



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Campus Arturo Ruíz Mora

Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

Carrera de Ingeniería de Empresas

Tesis de grado previo a la obtención del título de

INGENIERA DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA AL SERVICIO DE ENCOMIENDAS Y TRÁMITES LOCALES EN
LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, 2009.**

Estudiante:

GRECIA ALEXANDRA ALCIVAR HERRERA

Director de Tesis

Ing. Jorge Laertes Tapia.

Santo Domingo – Ecuador

2010

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA AL SERVICIO DE ENCOMIENDAS Y TRÁMITES LOCALES EN
LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, 2009.**

Ing. Jorge Laertes Tapia.
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Eco. Raúl Luna
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

Ing. Katusca Rosero (Msc)
MIEMBRO DE TRIBUNAL

Ing. Narcisa Zambrano
MIEMBRO DE TRIBUNAL

Santo Domingo de los Colorados, de.....del 2010

Nombre: Alcívar Herrera Grecia Alexandra

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Título de Tesis: Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo, 2009.

Fecha: Agosto, 2010

Del contenido del presente trabajo
se responsabiliza el autor.

Grecia Alexandra Alcívar Herrera.

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS.

Ing.
Katusca Rosero. (Msc)
DIRECTOR ACADÉMICO
Presente.

De mis consideraciones:

Tengo a bien informar que el presente trabajo investigativo bajo el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE ENCOMIENDAS Y TRÁMITES LOCALES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, 2009”**, realizada por la Srta. Grecia Alexandra Alcívar, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Santo Domingo de los Colorados, 20 de Agosto del 2010

Atentamente,

Ing. Jorge Laertes Tapia.
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

*Este trabajo está dedicado principalmente a Dios,
por proveerme de fuerza y voluntad,
a mis padres por su fé y amor,
a mis hermanos por brindarme su apoyo,
que sin ellos no lo hubiese logrado.*

*A mis abuelitos, tías y primos que con sus consejos
me daban impulso para seguir por el camino hacia el éxito
y lograr ser una profesional.*

A todas mis amigas y a mi novio que pusieron su confianza en mí.

Alexandra Alcívar.

AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Tecnológica Equinoccial,
institución que me ha formado
en el aspecto profesional.*

*A mis abuelitos y padres que me han cuidado
con cariño durante toda mi vida.*

*A mis amigos quienes con sus conocimientos,
experiencias y su amistad contribuyeron
en la realización de mi tesis.*

Alexandra Alcívar

TABLA DE CONTENIDOS

Hoja de sustentación y aprobación de los integrantes del tribunal.....	ii
Hoja de responsabilidad del autor.....	iii
Informe de aprobación del director.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice.....	vii
Índice de gráficos.....	xi
Índice de cuadros.....	xi
Índice de cuadros de las encuestas.....	xiv
Índice de anexos.....	xv
Resumen ejecutivo.....	xvi

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.1.1. Diagnóstico.....	1
1.1.2. Pronóstico.....	2
1.1.3. Control del Pronóstico.....	2
1.2. Formulación del Problema.....	2
1.2.1. Sistematización del Problema.....	2
1.3. Tema.....	3
1.4. Objetivos.....	3
1.4.1. Objetivo general.....	3
1.4.2. Objetivos específicos.....	3
1.5. Justificación.....	3
1.5.1. Impacto teórico.....	3
1.5.2. Impacto metodológico.....	4
1.5.3. Impacto práctico.....	4
1.5.4. Impacto social.....	4

CAPITULO II

ANTECEDENTES

2.1. Antecedentes Históricos.....	5
2.2. Características del sector.....	10
2.3. Características del servicio.....	10

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Objetivos del estudio de mercado.....	12
3.1.1. Objetivo general.....	12
3.1.2. Objetivos específicos.....	12
3.2. Metodología para la cuantificación de la demanda.....	13
3.2.1. Unidad de análisis o estudio.....	13
3.2.2. Métodos de investigación.....	13
3.3. Recolección de la información.....	14
3.4. Procesamiento de la información.....	15
3.5. La muestra, cálculo y tamaño.....	19
3.6. Tabulación e interpretación de encuestas.....	21
3.7. Cuantificación de la Demanda.....	26
3.7.1. Demanda potencial.....	26
3.7.2. Demanda efectiva.....	27
3.8. Cuantificación de la Oferta.....	28
3.9. Demanda insatisfecha.....	30
3.10. Oferta del proyecto.....	31
3.11. Marketing Mix.....	33

CAPITULO IV

PROPUESTA ESTRATÉGICA

4.1. Definición del negocio.....	43
4.2. Principios y valores corporativos.....	44
4.3. Valores corporativos.....	45

4.4. Visión.....	46
4.5. Misión.....	46
4.6. Objetivos corporativos.....	46
4.7. Estrategias.....	47
4.8. Definición del posicionamiento.....	48

CAPITULO V

ESTUDIO TÉCNICO

5.1. Objetivos del estudio técnico.....	49
5.1.1. Objetivo general.....	49
5.1.2. Objetivos específicos.....	49
5.2. Tamaño del proyecto.....	50
5.2.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	52
5.3. Localización del proyecto.....	54
5.3.1. Macro localización del proyecto.....	54
5.3.2. Micro localización del proyecto.....	56
5.4. Ingeniería del proyecto.....	59
5.4.1. Tecnología.....	59
5.4.2. Infraestructura y especificaciones.....	61
5.5. Propuesta organizacional.....	64
5.5.1. Organigrama estructural.....	64
5.5.2. Manual de funciones.....	65
5.6. Flujoograma de procesos.....	73
5.7. Base legal.....	77

CAPITULO VI

INVERSIÓN DEL PROYECTO

6.1. Activos fijos tangibles.....	81
6.2. Activos fijos diferidos.....	82
6.3. Capital de trabajo.....	82
6.4. Resumen de inversiones.....	83
6.5. Financiamiento.....	84
6.6. Cuadro de fuentes y usos.....	85

CAPITULO VII

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

7.1. Costos operacionales.....	86
7.2. Gastos.....	89
7.3. Proyección de costos.....	94
7.4. Presupuesto de ingresos.....	95

CAPITULO VIII

EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1. Evaluación económica financiera.....	98
8.1.1. Instrumentos de evaluación.....	98
8.1.1.1. Estado de situación.....	98
8.1.1.2. Estado de resultados.....	99
8.1.1.3. Flujo de caja.....	100
8.1.1.4. Balance general proyectado.....	101
8.1.2. Indicadores de evaluación.....	103
8.1.2.1. Costo promedio ponderado de capital.....	103
8.1.2.2. Valor actual neto (VAN).....	103
8.1.2.3. Tasa interna de retorno (TIR).....	104
8.1.2.4. Razón beneficio / Costo.....	105
8.1.2.5. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	106
8.1.2.6. Índices financieros.....	106

CAPITULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1. Conclusiones.....	109
9.2. Recomendaciones.....	111

BIBLIOGRAFÍA.	112
APÉNDICES.	115

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Publicidad de la competencia indirecta.....	29
Gráfico No. 2: Pago de servicios básicos.....	31
Gráfico No. 3: Gestiones bancarias.....	32
Gráfico No. 4: Todo tipo de encargos.....	32
Gráfico No. 5: Cualquier trámite.....	33
Gráfico No. 6: Canal de distribución.....	36
Gráfico No. 7: Publicaciones en prensa escrita.....	37
Gráfico No. 8: Modelo de hojas volantes.....	38
Gráfico No. 9: Modelo de tarjetas de presentación.....	39
Gráfico No. 10: Modelo de página web.....	40
Gráfico No. 11: Logotipo y eslogan.....	48
Gráfico No. 12: Macro localización del proyecto.....	55
Gráfico No. 13: Mapa de Santo Domingo.....	55
Gráfico No. 14: Croquis micro localización.....	59
Gráfico No. 15: Plano escala 1:10.....	63
Gráfico No. 16: Organigrama.....	64
Gráfico No. 17: Flujograma de procesos.....	74

INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1: Población proyectada por el INEC.....	16
Cuadro No. 2: Proyección de la población mediante regresión lineal simple.....	17
Cuadro No. 3: Proyección de la población mediante la tasa de crecimiento promedio anual.....	18
Cuadro No. 4: Análisis del coeficiente de correlación.....	18
Cuadro No. 5: Población objetivo.....	19

Cuadro No. 6: Deducción de la fórmula.....	20
Cuadro No. 7: Aplicación de la fórmula.....	20
Cuadro No. 8: Demanda Potencial.....	26
Cuadro No. 9: Promedio de consumo anual.....	27
Cuadro No. 10: Demanda efectiva.....	27
Cuadro No. 11: Competencia indirecta.....	29
Cuadro No. 12: Proyección de la oferta efectiva.....	30
Cuadro No. 13: Demanda insatisfecha.....	30
Cuadro No. 14: Prensa escrita.....	37
Cuadro No. 15: Especificación de hojas volantes.....	38
Cuadro No. 16: Especificación de tarjetas de presentación.....	39
Cuadro No. 17: Especificación de página web.....	40
Cuadro No. 18: Total de servicios prestados durante el día por operario.....	50
Cuadro No. 19: Total de servicios prestados durante el día.....	51
Cuadro No. 20: Total de capacidad instalada.....	51
Cuadro No. 21: Captación de mercado.....	51
Cuadro No. 22: Capacidad utilizada.....	52
Cuadro No. 23: Personal de trabajo.....	53
Cuadro No. 24: Especificaciones de macro localización.....	54
Cuadro No. 25: Ubicaciones estimadas.....	56
Cuadro No. 26: Parámetros de ponderación.....	57
Cuadro No. 27: Calificación sectorial.....	57
Cuadro No. 28: Equipo tecnológico de cómputo.....	60
Cuadro No. 29: Herramientas tecnológicas.....	61
Cuadro No. 30: Distribución de instalaciones.....	62
Cuadro No. 31: Perfil del gerente.....	67
Cuadro No. 32: Perfil de la secretaria.....	69
Cuadro No. 33: Perfil del asesor contable.....	70
Cuadro No. 34: Perfil de operarios de atención de llamadas.....	71
Cuadro No. 35: Perfil de operarios de servicio puerta a puerta.....	72
Cuadro No. 36: Activos fijos.....	81
Cuadro No. 37: Activos diferidos.....	82

Cuadro No. 38: Capital de trabajo.....	83
Cuadro No. 39: Inversiones del proyecto.....	83
Cuadro No. 40: Aporte de accionistas.....	84
Cuadro No. 41: Crédito con entidad financiera.....	85
Cuadro No. 42: Cuadro de fuentes y usos.....	85
Cuadro No. 43: Personal operativo.....	86
Cuadro No. 44: Materiales indirectos.....	87
Cuadro No. 45: Servicios básicos de operación.....	88
Cuadro No. 46: Reparación y mantenimiento.....	88
Cuadro No. 47: Seguros.....	89
Cuadro No. 48: Gastos de administración.....	89
Cuadro No. 49: Gastos de oficina.....	90
Cuadro No. 50: Servicios básicos de administración.....	90
Cuadro No. 51: Gastos de ventas.....	91
Cuadro No. 52: Amortización del préstamo.....	92
Cuadro No. 53: Gastos financieros.....	92
Cuadro No. 54: Depreciación anual.....	93
Cuadro No. 55: Depreciación proyectada.....	93
Cuadro No. 56: Amortizaciones.....	94
Cuadro No. 57: Proyección de costos.....	95
Cuadro No. 58: Costo unitario.....	96
Cuadro No. 59: Proyección de ingresos.....	97
Cuadro No. 60: Estado de situación.....	99
Cuadro No. 61: Estado de resultados.....	100
Cuadro No. 62: Flujo de caja.....	101
Cuadro No. 63: Balance general.....	102
Cuadro No. 64: TMAR.....	103
Cuadro No. 65: Costo promedio ponderado de capital total.....	103
Cuadro No. 66: VAN.....	104
Cuadro No. 67: TIR.....	105
Cuadro No. 68: Relación beneficio costo.....	105
Cuadro No. 69: Periodo de recuperación de la inversión.....	106

Cuadro No. 70: Índice de solidez.....	107
Cuadro No. 71: Utilidad operacional sobre ventas netas.....	107
Cuadro No. 72: Cobertura de interés.....	107
Cuadro No. 73: Recuperación sobre capital propio.....	108
Cuadro No. 74: Rotación de activos.....	108

INDICE DE CUADROS DE LAS ENCUESTAS

Cuadro Estadístico No. 1

¿Conoce usted del servicio de encomiendas y trámites locales?.....21

Cuadro Estadístico No. 2

¿Conoce usted de existencia de alguna empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo?.....21

Cuadro Estadístico No. 3

¿A hecho uso alguna vez del servicio de encomiendas y trámites locales que ofertan las empresas que usted dice conocer?.....22

Cuadro Estadístico No. 4

¿De instaurar una empresa dedicada a realizar servicios de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo, usted estaría dispuesto a ser uso de dichos servicios?.....23

Cuadro Estadístico No. 5

¿De los servicios mencionados a continuación cuales cree usted que son los más importantes para que la empresa pueda ofertar; seleccione únicamente uno?.....24

Cuadro Estadístico No. 6

¿Con que frecuencia realiza usted gestiones de encomiendas y trámites locales?.....24

Cuadro Estadístico No. 7

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por hacer uso del servicio de encomiendas y trámites locales que ofrece la empresa?.....25

Cuadro Estadístico No. 8

¿Por qué medios de comunicación cree usted que puede solicitar el servicio con mayor
agilidad?.....25

INDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1: Encuestas.....120
Anexo No. 2: Borrador Minuta.....122
Anexo No. 3: Activos Fijos129
Anexo No. 4: Rol de pagos.....130
Anexo No. 5: Proformas generales.....131

RESUMEN EJECUTIVO

La iniciativa de instaurar una empresa de servicios de encomiendas y trámites locales, parte de la finalidad de cubrir las expectativas de un número considerable de residentes en la ciudad de Santo Domingo, para ello, es indispensable la realización de un análisis específico referente al factor económico financiero que interviene en la ejecución del proyecto.

Respecto al estudio de mercado se estima la existencia de demanda suficiente para sustentar la investigación, considerando una captación potencial de mercado del 0.72% del total de la demanda insatisfecha.

En relación al estudio técnico se dispone de los recursos suficientes para llevar a efecto el proyecto, el análisis adecuado de la capacidad instalada y utilizada, distribución de instalaciones y diseño de procesos.

La inversión requerida para edificar, implementar y poner en marcha el proyecto es de 18.429,77 USD., rubro que será financiado mediante la participación de accionistas con el 60% y la diferencia (40%) mediante crédito a terceros.

Es importante destacar la representatividad de los ingresos estimados en relación a los costos y gastos totales, parámetros que han sido desarrollados en base a fundamentos matemáticos proyectados.

El Valor Actual Neto es de 15.909,51 USD., la Tasa interna de retorno es de 57,54% muy superior al Costo promedio ponderado de capital que es de 19,81%. La relación beneficio costo es de 1,86 lo que significa que por cada dólar invertido se genera 0,71 ctvs. de rentabilidad.

En base a los indicadores estipulados se ratifica la viabilidad y factibilidad económica financiera del proyecto.

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Diagnóstico

Santo Domingo constituye una ciudad de gran actividad comercial dado que su principal característica es la convergencia y diversidad cultural. En efecto existe un segmento considerable de la población que por motivos de trabajo u ocupaciones personales presentan tediosas dificultades al momento de realizar actividades secundarias o trámites menores, pues el tiempo del que disponen por lo general es muy reducido.

En variadas ocasiones se puede evidenciar a un gran número de personas realizando largas filas en instituciones bancarias, lapsos de espera interminables al momento de pagar por los servicios básicos, etc. Todas estas diligencias consideradas inoportunas para el ejecutor constituyen un inconveniente cotidiano en el modus vivendi de la población.

En la localidad las empresas de servicios dedicadas a realizar trámites o diligencias menores son insuficientes frente a la demanda existente, considerando además los bajos niveles de calidad en el servicio.

Por tal motivo es conveniente instituir en la ciudad de Santo Domingo una unidad de producción con directriz a efectuar todas las encomiendas o diligencias locales, con responsabilidad, logrando de esta manera optimizar gran cantidad de tiempo satisfaciendo una necesidad prácticamente latente en los ciudadanos.

1.1.2. Pronóstico

Al ignorar la oportunidad de instituir en la ciudad de Santo Domingo una empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales, los habitantes estarán expuestos a realizar sus diligencias perdiendo gran cantidad de tiempo, incurriendo en gastos innecesarios tales como transporte, e incluso desperdiciar las horas laborables.

Esta tendencia a largo plazo y a nivel macro afecta en cierta manera la productividad de la población, pues estadísticamente el tiempo en que se incurre en realizar actividades ajenas a los trabajos remunerados son cada vez más fortuitas.

1.1.3. Control del Pronóstico

La implementación de una empresa de servicios dedicada a la realización de encomiendas o trámites dentro de la ciudad permitirá cubrir una necesidad relevante que consiste básicamente en la optimización de tiempo y recursos al momento de realizar todo tipo de diligencias por parte de los residentes del cantón.

1.2. Formulación del Problema

¿Será factible implementar una empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo?

1.2.1. Sistematización del Problema

¿Existirá la demanda suficiente que justifique la implementación de la empresa?

¿Será necesario efectuar el estudio técnico?

¿Será indispensable determinar la inversión total del proyecto?

¿Es conveniente efectuar el estudio financiero?

1.3. Tema

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE ENCOMIENDAS Y TRÁMITES LOCALES EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, 2009”

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar el mercado potencial.
- Establecer los requisitos técnicos para la ejecución del proyecto.
- Estipular la inversión y el respectivo financiamiento para la puesta en marcha del proyecto.
- Realizar el marco legal y organizacional del proyecto.
- Efectuar la evaluación económica y financiera del proyecto.

1.5. Justificación

1.5.1. Impacto teórico

El estudio en mención, se conjetura mediante la aplicación de aspectos teóricos, preceptos científicos, normas y procesos técnicos, estableciendo la estructuración de los componentes del proyecto a través del estudio de mercado, finanzas, administración de la producción y recursos humanos.

1.5.2. Impacto metodológico.

La metodología a emplearse se efectuará con el propósito de conocer en forma oportuna pautas que permitan comprobar la aceptación del proyecto, fundamentos y percepciones de los consumidores potenciales.

Se deben considerar los mecanismos adecuados para estipular la muestra y su tratamiento, como base indispensable de la indagación dentro del estudio propuesto.

1.5.3. Impacto práctico

Los requerimientos básicos para la consumación de una empresa de servicios de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo, permitirá satisfacer una necesidad importante para los habitantes, pues tal aplicación garantiza la optimización de tiempo y recursos por parte de los futuros consumidores.

1.5.4. Impacto social.

Un factor relevante es la facilidad con que los residentes de la ciudad pueden acceder a este tipo de servicios, contribuyendo a la solución de problemas cotidianos con soluciones eficientes, aportando en cierta forma a la comodidad y satisfacción de los consumidores.

CAPITULO II

ANTECEDENTES

2.1. Antecedentes Históricos

Los primeros servicios de encomiendas eran realizados por emisarios encargados de portar el mensaje o la noticia de un lugar a otro relativamente alejado. Los primeros mensajes serían, obviamente, puramente verbales, pero con el inicio de la escritura hacia el año 4500 A.C. introdujo una mejora sustancial de este servicio. Los mensajes escritos comenzarían a sustituir a los verbales ganando en precisión y fiabilidad. Los servicios de encomiendas nacieron al servicio de las necesidades de la gobernación, la diplomacia y la guerra.

Casi seis siglos antes de Cristo, según lo encontrado en algunas tumbas egipcias, ya existían los llamados relevos; los cuales, se encargaban de transportar los papiros en pequeñas embarcaciones que navegaban el río Nilo. Los persas, 500 años a.C., durante el reinado de Ciro II El Grande, crearon sus primeros servicios de postas.

No se conoce con exactitud el origen del servicio de correos a pie; pero se sabe que, al igual que los griegos y los romanos, los aztecas también contaban con mensajeros bien entrenados y disciplinados. De igual manera los incas no se quedaron atrás, pues tenían un sistema muy parecido.

En la época del Imperio de los Incas durante el siglo XV, el correo estaba servido por los chasquis (grupo de hombres más fuertes y resistentes, entre los 18 y 25 años), los mismos que eran capaces de trepar montañas y llegar a páramos helados, gracias a su gran estado físico; que llevaban a cabo su trabajo a través de una red de caminos denominada "Cápac Ñan". Ese denominado Camino del Inca, llegó a tener; aproximadamente 16,000 kilómetros de longitud; eran rutas casi rectilíneas, con un ancho de entre 5 a 10 metros. Cada 2 kilómetros existía una especie de zona de descanso; una cabaña rústica que era denominada "tambo", que inclusive contaba con

servicios de hospedaje. En esta zona, como en una carrera de postas, esperaba otro chasqui, el mismo que continuaba su trayecto hacia el destino final del mensaje o encomienda.

Cabe mencionar un dato importante acerca de los chasquis, la historia revela que el emperador Inca Huayna Capac, era muy amante del pescado y viviendo en los Andes, le llegaba fresco, gracias al gran trabajo de los “chasquis” y por ellos, el soberano, se enteró de la llegada de los españoles.

En tiempo de la Colonia, en cambio, la valija (encomienda) era transportada en barcos denominados galeones hacia España. Y en cuanto a las relaciones entre los pueblos, fueron fomentadas por los nexos que los párrocos establecían construyendo vías para sus feligreses, vías que se ampliaron sirviendo de caminos vecinales y, luego caminos de herradura. Los obispos al visitar sus diócesis se empeñaban en este desarrollo vial, junto con los cabildos de ese entonces.

La rueda fue uno de los inventos más maravillosos de la historia, ya que inició el desarrollo de todo tipo de transportes terrestres. La rueda ha sufrido numerosas transformaciones a través de los tiempos hasta alcanzar la perfección. Durante siglos los medios tradicionales de transporte, restringidos a montar sobre animales, carros y trineos tirados por animales (carruaje, diligencia).

Pero luego, 1804, el inglés R. Chard Trevithik y su compatriota Andrew Vuian patentaron la primera locomotora a vapor que se movía sobre rieles. Esta máquina, formada por cinco vagones, y con una tripulación de 70 personas recorrió un trayecto de 16 kilómetros en dos horas. Pero cada vez se creaba la necesidad de poseer una locomotora con mayores beneficios, y es por ello, que existieron muchas innovaciones de parte de diferentes personajes, hasta que en el año de 1814, Stephenson construye su primera locomotora, capaz de arrastrar 30 toneladas a una velocidad de 6 kilómetros por hora.

De igual manera, a mediados del siglo XIX se empezó en España, la construcción de la línea ferroviaria. En Europa los ferrocarriles empezaron a construirse en todos los países entre 1828 y 1850. Y gradualmente el ferrocarril fue llegando a todos los países europeos. La revolucionaria aparición del ferrocarril proporcionó un auténtico cambio en la industria. El tren representó por tanto un progreso enorme en las comunicaciones al facilitar con prontitud y fiabilidad toda clase de intercambios, ya fueran comerciales, de negocios, personales, ideológicos y culturales.

El transporte aéreo es la forma de transporte moderno que se desarrollo más rápidamente. Aunque los pioneros de la aviación en Estados Unidos, Orville y Wilbur Wright, hicieron el primer vuelo en el aparato más pesado que el aire en Kitty Hawk, Carolina del Norte, el año 1903, y a partir de 1911 en Estados Unidos se aprobó oficialmente el transporte aéreo de correo.

El avión es el medio de transporte más veloz, pero también el de más alto costo, por lo que se lo utiliza para transporte de viajeros y mercaderías de bajo peso y alto valor o de urgente necesidad, o a los lugares de difícil accesibilidad. Si bien es el más utilizado para largas distancias, en la actualidad ya es usado normalmente para distancias medias. Especialmente para cruzar relieves montañosos o zonas inhóspitas.

