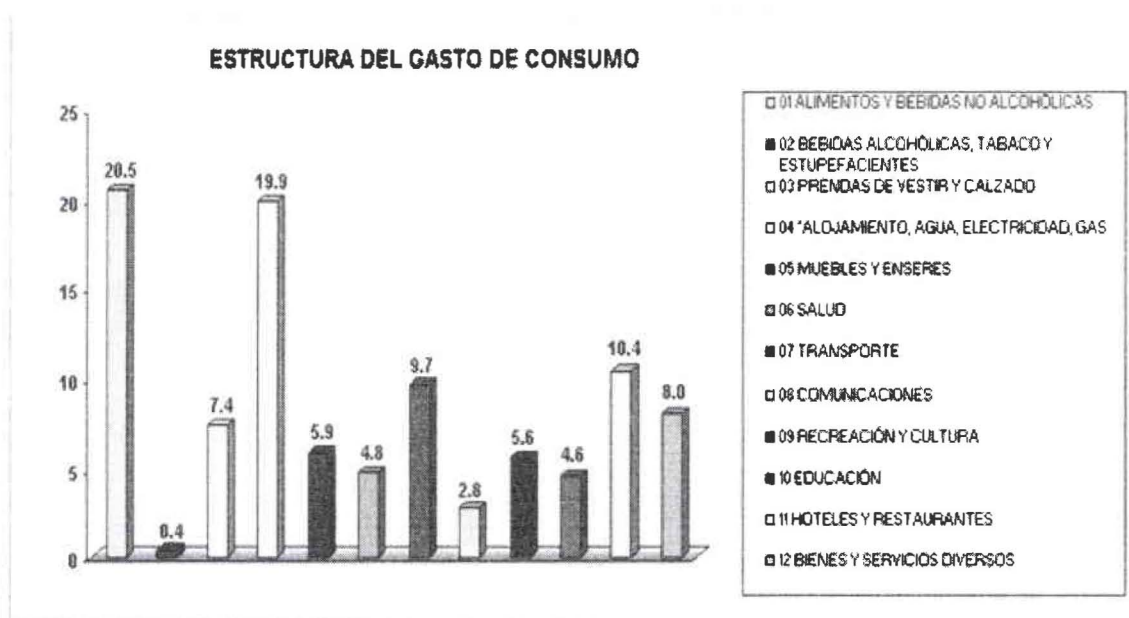
2.4.1.3. CONSUMO

El consumo en el país ha tenido una tendencia creciente, gracias a las tendencias de los factores antes mencionados.

Dentro de esto este punto esta el sorprendente caso da la venta de automóviles, que como se ha expuesto anteriormente, ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, esto relacionado directamente con el mejoramiento de la economía y la devolución de los fondos congelados por parte de la banca.

ESTRUCTURA DEL GASTO DE CONSUMO

GRUPOS DE GASTO	ESTRUCTURA DE CONSUMO
GASTO DE CONSUMO	100.0
01 ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	20.5
02 BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO Y ESTUPEFACIENTES	0.4
03 PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO	7.4
04 *ALOJAMIENTO, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS	19.9
05 MUEBLES Y ENSERES	5.9
06 SALUD	4.8
07 TRANSPORTE	9.7
08 COMUNICACIONES	2.8
09 RECREACIÓN Y CULTURA	5.6
10 EDUCACIÓN	4.6
11 HOTELES Y RESTAURANTES	10.4
12 BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	8.0



En la estructura del Gasto de consumo a nivel nacional urbano, los grupos que más aportan son: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Alojamiento, agua, electricidad y gas, Hoteles y restaurantes, Transporte, Bienes y servicios diversos y Prendas de vestir, los mismos que representan el 67,9% del total; la diferencia se ubica en los 6 grupos restantes, donde el menor porcentaje corresponde al 0,4% en el grupo Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes

Esto presenta una ventaja para la empresa, ya que su negocio esta directamente vinculado con el parque automotriz, lo que refuerza más lo antes mencionado.

2.4.1.4. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

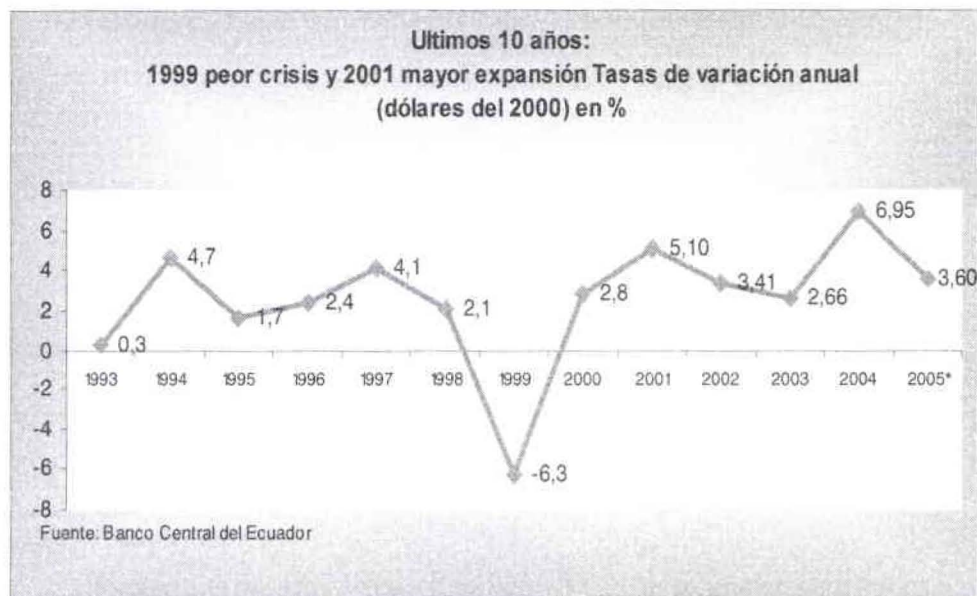
Históricamente, el consumo de los hogares ha sido el motor de la economía ecuatoriana. En términos reales representó en promedio entre 1993 y 2004 el 60% del PIB. El gasto de la administración pública aportó con el 10%, la inversión empresarial con el 24% y otros elementos el 4% restante.

La actividad económica ecuatoriana evidencia signos de recuperación: El Producto Interno Bruto finalizó el 2005 con una tasa de crecimiento real del 3,33%; 3,62 puntos porcentuales inferior a la del 2004 (6,95%). De esta manera el PIB nominal del país alcanzó en el 2005 \$31.719 millones, lo que dio como resultado un PIB per cápita de \$2.502,00

La administración pública (-1,6%) y el petróleo (22,89%) fueron los sectores que presentaron mayor crecimiento el año anterior. Por otro lado, la extracción de petróleo crudo y gas natural y el comercio al por mayor y menor construyeron en conjunto el 19,90% del PIB del año anterior.¹⁰

10

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/bcomercial1205.pdf>



2.4.1.5. EMPLEO

El Ecuador enfrenta un conflicto fuerte en este campo, pues la falta de fuentes de trabajo y la presencia de mano de obra extranjera (Colombia, Perú), provoca que la tasa de desempleo sea bastante alta, lo que al mismo tiempo provoca una disminución en el valor de la mano de obra. Ahora, por una parte es beneficioso, ya que en el caso del servicio del parqueadero y el servicio adicional de mantenimiento la mano de obra es un factor muy importante, pero por otra parte esto afecta a la demanda ya que sin empleo no hay dinero y sin dinero no hay consumo.

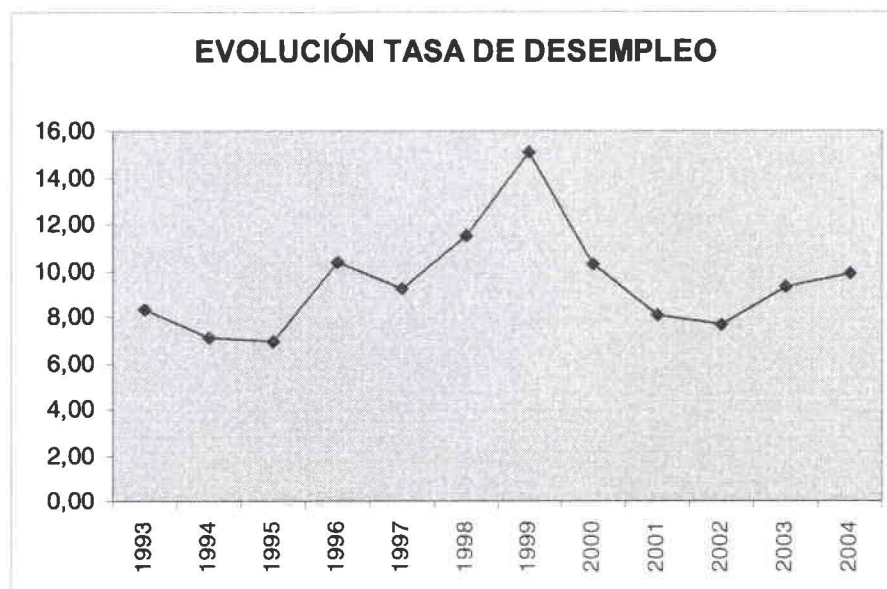


GRAFICO 2.6: TASAS DESEMPLEO¹¹

Este factor es una debilidad del proyecto pues al no existir fuentes de trabajo no existe fuentes de ingreso, lo que conlleva a la disminución del gasto y la restricción de ciertos servicios como es el de parqueadero, que si se ve afectado pues siempre existe la posibilidad de dejar parqueado el vehículo en la calle o simplemente dejarlo en la casa y movilizarse en cualquier medio público.

2.4.1.6. RIESGO PAIS

Este es un factor importante para el negocio, pues influye mucho en la inversión extranjera, lo cual es beneficioso para la economía en general; en especial para la industria automotriz, esta requiere de mucha inversión, pues al tener una producción de autos en el país, estos se vuelven mas baratos, lo que a su vez facilita su adquisición por parte de los consumidores. Aunque ha

¹¹ ELABORADO POR: AUTOR

tenido un comportamiento irregular y por los últimos incidentes en el país ha tenido un incremento, este no es tan grave como antes de la Dolarización.

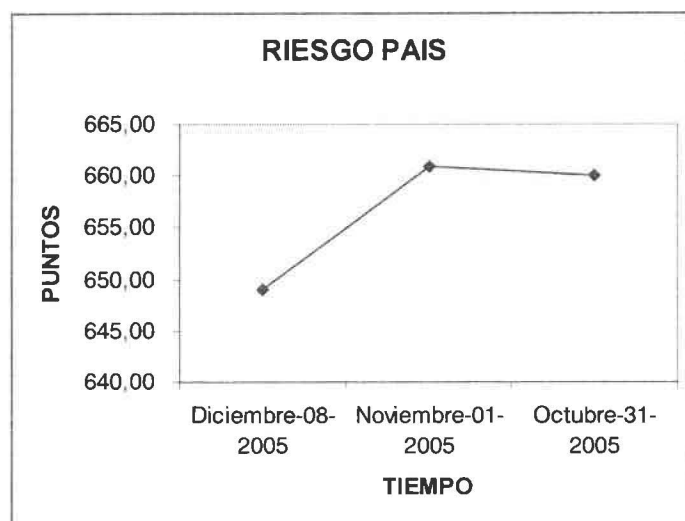


GRAFICO 2.7: TASA DE RIESGO PAIS¹²

Este indicador no influye directamente en nuestro proyecto pues el mismo dará servicio al parque automotor ya existente y no necesariamente se espera el crecimiento del parque automotriz y el riesgo país restrinja los créditos, aunque los indicadores son positivos para el país.

2.4.2. FACTOR LEGAL

2.4.2.1. MARCO JURIDICO

2.4.2.1.1.1. ORDENANZAS Y DISPOSICIONES PARA LA CONSTRUCCION

Estas son normas que regulan aspectos de la construcción en las zonas autorizadas para construir y que pueden variar de sector a sector de acuerdo con distintos factores (suelo, velocidad del viento, etc.), en el caso de la

¹² http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

empresa en mención, la institución a cargo de la zona donde se ubicará la misma es el Municipio de Quito administración zona Norte.

NORMAS VIGENTES PARA EL SECTOR.¹³

Cuadro 2.3

Restricción		
Máximo de pisos por construcción		12
Máximo de subsuelos por construcción		4
Retiro de construcción	Lateral	2.5 m.
	Frontal	3 m.
	Trasero	3 m.

Elabora por: autor

2.4.2.1.2. LEY DE INQUILINATO¹⁴

Esta Ley regula las relaciones derivadas de los contratos de arrendamiento y de subarrendamiento de locales comprendidos en los perímetros urbanos.

Los contratos que efectué la empresa con sus clientes, se registrarán por los artículos de esta ley.

2.4.2.2. REQUERIMIENTOS LEGALES

2.4.2.2.1. CONFORMACION DE UNA SOCIEDAD ANÓNIMA¹⁵

Estará compuesta por tres o mas accionistas, cuyo aporte de capitales deberá sumar una cantidad igual o mayor a \$ 800USD. Después de conformada

¹³ Cámara de la Construcción Quito, Departamento Técnico.

Municipio de Quito, Administración zona Norte, departamento Legal.

¹⁴ <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/judicial/PAGINAS/LeyInquilinatoII.htm>

¹⁵ <http://www.deloitte.com/dtt/article/0,1002,sid%253D22861%2526cid%253D29704,00.html>

deberá ser registrada en la superintendencia de compañías y a una cámara, según su actividad, para después obtener el registro mercantil, con todos estos documentos se procede a la obtención del registro único de contribuyentes (RUC), para la obtención de autorizaciones para: facturas, retenciones y cualquier otro documento(notas de crédito, guías de remisión), que necesitaran autorización del servicio de rentas internas (SRI), y que son indispensables para el funcionamiento legal de una empresa.

2.4.2.2.2. ASPECTOS LABORALES

Los contratos, remuneraciones y demás relaciones con los empleados, se lo maneja con el Código de Trabajo vigente en las leyes ecuatoriana.

En el caso de convenio de trabajo regido por horas, en este estarán incluidos los beneficios que le corresponden al trabajador, también aquellos que se pagan en periodos distintos al mensual (decimotercero, decimocuarto, descanso semanal remunerado, valor de los componentes salariales, etc.).¹⁶

También existe la posibilidad de manejar al personal mediante la facturación de su parte como servicios prestado, que sigue siendo legal y evita todo conflicto laboral que pudiere surgir.

2.4.3. FACTOR TECNOLÓGICO

¹⁶ CODIGO DE TRABAJO, CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES I: DOC. 2 1406
Art. 1 , FEBRERO/2003

En cuanto al sector donde se encuentra ubicado el negocio la tecnología juega un factor muy importante pues está en constante desarrollo lo que obliga a su entorno a mantenerse en constante actualización.

En cuanto a la industria, maneja tecnología que puede ser muy ordinaria como un contador y un sistema de entrada electrónica, así como puede ser un complejo sistema robótico.

En conclusión, al ser un negocio de parqueaderos el factor tecnológico es relevante pero no crucial, ya que lo más probable es que el parqueadero funcione con un sistema bastante simple.

2.4.4. FACTOR SOCIAL¹⁷

El Ecuador es afectado en este factor por cuestiones sociológicas, culturales, educacionales, demográficas y de medio ambiente. Por lo cual hay que tomar en cuenta las siguientes situaciones:

- Tendencia del consumidor a ser exigente en cuanto a la calidad, lo que provoca que los productos y servicios busquen mejorar.
- Clase media con poco poder adquisitivo.
- Alto nivel de pobreza.

¹⁷ ESQUEMA DEL CUADRO: Trabajo final, Estrategia de Negocios II, Juan Fco. Aguilar, 2004-07-09, Cap2

2.4.5. DELINCUENCIA

La delincuencia esta en constante crecimiento, esto por la falta de política y agenda social por parte de los gobiernos; además se ve agravada por factores patológicos y psicológicos.¹⁸

En este punto hay que mencionar, que esta es una de las razones por las cuales la gente busca seguridad para sus bienes, con lo que el negocio, al tener el servicio de parqueo, se ve favorecido.

2.4.6. CORRUPCION

“La corrupción está dada en todos lo niveles del gobierno, tanto en las empresas públicas, en la función legislativa, en la función judicial, convirtiéndose en empresas privadas oligárquicas, adueñándose del país y llevándose al asalto lo que queda de nuestros recursos nacionales, apoyados en una partidocracia obsoleta.”¹⁹

La corrupción en el país es un factor negativo para las empresas, pues esta se manifiesta durante toda su vida, es decir desde su constitución hasta su liquidación. Es así que muchos empresarios son promotores de ella, basándose en su pobre concepto sobre el funcionamiento del país, el cual supone que sin “ayudas” no se pueden hacer negocios.

¹⁸ <http://www.monografias.com/trabajos6/proso/proso.shtml>

¹⁹ <http://www.monografias.com/trabajos6/proso/proso2.shtml#conse>

2.4.7. FACTOR CULTURAL

Este es un factor que tiene dos aspectos importantes para el negocio; por un lado está el hecho de ser poco ordenados, es decir no somos los mejores en obedecer las normas de tránsito esto complica el flujo de los vehículos y por ende entorpece el manejo de los lugares públicos para parquear. Por otra parte está la comodidad, el ser humano siempre busca la comodidad, lo que nos hace más propensos a buscar bienes o servicios que faciliten el diario vivir.

Estos aspectos muestran una clara oportunidad de negocio.

2.5. PRODUCTO O SERVICIO

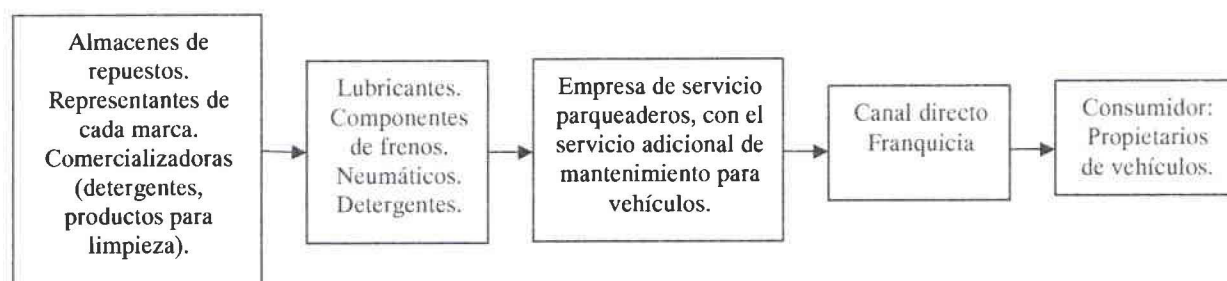
El negocio está enfocado al servicio de parqueadero, para este efecto se construirá un edificio de cinco pisos con capacidad de doscientos veinte vehículos, ofreciendo el servicio opcional de mantenimiento preventivo de vehículos pequeños y medianos, para su óptimo desempeño; siempre haciendo énfasis en brindar la mayor comodidad al cliente. Para esto se utilizará un lote de parqueaderos con servicio de “entrega-despacho” de los vehículos en el ingreso del parqueadero y “valet parking” desde los edificios donde los clientes laboren, además se ofrecerá el servicio de mantenimiento que se lo realizará mientras los vehículos se encuentran en el parqueadero.

Para la prestación de los servicios, la empresa deberá conocer el proceso y las partes que desarrollan el flujo de productos y servicios.²⁰

²⁰ Trabajo final, Estrategia de Negocios II, Juan Fco. Aguilar, 2004-07-09, Cap2.

