

CAPÍTULO I

1.- ESTUDIO DE MERCADO

El 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 sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado

Ciertos autores concuerdan que el estudio de mercado surge como un problema del marketing y que no podemos resolver por medio de otro método. Al realizar un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requiere de disposición de tiempo y dedicación de muchas personas.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utiliza una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

"El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, mas bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible"¹

El estudio de mercado es importante para cualquier organización, sea privada, pública, sin ánimo de lucro, siempre tendrá un objetivo que lograr y para ello deberá primero elaborarse un plan que indique los objetivos específicos de la empresa y las estrategias que permitan alcanzarlos.

¹ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#ESTUDIO>

La investigación de mercado en todos los procesos es muy alta ya que sirve como instrumento de acopio de información, previene y limita los riesgos especialmente de ayuda para que la toma de decisiones se dé en condiciones de menor incertidumbre.

El estudio de mercado aplicado al presente proyecto involucrará tres preguntas claves como:

- ¿Que comprará el consumidor?
- ¿Cuánto comprará?
- ¿A que precio comprará?”²

Teniendo en cuenta que este proyecto no representa la creación de una idea nueva en el mercado pero que también es una idea que no ha sido explotada por la competencia, ya que a nivel local y Nacional encontramos empresas dedicadas únicamente al transporte pesado de carga o mercaderías y por separado también encontramos empresas que ofrecen el servicio de arrendamiento de espacio físico e instalaciones para bodegaje de mercadería o insumos. Y muy pocas son las empresas que han visto a estos 2 servicios como un complemento o servicio integral ofertable y dirigido a un mercado donde los clientes meta comprenden empresas comercializadoras de productos terminados ya sean importados o producidos localmente.

Por lo tanto este estudio de mercado nos permitirá conocer las potencialidades y los aspectos favorables que el mercado nos ofrece para que este proyecto que involucra dar 2 servicios en uno, sea acogido y proyecte un crecimiento óptimo.

Para una mejor idea que nos permitirá determinar el estudio de mercado en este proyecto mencionaré a continuación las cinco Fuerzas de Porter:

² José Nicolás Jany Investigación integral de mercado PAG 11-12

CUADRO No. 1.1

CINCO FUERZAS DE PORTER RELACIONADAS CON EL SERVICIO PROPUESTO

COMPETIDORES DIRECTOS EXISTENTES	Tenemos a los antes mencionados: <ul style="list-style-type: none">✓ Empresas de transporte de carga pesada.✓ Empresas de arrendamiento de instalaciones y bodegas.
CLIENTES	Dentro de los clientes estarán: <ul style="list-style-type: none">• Empresas distribuidoras.• Empresas importadoras.• Empresas productoras• Empresas comercializadoras.
PROVEEDORES	Dentro los proveedores estarán: <ul style="list-style-type: none">✓ Distribuidores de repuestos para camiones y montacargas.✓ Proveedores de servicio mecánico especializados en motores Diesel.✓ Y distribuidores que sean necesarios y nos den un buen servicio y precio.
SERVICIOS SUSTITUTOS	✓ Empresas que brinden una alternativa de servicio: Ejm: Cooperativas de camionetas
INGRESO DE NUEVOS COMPETIDORES	<ul style="list-style-type: none">• Nuevos proyectos micro empresariales de transporte, bodegaje y soluciones de logística.• Empresas de Courier que implementen servicio de transporte masivo de mercadería como una unidad estratégica de negocio.• Formación de nuevas empresas gremiales de transporte de carga.• Construcción de bodegas y locaciones de acopio para mercadería.

Fuente: Administración una perspectiva global / Harold Koontz, Heinz Wehrich

Elaborado por: Alex Carabalí

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO:

El objetivo del estudio de mercado es conocer las principales características de los consumidores, sus hábitos de consumo, lugares de consumo, preferencia, gustos y requerimientos que tienen las personas con el fin de ofrecer un adecuado servicio.

Objetivo General:

Analizar y estudiar el Mercado para definir la factibilidad técnica y financiera para la creación e implementación de una empresa de servicio orientada a dar soluciones de logística dedicada a la prestación de transporte de carga pesada y bodegaje de mercaderías con la finalidad de prestar un servicio de calidad, eficiente y oportuno para obtener la mejor rentabilidad posible.

Objetivos Específicos:

- ❖ Detectar y definir con precisión las necesidades y expectativas del mercado en cuanto a la prestación de servicio de transporte de carga pesada y bodegaje en el cantón Quito a fin de diseñar un sistema de servicio de excelencia en base a dichas necesidades.

- ❖ Determinar la oferta y demanda que existe por los servicios de transporte de carga pesada y bodegaje definiendo las expectativas del mercado de modo que satisfaga sus necesidades.

- ❖ Determinando la demanda potencial, permitirá conocer si se ha estado brindando anteriormente este servicio; conocer la oferta existente y obtener una percepción del servicio que se ha estado prestando, concluyendo con la información importante acerca de la demanda insatisfecha y los aspectos del mercado necesario para desarrollar el perfil del servicio que debemos brindar implantado las mejores estrategias que llevan al éxito de su comercialización.

❖ Además determinar el universo del mercado en el que se desea introducir el servicio planteado, especificando las características del mismo con el fin de realizar una investigación de mercado para una muestra seleccionada, utilizando las herramientas óptimas de investigación que permita conocer tanto cualitativamente como cuantitativamente el mercado.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Basándose en los siguientes conceptos legales:

“El contrato de transporte de carga es un acto jurídico consensual, bilateral, complejo, oneroso, por el que un sujeto llamado porteador se obliga a transportar cargas de un lugar a otro, en un modo o más de transporte, mediante cierto precio o flete, que debe satisfacerle a otro sujeto denominado cargador”³

Los servicios de bodegajes o administraciones parciales de inventario son contratos celebrados entre 2 partes, en las cuales el contratante pone bajo cargo y responsabilidad directa de sus inventarios de mercadería, productos o insumos a un contratado, el cual es pleno responsable de la integridad y buen recaudo de los bienes consignados, estableciéndose una tarifa por el servicio prestado y uso de instalaciones.

Después de estos conceptos los servicios que se ofrecerán se los puede simplificar denominándolo: servicio de transporte y bodegaje de mercaderías entendiendo como tal la realización un esquema original donde se ofertará:

³ <http://www.monografias.com/trabajos14/transpormulti/transpormulti.shtml?monosearch>

CUADRO No. 1.2	
SERVICIOS QUE SE VA OFRECER	
Bodegaje	Arrendamiento de un espacio físico determinado, para almacenar y embodegar bienes muebles, mercaderías, productos elaborados o insumos.
Administración Parcial de Inventarios	<p>Se administrará los inventarios y existencias reales de los bienes consignados por bodegaje.</p> <p>Se emitirá informes movimientos de entrada y salida de inventarios bajo parámetros de: destino, tipo de producto y tiempo en stock.</p> <p>Se registrará la proveniencia y destinos bajo cantidades y/o peso de la mercadería.</p>
Transporte de Carga	Se ofrecerá servicio de transporte y distribución de la mercadería marcada por rutas terrestres a nivel local y nacional, bajo tarifas o fletes de acuerdo al destino y capacidad de carga.

Elaborado por: Alex Carabalí

La superficie total donde se construirán e instalarán los galpones para bodegaje será de una hectárea.

Los galpones ubicados en el sector de Alangasí, Cantón Quito, provincia de Pichincha, estarán caracterizados por ser de construcción mixta: estructura metálica y de hormigón armado.

Dentro de las bodegas se encontrará estanterías de hierro, para la organización y clasificación del producto a ser embodegado.

Cada empresa arrendataria contará con un espacio (metraje) determinado y exclusivo para su mercadería.

El servicio de Bodegaje, desmontadura y transporte, se lo realizará por personal eficiente y capacitado, bajo normas de seguridad industrial y previa capacitación de manejo de acuerdo al tipo de mercadería transportada.

El proyecto en inicio arrancará con una escuadra de 4 camiones:

- 1 Camión Hino GH 10 tns
- 1 Camión Chevrolet NPR de 5 tons.
- 1 Camión Chevrolet NQR de 6 tons.
- 1 Camión Chevrolet FTR de 7 tons

Las rutas de distribución serán limitadas por el corredor vial Nacional.

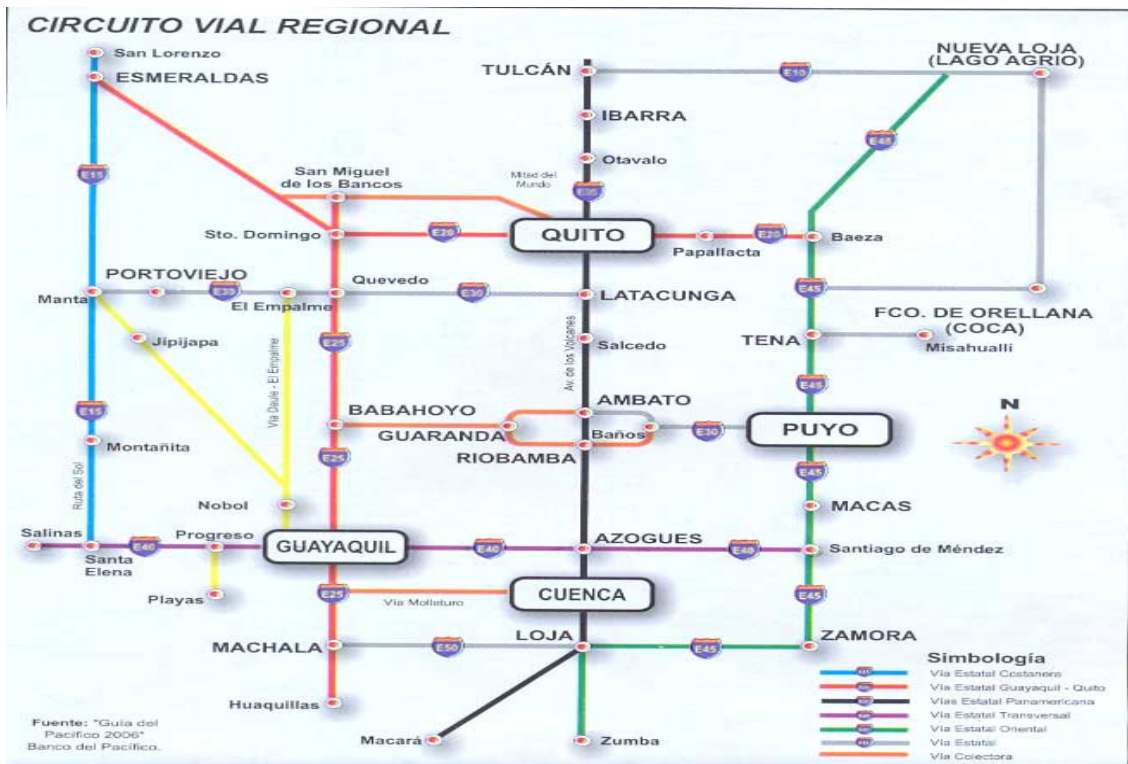
Se distribuirán las mercaderías de acuerdo a la orden emitida por los departamentos de ventas de las empresas contratantes.

Las mercaderías serán distribuidas hasta 5 puntos de entrega dentro de una misma ruta de acuerdo a como las exigencias del contratante lo ameriten, así como los fletes o tarifas se fijarán de acuerdo al tonelaje de carga y destinos.

El servicio de Transporte de carga se trasladará a través del circuito vial regional:

GRÁFICO No. 1.1

CIRCUITO VIAL REGIONAL



Fuente: www.visitecuador.travel/mapas.php?

1.3 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

“Las formas modernas de contratar el servicio de transporte permite a los generadores de carga concentrarse en elevar sus niveles de productividad, para incrementar su competitividad en los mercados internacionales. El Transportador moderno, es un asesor del generador de la carga, es quien coordina todo el proceso y asume toda la responsabilidad desde la bodega del comprador hasta la bodega del vendedor y/o distribuidor. La gran riqueza del transportador moderno es el conocimiento del mercado, el conocimiento de las operaciones de transporte y un sistema de información que le permite, entre otros, estar en contacto con toda su red de agentes y estar actualizado de las nuevas exigencias que surjan en los diferentes lugares por donde presta servicio.

El movimiento de la carga, la logística de la distribución física, los Centros de Transferencia Intermodal, los Terminales Interiores de Carga o Puertos Secos, y la transmisión electrónica de documentos, entre otros, son expresiones nuevas en el transporte de mercancías, que aunque recientemente incorporadas, surgen con un fuerte dinamismo, gracias a los resultados que muestran⁴ .

La mas relevante de las características que propone este proyecto es que se ofertará los servicios a toda empresa que realice actividades comerciales al por mayor y que este dentro de nuestro País, constituyéndose como una unidad de logística descentralizada, ya que las empresas contratantes podrán estar ubicadas con sedes administrativas o centros Matrices en cualquier ciudad del país. Sin necesidad o preocupación de que sus instalaciones necesariamente estén en el Cantón Quito.

Por lo que aprovechando la tecnología actual y medios de comunicación cada vez más eficientes, todas las disposiciones, movimientos y transacciones se realizarán por vía: telefónica, Fax, documentos electrónicos, Internet.

Características Imprescindibles:

- Responsabilidad Profesional.
- Brindar confianza a nuestros clientes.
- Entrega oportuna y segura al transportar y distribuir la mercancía.
- La carga y mercancía estará asegurada contra siniestros de robo, incendio o maltrato durante el tiempo que esté bajo el cargo de nuestra entidad.
- Personal con plena vocación de servicio.
- Instalaciones y vehículos seguros, nuevos y de buen rendimiento.
- Comunicación e información constante con el contratante de movimientos y transacciones del inventario consignado

⁴ <http://www.monografias.com/trabajos14/transpormulti/transpormulti.shtml?monosearch>

“Los Beneficios que Caracteriza al Transporte de Carga son:

Para el País:

1. Descongestión de los Puertos Marítimos,
2. Menores costos en el control de las mercancías,
3. Mayor seguridad del recaudo de los tributos,
4. Autocontrol del contrabando,
5. Reducción en costos de recaudos de Tributos Aduaneros,
6. Mayor competitividad de nuestros productos en los mercados Internacionales, y
7. Menores precios de las mercancías importadas.

Para el Transportador Efectivo:

1. Programación de las actividades,
2. Control de la carga de compensación,
3. Carga bien estibada (evita siniestros),
4. Programación del uso de vehículos de transporte,
5. Programación de Ingresos.
6. Continuación de Viaje hasta el destino final,
7. Reconocimiento del Documento Hoja de ruta como documento aduanero.
8. Tratamiento preferencial en aduanas de ingreso y de paso. La carga amparada por La hoja de ruta debe ser autorizada para continuar viaje el mismo día que se solicita.

Para el Usuario:

1. Menores costos en operación total de transporte,
2. Menores Tiempos de Viaje,
3. Programación de los despachos y tiempos de viaje,
4. Programación de inventarios,
5. Certeza en el cumplimiento de la operación,
6. Tener un solo interlocutor con responsabilidad total,
7. Atención técnica de manejo de la carga,

8. Menores riesgos de pérdida por saqueo o robo, y
9. Capacidad de negociación (grandes generadores).

El Transportador debe ser un gran empresario, con un gran conocimiento del mercado y de sus exigencias para que realmente se encuentre en condiciones de asesorar a sus clientes”⁵ .

1.3.1 CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO POR SU USO Y EFECTO:

Por el uso este proyecto estará orientado a la satisfacción de empresas y/o organizaciones principalmente comerciales que presenten la necesidad de transporte carga y bodegaje de mercaderías.

De acuerdo a la clasificación CIIU, este proyecto está ubicado:

“I” TRANSPORTE POR VÍA TERRESTRE, TRANSPORTE POR TUBERÍAS.

De la calificación CIIU, el cual se define como:

CUADRO No. 1.3

CLASIFICACIÓN CIIU DEL SERVICIO DE PROPUESTO

I	6023	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.
I	6023.0	TRANSPORTE REGULAR O NO REGULAR DE CARGA POR CARRETERA.
I	6023.00	Alquiler de camiones con conductor y operario.
I	6023.01	Transporte de carga en vehículos de tracción, humano o animal
I	6023.02	Transporte regular o no regular de carga por carretera: transporte en camión de una gran variedad de mercancías como: troncos, ganado, carga pesada, muebles de mudanzas, etc.
I	6023.09	Otros tipos de transporte regular o no regular de carga por carretera.

FUENTE: www.descargas.sri.gov.ec/download/excel/CIIU3.xls

El proyecto se involucrará en el sector de Servicios de transporte por carretera, así como lo determina la clasificación del CIIU.

Como se puede observar el servicio que ofrecerá el proyecto se encuentra entre los principales servicios dentro de la clasificación mencionada.

Adicional a esto sabemos que los productos y los servicios son muy diferentes y que cada una tienen varias clasificaciones además, que dentro de la

⁵ www.monografias.com/trabajos14/transpormulti/transpormulti.shtml?monosearch

clasificación de servicios encontramos diferencias, además se explica que el servicio que se ofrecerá se encuentra en:

CUADRO No. 1.4 CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO Y PRODUCTO

PRODUCTOS	SERVICIOS	IMPLICACIONES
Tangibles	Intangibles	El servicio de transporte y bodegaje no pueden inventariarse físicamente, pero se puede emitir un reporte histórico de uso para evaluar rendimientos, y brindar mantenimiento a maquinarias, vehículos y equipos. Consecuentemente costos.
Estandarizados	Heterogéneos	El servicio de nuestro proyecto es flexible de acuerdo a las necesidades que la mercadería y el contratante lo requiera, no pueden presentarse ni explicarse fácilmente.
Producción separada de consumo	Producción y consumo simultáneos	La entrega del servicio y la satisfacción del cliente dependen de las acciones de los empleados. La calidad en el servicio depende de muchos factores incontrolables. No existe la certeza de que el servicio que se proporciona es equiparable con lo que se planeó
No perecederos	Perecederos	Los clientes afectan el resultado del servicio El buen servicio brindado por nuestro proyecto satisface al cliente en el transcurso del proceso, un producto solo puede satisfacerlo al final.

Fuente: Marketing de servicios por Valarie A Zeithaml

La clasificación por efecto de nuestro proyecto se regirá a que si bien es cierto que este servicio no es nuevo, pero tampoco es un servicio que ha sido explotado integralmente como se lo propone: Transporte y Bodegaje. Se trata de ofrecer un paquete integral con estas dos soluciones al proceso de Logística

de las empresas, por lo tanto este proyecto presenta una idea para explotar los beneficios mutuos (empresa – contratante) al ofertar un servicio integral. Caracterizándose que el destinatario final del transporte de la mercadería no siempre será nuestro cliente, ya que el cliente será el contratante mayorista que nos dispondrá entregar su producto a diferentes destinos, sin desmerecer que aunque el destinatario final no sea nuestro cliente directo, el debe gozar de un buen trato y recibir satisfacción plena al recibir su producto: seguro, pronto y oportuno.

Consecuentemente al concebirse plenamente este proyecto generará plazas de trabajo contribuyendo así al desarrollo socio económico impulsando y generando plazas donde se empleará a personal que colabore de forma eficiente, al cual también se lo capacitará de acuerdo a la filosofía de calidad y servicio de la empresa.

1.3.2 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS Y SUSTITUTOS

Dentro del servicio que se va a ofrecer existen varios servicios complementarios y sustitutos que se detallan a continuación:

Servicio Complementario:

“Es un servicio complementario el que no es competitivo a uno en particular, el precio de un producto puede incrementar si bajan los precios de sus complementarios por ejemplo el producto Complementario del Windows es el Hardware”⁶.

Existen en el mercado ciertas mercancías o servicios que se relacionan bien y que tienden a ser consumidores en conjunto entre más tenga de una, más se desea la otra, tales pares de bienes se los conoce como complementarios.

Es decir se produce un descenso en el precio de un bien aumentando la demanda de otro.

En el caso del presente proyecto como servicios complementarios tendríamos:

⁶ Fundamentos de Marketing Staton. Etzel. Walker PAG 37

- Administración de inventarios en bodega.
- Embalaje del producto de salida.
- Carga y descarga de la mercancía.
- Servicio de montacargas.

Servicios Sustitutos

“Los servicios sustitutos que se ofrecerá tiene características similares pero no llega a ser un producto competitivo en cierta manera resulta competencia. Normalmente el cambio de un producto por su sustituto involucrando una decisión importante por parte del consumidor, ejemplo el tomar un servicio de Taxi o de un Bus.

Cuando un producto puede ser remplazado por otro producto que produce el mismo grado de satisfacción son los bienes sustitutos por tanto si al incrementar el precio se aumenta la demanda de otro bien estamos ante dos bienes sustitutos”⁷.

Para nuestro proyecto los servicios Sustitutos serian:

- Transporte de carga por ferrocarril.
- Transporte de carga ofrecido por personas naturales.
- Transporte de carga en camionetas.
- Bodegajes en instalaciones propias de los contratantes.
- Los comerciantes minoristas transporten con transporte propio la mercadería adquirida al contratante del servicio de bodegaje.

1.3.3 *NORMATIVIDAD SANITARIA, TÉCNICA Y COMERCIAL.*

El desarrollo del presente proyecto debe cumplir con ciertas normativas para su etapa de ejecución, entre las principales, tenemos a las normas, técnicas-sanitarias, y a las normativas comerciales.

Las normativas Técnicas – sanitarias están establecidas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, ya que el sector de Alangasí pertenece a la

⁷ Fundamentos de Marketing por Stanton Etzel Walker PAG 38

zona administrativa del valle de los Chillos, cantón Quito. Por lo que para la ubicación de los galpones y bodegas esta entidad nos exige:

Licencia Metropolitana de Funcionamiento: Para establecimientos de mediano y alto riesgo de incendios, esta categoría es para los establecimientos dedicados a la fabricación, o a comercios que almacenen materiales combustibles y lleven a cabo procesos de transformación mediana o altamente complejos, esta licencia comprende la Patente Municipal, Prevención y Control de Incendios, Publicidad Exterior y Control Sanitario. Entre los beneficios está la reducción de: tiempo, número de visitas para el trámite de la licencia y la simplificación de requisitos, entre otros.

“Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento:”

- Formulario de solicitud de la patente
- El certificado de normas particulares del predio
- El formulario de no adeudar al municipio
- Una copia de cédula de ciudadanía
- El Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.

Patente Municipal. - Es un pago que se debe realizar anualmente al Municipio del distrito Metropolitano de Quito, con el fin de poder mantener cualquier tipo de actividad económica. Para realizar el pago se necesita:

- Copia del registro único de contribuyentes.
- Copia de cédula de identidad del propietario.
- Copia de la Escritura de Constitución.
- Formulario de declaración de patente.

Inscripción de la compañía en el Municipio. - Para fines de pago del impuesto de 1.5 por mil sobre los activos totales de las compañías, es necesario realizar la inscripción en la Dirección de Rentas del municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Los requisitos son los siguientes:

- Copia de la escritura pública de Constitución.
- Resolución d la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la Cédula de los accionistas.
- Formulario de inscripción.

Las personas jurídicas adicionalmente deberán presentar, copia de las escrituras y de la resolución de constitución de la empresa, emitida por la Superintendencia de Compañías.

Informe de compatibilidad de uso del Suelo. - Este trámite es importante para verificar si no existe restricciones del local respecto a la actividad económica a ejecutar, se realiza en la Administración Zonal a la cual pertenece el inmueble.

Consiste en una solicitud dirigida al Director de Planificación donde se pide un informe de Regulación urbana del inmueble, y se adjunta in croquis del mismo. El trámite está listo en dos semanas y tiene duración de 2 años.

Certificado e seguridad del Cuerpo de Bomberos. - Es un documento que certifica que el local cumple con estándares de seguridad en lo que respecta a extintores, vías de evacuación, entre otros factores. El trámite a seguir es:

- Llenar el formulario.
- Mostrar a los inspectores del Cuerpo de Bomberos las condiciones de seguridad de la planta.

“Requisitos para la obtención del Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:”⁸

1. Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos del DMQ
2. Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario
3. Copia del RUC
4. Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del DMQ del año anterior

⁸ <http://www.bomberosquito.gov.ec/Servicios2.html>

5. Copia de la Patente Municipal vigente
6. Copia de centralita de gas emitida por el CB-DMQ si lo tuviera.

Normas Técnicas de Bodegaje:

Estas normas se refieren al correcto y seguro proceso dentro de las actividades de bodegaje, donde se destaca:

- “SISTEMAS SEGUROS Y MODERNOS DE ALMACENAJE: refiriéndose a la indumentaria y herramientas que se necesitan dentro del proceso, “Racks”, equipos móviles y plataformas de descarga, correcto embalaje del producto, pasillos de circulación “Pallets”, zonificación y señalización.
- BUENAS PRÁCTICAS DE ALMACENAJE Y DISTRIBUCION: correcto manipuleo de los materiales, almacenaje ordenado de productos, control de inventarios, preparación de pedidos y despachos, recepción de mercaderías.
- GESTIÓN EFICIENTE: políticas de stock, codificación en artículos y unidades de manipulación, localización de puntos de almacenamiento, estrategias de entrada y salida del almacén, procedimientos en seguridad en montacargas, prevención y catalogalización de riesgos”⁹.

Normas Comerciales:

Están dictaminadas por La superintendencia de Compañías y por el Servicio de Rentas Internas.

Entre las principales normativas estas entidades nos exigen:

- Documentación legal del directorio o socios y constitución legal de la compañía.
- Autorización para emitir Hojas de ruta y facturas.
- Solicitud para la adquisición del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C), especificando, actividad comercial, razón social, tipo de empresa.

⁹[http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf_bd011030.nsf/Actividades/332D836BD3CFFB07052574670054BFE9/\\$file/AC.66.096.2008.pdf](http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf_bd011030.nsf/Actividades/332D836BD3CFFB07052574670054BFE9/$file/AC.66.096.2008.pdf)

Los requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes son:

- ✓ Formulario RUC-01 – A y RUC – 01 – B suscritos por el representante legal.
- ✓ Original y copia de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
- ✓ Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Copia de la Cédula y del Certificado de Votación del representante legal.
- ✓ Copia de la Cédula y del Certificado de votación del representante legal.
- ✓ Original de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
- ✓ Original del documento que indique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad de la sociedad.

Los requisitos para la constitución de la compañía en la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha son:

- ***“El nombre.*** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.
- ***Solicitud de aprobación.*** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.
- ***Números mínimo y máximo de socios.*** La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.
- ***Capital mínimo.*** El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

- El objeto social ¹⁰

Entre otras normativas adicionales, la compañía debe cumplir con:

- Revisión vehicular anual de los camiones.
- Matriculación de los vehículos en la Jefatura Provincial de tránsito de Pichincha.
- Los choferes deben poseer licencia profesional tipo E.

1.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL:

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”¹¹.

El objetivo del análisis de la demanda es demostrar y cuantificar la existencia en ubicaciones geográficas bien definidas de individuos u empresas que serán nuestros clientes potenciales del servicio a ofrecer.

Demanda Actual

Aclarado anteriormente que el servicio propuesto por este proyecto se ofertará a nivel nacional, la demanda actual estará definida por las empresas a nivel nacional que tuvieren necesidad simultánea de soluciones logísticas de transporte y bodegaje. Para la etapa inicial de nuestro proyecto nos centraremos en la demanda del Cantón Quito, la cual es la zona geográfica en donde el proyecto iniciará.

1.4.1 Metodología de la Investigación de Campo:

Investigación de Campo:

En este proyecto partiremos con el método de investigación cuantitativa cuyo objetivo teórico es: “estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para proporcionar la manera de establecer, formular, fortalecer y

¹⁰ http://www.pequenaindustria.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=157&Itemid=25

¹¹ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Pág. # 17

revisar la teoría existente. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis que competen a los fenómenos naturales”¹². Así como también la investigación para este proyecto se guiará bajo los parámetros de una investigación concluyente, para evaluar y seleccionar de manera profunda la información necesaria para determinar la viabilidad o el rechazo de este estudio.

Esta investigación nos permitirá resolver las incógnitas e interrogantes que irán apareciendo en el transcurso del trabajo de campo a realizarse, los descubrimientos se utilizarán como datos para la toma de decisiones.

Además dentro de la investigación cuantitativa utilizaremos también la investigación exploratoria que se refiere a la recopilación de datos secundarios, entrevista con expertos y citas con profesionales principalmente en lo que se refiere a contratación de servicios de transporte y bodegaje.

La principal técnica a utilizar en la Investigación de Campo es:

Encuestas: Dirigidas a posibles clientes: gerentes de logística, propietarios u encargados de comercialización del número de empresas resultantes del cálculo de la muestra con el fin de interpretar principalmente su necesidad por el servicio, requerimientos y su criterio acerca del servicio general.

La fuente de información para este estudio será de tipo secundario. Ya que se recurrirá a textos, empresas y/o profesionales con experiencia en el campo.

1.4.1.1 Segmento Objetivo:

De acuerdo a diferentes conceptos puedo resumir que: Se entiende por mercado o segmento objetivo al grupo específico de consumidores al que está dirigido un producto o servicio, y que generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas. Pero para el caso de este proyecto estas variables no serán analizadas en individuos sino analizadas en empresas y características de los requerimientos que ellos sugieran.

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cuantitativa#Investigaci.C3.B3n_descriptiva

Las variables utilizadas para la segmentación son:

Variables Geográficas:

País: Ecuador

Región: Sierra

Ciudad: Quito

Densidad: Urbano - empresarial

Sector: todo el cantón.