En sí, este servicio tradicionalmente obligaba al mensajero a realizar un desplazamiento a pie o a lomos de algún cuadrúpedo. Luego a mediados del siglo XIX, la invención del ferrocarril agilizó de un modo muy significativo los servicios postales. También el transporte marítimo prestó valiosos servicios a los envíos de mensajes personales y de paquetería. A mediados del siglo XX, con la implantación generalizada del transporte aéreo, este medio comenzó a absorber gran parte de los servicios de correos, sobre todo los de larga distancia.

La oferta de servicios de encomiendas tiene hoy capacidad tanto para incrementar la demanda de planes de desplazamientos circular como para disminuirla. Su comportamiento en uno u otro sentido puede variar de un país a otro, de un estrato social a otro y de un momento a otro.

Actualmente existen algunas compañías internacionales que ofrecen los servicios de mensajería y paquetería, de las cuales podemos nombrar las empresas más conocidas como: DHL, DELGADO TRAVEL, SERVIENTREGA, entre otras, así como el correo nacional del Ecuador que pertenece al Estado; dichas entidades por lo general su fuerte es el servicio de paquetería y mensajería nacional, pero algunas de ellas nos ofrecen servicios de envío a otros países.

El Correo Nacional del Ecuador aproximadamente tiene sus inicios en la Real Audiencia de Quito en el año de 1.734, en donde el envío de las piezas postales (cartas y paquetes) se lo llevaba como en la actualidad. En nuestro territorio ecuatoriano a partir del año de 1.769 se estableció un sistema de jornadas reglamentarias para el servicio de correos, desde el Sur por los virreinos de Buenos Aires, Perú, Nueva Granada y la Capitanía de Chile. En ese entonces el primer administrador de los correos fue el Sr. Antonio Romero de Tejada, este servicio se caracterizó como un monopolio.

Posteriormente al darse la independencia de Quito, el Correo continúa con los mismos procedimientos establecidos en la Real Audiencia. El General Juan José Flores el 2 de mayo de 1.831 dictó un decreto creando la Administración General de Correos, designando como primer administrador al Sr. Antonio Baquero en 1.834.

Al principio el Estado ecuatoriano comenzó a manejar el servicio de correspondencia por medio de una rudimentaria forma de transporte practicada por personas que viajaban desde Quito y Guayaquil llevando las cartas para entregarlas en las oficinas de Gobierno. El transporte de correspondencia adquirió la característica de servicio nacional a partir de la terminación del ferrocarril Quito – Guayaquil, y el vagón que transportaba las encomiendas era esperado con avidez en cada pueblo y ciudad.

Además, cambia el panorama cuando el correo marítimo, a partir de 1.841, tiene un rápido crecimiento en la ruta entre Callao y Valparaíso y luego a través de toda la costa del Pacífico hasta Panamá.

En 1.865, en el Gobierno de Gabriel García Moreno, circula la primera serie de sellos postales en virtud de un decreto presidencial para el pago de correspondencia, entrando la institución postal en una etapa de modernización y desarrollo, estableciéndose el sistema de privilegio por medio de estampillas que está en uso en la mayor parte de las naciones de América y Europa, extendiéndose a todas con la facilidad de la vía terrestre y marítima.

La aviación se hizo particular y comercial desde la primera guerra mundial, entro rápidamente a competir con el correo tradicional, acortando distancias y mejorando la transportación de pasajeros y sobretodo de correspondencia.

En 1.937 los correos pasaron a depender del Ministerio de Obras Públicas en calidad de institución adscrita. Luego en el año de 1.971 se otorga al servicio de Correos Nacionales la facultad legal para que pueda administrar directamente sus recursos, pero inmediatamente se volvió anexar al Ministerio de Obras Públicas mediante Decreto Supremo, en este caso como Empresa Nacional de Correos, en calidad de entidad de derecho público y personería jurídica, dicha ley tenía como objetivo establecer sistemas adecuados que permitan agilizar y efectivizar el servicio de acuerdo con los requerimientos actuales.

Otra empresa reconocida a nivel nacional es TRAMACO EXPRESS CIA. LTDA. Fundada en 1993, quien se dedica a la transportación de encomiendas, cubriendo las ciudades principales (Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Esmeraldas y Santo Domingo), secundarias y trayectos especiales. Esta compañía brinda el servicio de transporte de correspondencia y carga liviana, así como también entrega de sobres, revistas, estados de cuenta, y otros documentos en la ciudad de Quito y los Valles.

En Santo Domingo operan algunas de las entidades antes mencionadas, pero carecen de algunos servicios específicos que se proponen en este proyecto, como es, el de realizar trámites, entregas de encomiendas locales y compras, por lo tanto, las probabilidades de éxito son varias, ya que la empresa sería la pionera en esta ciudad.

2.2. Características del sector.

Santo Domingo es una ciudad dotada de oportunidades para emprendedores, por lo que permite la creación de nuevas necesidades, debido al medio en que vivimos o su gente, es decir por la calidad de vida que desean llevar, ya que se les facilitaría en realizar parte de sus responsabilidades ante la sociedad (gestiones gubernamentales) u otras actividades que se presentan de manera urgente.

Otro factor que permite el ingreso de este proyecto es que en nuestra ciudad existe desinterés y poco conocimiento en temas sobre trámites en las entidades públicas, por lo tediosas y burocráticas, pero a la vez, no se puede dejar a un lado dichas gestiones, ya que son obligaciones que debemos cumplir como ciudadanos.

Recalcando que en esta ciudad no se cuenta con una entidad eficiente que se haga cargo de encomiendas y trámites de puerta a puerta, sino, solo a nivel nacional.

2.3. Características del servicio.

Se pretende instaurar una empresa dedicada a realizar cualquier tipo de encomienda o trámite en Santo Domingo de los Tsáchilas. Con dicho servicio, el cliente puede efectuar sus negocios o el mandado más simple de manera rápida y confiable.

El servicio es ideal para profesionales independientes, pequeñas empresas o personas que por falta de tiempo, limitaciones físicas, condiciones geográficas desean encargar sus mandados a una empresa responsable y eficaz.

Es conveniente destacar la agilidad con que se lleva a efecto todo tipo de mandados, desde llevar un sobre, reclamar un cheque, trámite de documentos legales ante juzgados y notarias, dirigencias en escuelas, colegios y Universidades, matriculación de vehículos, trámite de impuestos, distribución de correspondencia, depósitos bancarios, llevar prendas de vestir de un lugar a otro, realizar cotizaciones, pago de servicios

básicos, hasta hacer una compra o incluso encargarse por completo de la mensajería de una empresa.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercados consiste en un estudio de oferta, demanda y precios, tanto de los productos como de los insumos de un proyecto”¹

3.1. Objetivos del estudio de mercado

La elaboración y desarrollo del estudio de mercado genera información oportuna que es necesario tener presente para poder participar y ser competitivo en un nicho determinado, de manera que uno como empresario no pierda esfuerzos ni recursos incautamente. Es por ello que cualquier proyecto que se desee emprender, nunca debe dejar de lado el estudio de mercado, ya que le permitirá saber en que medio tendrá que moverse, pero sobre todo, si las posibilidades de venta son reales y si el bien o servicio que se quiere ofrecer podrá colocarse en las cantidades premeditadas de tal modo que se cumplan las expectativas del empresario.

3.1.1. Objetivo general

Determinar la aceptación que tendrá el instaurar una empresa dedicada al servicio puerta a puerta de encomiendas y trámites locales, que cumpla con las expectativas de consumidores potenciales en la localidad de Santo Domingo.

3.1.2. Objetivos específicos

- Identificar el mercado objetivo.
- Estimar la demanda potencial y efectiva.

¹ MOKATE, Karen Marie; Evaluación financiera de proyectos de inversión, Editorial: Alfaomega, segunda edición 2007, pág. 32

- Realizar un análisis de la competencia en el sector.
- Determinar la demanda insatisfecha.
- Efectuar el Marketing Mix del servicio.

3.2. Metodología para la cuantificación de la demanda

3.2.1. Unidad de análisis o estudio

La investigación descriptiva permitirá exponer técnicas para el control y mejoramiento de los procesos mediante el cual se podrá tener una mayor demanda.

En cambio la investigación de campo será la recopilación de datos primarios y secundarios, acudiendo al sitio donde se puedan constatar los hechos relevantes.

En este método de la investigación correlacional se estudiará las relaciones entre las diferentes variables y sus resultados.

3.2.2. Métodos de investigación

Son procedimientos de conocimientos en la medida en que partiendo de leyes y generalidades lleguemos a comprobaciones eminentemente particulares.

➤ Método deductivo

Se aplicará este tipo de método deductivo en la medida en que partiendo de leyes y generalidades se pueda llegar a obtener comprobaciones eminentemente particulares.

➤ Método inductivo

La inducción se estipulará mediante el establecimiento de varios preceptos particulares o casos acertados, para alcanzar un proceso sistemático de conceptos, generalidades y leyes.

➤ **Método analítico**

Este método permitirá netamente indagar tanto la bibliografía o lo referente a la temática, así como la información obtenida de criterios de expertos en el tema.

➤ **Método sintético**

Este método permitirá no solo investigar a través de encuestas, entrevistas, sino del contacto con la realidad y problemática, realiza resúmenes, síntesis, esquemas, cuadros sinópticos, entre otros.

➤ **Método de muestreo**

Se estructurarán tabulaciones y gráficas resultado de las encuestas realizadas.

3.3. Recolección de la información

➤ **Revisión de la literatura**

El análisis bibliográfico se investigará en fuentes con fundamentos científicos actualizados como son libros, folletos, diccionarios, revistas, proyectos.

➤ **Encuestas**

Esta técnica se utilizará dentro del estudio del mercado, el cual estará destinado para tener opiniones de varias personas o grupos.

➤ **Cuestionarios**

Son preguntas para los futuros clientes, sin la necesidad de identificarse, además dicho mecanismo se aplica también para indagar a la competencia.

➤ **Consulta a expertos**

Se buscará asesoramiento con personas eruditas en temas relacionados con la ejecución del proyecto, criterios técnicos que se convertirán en herramientas relevantes para llevar a cabo el proyecto.

➤ **Internet**

Se utilizará para indagar tanto aspectos históricos, como antecedentes de actualidad, que sean importantes para el desarrollo del trabajo de investigación.

3.4. Procesamiento de la información

Para establecer la población objetivo primeramente es conveniente proyectar para años posteriores el incremento de la población, debido a que las estimaciones emitidas por el INEC se estipulan solamente hasta el año 2010.

Para proyectar la población se hace uso de varios métodos, entre los más conocidos están: regresión lineal y la tasa de crecimiento promedio anual.

a) Proyección de la población mediante el método de regresión lineal simple

“El análisis de regresión es una técnica estadística para la estimación de los parámetros de una ecuación que relaciona una determinada variable con un conjunto de variables. El análisis se lleva a cabo mediante el establecimiento de un modelo de regresión cuyos parámetros recogen y cuantifican los efectos que se pretende estudiar²”.

Se debe considerar fundamentalmente datos históricos emitidos por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.

² <http://www.matematica.ues.edu.sv/trabajosdegraduacion/analisis/CAPÍTULO%205.PDF>

Posteriormente se realizará la aplicación de fórmulas correspondientes como se muestra a continuación:

CUADRO N° 1
POBLACIÓN PROYECTADA POR EL INEC

AÑO	POBLACIÓN URBANA SEGÚN INEC
2006	219.894
2007	222.663
2008	225.503
2009	228.384
2010	231.302

Fuente: INEC

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Las fórmulas de aplicación para regresión lineal son las siguientes:

$$a = \frac{\sum Y}{N}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$Y_c = a + b x$ Es la ecuación general de la recta, en los que hay que reemplazar a y b, determinando de esta manera la ecuación que permitirá realizar la proyección.

Y_c = Es el valor estimado de la variable dependiente para una valor específico de la variable independiente.

a = Es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje.

b = Es la pendiente de la línea de regresión

Los valores de “x” serán los reemplazados por los siguientes años de proyección:

CUADRO N° 2
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN MEDIANTE REGRESIÓN LINEAL
SIMPLE

AÑOS	Y DEMANDA	X	(X* Y)	X ²	Y ²
2006	219.894	-2	-439788	4	48353371236
2007	222.663	-1	-222663	1	49578811569
2008	225.503	0	0	0	50851603009
2009	228.384	1	228384	1	52159251456
2010	231.302	2	462604	4	53500615204
TOTAL	1.127.746		28.537	10	2,54444E+11
		a =	225.549		
		b =	2.854		
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN					
AÑO	a	b	x	Yc = a+bx	POBLACIÓN PROYECTADA
*2011	225.549	2.854	3	234110	234.110
*2012	225.549	2.854	4	236964	236.964
*2013	225.549	2.854	5	239818	239.818
*2014	225.549	2.854	6	242671	242.671
*2015	225.549	2.854	7	245525	245.525
*2016	225.549	2.854	8	248379	248.379
*2017	225.549	2.854	9	251233	251.233

Fuente: INEC, Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

b) Proyección de la población mediante la tasa de crecimiento promedio anual.

De igual manera se realiza un análisis de datos históricos emitidos por el INEC, con la finalidad de establecer el incremento porcentual promedio estipulado año a año, indicador que servirá para proyectar la población en periodos posteriores como se muestra a continuación:

CUADRO N° 3
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN MEDIANTE LA TASA DE
CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL

AÑOS	POBLACIÓN URBANA SEGÚN INEC	(%) INCREMENTO
2006	219.894	
2007	222.663	1,24
2008	225.503	1,26
2009	228.384	1,26
2010	231.302	1,26
T.C.P.A		1,3
AÑOS PROYECTADOS	INCREMENTO PROYECTADO	POBLACIÓN PROYECTADA
* 2011	1,30%	234.309
* 2012	1,30%	237.355
* 2013	1,30%	240.441
* 2014	1,30%	243.566
* 2015	1,30%	246.733
* 2016	1,30%	249.940
* 2017	1,30%	253.189

Fuente: INEC, Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Para establecer que método se debe utilizar, es conveniente realizar un análisis mediante el coeficiente de correlación:

CUADRO N° 4
ANÁLISIS DEL COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

AÑO	MÉTODO TCPA	MÉTODO RL
*2011	234.309	234110
*2012	237.355	236964
*2013	240.441	239818
*2014	243.566	242671
*2015	246.733	245525
*2016	249.940	248379
*2017	253.189	251233
COEF. CORRELACIÓN	0,999713171	0,999996422
* DATOS PROYECTADOS		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar el método de regresión lineal es el más aconsejable debido a que su coeficiente de correlación tiende a aproximarse a 1 en relación a lo obtenido en la tasa de crecimiento promedio anual. Por tal motivo se procede a proyectar y a determinar la población objetivo en base a regresión lineal.

**CUADRO N° 5
POBLACIÓN OBJETIVO**

AÑO	POBLACIÓN URBANA	ÍNDICE DE POBREZA	POBLACIÓN BAJO ÍNDICE DE POBREZA	POBLACIÓN OBJETIVO
2009	228384	38,30%	87.471	140.913
2010	231302	38,30%	88.589	142.713
*2011	234110	38,30%	89.664	144.446
*2012	236964	38,30%	90.757	146.207
*2013	239818	38,30%	91.850	147.968

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Para determinar la población objetivo se consideró la población urbana de Santo Domingo emitida por el INEC hasta el año 2010 y las proyecciones mediante regresión lineal para periodos posteriores.

Un factor indispensable es el índice de pobreza (38.3%) puesto que se trata de segmentar el mercado y dirigir el servicio hacia aquellas personas que tengan la posibilidad económica de devengar las prestaciones ofertadas.

3.5 La muestra, cálculo y tamaño

Mediante el cálculo de la muestra se puede determinar el número de encuestas a realizar, con la finalidad de obtener información importante referente a la percepción de los futuros consumidores.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Consideraciones importantes para el cálculo de la muestra:

- Usar la versión "población conocida", introduciendo dicha población.
- Utilizar el nivel del 95% de seguridad ($\alpha = 0,05$, $z = 1,96$)
- Utilizar una precisión del 5% al 10% (error i , 0,05-0,1). La precisión del 5% es la ideal, pero requiere tamaños muestrales bastante elevados. La precisión del 10% puede ser suficiente en la mayoría de los casos.
- Utilizar la frecuencia esperada del parámetro, utilizando los resultados de estudios pilotos o de años anteriores. Se recomienda que, en caso de no conocer dicha frecuencia esperada, se debe introducir 0,5 en la hoja, que es el caso más desfavorable (obliga al mayor tamaño muestral posible).

3

Deducción de la fórmula:

CUADRO N° 6
DEDUCCIÓN DE LA FÓRMULA

N	Tamaño de la población objetivo total = 140.913
n	Tamaño de la muestra total
Z	Referencia estandarizada dado un nivel de confianza = 1,96%
E - i	Margen de error = 0,09%
p	0,5
q	0,5

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Aplicación de la fórmula:

CUADRO N° 7
APLICACIÓN DE LA FÓRMULA

N	140.913			
Z (95%)	1,96	n =	135.332,78	118
E - i	0,09		1.142,35	
p	0,5			
q	0,5			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Según los cálculos aplicados se deben realizar 118 encuestas dirigidas a la población o mercado objetivo.

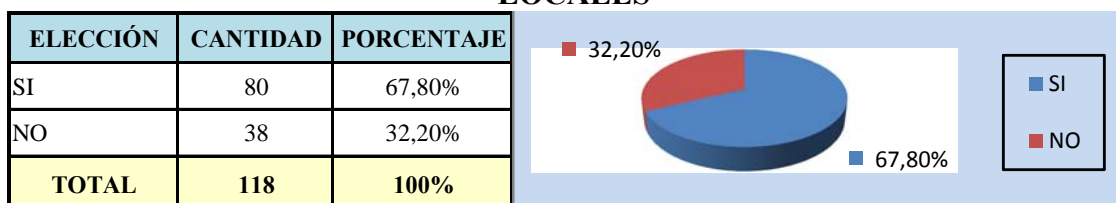
³ Mira JJ Gómez Aranz J Pérez E. ¿Cual es el tamaño adecuado de la muestra? Octubre 1997, Pág. 58 - 64.

3.6 Tabulación e interpretación de encuestas

PREGUNTA N° 1

¿Conoce usted del servicio de encomiendas y trámites locales?

CUADRO ESTADÍSTICO N° 1
CONOCIMIENTO DE SERVICIOS DE ENCOMIENDAS Y TRÁMITES
LOCALES



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

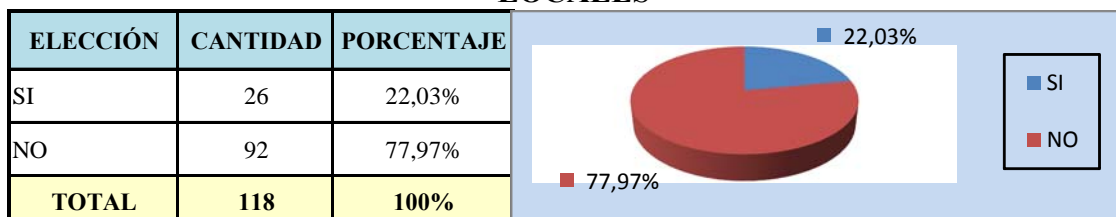
Interpretación:

Según las encuestas realizadas el 67,80% afirma tener conocimiento en lo que se refiere a los servicios de encomiendas y trámites locales, mientras que el 32,20% se muestra indiferente.

PREGUNTA N° 2

¿Conoce usted de la existencia de alguna empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo?

CUADRO ESTADÍSTICO N° 2
CONOCIMIENTO DE EMPRESAS DE ENCOMIENDAS Y TRÁMITES
LOCALES



Fuente: Investigación de campo

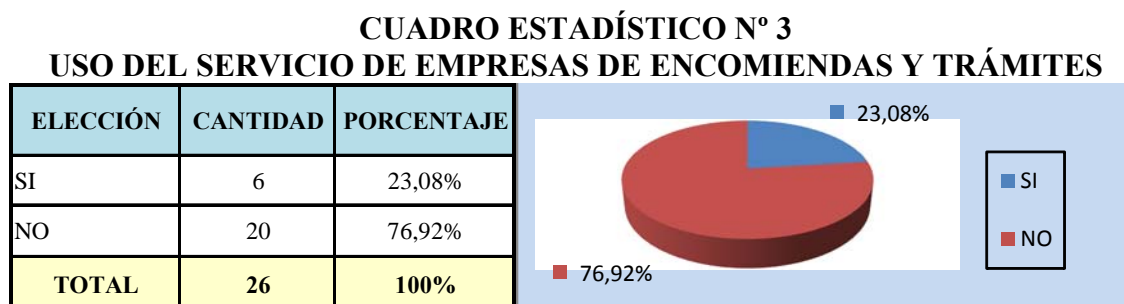
Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Interpretación:

El 22,03% concuerda en conocer una o varias empresas que ofrecen servicios de encomiendas o trámites en la localidad, no obstante el 77,97% de encuestados manifiestan que no han identificado entidades que otorguen prestaciones como las antes mencionadas.

PREGUNTA N° 3

¿A hecho uso alguna vez del servicio de encomiendas y trámites locales que ofertan las empresas que usted dice conocer?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Interpretación:

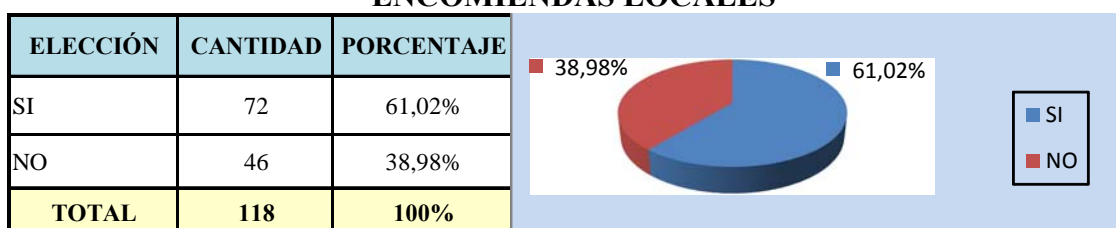
Es importante destacar que el análisis referente a esta pregunta se realiza en base a la interrogante N° 2 debido a que se considera únicamente a las personas que conocen de la existencia de empresas que ofrecen servicios de encomiendas o trámites locales o que desarrollan actividades similares.

El 23,08% afirma haber usado en algún momento determinado, los servicios de una empresa que realiza trámites o encargos locales, a diferencia del 76,92% que no han hecho uso de dichos servicios.

PREGUNTA N° 4

¿De instaurar una empresa dedicada a realizar servicios de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo, usted estaría dispuesto a ser uso de dichos servicios?

**CUADRO ESTADÍSTICO N° 4
ACEPTACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA DE TRÁMITES Y
ENCOMIENDAS LOCALES**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Interpretación:

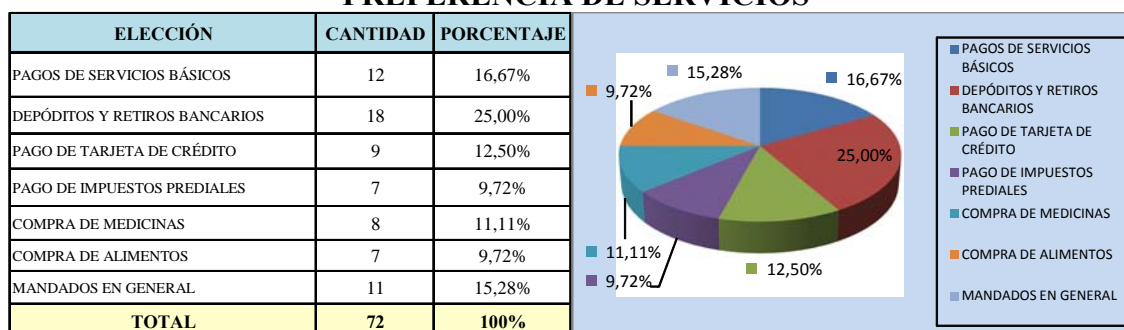
De la población objetiva encuestada el 61,02% cree conveniente e importante la implementación de una empresa eficiente que ofrezca servicios de encomiendas y trámites dentro de la ciudad. El 38,98% se demuestra apatía por dicha iniciativa.