FIGURA 2.1: "DIAGRAMA DE FLUJO GENERICO DE SERVICIOS"²¹

Elaborado por: autor

FIGURA 2.2: "El diagrama de flujo genérico para el negocio será."²²

Elaborado por: autor

2.5.1. SUMINISTROS

La empresa para prestar el servicio necesita de varios productos, como: lubricantes (grasas y aceites sintéticos), filtros, líquido para frenos y embrague, repuestos (pastillas de freno, zapatas de freno), neumáticos, detergentes, champúes, ambientadores.

²¹ Trabajo final, Estrategia de Negocios II, Juan Fco. Aguilar, 2004-07-09, Cap2, FIGURA 2.2*

²² Trabajo final, Estrategia de Negocios II, Juan Fco. Aguilar, 2004-07-09, Cap2, FIGURA 2.3*

2.5.2. SERVICIO.

En la industria existen varias empresas que prestan el servicio de alquiler de bienes raíces, pero son pocas las que ofrecen el servicio de parqueadero y menos aún un servicio adicional de mantenimiento para vehículos.

En el sector objetivo donde se planea implementar el negocio existen pocas opciones, las cuales detallamos a continuación:

- Parqueadero del Centro Comercial Quicentro Shopping.
- Parqueadero República de El Salvador y Moscú.

2.5.3. CANAL DE DISTRIBUCION DE LA INDUSTRIA

El canal de distribución de la industria es directo, aunque existe una posibilidad de cambiarla por medio de un tercerizador. Esto es conveniente ya que al no haber intermediarios los costos del servicio son más bajos.

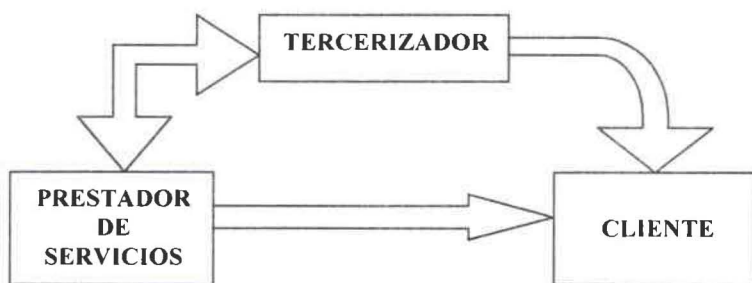


FIGURA 2.3: CANAL DE DISTRIBUCION DE LA INDUSTRIA²³

Elaborado por: autor

2.5.4. CONSUMIDOR FINAL

²³ ELABORADO POR: AUTOR

En este caso los consumidores finales serán personas y empresas que posean vehículos pequeños, que deseen recibir nuestro servicio, para satisfacer sus necesidades y además aprovechen su tiempo. Además estas personas en su gran mayoría utilizarán el parqueadero propiedad nuestra.

2.5.5. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER²⁴

Este modelo, las cinco fuerzas de PORTER, es una herramienta para elaborar estrategias para diferentes tipos de industrias. Las cinco fuerzas son:

- Lucha entre competidores actuales.
- Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- Amenaza de servicios sustitutos.
- El poder de los proveedores.
- El poder de los compradores.

2.5.5.1. LUCHA ENTRE COMPETIDORES ACTUALES.

En este caso no existe una competencia directa pues son pocos los sectores que cuentan con parqueaderos, además como ya se expuso la demanda es mucho mas grande que la oferta por lo cual no hay necesidad de emprender compañías publicitarias extenuante ni nada que se le parezca para permanecer en el medio; es más las empresas existentes tiene tan asegurada su demanda que ninguna se interesa en crear alguna diferenciación.

- La demanda es mucho mayor a la oferta.
- Las empresas no necesitan diferenciación.

²⁴ PORTER. Michael, Ser Competitivo, Ediciones Deusto S.A. Bilbao-España, 1999, Pág. 26.

- El sector, para las empresas establecidas es favorable.

2.5.5.2. AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.

Dentro del análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter en cuanto a amenaza de la entrada de nuevos competidores podemos mencionar los siguientes puntos:

- El sector es atractivo y no hay una competencia complicada.
- En el sector no existen predios que sean totalmente adecuados para este propósito.
- El monto de inversión implica un gran problema tanto para ingresar como para salir del negocio.

Con esta síntesis podemos afirmar que es fácil el ingreso de nuevos competidores siempre y cuando exista la disponibilidad de terrenos en el sector y el capital adecuado para la implementación del negocio. Ventajosamente hemos aclarado que no existen terrenos disponibles en la zona por lo que no es una amenaza por el contrario es una oportunidad de negocio pues la existencia de competencia es casi nula.

2.5.5.3. AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS.

Estos son servicios parecidos, buscan satisfacer las mismas necesidades en diferente forma, que son competencia indirecta.

- La iniciativa de “la zona azul”, creada por el municipio es una opción ambigua; por un lado provee algo de seguridad pero por otra parte esta el inconveniente de no poder utilizar el mismo sitio por más de 2 horas.
- La presencia de personas en las calles que cuidan los vehículos.

2.5.5.4. EL PODER DE LOS PROVEEDORES.

El servicio de parqueadero no necesita de mayores insumos, pero el servicio adicional de mantenimiento si, por lo cual al necesitar de varios productos para la prestación del servicio, tiene una gran variedad de proveedores; esto es conveniente pues hay más opciones para escoger así como más alternativas de presionar al proveedor para conseguir mayores beneficios. Además los proveedores por tener mayor competencia van a intentar siempre conseguir la fidelidad del cliente, lo que les dificulta el tener variaciones de precio.

Dentro de nuestra industria se necesita de los siguientes proveedores:

a) Proveedores de Repuestos Automotrices.

A continuación un listado de algunas de las empresas que proveen repuestos automotrices para vehículos pequeños en la ciudad de Quito:²⁵

- AE-IMPORTADORA COMERCIAL CIA. Ltda.
- AGRIMEXPO
- AMCAR

²⁵ GUIA TELEFONICA DE QUITO 2003, PAGINAS AMARILLAS, PAG 299

- AMRA
- AMSIR
- ANREYACSA
- AUTO REPUESTOS TORRES
- AUTO TECNO PARTS
- AUTOLANDIA
- AUTOMECA
- AUTOMOTRIZ BRITO

b) Proveedores de Lubricantes.

Los proveedores de lubricantes son: ²⁶

- FILTROCORP
- LUBRICANTES PDV-PROQUIPEPSA
- VALLEJO ARAUJO
- CALDERON MENA
- CEPESA
- MEGAFILTRO
- CONAUTO
- DISMARK
- IMGAM
- SHELL ECUADOR
- IMPORTADORA ANDINA

²⁶ GUIA TELEFONICA DE QUITO 2003, PAGINAS AMARILLAS, PAGINAS 11 Y 202

c) Proveedores de Neumáticos.

Los proveedores de neumáticos se detallan a continuación:²⁷

- ANTONIO PINO YCASA
- LLANTAS AUTO 87
- CEPSA
- CERON IMPORTADORES
- COMERCIAL CISNEROS
- TIRE CITY
- COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
- ZETA
- ECUA-LLANTA
- GLOBAL TIRES
- ITAL LLANTA
- IMPORTADORA ANDINA
- MOYABACA
- LLANTICENTRO L&M

d) Proveedores de Productos de Limpieza.

Las empresas que proveen productos de limpieza son:²⁸

- ACRUXZA-TECNIBON
- AMAQUIN INDUSTRIAS QUIMICAS
- CLARKE

²⁷ GUIA TELEFONICA DE QUITO 2003, PAGINAS AMARILLAS, PAG 199

²⁸ GUIA TELEFONICA DE QUITO 2003, PAGINAS AMARILLAS, PAG 279

- DISTRIBUIDORA ROSANIA SCHIAVONE
- KATOK IND. CO. LTD.
- PRODELSOL
- PROLIM
- PRODUPAPEL CALIDAD Y SERVICIOS
- QUIDELIT
- UNILIMPIO

e) Proveedores de equipos para mantenimiento a automotores.

En esta lista se encuentran algunos de los proveedores de para mantenimiento a automotores.²⁹

- EQUIPOS AUTOMOTRICES RAVAGLIOLI-JOHN BEAN
- COLOMBEC DEL ECUADOR

2.5.5.5. PODER DE LOS COMPRADORES.

Este aspecto tiene mucho que ver con el nivel de ingresos de los mismos, así como también de la disponibilidad de tiempo, que tiene estos para recibir estos servicios.

- Hay pocas opciones para escoger el servicio.
- Ningún parqueadero del sector ofrece un servicio adicional como el que se ofrecerá.

²⁹ GUIA TELEFONICA DE QUITO 2003, PAGINAS AMARILLAS, PAGINAS 121 Y 128

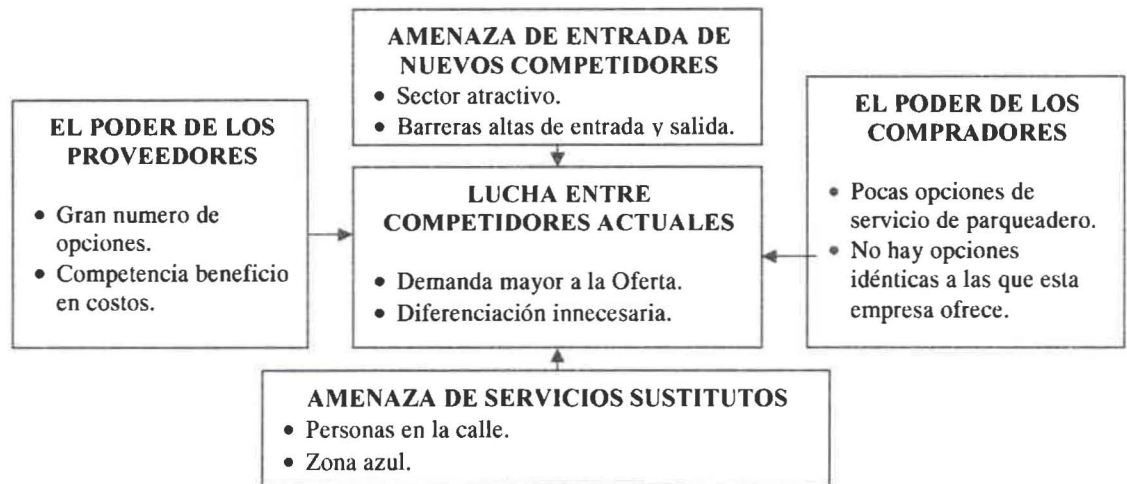


FIGURA 2.4: CINCO FUERZAS DE PORTER³⁰

³⁰ ELABORADO POR: AUTOR

CAPITULO 3

INVESTIGACION DE MERCADO

3.1. INTRODUCCION

La presente investigación de mercado, surge ante la necesidad de obtener información para tomar la decisión de implementar o no un negocio enfocado la prestación de servicio de parqueadero con valet parking, que al mismo tiempo preste el servicio adicional de mantenimiento preventivo para autos pequeños y medianos.

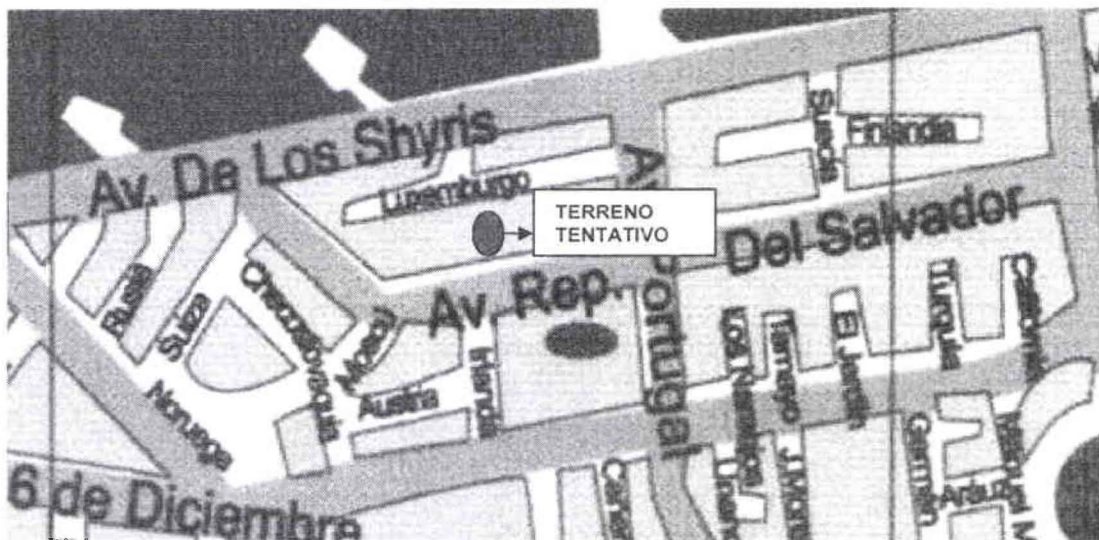
3.2. DEFINICION DEL PROBLEMA

En la actualidad los espacios reducidos y la congestión vehicular son aspectos que caracterizan a las grandes ciudades como Quito. Es común en estas ciudades, encontrar zonas donde existen densas concentraciones de edificios conformados de oficinas, que albergan a miles de personas. Quienes, en el caso de movilizarse en un auto propio hasta estos lugares, su principal problema es la limitada existencia de lugares para aparcar³¹; a lo que se suma el corto tiempo del que disponen estas personas para esperar que esos pocos parqueaderos queden libres para aparcar sus vehículos, y si de tiempo se trata es más crítico a la hora de asignar un periodo del mismo solo para proveer de mantenimiento a sus autos.

Por este motivo la presente investigación se enfocará en conocer la factibilidad y la aceptación en el mercado para la implementación de un negocio de

³¹ El Comercio, julio 8 del 2006, Pág. 6. *“La ausencia de un mínimo de parqueaderos en los negocios agudiza la congestión en las vías”, oficinistas y clientes de los locales comerciales demandan parqueo.*

parqueadero que tenga servicio valet parking y mantenimiento preventivo para vehículos, que se encuentre localizado en la Ciudadela Benalcazar, zona Centro Norte de la ciudad de Quito.



MAPA 3-1³²

3.3. HIPOTESIS

El servicio de parqueadero con valet parking y servicio adicional de mantenimiento preventivo para vehículos pequeños, tendrá aceptación en la población conformada por propietarios de vehículos, cuyos lugares de trabajo se encuentran en la Ciudadela Benalcazar, zona Centro Norte de la ciudad de Quito.

3.4. DEFINICION DE LOS OBJETIVOS

3.4.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer los hábitos y actitudes del mercado ya mencionado en la hipótesis, para poder determinar la Oferta y Demanda de los servicios de parqueadero y

³² <http://www.ecuador-paginaamarilla.com/turini/mapquito.htm>. modificado por el autor.

mantenimiento preventivo, con la finalidad de determinar la oportunidad de negocio.

3.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

OBJETIVO ESPECIFICO	INFORMACION REQUERIDA
Determinar las preferencias, y el por qué de estas, de los propietarios de vehículos, cuyos lugares de trabajo se encuentran en la Ciudadela Benalcazar, zona Centro Norte de la ciudad de Quito, a la hora de trasladarse a sus lugares de trabajo.	En que medio de transporte se movilizan a sus lugares de trabajo.
Conocer en que lugares adquieren los servicios de parqueo y mantenimiento preventivo las personas cuyos lugares de trabajo se encuentran en la Ciudadela Benalcazar, zona Centro Norte de la ciudad de Quito.	En que lugares aparkan sus vehículos. En que lugares dan mantenimiento a sus vehículos.
Determinar las dificultades de las personas antes mencionadas para adquirir los servicios mencionados.	Principales problemas para adquirir los servicios antes mencionados.
Determinar la competencia existente en la prestación de estos servicios.	De que manera y en que lugares o establecimientos se adquieren estos servicios.
Determinar si el mercado pudiere o no acoger este tipo de servicio conjunto.	Disponibilidad del mercado para adquirir el servicio de parqueadero con valet parking y que además brinde servicio de mantenimiento preventivo.
Determinar la cantidad de dinero destinada a la adquisición de estos servicios.	Cuanto dinero gastan en parqueaderos y con que tipo de tarifa. Cuanto dinero gastan en mantenimiento de sus vehículos.

CUADRO 3-1³³

³³ ELABORADO POR: AUTOR

3.5. POBLACION

Ya que es un servicio de parqueadero con vallet parking y servicio de mantenimiento preventivo para vehículos pequeños, dirigido a los propietarios de vehículos.

La población estará compuesta por personas que posean vehículos y que los utilicen para transportarse a sus lugares de trabajo, ubicados en la Ciudadela Benalcazar, zona Centro Norte de la ciudad de Quito.

3.6. METODOLOGIA

3.6.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El presente análisis se lo realizará con una investigación cuantitativa de estudio descriptivo con diseño transversal, cuya misión será identificar las oportunidades para el negocio y además describir las principales características de los consumidores en los actuales momentos.

3.6.2. HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACION

3.6.2.1. FUENTES PRIMARIAS

La información se obtendrá por medio de censos, sondeo y entrevistas personales uno a uno, todas con la ayuda de cuestionarios impresos para registrar las respuestas de los encuestados.

3.6.2.2. FUENTES SECUNDARIAS

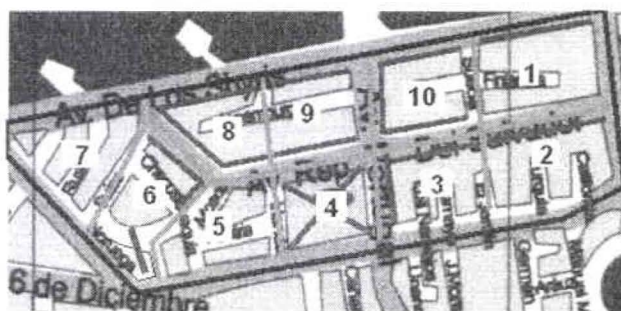
Se conseguirá información de entidades que estén relacionadas con la población ya mencionada y con el sector automotriz:

- INEC, Instituto nacional de Encuestas y Censos.




- Policía Nacional, Dirección Nacional de Transito.
- AEADE, Asociación de empresas automotrices del Ecuador.

3.6.2.3. MUESTRA

Antes de iniciar con la muestra, se realizarán: un censo y luego un sondeo de la población objetivo, para estar mas claros sobre las posibles tendencias de la misma. Ya que para lo que al cálculo de la muestra se refiere, se basará en el muestreo aleatorio simple bajo un diseño estratificado, debido a que la población a analizar esta compuesta de grupos diferenciados por un atributo. Las tres: censo, sondeo y encuesta serán realizados por zonas dentro de la ciudadela Benalcazar.



MAPA 3-2³⁴

-  LIMITE DEL SECTOR OBJETIVO
-  LIMITE DE ZONA
-  CALLES IMPORTANTES DE CADA ZONA

³⁴ <http://www.ecuador-paginaamarilla.com/turini/mapquito.htm>, Modificado por: AUTOR.

3.6.3. CENSO

Esta será una herramienta importante, pues de este saldrán los datos para realizar el sondeo, esta información se obtuvo mediante un censo realizado por el autor.

3.6.3.1. Objetivos:

- Determinar el número de oficinas y el número promedio de personas por oficina.

3.6.3.2. RESULTADO DEL CENSO

ZONA	POBLACION APROXIMADA	% DE CADA ZONA DENTRO DEL SECTOR
1	716	9.75
2	1248	16.99
3	1295	17.63
4	0	0.00
5	484	6.59
6	343	4.67
7	640	8.71
8	981	13.35
9	1005	13.68
10	635	8.64
TOTAL	7347	100

TABLA 3-1³⁵

Esta información sirve de base para una distribución adecuada de las encuestas.

³⁵ Elaborado por: Autor.

La zona 4 no es tomada en cuenta, en tanto y cuanto toda esta manzana corresponde al Colegio Benalcazar.