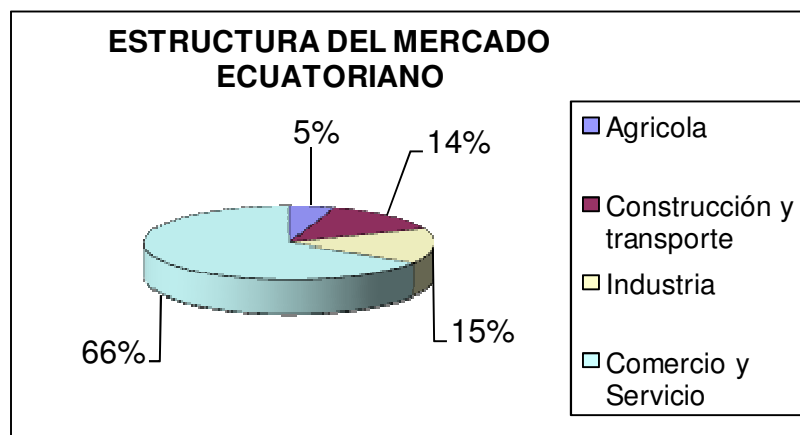
Y en base a una discriminación optativa podremos ir descartando las empresas que por su actividad económica y sector productivo no requerirán de nuestros servicios. Aquí radica la estrategia primordial de definir el segmento objetivo seleccionando a las empresa de toda la población que conforman la estructura del mercado empresarial en el Cantón Quito.

Para la discriminación figuran las siguientes preguntas:

- A. Cuántos segmentos establecemos como objetivo:
- B. Cuáles Segmentos.
- C. Cuántos servicios vamos a ofrecerles
- D. Qué servicios vamos a ofrecer en cada segmento.

A.- CUÁNTOS SEGMENTOS ESTABLECEMOS COMO OBJETIVO:

GRÁFICO No.1.2



Fuente: cifras estadísticas Banco Central del Ecuador 2007.

Elaborado por: Alex Carabalí.

Como se muestra en el cuadro anterior, a nivel Nacional el mercado ecuatoriano esta seccionado en 4 ramas, de las cuales nuestros servicios están orientados al segmento de Comercio y Servicio que abarca un 66% del pastel.

Por lo que de acuerdo a datos investigados en la Superintendencia de Compañías, con referencia al sector privado en el cantón Quito tenemos:

CUADRO No. 1.5

CLASIFICACIÓN EMPRESARIAL DEL SECTOR PRIVADO

SECTOR PRIVADO CANTÓN QUITO:	# EMPRESAS	
	NIVEL PAIS	NIVEL QUITO
Sociedades no gubernamentales sin fines de lucro	40971	7877
Otras sociedades con fines de lucro	11166	5622
Bajo la Superintendencia de Compañías	125819	34345
Establecimientos que pertenecen a empresas extranjeras sin domicilio en Ecuador.	238	183
Bajo Control de la Superintendencia de Bancos	593	295
TOTALES:	178787	48322

Fuente: Superintendencia de Compañías, Abril 2008.

Elaborado por: Alex Carabalí.

B.- CUALES SEGMENTOS:

Según la información anterior de las 48322 empresas del sector privado que existen registradas en la Superintendencia de Compañías a abril del 2009, debemos segmentarlas de acuerdo a su actividad económica.

Para esta segmentación escogeremos únicamente a empresas que manejen inventarios de productos terminados:

- Importadores directos.
- Comercializadores al por mayor.

Bajo la guía Comercial de la Cámara de Comercio de Quito e información adquirida a la misma institución a funcionarios de la entidad a estas actividades les corresponde aproximadamente el 5.2% de la estructura de Mercado de la ciudad de Quito.

C.- CUÁNTOS SERVICIOS SE OFRECERÁ:

El proyecto está orientado a ofrecer 2 servicios simultáneos que se complementan en uno, soluciones logísticas: Transporte de carga pesada y Bodegaje de mercaderías.

D.- QUÉ SERVICIOS VAMOS A OFRECER EN CADA SEGMENTO:

Bajo requerimientos del mercado el proyecto se potencializará en una solución integral de Transporte de carga y bodegaje como servicios ofertables.

1.4.1.2 Tamaño del Universo

De las investigaciones y entrevistas realizadas en la Superintendencia de Compañías y Cámara de Comercio de Quito, se manifiesta:

Del total de la estructura empresarial privada del cantón de Quito, corresponde el 5,2% al segmento de las empresas importadoras, comercializadoras y distribuidoras al por mayor de productos y mercancías; Por lo tanto de 48322 empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, el 5,2% corresponde 2513 empresas que concuerdan a la clasificación del segmento al que este proyecto esta orientado, donde se destacan las siguientes clasificaciones dentro del registro de la Superintendencia de Compañías:

- Ventas al por mayor de una variedad de productos que no reflejan especialización alguna.
- Venta al por mayor de Maquinarias, aparatos eléctricos y repuestos.
- Venta al por mayor de productos diversos al consumidor próximo.
- Importación y Venta al por mayor de libros, revistas, periódicos y útiles de oficina.

- Venta al por mayor de materiales, piezas y accesorios de construcción.
- Venta al por mayor de artículos de ferretería y material eléctrico.
- Venta al por mayor de artículos de perfumería, cosméticos, jabones y artículos de tocador.

El universo estimado para esta investigación es de 2513 empresas.

1.4.1.3 Tamaño de la Muestra:

Muestreo Probabilístico:

“Parte de la suposición de que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad para ser seleccionado dentro de la muestra. Este muestreo puede llevarse a cabo de diferentes maneras:

- Muestreo aleatorio simple, es un método de selección de muestra en el cual las unidades se eligen individual y directamente por medio de un proceso aleatorio.
- Muestreo estratificado, consiste en dividir a la población en subgrupos o estratos y seleccionar una muestra aleatoria simple dentro de cada uno.
- Muestreo sistemático, consiste en seleccionar las unidades aplicando un intervalo de selección, de tal modo que después de que suceda cada intervalo se van incluyendo unidades en la muestra.
- Muestreo por conglomerados, se realiza seleccionando aleatoriamente un conjunto de grupos de elementos muestrales llamados conglomerados, y llevando a cabo un censo completo en cada uno de ellos.

Muestreo No Probabilístico:

Este muestreo se basa en el criterio del investigador. Las unidades de muestreo no se seleccionan al azar, se utiliza por razones de costo. Los principales métodos son:

- Muestreo por conveniencia, se utiliza en los estudios en los que la participación de los encuestados es voluntaria o que el entrevistador seleccione las unidades que formen parte de la muestra.
- Muestreo por criterio, supone la selección de determinados encuestados para que participen en el estudio, porque parecen representar a la población a analizar, o satisfacer las necesidades concretas del estudio de investigación.
- Muestreo de cuota, implica seleccionar números concretos de encuestados que presenten ciertas características de las que se sepa o presuma que afecte al tema de estudio¹³.

Para esta investigación se utilizará el muestreo no probabilístico, específicamente se aplicará el muestreo por conveniencia, porque los elementos muestrales van a ser escogidos entre los segmentos y actividades económicas que concuerden con las características del mercado al cual estamos enfocados.

Determinación de aciertos (p, q):

Definimos la probabilidad de aceptar (P) o la probabilidad de rechazo (Q) que servirá para calcular la muestra y determinar el número de encuestas a realizar.

Prueba Piloto

Sirve para medir el grado de entendimiento y la comprensión de las preguntas planteadas en la encuesta. (Formato de la encuesta Ver Anexo #A).

¹³ Murray R. Spiegel; Estadística, teoría y problemas resueltos.

Análisis de la Prueba Piloto

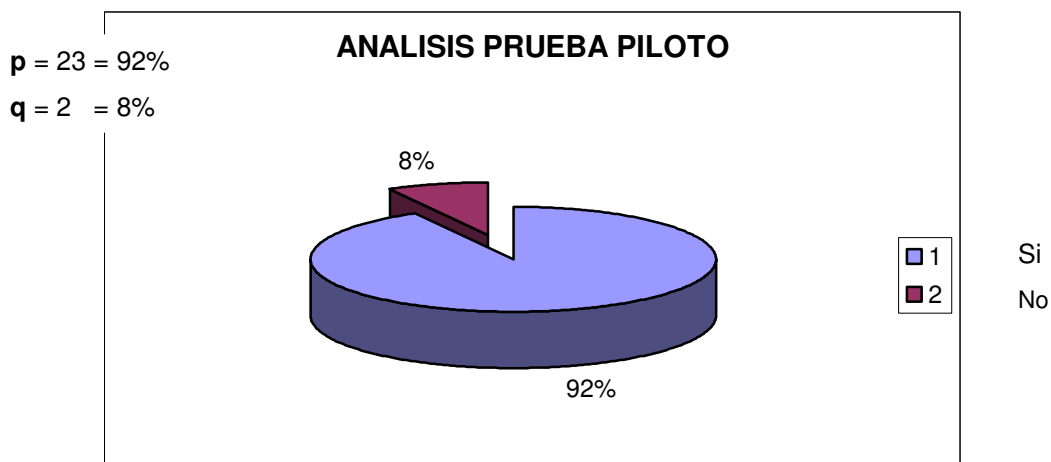
Se realizó un muestreo por juicio, con la participación de 25 empresas encuestadas, es decir observando si las empresas que van a ser encuestadas pertenecen a nuestro segmento meta, para esta prueba piloto y poder determinar las variables p y q, se escogió la pregunta #15 de la encuesta:

¿Cómo representante de su empresa, le gustaría que exista una nueva compañía ubicada en el sector de Alangasí que ofrezca los servicios de: Transporte de carga y bodegaje de mercaderías, con instalaciones, equipos y vehículos nuevos, en forma eficiente, profesional, pronta, oportuna y segura?

Si () = p

No () = q

GRÁFICO No.1.3



Fuente: Encuesta Piloto
Elaborado por: Alex Carabalí.

Definición de Variables:

Nivel De Confianza

Estima la seguridad que se puede tener acerca de un evento, para este proyecto se realizará una muestra con un nivel de confianza del 95% valor que en la tabla de Z equivale a 1.96, $Z^2 = 1.96^2 = 3.8416$

Grado De Error

Porcentaje que define la variación máxima que se toleraría entre la muestra y la población, es el error en que podría incurrir la investigación, para este caso se aplicará un error del 5% que es aceptable para este tipo de investigaciones.

Determinación del tamaño de muestra:

Fórmula:

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

En donde:

Z: Intervalo de confianza	:	95% = variable tipificada	=1.96 ²
p: Probabilidad de éxito	:	92%	
q: Probabilidad de fracaso:		8%	
e: Error de estimación	:	5%	
N: Población	:	2513 empresas	

Los cálculos para determinar el tamaño de la muestra se exponen a continuación:

$$n = \frac{3.84 * 0.92 * 0.08 * 2513}{(0.0025 * 2512) + (3.84 * 0.92 * 0.08)}$$

$$n = \frac{710,234112}{6,562624}$$

$$n = 108.22 = 108 \text{ encuestas}$$

- **DISEÑO DE LA ENCUESTA: Ver Anexo A**

TABULACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACION DE LOS DATOS DE LAS ENCUESTAS.

Este proyecto se enfocó para su investigación de mercados en realizar las encuestas a 108 empresas que cumplían con las características específicas del sector y actividad económica al que va dirigido el servicio propuesto.

A continuación se expondrá un análisis de la información adquirida así como su respectiva argumentación y explicación gráfica.

A.- PRIMERA PREGUNTA: En esta pregunta se tenía como objetivo principal determinar si las empresas encuestadas disponían de los servicios de Transporte de Carga y/o Bodegaje de mercaderías y los resultados fueron:

CUADRO No.1.6
DETERMINACIÓN DE USO DEL SERVICIO DE BODEGAJE

Dispone su empresa de los servicios de Bodegaje de mercaderías

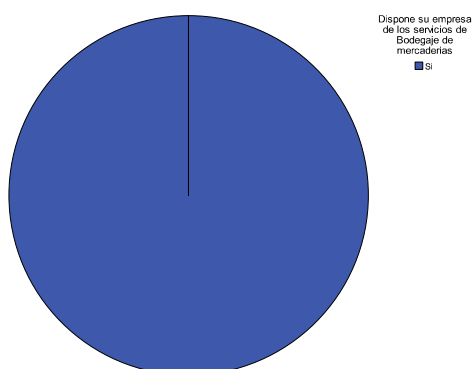
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si	108	100.0	100.0	100.0

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Alex Carabalí.

De las 108 empresas encuestadas el 100% dispone de un proceso o servicio de bodegaje de mercaderías.

GRÁFICO No.1.4
DETERMINACIÓN DE USO DEL SERVICIO DE BODEGAJE



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Alex Carabalí

CUADRO No.1.7
DETERMINACIÓN DE USO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA
PESADA

Dispone su empresa de los servicios de Transporte de mercaderías

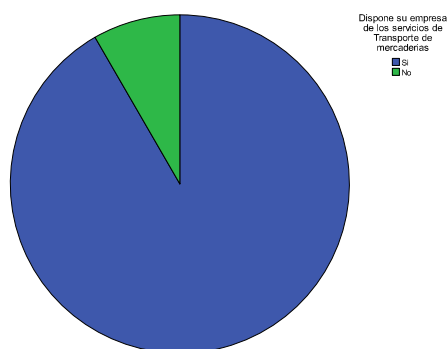
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	99	91.7	91.7	91.7
	No	9	8.3	8.3	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Alex Carabalí

Del total de 108 empresas encuestadas el 91.7 % SI tienen un proceso o servicio de Transporte de Mercaderías mientras que el 8.3% NO lo tiene. Este último porcentaje representa a las medianas empresas nuevas en el mercado que han empezado sus operaciones recientemente con capital limitado y que en la actualidad su comercialización la hacen con clientes que poseen transporte propio o que el alquiler del transporte corre por cuenta del cliente.

GRÁFICO No.1.5
DETERMINACIÓN DE USO DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA
PESADA



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

B.- SEGUNDA PREGUNTA: En la segunda pregunta se buscó determinar los porcentajes de empresas que poseen los servicios de transporte y bodegaje de mercaderías Propio o Contratados:

CUADRO No. 1.8
DETERMINACIÓN DE SERVICIOS DE TRANSPORTE PROPIOS Y
CONTRATADOS

Si su empresa cuenta con los servicios de transporte de mercaderías, señale si son propios de la empresa o contratados

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Propio	16	14.8	14.8	14.8
Contratado	83	76.9	76.9	91.7
N/A	9	8.3	8.3	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Alex Carabalí

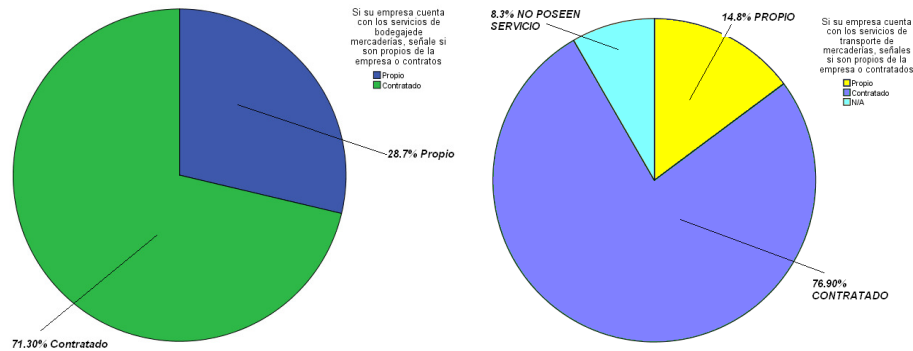
CUADRO No. 1.9
DETERMINACIÓN DE SERVICIOS DE BODEGAJE PROPIOS Y
CONTRATADOS

Si su empresa cuenta con los servicios de bodegaje de mercaderías, señale si son propios de la empresa o contratados

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Propio	31	28.7	28.7	28.7
Contratado	77	71.3	71.3	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Alex Carabalí

GRÁFICO No. 1.6 DETERMINACIÓN DE SERVICIOS PROPIOS Y CONTRATADOS



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

Independientemente de cada servicio el 71.30% contratan el servicio de bodegaje y el 76.90% contratan los servicios de transporte de carga para sus productos.

Del total de las empresas encuestadas el 14.8% poseen como propios los dos servicios: transporte de carga y bodegaje de mercaderías, este porcentaje también representa a un segmento del mercado donde estos clientes son catalogados como grandes empresas y que poseen infraestructura propia para sus procesos de transporte y bodegaje.

Pregunta 2.1: Al tabular esta pregunta se busca obtener datos de la competencia y de su posición en el mercado, así como determinar si los encuestados contratan actualmente a varios proveedores por cada servicio.

Para el análisis de esta pregunta y observando los resultados se agrupó a las empresas encuestadas en los siguientes grupos:

CUADRO No. 1.10
CLASIFICACIÓN DEL MERCADO SEGÚN REQUERIMIENTOS

	AGRUPACION SEGUN LOS REQUERIMIENTOS DE EMPRESAS	# EMPRESAS	% MERCADO	
1	EMPRESAS QUE POSEEN TRANSPORTE DE CARGA Y BODEGAS PROPIAS	16	14,81%	
2	EMPRESAS CON BODEGAS PROPIAS Y NO CONTRATAN SERVICIO DE TRANSPORTE	9	8,33%	
3	EMPRESAS CON BODEGAS PROPIAS Y TRANSPORTE CONTRATADO	6	5,55%	
4	EMPRESAS QUE CONTRATAN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE Y BODEGAJE A DIFERENTES PROVEEDORES	42	38,88%	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> 71.29% <i>EMPRESAS QUE REQUIEREN LOS 2 SERVICIOS</i> </div>
5	EMPRESAS QUE CONTRATAN A UN MISMO PROVEEDOR LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE DE CARGA Y BODEGAJE	35	32,41%	
	TOTAL	108	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí.

La tabulación de esta pregunta permitió clasificar al mercado en 5 grupos para luego identificar el grupo que se considera como mercado meta para el proyecto de servicio de transporte y bodegaje.

El grupo #1 define a empresas que no demandan los servicios de ningún proveedor debido a que estas empresas poseen instalaciones, infraestructura, vehículos y sistemas propios para bodegaje y transportación de su mercadería.

En el grupo #2 se agrupó a empresas que mantienen características similares al poseer bodegas propias pero no cuentan al momento con un servicio de transporte propio ni contratado.

En el grupo #3 se encuentran las empresas que poseen bodegas propias pero contratan los servicios de Transporte de carga.

En el grupo #4 (38.88%) contratan los servicios de Bodegaje y Transporte de carga a proveedores diferentes por cada servicio. Es decir el proveedor de Transporte de carga no es el mismo que el proveedor del servicio de bodegaje. En este grupo en específico nuestro proyecto tendría el reto de ganar mercado y ofertar las ventajas que representa contratar los dos servicios que se complementan a un solo proveedor.

Dentro de este grupo la pregunta 2.1 permitió identificar a la competencia y su participación en el mercado, explicándose en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 1.11
IDENTIFICACIÓN DE EMPRESAS QUE OFERTAN SERVICIO DE BODEGAJE

	TABULACIÓN EN BASE A LA CONTRATACIÓN DE BODEGAJE MERCADERÍAS	# EMPRESAS	% captado (encuestados)
1	TRANSATLAS	8	7,41%
2	INLOG	8	7,41%
3	SERALBO	4	3,70%
4	JVJ LOGISTICA	4	3,70%
5	DELAMBISA	4	3,70%
6	FLEX. NET	3	2,78%
7	AV DIVISION	3	2,78%
8	ENETSA	2	1,85%
9	AGUNSA	2	1,85%
10	RANSA	1	0,93%
11	P&P LOGISTIC	1	0,93%
12	ALMESA	1	0,93%
13	ALMAGRO	1	0,93%
	TOTAL	42	38,88%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

Enfatizando que este segmento de empresas contratan a proveedores diferentes para cada servicio, podemos determinar que en lo que se refiere al servicio de bodegaje existen 2 competidores que abarcan un numero significativo de clientes: TransAtlas e Inlog poseen un segmento de 7.41% cada una.

Lo primordial para este proyecto es identificar a la competencia que oferta los dos servicios en conjunto y en el grupo #5 del cuadro No. 1.10 se agrupa a empresas que contratan los 2 servicios a un mismo proveedor, este grupo representa el 32.41% de las encuestas realizadas.

Esto manifiesta que en este segmento el proyecto propuesto debe competir al tratar de ganar mercado y desplazar a competidores que actualmente están operando con los dos servicios a un mismo cliente.

En el siguiente cuadro detallamos una tabulación que determina el posicionamiento actual de los competidores en el mercado, de acuerdo a las características del grupo #5 del cuadro No.1.10.

CUADRO No. 1.12
IDENTIFICACIÓN DE EMPRESAS QUE OFERTAN LOS SERVICIOS
CONJUNTOS DE TRANSPORTE DE CARGA Y BODEGAJE

TABULACIÓN EN BASE A LA CONTRATACIÓN DE LOS 2 SERVICIOS A UN MISMO PROVEEDOR		# EMPRESAS	% MERCADO
1	INLOG	8	7,41%
2	AGUNSA	6	5,56%
3	GLOBANDINA	5	4,63%
4	LOGEX	5	4,63%
5	P&P LOGISTIC	5	4,63%
6	RANSA	3	2,78%
7	SERALBO	2	1,85%
8	ADIPHARM	1	0,93%
TOTAL		35	32,41%

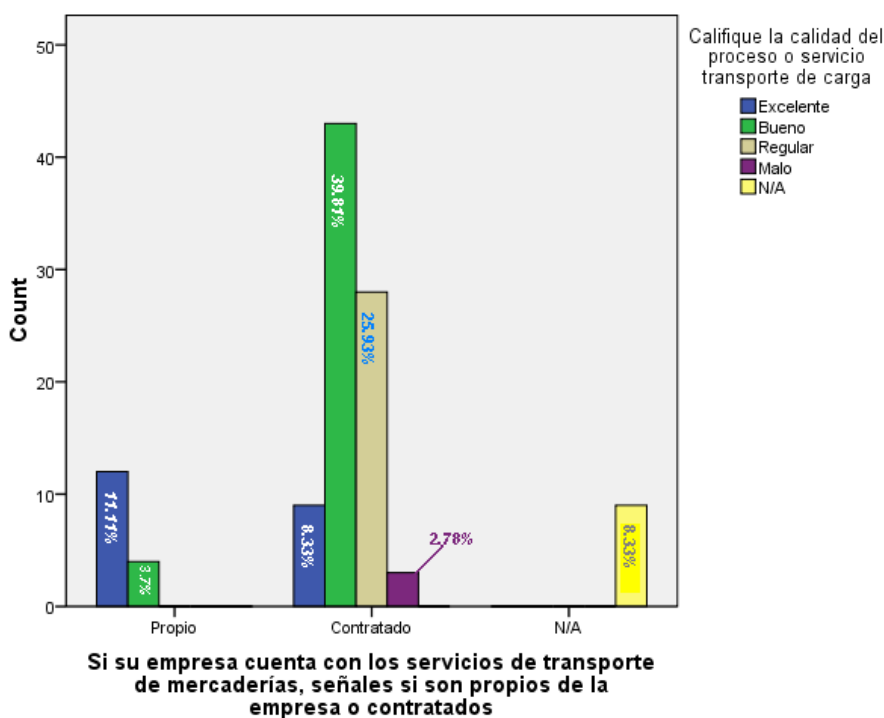
Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Alex Carabalí

Analizando la tabla precedente observamos que el 32.41% de los encuestados esta abarcado por grandes competidores que poseen la infraestructura, maquinaria equipos y vehículos para brindar los 2 servicios a varios clientes, y que 2 de estas empresas se destacan: Inlog y Agunsa al poseer 7.41% y 5.56% del total de los 108 encuestados.

C.- TERCERA PREGUNTA:

Del total de las 108 empresas encuestadas en forma general se analiza la calidad de los servicios, segmentando a las empresas que contratan y a las que poseen el servicio propio.

GRÁFICO No. 1.7
CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA OFRECIDO POR LA COMPETENCIA



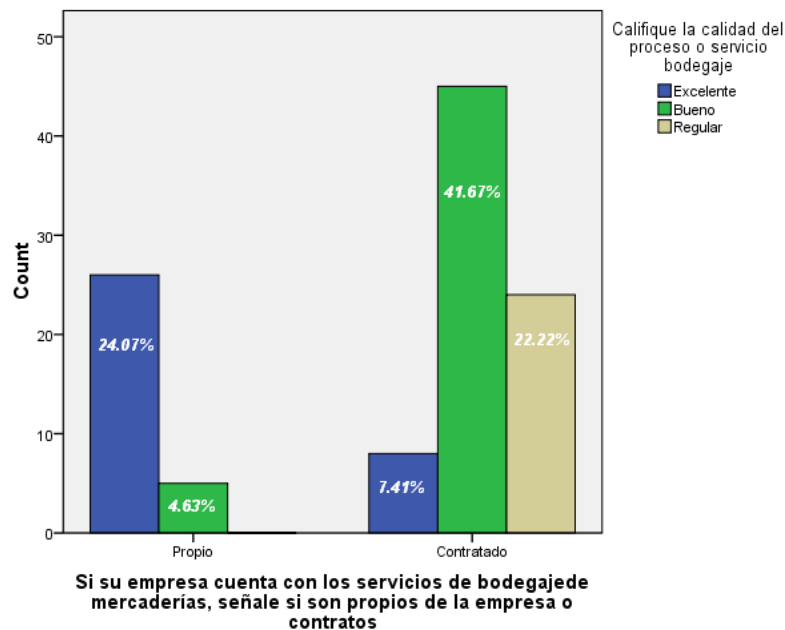
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

Podemos apreciar que de las empresas que poseen el servicio de transporte como propio, lo han calificado al servicio de transporte de mercaderías únicamente bajo 2 parámetros: Excelente y Bueno.

Dentro del segmento de empresas que contratan el servicio de transporte de mercaderías observamos que:

- El 39.81% de las empresas lo califican como Bueno.
- El 25.93% como regular y en total disconformidad el 2.78% lo califica como malo.
- El 8.33% de las empresas encuestadas no calificó el servicio ya que no contratan ni poseen como propio a este servicio.
- Sumando a los segmentos de empresas que calificaron los servicios contratados de transporte de carga como: Regular y Malo damos con un total de 28.71.
- 8.33% del mercado es un segmento que no posee un servicio contratado ni propio de transporte de carga.

GRÁFICO No. 1.8
CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE BODEGAJE
OFRECIDO POR LA COMPETENCIA



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

Podemos apreciar que el 28.7% de las empresas encuestadas poseen bodegas propias, y en las cuales no podemos ofertar el servicio de bodegaje.

En el grupo de empresas que contratan el servicio de Bodegaje observamos que:

- El 7.41% califican al servicio como Excelente.
- El 41,67% calificaron al servicio contratado de bodegaje de mercaderías como Bueno, y el 22, 22% lo calificaron como Regular.
- Ninguna de las empresas calificó al servicio de bodegaje contratado como Malo, por lo que observamos un gran nivel de seriedad y competitividad dentro del mercado de servicios de bodegaje.

Como nota importante cabe resaltar que dentro de las 108 empresas encuestadas el 32.41% demandan los 2 servicios en un solo contrato a empresas que brindan servicios de Transporte de Mercaderías y Bodegaje.

D.- CUARTA PREGUNTA:

En la cuarta pregunta se pretende analizar la calificación que las empresas otorgan a sus proveedores actuales, esta calificación se expuso en forma detallada de acuerdo a los siguientes parámetros:

- Normas y procedimientos técnicos:
- Condición Instalaciones, maquinaria Y vehículos
- Servicio profesional
- Servicio oportuno
- Accesibilidad y disponibilidad ante requerimientos

De acuerdo a estos parámetros se procede a tabular la información obtenida en las encuestas de la siguiente manera:

1.- CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA DE LAS EMPRESAS QUE CONTRATAN EL SERVICIO:

Para la tabulación de esta pregunta, se descartó al 14, 81% de las empresas que poseen Transporte y bodegas propias, también al 8.33% que corresponde a las empresas que no poseen ni contratan transporte de carga.

CUADRO No. 1.13

CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA DE LAS EMPRESAS QUE CONTRATAN EL SERVICIO					
	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	% MERCADO
	0% - 50%	51% - 70%	71% -90%	91% - 100%	
Normas y procedimientos técnicos:	5,33%	25,00%	36,11%	7,41%	
Condición Instalaciones, maquinaria Y vehículos :	9,04%	37,04%	22,23%	5,56%	
Servicio profesional:	7,19%	25,93%	34,26%	6,48%	
Servicio oportuno:	11,81%	41,67%	12,04%	8,33%	
Accesibilidad y disponibilidad ante requerimientos:	12,74%	22,22%	32,41%	6,48%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

Resumiendo el CUADRO anterior, se puede apreciar que:

- El 36.11% califico como Bueno a las Normas y Procedimientos Técnicos.
- Con referencia a la condición de las instalaciones, maquinaria y vehículos, el mayor porcentaje (37,04%) del mercado calificó como Regular.
- Profesionalismo en el servicio, el 34.26% lo calificó como bueno.
- El mayor porcentaje del mercado (41.67%) calificó como Regular al Servicio oportuno El 34.26% calificó como Bueno al Profesionalismo en el Servicio.
- El 32,41% calificó también como Bueno a la Accesibilidad y disponibilidad ante requerimientos especiales.

2.- CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE BODEGAJE DE LAS EMPRESAS QUE CONTRATAN EL SERVICIO:

En la siguiente tabulación se procede analizar solamente los criterios emitidos por el 71.29% del total de las encuestas que corresponden a las empresas que contratan el servicio de Bodegaje, descartando a las 31 empresas que poseen bodegas propias y que representan el 28.7%.