Esta interrogante es sumamente relevante puesto que su análisis permite establecer el porcentaje de aceptación del negocio con lo cual se procede a estimar la demanda potencial.

PREGUNTA N° 5

¿De los servicios mencionados a continuación cuales cree usted que son los más importantes para que la empresa pueda ofertar; seleccione únicamente uno?

CUADRO ESTADÍSTICO N° 5 PREFERENCIA DE SERVICIOS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

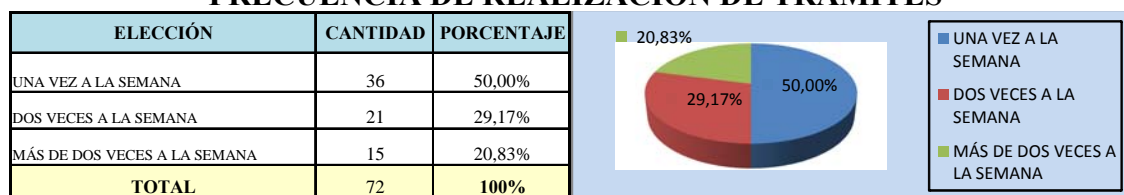
Interpretación:

El 25% se inclina por los servicios de depósitos y retiros bancarios, el 16,67% prefieren la realización de pagos de servicios básicos, el 15,28% concuerdan en que la empresa debería realizar todo tipo de mandados en general, el 12,50% estima necesario los servicios tales como desembolsos por utilización de tarjetas de crédito.

PREGUNTA N° 6

¿Con que frecuencia realiza usted gestiones de encomiendas y trámites locales?

CUADRO ESTADÍSTICO N° 6 FRECUENCIA DE REALIZACIÓN DE TRÁMITES



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

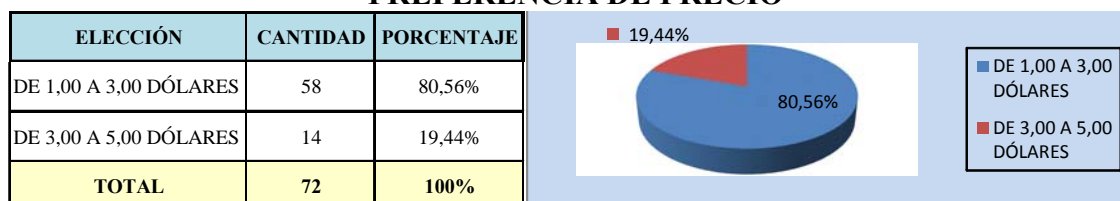
Interpretación:

El 50% de la población objeto de estudio mencionan que efectúan como mínimo un trámite semanal, mientras tanto el 29,17% establecen que realizan sus diligencias dos veces a la semana, el 20,83% consideran que ejecutan sus trámites constantemente.

PREGUNTA N° 7

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por hacer uso del servicio de encomiendas y trámites locales que ofrece la empresa?

**CUADRO ESTADÍSTICO N° 7
PREFERENCIA DE PRECIO**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

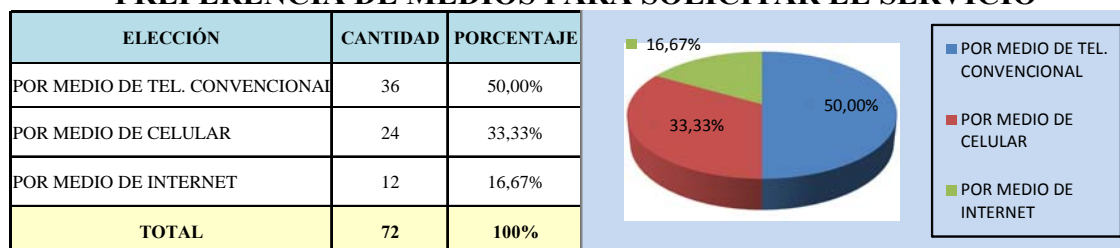
Interpretación:

El 80,56% de encuestados estiman conveniente un precio que oscila entre 1,00 a 3,00 dólares a diferencia del 19,44% que consideran una cantidad monetaria fluctúa entre los 3,00 a 5,00 dólares.

PREGUNTA N° 8

¿Por qué medios de comunicación cree usted que puede solicitar el servicio con mayor agilidad?

**CUADRO ESTADÍSTICO N° 8
PREFERENCIA DE MEDIOS PARA SOLICITAR EL SERVICIO**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Interpretación:

Referente a los medios que se pueden utilizar para hacer uso del servicio el 50% cree necesario recurrir al teléfono convencional, el 33,33% considera imperioso el celular, y tan solo el 16,67% se inclina por el internet.

3.7 Cuantificación de la Demanda

“La demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”⁴.

3.7.1 Demanda Potencial

Para determinar la demanda potencial se considera la población objetivo proyectada y el porcentaje de aceptación del proyecto sustentado mediante las encuestas realizadas.

**CUADRO N° 8
DEMANDA POTENCIAL**

AÑO	POBLACIÓN OBJETIVO	% DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA	DEMANDA POTENCIAL
2009	140.913	61,02%	85.981
2010	142.713	61,02%	87.079
2011	144.446	61,02%	88.137
2012	146.207	61,02%	89.211
2013	147.968	61,02%	90.285

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar en el cuadro que antecede el porcentaje de aceptación es de 61.02%, indicador sustraído específicamente de la interrogante N° 4, la cual establece la aprobación de los futuros consumidores por hacer uso de los servicios que pretende ofrecer la empresa.

⁴ FISCHER Laura y ESPEJO Jorge, Mc Graw Hill, Pág. 240, Del libro: Mercadotecnia, Tercera Edición.

3.7.2 Demanda Efectiva

“Es la demanda real, considerando el nivel de consumo o la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios”⁵.

De igual forma para determinar la demanda efectiva, que representa básicamente el número de trámites o encomiendas que el mercado potencial puede realizar en un periodo anual, se debe considerar los resultados obtenidos en la pregunta N°6 la cual estima en promedio la frecuencia con que las personas realizan sus diligencias.

CUADRO N° 9
PROMEDIO DE CONSUMO ANUAL (Realizaciones de trámites)

PROMEDIO DE CONSUMO SEMANAL	PROMEDIO DE CONSUMO MENSUAL	PROMEDIO DE CONSUMO ANUAL (trámites)
1	4	48

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se visualiza el mercado potencial representado por el número de habitantes que están de acuerdo en hacer uso del servicio establecen un promedio mínimo de realización de trámites o diligencias de una vez a la semana lo que significa que anualmente se estiman 48 gestiones aproximadamente.

En base a lo manifestado se procede obtener la demanda efectiva:

CUADRO N° 10
DEMANDA EFECTIVA
(Número de servicios o trámites realizados durante un año)

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	PROMEDIO DE CONSUMO ANUAL (frecuencia de realización de trámites)	DEMANDA EFECTIVA (N° trámites efectuados durante el año)
2009	85.981	48	4.127.077
2010	87.079	48	4.179.807
2011	88.137	48	4.230.556
2012	89.211	48	4.282.124
2013	90.285	48	4.333.693

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

⁵ www.mercado.com.ar

Es importante destacar que la demanda efectiva se mide en servicios, es decir la cantidad de trámites que dentro del mercado se pueden realizar en un periodo determinado.

3.8 Cuantificación de la Oferta

“La oferta constituye el número de productores sean estos de artículos o servicios, los cuales ponen a disposición del consumidor todo cuanto ofrecen, con la finalidad de obtener utilidad por las ventas realizadas”⁶.

➤ Análisis de la oferta directa

Constituye la competencia que ofrece productos y servicios similares.

En este caso representan las empresas que se dedican únicamente a la prestación de servicios de realización de trámites, encomiendas o cualquier tipo de mandados dentro de la localidad.

Según la investigación realizada Santo Domingo carece de una entidad que se dedique a ofrecer este tipo de servicios, por consiguiente no existe competencia directa.

➤ Análisis de la competencia indirecta

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas existe un número determinado de empresas de radio taxi las mismas que realizan mandados en forma específica tales como compra de medicinas en farmacias, compra de alimentos, entrega de encomiendas dentro del sector etc. Por tal motivo se cree conveniente considerar a dichas entidades como competencia indirecta.

⁶ www.monografias.com

CUADRO N° 11 COMPETENCIA INDIRECTA

N°	EMPRESA	DIRECCIÓN	ESTIMACIÓN PROMEDIO DE ENCOMIENDAS LOCALES REALIZADAS EN EL DÍA	ESTIMACIÓN PROMEDIO DE ENCOMIENDAS LOCALES REALIZADAS EN EL MES	ESTIMACIÓN PROMEDIO DE ENCOMIENDAS LOCALES REALIZADAS EN EL AÑO
1	SEGURITAXI	Ibarra y Cartfort	40	1120	13.440,00
3	SERVITAXI	Ambato y Guayaquil	45	1260	15.120,00
4	TAXITOUR	Av. 3 de Julio y Y del colorado	50	1400	16.800,00
5	ROYALAUTO	Diogenes Paredes	65	1820	21.840,00
6	MAS TAXI	Av. Quito	45	1260	15.120,00
7	TRASPORTE EJECUTIVO	Santa Marta	60	1680	20.160,00
8	CONTRATAX	Coop. Liberación Popular	40	1120	13.440,00
9	RADIO TAXI	Calle Juan Jose Flores	60	1680	20.160,00
10	TURITRANS	Municipal 2 calle Mendoza	50	1400	16.800,00
TOTAL					152.880,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La competencia indirecta en su totalidad esta en capacidad de ofrecer 152.880 servicios o realización de trámites y encomiendas durante el año. Estos datos fueron obtenidos mediante investigación de campo y consultas a encargados y representantes de las empresas en mención.

➤ Publicidad de la competencia indirecta

Los medios de transporte que generalmente realizan encomiendas de índole local se identifican básicamente por medio de tarjetas a nivel general, en donde tratan de exponer en forma específica los servicios que ofrecen:

GRÁFICO N° 1 PUBLICIDAD DE LA COMPETENCIA INDIRECTA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ Proyección de la oferta efectiva

Para proyectar la oferta es necesario considerar la tasa promedio de incremento poblacional, la misma que se analizó anteriormente en las proyecciones estimadas, específicamente mediante la TCPA (Tasa de crecimiento promedio anual).

**CUADRO N° 12
PROYECCIÓN DE LA OFERTA EFECTIVA**

AÑO	OFERTA PROMEDIO ANUAL	INCREMENTO ANUAL SEGÚN TCPA	PROYECCIÓN DE LA OFERTA
2009	152.880		152.880
2010	154.867	1,30%	154.867
2011	156.881	1,30%	156.881
2012	158.920	1,30%	158.920
2013		1,30%	160.986

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La proyección de oferta efectiva permite estimar que para el año 2013 el total de servicios emitidos por la competencia serán de 160.986.

3.9 Demanda insatisfecha

“Cuando la producción o cantidad de bienes y servicios ofrecidos no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado”⁷.

**CUADRO N° 13
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA EFECTIVA (Servicios)	OFERTA EFECTIVA (Servicios ofertados)	DEMANDA INSATISFECHA (Número de servicios)
2009	4.127.077	152.880	3.974.197
2010	4.179.807	154.867	4.024.940
2011	4.230.556	156.881	4.073.675
2012	4.282.124	158.920	4.123.204
2013	4.333.693	160.986	4.172.707

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

⁷ Barreno, Luís, (2005), Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Pág. 20.

Como se puede observar existe un nivel aceptable de demanda insatisfecha, la misma que debe ser aprovechada de manera eficiente.

3.10 Oferta del proyecto

Los servicios que pretende ofrecer el proyecto se estipulan en función a la siguiente apreciación:

➤ Pago de servicios básicos

Desembolsos por utilización de luz, agua y teléfono, de la misma forma cancelación de impuestos prediales.

GRÁFICO N° 2
PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ Gestiones bancarias

Realización de retiros y depósitos en cualquier entidad financiera, pagos de tarjetas de créditos.

GRÁFICO N° 3 GESTIONES BANCARIAS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ **Encargos**

Se efectúan compras de cualquier tipo de artículo, medicinas, comida etc. Se realiza además el traslado y entrega de la ropa que necesita ser llevada a la lavandería.

GRÁFICO N° 4 TODO TIPO DE ENCARGOS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ **Todo tipo de tramites**

Entrega y despacho de encomiendas y paquetes en cualquier empresa de transporte, retiro de exámenes médicos, boletines escolares, etc.

GRÁFICO N° 5 CUALQUIER TRÁMITE



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Principalmente este servicio estará dirigido a las personas residentes en la zona urbana de Santo Domingo, que busquen optimizar tiempo librándose de realizar actividades que pueden ser delegadas a terceros, a cambio de una retribución monetaria poco representativa.

3.11 Marketing Mix.

Se denomina al marketing Mix como “el uso de un conjunto de herramientas encaminadas a la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para presentar un producto que realmente satisfaga las necesidades de los clientes”⁸

3.11.1 Objetivo general del Marketing Mix

Promover el estímulo y el posicionamiento de la nueva empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo.

⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Marketingmix>

3.11.2. Objetivos específicos del Marketing Mix.

- Determinar en forma específica el canal de distribución o medios de comercialización del servicio a ofertar.
- Establecer políticas de publicidad que cree incitación de consumo y evocación en el cliente.
- Realizar un análisis coherente referente a las cuatro P del servicio.

3.11.3. Producto o servicio.

“Servicio es un acto o desempeño que ofrece una parte a otra, aunque el proceso puede estar vinculado a un producto físico o el desempeño es en esencia intangible”⁹

El servicio que se ofrecerá a la ciudadanía se convertirá en indispensable para aquellas personas que por su trabajo no pueden ocuparse de tiempo completo en determinadas diligencias, ya sea en empresas públicas o privadas.

a) Características del servicio a ofertar

- El tiempo de entrega de cualquier encomienda o trámite a realizar debe ser el mínimo, capaz de cubrir los requerimientos de los clientes de manera oportuna.
- Los clientes tendrán facilidad de solicitar el servicio por medio de línea telefónica o mensaje vía celular.

⁹ LOVELOCK, CH. ; REYNOSO J. ; D'Andrea, G. ; HUETE, L. : “Administración de Servicios, Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos” , Año 2004, Pág. 4

b) Garantías de servicio

- La empresa deberá responder inmediatamente por pérdidas de dineros otorgados por el cliente para realización de alguna diligencia en particular.
- La entidad deberá garantizar que los productos o encomiendas lleguen a su destino en buen estudio, salvo excepciones que se encuentren fuera del alcance de responsabilidad de la empresa.

3.11.4. Precio.

El precio de un producto es el "importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto"¹⁰

Para la fijación de importes para los servicios que se ofertará, se aplicará una política de precios accesible al mercado consumidor.

Es importante destacar que en las encuestas realizadas los precios que los clientes estrían dispuestos a pagar oscilan entre 1,00 y 3,00 dólares.

Esta información será de vital importancia para el establecimiento de la cantidad monetaria por la prestación del servicio en el análisis de costos e ingresos, que se realizará posteriormente.

3.11.5. Plaza.

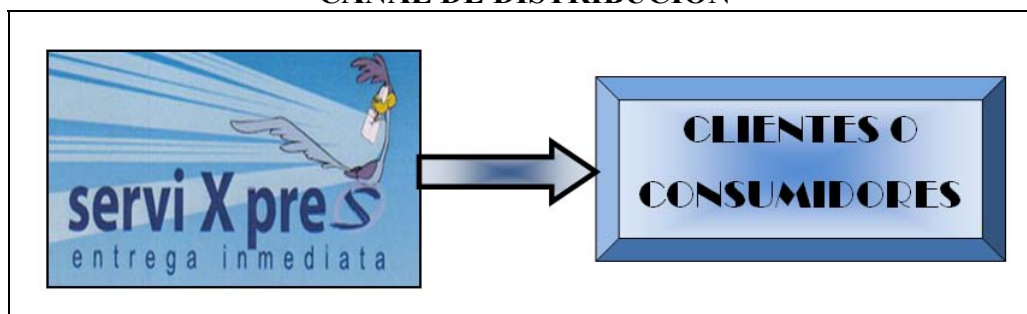
“La plaza es poner los bienes y servicios en la cantidad y en el lugar adecuado cuando el consumidor lo desee”¹¹

¹⁰ ROMERO, Ricardo; del Libro Marketing; Editora Palmir E.I.R.L.; Pág. 130

¹¹ E, Jerome, MC McCarthy, Mc Graw Hill; Marketing un Enfoque Global; 13 edición; México; 2001, Cap.11; Pág. 298.

Siendo los servicios de encomiendas y trámites locales un bien intangible, el canal de distribución que suele utilizarse con mayor frecuencia es el directo, como se muestra a continuación:

GRÁFICO N° 6
CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

3.11.6. Promoción.

Según la American Marketing Association, la publicidad consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas"¹²

Los medios por el cual el negocio se hará conocer son:

➤ **Radio**

Uno de los medios más importantes para transmitir información acerca de la empresa es mediante los programas radiales, los mismos que se estipulan bajo los siguientes lineamientos de 2 cuñas diarias de una duración de 30 segundos cada una, en programación informativa, deportiva o musical, en radio Activa 99.7 FM.

¹² Del sitio web: MarketingPower.com, de la American Marketing Association, URL=
<http://www.marketingpower.com>

➤ **Prensa Escrita (periódico)**

Se publicará en el periódico de mayor circulación de la ciudad de Santo Domingo “Diario la Hora” contratando el respectivo espacio para el anuncio.

**CUADRO N° 14
PRENSA ESCRITA**

DETALLE	ESPECIFICACIÓN
DIARIO LA HORA	Cls: 1 columna por 4 centímetros
DIARIO LA HORA	Cls: 2 columna por 4 centímetros

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Seguidamente se detalla en forma gráfica las formas de publicaciones correspondientes a prensa escrita:

**GRÁFICO N° 7
PUBLICACIONES EN PRENSA ESCRITA**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ Hojas Volantes

La elaboración de hojas volantes permite dirigir la información directamente hacia el cliente potencial, por tal motivo estas deben distribuirse en lugares estratégicos de alta afluencia de personas.

CUADRO N° 15
ESPECIFICACIÓN DE HOJAS VOLANTES

DETALLE	ESPECIFICACIÓN
HOJAS VOLANTES	Full color 1/2 of. 1000 Unidades

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Se pretende elaborar 1000 hojas volantes cada año, de tamaño ½ a full color.

GRÁFICO N° 8
MODELO DE HOJAS VOLANTES

TE ENTENDAMOS: HACER TUS COSAS, GASTAR EN TUA, SALIR DE TU TRABAJO.

servi Xpre S
entrega inmediata

REALIZAMOS TODO TIPO DE MANDADOS, TRAMITES, INCLUSO LOS MAS SIMPLES PARA QUE USTED ECONOMICE TIEMPO Y DINERO ESTANDO DENTRO O FUERA DE LA CIUDAD

Si Tienes algo que hacer, piensa en Nosotros

086 330 500 PORTA
095 756 235 MOVISTAR

REALIZAMOS SUS MANDADOS DE:

- PAGO DE SERVICIOS BÁSICOS: Agua, Luz, Teléfono, Impuestos Prediales y Cualquier tipo de Pago.
- TRAMITES BANCARIOS: Retiros, Depósitos, etc.
- PAGO DE TARJETAS DE CRÉDITO
- Mandados en fechas que usted no se encuentre en la ciudad.

REALIZAMOS CUALQUIER TIPO DE ENCARGO:

- Llevar tu Ropa a la Lavandería
- Compra de cualquier artículo (compra de rosas, medicina, regalos, comida, repuestos, etc.) y entregarlo a su destino final.
- Cualquier percance u olvido por más simple que este sea te lo solucionamos

TRAMITES EN:

- El terminal terrestre (entrega y retiro de encomiendas o paquetes en cualquier empresa de transporte)
- Clínicas (dejar o retirar exámenes)
- En Escuelas y colegios (retiro de boletines de notas y representación)
- Empresas de telefonía celular (compra de tarjetas, arreglo de Celular, compra de Chip)

Y MUCHOS, MUCHOS MANDADOS MÁS.....

¡¡ HAGA TODAS SUS GESTIONES DESDE LA COMODIDAD DE SU OFICINA, CASA O NEGOCIO!!

Dirección oficina: Carco Central. en la calle Río Putumayo. edificio N° 511 e Ibarra. Santo Domingo - Ecuador

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ **Tarjetas de Presentación**

Es conveniente realizar tarjetas de presentación para otorgar a los clientes que pueden llegar a hacer uso del servicio, o en efecto se acercan a las oficinas de la empresa.

**CUADRO N° 16
ESPECIFICACIÓN DE TARJETAS DE PRESENTACIÓN**

DETALLE	ESPECIFICACIÓN
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	Full color 1/2 of. 1000 Unidades

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Seguidamente se detalla el modelo propuesto de las tarjetas de presentación:

**GRÁFICO N° 9
MODELO DE TARJETAS DE PRESENTACIÓN**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ **Página web (Internet)**

Debido a la naturaleza del servicio, la utilización de internet se convierte en uno de los medios más idóneos para dar a conocer la empresa y su actividad, este tipo de

publicidad, además de mantener contacto con los clientes vía e-mail, podrá enviar y recibir información relevante en cuanto a costos, beneficios, prestaciones, etc.

CUADRO N° 17
ESPECIFICACIÓN DE PAGINA WEB

DETALLE	ESPECIFICACIÓN
PÁGINA WEB	5 a 10 vínculos, 20 a 30 imágenes, utilización de videos multimedia.
HOSTING	Para funcionamiento anual

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

A continuación se expone el siguiente gráfico, que identifica el modelo de la página web a ser presentada por la empresa:

GRÁFICO N° 10
MODELO DE PAGINA WEB



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Considerando que la empresa se dedica a la prestación de servicios, es conveniente representar las 4 P adicionales, complementarios a prestaciones intangibles:

➤ **Personas.**

Toda empresa, en especial de servicios, debe instaurar como políticas funcionales una serie de estrategias que permitan satisfacer las necesidades y requerimientos tanto de los clientes externos como internos. Para ello es conveniente considerar preceptos tales como el entrenamiento o capacitación al personal, incentivos, trabajo en equipo etc.

Sencillamente si el cliente interno se desenvuelve en un ambiente de trabajo idóneo, este podrá cumplir sus responsabilidades a cabalidad y transmitir esa percepción a los consumidores.

➤ **Procesos**

Las funciones en general que se relacionan directamente con las actividades de atención al cliente, por tal motivo constituyen un proceso relevante dentro de la organización, que debe estar en constante retroalimentación y análisis.

➤ **Prestación o post venta**

Para garantizar la fidelidad del cliente real es conveniente establecer parámetros de seguimientos al consumidor del servicio, para conocer si este se encuentra satisfecho o en efecto sus requerimientos han sido cubiertos.

Una simple llamada telefónica a un cliente en particular puede significar un avance imperioso en la aceptación del negocio dentro de la localidad.

➤ **Pruebas físicas**

Es importante destacar que la empresa ofrecerá sus servicios mediante mecanismos de comunicación, tales como vía telefónica o celular, por tanto el nivel de infraestructura pasa a segundo plano, no obstante la oficina de funcionamiento operativo deberá constar de ciertos estándares de presentación para fomentar la corporatividad del negocio.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA ESTRATÉGICA

4.1. Definición del negocio

Para poder determinar de una manera objetiva el tipo de negocio que se ha planteado en el proyecto, se deberá responder a las siguientes interrogantes:

4.1.1. ¿Cuáles son los clientes?