3.6.4. SONDEO

Partirá de los datos obtenidos en el censo, y nos ayudará a establecer de manera general las posibles tendencias de las personas que trabajan en las oficinas del sector y principalmente el grado de aceptación al negocio, para efectos del calculo muestral.

3.6.4.1. Objetivos:

- Determinar el porcentaje de estas personas que les es difícil encuentran parqueo en la zona antes mencionada.
- Determinar el porcentaje de personas que no tienen tiempo para adquirir el servicio de mantenimiento que sus vehículos necesitan.
- Determinar que porcentaje de estas personas les interesa la existencia de un parqueadero que tenga servicio valet parking y mantenimiento preventivo para vehículos.

3.6.4.2. DISTRIBUCION DE ENCUESTAS DE SONDEO POR ZONA

ZONA	POBLACION APROXIMADA	% DE CADA ZONA DENTRO DEL SECTOR	ENCUESTAS DEL SONDEO POR ZONA
			50
1	716	9.75	5
2	1248	16.99	8
3	1295	17.63	9
4	0	0.00	0
5	484	6.59	3
6	343	4.67	2
7	640	8.71	4
8	981	13.35	7
9	1005	13.68	7
10	635	8.64	5
TOTAL	7347	100	50

TABLA 3-2³⁶

³⁶ Elaborado por: Autor.

3.6.4.3. CONCLUSIONES Y ANALISIS DE LA ENCUESTA DE SONDEO

ZONA	ENCUESTAS POR ZONA	¿LE ES DIFÍCIL ENCONTRAR PARQUEO EN ESTA ZONA?	
		SI	NO
1	5	5	0
2	8	8	0
3	9	9	0
5	3	3	0
6	2	2	0
7	4	4	0
8	7	7	0
9	7	7	0
10	5	5	0
TOTAL	50	50	0
%	100	100	0

TABLA 3-3³⁷
TABLA 3-4³⁹

ZONA	ENCUESTAS POR ZONA	¿USTED ES DE LAS PERSONAS QUE NO TIENE TIEMPO PARA ADQUIRIR EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO QUE SU VEHICULO NECESITA?	
		SI	NO
1	5	5	0
2	8	6	2
3	9	8	1
5	3	3	0
6	2	2	0
7	4	3	1
8	7	7	0
9	7	6	1
10	5	5	0
TOTAL	50	45	5
%	100	90	10

TABLA 3-4³⁸

ZONA	ENCUESTAS POR ZONA	¿Le gustaría que en esta zona existiera un parqueadero que tenga servicio vallet parking y mantenimiento preventivo para vehículos?	
		SI	NO
1	5	5	0
2	8	8	0
3	9	9	0
5	3	3	0
6	2	2	0
7	4	4	0
8	7	7	0
9	7	7	0
10	5	5	0
TOTAL	50	50	0
%	100	100	0

p	=	92
p		
prm	=	97
dif	1	7
	2	3
	3	3
dif2	1	49
	2	9
	3	9
	E dif	67
des		5

TABLA 3-4⁴⁰

³⁷ Elaborado por: Autor.

³⁸ Elaborado por: Autor.

³⁹ Elaborado por: Autor.

⁴⁰ Elaborado por: Autor.

Después de haber registrado las respuestas de las personas encuestadas, tenemos que un 100% de estos, tienen dificultades para aparcar sus vehículos y les agradaría la creación de un parqueadero; por otro lado existe un 90% que no dispone de tiempo para realizar el mantenimiento a sus vehículos. Es así que como principal conclusión tenemos una necesidad que podemos satisfacer con el proyecto y un nivel de aceptación del 92% del mismo.

3.6.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de esta, utilizaremos la fórmula para universos finitos, cuando no existen estudios previos con un nivel de confianza del 95%.

$$n = \frac{4pqN}{E^2(N-1)+4pq}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

4 = Nivel de confianza 95%.

N = Tamaño de la población = 7374

p = Nivel de aceptación por parte de la población = 0.71⁴¹

q = Nivel de rechazo por parte de la población = 0.29

⁴¹ Nota: para el nivel de aceptación se tomo el promedio entre 0.5 que es lo recomendado cuando no hay estudios previos y 0.92 que es el nivel de aceptación resultado el sondeo.

$$n = \frac{4pqN}{e^2(N-1)+4pq} = \frac{4*0.71*0.29*7347}{0.08^2(7347-1)+4*0.71*0.29} = 126$$

3.6.5.1. DISTRIBUCION DE ENCUESTAS POR ZONA

ZONA	POBLACION APROXIMADA	% DE CADA ZONA DENTRO DEL SECTOR	ENCUESTAS POR ZONA
			126
1	716	9.75	12
2	1248	16.99	21
3	1295	17.63	22
4	0	0.00	0
5	484	6.59	8
6	343	4.67	6
7	640	8.71	11
8	981	13.35	17
9	1005	13.68	17
10	635	8.64	11
TOTAL	7347	100	126

TABLA 3-6⁴²

3.7. RESULTADO DE LA INVESTIGACION

- A la pregunta, **¿Usted se traslada a su trabajo en vehiculo propio?** podemos apreciar en la Tabla No. 3-7 y en el Gráfico No. 3-1 que en todas las zonas la gran mayoría se traslada a su trabajo en sus autos y que solo una pequeña porción, a pesar de tener auto escoge otro medio de transporte.

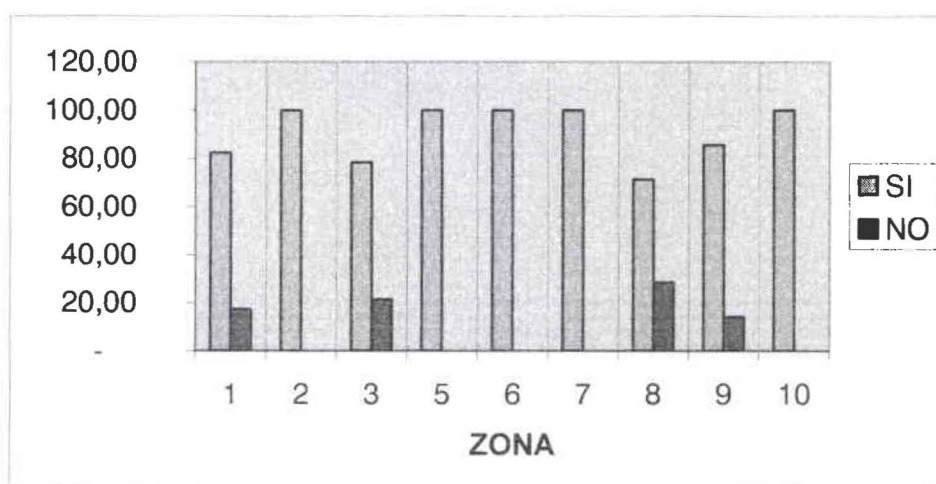
⁴² Elaborado por: Autor.

TABLA 3-7⁴³

¿Usted se traslada a su trabajo en vehículo propio?		
ZONA	RESPUESTA	
	SI	NO
1	82.57	17.43
2	100.00	-
3	78.40	21.60
5	100.00	-
6	100.00	-
7	100.00	-
8	71.43	28.57
9	85.71	14.29
10	100.00	-
TOTAL	90.90	9.10

GRÁFICO 3-1⁴⁴

**PERSONAS QUE SE TRASLADAN EN VEHICULO PROPIO A SUS SITIOS
DE TRABAJO**

⁴³ Elaborado por: Autor.⁴⁴ Elaborado por: Autor.

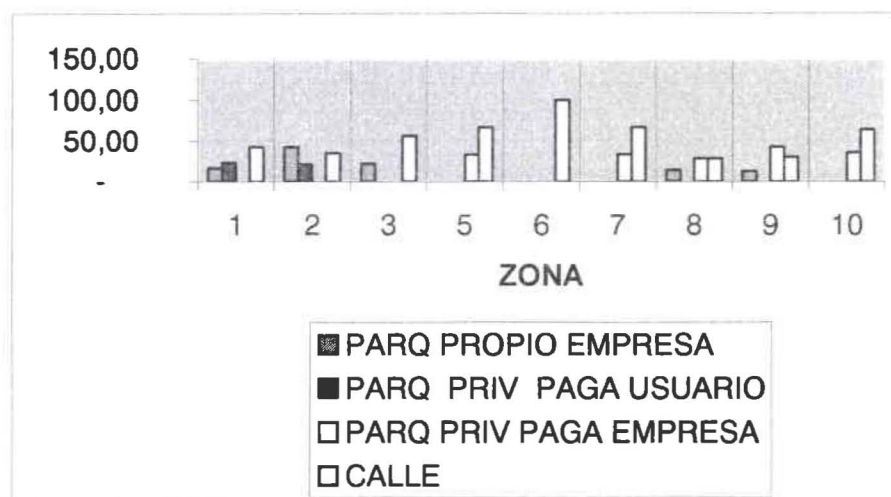
- A la pregunta ¿En cuál de los siguientes lugares aparca su vehículo? se observa que mas de la mitad de la población aparca los autos en parqueaderos distintos a los existentes en los edificios donde laboran, además se observa que un gran cantidad de personas aparcan en la calle así como también una porción que ocupan los parqueaderos privados, esto se lo puede apreciar en la Tabla No. 3-8 y Gráfico No.3-2.

TABLA 3-8⁴⁵

¿% DE LUGARES QUE SE UTILIZA PARA APARCAR VEHÍCULOS?				
ZONA	RESPUESTA %			
	Parqueadero del Edificio donde esta su oficina.	Parqueadero Privado		En la calle.
		Pagado por usted.	Pagado por su empresa.	
1	16.75	23.25	-	42.57
2	42.87	21.63	-	35.50
3	22.22	-	-	56.17
5	-	-	33.33	66.67
6	-	-	-	100.00
7	-	-	33.33	66.67
8	14.29	-	28.57	28.57
9	12.73	-	42.86	30.13
10	-	-	35.86	64.14
TOTAL	21.77	22.44	34.79	54.49

⁴⁵ Elaborado por: Autor.

GRÁFICO No. 3-2⁴⁶
SITIOS DE PARQUEO



A las dificultades que encuentran las personas en el momento de parquear podemos apreciarlo en la Tabla No. 3-9 y Gráfico No. 3-3, en estos se ve que los aspectos que más problema causan a la hora de aparcar los autos son la falta de tiempo para buscar los escasos espacios libres, así como también la inseguridad.

⁴⁶ Elaborado por: Autor.

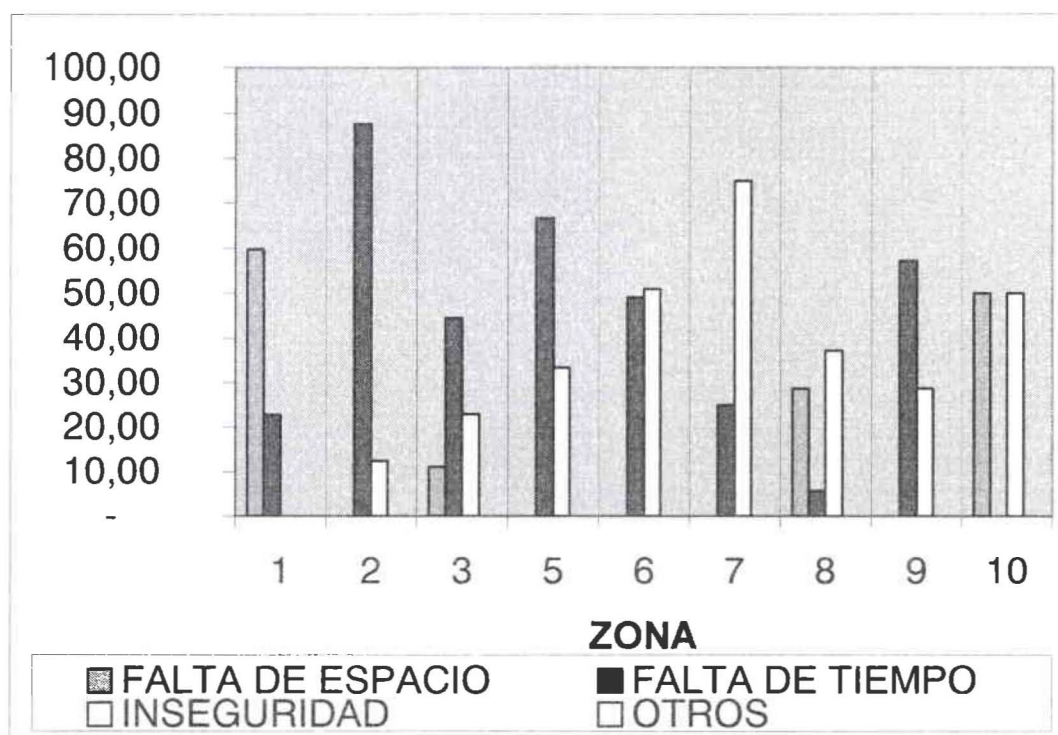
TABLA 3-9⁴⁷

De las siguientes opciones señale cual o cuales son las que mayor dificultad crean a la hora de aparcar.				
ZONA	RESPUESTA EN %			
	Falta de espacios libres para aparcar	Falta de tiempo para buscar lugares libres	Falta de seguridad.	Otros.
1	59.76	22.81	-	-
2	-	87.50	12.50	-
3	11.11	44.44	22.84	-
5	-	66.67	33.33	-
6	-	49.00	51.00	-
7	-	25.00	75.00	-
8	28.57	5.72	37.14	-
9	-	57.14	28.57	-
10	50.00	-	50.00	-
TOTAL	37.4	44.8	38.8	-

GRAFICO 3-3⁴⁸

⁴⁷ Elaborado por: Autor.

DIFICULTADES DE PARQUEO



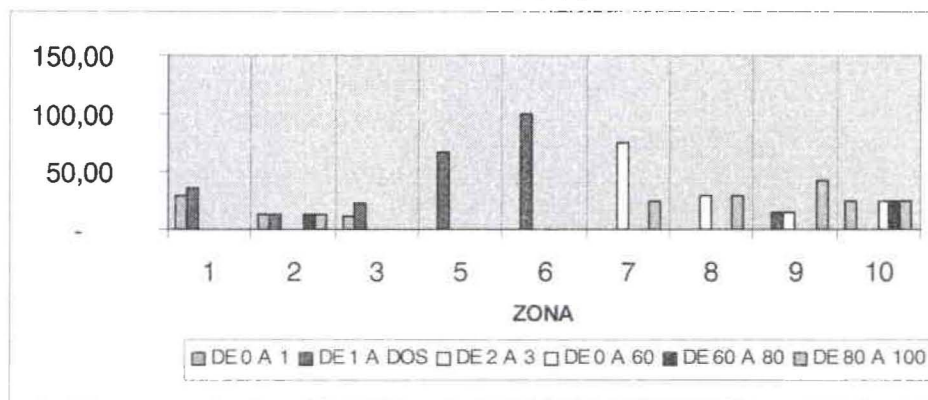
- En cuanto al costo que estarían dispuestos a pagar por el servicio en la Tabla No. 3-10 y en el Gráfico No. 3-4, se evidencia que las tarifas que las personas están pagando actualmente por los parqueaderos son de carácter diario y mensual siendo las más comunes las tarifas de 1.00 a 2.00 dólares diarios y de 80.00-100.00 mensualmente

⁴⁸ Elaborado por: Autor.

TABLA 3-10⁴⁹

¿Qué tarifa y cuanto paga por el servicio de parqueadero?						
ZONA						
	Tarifa diaria. US\$			Tarifa mensual. US\$		
	\$0.00- \$1.00	\$1.01- \$2.00	\$2.01- \$3.00	\$0.00- \$60.00	\$60.01- \$80.00	\$80.01- \$100.00
1	29.14	36.68	-	-	-	-
2	12.50	12.50	-	-	12.50	12.50
3	11.11	22.22	-	-	-	-
5	-	66.67	-	-	-	-
6	-	100.00	-	-	-	-
7	-	-	75.00	-	-	25.00
8	-	-	28.57	-	-	28.57
9	-	14.29	14.29	-	-	42.86
10	25.00	-	-	25.00	25.00	25.00
TOTAL	19.44	42.06	39.29	25.00	18.75	26.79

GRAFICO 3-4⁵⁰
 PRECIOS A PAGAR POR EL SERVICIO DE PARQUEO
 EN US\$



⁴⁹ Elaborado por: Autor.

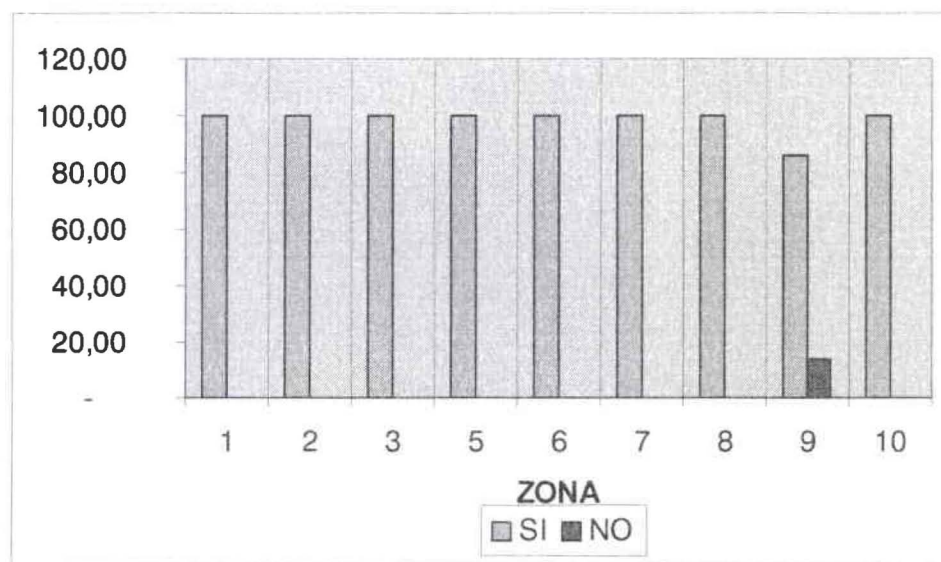
⁵⁰ Elaborado por: Autor.

- Al consultar a los potenciales clientes si les interesaría un parqueadero público en esta zona se evidencia que hay una casi total aceptación para la existencia del parqueadero, como lo podemos ver tanto en la Tabla No. 3-11 como en el Gráfico No. 3-5.

TABLA3-11⁵¹

¿Le gustaría que en esta zona existiera un parqueadero privado?		
ZONA	RESPUESTA %	
	SI	NO
1	100.00	-
2	100.00	-
3	100.00	-
5	100.00	-
6	100.00	-
7	100.00	-
8	100.00	-
9	85.71	14.29
10	100.00	-
TOTAL	98.41	1,59

⁵¹ Elaborado por: Autor.

GRAFICO 3-5⁵²

•En la Tabla No. 3-12 y en el Gráfico No. 3-6, se aprecia que los potenciales clientes al preguntar si desearían un servicio adicional, se pudo ver que los servicios adicionales que mayor aceptación tienen son los de mantenimiento mecánico, por otra parte esta también el servicio de valet parking con un 19,55%, que tiene una aceptación bastante atractiva únicamente en las zonas 2, 3, 7 y 8.

⁵² Elaborado por: Autor.