CUADRO No. 1.14

CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE BODEGAJE DE LAS EMPRESAS QUE CONTRATAN EL SERVICIO						
	N/A	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
		0% -50%	51% - 70%	71% -90%	91% - 100%	
Normas y procedimientos técnicos:	28,70%	0,00%	22,22%	42,59%	6,48%	% MERCADO
Condición Instalaciones, maquinaria Y vehículos :	28,70%	0,92%	25,93%	39,81%	4,63%	
Servicio profesional:	28,70%	1,85%	23,15%	40,74%	5,56%	
Servicio oportuno:	28,70%	0,00%	32,41%	33,33%	3,70%	
Accesibilidad y disponibilidad ante requerimientos:	28,70%	0,92%	38,89%	24,07%	7,41%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

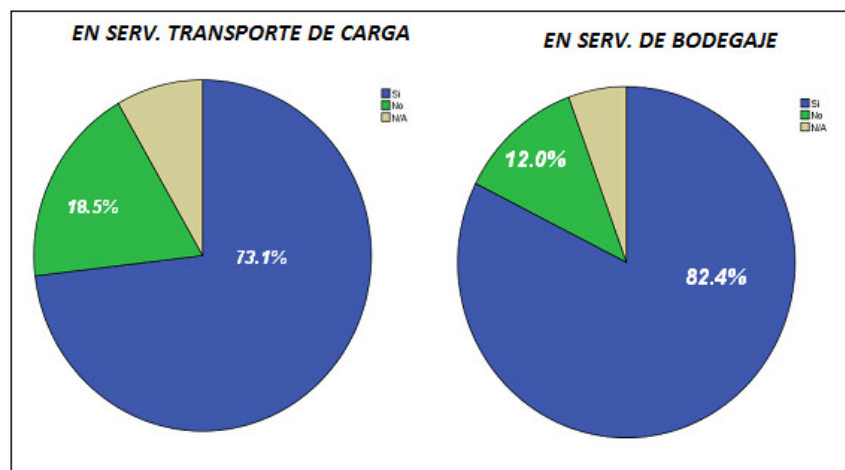
De acuerdo a la tabulación realizada se puede apreciar que gran parte del mercado ha calificado a estos parámetros como Bueno:

- El 42,59% del mercado califica a las Normas y procedimientos técnicos de sus proveedores como Bueno.
- El 39,91% de las encuestas señalan que la mayoría de los proveedores poseen instalaciones y maquinaria en buenas condiciones.
- El 40,74% considera que sus proveedores, brindan un buen servicio profesional.
- Se calificó como Regular al servicio Oportuno por el 32,41% del mercado.
- También el 38,89% califica como Regular a la Accesibilidad y disponibilidad ante requerimientos especiales.

E.- QUINTA PREGUNTA:

GRÁFICO No. 1.9

OFERTA DE SEGURO EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE DE CARGA Y BODEGAJE



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

En esta encuesta se busca determinar si en el mercado existen empresas de transporte y bodegaje que oferten en sus servicios, un seguro que cubra y ampare a la mercadería o producto.

El 73.1% de las empresas encuestadas es favorecido con el servicio o la oferta de un seguro por la carga transportada, el 18,5% no lo dispone o no lo requiere.

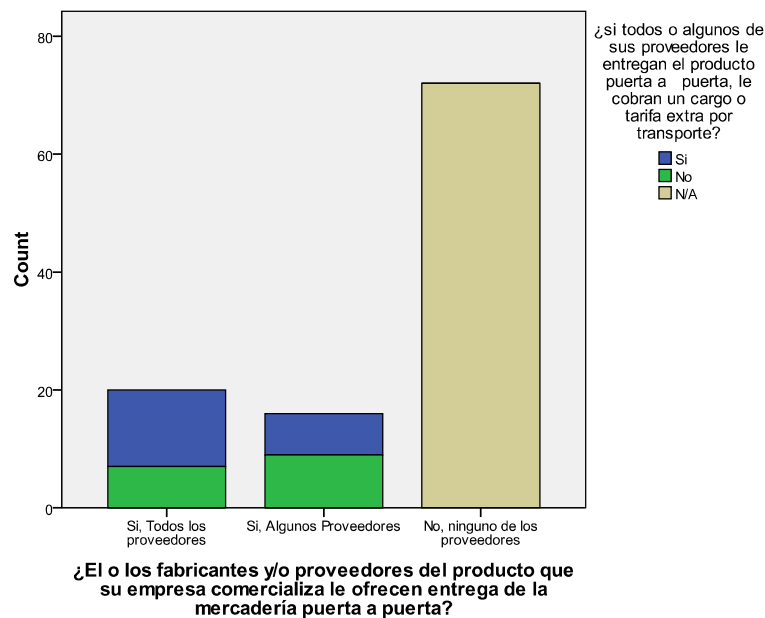
Con lo referente a la oferta de un seguro de bodegaje, el 82.4% de las empresas encuestadas dispone o se le ofrece ese beneficio, el 12.0% de las empresas en esta encuesta no es ofertada o no requiere de un seguro de bodegaje.

En conclusión este proyecto pretende determinar si la oferta de seguros en los servicios es un factor importante en el momento de contratar los servicios, y el porcentaje de la competencia que los ofrece.

F.- SEXTA PREGUNTA:

GRÁFICO No. 1.10

DISPONIBILIDAD DE ABASTECIMIENTO A BODEGAS



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

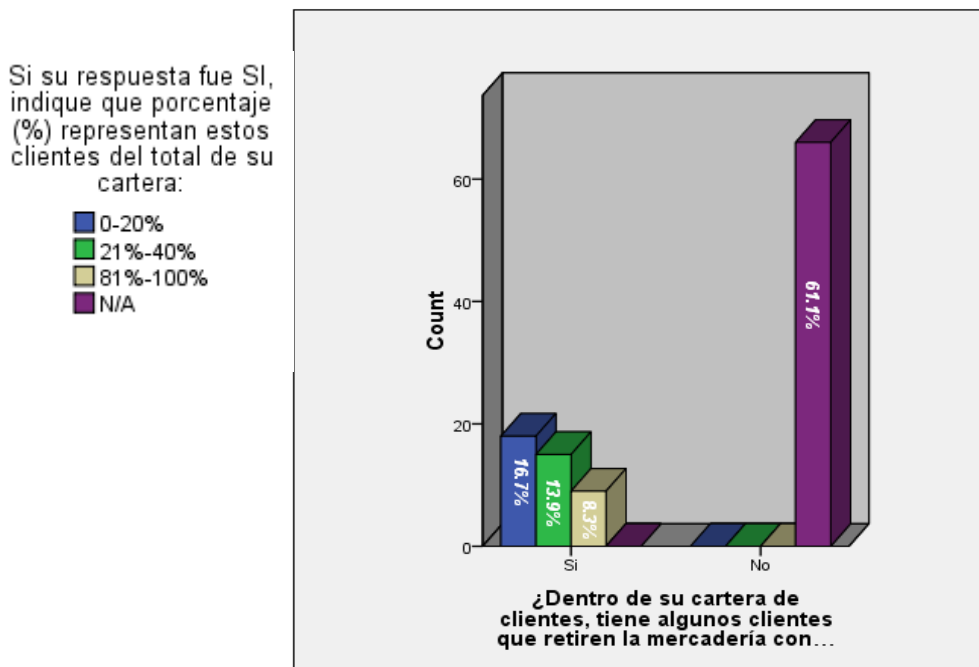
Con esta pregunta se pretende determinar el porcentaje del mercado al cual sus proveedores abastecen bodegas puerta a puerta, y determinar si se cobra un cargo extra por este servicio.

Los resultados obtenidos manifiestan que el 66.66% de las empresas encuestadas no poseen proveedores que les entreguen sus productos puerta a puerta, lo que beneficiaría en un futuro a este proyecto, ya que para el abastecimiento de bodegas desde puerto se utilizan unidades de carga superiores a 40 toneladas lo que para la etapa inicial de este proyecto representarían inversiones muy fuertes.

De aquellas empresas que Todos sus proveedores abastecen sus bodegas puerta a puerta, el 12, 03% paga un cargo extra por el servicio y el 6.48% No.

G.- SÉPTIMA PREGUNTA:

GRÁFICO No. 1.11
CARTERA DE CLIENTES CON TRANSPORTE PROPIO



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

Después de analizar la séptima pregunta, se determina que un total de 38,9% de las empresas encuestadas, mantienen en su cartera a clientes que SI poseen y retiran el producto con vehículos propios, y que para beneficio de nuestro proyecto el 61.1% del mercado no poseen clientes con transporte propio, por lo que la contratación del servicio de transporte de carga tendrá mas demanda.

H.- OCTAVA PREGUNTA:

Para determinar el comportamiento del mercado con respecto a la satisfacción de la calidad del servicio y con referencia al tipo de contrato que mantienen las empresas se analizó en una tabla cruzada con las preguntas 3 y 8.

CUADRO No. 1.15
DETERMINACIÓN DEL TIEMPO DE CONTRATO DEL SERVICIO DE
TRANSPORTE DE CARGA Vs CALIDAD DEL SERVICIO

Si su empresa cuenta con los servicios de transporte de mercaderías, señales si son propios de la empresa o contratados			Califique la calidad del proceso o servicio transporte de carga					Total
			Excelente	Bueno	Regular	Malo	N/A	
Propio	Si su empresa contrata o N/A deseare contratar los servicios de transporte de carga, indique si el requerimiento es:		12=11,11%	4=3,7%				16=14.81%
	Total		12	4				16 = 14.81%
Contratado	Si su empresa contrata o deseare contratar los servicios de transporte de carga, indique si el requerimiento es:	Anual	8=7,41%	40=37,4%	24=22,2%	3=2,78%		75=69,44%
		Temporal	1=0,93%	2=1,85%	3=2,78%	0		6=5,56%
		Ocasional	0	1=0,93%	1=0,93%	0		2=1,85%
		Total	9	43	28	3=2,78%		83
N/A	Si su empresa contrata o deseare contratar los servicios de transporte de carga, indique si el requerimiento es:	Anual				2=1,85%		2=1,85%
		Temporal				2=1,85%		2=1,85%
		Ocasional				5=4,6%		5=4,6%
		Total					9	9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

En la segunda sección del cuadro apreciamos que el 69.44% de las empresas encuestadas contratan o requieren actualmente de un contrato anual por los servicios de transporte de carga, por lo que dictamina que la mayoría del mercado demanda de un contrato anual, dentro de esto apreciamos que el 37.4% han calificado al servicio de sus proveedores como Bueno. Y el 7,41% como un servicio de Excelencia.

En conclusión esta pregunta nos determina que la mayoría del mercado actual (69.44%), demanda de servicios de transporte por contrato anual.

CUADRO No. 1.16
DETERMINACIÓN DEL TIEMPO DE CONTRATO DEL SERVICIO DE
TRANSPORTE DE CARGA Vs CALIDAD DEL SERVICIO

Si su empresa cuenta con los servicios de bodegaje de mercaderías, señale si son propios de la empresa o contratados		Califique la calidad del proceso o servicio bodegaje			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Propio	Si su empresa contrata N/A o desee contratar los servicios de bodegaje, indique si el requerimiento es:	26=24,07 %	5=4,6%		31=28,7%
	Total	26=24,07 %	5=4,6%		31=28,7%
Contratado	Si su empresa contrata Anual o desee contratar los servicios de bodegaje, indique si el requerimiento es:	7=6,48%	44=40,74 %	22=20,37%	73=67,59%
	Temporal	1=0,93%	1=0,93%	2=1,85%	4=3,7%
	Total	8	45	24	77=71,3%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

Con respecto al servicio de Bodegaje de mercaderías, el tipo de contrato y la calificación del servicio tenemos:

- El 28,7% dispone de bodegas propias y no contesto la pregunta 8.
- Del 71,3% que contratan el servicio de bodegaje el 6,48% calificó a sus proveedores como Excelente, como Bueno el 40,74% y Regular el 20,37%.
- A penas el 3,7% de las empresas que contratan el servicio de bodegaje lo hacen en forma temporal.
- El presente proyecto debe enfocarse a captar mercado dentro del segmento que calificó al servicio anual de bodegaje como Bueno (40,74%) y Regular (20,37%).

I.- NOVENA PREGUNTA:

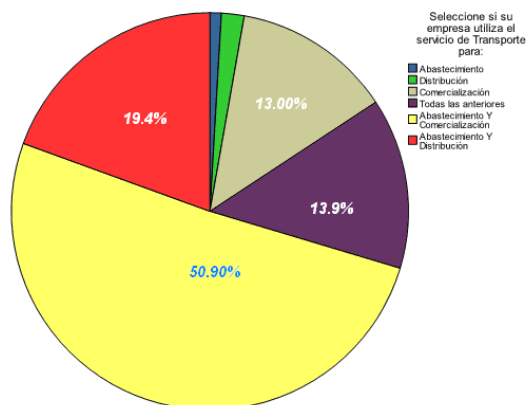
En esta pregunta se pretende determinar que usos tiene el transporte de carga:

CUADRO No. 1.17
DETERMINACIÓN DEL USO DEL SERV. TRASPORTE DE CARGA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Abastecimiento	1	.9	.9	.9
Distribución	2	1.9	1.9	2.8
Comercialización	14	13.0	13.0	15.7
Todas las anteriores	15	13.9	13.9	29.6
Abastecimiento Y Comercialización	55	50.9	50.9	80.6
Abastecimiento Y Distribución	21	19.4	19.4	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

GRÁFICO No. 1.12
DETERMINACIÓN DEL USO DEL SERV. TRASPORTE DE CARGA



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

El 50.9% del mercado utiliza el transporte de carga para Abastecimiento y comercialización, y el 19.4% para Abastecimiento y Distribución, lo cual representa un beneficio para nuestro proyecto, el servicio de transporte de

carga es mas demandado ya que a mayor número de fletes incrementaría nuestros ingresos.

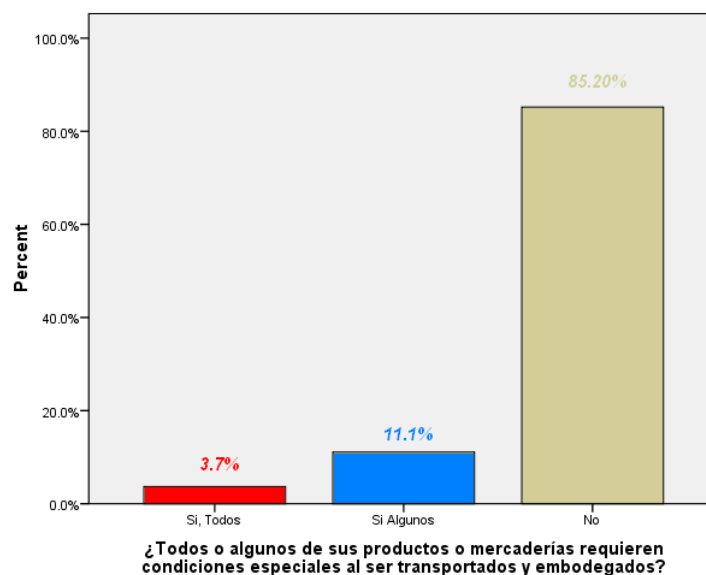
J.- DÉCIMA PREGUNTA:

**CUADRO No. 1.18
DETERMINACIÓN DE CONDICIONES ESPECIALES
POR TRANSPORTE DE CARGA**

¿Todos o algunos de sus productos o mercaderías requieren condiciones especiales al ser transportados y embodegados?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si, Todos	4	3.7	3.7	3.7
Si Algunos	12	11.1	11.1	14.8
No	92	85.2	85.2	100.0
Total	108	100.0	100.0	

**GRÁFICO No.1.13
DETERMINACIÓN DE CONDICIONES ESPECIALES
POR TRANSPORTE DE CARGA**



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

En esta pregunta se desea conocer si el mercado exige condiciones especiales para transportar los productos, tales como: transporte en cámaras frías, cuartos congelantes, o condiciones especiales para transportar productos muy frágiles; se encontró que el 85.2% **No** lo requiere, el 11.1% requiere de condiciones especiales para algunos de sus productos y el 3,7% para todos sus productos.

Este proyecto se va a enfocar a ofertar el servicio de transporte a aquellas empresas que no requieren de condiciones especiales, ya que para la instalación de un sistema de refrigeración se necesita de una Inversión adicional al adecuar los vehículos, y el mercado que demanda esta necesidad no es significativo.

K.- ONCEAVA PREGUNTA:

En esta pregunta se orienta a establecer la frecuencia de abastecimiento de bodegas.

Para mayor beneficio de este estudio se realiza un análisis cruzando las preguntas No.10 y No. 6, que nos indicará que porcentaje del mercado usa con mas frecuencia el transporte de carga contratado para abastecer sus bodegas descartando a las empresas que poseen proveedores que abastecen sus bodegas con un servicio puerta a puerta.

CUADRO No. 1.19
FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO DE BODEGAS

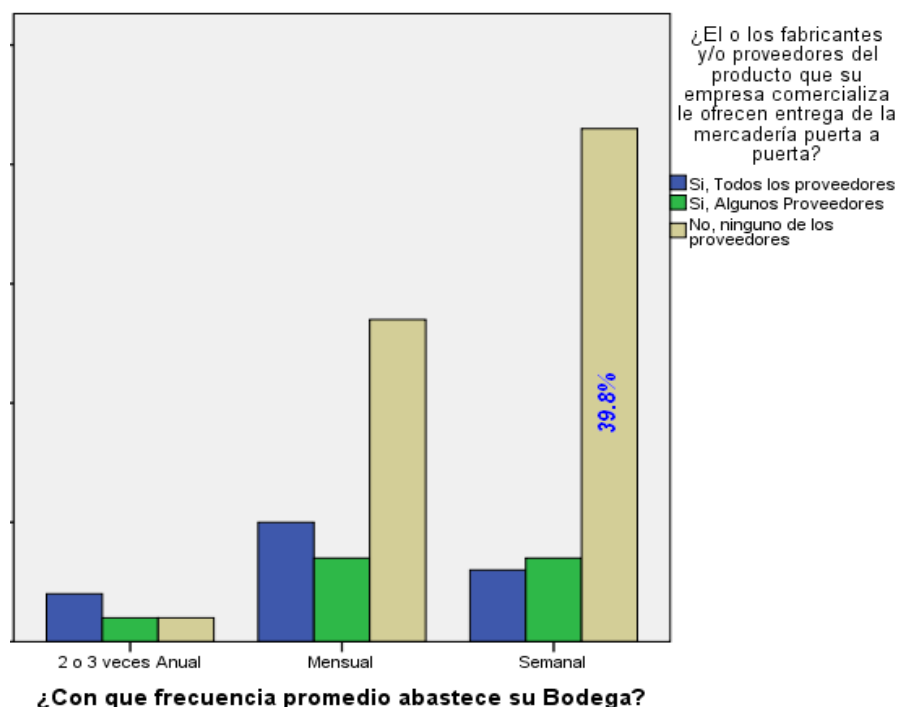
		¿El o los fabricantes y/o proveedores del producto que su empresa comercializa le ofrecen entrega de la mercadería puerta a puerta?			Total	
		Si, Todos los proveedores	Si, Algunos Proveedores	No, ninguno de los proveedores		
¿Con que frecuencia promedio abastece su Bodega?	2 o 3 veces Anual	Count	4	2	2	8
		% of Total	3.7%	1.9%	1.9%	7.4%
	Mensual	Count	10	7	27	44
		% of Total	9.3%	6.5%	25.0%	40.7%
	Semanal	Count	6	7	43	56
		% of Total	5.6%	6.5%	39.8%	51.9%
Total	Count	20	16	72	108	
	% of Total	18.5%	14.8%	66.7%	100.0%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

La cifra mas relevante es 39.8%, que representa empresas a las cuales ninguno de sus proveedores les abastece sus bodegas puerta a puerta y que abastecen semanalmente sus bodegas con transporte contratado. Y que representa un dato muy importante de la demanda, ya que el gran parte del mercado demanda con mayor frecuencia los servicios de transporte de carga para abastecimiento de bodegas.

**GRÁFICO No. 1.14
FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO DE BODEGAS**



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

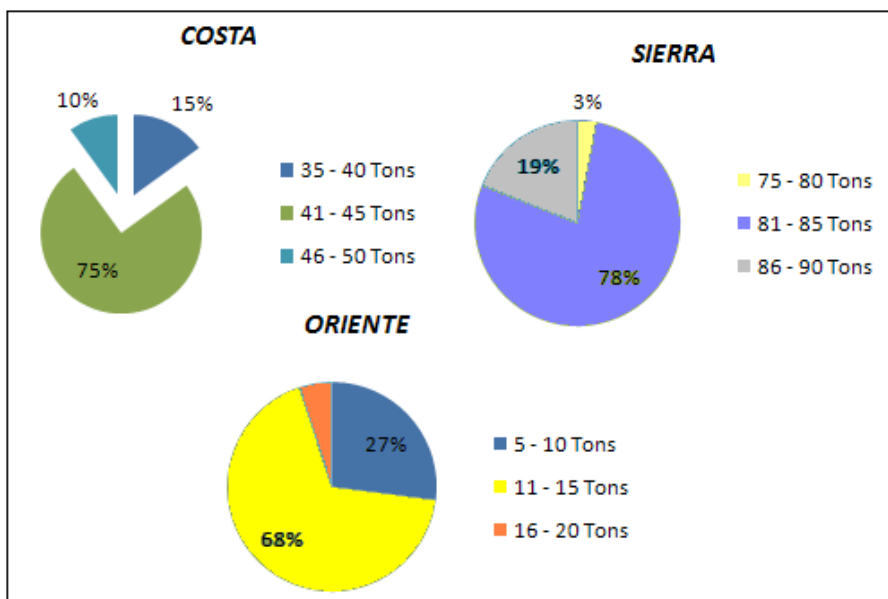
L.- DOCEAVA PREGUNTA:

La pregunta #12 pretende determinar la frecuencia de distribución y uso del transporte de carga, así como el tonelaje transportado y el número de ciudades destino por cada región.

Para el análisis de esta información únicamente se analizó a las 77 empresas (71.29%) de las encuestas que representan solo a los clientes que contratan el servicio conjunto.

En los cuadros siguientes se expone la información tabulada y obtenida en las encuestas:

GRÁFICO No. 1.15
TONELAJE DISTRIBUIDO POR REGIÓN



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

Como se muestra en el gráfico se logró determinar que el mercado objetivo distribuye sus productos a las tres regiones del país destacándose:

- Costa: 75% de las 77 empresas destina a esta región, entre 41 y 45 toneladas mensuales.
- Sierra: 78% de las 77 empresas destina a esta región, entre 81 y 85 toneladas mensuales.
- Oriente: 68% de las 77 empresas destina a esta región, entre 11 y 15 toneladas mensuales.

También se determinó el promedio de toneladas transportadas por el segmento encuestado:

CUADRO No. 1.20
TONELADAS MENSUALES PROMEDIO
DISTRUBUIDAS A CADA REGIÓN

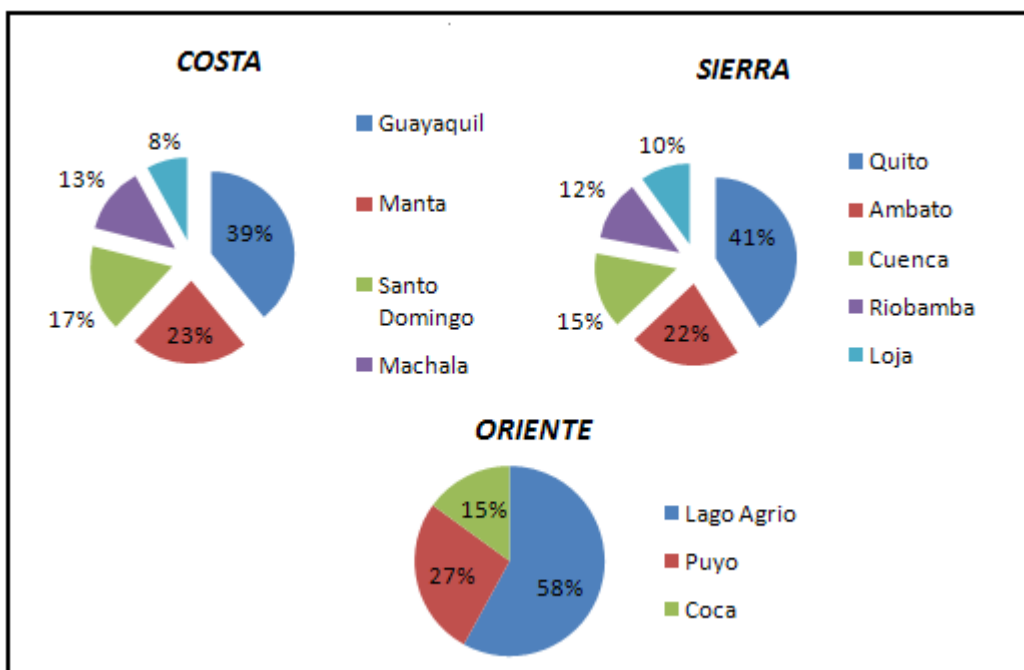
<i>REGION</i>	<i>Σ TONS MENSUAL</i>	<i>Promedio Mensual Tons transportadas por cliente</i>
COSTA	3211	41.70
SIERRA	6316	82.03
ORIENTE	1054	13.69

Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Alex Carabalí

El determinar el tonelaje promedio transportados por región permitirá a este proyecto determinar el numero de viajes por unidad de carga y uso del servicio promedio por cliente.

M.- TRECEAVA PREGUNTA:

GRÁFICO No. 1.16
FRECUENCIA DE DISTRIBUCIÓN
DE MERCADERÍA POR CIUDAD



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: Alex Carabalí

Para esta pregunta se tabuló solamente las 77 empresas (71.30%) que requieren en conjunto de los dos servicios propuestos por este proyecto.

La pregunta No. 13 permite identificar las principales ciudades que tienen por destino las empresas encuestadas: cinco ciudades para la Sierra y Costa y tres para el Oriente.

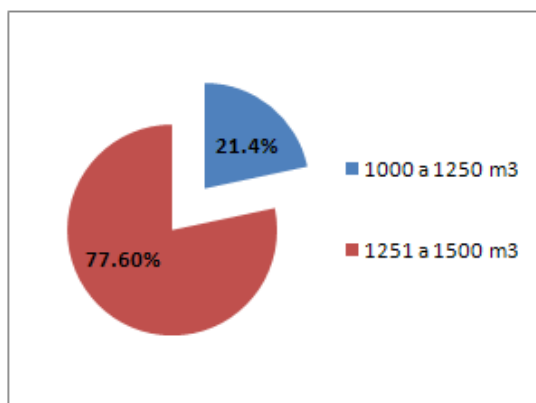
Dado que la pregunta recolecta tres repuestas por Región se tabuló el total de opciones respondidas y se expresó porcentualmente los destinos por ciudad.

Destacándose:

- En la Sierra las ciudades de Quito y Ambato con el 41% y 22% respectivamente.
- Para la Costa se destacan las ciudades de Guayaquil con 39% y Manta con 23%.
- La ciudad de Lago Agrio se destaca en la Región Oriental con el 58%.

N.- CATORCEAVA PREGUNTA:

GRÁFICO No. 1.17
REQUERIMIENTO MENSUAL DE ALMACENAJE
(Metros Cúbicos)



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alex Carabalí

La pregunta número catorce permitió determinar el promedio de requerimiento mensual de espacio de bodegaje, destacándose el 77.60% de las 77 empresas que requieren los dos servicios en conjunto entre un rango de 1251 a 1500 metros cúbicos, identificándose el requerimiento promedio de 1255.84 metros cúbicos mensuales por cliente:

CUADRO No. 1.21

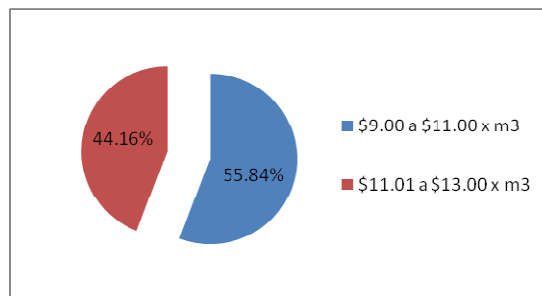
REQUERIMIENTO PROMEDIO MENSUAL DE ALMACENAJE (m3)	
<i>Σ Capacidad Requerida Mensual m3 (77 encuestados)</i>	<i>Capacidad Promedio Requerida Mensual m3</i>
96700.00	1255.84

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

También permitió determinar el precio que la competencia esta tarifando mensualmente por este servicio. Identificándose un precio mínimo de 9.00 USD y un máximo de 13.00 USD por almacenaje mensual de un metro cúbico.

GRÁFICO No. 1.18
PRECIO PROMEDIO MENSUAL POR SERVICIOS DE BODEGAJE



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

En el cuadro anterior se puede identificar que el 55.84% de los encuestados esta pagando por metro cúbico entre \$11.01 y \$13.00 dólares mensuales por el servicio de bodegaje.

O.- QUINCEAVA PREGUNTA:

Considerada como la pregunta piloto y que ayudó a determinar las variables p y q para la consideración de la muestra, para desarrollar esta investigación de mercado.

CUADRO No. 1.22

ACEPTACIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA Y BODEGAJE EN LA ZONA DE ALANGASI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Si	77	71.29	71.29	71.29
	No	0		0.0	0.0
	Total	108	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Carabalí

Se tabuló esta pregunta del total de las encuestas, lo que determinó que de las 108 encuestas 77 (71.29%) les gustaría que un nuevo proyecto de soluciones logísticas se establezca en el sector de Alangasí. Equiparándose con el porcentaje del mercado que contratan y requieren de los dos servicios a la vez.

CONCLUSIONES GENERALES DEL ANÁLISIS DE LA ENCUESTA:

- Entre las principales conclusiones se puede señalar que la mayoría del mercado demanda de los servicios propuestos por este proyecto.
- El proyecto es viable ya que aspectos analizados como la demanda y oferta actual son favorables para esta propuesta.
- Al 71.30% de las empresas encuestadas les interesaría analizar una propuesta de servicios emitida por este nuevo proyecto.
- La mayoría del mercado encuestado contrata de los servicios de personas jurídicas y tan solo una empresa actualmente usa los servicios de personas naturales en el servicio de transporte de carga.
- La mayoría del mercado contrata el transporte de carga tanto como para Abastecimiento, comercialización y distribución.
- El tonelaje, frecuencia y número de destinos favorecen a esta propuesta al indicar que la mayoría de empresas distribuye semanalmente gran parte de su carga a destinos dentro de la Sierra y Costa.