- Es un segmento de la población con ingresos medios y altos residentes en la ciudad de Santo Domingo.
- Son personas que por varios factores o circunstancias no disponen del tiempo suficiente para realizar diversos trámites o actividades que pueden ser delegadas a terceros.

4.1.2. ¿Cuál es la necesidad de la Organización-Cliente?

- Obtener un servicio eficiente de realización de encomiendas y trámites dentro de la localidad, delegados desde la comodidad del hogar, oficina o negocio.
- Seguridad y confiabilidad al momento de hacer uso del servicio ofertado.
- Optimizar tiempo al momento de realizar las actividades cotidianas.

4.1.3. ¿Cómo satisfacer éstas necesidades?

- Implementando en la ciudad de Santo Domingo una empresa que ofrezca servicios de encomiendas y todo tipo de trámites locales, considerando como prioridad una

atención esmerada a los clientes, acorde a las expectativas y requerimientos de los mismos.

4.2. Principios y valores corporativos

4.2.1. Principios de gestión gerencial

Los principios en los cuales se fundamentará la Gestión de la empresa para llevar a efecto sus actividades serán los siguientes:

➤ Enfoque centrado hacia el cliente

El cliente es el ente más importante en toda organización, por consiguiente la empresa debe establecer como prioridad el satisfacer los requerimientos del usuario.

➤ Preocupación por el mejoramiento continuo

El tratar de mejorar los procesos, sean estos en el área administrativa u operacional, además de adaptarse a los cambios que exige el medio o el mercado actual será una de las prioridades de la empresa.

➤ Control

Se dispondrá de sistema de inspección que permitan asegurar que se cumplan con los requerimientos que solicita el cliente.

Es importante el control de las actividades que se desarrollan fundamentalmente dentro de la organización.

➤ **Trabajo en Equipo.**

El fomentar un ambiente laboral idóneo permitirá que las actividades sean realizadas como un equipo de trabajo, comprometido con sus respectivas funciones, en la que exista comunicación, capaces de tomar las decisiones correctas.

➤ **Liderazgo.**

Se dispondrá de un recurso humano que conozcan sus actividades y promuevan el desarrollo sostenido de la empresa considerando como factor fundamental la iniciativa de cada uno de los colaboradores.

4.3. Valores corporativos

➤ **Capacitación.**

Considerar al personal integrante de la organización como el recurso más importante para poder ofertar los servicios propuestos, razón por la cual se establecerán programas de capacitación constantemente ampliando sus conocimientos acorde a los nuevos avances y exigencias que demande el mercado.

➤ **Puntualidad.**

Cumplir con los horarios establecidos de trabajo y además ofrecer un servicio eficiente efectuando las actividades operacionales en el tiempo acordado con el cliente.

➤ **Confianza.**

La empresa se dedicara a cada cliente como si fuera el único, logrando así que adquiriera plena confianza con todos quienes conforman la organización.

➤ **Comunicación Efectiva.**

Compartir en la empresa la información en el momento y el lugar preciso, así mismo del conocimiento, las experiencias, de manera más clara y objetiva para que exista una retroalimentación mutua.

4.4. Visión

Ser una empresa reconocida en Santo Domingo de los Tsáchilas por la calidad de los servicios ofrecidos, tales como encomiendas, todo tipo de trámites dentro de la localidad y así lograr un posicionamiento tal, que los clientes nos prefieran como su mejor alternativa para la satisfacción de su necesidad.

4.5. Misión

Brindar un servicio eficiente de realización de trámites, encomiendas, mensajería y todo tipo de encargo dentro de la localidad, contribuyendo a la satisfacción de una necesidad latente por parte de los clientes residentes en Santo Domingo.

4.6. Objetivos corporativos

- Lograr un posicionamiento absoluto en Santo Domingo, como la empresa líder en servicios de realización de trámites, encomiendas, encargos dentro de la localidad.
- Fomentar la distinción de la empresa a través de una imagen corporativa, misión, visión, valores, políticas, los servicios de excelencia, al cliente.
- Consolidar una cultura organizacional e innovación constante, mejoramiento continuo a través de la retroalimentación, y la capacitación.

4.7. Estrategias

4.7.1. Estrategia Competitiva “del retador”

Es una táctica en la cual la organización, que decide abordar a los líderes en el sector, enfocar todas sus actividades a atacar a la competencia, aprovechando la ubicación estratégica, y recursos suficientes.

Considerando la competencia indirecta como un factor importante en el mercado se procura instaurar programas de publicidad que atraigan al cliente independientemente de la fidelidad que este pueda tener en relación al servicio que pretende obtener.

4.7.2. Estrategia envolvente

Implica rodear al competidor objetivo, aprovechando que el mercado está poco segmentado y no hay competidores fuertes.

- Para llevar a cabo lo antes mencionado la organización, debe dotar de los servicios que más se demandan en el sector.
- Aprovechando las falencias en el servicio de la competencia y la limitación de ellos, acaparar los clientes que no han sido atendidos.

4.7.3. Estrategia de crecimiento

Es una estrategia de penetración en el mercado, lo que significa un mayor esfuerzo en el nivel de mercadeo con el fin de incrementar las ventas, para ello las acciones a seguir en la empresa son:

- Realizar alianzas estratégicas con asociaciones, empresas para ofrecer el servicio mediante convenios generales conforme lo dispongan los futuros usuarios.

4.8. Definición del posicionamiento

La empresa se denominará de la siguiente manera:

SERVIXPRES

La razón social trata de identificar que la empresa se dedica a la prestación de servicios.

La empresa pretende posicionarse en la mente de los consumidores mediante el siguiente logotipo y eslogan:

**GRÁFICO N° 11
LOGOTIPO Y ESLOGAN**



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Con respecto a parámetros de marketing referente al análisis del logotipo, los colores cumplen un papel preponderante para el consumidor. Como se puede observar el color azul es el utilizado para estructurar la identificación formal de la empresa, el mismo que significa confianza, expresa reserva, fidelidad etc.

Considerando que la confianza del consumidor es primordial para el negocio se realizó el logotipo bajo una tonalidad azul.

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico define los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto, para conseguir poner en marcha al mismo”¹³.

5.1. Objetivos del estudio técnico.

5.1.1. Objetivo general.

Evaluar las opciones técnicas más adecuadas para ofrecer servicios de encomiendas, trámites y todo tipo de encargos dentro de la localidad, con la finalidad de garantizar su óptimo funcionamiento.

5.1.2. Objetivos Específicos

- Establecer el tamaño óptimo del proyecto.
- Determinar la localización estratégica en la que deba instalarse las oficinas de la empresa.
- Estructurar la representación gráfica de cada proceso a utilizarse.
- Determinar la estructura organizacional que asegure las directrices administrativas correctas.

¹³ Gallardo C. Juan, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, México, 1998

5.2. Tamaño del Proyecto

“El tamaño del proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa”¹⁴

➤ Capacidad Instalada.

Constituye el máximo de servicios que la empresa puede ofertar en el mercado, considerando factores como la disposición de personal, herramientas y equipos de trabajo, etc.

El tiempo promedio en que un operario puede realizar un servicio de encomienda o trámite es de 20 minutos, lo que significa que cada colaborador puede efectuar 24 prestaciones, como se muestra a continuación:

Es importante destacar que para que la empresa pueda cumplir con los tiempos establecidos se deberán realizar convenios directos con las entidades en las cuales generalmente se efectúa trámites de larga duración por las filas de espera. Estos acuerdos son sumamente sencillos de solicitar por parte del representante legal de la organización.

CUADRO N° 18
TOTAL DE SERVICIOS PRESTADOS DURANTE EL DÍA POR OPERARIO

AÑO	8 HORAS LABORABLES	TIEMPO PROMEDIO POR OPERACIÓN (Min)	TOTAL SERVICIO DIARIO POR OPERARIO
2009	480	20	24

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Posteriormente se considera el número de operarios que laborarán dentro de la empresa, para calcular la cantidad de servicios totales realizados durante el día:

¹⁴ Ilpes, Guía para la presentación de proyectos, Décima Séptima Edición, México, Pág. 92

CUADRO N° 19
TOTAL DE SERVICIOS PRESTADOS DURANTE EL DÍA

AÑO	N° DE SERVICIOS DIARIOS	N° DE OPERARIOS DE SERVICIO	TOTAL SERVICIOS DIARIOS
2009	24	5	120

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Bajo los lineamientos analizados se procede a establecer el total de capacidad instalada anual del servicio:

CUADRO N° 20
TOTAL DE CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	N° DE SERVICIOS DIARIOS	N° DE SERVICIOS SEMANALES	TOTAL SERVICIOS ANUALES
2009	120	600	28800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Mediante los cálculos realizados se establece un total de capacidad instalada de 600 servicios semanales, los que significa que anualmente se obtienen 28800 trámites o encomiendas realizadas.

➤ **Captación de mercado**

Para determinar la captación de mercado se procede a realizar un análisis de la demanda insatisfecha frente a la capacidad instalada.

CUADRO N° 21
CAPTACIÓN DE MERCADO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	% DE CAPTACIÓN DE MERCADO	CAPACIDAD INSTALADA
2009	3.974.197	0,72	28.800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar la captación de mercado es de 0,72% para el año en mención, debido a la amplitud de la demanda insatisfecha.

➤ Capacidad utilizada

Es una proporción de la capacidad instalada, que se deduce tomando en consideración las diversas circunstancias que se puedan presentar en la producción o la prestación del servicio.

**CUADRO N° 22
CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% DE UTILIZACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA
2009	28.800	80%	23.040
2010	28.800	85%	24.480
2011	28.800	90%	25.920
2012	28.800	95%	27.360
2013	28.800	100%	28.800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Es recomendable en toda empresa sea de producción o servicios no ocupar al inicio de las operaciones el total de la disponibilidad instalada, sino mas bien efectuar un análisis progresivo hasta llegar al máximo de la capacidad.

Como se observa en el cuadro que antecede se pretende iniciar las operaciones con el 80% del total de la capacidad instalada, y posteriormente incrementar el número de servicios conforme los periodos anuales, esta tendencia permitirá evaluar de mejor manera los procesos y disminuir los riesgos operacionales.

5.2.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto

➤ La Demanda

Mediante el análisis del estudio de mercado, se estimo la demanda insatisfecha, la misma que representa el número total de servicios que no han sido cubiertos. Desde tal perspectiva el proyecto pretende captar el 0,72% del total de dicha demanda.

Es importante destacar que un proyecto debe realizarse cuando la oferta del mismo no excede el 10% del total de la demanda insatisfecha.

➤ **Logística**

Para llevar a efecto las operaciones del negocio no es necesario adquirir gran cantidad de herramientas, equipos o materiales, puesto que el contacto con el cliente para ofrecer el servicio se realizará por medio de vías de comunicación tradicional, tales como teléfono convencional o celular.

No obstante la utilización de una oficina es indispensable, sin embargo la misma no necesita de espaciosas adecuaciones.

➤ **Personal de trabajo**

La implementación de una empresa de las características antes mencionadas requiere fundamentalmente de un número selecto de colaboradores, los mismos que se encuentren comprometidos con la organización.

**CUADRO N° 23
PERSONAL DE TRABAJO**

N°	Detalle
1	Gerente
1	Secretaria contadora
1	Asesor contable
2	Operarios de atención de llamadas telefónicas
5	Operarios de servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

En total la empresa requiere de 10 colaboradores para garantizar las funciones operacionales del negocio, en el cual se incluye un profesional sin relación de dependencia.

5.3. Localización del Proyecto

“Siendo la localización de un proyecto una decisión de largo plazo, es necesario que la misma tenga un profundo nivel de investigación para localizarlo con la mayor exactitud posible”¹⁵

5.3.1. Macro localización del Proyecto

“La macro localización se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cual o cuales regiones, o terrenos serán aceptables para la realización del proyecto”¹⁶

CUADRO N° 24
ESPECIFICACIONES DE MACRO LOCALIZACIÓN

País	Ecuador
Provincia	Santo Domingo de los Tsáchilas
Cantón	Santo Domingo
Altitud	655 m.s.n.m
Temperatura media	22,9 C°
Precipitación anual	4257,7 m.m
Humedad media mensual	90,90%
Índice de crecimiento anual según T CPA	1,30%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El proyecto estará ubicado en el Continente Americano, América del Sur, República del Ecuador, Región Costa, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, Cantón Santo Domingo.

¹⁵ BARRENO Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Pág. 65, Ed. 2005

¹⁶ ING. REYES, Sánchez Marco Antonio, Proyecto de Inversión en Ingeniería, México, 1986, Pág. 79

GRÁFICO N° 12 MACRO – LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

A continuación se detalla el mapa de Santo Domingo, con la finalidad de lograr una mayor especificación referente a la macro – localización:

GRÁFICO N° 13 MAPA DE SANTO DOMINGO



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Santo Domingo se encuentra ubicado en la entrada de la costa ecuatoriana y se convierte en un puerto natural terrestre.

5.3.2. Micro localización del Proyecto

“La micro localización busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y costos de los terrenos, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento.”¹⁷

➤ Método Cualitativo Por Puntos

“El método cualitativo por puntos define los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo de acuerdo con la importancia que se le atribuye”.¹⁸

Seguidamente se establecen los parámetros necesarios para llevar a efecto el análisis propuesto.

a) Selección de ubicaciones estimadas

Considerando que el servicio que se pretende ofrecer no necesita de un gran espacio físico debido a que el contacto con el cliente se realiza telefónicamente como por consiguiente se proponen las siguientes direcciones:

CUADRO N° 25
UBICACIONES ESTIMADAS

SECTORES	SIMBOLOGÍA
COOPERATIVA SANTA MARTA (Sector 3)	A
CASCO CENTRAL (Río Putumayo e Ibarra)	B
URB. SANTA ROSA (Pedro Vicente Maldonado y calle Iñaquito)	C

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

¹⁷ ECON. MENESES, Edilberto ;Preparación y Evaluación de Proyectos; Pág. 103; Ed. 2004

¹⁸ CHAIN Sapag Nassir; CHAIN Sapag Reynaldo, Mc. Graw Hill, Preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición; Pág. 161.

b) Parámetros de ponderación

Seguidamente se establece el puntaje ponderado que debe utilizarse para la selección del sector más adecuado.

CUADRO N° 26
PARAMETROS DE PONDERACIÓN

PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN
De 1 - 2	PÉSIMO
De 2 - 4	MALO
De 4 - 6	REGULAR
De 6 - 8	BUENO
De 8 - 10	ÓPTIMO

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar dichos parámetros tienen una puntuación del 1 al 10 y su aplicación dependerá de los requerimientos necesarios para la aplicación del proyecto.

c) Calificación sectorial

Se consideran factores como la disponibilidad de espacio físico, servicios básicos, seguridad, cercanía al mercado consumidor y vías de acceso.

CUADRO N° 27
CALIFICACIÓN SECTORIAL

SECTORES							
FACTOR	PESO	A		B		C	
		CALIF.	POND	CALIF.	POND	CALIF.	POND
Disponibilidad de espacio físico	0,30	9	2,7	9,5	2,85	9,5	2,85
Servicios Básicos	0,25	7	1,75	9	2,25	8,5	2,125
Seguridad	0,17	6,5	1,105	8	1,36	8	1,36
Cercanía al mercado consumidor	0,12	7	0,84	9,5	1,14	8	0,96
Vías de acceso	0,16	7,5	1,2	9	1,44	9	1,44
TOTAL	1,00		7,60		9,04		8,74

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Según el análisis de sectorización la ubicación idónea es en el Casco Central, específicamente en la calle Río Putumayo, edificio N° 316 e Ibarra.

d) Factores que denominan la Microlocalización

➤ Disponibilidad de espacio físico

El sector en donde funcionara la empresa consta de locales de arriendo, los mismos que reúnen las características adecuadas para este tipo de negocio.

➤ Servicios básicos

El área cuenta con todos los servicios básicos, como son agua, servicio de luz eléctrica, accesibilidad para adquirir líneas telefónicas.

➤ Seguridad

La zona es considerada tranquila, con bajo índice delincencial con respecto a otros lugares de la ciudad.

➤ Cercanía al mercado consumidor

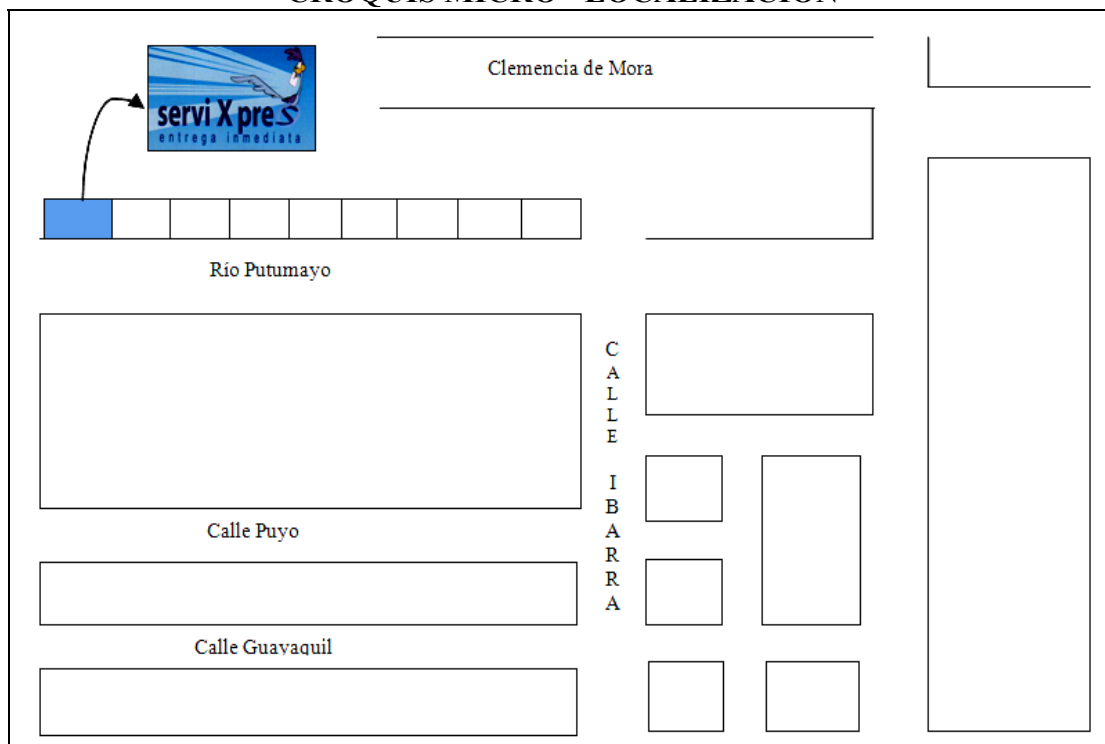
Recalcando que el servicio que se pretende ofrecer se realiza vía telefónica no es relevante la cercanía directa con los clientes, sin embargo se estima conveniente una zona céntrica de alta afluencia de habitantes.

➤ Vías de acceso

La zona cuenta con vías de primer orden, medios de transporte público a toda hora etc.

Para tener una idea de la ubicación específica de la empresa se expone a continuación el siguiente croquis:

**GRÁFICO N° 14
CROQUIS MICRO - LOCALIZACIÓN**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar según el croquis se ratifica la ubicación que es el Casco Central, en la calle Río Putumayo, edificio N° 316 e Ibarra.

5.4. Ingeniería del Proyecto

“La ingeniería del Proyecto comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio”.¹⁹

5.4.1. Tecnología.

“Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos que serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio”²⁰.





¹⁹ COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

²⁰ <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ingenieria-proyecto>

➤ **Equipamiento tecnológico para la prestación del servicio**

La disponibilidad de tecnología, para la ejecución del proyecto deberá ser esencial, por lo tanto se deberá disponer del equipo de cómputo completo, para garantizar las operaciones de la empresa, respecto a todo lo referente al manejo de base de datos y otras utilidades.

**CUADRO N° 28
EQUIPO TÉCNOLÓGICO DE CÓMPUTO**

ESPECIFICACIÓN	REPRESENTACIÓN	COSTO UNITARIO
Computadora INTEL CORE 2 DUO ; Incluye Regulador CDP AVER, Mouse XSCROLL PS2, Monitor 17" 740NW LCD, UPS, Parlantes negros GENIUS Q06S		\$ 600,00
IMPRESORA LEXMARK		\$ 81,00
ROUTER D - LINK DIR 400		\$ 65,00
FLASH MEMORY ADATA 2 GB		\$ 11,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ **Herramientas tecnológicas para prestación del servicio.**

De igual forma se hará uso de herramientas que servirán para el desarrollo de las actividades operacionales de la empresa o prestación del servicio.

**CUADRO N° 29
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS**

ESPECIFICACIÓN	REPRESENTACIÓN	COSTO UNITARIO
KENWOOD TK 3220L	 <p>KENWOOD TK 3220L FM/UHF/VHF 16 CANALES 450-490 MHZ. ELECNA</p>	\$ 189,00
BASE DE TELEFONÍA CELULAR		\$ 100,00
TELÉFONO PARA USO CONVENCIONAL DIGITAL		\$ 45,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

5.4.2 Infraestructura y especificaciones

“Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido, establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios”.²¹

5.4.2.1 Área del local

Considerando la facilidad de arrendamiento del espacio físico requerido, se establece un área total de 36 metros cuadrados.

²¹ www.negocios.com.ar

5.4.2.2 Distribución de instalaciones

La distribución se realizará estratégicamente, mediante paneles de división con la finalidad de optimizar todo el espacio suficiente.

**CUADRO N° 30
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

Detalle	Simbología	Área (Metros cuadrados)
Área de Gerencia	A	5
Área de Secretaria	B	3
Área de Recepción de llamadas	C	2
Área de Baño	D	3
Área de espera	E	23
Total		36

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ **Área de gerencia**

Es en donde el representante legal de la empresa realiza sus actividades o funciones, es el punto clave de dirección de la organización.

➤ **Área de secretaria**

Es el lugar en donde se brinda apoyo a la gestión realizada por el gerente, generalmente es ocupada por una persona, por lo que el espacio requerido no es de gran proporción.

➤ **Área de recepción de llamadas.**

En la oficina a nivel general debe existir un sector específico en donde el personal designado recepte las llamadas y requerimientos de los clientes.

➤ **Área de baño.**

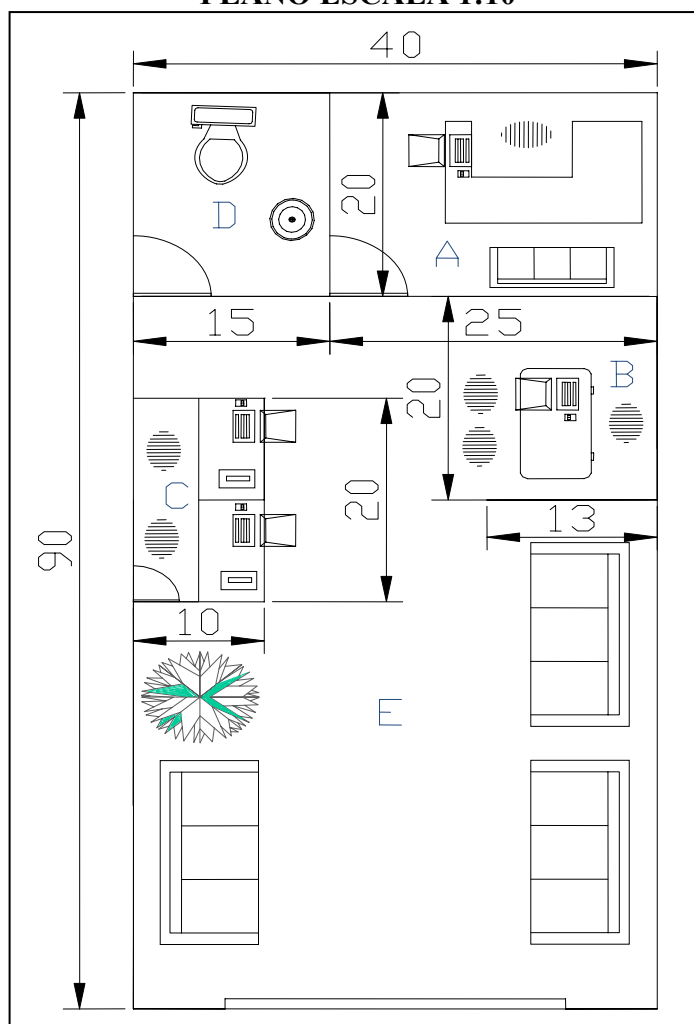
Se dispone de un servicio sanitario, el mismo que es suficiente dentro de la empresa, dado a que los operarios de servicio realizan sus labores prácticamente fuera de oficinas.