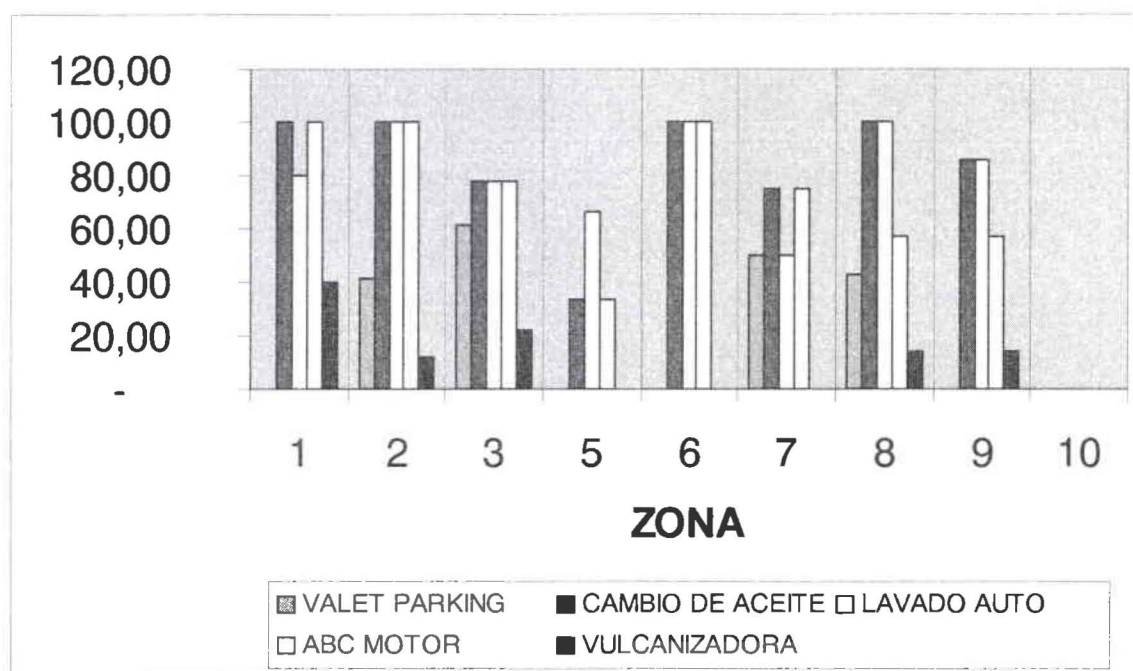
TABLA 3-12⁵³

ZONA	% Valet parking.	Servicio de mantenimiento automotriz.			
		% Servicio de cambio de aceite.	% Servicio de lavado.	% Servicio de ABC de frenos, motor y suspensión.	% Servicio reparación y venta de aros y llantas.
1	-	100.00	80.00	100.00	40.00
2	41.30	100.00	100.00	100.00	12.50
3	61.29	77.78	77.78	77.78	22.22
5	-	33.33	66.67	33.33	-
6	-	100.00	100.00	100.00	-
7	50.00	75.00	50.00	75.00	-
8	42.86	100.00	100.00	57.14	14.29
9	-	85.71	85.71	57.14	14.29
10	-	-	-	-	-
TOTAL	19,55	66,07	66,02	59,03	10,33

⁵³ Elaborado por: Autor.

GRAFICO 3-6⁵⁴

SERVICIOS ADICIONALES EN EL PARQUEADERO

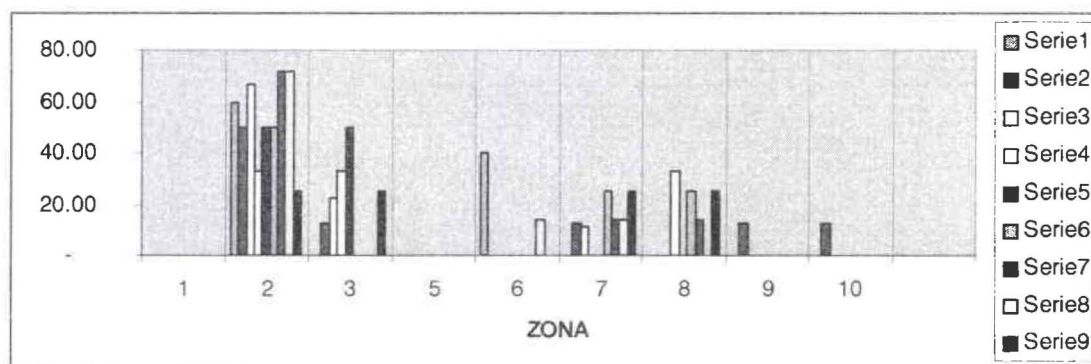


En la TABLA 3-13 y en el GRAFICO 3-7, se aprecia que la mayoría de gente utiliza frecuencias de tiempo para su mantenimiento, también vemos que lo mas común son los mantenimientos cada 2 meses o 3 meses y cada 3000 o 5000 kilómetros.

⁵⁴ Elaborado por: Autor.

TABLA 3-13⁵⁵

¿Con qué frecuencia realiza mantenimiento a su vehículo?										
ZONA	RESPUESTA %									
	Frecuencia en tiempo.				Frecuencia en Kilómetros.					
	Mensual	Cada 2 meses.	Cada 3 meses	Otro.	Cada 3000 Km.	Cada 5000 Km.	Cada 8000 Km.	Cada 10000 Km.	Cada 15000 Km.	Otro
1	-	60.00	-	-	40.00	-	-	-	-	-
2	-	50.00	12.50	-	-	12.50	-	12.50	12.50	-
3	-	66.67	22.22	-	-	11.11	-	-	-	-
5	-	33.33	33.33	-	-	-	33.33	-	-	-
6	-	50.00	50.00	-	-	-	-	-	-	-
7	-	50.00	-	-	-	25.00	25.00	-	-	-
8	-	71.43	-	-	-	14.29	14.29	-	-	-
9	-	71.43	-	-	14.29	14.29	-	-	-	-
10	-	25.00	25.00	-	-	25.00	25.00	-	-	-
TOTAL	-	53.10	28.61	-	27.14	17.03	24.40	12.50	12.50	-

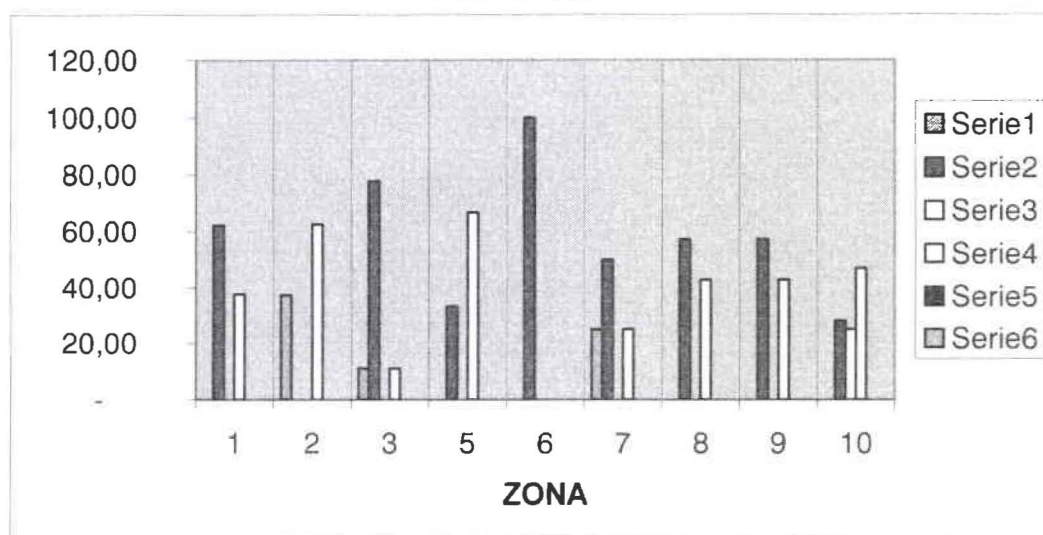
GRAFICO: 3-7⁵⁶⁵⁵ Elaborado por: Autor.⁵⁶ Elaborado por: Autor.

En la TABLA 3-14 y en el GRAFICO 3-8, se observa que los lugares mas concurridos y de mayor aceptación por parte de la población a la hora de realizar el mantenimiento vehicular son lubricadoras y mecánicas, también están los talleres de concesionarios pero con una pequeña cantidad.

TABLA 3-14⁵⁷

¿En cual de los siguientes lugares realiza el mantenimiento?						
ZONA	RESPUESTA %					
	Taller del concesionario.	Lubricadora-lavadora.	Estación de servicio-gasolinera.	Mecánica.	En casa.	Otro:
1	-	62.20	-	37.80	-	-
2	37.50	-	-	62.50	-	-
3	11.11	77.78	-	11.11	-	-
5	-	33.33	-	66.67	-	-
6	-	100.00	-	-	-	-
7	25.00	50.00	-	25.00	-	-
8	-	57.14	-	42.86	-	-
9	-	57.14	-	42.86	-	-
10	-	28.15	25.00	46.85	-	-
TOTAL	24.54	58.22	25.00	41.96	-	-

⁵⁷ Elaborado por: Autor.

GRAFICO:3-8⁵⁸

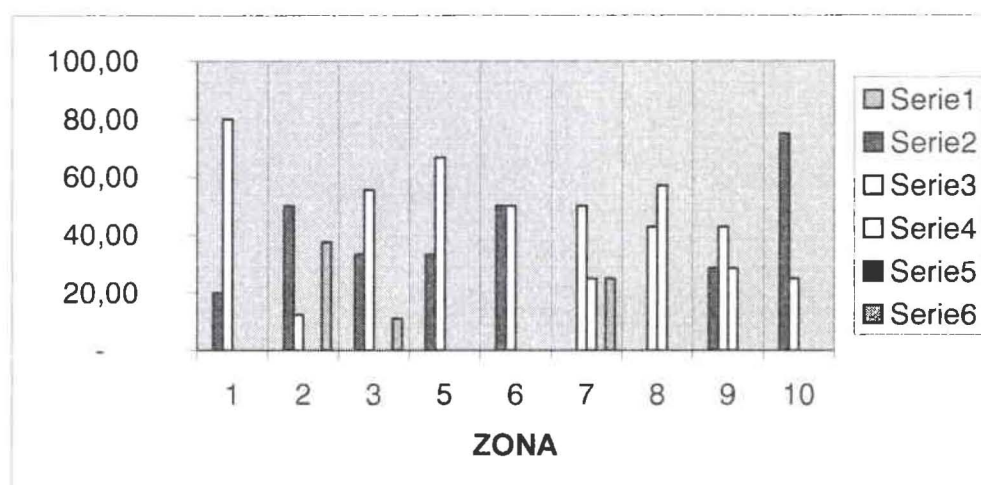
En la TABLA 3-15 y en el GRAFICO 3-9, se ve que las tarifas mas comunes por cada mantenimiento son las de \$10.01-\$20.00 USD y \$20.01-\$30.00 y en una cantidad muy menor a esta las tarifas de \$30.01-\$40.00 y de \$50.01-\$60.00

TABLA 3-15⁵⁹

¿Cuánto gasta aproximadamente en cada mantenimiento?						
ZONA	RESPUESTA US\$					
	\$0.00-\$10.00	\$10.01-\$20.00	\$20.01-\$30.00	\$30.01-\$40.00	\$40.01-\$50.00	\$50.01-\$60.00
1	-	20.00	80.00	-	-	-
2	-	50.00	12.50	-	-	37.50
3	-	33.33	55.56	-	-	11.11
5	-	33.33	66.67	-	-	-
6	-	50.00	50.00	-	-	-
7	-	-	50.00	25.00	-	25.00
8	-	-	42.86	57.14	-	-
9	-	28.57	42.86	28.57	-	-
10	-	75.00	25.00	-	-	-
TOTAL	-	41.46	47.27	36.90	-	24.54

⁵⁸ Elaborado por: Autor.

⁵⁹ Elaborado por: Autor.

GRAFICO:3-9⁶⁰

A través de las encuestas se puede determinar que existe un porcentaje significativo de personas insatisfechas que aún siguen buscando un lugar nuevo que satisfaga todas sus expectativas, y es este grupo al que más se debe cautivar por ser los más existentes.

3.7.1. SUSTITUTOS

En lo que se refiere a productos sustitutos, tomando en cuenta que el tipo de negocio es zonal, es decir sirva única y exclusivamente a la zona por su concepto en si que es el de parqueaderos, NO TIENE SUSTITUTOS mientras que el mantenimiento automotriz, si se lo puede hacer en cualquier taller ya sea

⁶⁰ Elaborado por: Autor.

especializado o de confianza del propietario del vehículo, como lo corroboran las encuestas.

3.8. MERCADO TOTAL

En lo que respecta al mercado total, en la zona se parquean diariamente unas 7.347 personas aproximadamente, datos obtenidos del estudio de mercado.

El negocio tiene una aceptación de 98,41%, pero no obstante se ha determinado una demanda potencial insatisfecha de un 54%, es decir 3.968 personas.

El negocio pretende captar el 10% de la demanda insatisfecha, esto es 397 clientes al día, o el 5% del mercado total, en lo que a parqueadero se refiere; y una vez analizado el área de mantenimiento se considera mejor tercerizar este servicio, es decir arrendar el espacio para que un tercero se haga cargo del mismo garantizando de esta manera un ingreso fijo para el negocio.

3.9. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Al ser el parqueadero un negocio específico solo existe un negocio que brinda el mismo servicio en la zona, en cuanto a parqueadero se refiere y es un lote de terreno que se utiliza para tal efecto en la Av. República de El Salvador y Portugal, los otros sitios de parqueo son de los edificios que son de carácter

privado y la calle, que es cobrado por el municipio, sin dar ninguna garantía sobre el bien en si. Por lo que se puede concluir que no existe oferta de servicio en la zona, tanto de parqueadero. En lo referente a mantenimiento automotriz existe en el Quicentro PRONTO EXPRESS empresa que ofrece este servicio.

3.10. CONCLUSIONES DE OFERTA Y DEMANDA Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO.

En la última década el sector de servicios ha tenido un crecimiento muy interesante lo cual lo convierte en un sector muy atractivo para las inversiones e implementaciones de nuevos negocios.

Actualmente el nivel de vida de los consumidores ecuatorianos ha mejorado y a raíz de la dolarización son mas aparentes a la hora de endeudarse, esto por las tasa de interés activas que tiene un tendencia constante a la baja. Por otra parte esta el crecimiento de la venta de autos en el país, con mayor énfasis en las ciudades de Quito, Guayaquil y Ambato, hace que cada vez existan más autos en las calles por lo cual aumenta la demanda de bienes y servicios suplementarios de los mismos.

Dentro de la investigación de mercados que se ha realizado hay factores que pudieren influir positivamente para la implementación de una empresa que se

dedique al alquiler de parqueaderos y que además como una proyección a futuro ofrezca servicios complementarios como mantenimiento como negocio propio y valet parking.

- De la población objetivo, una porción importante utiliza vehículos de su propiedad para trasladarse a sus trabajos.
- Estas personas al poseer vehículos necesitan de espacios libres, seguros y de fácil acceso para aparcar.
- Además necesitan de servicios de mantenimiento que sean oportunos y que no les demande una gran cantidad de tiempo.
- En la ciudadela Benalcazar, zona norte centro de la ciudad de Quito no existe un empresa que ofrezca los servicios antes mencionados.

CAPÍTULO 4

4. PLAN ESTRATÉGICO

Todo proyecto después de saber que tiene acogida en el mercado debe realizar una planificación adecuada que le permita aplicar todas sus ideas innovadoras en el mismo. El nombre del negocio será SAVE & READY, el cual hace referencia a los aspectos de seguridad y comodidad en el momento de necesitar un parqueadero. A continuación vamos analizar como conseguir estas metas.

4.1. VISIÓN

Nuestra visión: "Ser una empresa seria y respetable, impulsada por sus empleados y clientes, para llegar a ser ejemplo y líder del mercado, no solo para su beneficio, sino por su compromiso con el desarrollo del Ecuador"

4.2. MISIÓN

Somos una empresa Ecuatoriana que esta orientada hacia la prestación de servicios de alquiler de parqueaderos.

Nuestra misión, "brindar comodidad a nuestros clientes mientras satisfacemos sus necesidades, buscando obtener su confianza

suministrándoles un servicio de forma organizada, controlando la calidad y logística de los mismos, demostrando en cada acción los valores éticos de la empresa”.

4.3. VALORES Y PRINCIPIOS

La empresa estará comprometida con, la ética empresarial y el respeto a las normas del buen proceder humano.

- Honestidad, punto de partida de todas nuestras políticas internas y hacia el cliente; fomentándola y practicándola con ejemplo.
- Respeto, hacia nuestros empleados, clientes y en especial hacia los bienes de estos últimos.
- Respeto a las leyes y reglamentaciones ecuatorianas, cumpliendo con todas las obligaciones y responsabilidades que como empresa se adquiere.
- Auto superación y desarrollo, se promoverá siempre en nuestro personal para buscar un beneficio mutuo.
- Estabilidad y tranquilidad para nuestro personal tanto en lo económico como en lo laboral.

- Comodidad para los clientes, facilitando la satisfacción de sus necesidades día a día.
- Satisfacción total del cliente con nuestros servicios.

4.4. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Porter en su estudio económico expuso las falencias y oportunidades de cualquier negocio o empresa cuando va a empezar sus actividades, este estudio se ha realizado con el fin de conocer el atractivo de la industria a la cual pertenecemos, la misma que es el arrendamiento de espacios para parquear; cuales son los aspectos que pueden influenciarnos en forma positiva o negativa y como podemos afrontarlos y actuar oportunamente; es decir, que estrategias se pueden implementar. A continuación vamos a dar una síntesis de la misma.

4.4.1. BARRERAS DE ENTRADA

▪ Inversión	+
▪ Marcos y leyes	-
▪ Acceso a insumos necesarios	-
▪ Personal Capacitado	-
▪ Conocimiento del negocio	+/-
▪ Dificultad en darse a conocer	+/-

Uno de los principales interrogantes de Porter son las complicaciones para ingresar en el mercado, para el caso de nuestra empresa es el alquiler de espacios para parqueo de vehículos, tenemos los siguientes:

- **Marcos y leyes**

En este punto se pretende dejar en claro que en el país existe este momento libertad de comercialización de cualquier producto ya sea de fabricación nacional o importada, al igual que cualquier tipo de servicio. Ecuador es un país que esta abriendo sus fronteras al mundo a través de los diferentes acuerdos por lo que hoy por hoy no existen leyes que prohíban la creación de ésta clase de negocios (alquiler de espacios de parqueo de vehículos), por lo cual éste aspecto no es considerado como una barrera de entrada, solo si cambian las políticas del Municipio de Quito puede verse afectada la empresa.

- **Costo de Oportunidad del uso del suelo**

Los requerimiento de capital de la industria dependen principalmente del tamaño del negocio; si hablamos de construir

un edificio de parqueaderos, los requerimientos de capital son muy elevados, para nuestra empresa vamos a contar con un capital considerable para poder realizar el edificio, lo que dificultará la entrada de competidores de ésta categoría en la industria; pero si hablamos de un negocio pequeño, los requerimientos de capital son bajos, lo que facilita que competidores de ésta clase ingresen fácilmente a la industria.

- **Reacciones competitivas**

Muchas empresas que han tratado de ingresar al país, han tenido varios obstáculos debido a las reacciones de la competencia y muchas que lo lograron, quebraron al poco tiempo; pues la competencia con mayor posicionamiento en el mercado puede fácilmente entrar en una guerra de precios o promociones con el fin de evitar perder clientes. En nuestro caso al ser un servicio puntual y fijo y sobre todo al no existir terrenos disponibles en la zona no se corre el riesgo de una competencia.

4.4.2 EL PODER DEL COMPRADOR

Al igual que en el acápite anterior Porter analiza cuidadosamente que poder de negociación tiene el cliente y el grado de influencia ciertos factores los mismos que vamos analizar a continuación:

▪ Sensibilidad a los precios	-
▪ Satisfacción del cliente	+/-
▪ Diferenciación de servicios y productos	+
▪ Concentración de compradores	+
▪ Productos sustitutos	-
▪ Accesibilidad a información	- / +

- **Sensibilidad a los precios**

El negocio está dirigido a personas que tienen poder adquisitivo, por la cual gran cantidad de clientes no son sensibles a los precios, sino que buscan seguridad y tranquilidad para dejar su vehículo; sin embargo, existen varias personas que si lo son y se fijan mucho en éste aspecto tratando de economizar, por lo que estas personas no están contempladas en nuestro target.