- Actualmente el mercado en su gran mayoría ha calificado a varios parámetros de calidad y satisfacción del servicio como Bueno, por lo que se constituye en una verdadera oportunidad para este proyecto que propone un servicio de excelencia y que espera fácilmente ganar mercado.
- El análisis de las encuestas y sus resultados nos permite determinar que el proyecto se debe orientar a ofrecer los dos servicios en conjunto, y no mostrar flexibilidad al brindarlos por separado, ya que la mayoría de mercado presenta demanda por los 2 servicios.
- Como conclusión final se puede determinar que con respecto al estudio de mercado el proyecto es viable, para satisfacer la demanda actual de necesidades de las empresas en referencia a los servicios que se propone.

1.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

“La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. La demanda es la cantidad de personas que necesitan un determinado producto o servicio.

Para analizar a la demanda se debe tener en cuenta:

- Medir la demanda: cuantificar. Puede darse en unidades físicas, monetarias, o en participación de mercado.
- Explicar la demanda: identificar las variables que determinan la demanda y averiguar de que modo influyen (pueden ser controlables por la empresa o no).
- Pronosticar la demanda: previsión de la demanda el futuro. Se hace basándose en la medición y en la explicación.”¹⁴

¹⁴ BACA URBINA, GABRIEL EVALUACION DE PROYECTOS 3ª. EDICION

Conocer la demanda es uno de los requisitos indispensables del estudio de mercado, pues en el caso de este proyecto se debe saber cuántas empresas están dispuestas a adquirir los servicios y a qué precio. La investigación debe tomar en cuenta las características y capacidad económica de la población objetivo (ésta es la franja de la población a quien se desea captar) y con el consumo de servicios sustitutos o complementarios, pues éstos influyen ya sea en disminuir la demanda o en aumentarla.

El análisis de la demanda trata de estudiar el mercado potencial, analizando cuáles son sus características, sus gustos y preferencias, escala de valores, hábitos, etc. Todo ello a través de técnicas concretas de investigación de mercados. Se tomará información de fuentes tales como: resultados de la encuesta y datos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), entre otros.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a la adquisición de los servicios de Transporte de carga y Bodegaje, y determinar la posibilidad de participación del Proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Los resultados de las encuestas muestran que el presente proyecto posee mucha más viabilidad al ofrecer los 2 servicios en conjunto y no por separado así que el presente análisis de la demanda se orientará a aquel segmento de mercado que actualmente están requiriendo los servicios de transporte de Carga y Bodegaje de mercaderías.

1.5.1 CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA:

Generalmente la demanda se clasifica, de acuerdo con la probabilidad y de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos, es así que tenemos:

“De acuerdo con la probabilidad:

- *Demanda efectiva o real:* Que es aquella demanda totalmente cierta.

- *Demanda aparente:* Es aquella demanda probable en la cual no se conocen las pérdidas y/o mermas por comercialización, etc.
- *Demanda potencial:* Es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se le puede volver real.

De acuerdo a su destino puede ser:

- Demanda final.- Aquella que se identifica con los bienes o servicios finales.
- Demanda intermedia.- La que realizan las empresas que adquieren el bien o servicio en sus procesos productivos.
- Demanda para exportación.- La ejercida por empresas nacionales o extranjeras para destinarlos a mercados de otros países.

De acuerdo a los consumidores o usuarios inmediatos

- Demanda básica: cuando el uso o consumo es final.
- Demanda derivada: cuando los usuarios o consumidores son intermediarios.”¹⁵

La identificación de la demanda para este proyecto en lo que se refiere a los consumidores o usuarios inmediatos tiene mucha relación con la Demanda básica ya que al entregar el servicio estamos finalizando el proceso para que el cliente pueda utilizar los servicios de Transporte de carga y bodegaje. Pero de acuerdo al destino de la demanda se la clasifica como Demanda Intermedia ya que la prestación de los servicios propuestos por este proyecto intervienen o son parte del proceso de almacenamiento y distribución de Mercaderías.

1.5.2.- FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

La demanda puede verse afectada por aspectos como:

- Tamaño y crecimiento de la población.- En el caso de este proyecto la demanda se vera afectada de acuerdo a como va creciendo la población empresarial del cantón Quito, específicamente a la creación de nuevas

¹⁵ Villaseñor Eduardo, Salguero Mario, Banco Interamericano de Desarrollo, “El Ciclo del Producto”

empresas de distribución, comercialización e importación al por mayor de productos.

➤ Gustos y preferencias.- Este factor tiene una importancia relevante al momento de realizar un proyecto, pues en el caso de este proyecto se deben conocer; requerimientos, frecuencia y calidad deseable y / o necesaria que el consumidor demanda de los servicios propuestos, las reacciones de los consumidores frente a la forma de presentar los servicios y a sus características, esta información es de gran valor para diseñar correctamente lo servicios a ofrecer. En el caso del proyecto los servicios a ofrecer debe estar acorde a las necesidades de los clientes potenciales para poder cumplir con el objetivo de satisfacer las expectativas de los mismos.

➤ Niveles de ingresos / gastos.- Refiriéndose a lo niveles que las empresas que conforman nuestro segmento meta poseen, empresas las cuales deben tener claramente definido dentro de sus presupuestos la contratación de Transporte de carga y bodegaje, servicios que son fundamentales para la comercialización de su producto.

➤ Precios.- Las tarifas para fletes y arrendamiento de bodegas es indiscutiblemente un factor que afecta a la demanda, ya que los precios deben ser competitivos de acuerdo a la calidad del servicio, de acuerdo a la eficiencia y capacidad instalada así como de acuerdo a las condiciones de instalaciones y vehículos.

Cada negocio enfrenta el problema de qué tan alto o qué tan bajo fijar los precios; para lo cual se deben considerar factores como: reacción del cliente, competencia, oferta y demanda, posibles rebajas futuras y leyes respecto a fijación de precios.

El precio es un aspecto fundamental dentro del proyecto, dado a que si es demasiado elevado con relación al servicio a ofertar va a constituir un problema pues no va a estar reflejado en la calidad, por tanto se debe establecer un precio que vaya acorde a la situación económica.

- Situación Geográfica: Para este proyecto este es un factor muy importante ya que la ubicación de las bodegas y garajes del transporte de carga debe ser estratégico, con vías de fácil acceso y que permitan de acuerdo a su ubicación estratégica conectarse fácil y rápidamente a vías que se dirijan a todos los sectores a los cuales se debe distribuir el producto, en este caso la zona de Alangasí es una locación que permite fácilmente acceder a vías que se dirigen a la Costa, Sierra-Norte y Sierra –Sur.

- Calidad del servicio: Como se indica en los resultados de la encuesta, para las empresas es muy importante la calidad con la que se prestan los servicios, para captar mercado se debe ofrecer y practicar la filosofía de servicios, eficientes, prontos y oportunos. La calidad que se le debe brindar al cliente, debe sobrepasar las expectativas básicas, a tal punto que el cliente se sienta satisfecho y gustoso de haberlo contratado.

- Servicios sustitutos: Por lo general el precio de los servicios sustitutos es el factor que afecta en gran medida a la demanda de un servicio en específico.; a éstos se los puede conseguir en el mercado a un precio menor. Pero de acuerdo al tipo de servicios que ofrece el proyecto es muy difícil que estos servicios sustitutos nos desplacen del mercado, ya que el transporte de mercaderías por medio de camiones de mediano tonelaje es algo difícil de reemplazar, así como también el arrendamiento de bodegas.

1.5.3 ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA DEMANDA:

“La tendencia histórica de la demanda es el comportamiento que ha tenido durante años anteriores, los cambios, fluctuaciones que ha sufrido y que han tenido una influencia en la demanda.

El propósito del análisis del comportamiento histórico de la demanda es tener una idea de su evolución a fin de poder pronosticar su comportamiento futuro con un margen razonable de seguridad. Conocer la constancia de las preferencias de los consumidores y explicar cómo se afecta la demanda por

otras variables como los precios en el mercado, el nivel de ingresos de la población, la presencia de sustitutos, etcétera”¹⁶.

En el cuadro siguiente se hace especial referencia a los datos de los años 2000 y Abril 2009 que corresponden a la población empresarial de Distribuidoras, comercializadoras e importadoras al por mayor en el cantón Quito según fuente de la Superintendencia de Compañías. Al no existir datos de un estudio oficial público o censo emitido por algún organismo de estadísticas y censos que indiquen datos o cifras de la demanda en el segmento al que esta dirigido este proyecto, se acudió ante un experto en el tema. En las columnas correspondientes a la demanda del año 2000 se mostrarán datos obtenidos después de una entrevista con el Ing. Edwin Ordóñez quien es un profesional con experiencia de 20 años en logística empresarial, y quien facilitó las cifras de la demanda, resultado de un estudio de mercado con referencia al tema, donde se destaca lo siguiente:

Año 2000:

- DEMANDA DE LOS 2 SERVICIOS A DIFERENTES OFERENTES: 35%
- DEMANDA DE LOS DOS SERVICIOS A UN MISMO OFERENTE: 27%

Las cifras de la demanda en abril del 2009 que se mostrarán en el siguiente cuadro se determinaron al analizar resultados de la encuesta realizada para la investigación de mercado:

Abril 2009:

- DEMANDA DE LOS 2 SERVICIOS A DIFERENTES OFERENTES: 38,88%
- DEMANDA DE LOS DOS SERVICIO A UN MISMO OFERENTE: 32,41%

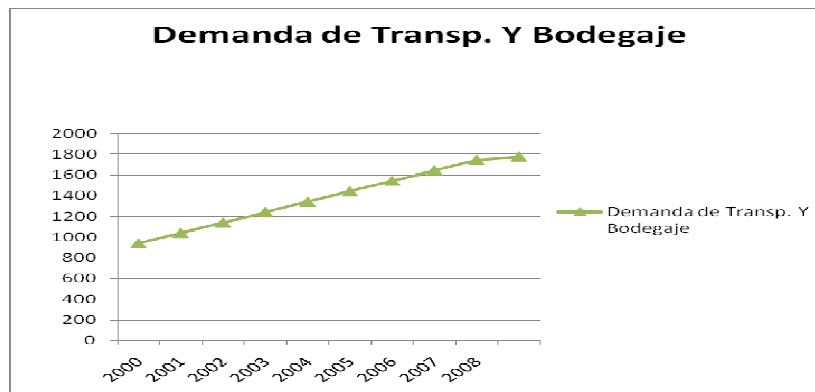
¹⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta_y_demanda

CUADRO No. 1.23

DEMANDA HISTÓRICA DEL MERCADO META DEL PROYECTO					
AÑOS	POBLACION EMPRESARIAL QUITO	DEMANDA 2 SERV. A DIFERENTES OFERENTES EN # DE EMPRESAS	DEMANDA 2 SERV A UN MISMO OFERENTE EN # DE EMPRESAS	TOTAL DEMANDA ACTUAL EN # DE EMPRESAS	VARIACION %
2000	1520	530	412	942	
2001	1637	583	460	1043	10.65%
2002	1754	636	507	1143	9.62%
2003	1871	689	555	1243	8.78%
2004	1988	742	602	1344	8.07%
2005	2105	794	650	1444	7.47%
2006	2222	847	697	1545	6.95%
2007	2339	900	745	1645	6.50%
2008	2456	953	793	1745	6.10%
Apr-09	2495	970	808	1778	1.90%
CA	117	53	48	100	
CA = Crecimiento Anual Fuente: Ing. Edwin Ordoñez. Inv. Mercado de proyecto Logístico. Definición: "Demanda de los 2 servicios" se refiere a Servicios de Transporte de Carga y Bodegaje. Elaborado por: Alex Carabalí					% Promedio 8,26 %

Donde: CA= (Cifras Año 2008 – cifras Año 2000) / n

GRÁFICO No. 1.19



Elaborado por: Alex Carabalí.

Para obtener los datos que se encuentran en el CUADRO No. 1.23 entre los años 2000 y 2009, se utilizó el Método de Línea Recta para proyectarlos. Que consiste en restar las cifras del año 2000 de las cifras correspondientes a abril 2009 y a éste resultado dividirlo para el número de años que se encuentra entre estos dos valores, el valor resultante se lo ha denominado (CA) y

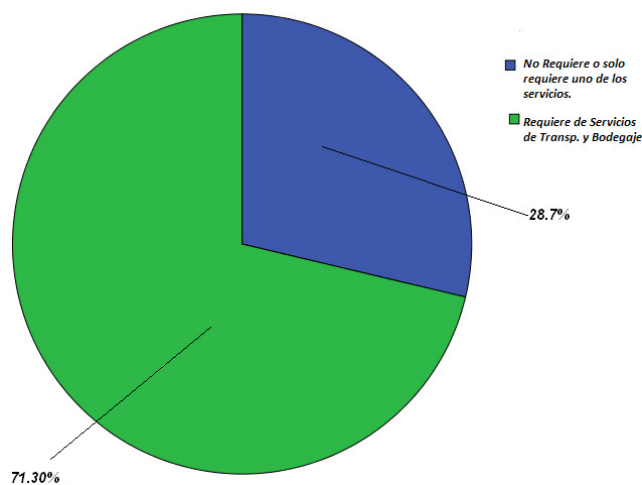
representa el crecimiento anual. Por lo tanto a cada año posterior al 2000 se le suma sucesivamente el valor de CA.

Se presume que así como se ha incrementado la población en los años anteriores, de la misma forma pasará con los años posteriores.

1.5.4 Demanda Actual del Servicio:

La demanda actual, corresponde a la cantidad de empresas que en la actualidad requieren de los servicios propuestos, la demanda actual se obtiene del análisis de la encuesta realizada a un segmento de nuestro mercado meta.

GRÁFICO No. 1.20
DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO



Elaborado por: Alex Carabalí.

Interna

Para Abril de 2009, la población que representa el mercado meta para el proyecto es de 2513 empresas de las cuales actualmente en una muestra de 108 empresas encuestadas se identificó:

La Demanda Actual del proyecto, según los datos obtenidos en la encuesta en la pregunta No. 2.1(grupo 4 y 5) nos refleja que 77 empresas contratan en forma simultanea los servicios de Transporte de Carga y Bodegaje de Mercaderías, que representa el 71.29% de las encuestas, conformados de la siguiente manera:

- 38.88% Contratan bodegas y transporte a diferentes proveedores.
- 32.41% Contratan bodegas y transporte a un mismo proveedor.

La población total que representa al mercado meta de este proyecto en Abril de 2009 fue de 2513 empresas, de manera que el 71.29% de esta población (pregunta 2.1 Grupo 4 y 5) representaran a 1792 empresas, y con el porcentaje de aceptación de la pregunta No. 15 se tiene que el 100% de las empresas que requieren del servicio simultaneo de Transporte de Carga y bodegaje de Mercaderías serán la demanda actual, es decir 1792 empresas para Abril de 2009.

1.5.5 Proyección de la Demanda:

Para la proyección de la demanda, se va a utilizar el método de la **Regresión Lineal**, la cual indica que: “La variable dependiente se predice sobre la base de un variable independiente. Aunque los valores de la variable independiente pueden ser asignados, los de la variable dependiente deben obtenerse por medio del proceso de muestreo.

De la observación de las variables se deriva un diagrama de dispersión que indica la relación entre ambas. Gráficamente, se representa la variable independiente, x , con relación al eje horizontal y el valor de la variable dependiente, y , con relación al eje vertical. Cuando las relaciones entre ambas no son lineales, es usual determinar un método de transformación de valores para lograr una relación lineal”¹⁷

¹⁷ <http://biblioteca.manizales.unal.edu.co/documentos/trabajodegrado.pdf>

El paso siguiente es determinar la ecuación lineal que mejor se ajuste a la relación entre las variables observadas. Para ello se utiliza el método de los mínimos cuadrados.

“Matemáticamente, la forma de la ecuación de regresión lineal es:

$$y = a + bx$$

Donde “y” es el valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable independiente “x”; “a”, es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje “y”, “b” es la pendiente de la línea de regresión, “x” es el valor específico de la variable independiente.

El criterio de los mínimos cuadrados permite que la línea de regresión del mejor ajuste reduzca al mínimo la suma de las desviaciones cuadráticas entre los valores reales y estimados de la variable dependiente para la información muestral,

Donde “ \bar{x} ” y “ \bar{y} ” son las medias de las variables y n el número de relaciones”.¹⁸

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad a = \bar{y} - b \bar{x}$$

$$r^2 = \frac{[n \sum xy - (\sum x)(\sum y)]^2}{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Para el cálculo de la regresión lineal para este proyecto vamos a sumar los datos de la demanda de:

- Bodega y transporte de carga diferente proveedor
- Bodegas y transporte de carga un mismo proveedor

¹⁸ Sapag Chain Nassir y Reinaldo, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, 2000.

PROCEDIMIENTO:

Históricos de la Demanda:

CUADRO No. 1.24

DEMANDA HISTORICA DEL MERCADO META DEL PROYECTO				
AÑOS	DEMANDA 2 SERV. A DIFERENTES EN # DE EMPRESAS	DEMANDA 2 SERV A UN MISMO OFERENTE EN # DE EMPRESAS	TOTAL DEMANDA ACTUAL EN # DE EMPRESAS	VARIACION %
2000	530	412	942	
2001	583	460	1043	10.65%
2002	636	507	1143	9.62%
2003	689	555	1243	8.78%
2004	742	602	1344	8.07%
2005	794	650	1444	7.47%
2006	847	697	1545	6.95%
2007	900	745	1645	6.50%
2008	953	793	1745	6.10%
2009*			1846	5.78%
CA	53	48	100	
CA = Crecimiento Anual			% Promedio	7.77%
Fuente: Superintendencia de Compañías				
Definición: "Demanda de los 2 servicios" se refiere a Servicios de Transporte de Carga y Bodegaje.				
* Se anualiza las cifras 2009.				
Elaborado por: Alex Carabalí				

CUADRO No. 1.25

CÁLCULO DE LA REGRESIÓN LINEAL DE LA DEMANDA					
AÑO	X	Demanda	XY	X2	Y2
2000	1	942	942	1	881118
2001	2	1043	2086	4	1087358
2002	3	1143	3429	9	1306744
2003	4	1243	4974	16	1546276
2004	5	1344	6719	25	1805954
2005	6	1444	8665	36	2085778
2006	7	1545	10812	49	2385748
2007	8	1645	13160	64	2705865
2008	9	1745	15708	81	3046127
TOTAL	45	12,095	66,495	285	16,857,967

Elaborado por: Alex Carabalí.

$$\begin{aligned}
 n &= 9 \\
 \Sigma x &= 45 \\
 \Sigma y &= 12,094.72 \\
 \Sigma xy &= 66,495 \\
 \Sigma x^2 &= 285 \\
 (\Sigma x)^2 &= 2025 \\
 \Sigma y^2 &= 16,857,967.17
 \end{aligned}$$

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$b = 100.36$$

$$a = 842.04$$

$$r^2 = 0.990967$$

De esta forma, la ecuación final de regresión es: $y = a + bx$

$$y = 842.04 + 100.36 x$$

Para estimar la demanda esperada en los años posteriores se reemplaza "x"

$$y = 842.04 + 100.36 (10)$$

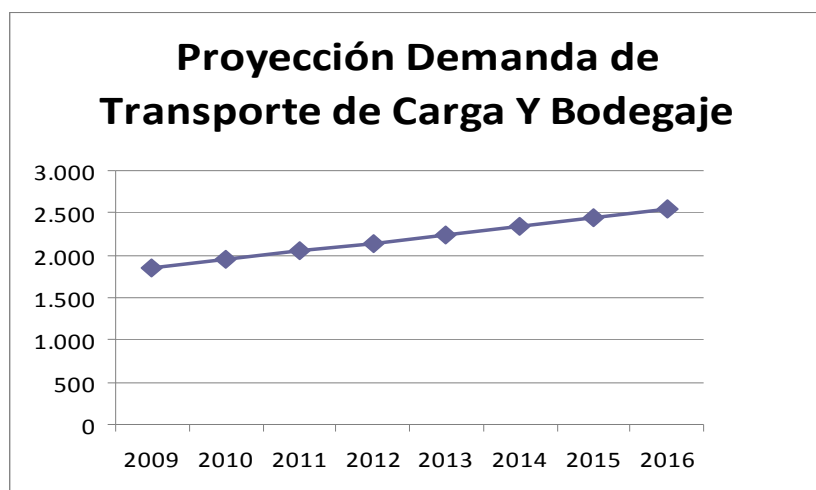
$$\hat{y} = 1845.58$$

CUADRO No. 1.26

PROYECCIÓN DEMANDA DE SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA Y BODEGAJE DE MERCADERIAS			
Año	X	Demanda # Empresas	% VARIACION
2009	10	1,846	
2010	11	1,946	5.44%
2011	12	2,046	5.16%
2012	13	2,147	4.90%
2013	14	2,247	4.68%
2014	15	2,348	4.47%
2015	16	2,448	4.28%
2016	17	2,548	4.10%

Elaborado por: Alex Carabalí.

GRÁFICO No. 1.21



Elaborado por: Alex Carabalí.

1.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público.

Dada la evolución de los mercados, existen diversas modalidades de oferta, determinadas por factores geográficos o por cuestiones de especialización. Algunos pueden ser productores o prestadores de servicios únicos, otros pueden estar agrupados o bien, lo más frecuente, es ofrecer un servicio o un producto como uno más de los muchos participantes en el mercado.”¹⁹

¹⁹ www.monografías.com

“Analizando la oferta, se puede apreciar que el comportamiento de los oferentes será distinto al de los compradores. Un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida.

La determinación de la oferta suele ser compleja, por cuanto no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del producto del proyecto, la potencialidad real de la ampliación de la oferta al desconocer la capacidad instalada ociosa de la competencia, sus planes de expansión o los nuevos proyectos en curso.”²⁰

1.6.1.- Clasificación de la oferta

La oferta puede ser de tres tipos:

- Monopólica,
- Oligopólica, y
- Competitiva.

Oferta Monopólica

“La oferta monopólica “es aquella en la que un sólo productor domina el mercado, es decir en la cual existe un sólo oferente y muchos demandantes del bien o servicio.” ²¹

Este tipo de oferta no es aplicable al proyecto, debido a que a la actividad del negocio no es la única en brindar este tipo de servicio en el mercado.

Oferta Oligopólica

“La oferta Oligopólica es un mercado en el que actúa un reducido número de oferentes que tienen una gran dependencia entre cada uno. Las decisiones de precios pueden ser tomadas realizando acuerdos entre ellos o en forma separada”²².

²⁰ Meneses Alvarez Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, 2001.

²¹ www.gestiopolis.com/elmercado/ofertas.htm

²² www.gestiopolis.com/elmercado/ofertas.htm

El proyecto, no puede estar ubicado en un mercado de oferta Oligopólica debido a que las decisiones de precios no son tomadas entre las diferentes empresas existentes, ni tampoco se puede reunir a todos los empresarios dedicados a esta actividad para tomar decisiones sobre el mercado.

Oferta Competitiva

”Es también llamada de mercado libre, en dónde los productores actúan en circunstancias de libre competencia, existiendo de esta manera muchos oferentes y muchos demandantes”²³

En este tipo de oferta si se puede ubicar el proyecto debido a que existen muchos demandantes y muchos oferentes, Los servicios de transporte de carga y bodegaje son ofertados en libre competencia con respecto a todos los oferentes existentes en el mercado.

1.6.2.- Factores que afectan a la oferta:

Los principales factores que pueden afectar la oferta están dados por:

a. TECNOLOGÍA

“La cantidad que están dispuestos a ofrecer los oferentes a un precio cualquiera depende principalmente de sus costes de producción, los cuales a su vez, están estrechamente relacionados con la tecnología.”²⁴

En el mercado muchas empresas están invirtiendo para tecnificarse, en el caso de este proyecto es importante invertir en vehículos de carga en óptimo estado, con adecuados cajones de carga, y que las instalaciones de las bodegas también cuenten con un sistema de seguridad, y un sistema de administración de inventarios, todos los camiones deben poseer un sistema de comunicación.

b. PRECIOS

“Otro factor importante determinante de los costos de un oferente es lo que ha de pagarse por los factores de producción: el trabajo, el capital, mano de obra, materiales, procesos.”²⁵

²³ www.gestiopolis.com/elmercado/ofertas.htm

²⁴ Robert H. Frank – Microeconomía y conducta – Pág.: 47

La tendencia a mantener los precios en la actualidad hace que este tipo de mercado sea de fácil acceso para una futura competencia. Pero esta tendencia se debe a la creciente oferta de los servicios, por lo que el precio debe ser competitivo para tratar de abarcar plazas de mercado.

c. NÚMERO DE OFERENTES

“Cuanto más empresas puedan ofrecer un servicio, mayor será la cantidad ofrecida a un precio dado cualquiera.”²⁶

En especial para las empresas pequeñas o los nuevos proyectos la competencia es un factor determinante, ya que en el país existen empresas grandes y posicionadas en el mercado que imponen grandes barreras de entrada difíciles de franquear.

d. LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

“Los oferentes también tienen en cuenta sus expectativas sobre las variaciones de los precios cuando toman sus decisiones actuales sobre producción.”²⁷

Las expectativas para este proyecto se mantienen que siempre y cuando exista mercado habrá la demanda para distribución y almacenaje.

1.6.3 Comportamiento Histórico de la Oferta:

Para determinar el comportamiento histórico de la oferta se acudió a consultar en el SRI (Servicio de Rentas Internas) el número de registros de contribuyentes que coincidan con la actividad económica de empresas o personas naturales que ofrecen los servicios de Transporte de Carga y Bodegaje de Mercancías en el cantón Quito, y se obtuvo la siguiente información:

²⁵Robert H. Frank – Microeconomía y conducta – Pág.: 47

²⁶Robert H. Frank – Microeconomía y conducta – Pág.: 47

²⁷Robert H. Frank – Microeconomía y conducta – Pág.: 47

❖ **ALMACENERA Y DISTRIBUCIÓN:** empresas que ofrecen los 2 servicios a la vez.

	<u>Mayo 2009.</u>	<u>Diciembre 2000</u>
➤ Personas Naturales:	36	19
➤ Sociedades:	58	34

A continuación se muestra el un cuadro donde a través del Método de línea recta se calcula la oferta histórica partiendo de los datos de los años Diciembre 2000 y Mayo 2009, ya que la fuente de información en este caso SRI, solo ofreció las cifras de 2 fechas:

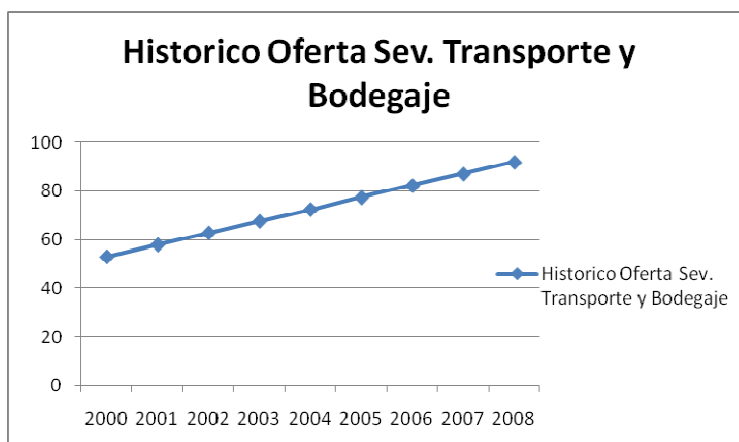
CUADRO No. 1.27

HISTÓRICO OFERTA TRANSPORTE CARGA Y BODEGAJE MERCADERIAS				
AÑO	#PERSONAS NATURALES	#SOCIEDADES	TOTAL OFERTA	%Variación
2000	19	34	53	
2001	21	37	58	9.19%
2002	23	40	63	8.41%
2003	25	43	68	7.76%
2004	27	45	72	7.20%
2005	29	48	77	6.72%
2006	31	51	82	6.30%
2007	33	54	87	5.92%
2008	35	57	92	5.59%
CA:	2	3	5	

Fuente: SRI

Elaborado por: Alex Carabalí.

GRÁFICO No. 1.22



Elaborado por: Alex Carabalí.

1.6.4 OFERTA ACTUAL:

La oferta actual para este proyecto se refiere al número de personas naturales o jurídicas que se encuentran ofreciendo los servicios de Transporte de Carga y Bodegaje en el mismo periodo en el que se está realizando el proyecto.

Por lo que de acuerdo a la información antes citada obtenida del SRI, la oferta actual está dada de la siguiente manera:

Mayo 2009

ALMACENERA Y DISTRIBUCIÓN:

Total: 94 ofertantes del servicio.

- Personas Naturales: 36
- Sociedades: 58

En referencia a la satisfacción del servicio y basándose en datos de la encuesta específicamente del Cuadro No. 1.12, se determinó que de una muestra de 108 empresas que representan al mercado meta de este proyecto se identificó a 8 ofertantes de los servicios conjuntos de Transporte de Carga y Bodegaje, y de los cuales 3 ofertantes fueron calificados de Excelencia por algunos de sus clientes, ya que la relación Cliente – Proveedor no es de 1 a 1, esto representa que el 37,5% de los ofertantes en el mercado son Competencia de Excelencia.