➤ **Área de espera.**

Se compone de una sala tipo amplia, en donde se puede reunir el personal de la empresa cuando el caso lo requiera, además sirve también para los clientes que pueden ingresar por cualquier motivo a las oficinas de la entidad.

A continuación se presenta el plano de la distribución física de las instalaciones en escala 1:10:

GRÁFICO N° 15
PLANO ESCALA 1:10



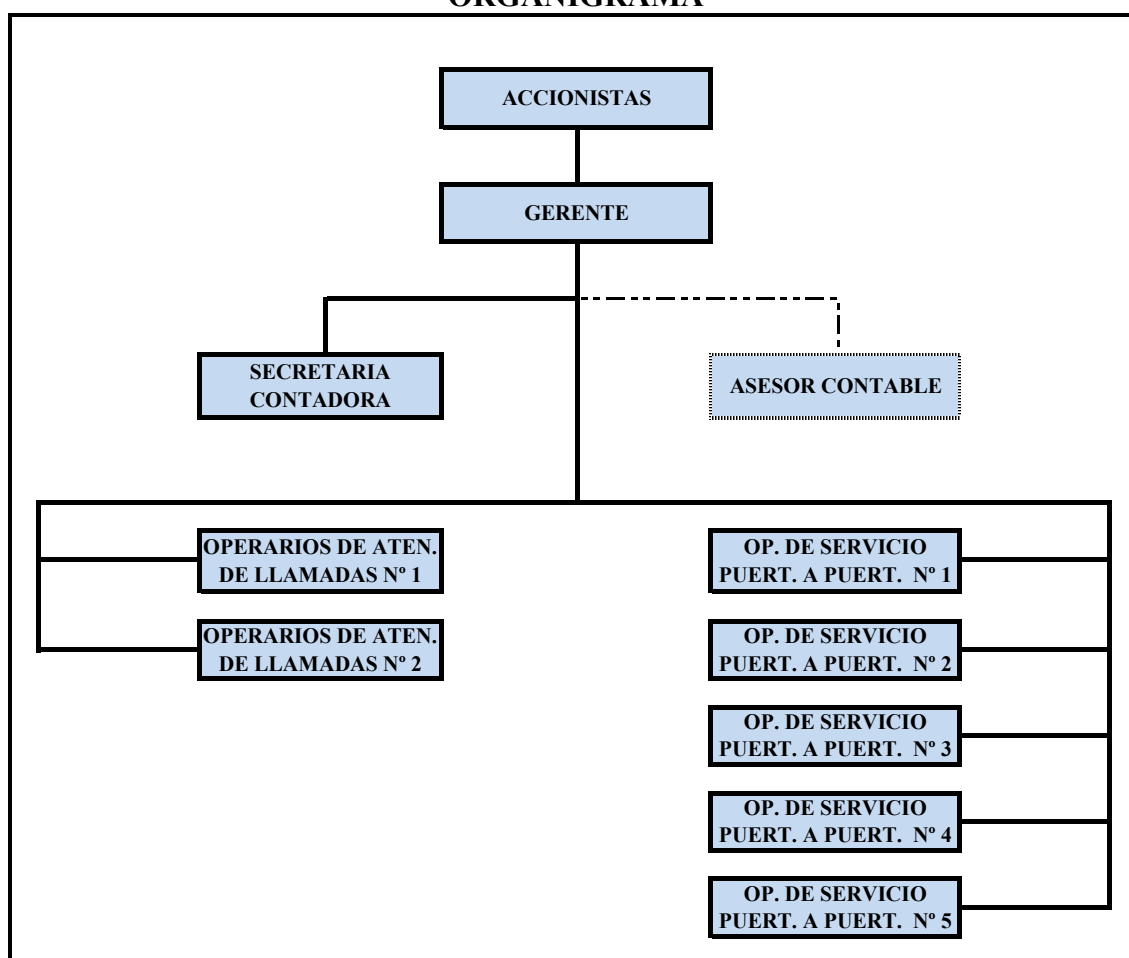
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

5.5 Propuesta Organizacional.

5.5.1 Organigrama estructural

“Los organigramas son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad, existentes dentro de ella”.²²

**GRÁFICO N° 16
ORGANIGRAMA**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

²² http://html.rincondelvago.com/organigramas_1.html

5.5.2 Manual de funciones

El manual de funciones se constituye “Como un cuerpo sistemático que contiene la descripción de las actividades que deben ser desarrolladas por los miembros de una organización y los procedimientos a través de los cuales esas actividades son cumplidas”.²³

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

Con esta información, permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo, donde se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

Es importante reconocer primeramente los niveles jerárquicos que se utilizarán para llevar a cabo el proceso administrativo:

- **Nivel legislativo**

Las funciones principales, son legislar sobre la política que debe seguir la organización, dictar normas y procedimientos, realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento, tanto administrativo, como operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

²³ <http://www.frrg.utn.edu.ar/frrg/Apuntes/II2/ManualesAd.ppt>

➤ **Nivel ejecutivo**

Es el que planifica, dirige, organiza, orienta y controla las tareas administrativas de la empresa. Este nivel, es el encargado de interpretar los Planes, Programas y otras técnicas administrativas de alto nivel, y los trámites a los órganos operativos y auxiliares, para su ejecución. El Nivel de Directivo, tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

➤ **Nivel asesor**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa.

➤ **Nivel auxiliar o de apoyo**

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

➤ **Nivel operativo**

Es el nivel más importante de la empresa, ya que constituye el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, como son las funciones de producción y comercialización.

Seguidamente se detallan los perfiles y requerimientos de los puestos establecidos dentro de la empresa:

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Constituye la sección de mayor jerarquía dentro de la empresa, es la representación de los socios, además deciden los asuntos internos de la organización (aumento de capital, aprobación de los balances, flujo financiero, etc.) Designan o renuevan al administrador.

GERENTE GENERAL

Objetivo del puesto:

Es la persona encargada de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa; además de adoptar y difundir las normas, políticas, reglamentos y procedimientos organizacionales.

**CUADRO N° 31
PERFIL DEL GERENTE**

Nivel al que corresponde:	Ejecutivo
Puesto:	Gerente
Relaciones de coordinación:	Todas las áreas
Educación:	Título superior en administración de empresas o carreras afines.
Conocimientos o habilidades adicionales:	Administración de empresas comerciales, presupuestos, gestión de empresas, mercados.
Conocimientos específicos:	Empresas de mensajería, manejo del talento humano, analítico.
Experiencia:	3 años
Edad:	Mayor de 25 años
Disponibilidad de tiempo:	Tiempo completo
Competencias:	Liderazgo, trabajo en equipo, don de mando.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Responsabilidades específicas:

- Actuar como representante legal y administrativo de la organización.
- Planificar estrategias empresariales a corto, mediano y largo plazo.

- Coordinar y dirigir actividades con todos los colaboradores de la empresa
- Seleccionar y contratar al personal conjuntamente mediante un análisis profesiográfico.
- Controlar el recurso humano, de la organización. Realizar reuniones de trabajo con todo el personal sobre el direccionamiento de la empresa.
- Vigilar y controlar de los ingresos y las inversiones que se realicen.
- Realizar evaluaciones de cumplimiento y rendimiento al personal.
- Presentar a la Junta General de accionistas informes técnicos sobre el direccionamiento de la organización, planes a ejecutarse y estrategias de retroalimentación.

SECRETARIA

Objetivo del puesto:

Servir de apoyo a la gerencia con la finalidad de mantener un adecuado control sobre la información de la empresa, y colaborar con todas las actividades de índole laboral que emprenda el administrador.

CUADRO N° 32
PERFIL DE LA SECRETARIA

Nivel al que corresponde:	Auxiliar o de apoyo
Puesto:	Secretaria Contadora
Relaciones de coordinación:	Administrativo
Educación:	Estudios superiores Contabilidad y Auditoria mínimo 6 semestre de universidad.
Conocimientos o habilidades adicionales:	Relaciones humanas.
Conocimientos específicos:	Contabilidad, análisis tributario, sistemas informáticos.
Experiencia:	2 años
Edad:	Mayor de 22 años
Disponibilidad de tiempo:	Tiempo completo
Competencias:	Liderazgo, trabajo en equipo, responsabilidad.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Responsabilidades específicas

- Elaborar los registros contables en periodos determinados.
- Llevar un control sobre el archivo en cuanto a ordenamiento y cuidado de los documentos.
- Receptar información emitida por gerencia y transmitirla respectivamente al personal de la empresa.
- Elaborar roles de pagos para los colaboradores.
- Manejar un fondo de caja chica y sustentar sus respectivos desembolsos.

ASESOR CONTABLE

Objetivo del puesto:

Brindar asesoramiento respecto a las actividades contables realizadas dentro de la empresa.

**CUADRO N° 33
PERFIL DEL ASESOR CONTABLE**

Nivel al que corresponde:	Asesor
Puesto:	Asesor contable mediante servicios profesionales
Relaciones de coordinación:	Administrativo.
Educación:	Contador público autorizado
Conocimientos o habilidades adicionales:	Relaciones humanas.
Conocimientos específicos:	Contabilidad
Experiencia:	2 años
Edad:	Mayor de 25 años
Disponibilidad de tiempo:	Tiempo parcial

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Responsabilidades específicas

- Asesorar el proceso contable conforme lo dispuesto en la ley.
- Asesorar acerca de las declaraciones de impuestos u obligaciones con el SRI.
- Firmar y abalizar los balances.

OPERARIOS DE ATENCIÓN DE LLAMADAS

Objetivo del puesto:

Receptar los requerimientos de los clientes vía telefónica, con la finalidad de que estos sean atendidos de manera inmediata.

CUADRO N° 34
PERFIL DE OPERARIOS DE ATENCIÓN DE LLAMADAS

Nivel al que corresponde:	Operativo
Puesto:	Operario de atención de llamadas
Relaciones de coordinación:	Administrativo, Operarios de servicio puerta a puerta, clientes
Educación:	Mínimo bachiller.
Conocimientos o habilidades adicionales:	Relaciones humanas, computación.
Conocimientos específicos:	Atención al cliente.
Experiencia:	1 año
Edad:	Mayor de 20 años
Disponibilidad de tiempo:	Tiempo completo
Competencias:	Liderazgo, trabajo en equipo, responsabilidad.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Responsabilidades específicas

- Receptar las llamadas de los clientes y transmitir inmediatamente sus requerimientos al personal designado.
- Llevar un control de los clientes atendidos durante el día, y presentar un informe semanal a gerencia de los mismos.
- Realizar un seguimiento constante de los operarios de servicio puerta a puerta para garantizar el buen desenvolvimiento de las actividades operacionales de la empresa.
- Responder por los equipos de trabajo otorgados y mantener limpia su área de trabajo.

OPERARIOS DE SERVICIO PUERTA A PUERTA

Objetivo del puesto:

Realizar los encargos requeridos por los clientes de la empresa en el tiempo estimado y con calidad de servicio.

**CUADRO N° 35
PERFIL DE OPERARIOS DE SERVICIO PUERTA A PUERTA**

Nivel al que corresponde:	Operativo
Puesto:	Operario de servicio puerta a puerta
Relaciones de coordinación:	Administrativo, Operarios de atención de llamadas, clientes.
Educación:	Mínimo bachiller.
Conocimientos o habilidades adicionales:	Relaciones humanas.
Conocimientos específicos:	Atención al cliente.
Experiencia:	1 año
Edad:	Mayor de 20 años
Disponibilidad de tiempo:	Tiempo completo
Competencias:	Liderazgo, trabajo en equipo, responsabilidad.
Requerimiento indispensable:	Licencia para conducir motocicleta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Responsabilidades específicas

- Efectuar las encomiendas, mandados o encargos emitidos por las operarias de atención telefónica.
- Realizar la entrega del requerimiento del cliente de manera cordial, y en el tiempo establecido.

5.6 Flujograma de procesos

“Es una gráfica que representa el flujo o la secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución”²⁴.

En los diagramas de flujo se representa gráficamente la secuencia de las diferentes etapas o procesos, respecto a las operaciones que se desarrollan como actividad principal del negocio.

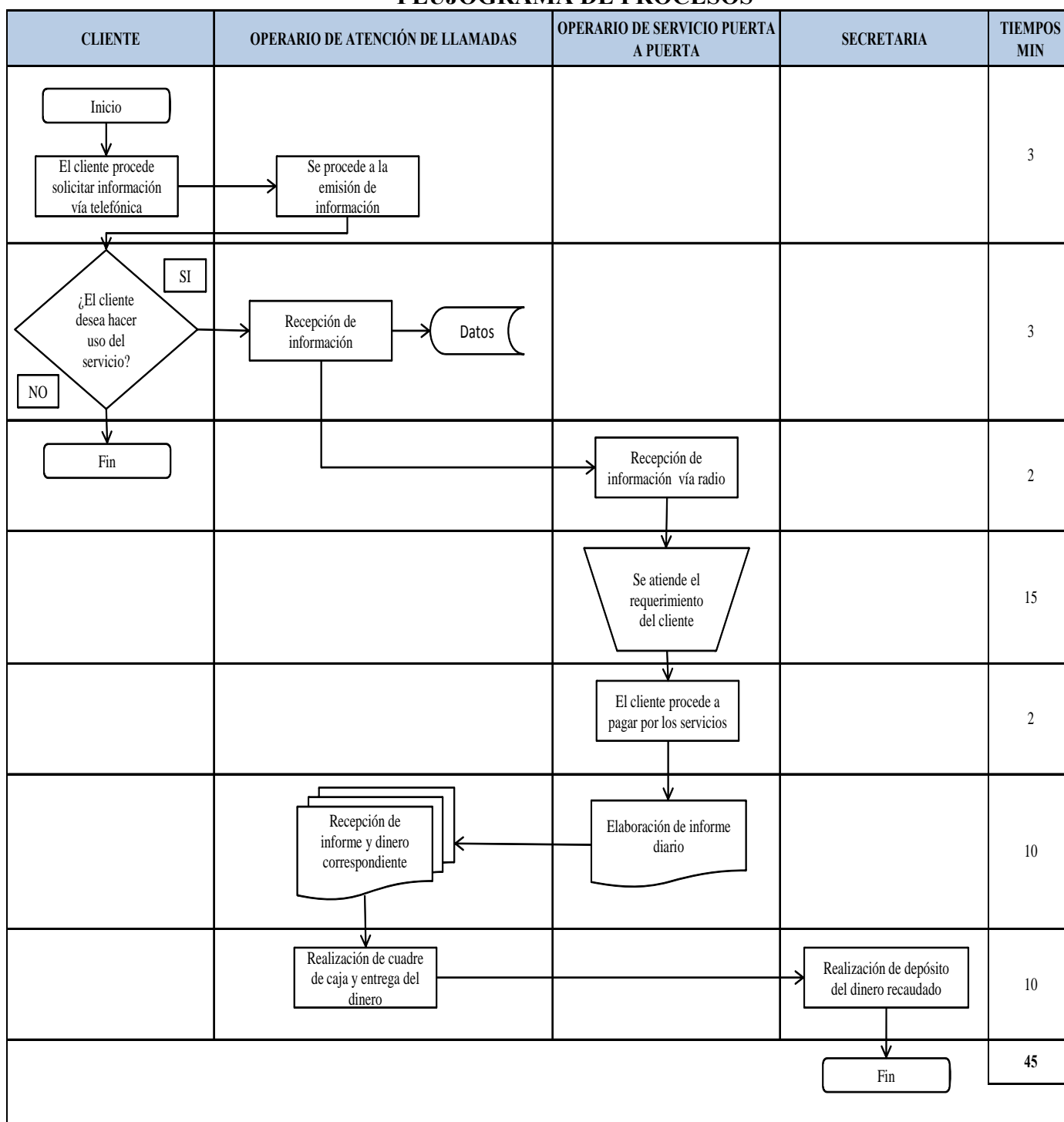
Se consideran dos tipos:

- **Diagrama cualitativo**, es la simple representación de las operaciones, procesos, su secuencia, y los recursos que intervienen.
- **Diagrama cuantitativo**, se diferencia del diagrama cualitativo porque se consideran indicadores numéricos, tales como tiempos, cantidades etc.

A continuación se detalla el diagrama de flujo representando las operaciones y procesos que determinan la actividad principal de la empresa, considerando además los tiempos incurridos en promedio para cada etapa:

²⁴ CHIAVENATO, Idalberto; Iniciación a la Organización y Control; Editorial Mc Graw Gil. Año 1.993. Pág. 66 hasta 72.

GRÁFICO N° 17
FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

➤ **Descripción del proceso.**

**El cliente procede
solicitar información
vía telefónica**

El cliente primeramente procede a solicitar información telefónica respecto a ciertos parámetros para la prestación del servicio, los mismos que deben ser atendidos a la brevedad posible.

**Se procede a la
emisión de
información**

Los operarios de atención de llamadas emiten la información pertinente respecto al cliente, en relación al alcance del servicio, precios estimados etc.

**¿El cliente
desea hacer
uso del
servicio?**

El cliente toma la decisión de aceptar el servicio, o en efecto desistir de las prestaciones que oferta la empresa, dando por terminado el proceso pertinente.

**Recepción de
información**

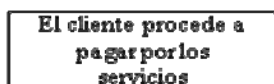
Posteriormente si el convenio verbal de emisión del servicio se realiza, el operario de atención de llamadas obtiene o acopia la información para garantizar la realización de la encomienda o trámite. Generalmente la indagación previa se focaliza en el tipo de encargo, datos y dirección del cliente, todo lo recopilado debe ser almacenado en una base de datos de manera directa.

**Recepción de
información vía
radio**

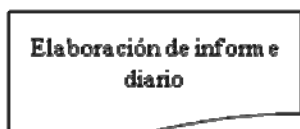
El requerimiento del usuario es transmitido por parte del operario de llamadas al encargado de realizar los mandados y encomiendas (Operario de servicio puerta a puerta).



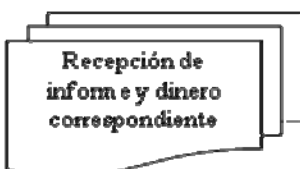
El operario de servicio puerta a puerta a su vez procede a atender el pedido del cliente, conforme lo dispuesto tratando de optimizar el mayor tiempo posible.



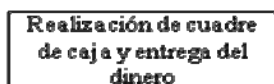
Cuando el operario de servicio puerta a puerta realiza una operación exitosa toma contacto con el cliente, el mismo que cancela la cantidad monetaria acordada mediante vía telefónica.



Luego conjuntamente con el dinero resultado de las operaciones diarias el operario de servicio puerta a puerta efectúa un informe detallado del número de operaciones realizadas, el mismo que debe concordar con la información establecida por los operarios de atención de llamadas.



Los operarios de atención de llamadas al finalizar el día recogen los informes emitidos por los colaboradores del área operacional, con la finalidad de revisar o verificar la concordancia del cruce de información.



Los operarios de atención de llamadas deben además cuadrar el dinero ingresado en forma diaria, con respecto al número de servicios realizados, y elaborar un informe para que posteriormente pase a manos de la secretaria encargada.

Realización de depósito del dinero recaudado

La secretaria receipta los informes para proceder a realizar los depósitos pertinentes y a su vez elaborar los registros contables para el final del mes, los mismos que serán revisados por parte del asesor contador para su respectiva legitimación.

5.7 Base legal

El crear una empresa que ofrezca servicios de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo requiere de una inversión importante, para ello la participación de accionistas se convierte en una estrategia relevante, por tal motivo se establecen los parámetros y requisitos para estructurar una compañía anónima:

- Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la superintendencia de compañías.
- Apertura de la Cuenta de Integración de Capital, en cualquier Banco de la ciudad.
- Elevar a escritura publica la constitución de la empresa, en cualquier notaria.
- Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la superintendencia de compañías o en las ventanillas únicas.

La superintendencia de compañías en el transcurso de 48 horas como máximo puede responder así:

- Cuando hay algún error en la escritura.
- Cuando por su objeto debe obtener afiliaciones previas, tales como: cámara de minería, agricultura, pequeña industria, turismo, etc.

- Cuando por su objeto debe obtener permisos previos, tales como: Consejo Nacional de Tránsito, Ministerio de Gobierno, etc.
- Se deben realizar todas las observaciones hechas mediante oficios
- Debe publicar en el periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día. (se recomienda comprar tres ejemplares de extracto: 1 para registro mercantil, otro para la superintendencia de compañías y otro para la empresa).
- Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaría donde obtuvo de las escrituras.
- Afiliarse a la cámara de la producción que corresponda, de acuerdo al objeto de la compañía; cámara de comercio, de industriales, agricultura, etc.
- Debe inscribir las escrituras en el registro mercantil, para ello debe presentar; 3 escrituras con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías ya sentadas razón por la notaría publicación original del extracto y certificado original de la cámara de la producción correspondiente.
- Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello debe presentar: acta de junta general en donde se nombran al representante legal y administrador y nombramientos originales de cada uno.

Debe presentar en las superintendencias de compañías:

- Escritura con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías inscrita en el registro mercantil.
- Periódico en el cual se publicó el extracto (1 ejemplar).

- Copias simples de los nombramientos inscritos en el registro mercantil de representante legal y administrador.
- Copias simples de cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador.
- Copia simple de certificado de afiliación a la respectiva cámara de la producción.
- Formulario de RUC lleno y firmado por el representante legal
- Copia simple de pago de agua, luz o teléfono.

La superintendencia después de verificar que todo este correcto le entrega al usuario:

- Formulario de RUC
- Cumplimiento de obligaciones y existencia legal
- Datos Generales.
- Nómina de accionistas.
- Oficio de banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital)
- Obtención del RUC en el servicio de rentas internas.
- Registro de la empresa en historia laboral del IESS.

La elaboración de la escritura pública como compañía anónima debe hacerse mediante notaría, previamente redactado por un abogado calificado.

5.7.1 Entidades relacionadas

- Cámara de Comercio
- Superintendencia de Bancos y Seguros
- Notaria
- SRI
- Ministerio de Trabajo

5.7.2 Leyes conexas

- Ley de compañías
- Código del trabajo
- Ley de régimen tributario.

CAPITULO VI

INVERSIÓN DEL PROYECTO

“El objetivo consiste en establecer los niveles de inversión, los ingresos y egresos así como la liquidez y estructura financiera de la empresa y su actividad económica”.²⁵

La inversión consiste en asignar una cantidad de dinero para obtener una utilidad, luego de un periodo de tiempo determinado, las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de Activos:

- ✓ Activos Fijos
- ✓ Activos Intangibles
- ✓ Capital de Trabajo o de Operación.

6.1 Activos fijos tangibles

“Son aquellos que constituyen los bienes muebles e inmuebles de las empresa con los cuales se hace factible su funcionamiento.”²⁶

**CUADRO N° 36
ACTIVOS FIJOS**

DETALLE	COSTO
Muebles y enseres	\$ 3.177,26
Herramientas para uso operacional	\$ 2.225,00
Equipo de computo	\$ 2.833,00
Vehículo para uso operacional	\$ 4.450,00
Ornamento	\$ 228,00
TOTAL	\$ 12.913,26

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La adquisición de activos fijos es de vital importancia para que la empresa pueda funcionar correctamente, por tal motivo sean considerado los esenciales.