- **Identidad de marca**

Los consumidores fieles a una marca pierden totalmente el poder de negociación, para nuestro negocio no existe una gran importancia en la identidad de marca sino la cercanía al sitio donde van y la seguridad que se pueda brindar a su vehículo, por lo que esto tampoco representa una barrera para iniciar el negocio.

- **Concentración de competidores**

Cuando hablamos de concentración de competidores, nos referimos a que son pocos; o casi ninguno, pero como existe una demanda creciente y una carencia de competidores por lo que no existen terrenos disponibles en la zona y de existir el construir otro edificio de parqueo llevaría una gran inversión, sin embargo no nos quitaría clientes, pues como mencionamos anteriormente existe demasiada demanda y muy poca oferta.

- **Habilidad para integrarse**

Los clientes tienen un poder de negociación bajo respecto a la integración regresiva ya que por ser un proyecto con un capital de inversión alta se les dificulta su implementación, además no es un producto de consumo masivo o frecuente por lo que se pierde el interés por la integración de los clientes.

- **Información del comprador**

En la actualidad, los clientes no saben donde pueden parquear sus autos cuando van a la ciudadela Benalcázar, por lo que con unos volantes podremos poner en conocimiento de los clientes del nuevo sitio de parqueo.

4.4.3. EL PODER DEL PROVEEDOR

- Concentración de proveedores -
- Diferenciación de insumos -
- Presencia de productos sustitutos -
- El esfuerzo económico de cambiar de proveedor -
- Disponibilidad de personal especializado +

Este análisis está enfocado principalmente a los servicios de mantenimiento, pero de acuerdo al estudio de mercado pudimos apreciar que es mejor negocio el arrendar o tercerizar este servicio y en cuanto al parqueadero no nos afecta esta parte del análisis para nuestro proyecto.

4.4.4. LA AMENAZA DE SUSTITUTOS

- Es fácil encontrar productos sustitutos -
- Hay muchos competidores ofreciendo sus productos -
- Propensión del cliente a sustituir -

Como mencionamos anteriormente al ser una empresa de servicios pueden existir sustitutos pero al ser de servicios de arrendamiento de parqueos, la cosa cambia pues esto es para un sitio determinado lo que provoca que no pueda existir sustituto, pues las personas parquearán los vehículos en la calle, casa u otro sitio pero tienen que parquear.

4.4.5. EL GRADO DE RIVALIDAD.

Este es el otro factor que analiza Porter en su libro, es un punto importante pues permite conocer o anticiparse en gran medida a las reacciones de la competencia bajo ciertos parámetros los mismos que no influyen en el tipo de negocio por las mismas causas expuestas anteriormente que son el tipo de servicio y la ubicación del mismo. Por lo que no existe rivalidad del sector.

4.5. ATRACIVO DE LA INDUSTRIA DE ALQUILER DE PARQUEADEROS

Gracias al análisis realizado por medio de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter, hemos podido determinar lo siguiente:

Oportunidades:

- Barreras de entrada bajas
- Facilidad de conseguir personal capacitado

- La oportunidad del uso de suelo
- Dificultad de encontrar productos sustitutivos
- Una buena diferenciación de servicios
- Un negocio creciente

Existen pocas barreras de entrada, sin embargo, los compradores tienen poder pero no son sensibles a los precios, para ellos la seguridad es muy importante. Existen muchos factores que determinan que el grado de rivalidad de la industria es alto, aun cuando se ha presentado un crecimiento significativo de la misma en los últimos años. La rivalidad se da principalmente a través de los competidores de mayor tamaño, que para nuestra empresa no existe por la localización, falta de terrenos e inversión, como lo enumeramos anteriormente.

En conclusión podemos decir que el negocio es muy prometedor.

4.6. FACTORES CLAVES DE ÉXITO EN EL ARRENDAMIENTO DE PARQUEOS.

Los factores claves de éxito, en ésta industria, son los siguientes:

4.6.1. Calidad del servicio al cliente

Por ser una industria que se dedica exclusivamente al alquiler, el servicio hace la diferencia entre los competidores y los clientes.

Para conseguir este objetivo se tendrá un grupo de colaboradores que atenderá de manera personalizada a los clientes.

4.6.2. Infraestructura del local

Tiene que ser adecuada tanto para los vehículos que se parquearán como para las personas que atienden. Para ello hemos considerado un local amplio que de facilidad de circulación, área de oficinas y de cobro que nos permita prestar el servicio de la mejor manera posible.

4.6.3. Imagen de marca del producto

Cultivar una imagen de marca se logra gracias a los clientes satisfechos, lo que nos hace hincapié en atender de la mejor manera a este, para poder llevar a un posicionamiento a la empresa en el mercado, por calidad servicio y precio.

4.6.4. Recursos humanos para la operación

Debido a la constante interacción que tiene el personal de la empresa con los clientes se hace necesario la capacitación constante a nuestro recurso humano, capacitación en atención al cliente y relaciones humanas principalmente.

4.6.5. Sistemas de información.

Es fundamental contar con excelentes sistemas de información que den a conocer la hostería y todos sus servicios, además que permitan una comunicación eficiente tanto interna como externamente.

4.6.6. Innovación.

El buscar la mejora y perfeccionamiento continuos implica innovar día, por lo cual la innovación representa un factor crítico de éxito.

4.6.7. Alianzas estratégicas.

El consolidar alianzas estratégicas es muy importante para obtener éxito ya que no siempre se puede contar con todos los recursos necesarios, por lo cual es importante contar con buenos aliados.

4.6.8. Capacidad gerencial.

En todo negocio es fundamental que la cabeza tenga las capacidades, aptitudes, actitudes y habilidades suficientes para dirigir el negocio.

4.7. FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Los factores críticos de riesgo son una gran amenaza para el negocio de parqueaderos puesto que son cosas que no se las pueden controlar, los principales son:

4.7.1. Riesgos naturales

Los desastres naturales, cambios climáticos, fenómenos naturales y demás efectos de la naturaleza son factores que no se pueden controlar y que se pueden presentar de un momento a otro provocando problemas e inconvenientes para el negocio.

4.7.2. Riesgos políticos.

En el Ecuador la inestabilidad política es una de los problemas que más aqueja al país puesto que sus gobernantes cambian de un momento a otro, existen gran número de partidos políticos con diferentes tendencias, y los escándalos son cosas del día a día. Todos estos factores afectan a cualquier negocio en el país ya que incrementan la desconfianza de ecuatorianos y extranjeros, aumentan el índice del riesgo país y destruyen la imagen del Ecuador.

4.7.3. Riesgos económicos.

La tendencia al alza de la inflación, las altas tasas de interés, el monopolio bancario, la inequidad en la repartición de la riqueza, la deuda externa y demás factores económicos del país afectan a las empresas e industrias del país.

4.8. ANÁLISIS FODA

En el momento de concebir una idea de negocio y querer llevarla a la práctica surgen muchas interrogantes, las mismas que se van despejando conforme se realiza el estudio de mercado y se observa a la competencia dando como resultado el apreciar que en el momento de ingresar al mercado se pueden tener fortalezas con relación a la competencia al igual que debilidades, limitantes y oportunidades.

4.8.1. Fortalezas

- ✓ Ser una empresa con una infraestructura muy competitiva.
- ✓ Personal de servicio altamente capacitado y poli funcional.
- ✓ Instalaciones adecuadas para una circulación de alto tráfico dentro del parqueo.

4.8.2. Debilidades

- ✓ Ser una empresa nueva sin experiencia, lo que dificulta el ingreso en primera instancia al mercado y no estar preparado para problemas propios del negocio que se lo adquirirá en el tiempo.
- ✓ El tiempo entre el inicio de la construcción del edificio y el funcionamiento del mismo.

4.8.3. Oportunidades

- ✓ En el sector no existe una empresa que ofrezca servicio de alquiler de parqueos de calidad a un muy buen precio.
- ✓ La presencia de una demanda insatisfecha.
- ✓ El sector de influencia tiene proyecciones favorables
- ✓ La necesidad de parqueadero en el sector crea un conflicto para el tráfico vehicular.

4.8.4. Amenazas

- ✓ Inestabilidad política y económica.
- ✓ Desastres naturales
- ✓ Las variaciones en los precios de materiales de construcción, en especial del hierro, pudiere afectar el costo del edificio.

- ✓ Al ser un mercado atractivo, la presencia de futuros competidores es inminente.

4.9. EL PRODUCTO O SERVICIO A COMERCIALIZAR

El producto de nuestra empresa es el arrendamiento de espacios para parquear, ubicada en la ciudad de Quito, en la ciudadela Benalcázar, en la Av. República de El Salvador.

4.9.1. ATRIBUTOS DEL SERVICIO DE RENTA DE PARQUEOS.

El servicio ha sido pensado y desarrollado con el objetivo de brindar a nuestros clientes un servicio diferente, pensando en sus necesidades y de acuerdo a nuestra promesa incondicional de venta.

4.10. PRECIO DEL SERVICIO

Para determinar el precio de alquiler de la hora o mes, debemos determinar y hacer una análisis previos de los precios del mercado ya que el precio es un factor un sensible.

4.10.1 ANÁLISIS DE PRECIOS

Al analizar los precios de nuestros principales competidores en la ciudad de Quito y por tratarse de locales grandes con variedad de productos, hemos tomado en cuenta únicamente las alfombras aunque es muy difícil analizar toda la variedad que las diferentes tiendas ofrecen.

4.10.2. POLÍTICAS DE PRECIO

Por tratarse de un único producto el precio se basará en el promedio del mercado y al resultado de las encuestas, pues con una política de precios adecuada y en el manejo eficiente de nuestros costos, con el fin de generar economías de escala, las mismas que nos permita obtener una rentabilidad aceptable.

4.10.3. FORMAS DE PAGO

La empresa ofrece a sus clientes diferentes formas de pago dependiendo de sus necesidades y posibilidades.

- Tarjeta de crédito, se considerarán para los pagos por arrendamiento mensual.
- Efectivo para los pagos por horas o mensuales.

4.10.4 POLÍTICAS DE DESCUENTO

- Para las personas que cancelen en efectivo el arrendamiento mensual se les dará un descuento especial del 8% equivalente a la comisión que cobran las tarjetas de crédito.

CAPITULO 5

PLAN DE MARKETING

5.1. OBJETIVOS

- Dar a conocer la existencia de la empresa y los servicios que esta presta, en los dos últimos meses de la construcción del edificio y el primer mes después de terminado el edificio.
- Iniciar las actividades con ventas mayores al 50% de la capacidad del edificio.
- Mantener las ventas constantes después de alcanzar la total utilización del edificio.

5.2. SEGMENTACION DEL MERCADO

En la actualidad la falta de tiempo, la fatiga y el estrés es un común denominador de los personas, en especial de aquellas que trabajan en jornadas completas de oficinas, esto se hace mas evidente a la hora de realizar actividades que no son primordiales. A partir de esta premisa se crean oportunidades de negocio, que llevan a la formación de empresas, que hacen de la prestación de comodidad, su negocio.

Para efecto de la segmentación se empleará la investigación de mercado realizada y detallada en el capítulo 3, es así que el segmento de SAVE & READY tiene las siguientes características:

Geográficas:

- Ciudad: Quito
- Sector: Centro Norte
- Barrio: Ciudadela Benalcazar

Demográficas:

- Ocupación: personas que trabajen en el punto geográfico escogido y que además se movilicen en sus autos hacia el lugar ya mencionado.

Psicográficas:

- Estilo de vida: las personas de la población objetivo viven de manera agitada y en constante estrés; es por eso que demandan comodidad al adquirir cualquier bien o servicio.

5.3. ESTRATEGIA COMERCIAL ⁶¹

La empresa utilizará la combinación de servicios como diferenciación, para poder posicionarse en la mente de los clientes. Para lo cual se hará énfasis en los siguientes aspectos.

- Precio:

El sector si bien cuenta con uno o dos parqueaderos, estos no satisfacen la demanda, y al contrario hay una sub.-oferta del servicio

⁶¹ Esquema: Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, cuarta edición.

de parqueaderos. Es así que las tarifas serán:

SERVICIO	TARIFA	VALOR
Parqueadero con recepción y entrega en el acceso del edificio.	Mensual	80,00
	Diario	3,00
Valet parking	Mensual	100,00
	diario	5,00

CUADRO 5-1

REALIZADO POR: AUTOR

- Servicio:

Está dirigido a todas las personas que se trasladan en auto propio a sus empleos ubicados en el sector ya mencionado, y que necesiten la comodidad de contar con un espacio disponible y seguro para aparcar sus vehículos.

- Promoción:

Partiendo de los resultados de la investigación de mercado se evidencia la falta de lugares para aparcar y los defectos que tiene los parqueaderos actuales; también se conoció que servicios adicionales se prefieren en un parqueadero. A partir de esto se manejara un servicio que diferencia a la empresa de las demás que ofrecen un servicio parecido, empezando por ofrecer servicios de recepción y entrega en el acceso del edificio y valet parking, esto será un factor importante a la hora de dar a conocer la existencia de la empresa en la población objetivo.

5.4. MARKETING MIX

La mezcla de las herramientas de mercadotecnia es lo que utilizará la empresa para estar en la preferencia de demanda de la población. Las variables que influyen en este aspecto son:

5.4.1. SERVICIO

Los clientes estarán en libertad de escoger los siguientes servicios:

- Parqueadero con Valet Parking
- Parqueadero normal
- Servicio de mantenimiento automotriz (tercerizado)

5.4.2. PRECIO

En base a la investigación de mercados se ha determinado que las personas pagan actualmente sus parqueaderos en tarifas mensuales o diarias, entre 80,00 – 100,00 y 2,00 – 3,00 respectivamente. Con este preámbulo se establecen los siguientes precios.

PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE PARQUEADERO

DESCRIPCION		PRECIO
RECEPCION Y ENTREGA EN EL ACCESO DEL PARQUEADERO	MENSUAL	\$ 80.00
	DIARIO	\$ 3.00
VALET PARKING	MENSUAL	\$ 100.00
	DIARIO	\$ 5.00
	HORA	\$ 0.80

CUADRO 5-2

REALIZADO POR: AUTOR

En el caso del servicio de parqueadero por día o mensual, los pagos serán por adelantado, mientras que en los servicios por hora serán cancelados el momento de entrega del vehículo el mismo día que se preste el servicio.

5.4.3. PROMOCION

La empresa utilizará como medio de publicidad al cliente satisfecho, pero antes se promocionara con volantes y e-mail, donde se entregará información clara y precisa sobre los servicios entregados por la empresa.

Audiencia meta:

Son los usuarios en potencia, es decir las personas que se trasladen en auto a sus lugares de trabajo, ubicados en la Ciudadela Benalcázar.

Respuesta esperada:

Se espera tener aceptación, preferencia y utilización de los servicios por parte del cliente, para lo cual se contará con las siguientes fases:

- Difundir entre los clientes los servicios que ofrece la empresa.
- Aceptación por parte de los clientes.
- Énfasis en la seguridad que ofrece la empresa
- Convencer al cliente de lo conveniente del servicio adicional.

Mensaje: Este buscara informar y atraer la atención del cliente.

“SAVE & READY, la manera mas cómoda, rápida y segura de parquear su vehículo”

5.5. PROYECCION DE VENTAS

Para poder desarrollar una proyección de ventas adecuada nos basaremos en el análisis hecho en el punto 3.8. Mercado Total, información obtenida del estudio de mercado.

SERVICIO HORA FRACCION =	10	HORAS/DIA
	22	DIAS/MES
	12	MESES/AÑO
SERVICIO MENSUALIZADO	12	MESES/AÑO
PROMEDIO OCUPACION	2	HORAS/DIA
PROMEDIO ATENCION AUTOS	700	AUTOS

CUADRO 5-3

REALIZADO POR: AUTOR

- El parqueadero tendrá una capacidad para 220 vehículos; de los cuales 20 se destinarán al servicio de mantenimiento, servicio que será tercerizado.
- El 54% de la población que se traslada en vehículo propio, es considerada como demanda insatisfecha.⁶²

POBLACION APROXIMADA	# DE AUTOS (DE LA POBLACION INSATISFECHA)
7.347	3.968

CUADRO 5-4

REALIZADO POR: AUTOR

- De la investigación de mercado:
 - Aceptación del servicio de valet parking en las zonas 2, 3, 7 y 8 fue de 41.3, 61.29, 50, 42.86% respectivamente.

⁶² Dato: durante la investigación de mercado se contabilizó el número de rechazos en las preguntas de filtro hasta completar el número de cada zona; la variación se tomó del promedio de los rechazos.

- Un 63,64% aproximado que paga tarifa diaria y un 36,36% aproximado de tarifa mensual.
- Para la tarifa diaria se tomará como 22 días al mes, 12 meses al año.
- Las ventas estarán compuestas por un 36,36% del servicio mensual y un 63,64% del servicio de hora o fracción del parqueadero.
- Se estimo un promedio de 2 horas por cliente día en lo referente al servicio de hora/fracción, de acuerdo a los datos de las encuestas.
- Los precios no tendrán variación.

5.5.1. PROYECCION PESIMISTA DEL SERVICIO DE PARQUEADERO

En esta proyección se espera iniciar con la **utilización del 70%** de la capacidad del parqueadero en el primer año y un crecimiento de nuestro mercado del 5% anual. Esta proyección se lo determinará en el análisis financiero partiendo de los supuestos ya descritos.

5.5.2. PROYECCION OPTIMISTA DEL SERVICIO DE PARQUEADERO

Se espera iniciar con la **utilización del 90%** del parqueadero en el primer año y un crecimiento de nuestro mercado del 10% anual. Esta proyección se lo determinará en el análisis financiero partiendo de los supuestos ya descritos.

5.5.3. PROYECCION INTERMEDIA DEL SERVICIO DE PARQUEADERO

Se iniciará con la **utilización del 80%** del parqueadero en el primer año y un crecimiento de nuestro mercado del 8% anual. Esta proyección se lo determinará en el análisis financiero partiendo de los supuestos ya descritos.

CAPITULO 6

EVALUACIÓN LEGAL

6.1. LEYES Y ORDENANZAS

Nuestra empresa se constituirá como una sociedad anónima respaldada por un marco legal en conformidad con las leyes ecuatorianas. Las actividades que desempeñara la empresa es principalmente la de arrendar espacios de parqueo.

6.2. ETAPAS PARA LA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA

- Hay que realizar una carta a la Superintendencia de Compañías solicitándoles la reserva y aprobación del nombre de la empresa; esta debe estar firmada por un abogado.
- Después de tener aprobado el nombre se procede a la elaboración de la minuta de los estatutos los cuales se llevan a escritura pública ante un notario.

En los estatutos de la compañía realizados por el abogado se deben especificar los siguientes puntos:

- Nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad y ciudad de residencia de los accionistas.
- Denominación: Es el nombre de la compañía; previamente aprobado por la Superintendencia de Compañías.