OFERTA ACTUAL ALMACENERA Y DISTRIBUCIÓN:		
	OFERTA	OFERTA DE EXCELENCIA 37.5%
Personas Naturales	36	13.5
Sociedades:	58	21.75
TOTAL:	94	35.25

1.6.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA:

Para la Proyección de la Oferta al igual que la Proyección de la Demanda se va a utilizar el método estadístico de los mínimos cuadrados.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIO DE BODEGAJE DE MERCADERIAS Y TRANSPORTE DE CARGA:

PROCEDIMIENTO:

CUADRO No. 1.28

CÁLCULO DE LA REGRESIÓN LINEAL SERVICIO DE BODEGAJE Y TRANSPORTE CARGA					
AÑO	X	OFERTA TOTAL	XY	X2	Y2
2000	1	53	53.00	1	2809.00
2001	2	58	115.74	4	3348.86
2002	3	63	188.22	9	3936.15
2003	4	68	270.43	16	4570.85
2004	5	72	362.39	25	5252.98
2005	6	77	464.08	36	5982.53
2006	7	82	575.51	49	6759.50
2007	8	87	696.68	64	7583.89
2008	9	92	827.59	81	8455.70
TOTAL	45	652.30	3,553.65	285	48,699.45

Elaborado por: Alex Carabalí.

n= 9
 $\Sigma x =$ 45
 $\Sigma y =$ 652.30
 $\Sigma xy =$ 3,553.65
 $\Sigma x^2 =$ 285
 $(\Sigma x)^2 =$ 2025
 $\Sigma y^2 =$ 48,699.45

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

b= 4.87

a= 48.13

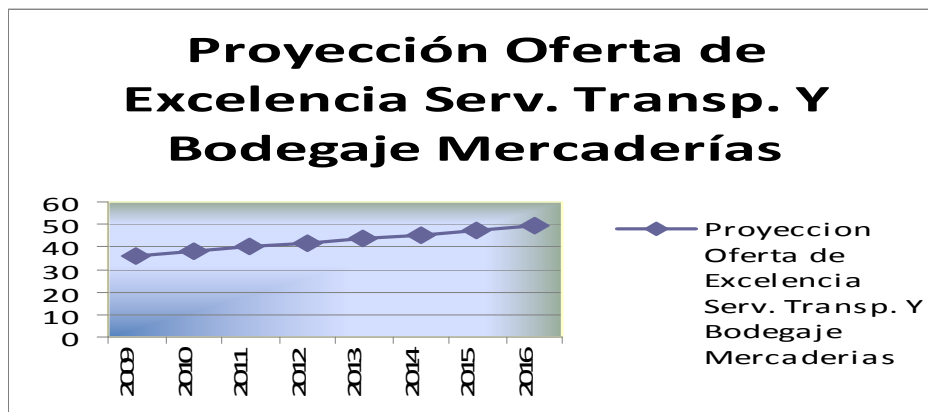
CUADRO No. 1.29

$$y = 48.13 + 4.87x$$

PROYECCIÓN OFERTA TRANSPORTE CARGA Y BODEGAJE MERCADERÍAS			
Año	TOTAL OFERTA PROYECTADA # COMPETIDORES	VARIACION %	37,5%* OFERTA PROYECTADA DE EXCELENCIA EN # COMPETIDORES
2009	97		36
2010	102	5.03%	38
2011	107	4.79%	40
2012	111	4.57%	42
2013	116	4.37%	44
2014	121	4.19%	45
2015	126	4.02%	47
2016	131	3.86%	49
	VARIACION PROM. ANUAL	4.40%	

*Se calcula el 37,5% del Total de la Oferta Proyectada
Elaborado por: Alex Carabalí.

GRÁFICO No. 1.23



Elaborado por: Alex Carabalí.

Los cuadros anteriores muestran la proyección de la oferta de excelencia en relación a la cantidad de oferentes y la calidad de servicio, a continuación se muestra un cuadro donde se proyecta la oferta de acuerdo a la capacidad de servicio, para lo cual se realizó una observación de campo visitando 5 empresas que ofertan los 2 servicios y entrevistando a funcionarios, se determinó que este tipo de empresas en promedio tienen la infraestructura y capacidad para ofrecer sus servicios a 18 clientes promedio.

Para el siguiente cálculo nos basaremos en que el promedio de capacidad del servicio es para 18 clientes, por tanto se multiplicara el número de clientes promedio por el número de ofertantes de Excelencia:

CUADRO No. 1.30

PROYECCIÓN OFERTA DE EXCELENCIA EN BASE A CAPACIDAD DE SERVICIO BODEGAJE Y TRANSPORTE CARGA		
Año	OFERTA DE EXCELENCIA (#competidores)	CAPACIDAD SERVICIO en # de Empresas clientes*
2009	36	654
2010	38	686
2011	40	719
2012	42	752
2013	44	785
2014	45	818
2015	47	851
2016	49	884

*Se multiplica por 18 clientes promedio por cada competidor
Elaborado por: Alex Carabalí.

1.7. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA:

CUADRO No. 1.31

ESTIMACIÓN DEMANDA INSATISFECHA DE LOS SERVICIOS DE TRANSP. CARGA Y BODEGAJE				
Año	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	% DE LA DEMANDA QUE CUBRIRA EL PROYECTO*
2009	1846	654	1192	0.84%
2010	1946	686	1260	0.79%
2011	2046	719	1327	0.75%
2012	2147	752	1395	0.72%
2013	2247	785	1462	0.68%
2014	2348	818	1530	0.65%
2015	2448	851	1597	0.63%
2016	2548	884	1665	0.60%

*Calculado de acuerdo a la capacidad estimada del proyecto (10 clientes)
Elaborado por: Alex Carabalí.

Los cuadros anteriores fueron proyectados hasta el año 2016, resaltando que la demanda actualmente insatisfecha puede estar contratando los servicios sustitutos para la transportación y distribución de mercadería, ya que la mayoría de competidores no tienen capacidad de satisfacer la demanda de los 2 servicios en conjunto con recursos propios por lo que como una medida extra se recurre a la subcontratación de terceros para cumplir con los requerimientos de los clientes.

Esta demanda insatisfecha representa al número de empresas o clientes que necesitan del servicio. El porcentaje que cubrirá el presente proyecto, de ser concebido, está estimado para un promedio de 10 empresas (clientes), esta capacidad de servicio se estimó en base a la capacidad de la infraestructura de bodegas, infraestructura, vehículos e inversión con la que en un inicio empezará el proyecto, manteniendo obviamente una visión ambiciosa que buscará en el futuro crecer e invertir para fortalecer la participación en el mercado.

1.8 ANÁLISIS DE PRECIOS:

“El precio es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

El precio puede ser:

- Internacional.- Aquel que se usa para artículos de importación – exportación. Normalmente está cotizado en dólares y F.O.B. (libre abordó) en el país de origen.
- Regional externo.- Es el precio vigente solo en parte de un continente. Rige para acuerdos de intercambio económico hechos sólo entre los países miembros, el precio cambia si sale de esa región.

- Regional interno.- Es el precio vigente en sólo una parte del país; rige para artículos que se producen y consumen en esa región, si se desea consumir en otra región, el precio cambia.
- Local.- Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad el precio cambia.
- Nacional.- Es el precio vigente en todo el país y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados”²⁸

“La fijación del precio de un servicio juega un papel crucial porque atrae ingresos a las empresas. Las decisiones con respecto al precio son significativas porque determinan el valor para el cliente e intervienen en la construcción de una imagen para el servicio. El precio también da una percepción de la calidad. Además la fijación de precios afecta la percepción de los compradores del servicio ofrecido.

Los precios son analizados de acuerdo a la competencia y también a los costos en el que incurre la prestación de servicios”²⁹

Con respecto a este proyecto los precios se estipulan de acuerdo a variables como índices de precios con respecto al valor por galón de Diesel, precio de venta de llantas, mantenimiento mecánico, repuestos, sueldos, gastos de alimentación y hospedaje, mantenimiento general de las instalaciones, tarifas de consumo de los servicios básicos y costo de comunicaciones, finalmente comparadas y adecuadas al precio que oferta la competencia.

1.8.1 PRECIOS HISTÓRICOS Y ACTUALES:

Para la determinación de precios históricos se citaran datos de los 3 últimos años, determinados a través de una investigación de campo realizada en

²⁸ www.gestiopolis.com

²⁹ www.monografias.com

entrevistas con funcionarios y colaboradores de ciertas empresas que hasta la actualidad brindan los servicios de bodegaje y transporte de carga.

Los precios que se citaran en el siguiente cuadro son un promedio de los precios investigados, ya que varían según la infraestructura, tamaño y prestigio de calidad de las empresas del sector.

CUADRO No. 1.32
HISTÓRICO DE PRECIOS DEL SERVICIO DE BODEGAJE:

TARIFAS PROMEDIO DE ALMACENAMIENTO MENSUAL POR METRO CUBICO			
	Enero 2007	Enero 2008	Enero 2009
m³	\$ 7.77	\$ 8.65	\$ 11.40

Elaborado por: Alex Carabalí.

Estas tarifas son un promedio de las tarifas consultadas a 5 empresas que se dedican a la oferta de Almacenamiento, estas tarifas incluyen gastos administrativos, recepción y despacho de la carga.

PRECIOS DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA:

En el siguiente cuadro se muestra las tarifas actuales promedio que se esta cobrando en 3 empresas de transporte. Estas tarifas son calculadas tomando en cuenta: distancia, capacidad de carga por cada vehículo, precio del combustible (Diesel), mantenimiento del vehículo, calidad de las rutas de destino, sueldos y alimentación durante el viaje.

CUADRO No. 1.33

TARIFAS SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA CUADRO DE TARIFAS 2009

Punto de partida: Quito

Servicio de puerta a puerta, incluye personal de estibaje.

		TARIFA EN U\$D POR UNIDADES DE CARGA				
DESTINO	DISTANCIA (KM)	UNIDAD DE 40 (qq)	UNIDAD DE 70 (qq)	UNIDAD DE 95 (qq)	UNIDAD DE 140 (qq)	TARIFA PROMEDIO
MANABI	390	\$210.00	\$250.00	\$280.00	\$315.00	\$ 263.75
ESMERALDAS	318	\$160.00	\$180.00	\$210.00	\$270.00	\$ 205.00
STO. DOMINGO	133	\$75.00	\$100.00	\$120.00	\$132.00	\$ 106.75
GUAYAQUIL	420	\$180.00	\$220.00	\$250.00	\$280.00	\$ 232.50
LOJA	647	\$300.00	\$360.00	\$390.00	\$410.00	\$ 365.00
CUENCA	442	\$240.00	\$290.00	\$320.00	\$360.00	\$ 302.50
MACHALA	518	\$260.00	\$290.00	\$320.00	\$370.00	\$ 310.00
IBARRA	115	\$75.00	\$100.00	\$120.00	\$132.00	\$ 106.75
LATACUNGA	89	\$65.00	\$80.00	\$100.00	\$110.00	\$ 88.75
AMBATO	136	\$75.00	\$100.00	\$120.00	\$135.00	\$ 107.50
RIOBAMBA	188	\$100.00	\$120.00	\$150.00	\$165.00	\$ 133.75
VALLES QUITO	PERIFERICO	\$55.00	\$65.00	\$78.00	\$88.00	\$ 71.50
CIUDAD QUITO	LIMITE URBANO	\$50.00	\$60.00	\$74.00	\$84.00	\$ 67.00
GYE - MANABI	616	\$250.00	\$310.00	\$340.00	\$360.00	\$ 315.00
GYE - EL ORO	611	\$260.00	\$320.00	\$350.00	\$370.00	\$ 325.00
UIO - AMBATO- GYE	424	\$180.00	\$230.00	\$260.00	\$290.00	\$ 240.00
OTAVALO	95	\$55.00	\$80.00	\$100.00	\$120.00	\$ 88.75
Lago Agrio	337	\$170.00	\$190.00	\$225.00	\$280.00	\$ 216.25
Puyo	308	\$150.00	\$170.00	\$205.00	\$260.00	\$ 196.25
Coca	210	\$115.00	\$135.00	\$165.00	\$180.00	\$ 148.75

Elaborado por: Alex Carabalí.

La mayoría de la competencia no ha hecho alzas a sus tarifas desde inicios del 2008, ya que el precio del Diesel no ha subido considerablemente desde mediados del 2007 donde el precio del galón de Diesel cerró a \$1,10, pero los índices inflacionarios han variado mensual y anualmente, desde mediados del año 2008 el precio del Diesel se mantiene en 1,038 dólares por galón.

A inicios del año 2007 las tarifas fueron ajustadas con un incremento del 5% promedio, ya que al igual esta tarifa permaneció estática durante un año y medio anterior.

Las tarifas presentadas en este cuadro son un rango promedio que las empresas de transporte de carga actualmente están cobrando, pero debido al prestigio, calidad del servicio, condiciones de los vehículos y de mas variables diferenciadoras las tarifas son distintas entre la competencia, es por esto que citar un histórico de precios es un tanto difícil ya que las variaciones en las tarifas han sido independientemente decididas por cada competidor, en diferentes porcentajes.

1.8.3 MARGENES DE PRECIOS:

Si bien es cierto los precios de un producto o servicio están determinados por aspectos técnicos como, determinación de costos, mano de obra, capacidad de producción, calidad, etc. El mercado también es un medidor importante para la estimación del precio, ya que la demanda del servicio permite medir a que precio se puede brindar el servicio, pero la competencia impone una barrera al presentar precios competitivos para tratar de ganar mayor mercado.

En el caso de este proyecto los márgenes de precios están totalmente determinados por la calidad del servicio que cada competidor puede ofrecer.

ESTACIONALIDAD:

Para el caso de este proyecto la estacionalidad no es importante ya que el servicio propuesto esta constantemente disponible en cualquier temporada del año.

En el caso de bodegaje de mercaderías, se asigna un precio de arrendamiento por metro cuadrado o cúbico, lo cual determina el precio mensual a pagar por el cliente según el espacio utilizado y necesario, las tarifas no varían de acuerdo a la estacionalidad pero si los ingresos, ya que en temporadas de Navidad como ejemplo un cliente puede llegar a necesitar mas espacio que el ocupado el resto del año, por lo que manteniendo el precio por unidad de espacio, los ingresos serán mayores al almacenar mas volumen por la temporada.

Al igual para las tarifas de transporte de carga estas no varían según la estacionalidad ya que el servicio es tarifado de acuerdo a la distancia y

capacidad de carga y previamente acordados durante la celebración formal de un contrato anual.

VOLUMEN:

El precio no varía de acuerdo al volumen, ya que el arrendamiento de bodegas esta determinado de acuerdo al espacio que las mercaderías ocupan, y el precio por cada metro cúbico esta calculado en base a costos de mantenimiento, gastos administrativos, seguridad y servicios básicos. Esta tarifa también esta previamente fijada mediante la celebración de un contrato de arrendamiento o prestación de servicios. Sin embargo se fomentara la política de ofrecer precios atractivos y preferenciales al celebrarse contratos formales que involucren periodos mayores a dos años con el fin de asegurar la captación del cliente.

En el caso de los servicios de transporte de carga el volumen de servicio demandado no afecta al precio, ya que los costos por transporte no disminuyen al ofrecer con mayor o menor frecuencia el servicio.

FORMA DE PAGO:

Como la mayoría de otros servicios la forma de pago no incide mayormente en el precio, ya que mediante un contrato formal y legal se acuerda la forma de pago, que en el caso de bodegaje es mensual, y en el caso de transporte de carga cada empresa tiene su sistema, al sumar el numero de viajes de transporte requeridos, semanal, quincenal o mensualmente, por lo general la mayoría de empresas cobra los servicios de transporte de acuerdo a las tarifas y destinos en forma quincenal.

La forma de pago para los dos servicios se acuerda en el contrato, ya sea, depósito directo, cheque y muy pocas veces en efectivo.

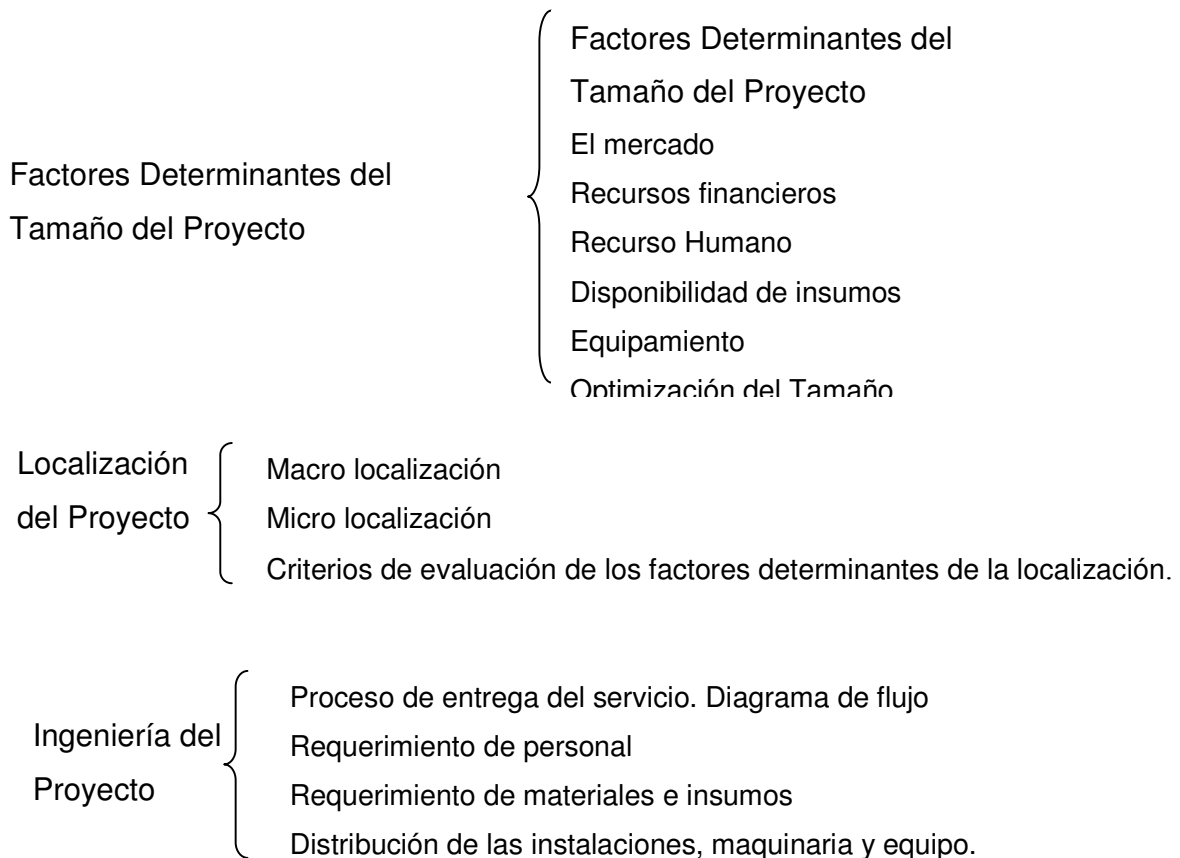
CAPÍTULO II

2. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico de este y cualquier otro proyecto independientemente del tema debe responder las interrogantes de:

- Cómo producir,
- Donde producir,
- Que materias primas o insumos se requieren,
- Que equipos e instalaciones físicas se necesitan, y
- Cuanto y cuando producir”³⁰.

Por lo tanto en este capítulo se analizan los siguientes puntos.



³⁰ <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico.htm>

El objetivo del Estudio Técnico es demostrar si el proyecto de inversión es o no técnicamente factible, justificando además desde un punto de vista económico, haber seleccionado la mejor alternativa en tamaño, localización y proceso productivo para abastecer al mercado demandante de los Servicios de Transporte de Carga y Bodegaje en función de la disponibilidad de recursos y factores productivos como fuentes de abastecimiento, insumos, tecnología, recurso humano, y disponibilidad financiera.

Además el Estudio Técnico pretende:

- Determinar el tamaño óptimo para la Empresa de Servicios de Transporte de Carga y Bodegaje en el sector de Alangasí.
- Establecer la mejor alternativa de localización, de tal manera que la empresa pueda acceder al mercado meta de una manera eficiente, y obtener la mejor rentabilidad posible.
- Determinar los requerimientos necesarios de equipo, instalaciones, tecnología, maquinaria, y personal, que permitan una entrega adecuada del servicio.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto teóricamente se lo define como: “la capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento en condiciones normales considerando circunstancias específicas y el tipo de proyecto que se trate, es decir el tamaño del proyecto es una función en la cual se relaciona la capacidad de producción, el tiempo y toda la operación en conjunto”³¹.

FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

En términos generales, el tamaño de un proyecto debe responder a la necesidad de satisfacer la demanda de un determinado bien o servicio, en condiciones de

³¹ ZALAMEA Eduardo, *Certificado Internacional de Formulación, evaluación y gestión de proyectos*. Sección de Viabilidad técnica y comercial. Pág. 119

obtener los mejores resultados para la empresa. El tamaño está vinculado con los siguientes factores:

- El mercado, que se relaciona con la demanda y la oferta.
- Los artículos para la comercialización.
- Los materiales e insumos.
- La tecnología.
- El recurso humano.
- Financiamiento.

EL MERCADO.

“La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto, entre otras. La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño, aunque éste no necesariamente deberá definirse en función de un crecimiento esperado del mercado”³²

El mercado está conformado por los clientes, la competencia, los proveedores, es decir el conjunto de oferentes y demandantes de un servicio.

El mercado que se quiere abarcar son las empresas comercializadoras, importadoras y / o distribuidoras de productos terminados al por mayor, que presenten las necesidades Transporte de Carga y Bodegaje a la misma vez, que residan en el Cantón Quito, las cuales en demanda actual es del 71,29% de las empresas del segmento meta para este proyecto.

³² SAPAG CHAIN Preparación y Evaluación de Proyectos Cuarta Edición

La demanda es una de las variables más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. En el estudio de mercado se determinó la existencia de una demanda insatisfecha con respecto a la capacidad y excelencia de la competencia, y por tanto un mercado realmente atractivo por lo que el tamaño del proyecto se limitará al objetivo de atraer en el 2010 el 0.8% de la demanda insatisfecha, bajo la premisa de que el Tamaño o Capacidad de servicio será para 10 empresas (clientes) en el inicio del proyecto.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO CONSIDERANDO EL MERCADO

CUADRO No. 2.1

ESTIMACIÓN DEMANDA INSATISFECHA DE LOS 2 SERVICIOS				
Año	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	% DE LA DEMANDA QUE CUBRIRÁ EL PROYECTO*
2010	1946	686	1260	0.79%
2011	2046	719	1327	0.75%
2012	2147	752	1395	0.72%
2013	2247	785	1462	0.68%
2014	2348	818	1530	0.65%
2015	2448	851	1597	0.63%
2016	2548	884	1665	0.60%

Elaborado por: Alex Carabalí.

FUENTE: Encuesta Investigación de Mercado.

Dada la capacidad de la infraestructura para brindar el servicio de 25000 metros cúbicos para bodegaje, este proyecto cubrirá el porcentaje señalado en cada año como se lo muestra en el cuadro No. 1.31, Si bien es cierto el porcentaje de participación en el mercado disminuye año a año, cabe recalcar que la capacidad estimada para brindar el servicio es constante y que esta diseñado para brindar el servicio de Bodegaje y Transporte a 10 clientes promedio. Por lo que para el año 2010 se proyecta iniciar cubriendo el 0.79% de la Demanda Satisfecha.

2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

Los recursos financieros representan un factor limitante en la dimensión de un proyecto. Es necesario contar con recursos para hacer frente a las necesidades de inversión en activo fijo y para satisfacer los requerimientos de capital.

Para poder obtener fuentes de financiación externa para las inversiones ya sea a mediano o largo plazo, es indispensable en primer lugar contar con socios que estén en posibilidad de dar aportaciones propias para financiar los activos fijos, que posteriormente se convertirán en garantías para conseguir una fuente externa de financiamiento, que permita completar la inversión total.

Entonces se establece que el financiamiento es un fuerte limitante para determinar el tamaño de la empresa, pues este se fijará en base a la cantidad disponible de dinero para la inversión. Si esta disponibilidad es mínima el negocio será reducido, pero si hay recursos disponibles se puede establecer un negocio muy grande y amplio.

En el Distrito Metropolitano de Quito, existen varias instituciones financieras: Bancos Privados y del Estado, por tanto se recurrirá a uno de ellos para que financie una parte de las inversiones de este proyecto, para el presente caso se dispone del 50% aproximado en recursos propios y el otro 50% se recurrirá a un préstamo.

Entre las principales opciones el proyecto puede solicitar un crédito a:

- Bancos Privados
- Instituciones y Fundaciones de apoyo Micro empresarial.
- Entidades Financieras Públicas.

CUADRO No. 2.2

TASAS DE INTERÉS DE LAS PRINCIPALES ENTIDADES FINANCIERAS				
ENTIDADES	Comercial	Consumo	Microcrédito	Vivienda
	TNPP	TNPP	TNPP	TNPP
AMAZONAS	11,23	14,99	15,81	
AUSTRO	11,82	15,60	16,98	
BOLIVARIANO	9,66	13,55		10,50
CAPITAL	11,23	15,11	16,83	
COFIEC	10,32			
COMERCIAL DE MANABI	11,13	15,20	24,84	
PRODUBANCO	9,92	15,04	23,58	10,69
DE LOJA	11,23	14,82	24,34	10,78
DE MACHALA	11,16	15,09	23,20	10,76
DEL LITORAL		14,83		10,50
DEL PACIFICO	11,02	11,09	19,00	9,66
GENERAL RUMIÑAHUI	10,68	15,19	15,83	10,34
INTERNACIONAL	10,16	14,60	20,03	10,85
MM JARAMILLO ARTEAGA	9,61	14,84	29,02	10,63
FINCA		18,50	28,48	
PROCREDIT	12,43	13,14	25,02	
SUDAMERICANO			12,05	
DELBANK	11,00	13,23	20,00	10,70
LLOYDS TSB BANK		8,05		
UNIBANCO		15,11	15,11	

Elaborado por: Alex Carabalí.

Fuente: Superintendencia de Bancos

2.1.1.3. Disponibilidad de Talento Humano:

Actualmente, existe en el país mano de obra disponible, contando con personal calificado y semi-calificado que estará dispuesto a emplearse, concretamente en el cantón Quito la tasa de desempleo determinada por el Banco Central hasta diciembre del 2008 es del 5.76%.

También en la actualidad existe un índice de Migrantes deportados o simplemente de migrantes que regresan voluntariamente sin haber cumplido las expectativas económicas trazadas en su viaje por lo que es un segmento de la población a la que se puede recurrir para ofrecerles una alternativa laboral, del mismo modo en

el mercado laboral existen choferes profesionales disponibles, de los cuales el perfil más idóneo será la experiencia en carretera, aunque los 5 socios de este proyecto son choferes profesionales y poseen mucha experiencia en este negocio, y los cuales manejarán las unidades de carga. Por consiguiente, este proyecto se enfoca a una propuesta empresarial, que requerirá del personal justo y necesario para las operaciones básicas y fundamentales.

2.1.1.4. Disponibilidad de Insumos:

“La disponibilidad de recursos, tanto humanos como materiales y financieros, es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto. Los insumos podrían no estar disponibles en la cantidad y calidad deseada, limitando la capacidad de uso del proyecto o aumentando los costos del abastecimiento, pudiendo incluso hacer recomendable el abandono de la idea que lo originó.”³³

La disponibilidad de insumos se medirá en función de los proveedores de materiales empleados para el mantenimiento general de las bodegas y mantenimiento de vehículos, llantas, repuestos, aditivos, lubricantes, etc.

La disponibilidad de estos materiales e insumos no constituyen un factor que limite el tamaño de la empresa, pues existen varios proveedores de dichos artículos que se encuentran dentro de la misma ciudad, e inclusive existen fabricantes e importadores directos que ofrecen mayores ventajas para la adquisición de los mismos.

En base a la experiencia de los socios de este proyecto tienen identificados proveedores confiables de servicios como:

³³ SAPAG CHAIN Preparación y Evaluación de Proyectos Cuarta Edición

CUADRO No. 2.3

IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES DE SERVICIOS

SERVICIO	PROVEEDOR	UBICACIÓN
Lubricantes, filtros y Cambio de Aceite de motos Diesel	LUBRICANTES SORIA	Chillogallo - Sur de Quito.
Mantenimiento mecánico especializado en motores Diesel	Mecánica Recalde	La Gatazo - Sur de Quito.
Comercial de Llantas	Llantera Narváz Comercial SuLlanta.	La Villaflora, La Magdalena - Sur Quito.
Suministro de Combustible	Varios	Varios puntos de la ciudad.
Comercializadora de productos de Aseo y Limpieza	Distribuidora Cristel	Solanda - Sur de Quito.
Comercializadora de papelería y materiales de oficina	Distribuidora Dilipa, Suministros Sunadi	La Villaflora- Sur Quito. Iñaquito - Norte Quito
Materiales e implementos de seguridad industrial	Prunex	Eloy Alfaro - Norte Quito
Guardianía privada y monitoreo de alarma	Laarcom, Makro sec, Jara Alarmas	Norte de Quito.
Aseguradoras de mercadería: seguro de carga y bodegaje	Aseguradora del Sur	La Carolina - Norte Quito

ELABORADO POR: Alex Carabalí

2.1.1.5 Disponibilidad de Maquinaria y Vehículos:

El proyecto requiere de vehículos y maquinaria tales como:

1. Camiones con motor Diesel: capacidad promedio 7 toneladas.
2. Montacargas.

La maquinaria y vehículos requeridos se pueden encontrar en diferentes puntos de la ciudad, los camiones se los puede adquirir en las diferentes casas comerciales: Hino Mabesa, Concesionarios Chevrolet, Concesionarios Mitsubishi.

El montacargas se lo puede adquirir directamente a una comercializadora o comprar uno de segunda mano a empresas del sector.

2.1.2 Optimización del Tamaño:

La optimización del tamaño que el proyecto propone se definirá de acuerdo al tipo y estado de los recursos, así como también estará definido por las exigencias de los clientes.

La optimización del Tamaño busca que todos los recursos trabajen en conjunto para optimizar al máximo los procesos del proyecto.