²⁵ García M. Alberto, Evaluación de Proyectos, Programa Educativos S.A 1 Edición, México 2002, colección McGraw-Hill.

²⁶ GUDIÑO DAVILA, Emma, contabilidad 2000, Bogotá - Colombia, 1992, editorial McGraw - Hill

El total de inversión requerida en la adquisición de activos fijos es de 12.913,26 dólares.

6.2. Activos fijos diferidos

“Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables”²⁷.

CUADRO N° 37
ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS	COSTO
Pago notaría e inspectoria de trabajo	\$ 200,00
Pago conformación Compañía	\$ 900,00
Varios Permisos de funcionamiento	\$ 200,00
Garantía de arriendo	\$ 100,00
TOTAL	\$ 1.400,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Los activos diferidos representan aquellos desembolsos efectuados para la puesta en marcha del negocio u organización. Para el proyecto en mención se requerirá de una cantidad monetaria de 1.400,00 dólares.

6.3. Capital de trabajo

Básicamente se lo considera “como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).”²⁸

²⁷ MANTILLA, Blanco Samuel Alberto; Abril-Junio 2001; Adopción de Estándares Internacionales de Contabilidad; Revista del Contador N° 6 (Págs. 11-128)

²⁸ <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>

**CUADRO N° 38
CAPITAL DE TRABAJO**

DETALLE	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Materiales indirectos	\$ 141,81	\$ 11,82
Personal operativo de servicio	\$ 25.169,33	\$ 2.097,44
Servicios básicos de operación	\$ 2.078,26	\$ 173,19
Gastos administrativos (Sueldos y utiles de oficina)	\$ 15.888,30	\$ 1.324,03
Servicios básicos de administración	\$ 384,00	\$ 32,00
Gastos de publicidad	\$ 2.356,10	\$ 196,34
Arriendos	\$ 3.000,00	\$ 250,00
Reparación y mantenimiento	\$ 234,66	\$ 19,56
Seguros	\$ 145,66	\$ 12,14
TOTAL	\$ 49.398,12	\$ 4.116,51

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar en el cuadro que antecede el capital de trabajo esta estipulado para suplir las operaciones del negocio por un lapso de un mes.

6.4. Resumen de inversiones

Seguidamente se detallan el total de inversiones requeridas para la ejecución del proyecto:

**CUADRO N° 39
INVERSIONES DEL PROYECTO**

ACTIVOS FIJOS	USD	%
Muebles y enseres	\$ 3.177,26	17,24%
Herramientas para uso operacional	\$ 2.225,00	12,07%
Equipo de computo	\$ 2.833,00	15,37%
Vehículo para uso operacional	\$ 4.450,00	24,15%
Ornamento	\$ 228,00	1,24%
Total activo fijo	\$ 12.913,26	70,07%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Total Gastos de constitución	\$ 1.400,00	7,60%
Total activo diferido	\$ 1.400,00	7,60%
CAPITAL DE TRABAJO		
Total capital de trabajo	\$ 4.116,51	22,34%
TOTAL INVERSIÓN	\$18.429,77	100,00%
FINANCIAMIENTO	USD	
Préstamo bancario (B Fomento) 40%	\$ 7.371,91	40,00%
Recursos Propios (Accionistas)60%	\$ 11.057,86	60,00%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 18.429,77	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Para llevar a efecto o materializar el proyecto se requiere de una inversión de 18.429,77 dólares, desglosado en 70,07% para activos fijos, 7,60% diferidos y el 22,34% para capital de trabajo.

6.5. Financiamiento

Financiar de una forma básica es “proporcionar los medios o recursos financieros adecuados necesarios para su funcionamiento y desarrollo.”²⁹

➤ Recursos propios

Se realiza mediante la participación de accionistas, los mismos que estarán de acuerdo en el aporte de capital establecido, como se muestra a continuación:

CUADRO N° 40
APORTE DE ACCIONISTAS

APORTE ACCIONISTAS	
Accionista	\$ 3.685,95
Accionista	\$ 3.685,95
Accionista	\$ 3.685,95
TOTAL	\$ 11.057,86

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Será necesaria la cooperación de tres inversionistas, los cuales contribuirán con un capital de 3.685,95 dólares cada uno, es decir suplirán el 60% del total de la inversión.

➤ Endeudamiento con terceros

Se pretende recurrir a la entidad financiera que brinde las mejores facilidades de crédito al más bajo interés.

²⁹ <http://www.geocities.com/elcomercial/diccionario/f.htm>

El Banco de Fomento ofrece préstamos a una tasa de interés del 15%, por tal motivo es conveniente inclinarse por esta entidad.

**CUADRO N° 41
CRÉDITO CON ENTIDAD FINANCIERA**

Crédito	40%	\$ 7.371,91
Pago anual		\$ 2.199,15
Plazo		5 años
Interés anual	BNF	15%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Es recomendable recurrir a un préstamo para cubrir el 40% de la inversión restante.

6.6. Cuadro de fuentes y usos

Establece la distribución de los recursos tanto propios como financiados en el momento de realizar la inversión.

**CUADRO N° 42
CUADRO DE FUENTES Y USOS**

I FUENTES	TOTAL	PROPORCIÓN
Capital propio	\$ 11.057,86	60,00%
Capital financiado	\$ 7.371,91	40,00%
TOTAL	\$ 18.429,77	100,00%
II USOS		
CAPITAL PROPIO		
ACTIVOS		
Muebles y enseres	\$ 3.177,26	17,24%
Equipo de computo	\$ 2.136,39	11,59%
Ornamento	\$ 228,00	1,24%
Total Gastos de constitución	\$ 1.400,00	7,60%
Capital de trabajo	\$ 4.116,51	22,34%
CAPITAL FINANCIADO		
Vehículo para uso operacional	\$ 4.450,00	24,15%
Herramientas para uso operacional	\$ 2.225,00	12,07%
Equipo de computo	\$ 696,61	3,78%
TOTAL	\$ 18.429,77	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede visualizar los recursos emitidos por terceros serán invertidos específicamente en la adquisición de los vehículos y herramientas para uso operacional, y equipo de cómputo en forma proporcional.

CAPÍTULO VII

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

“El costo es un desembolso en efectivo o en especie efectuado en el pasado, en el presente y en el futuro o en forma virtual.”³⁰

7.1 Costos operacionales

Son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, éstos costos constituyen uno de los aspectos más importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo.

7.1.1 Personal operativo (MOD)

Esta constituido por los colaboradores que enfocan su directriz en desarrollar las actividades principales del negocio.

**CUADRO N° 43
PERSONAL OPERATIVO**

DETALLE	CANTIDAD	REMUNERACIÓN ANUAL
Operario de atención telefónica	1	\$ 3.405,84
Operario de atención telefónica	1	\$ 3.405,84
Operario de servicio puerta a puerta	1	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta	1	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta	1	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta	1	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta	1	\$ 3.671,53
TOTAL		\$ 25.169,33

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

³⁰ URBINA, Gabriel Baca ; Evaluación de Proyectos; Tercera Edición – 1995; Mc Graw – Hill; Pág.134

Es importante recalcar que las remuneraciones establecidas se justifican mediante el rol de pagos, el mismo que considera todas las bonificaciones o beneficios que el empleado recibe durante el año.

7.1.2 Costos indirectos de fabricación

“Los costos indirectos de fabricación son aquellos que corresponden a: mano de obra indirecta, materiales indirectos, los suministros, reparación y mantenimiento, seguros, arriendos, etc. dependiendo del tipo de unidad productiva”³¹.

➤ Materiales indirectos

Por lo general están representados por los aditamentos utilizados para el aseo o limpieza de las instalaciones de la empresa.

CUADRO N° 44
MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARI	TOTAL ANUAL
Palas recojedoras de plástico	3	\$ 0,71	\$ 2,13
Trapeadores	4	\$ 1,45	\$ 5,80
Desinfectantes en galones	6	\$ 4,80	\$ 28,80
Basureros	4	\$ 3,55	\$ 14,20
Fundas/ basura, Paq. 28 unid.	6	\$ 0,98	\$ 5,88
Escobas	4	\$ 1,75	\$ 7,00
Papel higiénico, Paq. 48 Unin.	6	\$ 13,00	\$ 78,00
Jabones líquidos	6	\$ 2,00	\$ 12,00
TOTAL			\$ 141,81

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar dicho desembolso no representa una cantidad monetaria sustancial, sin embargo los elementos de limpieza son esenciales para toda empresa.

³¹ Naranjo Marcelo, Contabilidad de costos, bancaria y gubernamental. Bosco Quito Ecuador

➤ **Servicios básicos de operación**

Son los elementos conocidos como agua, luz o teléfono, pero que su utilización se enmarca únicamente en la actividad principal del negocio.

**CUADRO N° 45
SERVICIOS BÁSICOS DE OPERACIÓN**

DETALLE	UNIDAD	COSTO	CONSUMO	COSTO	COSTO
		UNITARIO	DIARIO	MENSUAL	ANUAL
Energía eléctrica	KW/H	\$0,08	25	\$41,50	\$498,00
Teléfono convencional	MIN	\$0,02	100	\$40,00	\$480,00
Base celular Porta	MIN	\$32,00	-	\$32,00	\$384,00
Internet FAST BOY	512 KB	\$ 44,69	-	\$44,69	\$536,26
Frecuencia Kenwood	-	-	-	-	\$180,00
TOTAL					\$2.078,26

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

A más de los servicios básicos esenciales, para garantizar la eficiencia en las uniones del negocio se considera el internet, la frecuencia de comunicación por radio y la base celular los mismos que generan costos mensuales y por consiguiente anuales.

➤ **Reparación y mantenimiento**

Es importante para toda empresa destinar el recurso necesario para solventar ciertos costos por reparación o mantenimiento de la maquinaria o equipo que esta expuesto a mayores daños

**CUADRO N° 46
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

RUBROS	VALOR	% US
Vehículo para uso operacional (2%)	\$ 4.450,00	89,00
Equipo de computo (2%)	\$ 7.283,00	145,66
TOTAL		234,66

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Se cree conveniente destinar el 2% para reparación y mantenimiento del vehículo para uso operacional y de la misma forma para el equipo de cómputo, generando un desembolso total anual de 234,66 dólares.

➤ **Seguros**

Esta partida comprende el pago de las pólizas anuales que se deben realizar considerando el riesgo de sufrir deterioros de ciertos activos.

**CUADRO N° 47
SEGUROS**

RUBROS	VALOR	% US
Equipo de cómputo y Vehículo para uso operacional (2%)	\$ 7.283,00	145,66
TOTAL		145,66

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

De igual forma se asigna un porcentaje del 2% para asegurar tanto a los vehículos como al equipo de cómputo.

7.2 Gastos.

➤ **Gastos de administración.**

Corresponden a aquellos resultantes de la administración de la empresa, independientemente del aspecto productivo

**CUADRO N° 48
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

DETALLE	TOTAL ANUAL
Gerente	\$ 8.188,26
Secretaria	\$ 4.468,60
Asesor contable	\$ 3.000,00
Gastos de oficina	\$ 231,44
TOTAL	\$ 15.888,30

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El total de gastos administrativos ascienden a 15.888,30 dólares, los mismos que comprenden las remuneraciones al gerente, secretaria y asesor contable, adicionando los gastos por útiles de oficina.

**CUADRO N° 49
GASTOS DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	COSTO UNITARI	TOTAL ANUAL
Resma hojas bond	6	\$ 4,20	\$ 25,20
Carpetas transparentes	20	\$ 0,60	\$ 12,00
Bolígrafos	24	\$ 0,26	\$ 6,24
Corrector	6	\$ 1,80	\$ 10,80
Clips estandar	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Grapadora STAPLERTH	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Goma en barra 21 G UHU	4	\$ 2,40	\$ 9,60
Resaltador STADLERT	12	\$ 1,50	\$ 18,00
Perforadora PUNCH	2	\$ 6,10	\$ 12,20
Sacagrapas	4	\$ 0,60	\$ 2,40
Cinta scocht	6	\$ 0,60	\$ 3,60
Archivador T/DF	6	\$ 2,80	\$ 16,80
Cartuchos de tinta tricolor	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Cartuchos de tinta negra	2	\$ 28,00	\$ 56,00
TOTAL			\$ 231,44

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como se puede observar los gastos de oficina no representan un desembolso sustancial, sin embargo la utilización de dichos aditamentos son indispensables para el funcionamiento administrativo.

➤ **Servicios básicos de administración**

De la misma forma se considera agua, luz y teléfono pero para uso administrativo.

**CUADRO N° 50
SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN**

DETALLE	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CONSUMO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Teléfono	MIN	\$0,02	45	\$18,00	\$216,00
Energía eléctrica	KW/H	\$0,08	5	\$8,30	\$99,60
Agua potable	MTS3	0,57	0,5	\$5,70	\$68,40
TOTAL				\$32,00	\$384,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El total de gastos por servicios básicos de administración es de 384,00 dólares en un periodo anual.

➤ **Gasto de ventas**

Incluye los egresos resultantes directamente por la venta del bien o servicio.

**CUADRO N° 51
GASTOS DE VENTAS**

DETALLE	ESPECIFICACIÓN	COSTO X DÍA	N° DE DÍAS PARA	COSTO TOTAL ANUAL
CUÑA RADIAL	2 cuñas diarias de 30 segundos cada una.	8,33	90	749,70
DETALLE	ESPECIFICACIÓN	COSTO X PUBLIC.	N° DE DÍAS PARA PUBLIC.	COSTO TOTAL ANUAL
DIARIO LA HORA	Cls: 1 columna por 4 centímetros	3,60	90	324,00
DIARIO LA HORA	Cls: 2 columna por 4 centímetros	10,30	60	618,00
DETALLE	ESPECIFICACIÓN	COSTO	IVA 12%	COSTO TOTAL ANUAL
HOJAS VOLANTES	Full color 1/2 of. 1000 Unidades	60,00	7,2	67,20
DETALLE	ESPECIFICACIÓN	COSTO	IVA 12%	COSTO TOTAL ANUAL
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	Full color 1/2 of. 1000 Unidades	60,00	7,2	67,20
	DETALLE	ESPECIFICACIÓN	COSTO TOTAL ANUAL	
	PÁGINA WEB	5 a 10 vínculos, 20 a 30 imágenes, utilización de videos multimedia.	390,00	
	HOSTING	Para funcionamiento anual	140,00	
				530,00
TOTAL GASTO DE VENTAS				2356,10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Generalmente la venta del producto requiere de utilización de campañas publicitarias, por lo que se ratifica el manejo de cuñas radiales, prensa escrita, hojas volantes, tarjeta de presentación y paginas web.

➤ **Gastos financieros**

Están determinados por el uso del dinero ajeno, es decir son los gastos ocasionados por la contratación de prestamos o créditos, los mismos que sirven para impulsar el proyecto.

A continuación se establece el cuadro de amortización por emisión del préstamo, considerando una tasa de interés del 15% anual para un plazo de cinco periodos:

**CUADRO N° 52
AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO**

AÑOS	CAPITAL	INTERÉS	CAPITAL DESCONTA DO	CUOTA
1	\$ 7.371,91	\$ 1.105,79	\$ 1.093,37	\$ 2.199,15
2	\$ 6.278,54	\$ 941,78	\$ 1.257,37	\$ 2.199,15
3	\$ 5.021,17	\$ 753,17	\$ 1.445,98	\$ 2.199,15
4	\$ 3.575,19	\$ 536,28	\$ 1.662,88	\$ 2.199,15
5	\$ 1.912,31	\$ 286,85	\$ 1.912,31	\$ 2.199,15
TOTAL		\$ 3.624	\$ 7.371,91	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Con la información obtenida se identifican de manera específica los gastos financieros.

**CUADRO N° 53
GASTOS FINANCIEROS**

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	\$ 1.105,79	\$ 941,78	\$ 753,17	\$ 536,28	\$ 286,85

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Los gastos financieros para el primer año ascienden a 1105,79 dólares y para el periodo cinco se obtendrá un gasto financiero de 286,85 dólares dado que es ciclo donde se termina de pagar el préstamo.

7.2.1 Gastos que no representan desembolsos

➤ Depreciaciones

Es el valor que se carga al costo por el uso o desgaste de activos, para calcular la depreciación es recomendable el método lineal.

**CUADRO N° 54
DEPRECIACIÓN ANUAL**

CUENTAS	COSTO	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN %	TOTAL AÑO
Muebles y enseres	\$ 3.177,26	10	10%	\$ 317,73
Herramientas para uso operacional	\$ 2.225,00	3	33%	\$ 734,25
Equipo de computo	\$ 2.833,00	3	33%	\$ 934,89
Vehículo para uso operacional	\$ 4.450,00	5	20%	\$ 890,00
Ornamento	\$ 228,00	3	33%	\$ 75,24
TOTAL	\$12.913,26			\$ 2.952,11

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Cuando se realiza el análisis de depreciación, generalmente se genera un valor residual, considerando los activos que sobrepasan los años en que se proyecta las depreciaciones de los activos.

Como se puede observar los activos muebles y enseres se deprecian a 10 años, lo que significa que existe un valor restante de cálculo.

$$317,73 \times 5 \text{ años restantes} = 1.588,63$$

El valor residual influye en el análisis de los flujos para el estudio financiero.

Seguidamente se detallan la depreciación proyectada:

**CUADRO N° 55
DEPRECIACIÓN PROYECTADA**

DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS FIJOS					
Muebles y enseres	\$ 317,73	\$ 317,73	\$ 317,73	\$ 317,73	\$ 317,73
Herramientas para uso operacional	\$ 734,25	\$ 734,25	\$ 734,25	-	-
Equipo de computo	\$ 934,89	\$ 934,89	\$ 934,89	-	-
Vehículo para uso operacional	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 890,00
Ornamento	\$ 75,24	\$ 75,24	\$ 75,24	-	-
TOTAL	\$ 2.952,11	\$ 2.952,11	\$ 2.952,11	\$ 1.207,73	\$ 1.207,73

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Algunos de los activos se deprecian a tres años por lo que las proyecciones disminuyen de un periodo inicial a un final.

➤ **Amortizaciones**

El tiempo estimado para la amortización de activos diferidos es de cinco años.

**CUADRO N° 56
AMORTIZACIONES**

AÑOS	TOTAL ACTIVO	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	\$ 1.400,00	\$ 280,00	\$ 1.120,00
2	\$ 1.120,00	\$ 280,00	\$ 840,00
3	\$ 840,00	\$ 280,00	\$ 560,00
4	\$ 560,00	\$ 280,00	\$ 280,00
5	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La amortización anual es de 280,00 dólares, que estimado para cinco años suple el total de activos diferidos.

7.3 Proyección de costos

Corresponde a la sumatoria de costos y gastos incurridos, proyectados a una tasa de inflación del 8,02%.

**CUADRO N° 57
PROYECCIÓN DE COSTOS**

COSTOS OPERATIVOS	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Personal oper. De servicio	\$ 25.169,33	\$ 27.187,91	\$ 29.368,38	\$ 31.723,72	\$ 34.267,97
SUBTOTAL DE	\$ 25.169,33	\$ 27.187,91	\$ 29.368,38	\$ 31.723,72	\$ 34.267,97
CIF					
Materiales indirectos	\$ 141,81	\$ 153,18	\$ 165,47	\$ 178,74	\$ 193,07
Servicios básicos de operación	\$ 2.078,26	\$ 2.244,93	\$ 2.424,98	\$ 2.619,46	\$ 2.829,54
Arriendos	\$ 3.000,00	\$ 3.240,60	\$ 3.500,50	\$ 3.781,24	\$ 4.084,49
Seguros	\$ 145,66	\$ 157,34	\$ 169,96	\$ 183,59	\$ 198,32
Reparación y mantenimiento	\$ 234,66	\$ 253,48	\$ 273,81	\$ 295,77	\$ 319,49
Depreciaciones	\$ 2.952,11	\$ 2.952,11	\$ 2.952,11	\$ 1.207,73	\$ 1.207,73
SUBTOTAL CIF	\$ 8.552,49	\$ 9.001,64	\$ 9.486,82	\$ 8.266,52	\$ 8.832,63
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 33.721,82	\$ 36.189,55	\$ 38.855,20	\$ 39.990,24	\$ 43.100,60
PRESUPUESTO DE GASTOS					
GASTOS ADMINISTRACION					
Sueldo gerente	\$ 8.188,26	\$ 8.844,96	\$ 9.554,32	\$ 10.320,58	\$ 11.148,29
Sueldo secretaria	\$ 4.468,60	\$ 4.826,98	\$ 5.214,11	\$ 5.632,28	\$ 6.083,99
Sueldo asesor contable	\$ 3.000,00	\$ 3.240,60	\$ 3.500,50	\$ 3.781,24	\$ 4.084,49
Gastos de oficina	\$ 231,44	\$ 250,00	\$ 270,05	\$ 291,71	\$ 315,10
Servicios básicos de administración	\$ 384,00	\$ 414,80	\$ 448,06	\$ 484,00	\$ 522,81
Amort. De activos diferidos.	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	\$ 16.552,30	\$ 17.857,34	\$ 19.267,04	\$ 20.789,80	\$ 22.434,69
GASTOS DE VENTAS					
Gasto publicidad	\$ 2.356,10	\$ 2.545,06	\$ 2.749,17	\$ 2.969,66	\$ 3.207,82
SUBTOTAL	\$ 2.356,10	\$ 2.545,06	\$ 2.749,17	\$ 2.969,66	\$ 3.207,82
GASTOS FINANCIEROS					
Cuota total. Interés 15.00%	\$ 1.105,79	\$ 941,78	\$ 753,17	\$ 536,28	\$ 286,85
TOTAL COSTOS + GASTOS	\$ 53.736,01	\$ 57.533,73	\$ 61.624,59	\$ 64.285,98	\$ 69.029,96

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Los costos totales estimados para el año 2009 son de 53.736,01 dólares, y para el año 2013 son de 69.029,96 dólares.

7.4 Presupuesto de ingresos

Los ingresos del proyecto están definidos por el volumen de producción sean estos bienes o servicios y por el precio de venta estimado.

7.4.1 Análisis del costo unitario

Corresponden a la relación de los costos totales y el número de servicios emitidos durante el año por la empresa.

CU =	COSTO TOTAL 2009
	N° SERVICIOS PRESTADOS
CU =	53736,01
	23040
CU =	2,33

Según la fórmula ilustrada el costo unitario para el año 2009 es de 2,33 dólares.

CUADRO N° 58 COSTO UNITARIO

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
2009	23.040	\$ 53.736,01	\$ 2,33
2010	24.480	\$ 57.533,73	\$ 2,35
2011	25.920	\$ 61.624,59	\$ 2,38
2012	27.360	\$ 64.285,98	\$ 2,35
2013	28.800	\$ 69.029,96	\$ 2,40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El costo unitario para el primer año de operaciones es de 2,33 dólares. Es importante destacar que en cada periodo dicho costo se incrementa en proporción mínima.

7.4.2 Análisis del precio y utilidad

Cuando se determina el costo unitario, es conveniente establecer un margen de utilidad, el mismo que no deberá exceder los parámetros establecidos para fijación de precios, como son los resultados preferenciales obtenidos en las encuestas por parte del cliente potencial, o la ganancia que genera la competencia.

Bajo tales lineamientos se establece una utilidad porcentual del 18% para lograr competitividad en el mercado.