- Domicilio: Hay que especificar cual será la ciudad del domicilio principal de la compañía; y en caso de existir sucursales habrá que nombrar su domicilio.
- Objeto: Aquí debemos detallar las funciones que llevará acabo la compañía; Ej. Comercializar, Importar, Exportar. Producir, ofrecer servicios, etc.
- Plazo: A casi todas las empresas se les da un plazo de duración de cincuenta años a partir de la fecha de inscripción de las escrituras; la compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo o acordar una prórroga del mismo.
- Capital: Para conformar una sociedad anónima se requiere de un capital mínimo de ochocientos dólares; este valor deberá ser especificado.
- Se detallan los derechos, obligaciones y responsabilidades que tienen los accionistas en la empresa.
- También se detallan las normas sobre las juntas que realizarán los accionistas; se define quien será el representante legal de la compañía y las normas para la fiscalización, ejercicio fiscal, reservas y utilidades de la misma.
- Liquidación: Esta deberá ser realizada en conformidad con la ley y sus reglamentos correspondientes.
- Integración del Capital, Suscripción y pago de las acciones: Aquí se especifica el capital de la compañía y como esta conformado.

- Disposiciones transitorias: se nombra al gerente general y al presidente de la compañía quienes tendrán una duración en el cargo de dos años.
- Después de notariados los estatutos se realiza una carta dirigida a la Superintendencia de Compañías firmada por el abogado donde se solicita la aprobación de la compañía; junto a esta se adjuntan tres copias notariadas de los estatutos. Esta se demora ocho días en emitir la resolución de aprobación de la compañía y lo hace junto con un Extracto.
- Se abre una Cuenta de integración de Capital en cualquier banco con el oficio emitido por la Superintendencia de Compañías, la copia de la cédula y la papeleta de votación; donde se depositan los ochocientos dólares necesarios para la conformación de la empresa, dinero que podrá ser retirado un mes después de la apertura de la cuenta.
- El extracto que emite la Superintendencia de Compañías hay que publicarlo por una sola vez en un diario de mayor circulación con el fin de que nadie se oponga a la aprobación de la compañía.
- Con la resolución de aprobación de la compañía emitida por la Superintendencia de Compañías se procede a inscribir la empresa en el Registro Mercantil quedando así legalmente como empresa jurídica.
- Patente Municipal: se debe llenar un formulario que es entregado en las oficinas del municipio junto a las escrituras de constitución de la empresa; proceden a evaluar el capital inicial de la compañía para poder asignar el valor a pagar por la especie.
- En el municipio se cancela el impuesto del 1x 1000.

- Los accionistas deben hacer la primera junta con el fin de nombrar al Gerente y presidente de la empresa e inscribirlos en el Registro Mercantil.

Los Nombramientos deben cumplir los siguientes requisitos:

- Fecha de otorgamiento del nombramiento.
- Órgano Nominador del nombramiento y fecha de designación (de la Junta General).
- Nombre completo de la compañía y siglas.
- Designación de quien ejerce la representación legal de la compañía, (individual o conjunta).
- El período de duración del cargo.
- Fecha de constitución de la compañía, especificar número de la notaria.
- Fecha de inscripción en el registro Mercantil.
- Aceptación y fecha en la que acepta el cargo.
- En el pie de firma: hacer constar nombres y apellidos completos y número de cédula.
- Una vez llenados los requisitos solicitar ordenes para Pago del Municipio y Junta de Defensa Nacional.

Los requisitos para inscribir los nombramientos son:

- Mínimo tres ejemplares con firmas originales del texto del nombramiento.
- Copia del Acta de la Junta General de Accionistas.

- Copia de la cédula de identidad.
 - Si es extranjero; copia del pasaporte vigente.
 - Copia de la papeleta de votación (Ley de Elecciones).
 - Valor por el número de hojas de US\$ 1,00.
 - Con esto solicitar pagos que debe realizar en el Municipio de Quito y la Junta de Defensa (cualquiera de las agencias del municipio, la Junta de Defensa ubicado en la Av. 6 de Diciembre y Montalvo junto a la Contraloría).
- El Registro Mercantil emite un recibo para cancelar en el Municipio el aviso de registro de los nombramientos y un pago en la Junta de Defensa Nacional; con los recibos de estos pagos se acude al Registro Mercantil para el registro de los mismos.
 - Afiliación a la Cámara de Comercio.

Requisitos:

- Escrituras de constitución de la compañía.
 - Copia de la cédula de identidad del representante legal.
 - Copia de la papeleta de votación del representante legal.
 - Nombramiento del representante legal.
- El último paso que se debe seguir para la conformación total de la compañía es obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas.

Requisitos para la obtención del RUC.

- Solicitar y llenar los formularios 01A y 01B.
- Copia de los estatutos de constitución de la empresa con la certificación de inscripción correspondientes.
- Nombramiento del representante legal, previamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Si es extranjero copia y original de la cédula de identidad, pasaporte y censo.
- Copia de un recibo de luz, agua o teléfono en el cual se pueda certificar la dirección en la que se desarrolla la actividad económica.

6.3. LABORAL Y TRIBUTARIO

El personal de la empresa trabajará bajo la modalidad de contrato a plazo fijo, por lo que estará sujeta a las disposiciones y reglamentos del código de trabajo ecuatoriano vigente en la fecha.

CAPITULO SIETE

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO

7.1. INTRODUCCION

La finalidad de este estudio es determinar la localización del proyecto, el tamaño del local, el mismo que estará acorde al número de clientes que se van a atender; la estructura organizacional, es muy importante tener un personal capacitado ya que ellos forman parte de la imagen de la empresa; los costos, los cuales nos permitirán determinar la inversión inicial del proyecto.

7.2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El negocio consiste en una empresa, cuyo principal objetivo será el alquilar espacios de parqueo por horas, días o en forma mensual.

7.3. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

En este punto vamos a definir donde ubicar el negocio para lo cual vamos analizar los siguientes puntos.

7.3.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

Factores como la definición y segmentación del mercado, el estudio de los competidores más importantes, las conclusiones obtenidas por medio de las encuestas acerca de las percepciones, gustos y preferencias de los consumidores, la fracción de la demanda insatisfecha en relación al mercado total y la descripción del negocio en sí; son los factores que se han tomado en cuenta para determinar el tamaño del proyecto.

Otro aspecto importante que influye en el tamaño del proyecto es la facilidad de acceso junto con el espacio necesario para la circulación de los clientes.

DEFINICIÓN DE TAMAÑO

Debido a que el negocio va a contar con instalaciones propias y de acuerdo a los factores antes mencionados, podemos concluir que para atender de mejor manera a nuestra demanda real, con todas las características que este servicio ofrece, se requerirá de un terreno de 1.232 m² para poder construir un edificio de parqueos con capacidad de doscientos veinte autos.

7.3.2. DEFINICIÓN DE LA LOCALIZACIÓN

Sabemos que de la localización de un proyecto, depende mucho el éxito o el fracaso del mismo. De las conclusiones obtenidas en el estudio de mercado,

claramente pudimos identificar que construir el parqueadero en la ciudadela Benalcázar de la ciudad de Quito, concretamente en la Av. República de El Salvador, atenderá una demanda insatisfecha altísima y que la gente lo ve con muy buenos ojos.

7.3.3. MICRO LOCALIZACIÓN

- **Análisis de los Factores de micro localización**

Para que el proyecto tenga éxito es muy importante analizar tanto los factores de micro localización, como los de macro localización, los mismos que nos facilitan la determinación del sitio ideal y así obtener una mayor factibilidad.

Para determinar la ubicación del negocio se han analizado algunos factores claves, detallados a continuación:

- **Disponibilidad y Costo de Mano de Obra**

Quito cuenta con una población de más de dos millones de habitantes, lo cual nos proporciona una gran cantidad de personal calificado en el área administrativa y de servicios, lo que nos permite ofrecer un servicio de calidad.

- **Cercanía de las fuentes de Abastecimiento y del Mercado**

Por ser una de arrendamiento de parqueos debemos estar ubicados estratégicamente cerca de nuestro mercado objetivo, ya que nuestro negocio depende principalmente de la facilidad que tengan nuestros clientes de llegar al parqueadero y la cercanía de este a sus sitios de trabajo o compras.

- **Costo y Disponibilidad de Terrenos**

Actualmente, el sector donde se ubicará el negocio, tiene poca disponibilidad de terrenos, debido a que es una zona que en los últimos años se ha desarrollado rápidamente, tanto la parte comercial como la residencial; ésta última albergando en gran porcentaje a personas de clase media alta y alta, los cuales se convierten en potenciales clientes.

- **Disponibilidad de Servicios Básicos**

El sector escogido para la ubicación del negocio están dentro del área urbana por lo que cuenta con agua potable, un buen alcantarillado, luz eléctrica, alumbrado público y redes telefónicas las mismas que son de importancia para el funcionamiento del negocio.

- **Ubicación Exacta**

El parqueadero estará ubicado en el norte de la ciudad de Quito, en la ciudadela Benalcázar en la Av. República de El Salvador e Irlanda.

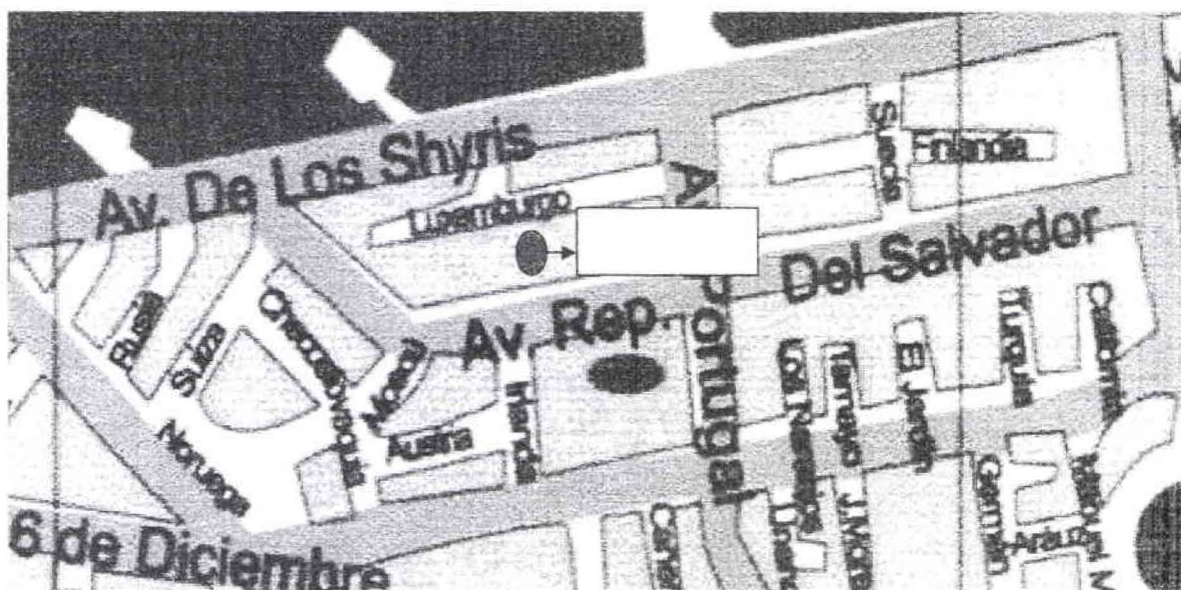


GRAFICO 7-1

MODIFICADO POR: AUTOR

7.3.4. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL NEGOCIO

El tamaño de nuestro proyecto ha sido calculado en base a la demanda insatisfecha, esta asciende a un 100% para la zona, pues no existe un sitio destinado a este servicio en toda la zona, de los cuales están interesados en el negocio un 92%. De la demanda insatisfecha, 2939 clientes, el proyecto pretende capturar el 15%, la demanda real asciende a 440 personas que se estima serán atendidas diariamente.

El tamaño optimo que requerimos es de 1232 m², sobre los cuales estarán construidos 6.000 m², distribuidos en cinco plantas, fundamental para el éxito del negocio, debido a la gran cantidad de clientes que esperamos atender.

7.4. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

DIAGRAMA 7-1

ELABORADO POR: AUTOR



Para que una empresa logre un manejo exitoso es necesario que tenga una estructura organizacional bien definida con las labores de los funcionarios bien establecidas, es por eso que detallaremos las funciones de cada uno de los trabajadores.

7.4.1. Junta de accionistas

Son la cabeza de la compañía y esta conformado por todos los accionistas quienes son los que toman las decisiones dentro de la empresa.

7.4.2. Gerente General o Administrador.

Es el representante legal de la compañía y encargado de la administración de la misma; es él responsable de todas las tareas que le designe la junta de accionistas.

COSTOS US\$ GERENTE GENERAL	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	850,00	10.200,00
Décimo Tercero	70,83	850,00
Décimo Cuarto	12,50	150,00
Vacaciones	35,42	425,00
IESS Patronal	103,28	1.239,30
Fondos de reserva	-	-
TOTAL	1.072,03	12.864,30

TABLA 7-1

ELABORADO POR: AUTOR

7.4.3. Contador

Se encarga de llevar la contabilidad de la empresa; de su trabajo eficiente y puntual dependen las decisiones que se respecto a inversiones, etc.

COSTOS US\$ CONTADOR	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	250,00	3.000,00
Décimo Tercero	20,83	250,00
Décimo Cuarto	12,50	150,00
Vacaciones	10,42	125,00
IESS Patronal	30,38	364,50
Fondos de reserva	-	-
TOTAL	324,13	3.889,50

TABLA 7-2

ELABORADO POR: AUTOR

7.4.4. Cajera - Secretaria

Es la persona encargada de cobrar el alquiler a los clientes. Se encarga de controlar las tareas del personal administrativo. Es el soporte para las diferentes áreas.

COSTOS US\$ CAJERA - SECRETARIA	MENSUAL	ANUAL
Sueldo Mensual	250,00	3.000,00
Décimo Tercero	20,83	250,00
Décimo Cuarto	12,50	150,00
Vacaciones	10,42	125,00
IESS Patronal	30,38	364,50
Fondos de reserva	-	-
TOTAL	324,13	3.889,50

TABLA 7-3

ELABORADO POR: AUTOR

7.4.5. Servicios personales

- **Personal de limpieza**

De su trabajo depende la imagen de la empresa ya que son los encargados del aseo de la tienda.

- **Valet Parking**

Estarán ubicados en la entrada y darán el servicio de parqueo personal y de desear el cliente lo dejarán en su oficina y entregarán también ahí.

- **Guardias**

Los guardias estarán ubicados uno a la entrada y el otro en el interior del parqueadero con el objetivo de brindar seguridad tanto al negocio como a los clientes.

COSTOS US\$ SERVICIOS PERSONALES	MENSUAL	ANUAL
Valet Parking	250,00	3.000,00
Guardia	250,00	3.000,00
Conserje	200,00	2.400,00
	700,00	8.400,00

TABLA 7-4

ELABORADO POR: AUTOR

7.4.6. BALANCE DE PERSONAL

El personal que requiere la empresa debe ser profesional y capacitado con el fin que pueda brindar todos sus conocimientos y se convierta en parte fundamental de la misma

RESUMEN DE PERSONAL			
PUESTO	Nº	COSTO US\$	COSTO US\$
	PUESTO	MENSUAL	ANUAL
Gerente General	1	1.072,03	12.864,30
Contador	1	324,13	3.889,50
Cajera – Secretaria	1	324,13	3.889,50
Valet Parking	2	500,00	6.000,00
Guardia	2	500,00	6.000,00
Conserje	1	200,00	2.400,00
TOTAL		2.920,28	35.043,30

TABLA 7-5

ELABORADO POR: AUTOR

7.5. INVERSIÓN

A continuación se detalla todas las inversiones que se necesita para poner en marcha el negocio tanto en obras físicas como muebles y enseres, equipos de computación, vehículos, equipos de oficina.

7.5.1. INVERSIONES EN OBRAS FISICAS

BALANCE DE OBRAS FISICAS				
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO US\$	COSTO TOTAL US\$
Terreno	m2	1.232,00	350,00	431.200,00
Costos Directos				
Área Total de Construcción en obra gris	m2	6.035,00	98,00	591.430,00
Área de Oficina	m2	25,00	100,00	2.500,00
Área de Recepción	m2	50,00	50,00	2.500,00
TOTAL COSTOS DIRECTOS				596.430,00
Costos Indirectos				
Arquitectura	2,5%			14.910,75
Permisos para Construcción	7,0%			41.750,10
Estudios Especiales	3,0%			17.892,90
Construcción	8,0%			47.714,40
Legal	1,0%			5.964,30
Impuestos Tasas	2,5%			14.910,75
TOTAL COSTOS INDIRECTOS				143.143,20
COSTO TOTAL OBRAS FISICAS				1.170.773,20

TABLA 7-6

ELABORADO POR: AUTOR

7.5.2. INVERSIONES EN MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO US\$	PRECIO FINAL US\$
ESCRITORIO ADMINISTRACION	u	1	100,00	100,00
ESCRITORIO GARITA DE ACCESO	u	1	60,00	60,00
SILLA GIRATORIA GARITA ACCESO	u	1	35,00	35,00
BUTACA DE 3 ASIENTOS	u	1	45,00	45,00
SILLA GIRATORIA ADMINISTRACION	u	1	35,00	35,00
			TOTAL	275,00

TABLA 7-7

ELABORADO POR: AUTOR

7.5.3. INVERSIONES EN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

EQUIPOS DE COMPUTACION				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO US\$	PRECIO FINAL US\$
COMPUTADOR ADMINISTRACION	u	1	495,00	495,00
IMPRESORA EPSON 4500	u	1	215,00	215,00
			TOTAL	710,00

TABLA 7-8

ELABORADO POR: AUTOR

7.5.4. COSTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVA

COSTOS SERVICIOS BASICOS		
ITEM	MENSUAL US\$	ANUAL US\$
Agua	20,00	240,00
Luz	80,00	960,00
Teléfono (1 líneas)	50,00	600,00
Seguro a terceros	80,00	960,00
Útiles de aseo y limpieza	20,00	240,00
Suministros o útiles de Oficina	20,00	240,00
Cuotas de afiliación		150,00
TOTAL	270,00	3.390,00

TABLA 7-9

ELABORADO POR: AUTOR

CAPITULO 8

ESTUDIO FINANCIERO

8.1. INTRODUCCIÓN

Con la elaboración del estudio financiero se ha buscado visualizar la realización del proyecto, estableciendo su viabilidad. Como pudimos apreciar en el capítulo organizacional y técnico las distintas inversiones necesarias para emprender nuestro proyecto, elevan de gran manera la suma necesaria para implementarlo. Si bien nuestro proyecto después de haber elaborado nuestra evaluación financiera, nos ha llevado a obtener números positivos, debemos también considerar que la inversión inicial, es bastante significativa.

A través del estudio financiero se han efectuado proyecciones que nos permitirán tener una visión más real de la situación del proyecto en un futuro.

La evaluación que se ha efectuado con este estudio esta proyectada a cinco años, durante los mismos se ha tratado de incluir las distintas variables que nos servirán como herramientas para facilitarnos la toma de decisiones en ámbitos como el crédito necesario para su implementación, la fluctuación de precios entre otras tantas.

Con el estudio financiero se busca de igual manera determinar los distintos flujos de efectivo a realizarse en las diferentes etapas del proyecto, con lo que se especificara el ingreso y egreso de recursos, optimizando los mismos evitando de esta manera un desfase entre lo establecido, sin embargo con este estudio

también se busca tener un fondo de contingencia que nos permitirá afrontar cualquier posible dificultad que atravesemos en un futuro.

8.2. INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

La información a continuación detallada se recopiló de los distintos cuadros del estudio organizacional y técnico

INVERSIONES DEL PROYECTO	
En dólares	
RUBROS	TOTAL INVERSIÓN US\$
INVERSIONES FIJAS	
Terreno	431.200,00
Construcciones	739.573,20
Muebles y Enseres	275,00
Equipos de Computación	710,00
Subtotal	1.171.758,20
ACTIVOS NOMINALES	
Gastos de Constitución	1.300,00
Gastos de Publicidad	1.750,00
Subtotal	3.050,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo	14.420,54
Inventario	-
Subtotal	14.420,54
TOTAL	1.189.228,74

TABLA: 8-1

ELABORADO POR: AUTOR

Después de considerar lo necesario para la implementación de nuestro proyecto, incluido la adquisición del terreno, las construcciones, así como los muebles y

enseres, equipos de computación y el capital de trabajo necesario para mantener las operaciones durante los primeros tres meses, nuestro monto de inversión asciende a **\$1.189.228,74**.