Determina cantidad, calidad y tiempo óptimos dentro de los procesos, así como los requerimientos mínimos y máximos de insumos y recursos del proyecto.

2.1.3 Definición de las Capacidades de Producción

La capacidad de producción de la empresa se proyectará por la demanda a cubrir, en base a la inversión a ejecutarse.

Se dispone de un mercado meta donde las empresas han sido identificadas y segmentadas de acuerdo a la demanda de sus necesidades con respecto a la propuesta de este proyecto. Inicialmente el proyecto y de acuerdo a la capacidad instalada pretende atender a un promedio de 10 empresas (clientes) con los servicios de almacenamiento o bodegaje, y transportación de carga o distribución.

Para definir las capacidades de producción del proyecto de servicios de transporte de carga y bodegaje es menester identificar los recursos ya existentes y que desde un inicio contarán como un aporte de activos por parte de los socios.

El presente proyecto contará con la aportación de un terreno con un área total de 10000 metros cuadrados (una hectárea), ubicada en la zona de Alangasí.

Para el servicio de transporte de Carga este proyecto cuenta inicialmente con el aporte por parte de los socios de 4 camiones relativamente nuevos que oscilan en

modelos desde el año 2006 hasta 2009 con capacidad total de carga en la flota de 29 toneladas distribuidas en cada unidad de transporte de la siguiente manera:

1. 1 Camión Hino GH 10 tons
2. 1 Camión Chevrolet NPR de 5 tons.
3. 1 Camión Chevrolet NQR de 6.5 tons.
4. 1 Camión Chevrolet FTR de 7 tons

Adicional a estas unidades el proyecto requiere de la adquisición de dos unidades más de transporte: 2 camiones Chevrolet NQR de 6.5 tons

Una vez identificados los recursos existentes se procede a diseñar el mecanismo del servicio para determinar la capacidad de producción del mismo, el diseño del servicio se lo realizará tomando en cuenta parámetros básicos determinados en la investigación de mercado.

DEFINICIÓN DE CAPACIDADES DE PRODUCCIÓN SERVICIO DE BODEGAJE:

En el terreno disponible se construirá un complejo físico donde se ubicará a 5 bodegas con un área individual de 500 metros cuadrados, totalizando un área de 2500 metros cuadrados para bodegaje, el resto de espacio físico se destinará para la construcción de oficinas y parqueaderos de los vehículos de carga.

La propuesta de este proyecto es brindar el servicio de bodegaje a través de unidades de almacenaje conocidas como celdas, cada celda será instalada de acuerdo a medidas estándares:

CUADRO No. 2.4

DIMENSIONES DE CELDAS		
ALTURA	1,70	mt
ANCHO	1.00	mt
LARGO	1,20	mt
CAPACIDAD DE CELDA	2,04	m3

Elaborado por: Alex Carabali.

De acuerdo a la pregunta No. 14 de la encuesta los potenciales clientes del segmento meta requieren un promedio de 1255.84 metros cúbicos mensuales para embodegar sus productos lo que expresados en celdas el requerimiento mensual es de 615.61 celdas mensuales, como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 2.5

REQUERIMIENTO BODEGAJE EN m3 DE MERCADO META (Pregunta 14)		
<i>Σ Capacidad Requerida Mensual m3</i>	<i>Capacidad Promedio Requerida Mensual m3</i>	<i>CELDAS PROMEDIO MENSUAL X CLIENTE</i>
96700,00	1255,84	615,61
REQUERIMIENTO	m3	CELDAS
MÁXIMO	1425	698,53
MINIMO	1050	514,71

Elaborado por: Alex Carabalí.

De acuerdo al diseño y distribución interior de cada galpón de bodegaje se estima que el total de celdas por galpón será de 1400. Lo que determina y reafirma la propuesta inicial de este proyecto de atender a 2 clientes por bodega, destinando un máximo de 700 celdas por cliente, ya que su requerimiento promedio por cliente es de 615.61 celdas.

Para la distribución interior de bodegas se debe tomar en cuenta diversos factores como la correcta distribución del espacio, área de bodegaje, pasos peatonales, carriles de circulación perimetrales, verticales y horizontales de montacargas y área para la administración local de cada galpón.

La capacidad total de las 5 bodegas será de 7000 celdas de bodegaje.

DEFINICIÓN DE CAPACIDADES DE PRODUCCIÓN SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA:

Con la adquisición de 2 nuevas unidades de transporte la flota totalizará una capacidad de carga de 42 toneladas. Dando un promedio de 7 toneladas de carga por unidad vehicular.

En base a los resultados obtenidos de las respuestas de la pregunta No.12 de la encuesta y mostrados en el Cuadro No. 1.20 (Toneladas promedio por Región) se procede a determinar los el requerimiento de viajes por región:

CUADRO No. 2.6
VIAJES REQUERIDOS POR LA CUOTA DE MERCADO

VIAJES REQUERIDOS X CLIENTE			
REGION	VIAJES ESTIM X CLIENTE		
	Quincenal	Mensual	Anual
<i>COSTA</i>	3	6	72
<i>SIERRA</i>	6	12	144
<i>ORIENTE</i>	1	2	24
TOTAL	10	20	240

VIAJES REQUERIDOS X 10 CLIENTES*			
REGION	VIAJES ESTIM X 10 CLIENTES		
	%	Mensual	ANUAL
<i>COSTA</i>	30	60	720
<i>SIERRA</i>	60	120	1440
<i>ORIENTE</i>	10	20	240
TOTAL	100	200	2400

* Cuota de mercado: 10 empresas

Elaborado por: Alex Carabalí.

Este requerimiento fue calculado en base a las toneladas promedio que los clientes destinan a cada región dividiéndola para la capacidad promedio de las unidades de carga del proyecto (7 toneladas).

Conforme a los datos obtenidos en la encuesta y comparados con la capacidad de carga promedio del proyecto se determina que el requerimiento anual total de la cuota demarcado que este proyecto estima satisfacer es de 2400 viajes anuales repartidos en las tres regiones del país: 30% Costa, 60% Sierra y 10% Oriente.

En la pregunta No. 13 de la encuesta y los resultados mostrados en el Cuadro No. 1.16 se identifican a las ciudades principales por cada región a las que el mercado meta destina sus productos. Identificándose 5 ciudades en la Sierra, 5 en la Costa y solamente 3 en el Oriente.

En base a la información citada en los Cuadros 1.16 y 2.4 se calcula el Requerimiento anual del servicio de Transporte de Carga para los destinos más comunes por Región:

CUADRO No. 2.7

REQUERIMIENTO ANUAL DE TRANSPORTE DE CARGA POR CIUDAD					
REGIÓN	VIAJES ANUALES PROMEDIO POR FLOTA	CIUDADES	INCIDENCIA POR REGIÓN	INCIDENCIA TOTAL VIAJES	VIAJES POR CIUDAD
COSTA	720	<i>Guayaquil</i>	39%	11,70%	281
		<i>Manta</i>	23%	6,90%	166
		<i>Sto. Domingo</i>	17%	5,10%	122
		<i>Machala</i>	13%	3,90%	94
		<i>Esmeraldas</i>	8%	2,40%	58
		TOTAL	100%	30,00%	720
SIERRA	1440	<i>Quito</i>	41%	24,60%	590
		<i>Ambato</i>	22%	13,20%	317
		<i>Cuenca</i>	15%	9,00%	216
		<i>Riobamba</i>	12%	7,20%	173
		<i>Loja</i>	10%	6,00%	144
		TOTAL	100%	60,00%	1440
ORIENTE	240	<i>Lago Agrio</i>	58%	5,80%	139
		<i>Puyo</i>	27%	2,70%	65
		<i>Tena</i>	15%	1,50%	36
		TOTAL	100%	10,00%	240
TOTALES	2400			100,00%	2400

Elaborado Por: Alex Carabali

Una vez determinado el requerimiento del servicio se procede a calcular la capacidad real del servicio de Transporte de carga que ofrece el proyecto.

A continuación se calcula la capacidad del proyecto para ofertar el servicio de distribución de la carga tomando en cuenta regiones de destino, tiempos estimados por viaje y la capacidad promedio de carga (7 toneladas) de las unidades de transporte disponibles para este proyecto:

CUADRO No. 2.8

CAPACIDAD DEL PROYECTO EN SERV. TRANSPORTE DE CARGA						
REGIÓN	ESTIM. POR UNIDAD DE CARGA			ESTIM. POR FLOTA DE CARGA		
	<i>capacidad # viajes x Quincena</i>	<i>días promedio x viaje</i>	<i>Total Días</i>	<i>Total Tonelaje Estimado Quincenal transportado x flota</i>	<i>Total Tonelaje x flota anual</i>	<i>Capacidad Total anual # viajes x flota</i>
<i>COSTA</i>	2	2	4	84	2184	312
<i>SIERRA</i>	6	1	6	252	6552	936
<i>ORIENTE</i>	1	2	2	42	1092	156
TOTAL	9	5	12	378	9828	1404

Elaborado Por: Alex Carabalí

La flota de 6 camiones tiene una capacidad anual para realizar un total de 1404 viajes. Para los días promedio por viaje se calculó para la Región Sierra y Oriente un promedio de 2 días y para la Sierra 1 día.

En conclusión el total de servicios de Transporte Requeridos por los 10 clientes que almacenarán sus mercaderías en las bodegas del proyecto es de 2400 viajes promedio anuales mientras que la capacidad de servicio del proyecto es de 1404 viajes anuales, la diferencia de 676 viajes promedio se cubrirán con la subcontratación fletes a Empresas de Transporte externas.

Después de haber determinado las capacidades y requerimientos de la cuota de mercado por cada servicio propuesto en este proyecto, es importante también detallar que los primeros colaboradores que dispondrá el proyecto poseen alta experiencia en el tema.

Adicionalmente se propone optimizar el proyecto con conocimiento técnico y administrativo, implementando estrategias de marketing, administración, y logística.

El servicio estará a disposición los CINCO días a la semana (LUNES A VIERNES), con un horario de atención de ocho horas diarias en el área administrativa y con turnos extendidos en el área de operaciones, para atender, despachar y abastecer las bodegas y distribuir sus inventarios.

Se planifica comprar 2 camiones adicionales, completando una flota de 6 camiones de carga para asignarlos a razón de un camión por bodega, resultando un camión de apoyo.

2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

“La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e, incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto”³⁴

La localización del proyecto será el pilar fundamental para el desarrollo de las actividades tanto de servicio como de abastecimiento, teniendo en cuenta a la demanda a abarcar y su proyección a futuro.

³⁴ SAPAG CHAIN Preparación y Evaluación de Proyectos Cuarta Edición

2.2.1. Macro Localización

“La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Esto exige que su análisis se realice en forma integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, transporte, competencia, etcétera.

La importancia de una selección apropiada para la localización del proyecto se manifiesta en diversas variables, cuya repercusión económica podría hacer variar el resultado de la evaluación, comprometiendo en el largo plazo una inversión de probablemente grandes cantidades de capital, en un marco de carácter permanente de difícil y costosa alteración”³⁵.

La empresa de servicio de bodegaje y transporte de carga tendrá su sede en la zona de Alangasí, cantón Quito, Provincia de Pichincha:

GRÁFICO No. 2.1: MACROLOCALIZACIÓN

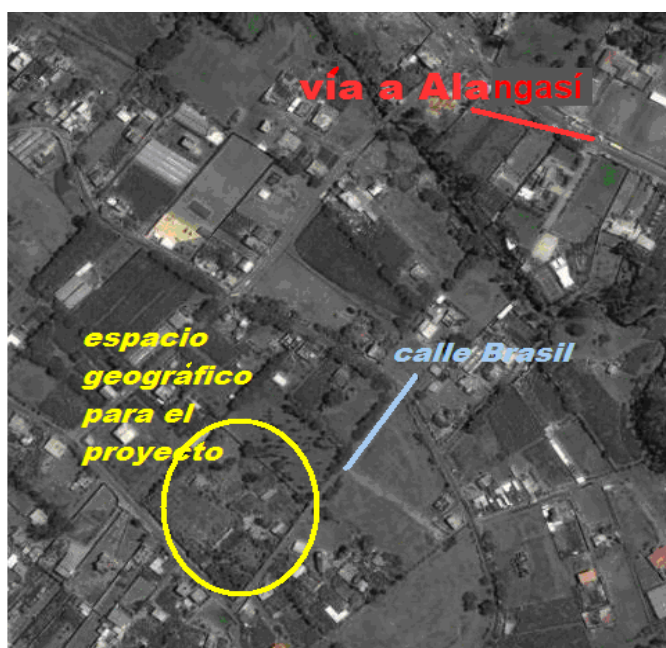


³⁵ SAPAG CHAIN Preparación y Evaluación de Proyectos Cuarta Edición

2.2.2 Micro Localización:

- Urb. San Carlos, calle Brasil #159, vía Alangasí: es un lugar estratégicamente ubicado para la instalación del centro de bodegaje, con vías rápidas, de fácil acceso para unidades de transporte pesado y sin mucha congestión de tráfico.

GRÁFICO No. 2.2: MICROLOCALIZACIÓN



Elaborado por: Alex Carabalí.

2.2.2.1. Criterios de Selección de Alternativas

2.2.2.1.1. Transporte y Comunicaciones

La micro localización del proyecto debe disponer en sus cercanos alrededores vías de transporte y de transportación pública, que permitan acceder fácilmente a zonas residenciales y comerciales.

La infraestructura del proyecto debe cimentarse en un área con fácil acceso a señales o frecuencias de Telecomunicaciones, como líneas telefónicas convencionales, señal celular, redes de Internet, frecuencias radiales y televisivas.

○ **Infraestructura, Ubicación y Accesibilidad:**

Enfocándose en los servicios que propone este proyecto, desde la fase inicial se contará con un terreno de 1 hectárea de superficie, el aporte por parte de los socios de 4 camiones con capacidad de carga promedio de 5 toneladas, por lo cual el proyecto debe concebir su infraestructura en un lugar de fácil acceso, con vías adecuadas, necesariamente por la naturaleza del servicio, al menos la mitad del personal laboral acudirá con transporte propio hasta las instalaciones, y para lo cual se necesita vías de acceso en buen estado, otorgando así facilidad de acceso locacional.

Adicionalmente la localización del proyecto debe fijarse en una zona no muy urbanizada, para evitar vías congestionadas y evitar molestias a zonas netamente residenciales, pero fundamentalmente debe ser una localización estratégica para que las unidades de transporte de carga accedan fácil y rápidamente a vías o carreteras que se comuniquen a las principales redes viales y faciliten el viaje hacia las ciudades y destinos designados por el servicio.

La infraestructura propuesta para este proyecto es una construcción mixta de hormigón y metal para las bodegas, en una superficie de 1 hectárea. El diseño de la infraestructura debe tomar en cuenta distribución del espacio para: el almacenamiento de las mercaderías, zona de carga y descarga, parqueaderos, oficinas administrativas, baños y vestidores, bodegas de insumos y aditamentos de seguridad, y una pequeña bodega de repuestos. El terreno donde se va a construir debe poseer los servicios de Electricidad pública, alcantarillado, suministro de agua potable, entre los más básicos.

2.2.2.1.3. Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento

Al ser esta una propuesta de un proyecto de Servicios, no se necesita de variedad en fuentes de abastecimientos de insumos ya que entre los fundamentales están identificados: lubricantes, repuestos, suministros y materiales de oficina. La ventaja al poseer transporte de carga propio la empresa como gran alternativa puede identificar a proveedores, negociar la adquisición y transportarlo directamente desde la ubicación original del proveedor, la cual puede ser en zonas cercanas a la ubicación de la empresa o de ciudades donde existan importadores directos de los insumos requeridos, ya que la mayoría de veces las unidades de transporte van cargados a su destino con la mercancía, la entregan y regresan a las bodegas vacíos.

La única prioridad en identificar una fuente de abastecimiento sería los servicios de mantenimiento mecánico especializadas en motores Diesel.

2.2.2.1.4. Cercanía al Mercado

El proyecto está enfocado a proveer el servicio a empresas dentro del Cantón Quito, por lo que las instalaciones operativas y administrativas deberán estar dentro de los límites urbanos del Cantón. Obviamente al ser una propuesta de soluciones Logísticas: Transporte de Carga y Bodegaje se requiere de una infraestructura considerable que no puede estar ubicada en zonas residenciales, ni cerca de centros financieros o empresariales.

2.2.2.1.5. Factores Ambientales

De conformidad con las respectivas ordenanzas Municipales del Distrito Metropolitano de Quito, la Capital de los ecuatorianos se encuentra en un proceso de descontaminación al medio ambiente a través de las diferentes instituciones públicas, privadas y ciudadanía en general.

Razón por la cual el proyecto al ser una propuesta que utiliza transporte motorizado debe ubicarse en una zona donde no se concentre la contaminación ambiental, y no se disturbe la tranquilidad de zonas residenciales.

2.2.2.1.6. Estructura Impositiva y/o Legal

Hay que tomar en cuenta las consideraciones legales y políticas que dan el marco de restricciones y oportunidades al análisis tales como leyes sobre niveles de contaminación, especificaciones de construcción, leyes tributarias o agilidad en la obtención de permisos.

- Para que la empresa entre a funcionar debe obtener los siguientes documentos, permisos:
- Registro de afiliación a la asociación de transporte de carga Local.
- Se debe obtener primeramente el RUC
- Patente Municipal: para esto se tiene que:
- Formulario del proyecto definitivo con el registro de datos.
- Informe de Regulación Metropolitana (IRM).
- Informe de factibilidad de la implantación.
- Escrituras contratos de compra - venta o arrendamiento por el lapso mínimo de cinco años debidamente legalizados.
- Informe favorable del anteproyecto (opcional).
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- Informe favorable del Diagnostico ambiental otorgado por la Dirección de Medio Ambiente
- Informe de Idoneidad del Cuerpo de Bomberos.
- Informe favorable de la Empresa Municipal de Servicios y Administración del Transporte.
- Informe favorable de la Empresa Municipal de Alcantarillado y Agua Potable.
- Memoria técnica justificativa del proyecto.
- Dos juegos de planos arquitectónicos
- Todos los documentos solicitados deberán presentarse originales y copias certificadas y estar vigentes a la fecha de presentación.

- Plano de implantación, en cual deberá constar elementos naturales, mobiliario urbano (redes de alta tensión, paradas de buses, pasos peatonales, pista, veredas, semáforos, graficar vías de circundación a la propiedad, ríos y quebradas).

Los planos deberán indicar:

Entrada y salida de vehículos, aceras, rampas, muros de protección, ubicación de detallada del área de carga y descarga, localización de lugares de almacenamiento de combustibles o lubricantes y capacidad de los mismos, demarcación del inmueble y ubicación de las seguridades contra incendio. Además se describirán las instalaciones para servicios adicionales tales como: agua, aire, lavabos, inodoros.

Graficar un plano con los sentidos de circulación vehicular circundantes al lote; facilidad de acceso y diagramas de circulación interna vehicular, radio de giro y circulaciones peatonales.

La Administración Zonal, en el caso que lo requiera solicitará planos de los detalles de espacios y elementos del proyecto.

Cuadro de áreas propuestas, coeficiente de ocupación y utilización del suelo, número y capacidad de los tanques de almacenamiento de combustible o lubricantes, tipo de combustibles o lubricantes, número de bodegas. Especificar el tipo de almacenamiento.

Solo el permiso de construcción otorgado por la municipalidad, autoriza la ejecución de las obras, en este caso, deberá ser solicitado dentro de los treinta días posteriores a la aprobación del proyecto.

Al momento de entrar a funcionar el proyecto se deberán cumplir con las siguientes obligaciones.

1. Impuesto a la renta.
2. Impuesto al patrimonio (1%) personas jurídicas.
3. Impuesto al valor agregado (12%)
4. Impuesto a los activos totales.
5. Impuesto predial.
6. Impuesto municipal por letreros y rótulos.
7. Tasa por nomenclatura (2% sobre impuesto predial)

El resto de la estructura legal se encuentra detallada en la investigación de mercado (literal 1.3.3. Normatividad Técnica) en el cual se detalla los requisitos para instalar físicamente una empresa en el Distrito Metropolitano de Quito, enfatizando las patentes, permisos de funcionamiento y bomberos y requisitos para la obtención de RUC.

2.2.2.1.7. Disponibilidad de Servicios Básicos

Las características del proyecto permite indicar que existe el requerimiento de Servicios Básicos tales como: Suministros de Luz, Agua y Alcantarillado, Recolección de Basura, Telefonía Pública y Celular, redes de suministro de Internet, acceso a gasolineras, Bancos, centros médicos, clínicas u hospitales, unidades de vigilancia policial, centros o administraciones zonales de los servicios públicos.

2.2.2.1.8. Posibilidad de Eliminación de Desechos

Debido a que el servicio involucra almacenamiento de mercaderías y a unidades motorizadas, en el caso de los desechos (aceite, filtros, bujías usadas, papeles, cartones, etc.) se lo recogerá en fundas y se los localizará en los lugares determinados de basura para que el servicio de recolección pública haga su trabajo. Pero en la mayoría de ocasiones los servicios de mantenimiento mecánico se realizarán en centros especializados, por lo que los desechos de insumos

mecánicos no ocurrirán con mayor frecuencia dentro de las instalaciones propias del proyecto.

2.2.2.2 MATRIZ LOCACIONAL

Para analizar la micro localización del proyecto se empleará el método cualitativo por puntos, este método consiste en definir los principales criterios de una localización, para asignarles valores ponderados de peso, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. La calificación asignada al peso relativo, se lo hará sobre la base de una suma igual a uno, posteriormente se asigna una escala común a cada factor, se multiplica la escala por el peso. Finalmente se suma la puntuación y se elige la máxima puntuación. Todo el resultado depende del criterio y experiencia de la persona que lo califica.

CUADRO No. 2.9: MATRIZ LOCACIONAL

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	OPCIONES DE LOCALIZACIÓN					
		1		2		3	
		Zona de Alangasí		Zona de Calderón		Zona de Guamaní	
		CALIF	PUNTAJE	CALIF	PUNTAJE	CALIF	PUNTAJE
1. Transporte y Comunicaciones	0.10	8.00	0.80	10.00	1.00	10.00	1.00
2. Infraestructura, Ubicación y Accesibilidad	0.20	10.00	2.00	6.00	1.20	6.00	1.20
3. Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento	0.10	8.00	0.80	9.00	0.90	8.00	0.80
4. Cercanía al Mercado	0.10	6.00	0.60	6.00	0.60	7.00	0.70
5. Competencia	0.15	10.00	1.50	5.00	0.75	6.00	0.90
6. Factores Ambientales	0.10	10.00	1.00	5.00	0.50	4.00	0.40
7. Disponibilidad de terreno.	0.25	10.00	2.50	1.00	0.25	1.00	0.25
PUNTAJE TOTAL	1.00	9.20		5.20		5.25	

FUENTE: Criterio del autor

ELABORADO POR: Alex Carabalí.

*No se considera las vías de comunicación, ni los servicios básicos, ni posibilidad de eliminación de desechos, pues las condiciones de estos factores son similares en todas las alternativas de localización.

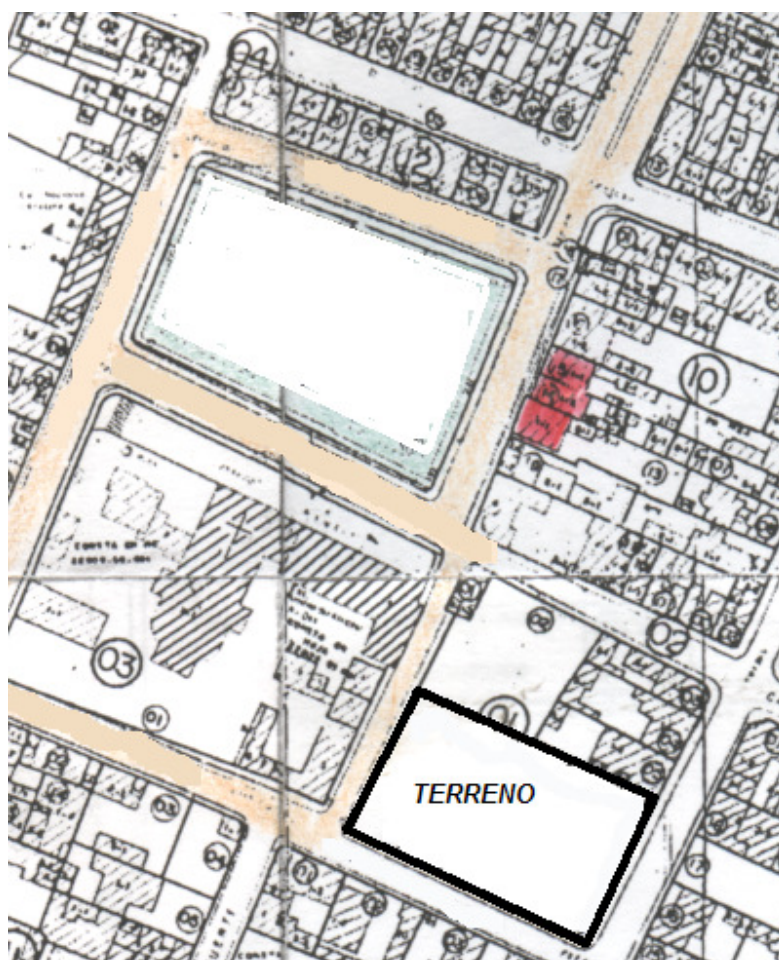
2.2.2.3 SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA ÓPTIMA

De acuerdo al método aplicado se selecciona a la alternativa con mayor puntaje (9,20 puntos) la cual resulto ser la zona de Alangasí Urb. San Carlos, calle Brasil #159. Dentro de los factores determinantes y con más incidencia en el peso fue La ubicación estratégica que debe poseer el proyecto, la competencia en el sector y el poseer un terreno propio donde se construirá la infraestructura de las bodegas.

2.2.2.4 Plano de la Micro Localización:

GRÁFICO No. 2.3

PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Planos Sectoriales de la zona.

○ **INGENIERIA DEL PROYECTO.**

“La ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberá analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se puedan combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción”³⁶.

2.3.1 Cadena De Valor:

GRÁFICO No. 2.4: CADENA DE VALOR



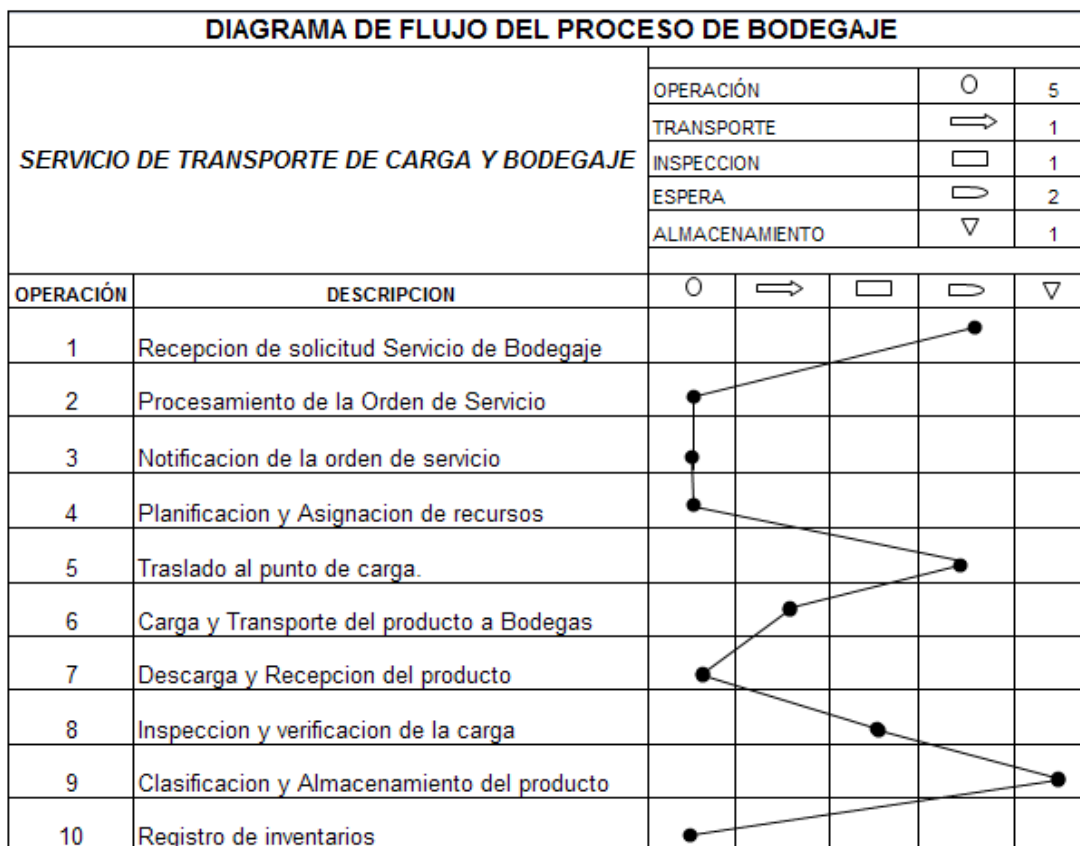
Elaborado por: Alex Carabalí

³⁶ SAPAG CHAIN, NASSIR Preparación y evaluación de proyectos, Pág. 133

La Cadena de Valor permite describir el desarrollo de las actividades de la organización de la misma manera categoriza las actividades que producen valor añadido en una organización en dos tipos: las actividades primarias y las actividades de apoyo o auxiliares, en este caso las actividades que añaden valor son las Actividades de soporte, porque gestionan técnicamente las actividades de la empresa y las que quitan valor son las Primarias ya que dependen de netamente del proceso operativo.