PU =	CU + (%UTILIDAD * CU)
------	-----------------------

**CUADRO N° 59
PROYECCIÓN DE
INGRESOS**

AÑO	COSTO UNITARIO	% DE UTILIDAD	PRECIO UNITARIO	CAPACIDAD UTILIZADA	TOTAL INGRESOS
1	2,33	18%	2,75	23.040,00	63.408,49
2	2,35	18%	2,77	24.480,00	67.889,80
3	2,38	18%	2,81	25.920,00	72.717,01
4	2,35	18%	2,77	27.360,00	75.857,46
5	2,40	18%	2,83	28.800,00	81.455,35

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Como lo explica en la fórmula el costo unitario debe sumarse al porcentaje de utilidad estimado para obtener el precio y posteriormente calcular los ingresos.

Mediante proyecciones se establece que el precio para el primer año de operaciones es de 2,75, dólares, lo que significa un ingreso total de 63.408,49 dólares.

CAPITULO VIII

EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1 Evaluación económica financiera

La Evaluación Financiera, es el proceso que vincula el Riesgo y el Rendimiento, para determinar el valor de un Activo. Es un procedimiento relativamente sencillo que se puede aplicar a las series esperadas de beneficios, que pueden ser de acciones, bonos, propiedades en rentas u otros.

8.1.1 Instrumentos de evaluación

- Estado de situación inicial.
- Estado de pérdidas y ganancias.
- Flujos de caja.

8.1.1.1.Estado de situación

“Es un documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo.”³².

³² Páez N: Evaluación y diseño de proyectos, 1 Edición, CODEU, 2000, Quito, Ecuador

**CUADRO N° 60
ESTADO DE SITUACIÓN**

ACTIVO			PASIVOS		
CIRCULANTE		\$4.116,51	CORTO PLAZO		
Caja Bancos	\$ 4.116,51		LARGO PLAZO		\$ 7.371,91
ACTIVO FIJO		\$12.913,26	TOTAL PASIVO		\$ 7.371,91
Muebles y enseres	\$ 3.177,26				
Herramientas para uso operacional	\$ 2.225,00				
Equipo de computo	\$ 2.833,00				
Vehículo para uso operacional	\$ 4.450,00				
Ornamento	\$ 228,00				
			TOTAL PATRIMONIO		\$ 11.057,86
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 1.400,00			
Gastos intangibles	\$ 1.400,00				
TOTAL ACTIVO		\$18.429,77	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO		\$ 18.429,77

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El activo circulante representa el total de capital de trabajo destinado como efectivo para cubrir las actividades preoperacionales.

Dentro de los pasivos se considera una deuda a largo plazo de 7.371,91 dólares. El total de activos suman 18.429,77 dólares.

8.1.1.2 Estado de resultados

“Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.”³³

El Estado de resultados es un documento contable que presenta las deducciones obtenidas en un período económico, sean éstos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos y egresos establecidos.

³³ ZAPATA Pedro, Contabilidad General, Editorial Norma, Pág. 247

**CUADRO N° 61
ESTADO DE RESULTADOS**

PERIODOS	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Ventas netas	63.408,49	67.889,80	72.717,01	75.857,46	81.455,35
- Costo de ventas	33.721,82	36.189,55	38.855,20	39.990,24	43.100,60
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	29.686,67	31.700,25	33.861,81	35.867,21	38.354,75
- Gastos administración	16.552,30	17.857,34	19.267,04	20.789,80	22.434,69
- Gasto de ventas	2.356,10	2.545,06	2.749,17	2.969,66	3.207,82
= UTILIDAD	10.778,27	11.297,85	11.845,60	12.107,75	12.712,24
- Gastos financieros	1.105,79	941,78	753,17	536,28	286,85
= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	9.672,48	10.356,07	11.092,43	11.571,48	12.425,39
- 15% participación utilidades	1.450,87	1.553,41	1.663,86	1.735,72	1.863,81
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	8.221,61	8.802,66	9.428,56	9.835,76	10.561,58
- Impuesto a la renta (25%)	2.055,40	2.200,67	2.357,14	2.458,94	2.640,40
= UTILIDAD NETA	6.166,21	6.602,00	7.071,42	7.376,82	7.921,19

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La utilidad generada para el primer año de funcionamiento asciende a 6.166,21 dólares, con incremento sustancial para ciclos posteriores.

8.1.1.3 Flujo de caja

“El flujo de caja depende de la información que se desee obtener: medir rentabilidad del proyecto, la rentabilidad de los recursos propios invertidos en él o la capacidad de pago de un eventual préstamo para financiar la inversión.”³⁴

La proyección del flujo de caja constituye uno de los componentes más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo permite determinar la incidencia de varios indicadores de rentabilidad.

³⁴ SAPAG Nassir Proyectos de Inversión, Editorial Pearson Prentice Hall, México 1ra. Edición 2007, Pág. 213.

**CUADRO N° 62
FLUJO DE CAJA**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A- INGRESOS OPERACIONALES		\$ 63.408,49	\$ 67.889,80	\$ 72.717,01	\$ 75.857,46	\$ 81.455,35
Recuperación por ventas		\$ 63.408,49	\$ 67.889,80	\$ 72.717,01	\$ 75.857,46	\$ 81.455,35
B- EGRESOS OPERACIONALES		\$ 46.398,12	\$ 53.359,84	\$ 57.639,30	\$ 62.261,98	\$ 67.255,39
Personal operativo de servicio		\$ 25.169,33	\$ 27.187,91	\$ 29.368,38	\$ 31.723,72	\$ 34.267,97
Gasto de ventas		\$ 2.356,10	\$ 2.545,06	\$ 2.749,17	\$ 2.969,66	\$ 3.207,82
Gastos administrativos		\$ 13.272,30	\$ 17.577,34	\$ 18.987,04	\$ 20.509,80	\$ 22.154,69
Costos indirectos(CIF)		\$ 5.600,39	\$ 6.049,54	\$ 6.534,71	\$ 7.058,79	\$ 7.624,91
C- FLUJO OPERACIONAL (A-B) VAN – TIR	\$ 0,00	\$ 17.010,37	\$ 14.529,96	\$ 15.077,71	\$ 13.595,48	\$ 14.199,96
D- INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 18.429,77					
Crédito largo plazo	\$ 7.371,91					
Aportes de capital	\$ 11.057,86					
E- EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 14.313,26	\$ 4.612,06	\$ 4.695,86	\$ 4.774,18	\$ 4.730,94	\$ 4.791,05
Pago interés		\$ 1.105,79	\$ 941,78	\$ 753,17	\$ 536,28	\$ 286,85
Pago participación trabajadores		\$ 1.450,87	\$ 1.553,41	\$ 1.663,86	\$ 1.735,72	\$ 1.863,81
Pago impuestos		\$ 2.055,40	\$ 2.200,67	\$ 2.357,14	\$ 2.458,94	\$ 2.640,40
TOTAL ACTIVOS FIJOS Y DIF.	\$ 14.313,26					
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y enseres	\$ 3.177,26					
Herramientas para uso operacional	\$ 2.225,00					
Equipo de computo	\$ 2.833,00					
Vehículo para uso operacional	\$ 4.450,00					
Ornamento	\$ 228,00					
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.400,00					
F- FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$ 4.116,51	-\$ 4.612,06	-\$ 4.695,86	-\$ 4.774,18	-\$ 4.730,94	-\$ 4.791,05
G- FLUJO NETO GENERADO (C + F)	\$ 4.116,51	\$ 12.398,31	\$ 9.834,10	\$ 10.303,53	\$ 8.864,54	\$ 9.408,91
H- SALDO INICIAL DE CAJA		\$ 4.116,51	\$ 16.514,82	\$ 26.348,92	\$ 36.652,45	\$ 45.516,99
I- SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$ 4.116,51	\$ 16.514,82	\$ 26.348,92	\$ 36.652,45	\$ 45.516,99	\$ 54.925,91

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El saldo final de caja determina el total de capital de trabajo utilizado. Referente al año uno se obtiene como resultado un flujo de 16.514,82 dólares.

8.1.1.4 Balance general proyectado

“Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo.”³⁵

³⁵ <http://www.monografias.com/trabajos14/situac-financiera/situac-financiera.shtml#ESTAD>

**CUADRO N° 63
BALANCE GENERAL**

PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO DISPONIBLE						
Caja	\$ 4.116,51	\$ 16.514,82	\$ 26.348,92	\$ 36.652,45	\$ 45.516,99	\$ 54.925,91
TOTAL ACTIVO DISPONIBLE	\$ 4.116,51	\$ 16.514,82	\$ 26.348,92	\$ 36.652,45	\$ 45.516,99	\$ 54.925,91
ACTIVO REALIZABLE						
Material indirectos		\$ 141,81	\$ 153,18	\$ 165,47	\$ 178,74	\$ 193,07
TOTAL ACTIVO REALIZABLE	\$ 0,00	\$ 141,81	\$ 153,18	\$ 165,47	\$ 178,74	\$ 193,07
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y enseres	\$ 3.177,26	\$ 3.177,26	\$ 3.177,26	\$ 3.177,26	\$ 3.177,26	\$ 3.177,26
Herramientas para uso operacional	\$ 2.225,00	\$ 2.225,00	\$ 2.225,00	\$ 2.225,00	\$ 2.225,00	\$ 2.225,00
Equipo de computo	\$ 2.833,00	\$ 2.833,00	\$ 2.833,00	\$ 2.833,00	\$ 2.833,00	\$ 2.833,00
Vehículo	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 4.450,00
Ornamento	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00	\$ 228,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-\$ 2.952,11	-\$ 5.904,21	-\$ 8.856,32	-\$ 10.064,04	-\$ 11.271,77
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 12.913,26	\$ 9.961,15	\$ 7.009,05	\$ 4.056,94	\$ 2.849,22	\$ 1.641,49
ACTIVOS DIFERIDOS						
Total Gastos de constitución	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		-\$ 280,00	-\$ 560,00	-\$ 840,00	-\$ 1.120,00	-\$ 1.400,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.400,00	\$ 1.120,00	\$ 840,00	\$ 560,00	\$ 280,00	\$ 0,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 18.429,77	\$ 27.737,79	\$ 34.351,16	\$ 41.434,86	\$ 48.824,95	\$ 56.760,47
PASIVOS						
PASIVOS A LARGO PLAZO						
PRÉSTAMOS BANCARIOS	\$ 7.371,91	\$ 6.278,54	\$ 5.021,17	\$ 3.575,19	\$ 1.912,31	
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 7.371,91	\$ 6.278,54	\$ 5.021,17	\$ 3.575,19	\$ 1.912,31	
TOTAL PASIVOS	\$ 7.371,91	\$ 6.278,54	\$ 5.021,17	\$ 3.575,19	\$ 1.912,31	\$ 0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL INICIAL						
Capital social	\$ 11.057,86	\$ 15.293,04	\$ 16.561,79	\$ 18.020,05	\$ 19.696,20	\$ 21.622,84
RESERVAS						
10% Reserva legal			\$ 616,62	\$ 1.276,82	\$ 1.983,96	\$ 2.721,64
RESULTADOS						
Utilidad retenida			\$ 5.549,59	\$ 11.491,38	\$ 17.855,66	\$ 24.494,80
UTILIDAD NETA		\$ 6.166,21	\$ 6.602,00	\$ 7.071,42	\$ 7.376,82	\$ 7.921,19
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.057,86	\$ 21.459,25	\$ 29.329,99	\$ 37.859,68	\$ 46.912,64	\$ 56.760,47
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 18.429,77	\$ 27.737,79	\$ 34.351,16	\$ 41.434,86	\$ 48.824,95	\$ 56.760,47
COMPROBACIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Es conveniente realizar un balance al inicio del ejercicio económico, y otro al cierre del mismo periodo, para evaluar la evolución de la empresa.

8.1.2. Indicadores de evaluación

8.1.2.1. Costo promedio ponderado de capital

“Es el valor máximo sacrificado alternativo al realizar alguna decisión económica”³⁶.

CUADRO N° 64
TMAR

TMAR=	Indice inflacionario + Premio al riesgo		TOTAL
TMAR=	8,02%	15%	23,02%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

CUADRO N° 65
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL TOTAL

DETALLE	CANTIDAD \$	% APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
BANCO	7.371,91	40,00%	15,00%	6,00%
ACCIONISTAS	11.057,86	60,00%	23,02%	13,81%
	18.429,77			
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				19,81%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El costo promedio ponderado de capital representa una tasa porcentual del 19,81% que significa lo mínimo que el inversionista estará dispuesto a obtener de rentabilidad por efectuar el proyecto.

8.1.2.2. Valor actual neto (VAN)

“El VAN como método para evaluar propuestas de inversión, este valor considera el ajuste en el tiempo de todos los flujos de efectivo al porcentaje de rendimiento requerido por la administración.”³⁷

³⁶ GÓMEZ Giovanni E. Más que un análisis financiero: una cuestión de razones. 2001

³⁷ AVELLANEDA Carmenza, Diccionario de los términos Financieros, Pág. 355

**CUADRO N° 66
VALOR ACTUAL NETO**

PERIODOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT	VALOR
	OPERACIONAL	19,81%	ACTUALIZADO
0	\$18.429,77		
1	\$13.504,10	0,83	11.271,07
2	\$10.775,88	0,70	7.506,75
3	\$11.056,70	0,58	6.428,72
4	\$9.400,82	0,49	4.562,10
5	\$11.284,39	0,41	4.570,63
		∑ FLUJOS NETOS	34.339,28
		INVERSIÓN	-18.429,77
		VAN =	15.909,51

* Calculado en Excel

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

El valor actual neto del proyecto es de 15.909,51 dólares, representa la cantidad de efectivo acumulado en un periodo de cinco años.

8.1.2.3. Tasa interna de retorno (TIR)

“Generalmente conocido por su acrónimo TIR, es el tipo de descuento que hace que el VAN (valor actual o presente neto) sea igual a cero, es decir, el tipo de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada (positivos) con el flujo de salida inicial y otros flujos negativos actualizados de un proyecto de inversión”³⁸.

³⁸MENESES ALVAREZ, Edilberto. “Preparación y Evaluación de Proyectos”. Edición por Quality Print. Tercera Edición. Ecuador. 2001

CUADRO N° 67
TASA INTERNA DE RETORNO

FLUJO DE FONDOS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN FIJA	- 12.913,26					
INVERSIÓN DIFERIDA	- 1.400,00					
CAPITAL DE OPERACIÓN	- 4.116,51					
PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		(1.450,87)	(1.553,41)	(1.663,86)	(1.735,72)	(1.863,81)
IMPUESTO A LA RENTA		(2.055,40)	(2.200,67)	(2.357,14)	(2.458,94)	(2.640,40)
FLUJO OPERACIONAL (ingresos - egresos)	-	17.010,37	14.529,96	15.077,71	13.595,48	14.199,96
Valor de recuperación:						
INVERSIÓN FIJA						\$ 1.588,63
FLUJO NETO	- 18.429,77	13.504,10	10.775,88	11.056,70	9.400,82	11.284,39
TIR	57,54%					

* Calculado en hoja electrónica de Excel

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La TIR es de 57,54%, este indicador es sustancialmente superior al costo promedio ponderado de capital, por lo que se prevé que el proyecto es rentable.

8.1.2.4. Razón beneficio / Costo

El indicador beneficio costo se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido.

- Beneficio / Costo > que 1; se puede realizar el proyecto
- Beneficio / Costo = que 1; es indiferente realizar el proyecto
- Beneficio / Costo < que 1; se debe rechazar el proyecto.

CUADRO N° 68
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

PERIODOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT	VALOR
	OPERACIONAL	19,81%	ACTUALIZADO
0	\$18.429,77		
1	\$13.504,10	0,83	11.271,07
2	\$10.775,88	0,70	7.506,75
3	\$11.056,70	0,58	6.428,72
4	\$9.400,82	0,49	4.562,10
5	\$11.284,39	0,41	4.570,63
VAN = $\frac{\sum \text{FLUJOS NETOS}}{\text{INVERSIÓN}}$	$\sum \text{FLUJOS NETOS}$		34.339,28
	INVERSIÓN		18.429,77
	RBC =		1,86

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La relación beneficio costo es de 1,86, lo que significa que por cada dólar de inversión se genera 0,86 centavos de rentabilidad.

8.1.2.5. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Es el tiempo que tarda en recuperarse el Capital que fue invertido para iniciar las actividades de la empresa, en una medida de la rapidez con que el proyecto reintegrará el desembolso original de capital.

CUADRO N° 69
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODOS	FNC	Σ
		FN
0	18429,77	
1	13.504,10	13.504,10
2	10.775,88	<u>24.279,98</u>
3	11.056,70	35.336,68
4	9.400,82	44.737,50
5	11.284,39	56.021,89
PRI =	Año que supera la inversión +	Inversión- Σ primeros flujos FN del año que supera la inversión
PRI =	2 +	-5.850,21 10.775,88
PRI=	2	(0,54)
PRI=	1,46	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La inversión se recuperará en aproximadamente 1 año 4 meses.

8.1.2.6 Índices financieros

”El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de una empresa, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requieren de mayor atención en el análisis”³⁹.

³⁹ PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao

➤ **Índice de solidez**

Permite determinar el porcentaje de cantidad de deuda que la empresa o negocio tiene con terceras personas.

**CUADRO N° 70
ÍNDICE DE SOLIDEZ**

PASIVO TOTAL	\$ 7.371,91	0,40
ACTIVO TOTAL	\$ 18.429,77	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Significa que la empresa tiene obligaciones con terceros en un 40% sobre sus activos y el 60% corresponde a recursos propios.

➤ **Utilidad operacional sobre ventas netas**

Este indicador establece la proporción de ventas o servicios prestados que generalmente se convierten en utilidad.

**CUADRO N° 71
UTILIDAD OPERACIONAL SOBRE VENTAS NETAS**

UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 10.778,27	0,17
VENTAS NETAS	\$ 63.408,49	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Se genera una utilidad estimada del 17% en relación a las ventas operacionales.

➤ **Cobertura de interés**

Mide la facilidad con que se pueden cubrir las obligaciones financieras.

**CUADRO N° 72
COBERTURA DE INTERÉS**

UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 10.778,27	9,75
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.105,79	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

Este indicador demuestra que el grado en que la utilidad operacional cubre los requerimientos de pago de los gastos financieros totales es permisible siendo superior a uno.

➤ **Recuperación sobre capital propio**

Permite establecer la eficiencia con que se recupera el capital invertido de los accionistas.

CUADRO N° 73
RECUPERACIÓN SOBRE CAPITAL PROPIO

UTILIDAD NETA	\$ 6.166,21	0,56
CAPITAL SOCIAL	\$ 11.057,86	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La empresa esta en condiciones de recuperar el capital invertido por los accionistas en forma adecuada.

➤ **Índice de rotación de activos**

Mide el grado de utilización que se le otorga a los activos, determinando la existencia de activos ociosos que pueden perjudicar la rentabilidad de la empresa.

CUADRO N° 74
ROTACIÓN DE ACTIVOS

VENTAS	\$ 63.408,49	3,44
TOTAL ACTIVOS	\$ 18.429,77	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alcívar Alexandra /2009

La empresa maneja una excelente política de rotación y utilización de activos, dado que el indicador esta sobre los 3 puntos.

CAPITULO IX

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones

- Mediante el análisis del estudio de mercado se establece que, el total de la demanda efectiva es de 4'127.077 servicios o trámites durante el año 2009, esto se debe principalmente al enfoque dirigido en base al segmento de la población potencial y su promedio de consumo. De igual manera la oferta efectiva se constituye en 158.880 representada por el número de oferentes indirectos existentes en el medio y su capacidad de poder ofertar servicios similares. La demanda insatisfecha es de 3'974.197 para el primer periodo con una tendencia de incremento en años posteriores, de la cual el proyecto pretende captar aproximadamente el 0,72%.
- La capacidad instalada del proyecto está precedida por el número máximo de trámites que pueden realizarse durante el día, laborando 8 horas diarias, lo que representa un promedio total anual de 28.800 servicios.
- En base al sondeo de sectorización se concretó que, el lugar idóneo para la implementación de las instalaciones de la empresa es en el Casco Central, Río Putumayo y e Ibarra.
- La inversión requerida para llevar a cabo la ejecución del proyecto es de 18.429,77 USD la cual se devengará mediante un crédito a terceros con el 40% de endeudamiento y participación de accionistas con el restante 60%.
- De acuerdo a la evaluación económica financiera se determina que, la tasa interna de retorno es de 57,54% siendo muy superior al costo promedio ponderado de capital que es de (19,81%). El valor actual neto representa una cantidad monetaria de 15.909,15 USD, la relación beneficio costo es de 1,86 lo

que significa que por cada dólar invertido se genera 0,86 ctvs. de rentabilidad. El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año 4 meses aproximadamente. En función al análisis de estos indicadores se concluye la factibilidad económica y financiera del Proyecto.

9.2 Recomendaciones

- Es necesario implementar estrategias de captación de mercado tales como promociones constantes, publicidad llamativa, etc., capaz de enfocar los servicios prestados al mayor número de habitantes posible sin considerar su estratificación.
- Es recomendable innovar, mantener en perfecto estado las instalaciones del establecimiento con el propósito de fomentar una imagen corporativa dirigida a los clientes, tanto reales como potenciales.
- Una estrategia relevante para dar a conocer en forma directa la ubicación exacta del establecimiento, es la emisión de hojas volantes con croquis de localización incluido. Del mismo modo, es recomendable añadir a futuro el uso de gigantografías en lugares estratégicos de la localidad que den a conocer de manera específica la actividad y razón social de la empresa.
- Al momento de llevar a cabo la inversión, es imperioso realizar un análisis minucioso referente a la adquisición de los recursos necesarios para el funcionamiento del negocio, tratando de optimizar el costo de los requerimientos operativos.
- Es importante realizar una retroalimentación de los indicadores de evaluación en forma continua con el fin de medir la rentabilidad periódica, detectar posibles problemas de solidez y establecer estrategias que permitan mejorar el rendimiento financiero del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- MOKATE, Karen Marie; Evaluación financiera de proyectos de inversión, Editorial: Alfaomega, segunda edición 2007, pág. 32.
- FISCHER Laura y ESPEJO Jorge, Mc Graw Hill, Pág. 240, Del libro: Mercadotecnia, Tercera Edición.
- Barreno, Luís, (2005), Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Pág. 20.
- ROMERO, Ricardo; del Libro Marketing; Editora Palmir E.I.R.L.; Pág. 130
- E, Jerome, MC McCarthy, Mc Graw Hill; Marketing un Enfoque Global; 13 edición; México; 2001, Cap.11; Pág. 298.
- Gallardo C. Juan, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, México, 1998
- BARRENO Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Pág. 65, Ed. 2005
- ING. REYES, Sánchez Marco Antonio, Proyecto de Inversión en Ingeniería, México, 1986, Pág. 79
- ECON. MENESES, Edilberto; Preparación y Evaluación de Proyectos; Pág. 103; Ed. 2004
- CHAIN Sapag Nassir; CHAIN Sapag Reynaldo, Mc. Graw Hill, Preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición; Pág. 161.

- COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.
- CHIAVENATO, Idalberto; Iniciación a la Organización y Control; Editorial Mc Graw Gil. Año 1.993, Pág. 66 hasta 72.
- García M. Alberto, Evaluación de Proyectos, Programa Educativos S.A 1 Edición, México 2002, colección McGraw-Hill.
- GUDIÑO DAVILA, Emma, contabilidad 2000, Bogotá - Colombia, 1992, editorial Mcgraw – Hill.
- MANTILLA, Blanco Samuel Alberto; Abril-Junio 2001; Adopción de Estándares Internacionales de Contabilidad; Revista del Contador N° 6 (Págs. 11-128)
- URBINA, Gabriel Baca ; Evaluación de Proyectos; Tercera Edición – 1995; Mc Graw – Hill; Pág.134
- Naranjo Marcelo, Contabilidad de costos, bancaria y gubernamental. Bosco Quito Ecuador
- Páez N: Evaluación y diseño de proyectos, 1 Edición, CODEU, 2000, Quito, Ecuador
- ZAPATA Pedro, Contabilidad General, Editorial Norma, Pág. 247
- SAPAG Nassir Proyectos de Inversión, Editorial Pearson Prentice Hall, México 1ra. Edición 2007, Pág. 213.