TOTAL DE LA INVERSION	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	1.171.758,20
ACTIVOS DIFERIDOS	3.050,00
CAPITAL DE TRABAJO	14.420,54
TOTAL	1.189.228,74

TABLA: 8-2

ELABORADO POR: AUTOR

El detalle de las inversiones se lo ha efectuado de la siguiente manera: en activos fijos un valor de \$ **1.171.758,20**, para activos diferidos \$ 3.050,00 y el valor para el capital de trabajo es de **\$14.420,54** en el cual se ha incluido gastos administrativos por el periodo de tres meses.



TABLA: 8-3

ELABORADO POR: AUTOR

8.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

FINANCIAMIENTO	
TOTAL FINANCIAMIENTO	589.228,74
TOTAL APOORTE SOCIOS	600.000,00
TOTAL	1.189.228,74

TABLA: 8-4

ELABORADO POR: AUTOR

La implementación de este proyecto involucra un millón de dólares los mismos que representan un 50,5% de aportación por parte de los socios y un 49,5% de

financiamiento a través del Banco del Pacífico con una duración de cinco años cuatro de amortización y uno de gracia.

8.4. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

En la actualidad se cuentan con instituciones financieras tanto nacionales como internacionales que ofrecen una amplia gama de oportunidades. En nuestro caso hemos considerado el acceder a un préstamo hipotecario al Banco del Pacífico a una tasa preferencial del 9%, por un monto total de \$589.228,74.

Este préstamo será hipotecario, es decir el terreno y su construcción servirán de garantía.

El financiamiento a través del Banco del Pacífico tendrá una duración de cinco años cuatro de amortización y uno de gracia.

En la siguiente tabla se especifica la amortización del préstamo, con los intereses a cobrar por año, la cuota fija de pago y el saldo mensual.

TABLA DE AMORTIZACION

MONTO		589.228,74			
PLAZO/ MESES		48			
GRACIA/MESES		12			
INTERES ANUAL		9,00%			
INTERES MENSUAL		0,75%			
CUOTA		14.662,98			
CUOTA		CAPITAL	INTERES	TOTAL	SALDO
0					589.228,74
1	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
2	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
3	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
4	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
5	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
6	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
7	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
8	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
9	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
10	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
11	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
12	589.228,74	0,00	4.419,22	4.419,22	589.228,74
13	589.228,74	10.243,77	4.419,22	14.662,98	578.984,97
14	578.984,97	10.320,59	4.342,39	14.662,98	568.664,37
15	568.664,37	10.398,00	4.264,98	14.662,98	558.266,37
16	558.266,37	10.475,98	4.187,00	14.662,98	547.790,39
17	547.790,39	10.554,55	4.108,43	14.662,98	537.235,84
18	537.235,84	10.633,71	4.029,27	14.662,98	526.602,12
19	526.602,12	10.713,47	3.949,52	14.662,98	515.888,66
20	515.888,66	10.793,82	3.869,16	14.662,98	505.094,84
21	505.094,84	10.874,77	3.788,21	14.662,98	494.220,07
22	494.220,07	10.956,33	3.706,65	14.662,98	483.263,74
23	483.263,74	11.038,50	3.624,48	14.662,98	472.225,23
24	472.225,23	11.121,29	3.541,69	14.662,98	461.103,94
25	461.103,94	11.204,70	3.458,28	14.662,98	449.899,24
26	449.899,24	11.288,74	3.374,24	14.662,98	438.610,50
27	438.610,50	11.373,40	3.289,58	14.662,98	427.237,10
28	427.237,10	11.458,70	3.204,28	14.662,98	415.778,39
29	415.778,39	11.544,64	3.118,34	14.662,98	404.233,75
30	404.233,75	11.631,23	3.031,75	14.662,98	392.602,52
31	392.602,52	11.718,46	2.944,52	14.662,98	380.884,06
32	380.884,06	11.806,35	2.856,63	14.662,98	369.077,71
33	369.077,71	11.894,90	2.768,08	14.662,98	357.182,81
34	357.182,81	11.984,11	2.678,87	14.662,98	345.198,70
35	345.198,70	12.073,99	2.588,99	14.662,98	333.124,70
36	333.124,70	12.164,55	2.498,44	14.662,98	320.960,16
37	320.960,16	12.255,78	2.407,20	14.662,98	308.704,38

38	308.704,38	12.347,70	2.315,28	14.662,98	296.356,68
39	296.356,68	12.440,31	2.222,68	14.662,98	283.916,37
40	283.916,37	12.533,61	2.129,37	14.662,98	271.382,76
41	271.382,76	12.627,61	2.035,37	14.662,98	258.755,15
42	258.755,15	12.722,32	1.940,66	14.662,98	246.032,83
43	246.032,83	12.817,74	1.845,25	14.662,98	233.215,09
44	233.215,09	12.913,87	1.749,11	14.662,98	220.301,23
45	220.301,23	13.010,72	1.652,26	14.662,98	207.290,50
46	207.290,50	13.108,30	1.554,68	14.662,98	194.182,20
47	194.182,20	13.206,62	1.456,37	14.662,98	180.975,58
48	180.975,58	13.305,67	1.357,32	14.662,98	167.669,92
49	167.669,92	13.405,46	1.257,52	14.662,98	154.264,46
50	154.264,46	13.506,00	1.156,98	14.662,98	140.758,46
51	140.758,46	13.607,29	1.055,69	14.662,98	127.151,17
52	127.151,17	13.709,35	953,63	14.662,98	113.441,82
53	113.441,82	13.812,17	850,81	14.662,98	99.629,65
54	99.629,65	13.915,76	747,22	14.662,98	85.713,89
55	85.713,89	14.020,13	642,85	14.662,98	71.693,77
56	71.693,77	14.125,28	537,70	14.662,98	57.568,49
57	57.568,49	14.231,22	431,76	14.662,98	43.337,27
58	43.337,27	14.337,95	325,03	14.662,98	28.999,32
59	28.999,32	14.445,49	217,49	14.662,98	14.553,83
60	14.553,83	14.553,83	109,15	14.662,98	0,00
TOTAL		589.228,73	167.624,99	756.853,72	

TABLA: 8-5

ELABORADO POR: AUTOR

El siguiente cuadro busca resumir los datos de la tabla de amortización.

TABLA DE AMORTIZACION

MONTO		589.228,74			
PLAZO/ MESES		48			
GRACIA/MESES		12			
INTERES ANUAL		9,00%			
INTERES MENSUAL		0,75%			
CUOTA MENSUAL		14.662,98			
CUOTA		CAPITAL	INTERES	TOTAL	SALDO
0					589.228,74
1	589.228,74	0,00	53.030,59	53.030,59	589.228,74
2	589.228,74	128.124,79	47.830,99	175.955,78	461.103,94
3	461.103,94	140.143,78	35.812,00	175.955,78	320.960,16
4	320.960,16	153.290,24	22.665,55	175.955,78	167.669,92
5	167.669,92	167.669,92	8.285,87	175.955,78	0,00
TOTAL		589.228,73	167.624,99	756.853,72	

TABLA: 8-6

ELABORADO POR: AUTOR

8.5. PROYECCION DE VENTAS DEL PROYECTO

Considerando una demanda insatisfecha de más de 3.968 clientes insatisfechos, es decir personas que no tienen donde parquear su vehículo y acaparando un 15% de esta tendríamos un 100% de ocupación sin embargo se consideró solo un 85% de ocupación.

A continuación se detalla año a año la demanda estimada diariamente por cada tipo de servicio.

DATOS EN UNIDADES (AUTOS)	AÑO				
	2007	2008	2009	2010	2011
TOTAL	187	198	209	220	220
SERVICIO TARIFA MENSUAL	68	72	76	80	80
TARIFA HORA/FRACCION	119	126	133	140	140

TABLA: 8-7

ELABORADO POR: AUTOR

El detalle de los cálculos realizados para determinar los ingresos podemos apreciarlo en el anexo No. 3, 4, 5 de la página 137, 138 y 139.

En el cuadro de ingresos operacionales en dólares lo podemos apreciar en el siguiente cuadro.

VENTAS EN DOLARES AMERICANOS	AÑO				
SERVICIO	2007	2008	2009	2010	2011
PARQUEADERO(*) MENSUALIZADO (Incluye los 20 parqueaderos para el Taller de mantenimiento)	65.280,00	69.120,00	72.960,00	76.800,00	76.800,00
PARQUEADERO HORA/FRACCION	251.328,00	266.112,00	280.896,00	295.680,00	295.680,00
VENTAS TOTALES ANUALES	316.608,00	335.232,00	353.856,00	372.480,00	372.480,00

TABLA: 8-8

ELABORADO POR: AUTOR

(*) Se considera el ingreso de arriendo del Taller de Mantenimiento que tendrá asignado el espacio para 20 vehículos dentro de los ingresos por parqueadero mensualizado.

8.6. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

En el Flujo de caja efectuado se puede observar el distinto desenvolvimiento del dinero durante los cinco años. Analizando los ingresos y egresos del efectivo, que son de vital importancia para las operaciones del proyecto, puesto que estos nos servirán para la toma de decisiones, el pago del préstamo entre otras obligaciones. De esta herramienta financiera nos guiaremos para el calculo del VAN y e TIR.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO					
PARQUEADERO MENSUALIZADO	65.280,00	69.120,00	72.960,00	76.800,00	76.800,00
PARQUEADERO HORA/FRACCION	251.328,00	266.112,00	280.896,00	295.680,00	295.680,00
TOTAL INGRESOS DE EFECTIVO	316.608,00	335.232,00	353.856,00	372.480,00	372.480,00
EGRESOS DE EFECTIVO					
<u>Egresos de Insumos</u>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<u>Egresos Adm.y Oper.</u>					
Sueldos	35.043,30	36.795,47	38.635,24	40.567,00	42.595,35
Uniformes	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
Agua	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Luz Eléctrica	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Teléfono - Fax (2 líneas)	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Seguro de la Tienda y mercadería	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Útiles de Aseo y Limpieza	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Útiles de Oficina	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Gastos Bancarios	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Gastos de Marketing Directo		2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Otros Gastos (imprevistos)	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Impuestos	0	39.512,52	43.727,34	49.773,89	56.087,07
Amortización de Crédito	0,00	128.124,79	140.143,78	153.290,24	167.669,92
Intereses de Crédito	53.030,59	47.830,99	35.812,00	22.665,55	8.285,87
15% participación de Trabajadores		27.891,19	30.866,36	35.134,51	39.590,87
Dividendos		118.537,57	131.182,02	149.321,68	50.478,36
TOTAL EGRESOS EFECTIVO	92.813,89	405.669,54	427.692,59	458.445,01	372.784,19
FLUJO NETO DE EFECTIVO	223.794,11	-70.437,54	-73.836,59	-85.965,01	-304,19
SALDO INICIAL DE CAJA	14.420,54	238.214,65	167.777,11	93.940,52	7.975,51
SALDO FINAL DE CAJA	238.214,65	167.777,11	93.940,52	7.975,51	7.671,32

TABLA: 8-9

ELABORADO POR: AUTOR

Como podemos visualizar en los resultados, nuestro flujo de caja es positivo, permitiéndonos tener una liquidez adecuada para el correcto desempeño del proyecto.

8.7. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

En el siguiente estado financiero se detallan las cuentas de ventas y gastos para obtener la Utilidad, viendo de esta manera la rentabilidad del negocio, apreciando también las variables y costos críticos del mismo.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS					
PARQUEADERO MENSUALIZADO	65.280,00	69.120,00	72.960,00	76.800,00	76.800,00
PARQUEADERO HORA/FRACCION	251.328,00	266.112,00	280.896,00	295.680,00	295.680,00
TOTAL VENTAS	316.608,00	335.232,00	353.856,00	372.480,00	372.480,00
COSTO DE VENTAS					
Egresos de Insumos					
TOTAL COSTOS DE VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD BRUTA	316.608,00	335.232,00	353.856,00	372.480,00	372.480,00
COSTOS OPERATIVOS					
Sueldos	35.043,30	36.795,47	38.635,24	40.567,00	42.595,35
Uniformes	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
Agua	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Luz Eléctrica	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Teléfono - Fax	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Mantenimiento Equipo de Oficina	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Útiles de Aseo y Limpieza	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Útiles de Oficina	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Cuotas afiliaciones Cámara de Comercio	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Gastos Bancarios	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
Depreciaciones	37.242,83	37.242,83	37.242,83	37.006,16	37.006,16
Amortización de gastos intangibles	610,00	610,00	610,00	610,00	610,00
GASTO DE VENTAS					
Gastos de Marketing Directo	0,00	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25
Otros Gastos	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses de Crédito	53.030,59	47.830,99	35.812,00	22.665,55	8.285,87
TOTAL COSTOS	130.666,71	129.456,28	119.625,92	108.540,85	96.574,13
UTILIDAD antes IMP. Y P.T.	185.941,29	205.775,72	234.230,08	263.939,15	275.905,87
15% Partic. de Trabajad.	27.891,19	30.866,36	35.134,51	39.590,87	41.385,88
UTILIDAD ANTES DE IMP.	158.050,09	174.909,36	199.095,57	224.348,28	234.519,99
Impuestos 25% a la renta	39.512,52	43.727,34	49.773,89	56.087,07	58.630,00
UTILIDAD NETA	118.537,57	131.182,02	149.321,68	168.261,21	175.889,99

TABLA: 8-10

ELABORADO POR: AUTOR

8.8. BALANCE GENERAL PROYECTADO

En el Balance General, el mismo que es considerado como una foto de la situación de la empresa durante el periodo contable, podremos obtener los rubros pertenecientes a Activos, Pasivos y Patrimonio. Permittiéndonos observar también el buen

aprovechamiento de nuestros recursos y las distintas situaciones financieras que ha sufrido el proyecto durante cada año de su funcionamiento.

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja	14.420,54	238.214,65	167.777,11	93.940,52	7.975,51	7.671,32
Inventarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE ACT. CORRIENTES	14.420,54	238.214,65	167.777,11	93.940,52	7.975,51	7.671,32
ACTIVO FIJO NETO						
Terreno	431.200,00	431.200,00	431.200,00	431.200,00	431.200,00	431.200,00
Construcciones	739.573,20	739.573,20	739.573,20	739.573,20	739.573,20	739.573,20
Muebles y Enseres	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00
Equipos de Computación	710,00	710,00	710,00	710,00	710,00	710,00
Depreciación Acumulada		-37.242,83	-74.485,65	-111.728,48	-148.734,64	185.740,80
TOTAL ACT. FIJOS	1.171.758,20	1.134.515,37	1.097.272,55	1.060.029,72	1.023.023,56	986.017,40
ACTIVO DIFERIDO NETO						
Gastos de Constitución	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00
Gastos de Publicidad	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00
Amortización Acumulada		-610,00	-1.220,00	-1.830,00	-2.440,00	-3.050,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.050,00	2.440,00	1.830,00	1.220,00	610,00	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	1.189.228,74	1.375.170,02	1.266.879,66	1.155.190,24	1.031.609,07	993.688,72
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Utilid. Empleados por pagar		27.891,19	30.866,36	35.134,51	39.590,87	41.385,88
Impuestos por pagar		39.512,52	43.727,34	49.773,89	56.087,07	58.630,00
TOTAL DE PASIV. CORRIENTES	0,00	67.403,72	74.593,70	84.908,41	95.677,94	100.015,88
PASIVO DE LARGO PLAZO						
Préstamos Bancarios	589.228,74	589.228,74	461.103,94	320.960,16	167.669,92	0,00
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	589.228,74	589.228,74	461.103,94	320.960,16	167.669,92	0,00
TOTAL DE PASIVOS	589.228,74	656.632,45	535.697,64	405.868,56	263.347,86	100.015,88
PATRIMONIO						
Capital social	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00	600.000,00
Utilidad/Pérdida retenida		118.537,57	131.182,02	149.321,68	168.261,21	293.672,84
TOTAL DE PATRIMONIO	600.000,00	718.537,57	731.182,02	749.321,68	768.261,21	893.672,84
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.189.228,74	1.375.170,02	1.266.879,66	1.155.190,24	1.031.609,07	993.688,72

TABLA: 8-11

ELABORADO POR: AUTOR

8.9. ESTIMACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

Una de las variables que más influyen en el resultado de la evaluación de un proyecto es la tasa de descuento empleada en la actualización de sus flujos de caja. El buen trabajo que se pudo haber desarrollado en la elaboración del flujo de

caja, puede verse anulado con la utilización de una tasa de descuento inapropiada, por ello la importancia de su correcta definición y aplicación.

8.10. EL COSTO DEL CAPITAL

La tasa de descuento que debe utilizarse para actualizar los flujos de caja de un proyecto ha de corresponder a la rentabilidad que el inversionista le exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos, en proyectos con niveles de riesgos similares, lo que se denominará costo de capital.

Los recursos que el inversionista destina al proyecto provienen de dos fuentes generales: de recursos propios y de préstamos de terceros. El costo de utilizar los fondos propios corresponde a su costo de oportunidad. El costo de los préstamos de terceros corresponde al interés de los préstamos corregidos por su efecto tributario, puesto que son deducibles de impuestos.

Las principales fuentes de financiamiento se clasifican generalmente en internas y externas. Entre las fuentes internas se destacan la emisión de acciones y las utilidades retenidas cada período después de impuesto. Entre las externas, sobresalen los créditos de proveedores, los préstamos bancarios de corto y largo plazo y los arriendos financieros y el leasing.

El costo del capital propio se puede expresar como el retorno mínimo de beneficios que se puede obtener en proyectos financiados con capital propio, con el fin de mantener sin cambios el valor del capital propio.

Por su parte, la tasa de descuento del proyecto, o tasa de costo de capital, es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión. Representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto, según su riesgo, de manera tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con préstamos y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido.

8.10.1. EL COSTO DE LA DEUDA

La medición del costo de la deuda, ya sea que la empresa utilice bonos o préstamos, se basa en el hecho de que éstos deben reembolsarse en una fecha futura específica, en un monto generalmente mayor que el obtenido originalmente. La diferencia constituye el costo que debe pagar por la deuda.

El costo de la deuda se simboliza por k_d . Dado que al endeudarse, los intereses del préstamo se deducen de las utilidades y permiten una menor tributación, es posible incluir directamente en la tasa de descuento el efecto sobre los impuestos, que serán menores, ya que los intereses son deducibles para el cálculo de impuesto.

El costo de la deuda después de impuestos será:

$$k_d = i (1 - t)$$

donde,

i: tasa de interés

t: tasa marginal de impuestos.

El costo del dinero prestado de una Institución Financiera esta en el orden del 12%⁶³ y la tasa fiscal en el 25% y la aportación a trabajadores del 15% que dan un costo total del 36% entonces:

$$Vd. = i (1 - t)$$

$$kd = 12\% (1 - 0,36)$$

$$kd = 7,68\%$$

8.10.2. EL COSTO DEL CAPITAL PROPIO O PATRIMONIAL

Se considera como patrimonial en la evaluación de un proyecto a aquella parte de la inversión que se debe financiar con recursos propios.

Puede definirse el costo de capital propio como la tasa asociada con la mejor oportunidad de inversión de riesgo similar que se abandonará por destinar esos recursos al proyecto que se estudia.