2.3.2 FLUJOGRAMA DEL PROCESO:

CUADRO No. 2.10



Elaborado por: Alex Carabalí

CUADRO No. 2.11

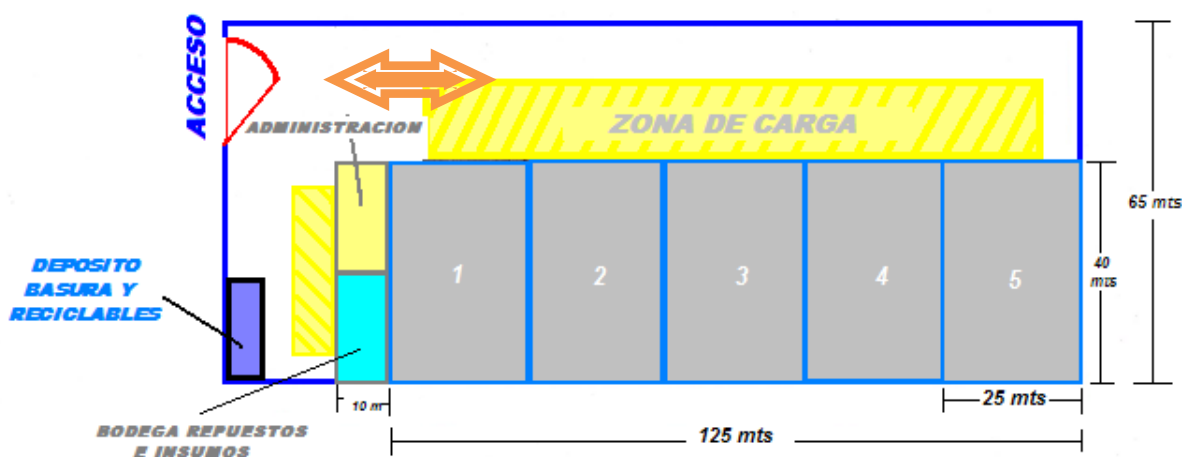
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE DISTRIBUCION						
<i>SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA Y BODEGAJE</i>		OPERACIÓN	○	5		
		TRANSPORTE	⇒	1		
		INSPECCION	□	1		
		ESPERA	▷	3		
		ALMACENAMIENTO	▽	1		
OPERACIÓN	DESCRIPCION	○	⇒	□	▷	▽
1	Recepcion de solicitud Servicio de Distribucion					
2	Procesamiento de la Orden de Servicio					
3	Notificacion de la orden de servicio.					
4	Planificacion de la ruta de distribucion					
5	Asignacion de recursos (transporte y RRHH)					
6	Seleccion, pesaje y separacion del producto					
7	Verificacion e Inspeccion del producto a distribuirse					
8	Carga de productos a unidades transporte					
9	Transporte y distribucion del producto.					
10	Entrega y descarga del producto					
11	Regreso de las unidades de transporte a Bodegas					

Elaborado por: Alex Carabalí

2.3.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA:

La distribución de las instalaciones se detalla en el siguiente gráfico:

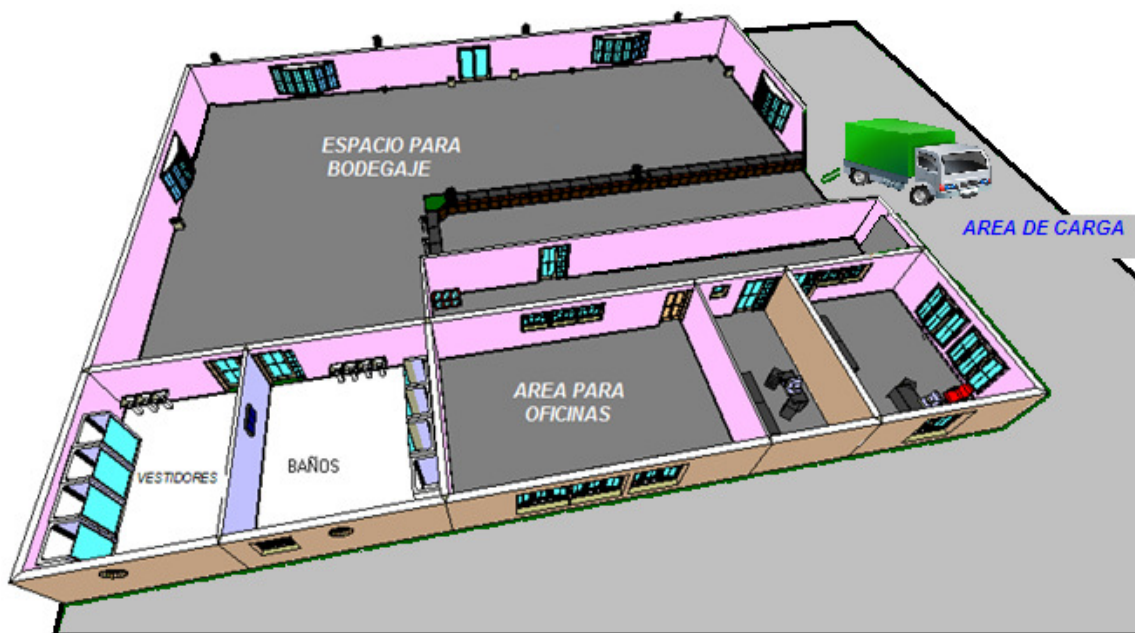
GRÁFICO No. 2.5: PLANO DE INSTALACIONES



Elaborado por: Alex Carabalí

Se pretende construir 5 bodegas similares al diseño mostrado en el siguiente gráfico:

GRÁFICO No. 2.6 PLANO DE GALPONES



Elaborado por: Alex Carabalí

Cada galpón o bodega tendrá una dimensión estimada de 40mts x 25mts, resultando un área de bodegaje en cada galpón de 1000 metros cuadrados, dentro de cada unidad de almacenaje se dispondrá de vestidores, baños y en el caso que el cliente desee instalar una unidad administrativa se ofrece un área opcional para oficinas.

Ver Anexo B: Cotización de construcción de las instalaciones.

2.3.4 REQUERIMIENTO DE INSUMOS DIRECTOS:

Entre los principales insumos que se usará para ofrecer los servicios de la empresa es el combustible para la flota de camiones de carga valorado actualmente en 1,04 USD por cada galón de Diesel:

CUADRO No. 2.12

ESTIMACIÓN REQUERIMIENTO DE COMBUSTIBLE ANUAL

ESTIMACIÓN ANUAL COSTO COMBUSTIBLE POR DESTINO							
REGIÓN	VIAJES ANUALES PROMEDIO POR FLOTA	CIUDADES	INCIDENCIA POR REGIÓN	VIAJES ANUAL POR CIUDAD	TOTAL ANUAL kms RECORRIDOS	TOTAL COMBUSTIBLE REQUERIDO EN GALONES*	TOTAL COSTO COMBUSTIBLE EN USD**
COSTA	312	<i>Guayaquil</i>	39%	122	132941,48	4431,38	4608,64
		<i>Manta</i>	23%	72	72801,24	2426,71	2523,78
		<i>Sto. Domingo</i>	17%	53	18350,25	611,67	636,14
		<i>Machala</i>	13%	41	54653,38	1821,78	1894,65
		<i>Esmeraldas</i>	8%	25	20647,16	688,24	715,77
		TOTAL	100%	312	299393,52	9979,78	10378,98
SIERRA	936	<i>Quito</i>	41%	384	53726,40	1790,88	1862,52
		<i>Ambato</i>	22%	206	72850,38	2428,35	2525,48
		<i>Cuenca</i>	15%	140	161427,71	5380,92	5596,16
		<i>Riobamba</i>	12%	112	54928,97	1830,97	1904,20
		<i>Loja</i>	10%	94	157532,54	5251,08	5461,13
		TOTAL	100%	936	500466,00	16682,20	17349,49
ORIENTE	156	<i>Lago Agrio</i>	58%	90	60960,00	2032,00	2113,28
		<i>Puyo</i>	27%	42	25967,40	865,58	900,20
		<i>Tena</i>	15%	23	9828,00	327,60	340,70
		TOTAL	100%	156	96755,40	3225,18	3354,19
TOTALES	1404			1404	896614,91	29887,16	31082,65

*En promedio el rendimiento de los vehículos es de 1 galón por cada 30 kms.

** Precio actual del galón de Diesel: \$1,04

Este requerimiento se lo calculó en base a la capacidad de oferta de servicio del proyecto, especificado en el Cuadro No. 2.7, y a base del requerimiento por las ciudades destino Cuadro No. 1.16 de la Investigación de Mercado.

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS:

CUADRO No. 2.13

ESTIMACIÓN ANUAL DE CONSUMO SERV. BASICOS

SERVICIO / INSUMO	CONSUMO MENSUAL APROX.	CONSUMO ANUAL APROX.
LUZ	\$ 600.00	\$ 7,200.00
AGUA	\$ 300.00	\$ 3,600.00
TELEFONO	\$ 250.00	\$ 3,000.00
INTERNET*	\$ 45.00	\$ 540.00
TOTAL ANUAL		\$ 14,340.00

* Anexo C: planes Tarifarios Fast Boy Internet; \$plan de \$39.90 + Imp.

Elaborado por: Alex Carabalí

Para determinar el consumo de agua y luz se calculó en base a un estimado de uso de las empresas del sector.

Finalmente se acudió a un proveedor de Internet (Fast boy - CNT) que presenta el plan más económico de Internet ilimitado a \$45 el mes (\$39.90 más impuestos)

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO:

CUADRO No. 2.14

ESTIMACION DE COSTOS POR SERVICIOS E INSUMOS			
SERVICIO	PERIODO DE REQUERIMIENTO DEL SERVICIO	VALOR SERVICIO POR UNIDAD	VALOR ANUAL SERVICIO POR 6 UNIDADES DE CARGA
CAMBIO ACEITE	Cada 3000 kms	\$65,00	\$ 11.655,99
MANTENIMIENTO ZAPATAS Y FRENOS*	Cada 6 meses	\$25,00	\$300,00
ALINEACION Y BALANCEO DE LLANTAS*	Cada 6 meses	\$24,00	\$288,00
CAMBIO LLANTAS*	Cada 8 meses	\$888,78	\$5.332,68
	TOTAL ANUAL SERVICIOS		\$ 17.576,67

*Se adjunta cotizaciones en Anexos: D, E y F

Elaborado por: Alex Carabalí

Para los servicios de Mantenimiento, de acuerdo a la experiencia profesional de los socios de este proyecto para las unidades de transporte de carga se tiene identificado claramente 3 centros especializados en mantenimiento:

- 2 Lubricadora Soria. Especializada en motores Diesel
- 3 Mecánica Recalde: Especializada en Motores Diesel.
- 4 Llantera Narváez, Llantera del Sur y Global Tires.

2.3.5 REQUERIMIENTO RECURSO HUMANO:

El requerimiento de mano de obra se refiere al número de personas necesarias para la operación del proyecto.

El personal requerido y estimado para los 3 primeros meses es el siguiente:

1. **PERSONAL ADMINISTRATIVO:**

- 1 Gerente Administrador.
- 1 Contador Externo
- 1 Secretaria General.
- 2 Asistentes Contables.
- 1 Mensajero.

• **PERSONAL DE OPERACIONES:**

- 1 Jefe de Logística.
- 5 Bodegueros
- 8 Choferes Profesionales
- 8 Asistentes de chofer.
- 15 asistentes de bodega.

CUADRO No. 2.15

DETALLE DE CARGOS, SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES

ORD	CARGO	SUELDO	SUELDOS Y SALARIOS ANUALES			
			REQUERIMIENTO RRHH	TOTAL SUELDOS ANUAL	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES ANUALES*	TOTAL ANUAL SUELDOS + BENEFICIOS S.
1	GERENTE	\$3.000,00	1	\$36.000,00	\$12.090,80	\$48.090,80
2	CONTADOR EXTERNO**	\$500,00	1	\$6.000,00	\$0,00	\$6.000,00
3	SECRETARIA - ASISTENTE GER.	\$700,00	1	\$8.400,00	\$2.988,32	\$11.388,32
4	AUX. CONTABLE	\$475,00	2	\$11.400,00	\$3.977,72	\$15.377,72
5	CHOFERES	\$850,00	8	\$81.600,00	\$27.129,68	\$108.729,68
6	ASISTENTE CHOFER	\$450,00	8	\$43.200,00	\$14.465,36	\$57.665,36
7	JEFE DE LOGISTICA	\$1.500,00	1	\$18.000,00	\$6.154,40	\$24.154,40
8	JEFE DE BODEGA	\$900,00	5	\$54.000,00	\$18.027,20	\$72.027,20
9	ASISTENTES DE BODEGA	\$380,00	12	\$54.720,00	\$18.264,66	\$72.984,66
10	MENSAJERO	\$400,00	1	\$4.800,00	\$1.801,04	\$6.601,04
	TOTAL		40	\$318.120,00	\$104.899,18	\$423.019,18

*Ver ANEXO R: CÁLCULO DETALLADO DE BENEFICIOS SOCIALES

** Contador Externo no recibe beneficios sociales.

Elaborado por: Alex Carabalí

2.3.6 REQUERIMIENTO ANUAL DE MATERIALES, INSUMOS Y SERVICIOS ESPECIALES:

Anualmente se debe tomar en cuenta una reserva de 5 galones de aceite o lubricante para motores a Diesel, del mismo modo una reserva de 6 llantas Rin 750-16, repuestos de reserva: 6 filtros, 2 baterías de 15 placas y 20 litros de agua destilada.

CUADRO No. 2.16**MATERIALES, REPUESTOS E INSUMOS**

DETALLE	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GALONES DE ACEITE PARA MOTORES DIESEL	5	\$22,00	\$110,00
LLANTAS RIN 750 - 16 + Defensas y Tubo	6	\$148,13	\$888,78
FILTROS DE ACEITE PARA MOTOR DIESEL	6	\$5,15	\$30,90
BATERIAS DE 14 PLACAS	2	\$105,00	\$210,00
AGUA DESTILADA BOTELLAS	20	\$1,00	\$20,00
TOTAL			\$1.259,68

Se adjunta proformas en Anexos
Elaborado por: Alex Carabali

Los insumos nombrados bajo el concepto de reserva se almacenarán en la bodega de Insumos de la compañía, para casos de fuerza mayor o emergencia provocada en alguno de los viajes, ya que generalmente los insumos y lubricantes son adquiridos directamente a los proveedores de los servicios en el momento exacto de Mantenimientos rutinarios.

Materiales de Limpieza y Aseo:**CUADRO No. 2.17****SUMINISTROS DE ASEO (Anuales)**

ORD	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Detergente 4kgr.	5	\$8,50	\$42,50
2	Recogedores de basura	12	\$1,20	\$14,40
3	Escobas Industrial	30	\$3,00	\$90,00
4	Paquetes de papel higiénico 12 u.	10	\$2,95	\$29,50
5	Jabón de tocador (unids)	30	\$0,75	\$22,50
6	Desinfectantes (litros)	60	\$2,50	\$150,00
7	Tarros basura metálico grandes	12	\$15,00	\$180,00
8	Paquetes de fundas de basura (10 unids)	20	\$2,50	\$50,00
9	Trapeadores	15	\$2,00	\$30,00
TOTAL				\$608,90

Elaborado por: Alex Carabali

CUADRO NO. 2.18 SUMINISTROS DE OFICINA:

UTILES DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	PRECIO TOTAL + IVA
Almohadilla kofa pastica s/t	3	\$0,53	\$1,59	\$0,19	\$1,78
Apretapapeles	12	\$0,30	\$3,60	\$0,43	\$4,03
Archivadores oficio grande	30	\$2,10	\$63,00	\$7,56	\$70,56
Archivadores oficio pequeño	30	\$1,96	\$58,80	\$7,06	\$65,86
Bolígrafo bic PM colores	60	\$0,13	\$7,80	\$0,94	\$8,74
Carpetas	100	\$0,52	\$52,00	\$6,24	\$58,24
Cartuchos Tinta Impresora B/N	15	\$17,87	\$268,05	\$32,17	\$300,22
Cartuchos Tinta Impresora Color	15	\$22,32	\$334,80	\$40,18	\$374,98
Cinta Cristalina Adhesiva	12	\$0,18	\$2,16	\$0,26	\$2,42
Cinta de embalaje	100	\$1,30	\$130,00	\$15,60	\$145,60
Cinta impresora Matricial Epson Lx-300	10	\$6,00	\$60,00	\$7,20	\$67,20
Clips andino	60	\$0,12	\$7,20	\$0,86	\$8,06
corrector t/bolígrafo	3	\$1,38	\$4,14	\$0,50	\$4,64
Crema cont billete sorwick	3	\$0,96	\$2,88	\$0,35	\$3,23
Dispensador de Cinta adhesiva	3	\$4,37	\$13,11	\$1,57	\$14,68
Engramadora	3	\$4,50	\$13,50	\$1,62	\$15,12
Folders colgantes con pestaña	80	\$0,19	\$15,20	\$1,82	\$17,02
Grapas ideal 26/6 5000 uns.	6	\$0,41	\$2,46	\$0,30	\$2,76
Multipeg	3	\$0,71	\$2,13	\$0,26	\$2,39
Papel bond 75grs. A4 copy laser x 500	12	\$2,54	\$30,48	\$3,66	\$34,14
Papel carbón	1	\$9,45	\$9,45	\$1,13	\$10,58
Papel continuo 901-1p 1500 hjs	15	\$7,84	\$117,60	\$14,11	\$131,71
Papel para Fax	6	\$3,80	\$22,80	\$2,74	\$25,54
Perforadora artesco MED. 2 HOLE M73	3	\$1,88	\$5,64	\$0,68	\$6,32
Porta Sellos	3	\$2,90	\$8,70	\$1,04	\$9,74
Reciberas	39	\$1,10	\$42,90	\$5,15	\$48,05
Reglas artesco cristal 30 cm	12	\$0,10	\$1,20	\$0,14	\$1,34
Resaltadores	12	\$0,35	\$4,20	\$0,50	\$4,70
Rollo de sumadora 57x55M	24	\$0,15	\$3,60	\$0,43	\$4,03
Saca grapas	6	\$1,40	\$8,40	\$1,01	\$9,41
Sellos	3	\$3,79	\$11,37	\$1,36	\$12,73
Separadores plásticos x 10	3	\$0,35	\$1,05	\$0,13	\$1,18
Sobres blancos	50	\$0,30	\$15,00	\$1,80	\$16,80
Sobres manila 1/2 Oficio	40	\$0,30	\$12,00	\$1,44	\$13,44
Sobres manila oficio	60	\$0,27	\$16,20	\$1,94	\$18,14
Tijeras	5	\$1,20	\$6,00	\$0,72	\$6,72
Tinta de Almohadilla	3	\$0,59	\$1,77	\$0,21	\$1,98
Facturas 1/2 OyC	17	\$7,23	\$122,91	\$14,75	\$137,66
TOTAL		\$111,39	\$1.483,69	\$178,04	\$1.661,73

Se adjunta cotización en Anexo H.

CUADRO No. 2.19

MUEBLES DE OFICINA:

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	PRECIO TOTAL + IVA
GERENCIA		\$938,27	\$976,35	\$117,16	\$1.093,51
ESTACIÓN ECOS GERENCIA 180X180 FOR	1	\$350,00	\$350,00	\$42,00	\$392,00
SILLON EUFORIA CABEZAL BAJO B/ NEUMA	1	\$221,76	\$221,76	\$26,61	\$248,37
SILLA SOPHI APILABLE SIN BRASOS	2	\$38,08	\$76,16	\$9,14	\$85,30
ARCHIVADOR AEREO 0,90X0,40 RECTO	1	\$121,50	\$121,50	\$14,58	\$136,08
PUERTA MELAMINICO 0,90 C/CERRADURA	1	\$206,93	\$206,93	\$24,83	\$231,76
AREA ADMINISTRATIVA		\$499,40	\$499,40	\$59,93	\$559,33
SUPERFICIE DE TRABAJO 1,20 X 0,60 FOR	1	\$37,95	\$37,95	\$4,55	\$42,50
MODULO SOPORTE GAVETA	1	\$76,16	\$76,16	\$9,14	\$85,30
TECLADO CORREDIZO	1	\$20,93	\$20,93	\$2,51	\$23,44
SILLA SECRETARIA S/b BASE POLIURETA	1	\$90,60	\$90,60	\$10,87	\$101,47
PANEL GORDON TELA /TELA	1	\$108,00	\$108,00	\$12,96	\$120,96
ARCHIVADOR AEREO 1,20 X 0,40	1	\$127,68	\$127,68	\$15,32	\$143,00
SILLA SOPHI PILABLE SIN BRAZO	1	\$38,08	\$38,08	\$4,57	\$42,65
RECEPCION		\$730,18	\$768,26	\$92,19	\$860,45
COUNTER RECEPCION 1,40X1,60	1	\$480,00	\$480,00	\$57,60	\$537,60
ARCHIVADOR AEREO 0,90 X 0,40	1	\$121,50	\$121,50	\$14,58	\$136,08
SILLA SECRETARIA S/b BASE POLIURETA	1	\$90,60	\$90,60	\$10,87	\$101,47
SILLA SOPHI PILABLE SIN BRAZO	2	\$38,08	\$76,16	\$9,14	\$85,30
SALA DE ESPERA		\$323,23	\$676,03	\$81,12	\$757,15
ESPERA BIPERSONAL	3	\$176,40	\$529,20	\$63,50	\$592,70
MUEBLE DE TELEVISOR	1	\$90,83	\$90,83	\$10,90	\$101,73
MESA CENTRICA	1	\$56,00	\$56,00	\$6,72	\$62,72
BODEGAS		\$660,58	\$3.302,90	\$396,35	\$3.699,25
VITRINAS	5	\$312,50	\$1.562,50	\$187,50	\$1.750,00
ESCRITORIO SENCILLO CON GAVETA	5	\$310,00	\$1.550,00	\$186,00	\$1.736,00
SILLA SOPHI PILABLE SIN BRAZO	5	\$38,08	\$190,40	\$22,85	\$213,25
TOTAL	38				\$6.969,69

Se adjunta cotización en Anexo I.

Elaborado por: Alex Carabalí

CUADRO No. 2.20

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y OFICINA:

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	IVA	PRECIO TOTAL + IVA
COMPUTADOR CLON INTEL DUAL CORE+PERIFERICO	8	\$319,00	\$2.552,00	\$306,24	\$2.858,24
MONITOR LCD 17"	8	\$135,00	\$1.080,00	\$129,60	\$1.209,60
UPS CDP 500 VA	8	\$42,00	\$336,00	\$40,32	\$376,32
IMPRESORA LASER SAMSUNG ML-2240	2	\$88,39	\$176,78	\$21,21	\$197,99
IMPRESORA MATRICIAL EPSON LX 300	5	\$42,00	\$210,00	\$25,20	\$235,20
CENTRAL TELEFÓNICA PANASONIC KX-TES824	1	\$315,00	\$315,00	\$37,80	\$352,80
TELÉFONO DE PROGRAMACIÓN PANASONIC	1	\$98,50	\$98,50	\$11,82	\$110,32
TELEFONO SENCILLO PANASONIC KX-TS	7	\$15,50	\$108,50	\$13,02	\$121,52
FAX PANASONIC 987	1	\$166,00	\$166,00	\$19,92	\$185,92
REGULADOR DE VOLTAJE	8	\$20,00	\$160,00	\$19,20	\$179,20
SUMADORA CASIO	3	\$60,00	\$180,00	\$21,60	\$201,60
TELEVISOR VIEWSONIC LCD 26"	1	\$623,21	\$623,21	\$74,79	\$698,00
INSTALACIÓN DE PUNTOS DE RED MÁS CABLEADO	1	\$1.500,00	\$1.500,00	\$180,00	\$1.680,00
TOTAL					\$8.406,71

Se adjunta cotización en ANEXO J.

Elaborado por: Alex Carabalí

REQUERIMIENTO DE VEHÍCULOS Y MAQUINARIA:

El presente proyecto requiere de una flota total de 6 camiones de los cuales los socios aportaran con 4 camiones ya existentes, y se adquirirá 2 camiones nuevos:

CUADRO No. 2.21

APORTE DE SOCIOS - VEHÍCULOS

<i>MODELO</i>	<i>ANO</i>	<i>CAPACIDAD CARGA TONS</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>VALOR COMERCIAL</i>
<i>Camión Hino GH</i>	<i>2007</i>	<i>10.00</i>	<i>1</i>	<i>\$ 29,000.00</i>
<i>Camión Chevrolet NPR</i>	<i>2006</i>	<i>5.00</i>	<i>1</i>	<i>\$ 23,000.00</i>
<i>Camión Chevrolet NQR</i>	<i>2007</i>	<i>6.50</i>	<i>1</i>	<i>\$ 25,000.00</i>
<i>Camión Chevrolet FTR</i>	<i>2008</i>	<i>7.00</i>	<i>1</i>	<i>\$ 28,000.00</i>
TOTAL APORTE EN VEHÍCULOS				\$ 105,000.00

Elaborado por: Alex Carabalí

CUADRO No. 2.22

NUEVAS INVERSIONES EN VEHÍCULOS

DETALLE	UNIDS	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL	IVA	VALOR TOTAL + IVA
CAMIÓN CHEVROLET NQR 2010	2	\$34.508,93	\$69.017,86	\$8.282,14	\$77.300,00
MONTACARGAS HYSTER 2000Kg (Eléctrico)	2	\$27.800,00	\$55.600,00	\$6.672,00	\$62.272,00
TOTAL					\$139.572,00

Se adjunta proforma en Anexos: K y L.

Elaborado por: Alex Carabalí

El valor total en vehículos y maquinaria es de: **\$244572.00 dólares.**

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS DE TRANSPORTE EXTRA:

En vista que el presente proyecto tiene la capacidad limitada de realizar 1404 viajes anuales frente a 2400 que en promedio requiere la cuota de mercado satisfecha por el servicio de bodegaje, se procede a distribuir la diferencia del requerimiento en base a los datos del cuadro No. 1.16 de la Investigación de Mercado.

CUADRO No. 2.23

COSTO FLETE EXTRA

REGIÓN	VIAJES ANUALES PROMEDIO POR FLOTA	CIUDADES	INCIDENCIA POR REGION	INCIDENCIA TOTAL VIAJES	VIAJES ANUAL POR CIUDAD	COSTO PROMEDIO FLETE EXTERNO*	COSTO TOTAL ANUAL FLETE
COSTA	408	<i>Guayaquil</i>	39%	15,98%	159	\$ 232,50	\$ 36.995,40
		<i>Manta</i>	23%	9,42%	94	\$ 263,75	\$ 24.750,30
		<i>Santo Domingo</i>	17%	6,96%	69	\$ 106,75	\$ 7.404,18
		<i>Machala</i>	13%	5,33%	53	\$ 310,00	\$ 16.442,40
		<i>Esmeraldas</i>	8%	3,28%	33	\$ 205,00	\$ 6.691,20
		TOTAL	100%	40,96%	408	\$ 1.118,00	\$ 92.283,48
		SIERRA	504	<i>Quito</i>	41%	20,75%	207
<i>Ambato</i>	22%			11,13%	111	\$ 107,50	\$ 33.541,20
<i>Cuenca</i>	15%			7,59%	76	\$ 302,50	\$ 10.111,50
<i>Riobamba</i>	12%			6,07%	60	\$ 133,75	\$ 22.075,20
<i>Loja</i>	10%			5,06%	50	\$ 365,00	\$ 49.177,80
TOTAL	100%			50,60%	504	\$ 975,75	\$ 128.750,58
ORIENTE	84	<i>Lago Agrio</i>	58%	4,89%	49	\$ 216,25	\$ 10.535,70
		<i>Puyo</i>	27%	2,28%	23	\$ 196,25	\$ 4.450,95
		<i>Tena</i>	15%	1,27%	13	\$ 148,75	\$ 1.874,25
		TOTAL	100%	8,43%	84	\$ 561,25	\$ 16.860,90
TOTALES	996			100,00%	996	\$ 2.655,00	\$ 237.894,96

* Tarifas estipuladas por el sector: Cuadro No. 1.33

REQUERIMIENTO DE TERRENO, INSTALACIONES Y ADECUACIONES:

El proyecto requiere de la construcción de las instalaciones (Gráfico No. 2.5) en un terreno con un área total de una hectárea:

- Aporte por parte de los socios:
 - 1 terreno de una hectárea, en Alangasí, valorado: \$25 m2
- Nueva Inversión del proyecto:
 - Construcción de instalaciones: valorado en: \$ 644710.45 USD.

ANEXO: B, cotización construcción de instalaciones.

REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE SEGURIDAD:

CUADRO No. 2.24
EQUIPOS CONTRA INCENDIOS

<i>DETALLE</i>	<i>UNIDS</i>	<i>VALOR UNITARIO</i>	<i>VALOR TOTAL</i>
EXTINTORES CONTRA INCENDIOS de 20 lbs.	30	\$60,00	\$1.800,00
Diseño e implementación señalización Seguridad Industrial	1	\$1.680,00	\$1.680,00
SISTEMA ALARMA DE INCENDIOS	1	\$2.206,40	\$2.206,40
TOTAL			\$4.006,40

* Se adjunta cotización en ANEXO: M.

Elaborado por: Alex Carabalí

REQUERIMIENTO DE UNIFORMES:

CUADRO No. 2.25
REQUERIMIENTO DE UNIFORMES

<i>DETALLE</i>	<i>UNIDADES</i>	<i>VALOR TOTAL</i>
UNIFORMES Y EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	40	\$2.770,88

*Ver descripción detallada en ANEXO: N.

Elaborado por: Alex Carabalí

Con una gran importancia este proyecto va a requerir de los servicios de una aseguradora, con la cual se contrate un plan de aseguramiento vehicular para cada una de las unidades de carga.