- GÓMEZ Giovanni E. Más que un análisis financiero: una cuestión de razones. 2001.
- AVELLANEDA Carmenza, Diccionario de los términos Financieros, Pág. 355
- MENESES ALVAREZ, Edilberto. “Preparación y Evaluación de Proyectos”. Edición por Quality Print. Tercera Edición. Ecuador. 2001
- PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao

INTERNET

- www.mercado.com.ar
- www.monografias.com
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Marketingmix>
- Del sitio web: MarketingPower.com, de la American Marketing Association, URL= <http://www.marketingpower.com>
- <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ingenieria-proyecto>
- www.negocios.com.ar
- <http://www.frrg.utn.edu.ar/frrg/Apuntes/II2/ManualesAd.ppt>
- <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- <http://www.geocities.com/elcomercial/diccionario/f.htm>

APÉNDICES

Mensajería

Proceso de efectuar o llevar a efecto mensajes premeditados a cualquier punto establecido.

Trámites

Diligencia efectuada por cualquier motivo legal o negocios.

Encomiendas

Encargo, realizado mediante servicio especial por medio de transporte.

Empresa

Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo.

Proyecto

En su significado básico, el proyecto es el plan prospectivo, de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social.

Estudio de factibilidad

Es el estudio definitivo que lleva la ejecución del proyecto y contiene todos los elementos que se han descrito en la introducción, es una decisión definitiva sobre la realización del proyecto.

Estudio de mercado

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y complicaciones de un producto dentro del mercado.

Demanda

Es la cantidad de cantidad y calidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y unas condiciones dadas en un momento determinado.

Oferta

Es la cantidad de producto o de servicio que se esta dispuesto a intercambiar en un valor intrínseco de que se piensa realizar la transacción.

Servicio

Acción y efecto de servir para la satisfacción de las necesidades colectivas e individuales de la sociedad.

Cliente

Individuo u organización que realiza una operación de compra.

Estudio técnico

El estudio técnico nos marcará las pautas para conocer el tamaño de la empresa en sus procesos productivos, la mejor opción de localización de la planta, los movimientos y tiempos de producción y los gastos y costos en que se incurrirá.

Inversión

Forma de pago que ésta representa por la colocación de recursos con objeto de obtener de los mismos un beneficio, o por lo menos, una conservación del valor.

Ingreso

Circulación económica en la empresa compuesta por una entrada de dinero en contrapartida de la cual se entrega un bien o servicio. Es distinto a una ganancia.

Eficiencia

Virtud y facultad para lograr un efecto de utilización racional de los recursos productivos, adecuados con la tecnología existente.

Control

Encuestar una situación y manejarla con capacidad física y mental, para ejecutar procedimientos de acuerdo con planes y políticas establecidas.

Costo de oportunidad

El costo de oportunidad del capital que sirve para determinar el valor máximo que se sacrifica al momento de tomar una decisión.

Valor actual neto (VAN)

Nos permite ver la recuperación de la inversión en un tiempo establecido.

Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de retorno de la inversión.

Periodo de la recuperación de la inversión (PRI)

Consiste en determinar el número de tiempo requerido para obtener el monto de la inversión inicial.

ANEXOS

ANEXO N° 1**ENCUESTAS****UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS****PREGUNTA N° 1**

¿Conoce usted del servicio de encomiendas y trámites locales?

PREGUNTA N° 2

¿Conoce usted de existencia de alguna empresa dedicada al servicio de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo?

PREGUNTA N° 3

¿A hecho uso alguna vez del servicio de encomiendas y trámites locales que ofertan las empresas que usted dice conocer?

PREGUNTA N° 4

¿De instaurar una empresa dedicada a realizar servicios de encomiendas y trámites locales en la ciudad de Santo Domingo, usted estaría dispuesto a ser uso de dichos servicios?

PREGUNTA N° 5

¿De los servicios mencionados a continuación cuales cree usted que son los más importantes para que la empresa pueda ofertar; seleccione únicamente uno?

PREGUNTA N° 6

¿Con que frecuencia realiza usted gestiones de encomiendas y trámites locales?

PREGUNTA N° 7

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por hacer uso del servicio de encomiendas y trámites locales que ofrece la empresa?

PREGUNTA N° 8

¿Por qué medios de comunicación cree usted que puede solicitar el servicio con mayor agilidad?

ANEXO N° 2**BORRADOR MINUTA****SEÑOR NOTARIO:**

Es el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase incorporar una en la que conste una **COMPAÑÍA ANONIMA**, que se constituye con arreglo a las declaraciones y cláusulas siguientes:

ARTÍCULO PRIMERO.- INTEGRANTES.- Integran esta sociedad las siguientes personas:

ACCIONISTA N° 1, con cédula de ciudadanía número;....., ecuatoriano, mayor de edad, casado, capaz ante la ley y domiciliado en esta ciudad Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas;

ACCIONISTA N° 2, portador de la cédula de ciudadanía número,..... ecuatoriano, mayor de edad, soltero, capaz ante la ley, con domicilio en Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas;

ACCIONISTA N° 3, ecuatoriano, mayor de edad, soltero, con cédula de ciudadanía número:, capaz ante la ley y domiciliado en esta ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas;

ARTÍCULO SEGUNDO.- RAZON SOCIAL.- La razón de esta compañía será **“SERVIXPRES”**

ARTÍCULO TERCERO.- CAPITAL SOCIAL: El capital social es de USD \$ 63.176,55 dólares, aportados por partes iguales entre los socios constituyentes, y estos aportes han sido entregados en su totalidad, para la formación del capital asociado.

❖ Accionista \$

❖ Accionista \$

❖ Accionista §

ARTÍCULO CUARTO.- REPRESENTACIONES DE LA COMPAÑÍA.-

Solamente el primero de los socios, designado en esta escritura se encuentra autorizado para obrar administrativamente y podrá representar a la compañía, firmado por ella y obligándose en todos sus actos y contratos comerciales de “emergencia”, desconocimientos, etc. Bajo facultad de la junta; ya que, la representación legal no tendrá el gerente.

ARTÍCULO QUINTO.- PLAZO DEL CONTRATO SOCIAL:

El plazo de duración de la presente sociedad es de treinta años, y acuerdan los socios darle el carácter de Compañía Anónima con finalidad de crear una empresa productora de bienes de cerrajería tradicional, siendo por lo mismo socios fundadores, pudiendo integrar en lo posterior, a nuevos integrantes siempre que cumplan los requisitos de la Compañía, así lo amerita;

ARTÍCULO SEXTO.- DOMICILIO DE LA COMPAÑÍA.- El domicilio de la Compañía será la ciudad de Santo Domingo;

ARTÍCULO SEPTIMO.- OBJETO COMERCIAL.-

La compañía constituida mediante este instrumento, tendrá como objeto principal realizar encomiendas y trámites locales.

ARTÍCULO OCTAVO.-

Los socios deberán atender los gastos que demanda la compañía, en lo atinente al mantenimiento del personal movimiento de capitales, distribución de personal, recaudar valores de los mercerizados;

ARTÍCULO NOVENO.-

La Compañía, una vez que se firme el presente documento público quedará legalizada sus estatutos adquiriendo derechos y obligaciones recíprocas entre los socios, además no podrán comprometer los bienes de la Compañía, por acto de tipo personal; ya que, para esto requiere de resolución unánime de socios.

ARTÍCULO DÉCIMO.- La compañía determina como máxima Autoridad de la junta General de socios, quien nombra el directorio, conformado por el presidente; vicepresidente; secretario; los mismo que cumplirán funciones específicas contempladas en el presente estatuto.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL.- Son atribuciones de la junta general de socios:

- a).- Aprobado el balance mensual, semestral o anual
- b).- Elegir el directorio y su presidente;
- c).- Conocer quejas por infracciones graves de los socios;
- d).- Solucionar divergencias, entre socios o entidades similares.
- e).- Reformar el presente reglamento, en dos sesiones, con un tiempo de 24 horas por lo menos del primer debate; y, por mayoría de votos.
- f).- Fijar viáticos , para los socios que deban representar a la Compañía en sus actos públicos privados, tanto fuera de la ciudad , cuanto fuera del país ;
- g).- Expulsar o sancionar a los suspender temporalmente a sus socios;

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO DEL ADMINISTRADOR:

- a) Informar a la junta General, el motivo de la sesión;
- b) Informar sobre la marcha de la compañía durante su tiempo en el cargo cualquier tiempo;
- c) Convocar a Junta General Extraordinaria a solicitud por escrito de socios, haciendo constar sus puntos a tratar;
- d) Convocar a sesión ordinaria d la Junta General, por lo menos dos veces al año, en la que dará a conocer la situación económica, inquietudes de socios, reformas y sanción de la compañía;
- e) Organizar el horario de trabajo del personal
- f) Realizar todo acto o contrato que requiera la compañía
- g) Llevar la contabilidad y actas de la compañía
- h) Representar judicial o extrajudicial de la compañía
- i) Podrá gravar o enajenar bienes, con el consentimiento de la Asamblea

- j) Firmar en forma conjunta con el presidente de los contratos recibidos, actas de finiquitos, cheques, abrir cuentas de ahorros y corrientes, en entidades Bancarias necesarias, depósitos y estados de cuentas que requiere la Compañía.
- k) Establecer multas, por faltas graves de los socios.

ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- ATRIBUCIONES DEL DIRECTORIO

- a) El directorio tendrá las mismas facultades que el Gerente Administrativo de la Compañía asumiendo como tal al accionista; pero si la ausencia fuere definitiva, convocará a sesión extraordinaria para designar su vacante.

ARTÍCULO CUARTO.- ATRIBUCIONES DEL SECRETARIO:

- a) Llevar el libro de actas a todas las sesiones, tanto de la Junta General de Socios, cuanto del directorio;
- b) Hacer citaciones conjuntas con el Gerente, para sesiones ordinaria o extraordinaria;
- c) Citar para sesiones del Directorio;
- d) Llevar el archivo de comunicaciones, oficios enviados, recibidos, y dar a conocer en sesión ordinaria y extraordinaria ;
- e) Llevar la contabilidad de ingresos y egresos;
- f) Sugerir sobre alternativa nuevas a favor de la Compañía respecto a situaciones económicas;
- g) Firmar cheques, o pagarés con el Administrador si fueren facultados;
- h) Recaudar multas, cuotas mensuales, extraordinaria y aportaciones que fije la Compañía, y;
- i) Oficiar comunicando al Presidente y Gerente, sobre las faltas graves de los socios para su respectiva multa o sanción.

ARTÍCULO DECIMO QUINTO.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS:

- a) Todos los socios, tienen derecho a ser elegidos como dignatarios de la Compañía

- b) Ser escuchados por la Asamblea y Directorio, con voz y voto;
- c) Solicitar el Administrador convoque asamblea general o extraordinaria cuando así lo amerite, con el respaldo de un socio.
- d) Concurrir, Asamblea General, por representación debida de su otorgante ;
- e) Cumplir con las sanciones o multas establecidas por el Gerente o Asamblea General.
- f) Apelar las resoluciones que tome la asamblea, Directorio o Gerencia Administrativa;
- g) Ser acreedor de un recuerdo o merecimiento, por la eficacia que muestre en la institución, ya sea en esta ciudad, fuera de la misma o en el exterior; y,
- h) Estar al día en sus Aportaciones de la Empresa.

ARTÍCULO DECIMO SEXTO.- LAS SANCIONES.- Las sanciones que se aplicaran a los socios son las siguientes:

1. Suspensión temporal del socio que no exceda de los treinta días.
2. Multa ejemplar que establezca el directorio, Gerente Administrativo, cuyo monto será de acuerdo a la gravedad de la falta o extracción; y,
3. El socio que no estuviere al día en las aportaciones, cuotas mensuales o multas, no podrá tener voz y voto en la Asamblea, ni podrá apelar las sanciones y multas impuestas.

ARTÍCULO DÉCIMO SEPTIMO.- ECONOMIA DE LA EMPRESA.- El capital social de la institución lo constituye:

- a) La cuota inicial de constitución;
- b) Cuotas extraordinarias
- c) Donaciones, herencias que hicieren a la Empresa, aceptadas bajo inventario; y,
- d) Las multas impuestas por sanciones a los socios.

ARTÍCULO DECIMO OCTAVO.- REPRESENTACION LEGAL.- La institución tendrá como representante legal judicial o extrajudicial al administrador o gerente, quién será nombrado por un año, pudiendo ser reelecto.

ARTÍCULO DECIMO NOVENO.- DISPOSICIONES GENERALES.- El socio que no pague tres meses, la cuota mensual a la que se fije, seguirá trabajando en la Compañía; pero así aumenta desproporcionalmente sus cuotas, dejarán de pertenecer a la Empresa; y, en caso de reingreso lo hará mediante solicitud, como nuevo socio y no tendrá ganancia que hubiere adquirido la Empresa, si no a partir de la fecha de su reingreso.

ARTÍCULO VIGESIMO.- El socio que esté al día en sus aportaciones tendrá la facultad de pedir liquidación de sus haberes económicos, para retirarse de la empresa.

ARTÍCULO VIGESIMO PRIMERO.- Si un socio vendiera, seguirá perteneciendo a la compañía, siempre y cuando pague las cuotas mensuales; es decir, sea un socio activo.

ARTÍCULO VIGESIMO SEGUNDO.- El año económico de la Empresa comienza a partir del primero de enero al treinta de diciembre de cada año.

ARTÍCULO VIGESIMO TERCERO.- Su tiempo de duración estipulada, podrá aumentarse o podrá disolver o aumentarse, cuando los socios así lo requieran, con una mayoría simple de votos.

ARTÍCULO VIGESIMO CUARTO.- En caso de disolución de la Empresa, las pérdidas y ganancias se repartirán en partes iguales entre los socios, de acuerdo al monto de aportación.

ARTÍCULO VIGESIMO QUINTO.- En todo lo que no esté establecido en el presente estatuto, se reglamentará por los acuerdos de la junta General, siempre que esté sujetas a las leyes que rijan en el país; y,

ARTÍCULO VIGESIMO SEXTO.- Los miembros de la actual Directorio, son:

.....
.....
.....
.....,

los mismos que seguirán en sus funciones hasta la conclusión del periodo para el cual fueron nombrados encargándoles la misión primordial de obtener la personería jurídica, en las que nos hallamos empañados; y, en unidad de acto firman:

Usted señor notario, agregará las demás cláusulas de estilo para fiel y legal celebración del mismo.

ANEXO N° 3

ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Slim caoba	1	\$ 210,90	\$ 210,90
Escritorio Metálico 3 gavetas	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Archivadores cuatro gavetas	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Juego de sala de 3 sillones al ras, con mesa para centro	1	\$ 510,00	\$ 510,00
Sillas de espera grafiti	6	\$ 50,00	\$ 300,00
Sofá doble	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Sillas de brazos	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Paneles para división 120x200	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Paneles auxiliares 1,20 x 1,30	1	\$ 145,00	\$ 145,00
Paneles 90x200	2	\$ 193,00	\$ 386,00
Superficie de trabajo 90x60	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Cajones monederos	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Porta CPU	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Puerta batiente dos hojas negra 6mm 2,10 x 2,20 mts	1	\$ 330,36	\$ 330,36
Puertas de 1,20 x 80 para división por paneles	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL			\$3.177,26

EQUIPO DE CÓMPUTO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora INTEL CORE 2 DUO ; Incluye Regulador CDP AVER, Mouse XSCROLL PS2, Monitor 17" 740NW LCD, UPS, Parlantes negros GENIUS Q06S	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Router D - LINK DIR 400	4	\$ 65,00	\$ 260,00
Flahs Memory ADATA 2 GB	1	\$ 11,00	\$ 11,00
Impresora LEXMARK 3300 MFP X	2	\$ 81,00	\$ 162,00
TOTAL			\$2.833,00

VEHÍCULO PARA USO OPERACIONAL			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Moto Ranger 125 CC	5	\$ 890,00	\$ 4.450,00
TOTAL			\$ 4.450,00

HERRAMIENTAS PARA USO OPERACIONAL			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Kenwood TK 3220L	10	\$ 189,00	\$ 1.890,00
Base telefónica Celular	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Teléfono para uso convencional digital	3	\$ 45,00	\$ 135,00
TOTAL			\$ 2.225,00

ORNAMENTO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Plantas ornamentales naturales	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Alfombra para el área de espera	1	\$ 210,00	\$ 210,00
TOTAL			\$ 228,00


ANEXO N° 4

ROL DE PAGOS

Cargo	Salario Básico anual	13 Sueldo	14 Sueldo	Aporte patronal 11,15%	Aporte IECE 0,5%	Aporte CNCF 0,5%	Fondo de reserva	Total
Gerente	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 240,00	\$ 828,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 751,74	\$ 8.188,26
Secretaria contadora	\$ 3.840,00	\$ 320,00	\$ 240,00	\$ 441,60	\$ 19,20	\$ 19,20	\$ 411,40	\$ 4.468,60
Asesor contable	SERVICIOS PROFECIONALES							\$ 3.000,00
Operario de atención telefónica 1	\$ 2.880,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 331,20	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 314,16	\$ 3.405,84
Operario de atención telefónica 2	\$ 2.880,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 331,20	\$ 14,40	\$ 14,40	\$ 314,16	\$ 3.405,84
Operario de servicio puerta a puerta 1	\$ 3.120,00	\$ 260,00	\$ 240,00	\$ 358,80	\$ 15,60	\$ 15,60	\$ 338,47	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta 2	\$ 3.120,00	\$ 260,00	\$ 240,00	\$ 358,80	\$ 15,60	\$ 15,60	\$ 338,47	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta 3	\$ 3.120,00	\$ 260,00	\$ 240,00	\$ 358,80	\$ 15,60	\$ 15,60	\$ 338,47	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta 4	\$ 3.120,00	\$ 260,00	\$ 240,00	\$ 358,80	\$ 15,60	\$ 15,60	\$ 338,47	\$ 3.671,53
Operario de servicio puerta a puerta 5	\$ 3.120,00	\$ 260,00	\$ 240,00	\$ 358,80	\$ 15,60	\$ 15,60	\$ 338,47	\$ 3.671,53
TOTAL	\$ 32.400,00	\$ 2.700,00	\$ 2.160,00	\$ 3.726,00	\$ 162,00	\$ 162,00	\$ 3.483,81	\$ 40.826,19

ANEXO N° 5

PROFORMAS GENERALES

	<p>SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS - ECUADOR</p> <p>Dirección: Av. Quito 1424 y Pasaje Aguavil - Telf.: 275-0264 - 275-0140 Quito: Bosmediano E16-99 (Bellavista) - Telf.: 244-6482 - Fax: 244-9207 E-mail: radiozaracay@hotmail.com * www.zaracay.ec</p>
<p>TARIFA DE CUÑA PUBLICITARIAS SANTO DOMINGO</p> <p>LUNES A VIERNES</p>	
<p><u>TIEMPO</u></p> <p>2 cuñas diarias 30''</p>	<p><u>VALOR</u></p> <p>\$ 8,33</p>
<p>Estos precios incluyen IVA.</p>	
<p><i>Sr. José Sandoval</i></p>	
<p>FRECUENCIA:</p>	<p>99.7 F.M. Regional</p>
<p>COBERTURA:</p>	<p>Santo Domingo, Alluriquín, Tandapi, La Concordia, Independencia, Quinindé, Viche, Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de los Bancos, El Carmen, Maicito, Patricia Pilar y los lugares aledaños a estas zonas.</p>
<p>PROGRAMACIÓN:</p>	<p>Informativa, Deportiva y Musical</p>

* NOTA DE PEDIDO *

Lugar y fecha: Sro. Dgo, 13-Mayo/2009 Fecha de Entrega: PROPONETA

Nombre o Razón Social: _____ Telf.: _____

Persona Responsable del Pedido: _____ Telf.: _____

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1000	HOJAS VOLANTES 1/2 OFICIO FULL COLOR IMPRESIÓN / LADO		60 + IVA
1000	HOJAS VOLANTES 1/2 OFICIO A L. COLOR IMPRESIÓN / LADO		15 + IVA
1000	TARJETAS DE PRESENTACIÓN FULL COLOR		60 + IVA

EL VALOR DE ESTE PEDIDO NO INCLUYE IVA
RECLAME SU FACTURA AUTORIZADA POR EL S.R.L. AL MOMENTO DE RETIRAR SU TRABAJO.

 **ORTEGA**
GRAFICAS A

FIRMA AUTORIZADA

CLIENTE

SUBTOTAL	
ABONO	
SALDO	



Proforma

C.A.B. Computer's



RUC: 1714507827001
Nombre: Sres. SERVIXPRES
Fecha: Lunes, 18 de enero del 2010

Cantidad	Artículo	Valor/Un
1	Router D -Link Dir 400	\$ 65,00
1	LEXMARK MULT. X-2650	\$ 81,00
TOTAL		\$ 146,00

Los precios ya incluyen 12% de IVA

Nota: " El equipo tiene garantía de 1 año calendario
 " Servicio Técnico Garantizado"
 *La garantía no cubre defectos de voltaje, virus ó impericia del usuario

Forma de Pago: Efectivo.

Entrega: 7 días laborables, luego de la firma del convenio

Dirección: "El Calzado" Calle Oe2J # 69 entre Av. San Luis

Teléfonos: 02-311-2348 / 097-762852

E-mail geovanher@yahoo.com

Quito - Ecuador



Proforma

C.A.B. Computer's

RUC: 1714507827001
Nombre: Sres. SERVIXPRES
Fecha: Lunes, 18 de enero del 2010

**¡ OFERTA
 válida solo
 por 8 días!**

Cantidad	Artículo	Precio
1	Intel Core 2 Duo 2.8 Ghz	\$ 600,00
	Regulador CDP AVER-1000 1000VA Supresores de pico negro Supneg TECL. Genius KB-06XE PS2 Negro SP Mouse Genius XSCROLL PS2 Lector de memoria interno MV:SD MS+USB Parlantes Negro Genius Q06S Main Boarth Biostar Procesador Intel Core 2 Duo 2.8 Ghz Disco Duro 320 Gb Samsung Sata 7200 RPM Memoria Ram (ADATA 2GB PC-800) DVD-RWriter Samsung SHS223 22X Sata Int. Monitor Samsung 17" 740NW LCD U.P.S	
	Línea Negra	

Los precios ya incluyen 12% de IVA

El equipo incluye:

- * Windows Vista Ultimate
- * Office 2007 Profesional
- * Reproductores Multimedia
- * Autocad 2008 / Visual Studio. Net








Nota:

- " Más Software a tú gusto y necesidad"
- " El equipo tiene garantía de 1 año calendario"
- " Servicio Técnico Garantizado"
- * La garantía no cubre defectos de voltaje, virus ó impericia del usuario

Forma de Pago: Efectivo.

Entrega: 7 días laborables, luego de la firma del convenio
Dirección: "El Calzado" Calle Oe2J # 69 entre Av. San Luis
Teléfonos: 02-311-2348 / 097-762852
E-mail geovanher@yahoo.com

Quito - Ecuador

 COMERCIAL MIÑACA		PRINCIPAL: Av. 29 de Mayo 324 y Tulcán  2750-782  09 8104639  09 9588716			
COTIZACION comercial.minaca@hotmail.com		ATENCION CULTA Y ESMERADA RUC: 1709221244001			
CREDITO					
ARTICULO	P. CONTADO	ENTRADA	PLAZO	CUOTAS	V. TOTAL
Photo Rangfer 125.CC.	890	300	12.	75=	1200=.
VENDEDOR: <i>Yomy.</i>			FECHA: <i>5/02/2014</i>		
OBSERVACIONES					
 		SE ACEPTAN TODAS LAS TARJETAS DE CREDITOS			
		ATENCION: DE LUNES A SABADO DE 8:30 am. a 7:30 pm. DOMINGOS: 9:00am a 2 pm.		