El costo del capital propio se puede calcular mediante el uso de la tasa libre de riesgo (Rf) más una prima por riesgo (Rp), es decir:

$$ke = Rf + Rp$$

⁶³ Banco del Pichincha

La tasa que se utiliza como libre de riesgo es generalmente la tasa de los documentos de inversión colocados en el mercado de capitales por los gobiernos (Bonos del Tesoro o Certificados de Tesorería).

Este enfoque define el riesgo como la variabilidad en la rentabilidad de una inversión y plantea que el inversionista puede reducir el riesgo diversificando sus inversiones. El riesgo total puede clasificarse como no sistemático (inherente a la empresa), y como sistemático (no se puede eliminar y está circunscrito a las fluctuaciones de otras inversiones que afectan a la economía y al mercado). El riesgo no sistemático se puede disminuir diversificando la inversión en varias empresas, en lugar de destinarla a una sola.

El costo de capital propio por este método está dado por la siguiente expresión:

$$k_e = R_f + \beta (R_m - R_f)$$

donde: R_f : Tasa libre de riesgo

R_m : Tasa de rentabilidad esperada sobre la cartera del mercado

β : (Beta) Es el factor de medida del riesgo no sistemático

$\beta = 1$: riesgo es similar al riesgo promedio del mercado.

$\beta < 1$: riesgo es menor que el del mercado,

$\beta > 1$: riesgo es mayor que el promedio del mercado.

Teóricamente, la beta de una inversión (acción) i se define como:

$$\beta_i = \frac{\text{covarianza con el mercado}}{\text{varianza del mercado}} = \frac{\sigma_{im}}{\sigma_m^2}$$

En nuestro país lamentablemente no existe una cultura bursátil por lo que vamos a considerar como referencia el mercado norteamericano pues nuestro país está dolarizado, el riesgo de una empresa destinada al arrendamiento de parqueaderos según la Bolsa de Valores de Nueva York y los índices SP 500 está en el orden de $\text{Beta} = 1,03$ ⁶⁴

En nuestro país el rendimiento promedio de una empresa es de $K_m = 15,54\%$ ⁶⁵

Los certificados de tesorería o Bonos de estabilización monetaria en el país son de un $6,85\%$ ⁶⁶

$$k_e = R_f + \beta (R_m - R_f)$$

$$k_e = 6,85\% + 1,03(15,54\% - 6,85\%)$$

$$\mathbf{k_e = 15,8\%}$$

8.10.3. COSTO PONDERADO DEL CAPITAL

Como su nombre lo indica, el costo ponderado de capital es un promedio de los costos relativos a cada una de las fuentes de fondos que la empresa utiliza, los

⁶⁴ Indicadores financieros SP 500

⁶⁵ Banco del Pichincha WWW.Todo1.com

⁶⁶ Banco Central del Ecuador

que se ponderan de acuerdo con la proporción de los costos dentro de la estructura de capital definida. De acuerdo con esto:

$$k_o = k_d (D/V) + k_e (P/V)$$

donde: D: Monto de la deuda

P: Monto del patrimonio

V: Valor de la firma en el mercado, incluyendo deuda y aportes.

$$k_o = k_d (D/V) + k_e (P/V)$$

$$K_o = 7,68\% (50\%) + 15,807\% (50\%)$$

$$K_o = 11,74\%$$

En nuestro país al no tener una cultura bursátil se calcula la tasa de descuento en base a tres parámetros: Costo de oportunidad del dinero, inflación y riesgo país.

Tasa pasiva = 5,00%

Inflación = 2,89%

Riesgo país = 7,4%

$$Re = (1 + 0,05) * (1 + 0,074) * (1 + 0,0289) - 1$$

$$Re = 15,984\%$$

Esta tasa es la que vamos a utilizar para valorar el proyecto.

8.11. EVALUACIÓN FINANCIERA

8.11.1. VAN Y TIR DEL PROYECTO

El Valor Actual Neto es un indicador que nos permite apreciar si los flujos futuros de efectivo serán mayor a la inversión inicial; este dato se lo obtiene por medio de la resta entre la sumatoria de flujos futuros traídos a valor actual en base a una

tasa de descuento y la inversión inicial, esta última es la que llevará el signo negativo.

El VAN del proyecto es de USD \$ 23.641,32 lo que indica que al valor actual presente de los flujos de efectivo que se espera recibir en el transcurso de los cinco años descontando la inversión inicial es positivo.

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	1.189.228,74					
Utilidad		118.537,57	131.182,02	149.321,68	168.261,21	175.890,00
Depreciación		37.242,83	37.242,83	37.242,83	37.006,16	37.006,16
Amortización gastos		610,00	610,00	610,00	610,00	610,00
Valor de Desecho						1.281.822,62
Capital de trabajo						14.420,54
Total	1.189.228,74	156.390,40	169.034,85	187.174,51	205.877,37	1.509.749,31
Flujo de Efec.Descontado		134.819,31	125.620,43	119.914,78	113.704,24	718.811,30
Tasa de Descuento	15,98%					

VAN PROYECTO	23.641,32
TIR	16,58%

TABLA: 8-12

ELABORADO POR: AUTOR

La tasa interna de retorno se la define como la tasa de descuento que iguala a valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto con el desembolso de la inversión, es decir, el costo inicial.

En este proyecto la inversión rinde una rentabilidad del 16,58% en promedio anual como se puede ver en el cuadro, lo cual es ligeramente superior a la tasa de descuento utilizada para evaluar el proyecto que es del 15,98%.

8.11.2. VAN Y TIR DE LOS INVERSIONISTAS

Al Igual que en el anterior se valoró el proyecto también se puede y debe valorar el VAN de los inversionistas pues el valor presente neto es un indicador de rentabilidad, tanto para los accionistas como el proyecto en general. En el presente estudio, el VAN de los inversionistas es de USD \$ 263.377,60 lo que genera un rendimiento mayor que lo que necesita para rembolsar los fondos proporcionados por los inversionistas, y este rendimiento excesivo se acumulará sólo para los accionistas de la empresa.

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	1.189.228,74					
Utilidad		118.537,57	131.182,02	149.321,68	168.261,21	175.890,00
Depreciación		37.242,83	37.242,83	37.242,83	37.006,16	37.006,16
Amortización gastos		610,00	610,00	610,00	610,00	610,00
Valor de Desecho						1.281.822,62
Capital de trabajo						14.420,54
Préstamo	589.228,74	0,00	128.124,79	140.143,78	153.290,24	-167.669,92
Total	-600.000,00	156.390,40	40.910,05	47.030,72	52.587,13	1.342.079,39
Flujo de Efec.Descontado		134.819,31	30.402,83	30.130,59	29.043,40	638.981,47
Tasa de Descuento	15,98%					

VAN PROYECTO	263.377,60
VAN PRESTAMO	162.810,14
VAN TOTAL	426.187,75
TIR	26,89%

TABLA: 8-13

ELABORADO POR: AUTOR

Otro factor importante que no se puede pasar por alto es el cálculo de la tasa interna de retorno, la misma que transforma el valor actual neto del proyecto en cero, es decir, que para este estudio, nos refleja el rendimiento de la inversión de un 26,89%, como se puede apreciar en el cuadro. Si los socios deciden llevar a cabo el proyecto esta tasa es la que la empresa espera obtener.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como conclusiones y recomendaciones del estudio realizado se puede decir lo siguiente:

- En el análisis de las variables de segmentación como ubicación, nivel socio-económico, edad y capacidad de pago, se ha determinado un universo poblacional que corresponde a la población, que son los consumidores potenciales y comprende a **7347** personas.
- El presente estudio determinó que el negocio debe ubicarse en la Av. República Del Salvador e Irlanda. Pues es una ubicación estratégica, además, de contar con todos los servicios básicos y ser el único lote disponible de venta en el sector.
- Con el resultado de las encuestas aplicadas en la zona, hubo una aceptación favorable para la implementación del negocio en un 98,41%.
- En el presente estudio se ha determinado una demanda potencial insatisfecha estimada de **54,49%** es decir **3.968** personas.

- El tamaño óptimo requerido para el local de parqueaderos en este proyecto deberá tener un área de construcción de **6.110 m²**, con una capacidad de **220 parqueaderos**, ya que con estas dimensiones se aspira a captar el 5% de la demanda insatisfecha.
- Es importante que se analicen los factores de micro y macro localización ya que estos son aspectos que determinan la factibilidad que tendrá el proyecto así como su ubicación cerca del mercado al que se quiere captar.
- Se recomienda fijar precios de los servicios, en un rango que comprenda de \$1,00 por hora o de 80,00 a 100,00 por mes, para poder ingresar en el sector en estudio, sin dejar de lado la calidad del producto y el buen servicio, que le diferenciará de la competencia.
- El valor actual neto del proyecto es de **\$263.377,60** con una inversión inicial de **USD \$ 600.000,00** lo que indica que el proyecto es atractivo por su rentabilidad.
- Se ha decidido obtener un financiamiento de **USD \$ 589.228,74** a través, de entidades financieras como el Banco del Pacífico, que en la actualidad están otorgando préstamos al 9% con un plazo de cinco años. y la participación de socios con un valor de USD \$ 600.000,00.
- El proyecto tiene una tasa interna de retorno del **26,89%** lo cual es muy atractivo para el negocio ya que es mayor que la tasa mínima requerida por los accionistas.

- Se debe evaluar financieramente el préstamo a adquirirse, no sólo de una entidad financiera, sino tener la referencia de al menos dos, por que el costo que esto representa tiene mucha incidencia en la proyección de los ingresos y costos del negocio.
- Además es necesario antes de iniciar el proyecto asegurar la participación de los inversionistas, así como también la elaboración de un plan de contingencia para respaldar la inversión, aunque este signifique realizar un nuevo plan de negocio.
- Es recomendable cumplir con los requisitos del reglamento de seguridad aprobado por el cuerpo de bomberos en lo que se refiere a este tipo de negocios por lo inflamable del producto y para protección tanto de los clientes internos y externos del parqueadero.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

1. CALDAS Molina Marco, **Manual Práctico de Preparación y Evaluación de Proyectos**, 3ra. Edición, Publicaciones "H", Quito-Ecuador, 2000
2. COOPER Brian, **Cómo iniciar y administrar un negocio**, Grupo Editorial Norma, 4° Edición, 2002.
3. SAPAG Chain Nassir, **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Mc. Graw Hill, México, 2003.
4. Ross Westerfield Jordan, **Fundamentos de Finanzas Corporativas**, 5ta.edición, Mc. Graw Hill. México 2001.
5. COOPER Brian, **Cómo iniciar y administrar un negocio**, Grupo Editorial Norma, 2002.
6. NINEMEIER Jack, **Administración de Alimentos y Bebidas**, 2da. edición, México 1991.
7. RUY M. Anthony, **Planeación y control del Servicio de Alimentos y Bebidas**, México 1985.

8. BESLEY Scott y Eugene F. Brigham, **Fundamentos de Administración Financiera**, Mc. Graw Hill, Doceava edición, México, 2001.

Revistas

9. Ministerio de Turismo: **“Reglamento de Establecimientos de Comidas y Bebidas”**
10. CAPTUR, **Informe Anual de Actividades**, Año 2000-2003.

Internet

11. <http://www.inec.gov.ec>
12. <http://www.bce.gov.ec>
13. www.inec.gov.ec/interna.asp?inc=cs_tabla&idTabla=285&tipo=http://www.marketineros.com/marketing-de-negocios.htm
14. <http://www.ildis.org.ec/estadisticas/estadisticassei.htm>
15. http://www.construyendolacasa.com/Temas/a_lacocina.php
16. <http://www.tecnika.com.ar/>
17. http://www.tecnika.com.ar/tecnika/email/formulario_tecnika.htm
18. <http://www.cfn.fin.ec>
19. <http://www.oficinaempleo.com/empresa/puestos/indexpuestos.htm>
20. <http://www.maloka.org/2003/malokaorg/Espanol/Maloka/perfilesHdeVida/chef.htm>
21. [www.articles-26227_pdf_chatarra.pdf](#) Guía de Prevención y Control de la Contaminación

ANEXOS

ANEXO 1: INFORMACION DE VEHICULOS MATRICULADOS POR USO Y POR CLASE, SEGÚN PROVINCIAS

CUADRO 1

VEHICULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR USO, SEGÚN PROVINCIAS 2004 (*)

PROVINCIA	PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPAL	TOTAL
AZUAY	58.972	2.443	338	89	61.842
BOLIVAR	4.332	228	132	23	4.715
CAÑAR	16.306	677	99	36	17.119
CARCHI	9.260	505	88	33	9.885
COTOPAXI	18.109	854	186	7	19.156
CHIMBORAZO	19.931	1.218	348	88	21.585
EL ORO	20.169	1.160	168	7	21.504
ESMERALDAS	6.438	659	173	3	7.273
GUAYAS	181.227	13.558	1.182	467	196.434
IMBABURA	23.392	1.019	167	71	24.649
LOJA	17.074	894	232	20	18.221
LOS RIOS	23.046	466	437	15	23.964
MANABI	34.455	1.768	492	15	36.730
MORONA SANTIAGO	1.296	187	67	59	1.609
NAPO	1.484	126	93	33	1.736
PASTAZA	1.829	244	67	20	2.160
PICHINCHA	231.530	8.523	1.813	845	242.712
TUNGURAHUA	44.094	1.865	381	150	46.490
ZAMORA CHINCHIPE	1.062	86	51	58	1.256
GALAPAGOS	462	63	32	2	559
SUCUMBIOS	1.951	195	511	21	2.679
ORELLANA	1.570	188	34	16	1.808
TOTAL PAIS	717.990	36.926	7.092	2.078	764.086

(*) DATOS ESTIMADOS EN FUNCION AL TOTAL DEL 2004

Elaborado por: autor Fuente: POLICIA NACIONAL

ANEXO 2: INFORMACION DE VEHICULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR CLASE, SEGÚN PROVINCIAS 2004

Cuadro 2

VEHICULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR CLASE, SEGÚN PROVINCIAS 2004 (*)

PROVIN CIA	AUTO MOVIL	BUS	COLEC TIVO	JEEP	FURGO NETA (P)	MOTO CICLET A	CAMIO NETA	FURGO NETA (A)	CAMIÓ N	TANQ UERO	VOLQ UET	TRAIL	OTR A CLAS E	TOTAL
AZUAY	22.567	501	59	12.062	895	1.707	20.134	62	3.025	61	478	222	69	61.842
BOLIVAR	1.238	67	16	496	33	139	2.140	2	521	2	44	10	8	4.715
CAÑAR	4.577	135	72	2.170	176	384	7.459	11	1.689	23	273	123	26	17.119
CARCHI	3.001	105	13	1.799	132	142	3.218	13	1.240	7	88	116	12	9.885
COTOPA	5.620	231	26	1.803	275	493	7.993	24	2.211	46	165	226	41	19.156
CHIMBO	7.831	274	32	2.391	257	362	8.287	36	1.826	18	176	59	36	21.585
EL ORO	5.051	238	34	2.042	273	1.655	8.989	10	2.606	56	282	245	24	21.504
ESMERA	1.521	210	17	813	74	827	2.783	10	694	32	208	57	27	7.273
GUAYAS	80.614	4.046	1.024	25.994	6.663	9.630	51.235	56	12.482	874	1.729	1.667	422	196.434
IMBABU	8.986	367	70	3.560	411	611	7.796	58	2.193	24	367	156	50	24.649
LOJA	6.559	268	29	1.971	123	309	7.427	8	1.164	34	248	66	16	18.221
LOS RIO.	3.802	267	43	1.711	202	3.949	9.716	24	3.643	56	295	143	113	23.964
MANABI	9.467	378	66	3.624	380	2.534	16.647	16	2.603	222	490	218	85	36.730
M. SANT	95	32	15	199	6	261	799	0	147	3	45	2	5	1.609
NAPO	278	36	15	274	15	92	725	0	231	2	51	15	3	1.736
PASTAZ	568	49	13	321	31	127	778	2	214	0	40	7	10	2.160
PICHIN	111.373	2.309	295	43.006	5.946	6.262	56.646	830	12.264	386	1.880	1.080	436	242.712
TUNGU	16.463	459	53	4.632	707	839	18.573	115	3.851	71	445	173	109	46.490
Z CHINC	254	36	16	133	8	21	557	0	148	5	72	3	3	1.256
GALAPA	36	0	5	48	6	209	221	0	20	5	4	0	4	559
SUCUM	126	63	14	193	16	322	1.365	2	468	10	60	26	14	2.679
ORELLA	105	44	16	148	14	172	816	2	317	20	70	62	22	1.808
TOTAL PAIS	290.133	10.113	1.940	109.387	16.642	31.047	234.304	1.282	53.560	1.958	7.509	4.676	1.535	764.086

(*) DATOS ESTIMADOS EN FUNCION AL TOTAL DEL 2004

Elaborado por: autor

Fuente: POLICIA NACIONAL

ANEXO No. 3

SERVICIO DE PARQUEADERO: PROYECCION PESIMISTA					
	DATOS EN UNIDADES (AUTOS)		AÑO		
	UNIDADES	%	2007	2008	2009
TOTAL			154	163	172
SERVICIO TARIFA MENSUAL			56	59	62
TARIFA HORA/FRACCION			98	104	109
CAPACIDAD DEL PARQUEADERO	220	100%	AUTOS		
CAPACIDAD OCUPADA EN EL INICIO	154	70%	DE LA CAPACIDAD TOTAL		
INCREMENTO	9	4%	ANUAL		
TARIFA MENSUAL	56	36%	DEL TOTAL DE LAS VENTAS		
TARIFA HORA/FRACCION	98	64%	DEL TOTAL DE LAS VENTAS		
	VENTAS EN DOLARES AMERICANOS		AÑO		
	SERVICIO		2007	2008	2009
PARQUEADERO MENSUALIZADO			53.760,00	56.832,00	59.904,00
PARQUEADERO HORA/FRACCION			206.976,00	218.803,20	230.630,40
VENTAS TOTALES ANUALES			260.736,00	275.635,20	290.534,40

ELABORADO POR: AUTOR

ANEXO No. 4

SERVICIO DE PARQUEADERO: PROYECCION NORMAL									
				DATOS EN UNIDADES (AUTOS)	AÑO				
					2007	2008	2009	2010	2011
				TOTAL	187	196	209	220	220
				SERVICIO TARIFA MENSUAL	68	72	76	80	80
				TARIFA HORA/FRACCION	119	126	133	140	140

ELABORADO POR: AUTOR

ANEXO No. 5

SERVICIO DE PARQUEADERO: PROYECCION OPTIMISTA										
			DATOS EN UNIDADES (AUTOS)		AÑO					
					2007	2008	2009	2010	2011	
			TOTAL		198	220	220	220	220	
			SERVICIO TARIFA MENSUAL		72	80	80	80	80	
			TARIFA HORA/FRACCION		126	140	140	140	140	
	UNIDADES	PORCENTAJE								
CAPACIDAD DEL PARQ	220	100%	AUTOS							
CAPACIDAD OCUPADA	198	90%	DE LA CAPACIDAD TOTAL							
INCREMENTO	22	10%	ANUAL							
TARIFA MENSUAL	72	36%	DEL TOTAL DE LAS VENTAS							
TARIFA HORA/FRACCION	126	64%	DEL TOTAL DE LAS VENTAS							
				VENTAS EN DOLARES AMERICANOS		AÑO				
				SERVICIO		2007	2008	2009	2010	2011
				PARQUEADERO MENSUALIZADO		69.120,00	76.800,00	76.800,00	76.800,00	76.800,00
				PARQUEADERO HORA/FRACCION		266.112,00	369.600,00	369.600,00	369.600,00	369.600,00
				VENTAS TOTALES ANUALES		335.232,00	446.400,00	446.400,00	446.400,00	446.400,00

ELABORADO POR: AUTOR