CUADRO No. 2.26

PRIMA DE SEGURO VEHICULAR

Cant.	VEHICULO	Año	AVALUO	TASA	PRIMA
1	Camión Hino GH	2007	\$29.000,00	4,00%	\$1.160,00
1	Camión Chevrolet NPR	2006	\$23.000,00	4,00%	\$920,00
1	Camión Chevrolet NQR	2007	\$25.000,00	4,00%	\$1.000,00
1	Camión Chevrolet FTR	2008	\$28.000,00	4,00%	\$1.120,00
2	Camión Chevrolet NQR	2010	\$77.300,00	4,00%	\$3.092,00
PRIMA TOTAL					\$7.292,00
Sup. Bancos 3.5%					\$255,22
Der. Emisión					\$9,00
Seg. Campesino 0.50%					\$36,46
Subtotal					\$7.592,68
IVA 12%					\$911,12
TOTAL					\$8.503,80

* ANEXO O: Cotización Seguros Vehicular.

Elaborado por: Alex Carabalí

Este proyecto se caracterizará por facilitar seguros por carga transportada y almacenada, al brindar servicios de transporte de carga y bodegaje no involucra ser un Bróker de seguros directo, pero si será un facilitador para la negociación de el seguro mas conveniente para los clientes, para ello establecerá alianzas estratégicas con aseguradoras, las cuales ofrecerán sus servicios evaluando el tipo de cliente, tipo de carga y riesgo.

El proyecto adicional a los servicios antes mencionados va a requerir de los siguientes servicios especiales:

1. Servicio de Seguridad, Guardianía y Alarma: Donde se contratará el servicio de guardianía – portería 24 horas de las instalaciones, y el servicio de monitoreo de alarma anti robos: entre las principales compañías contactadas para este servicio: Jara Seguridad, Laarcom, SeaWolf.
2. Plan empresarial de Telefonía celular: Para lo cual se seleccionara la operadora de mas amplia cobertura a nivel nacional (Porta), que permita

mantener comunicados al personal administrativo con el personal de carga que se diseccionarán a diferentes puntos del país según requerimientos del cliente.

CUADRO No. 2.27

REQUERIMIENTO DE SEGURIDAD Y COMUNICACIONES

DETALLE	VALOR MENSUAL	MESES	SUB TOTAL	IVA	VALOR ANUAL
SEGURIDAD, GUARDIANIA Y ALARMA*	2800	12	33600	4032	\$33.600,00
PLAN CELULAR PYMES DE PORTA	280	12	3360	403,2	\$ 4.200,00
TOTAL	3080		36960	4435,2	\$37.800,00

*Se Adjunta cotización ANEXO: P

Elaborado por: Alex Carabalí

3. Servicio de asistencia de mecánica especializada a carretera: Este servicio se encargara de auxiliar mecánicamente a las unidades de transporte en caso de danos o fallas mecánicas a cualquier punto del país, por parte de profesionales especializados en motores Diesel. El único proveedor de confianza que se dispone es: Mecánica Recalde. El cual facturará sus servicios por reparación realizada y de acuerdo al punto de localización.

4. Publicidad: Para promocionar los servicios del proyecto, a través del diseño de una pagina Web, trípticos, prensa escrita, gigantografías adheridas a las unidades de transporte de carga.

CUADRO No. 2.28

REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD

<i>DETALLE</i>	<i>REQUERIMIENT ANUAL</i>	<i>VALOR UNT</i>	<i>SUBTOTAL</i>	<i>IVA</i>	<i>TOTAL ANNUAL+IVA</i>
ACTUALIZACIÓN Y DOMINIO DE PAGINA WEB	1	\$180,00	\$180,00	\$21,60	\$201,60
ANUNCIO EN PRENSA- ANUNCIO EN CLASIFICADOS EL COMERCIO	15	\$65,00	\$975,00	\$117,00	\$1.092,00
IMPRESION DE TRIPTICOS 1000 unidades	1	\$170,00	\$170,00	\$20,40	\$190,40
GIGANTOGRAFÍAS ADHESIVAS PARA UNIDADES DE CARGA	12	\$180,00	\$2.160,00	\$259,20	\$2.419,20
TOTAL					\$3.903,20

* Se adjunta cotizaciones en ANEXO: Q
Elaborado por: Alex Carabalí

5. **Viáticos:** se estima asignar a cada unidad de transporte pertenecientes a la empresa, viáticos por concepto de Alimentación y hospedaje, en entregas de carga a distancias largas que involucren más de un día de viajar por carretera.

Para estimar el valor total anual de viáticos se identifica el número total de viajes anuales estimados a destinos con duración de más de un día y se los multiplica por el valor estimado de viáticos:

CUADRO No. 2.29: ESTIMACIÓN DE VIÁTICOS

<i>DETALLE</i>	<i>Valor Asignado USD</i>
<i>ALIMENTACIÓN</i>	<i>\$10,00</i>
<i>HOSPEDAJE</i>	<i>\$20,00</i>
<i>PEAJES</i>	<i>\$15,00</i>
<i>IMPREVISTOS</i>	<i>\$5,00</i>
TOTAL	\$50,00

Elaborado por: Alex Carabalí

CUADRO No. 2.30

VIÁTICOS VIAJES POR CIUDAD

<i>DESTINOS</i>	<i>Días Estim. x Ruta</i>	<i># de Viajes Anuales Totales</i>	<i>Valor USD Viáticos Anuales Estim</i>
<i>Guayaquil</i>	<i>2</i>	<i>122</i>	<i>\$6.100,00</i>
<i>Manta</i>	<i>2</i>	<i>72</i>	<i>\$3.600,00</i>
<i>Machala</i>	<i>1,5</i>	<i>41</i>	<i>\$2.050,00</i>
<i>Esmeraldas</i>	<i>1,5</i>	<i>25</i>	<i>\$1.250,00</i>
<i>Cuenca</i>	<i>2</i>	<i>206</i>	<i>\$10.300,00</i>
<i>Loja</i>	<i>2</i>	<i>112</i>	<i>\$5.600,00</i>
<i>Lago Agrio</i>	<i>2</i>	<i>90</i>	<i>\$4.500,00</i>
TOTALES		668	\$33.400,00

Elaborado por: Alex Carabali

El total de Viáticos anual estimado es de 33400.00 USD.

2.3.7 DETERMINACIÓN DE LAS INVERSIONES:

Para el proyecto propuesto se requerirá de una inversión de \$1229927.93 dólares, que involucra a todos los requerimientos y adquisiciones en activos fijos, las inversiones del activo intangible así como del capital de trabajo:

CUADRO No. 2.31

<i>COSTOS DE INVERSIÓN</i>	
<i>A. INVERSIONES FIJAS</i>	<i>INVERSIONES ESTIMADAS</i>
<i>ACTIVOS FIJOS</i>	<i>\$ 1.158.665,25</i>
<i>TERRENO</i>	<i>\$ 250.000,00</i>
<i>VEHÍCULOS, MAQUINARIA</i>	<i>\$244.572,00</i>
<i>EQUIPO DE SEGURIDAD</i>	<i>\$4.006,40</i>
<i>MUEBLES DE OFICINA</i>	<i>\$6.969,69</i>
<i>EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN</i>	<i>\$8.406,71</i>
<i>CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES</i>	<i>\$644.710,45</i>
<i>ACTIVOS NOMINALES</i>	<i>\$3.300,00</i>
<i>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</i>	<i>\$800,00</i>
<i>GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO</i>	<i>\$2.500,00</i>
<i>TOTAL INVERSIONES FIJAS</i>	<i>\$1.161.965,25</i>
<i>B. CAPITAL DE TRABAJO</i>	<i>\$67.962,67</i>
<i>TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAPITAL DE TRABAJO</i>	<i>\$1.229.927,93</i>

Elaborado por: Alex Carabalí

2.3.8 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

CUADRO No. 2.32

ACTIVIDAD		2010															
		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	#	#	#	#	#	#	#
1	Trámites de constitución	■	■	■													
2	Tramite de permisos legales		■	■	■												
3	Aprobación diseño y planificación de las Bodegas			■	■												
4	Negociación y Obtención Financiamiento			■	■												
5	Construcción Etapa 1 (oficinas y Bodega 1)			■	■	■											
6	Construcción Bodegas Etapa 2 (Bodega 2)				■	■	■										
7	Construcción Bodegas Etapa 3 (Bodega 3)					■	■	■									
8	Construcción Bodegas Etapa 4 (Bodega 4)						■	■	■								
9	Construcción Bodegas Etapa 5 (Bodega 5)								■	■	■						
10	Instalación de sistemas de alarma seguridad, contra incendios y equipamiento.					■	■	■	■	■	■	■	■	■			
11	Señalización y sectorización de áreas de seguridad					■	■	■	■	■	■	■	■	■			
12	Adquisición Vehículos, Maquinaria y Equipamiento					■	■										
13	Adquisición de Muebles y Equipos de Computación					■	■										
14	Instalación Física de Vehículos, Maquinaria Equipamiento, Muebles y equipos de Oficina.					■	■										
15	Adquisición de Insumos y repuestos de reserva							■	■								
16	Reclutamiento y selección de personal			■	■												
17	Contratación de personal			■	■												
18	Capacitación Personal				■												
19	Publicidad			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
29	Negociación y captación de Clientes			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
21	Inicio de las operaciones En Etapa 1						■										
22	Inicio de las operaciones En Etapa 2							■									
23	Inicio de las operaciones En Etapa 3								■								
24	Inicio de las operaciones En Etapa 4									■							
25	Inicio de las operaciones En Etapa 5										■						
26	Funcionamiento y operación Total														■		

Elaborado por: Alex Carabali

4.4 ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL

2.4.1. Legislación vigente

En la base legal de la Constitución Actual del Ecuador:

“El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantice el desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.

Se declaran de interés público y se regularán conforme a la ley:

1. La preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país;
2. La prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas; y
3. El establecimiento de un sistema nacional de áreas naturales protegidas, que garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de los servicios ecológicos, de conformidad con los convenios y tratados internacionales”³⁷

2.4.2. Identificación y descripción de los impactos

La identificación de los impactos ambientales del presente proyecto está dado por la utilización de productos que afecten al medio ambiente, en este caso particular la emisión de monóxido de carbono resultante de la combustión de motores

³⁷ Constitución Política de La República del Ecuador.

Diesel, que afectan en magnitud y por concentración de volumen a la capa de ozono; otro tipo de contaminación está dado por el ruido que se origina en las actividades de transporte, y de bodegaje, para el cambio de lubricantes las unidades de transporte se trasladaran a los sitios especializados y que brindan los servicios, los cuales tienen sus respectivas normas de manejo de desechos y lubricantes. El almacenamiento de los desperdicios de los insumos utilizados en el servicio y el desprendimiento de ellos es otro factor importante al referirse a impactos ambientales dentro del sector en el cual se desarrolla la empresa.

2.4.3. Medidas de Mitigación

Las medidas para precautelar el medio ambiente están reguladas bajo parámetros impuestos por las entidades de control respectivas: Cada unidad de Transporte se somete a una revisión anual exigida por el municipio de Quito donde se evalúa y analiza a los gases emitidos por cada unidad.

Los otros insumos a utilizar están garantizados de no afectar al medio ambiente ni tampoco tener repercusiones con el mismo. Los métodos y medios de almacenamiento y desprendimiento de los desechos están claramente identificados por los integrantes de la empresa, en su mayoría los desperdicios se dividirán entre materiales reciclables y no reciclables, los cuales serán recolectados por empresas recicladoras y la Empresa Metropolitana de Aseo respectivamente.

CAPÍTULO III

3. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

“La empresa es una unidad económica que, mediante la combinación de los factores de la producción, actúa como un elemento dinámico en la fabricación, rotación (compra-venta) o prestación de servicios con el objetivo de obtener un beneficio económico social”³⁸.

En este capítulo se hará referencia a la manera de lograr claridad al abordar los aspectos legales para concebir y ejecutar este proyecto. Los principales aspectos a ser considerados en la organización son los que se derivan del campo jurídico, del campo técnico operativo y del campo administrativo. Dentro de este capítulo se analizará lo siguiente:

Base Legal {
Constitución de la compañía.
Tipo de personería jurídica
Principales términos y estatutos.

Base Filosófica de la Empresa {
Visión
Misión
Principios y Valores
Objetivos estratégicos
Estrategia Empresarial

La Organización {
Estructura orgánica
Descripción de funciones
Organigrama

³⁸ Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001

BASE LEGAL

Las leyes que rigen a las compañías y que deben ser observadas por la empresa son las siguientes (Art. 1 Ley de Compañías):

1. La Constitución Política del Estado
2. Ley de Compañías.
3. Código de Comercio.
4. Código o Ley Civil.
5. Convenio de las partes o Estatutos de la Compañía.

Principalmente lo que exige la ley es que toda empresa, para el caso de este proyecto una empresa de Servicios, constituida y domiciliada en el Ecuador podría encajar en cualquier especie de compañía que la legislación ecuatoriana tipifique a través de su Ley de Compañías, lo fundamental es que la actividad que vaya a realizar sea lícita y que contribuya con el Fisco.

Se podría decir que la Ley de Compañías no discrimina entre empresas de tangibles y empresas de servicios, por lo que la organización que implementará el Servicio de Transporte de carga y Bodegaje en la Cantón de Quito sector de Alangasí, podría acoplarse en cualquier clase de compañía, dependiendo de su actividad, el número de socios y el monto de capital social que haya que aportar.

3.1.1 Constitución de la Empresa:

Para que el presente proyecto pase a la fase de constitución legal como personería jurídica o empresa, cabe tener en claro que para que ejercer el comercio o prestar un servicio se debe cumplir con ciertos requisitos formales, los mismos que difieren entre una persona natural y una persona jurídica.

Una persona natural tiene más libertad para hacer negocios en vista de que no tiene que cumplir con todas las obligaciones formales de una persona jurídica, además tienen ciertas ventajas en el campo fiscal.

Una persona jurídica, según el Código Civil Ecuatoriano: “Es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente”³⁹

“El contrato de una compañía o empresa es especial, ya que los socios crean una persona jurídica llamada Compañía; juntan o aportan sus capitales que pueden ser: dinero, bienes inmuebles, bienes muebles, títulos valores e industrias (personas, ideas patentadas, profesión, capacidad, fuerza de trabajo) con el único objetivo de obtener utilidad y repartirse entre los socios”⁴⁰. Los diferentes tipos de compañías y sus características según la Ley de Compañías vigente se resumen en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 3.1: PRINCIPALES CARÁCTERÍSTICAS DE LAS SOCIEDADES

NOMBRE	MÍNIMO		FORMA CAPITAL	OBLIGACIONES ACCIONISTAS	TIPO ADMINISTRACIÓN
	ACCIONISTAS	CAPITAL SOCIAL			
Sociedad colectiva	3	US 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta general de socios
Sociedad en comandita	3	US 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta general de socios
Sociedad anónima	5	US 800	Acción	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta general de accionistas
Compañía en nombre colectivo	3	US 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta general de socios
Compañía en comandita simple y dividida por acciones	3	US 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta general de socios
Compañía de responsabilidad limitada*	3	US 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta general de socios
Compañía anónima	5	US 800	Acción	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Directorio
Compañía de economía mixta	2	US 800	Acción	50% capital suscrito y diferencia en 2 años	Directorio
Sociedad de hecho	1	US 400	Participación	50% capital suscrito y diferencia en 1 año	Junta general de socios
Empresa unipersonal	1	US 400	Participación	50% capital suscrito	Unipersonal

³⁹ Código Civil Ecuatoriano.

⁴⁰ www.ecuadoremprendedor.com/concptleg-html/

“Las operaciones de negocios en el Ecuador están reguladas por las leyes que rigen el comercio y las empresas, así como por el Código Civil. Las principales formas de entidades legales que pueden hacer negocios en el Ecuador son:

- ⇒ Sucursales de corporaciones extranjeras
- ⇒ Compañía en nombre colectivo
- ⇒ Compañía en comandita simple
- ⇒ Compañías de economía mixta
- ⇒ Compañía holding o tenedora de acciones”⁴¹

Sin embargo los tipos usualmente utilizados para inversión local o extranjera son las sociedades anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada.

Titularidad de la Propiedad de la Empresa.

Este proyecto al constituirse como empresa tendrá personería jurídica y estará formada por 5 accionistas, debe ser constituida mediante un contrato debidamente escriturado en una Notaría Pública, aprobada y legalizada mediante resolución de la superintendencia de compañías, e inscrita en el registro mercantil de acuerdo a lo previsto por la ley.

El tipo de personería jurídica por la cual este proyecto se constituirá es:

✓ **SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

“Las sociedades de responsabilidad limitada pueden establecerse con tres o más socios, hasta un límite de quince. Una vez constituidas pueden subsistir con un único socio. Los socios son responsables hasta por el valor de sus aportes al capital social. Al momento de constituir la sociedad, el capital debe estar íntegramente suscrito y pagado en al menos el 50%. El saldo puede pagarse en el plazo máximo de un año. El capital mínimo actual es de US \$ 400.

⁴¹ www.solcrear.com.ec

El capital está dividido en participaciones que solamente pueden transferirse a otro socio o a un tercero, con la autorización previa y unánime del resto de socios.

Las sociedades anónimas extranjeras no pueden participar como socios de una sociedad de responsabilidad limitada ecuatoriana.

Salvo que el estatuto social establezca un porcentaje mayor, al menos el 5% de las utilidades líquidas deben destinarse a formar la reserva legal, hasta que dicha reserva represente el 20% del capital suscrito.

Las normas aplicables a las juntas generales de socios son similares a aquellas aplicables a las juntas generales de accionistas en el caso de sociedades anónimas⁴².

El presente proyecto será conformado como compañía de Responsabilidad Limitada porque se contara con 5 accionistas, tiene la flexibilidad en el futuro de subsistir con un único socio, además el capital mínimo es de \$400, siendo menor al de Sociedad Anónima.

Requisitos legales.

Antes de que el proyecto como empresa pueda empezar sus actividades debe cumplir con varios requisitos para constituirse legalmente y cumplir con los requisitos que demanda la Ley.

Escritura Pública: la cual debe contener lo siguiente:

- Lugar y fecha en que se celebre el contrato.
- Nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de formarla.
- El objeto social debidamente concretado.
- Su denominación y duración.

⁴² www.ecuadoremprendedor.com/conclegal-form-emp.

- El importe del capital con la expresión número de acciones en que estuviere dividido el valor nominal de las mismas.
- La indicación de que cada accionista suscribe y paga en dinero o en otros bienes.
- El domicilio de la Compañía.
- La forma de administración y las facultades de los administradores.
- La forma y las épocas de convocar a juntas generales.
- La forma de designación de los administradores y funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
- Las normas para el reparto de las utilidades.
- La determinación de las causas en que la compañía haya de disolverse anticipadamente.
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

❖ Obtener la aprobación de la Superintendencia de compañías.

❖ Inscribir a la empresa en el registro Mercantil.

Registro Único de Contribuyentes.- Para dar cumplimiento a las obligaciones tributarias, se obtienen el Registro Único de Contribuyentes con el objeto de controlar el pago de tributos fiscales.

Patente Municipal. - Es un pago que se debe realizar anualmente al Municipio del distrito Metropolitano de Quito, con el fin de poder mantener cualquier tipo de actividad económica.

Inscripción de la compañía en el Municipio. - Para fines de pago del impuesto de 1.5 por mil sobre los activos totales de las compañías.

Informe de compatibilidad de uso del Suelo. - Este trámite es importante para verificar si no existe restricciones del local respecto a la actividad económica a ejecutar.

Certificado e seguridad del Cuerpo de Bomberos. - Es un documento que certifica que el local cumple con estándares de seguridad en lo que respecta a extintores, vías de evacuación, entre otros factores.

Todos los requerimientos y trámites necesarios para cada uno de los Requisitos antes mencionados se encuentran detallados en el Capítulo I: Investigación de Mercado, literal 1.3.3 Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial.

PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA LIMITADA

Al constituirse la compañía el capital estará íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el 50% de cada participación. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses a partir de la fecha de constitución de la compañía.

En el caso de este proyecto para la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada, se debe cumplir una serie de formalidades, las mismas que deben ser asesoradas por un abogado especialista en Derecho Mercantil y Societario

“A continuación se detallan los pasos necesarios para constituir legalmente este tipo de compañía:

1. Aprobación de la denominación de la compañía o razón social, para lo cual el abogado presenta varias alternativas a la Superintendencia de Compañías para la aprobación de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación semejante.

2. Elaborar el proyecto de minuta que contenga los estatutos, que han de regir el destino de la compañía, siendo necesario el asesoramiento y firma de un abogado.
3. Aprobación de los estatutos por parte del Departamento de Compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías.
4. Apertura de la cuenta de integración de capital en un banco de la localidad donde se ubicará la empresa.
5. Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevará a escritura pública ante un notario de la localidad donde la compañía realizará sus actos de comercio, con la firma de los socios fundadores.
6. Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución.
7. Publicación de un extracto de la escritura conferida por la Superintendencia de Compañías, por una sola vez, en los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
8. Obtención de la patente municipal, a fin de que pueda ejercer sus actos de comercio en cualquier oficina municipal de la ciudad donde se vaya a instalar el negocio.
9. Afiliación a la Cámara de la Producción que corresponda la giro del negocio así por ejemplo: Cámara de Industriales, Cámara de Comercio, Cámara de Turismo, etc.

10. Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
11. Obtención del Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas.
12. Elección del Gerente y Presidente de la compañía mediante convocatoria a Asamblea General de Socios.
13. Elaboración e inscripción de estos nombramientos en el Registro Mercantil.
14. Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el Registro Mercantil, los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el departamento de sociedades.
15. Obtención del oficio que otorga la Superintendencia, dirigida al banco donde se ha abierto la cuenta de integración de capital, para que se puedan movilizar los fondos, es decir, apertura de una cuenta corriente a nombre de la Compañía.

CONTENIDO DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

En la escritura de constitución se expresará:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la razón social si fueran personas jurídicas y en ambos casos la nacionalidad y domicilio.
- La denominación objetiva o razón social de la compañía.
- El objeto social debidamente concretado.
- La duración de la compañía.
- El domicilio de la compañía.

- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y la parte de capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general de socios y el modo de convocarla y constituirarla.
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer⁴³.

3.1.2 TIPO DE EMPRESA:

SEGÚN SECTOR:

Por el sector este proyecto propone la constitución de una empresa privada, ya que su capital no está conformada por fondos públicos.

El proyecto se involucrara en el sector de Servicios de transporte por carretera, así como lo determina la clasificación del CIIU.

Por su constitución legal será una Compañía Limitada conformada por cinco socios, los que responden únicamente por el monto de sus acciones

SEGÚN ACTIVIDAD

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. Existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar:

⁴³ www.ecuadoremprendedor.com/reqconst/emp-ec

- ✓ Comercial.- Se dedica fundamentalmente a la compraventa de un producto determinado.
- ✓ Industrial.- Toda empresa de producción (manufacturera o de transformación) se ubica en este giro.
- ✓ Servicios.- Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

El tipo de empresa al que corresponderá el proyecto de Servicio de Transporte de Carga y Bodegaje corresponde al giro de servicios.

SEGÚN CIU:

Este proyecto que pretende la constitución de una empresa de servicios de transporte de carga y bodegaje pertenece al sector: "I" TRANSPORTE POR VIA TERRESTRE, TRANSPORTE POR TUBERIAS. De la calificación CIU, el cual se define como:

CUADRO No. 3.2 CLASIFICACIÓN SEGÚN CIU.

I 6023	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.
I 6023.0	TRANSPORTE REGULAR O NO REGULAR DE CARGA POR CARRETERA.
I 6023.00	Alquiler de camiones con conductor y operario.
I 6023.01	Transporte de carga en vehículos de tracción, humano o animal
I 6023.02	Transporte regular o no regular de carga por carretera: transporte en camión de una gran variedad de mercancías como: troncos, ganado, carga pesada, muebles de mudanzas, etc.
I 6023.09	Otros tipos de transporte regular o no regular de carga por carretera.

FUENTE: www.descargas.sri.gov.ec/download/excel/CIU3.xls

3.1.3 RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO Y SLOGAN:

La razón social es el nombre que identificará a la Compañía de Servicios de Transporte de Carga y Bodegaje legalmente, dicha razón social debe ser única e irrepetible sin ser similar a otros ya existentes. Sin embargo La Razón Social en

algunos casos es diferente al nombre de sus productos o Servicios que posteriormente se convertirán en Marcas Registradas y que de ser exitosas incursionarán en el mercado de Franquicias. En términos Básicos de Marketing y Publicidad un buen nombre motiva a las personas a comprar el producto o servicio, identifica o conduce a los clientes hacia la compañía que lo utiliza. Los nombres comerciales que han adquirido gran valor a lo largo de los años generan grandes utilidades provocando otorgar la licencia a otros fabricantes.

Para este proyecto la razón social y el nombre o marca del servicio con la que se registrará va a ser el mismo: “Saeta Cargo Storage”.

GRÁFICO 3.1: LOGOTIPO:



Elaborado por: Alex Carabalí

SLOGAN:

“Te lo Traigo, Guardo y Entrego..? Seguro....!!”

3.2 Base Filosófica de la Empresa

“La filosofía constituye los elementos preponderantes para construir la cultura organizacional y lo conforman tres sub etapas que son: visión – misión, valores y principios; a partir de ello devienen los objetivos e ideales de la organización”⁴⁴.

3.2.1 Visión

“La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco referencial de lo que una empresa quiere y espera ser en el futuro.

⁴⁴ NÚÑEZ Espinosa Marcelo, Planificación estratégica, Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias de la Educación, año 2001, Unidad 2, Pág. 66

Para la formulación de la visión de la empresa, unidad estratégica o área, se considera una reflexión sobre las siguientes preguntas:

- ¿Si tuviera éxito, cómo sería su empresa dentro de 3 años?
- ¿Qué logros de su área le gustaría recordar dentro de 5 años?
- ¿Qué innovaciones podrían hacerse a los productos o servicios que ofrecen su empresa, unidad estratégica o área?
- ¿Qué avances tecnológicos podrían incorporarse?
- ¿Qué otras necesidades y expectativas del cliente podrían satisfacer los productos o servicios que ofrece su empresa, unidad o área, dentro de 3 a 5 años?”⁴⁵

En base a estas consideraciones se formula la Visión para el año 2015 de “Saeta Cargo Storage” de la siguiente manera:

VISIÓN 2015

“En el año 2015 “Saeta Cargo Storage” será la mejor generadora de servicios de Transporte de Carga y Bodegaje de mercaderías con el valor agregado expresado en la entrega oportuna, pronta y segura, logrando ganar continuamente prestigio con el comprometimiento de su Recurso Humano profesional, con vehículos de excelente condición e Instalaciones óptimas y seguras, lo que hará de esta empresa altamente competitivos, para posicionarnos en el mercado con la ubicación del servicio en más puntos estratégicos de la país, generando servicios de Almacenaje y Distribución de calidad basados en la responsabilidad y el trabajo en equipo, contribuyendo así al desarrollo socio-económico del Ecuador.”

3.2.2 Misión

⁴⁵ SERNA Gómez Humberto, Planeación y Gestión Estratégica, Legis Editores S.A., Santafé de Bogotá, Colombia, Pág. 162

“La misión es la concepción implícita del POR QUÉ de la organización su razón de ser, representa las cualidades, características que explica la existencia de la institución ante los ojos de la sociedad, en esencia constituye su finalidad expresada en sentido filosófico y paradigmático”.⁴⁶

La declaración de la misión permitirá saber quién es y hacia dónde se dirige la organización. Además, podrá cuantificar logros y proporcionará a los clientes la información necesaria del negocio que lo hace diferente a la competencia.

MISIÓN

Saeta Cargo Storage es una empresa que brinda un servicio de Transporte de Carga y Bodegaje diferenciado, orientado hacia un Bodegaje de mercaderías ordenado, Transporte y distribución Pronta y Segura, dando como primera prioridad el satisfacer las expectativas y atender las necesidades de nuestros clientes, a través de vehículos de optimo estado un personal de calificad, responsable, y profesional.

3.2.3 Objetivos Estratégicos

OBJETIVO GENERAL:

- *Ser reconocidos por brindar el mejor Servicio de Transporte de carga y Bodegaje de Mercaderías en forma segura y oportuna a los requerimientos de los clientes, permitiendo así ganar espacio en el mercado del sector, y poder seguir expandiendo el servicio hacia otros puntos del país.*

⁴⁶NUÑEZ Espinosa Marcelo, Planificación Estratégica, Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias de la Educación, año 2001, Unidad 2, Pág. 71

Igualmente es necesario formular objetivos específicos, que permitan cumplir con la visión y misión de la empresa al igual que su objetivo principal, por tanto a continuación se detalla los objetivos estratégicos específicos:

Servicio:

- Proporcionar al cliente un servicio de buena calidad que satisfaga sus necesidades y expectativas.
- Lograr un alto grado de especialización en el proceso de Bodegaje y distribución de la carga para abaratar los costos y por ende los precios de prestación sin que ello repercuta en la calidad del Servicio.

Administrativa – Financiera:

- Velar por el uso eficiente y eficaz de los recursos disponibles.
- Formar una empresa competitiva, que permita obtener la mayor rentabilidad posible sobre la inversión.

Comercialización:

- Posicionar la marca en el mercado al cabo de tres años, logrando el reconocimiento del servicio por sus cualidades diferenciadoras: Oportunidad, Prontitud y Seguridad, para establecer y mantener una posición de liderazgo en el mercado.
- Captar clientes y Mantener constantemente las instalaciones y bodegas al 100% ocupadas.

3.2.4 Principios y valores

Cada organización por pequeña que sea tiene su propia cultura, la que le da su propia identidad. La cultura de una institución incluye los valores, creencias y comportamientos que se consolidan y se comparten durante la vida empresarial.

PRINCIPIOS:

Los principios son conceptos fundamentales que apoyan al desarrollo de la administración. Las actividades a desarrollarse en Saeta Cargo Storage estarán basadas en los siguientes principios:

- COLABORACIÓN HACIA EL CLIENTE:** Saeta Cargo Storage considerada el principio de la Colaboración hacia el Cliente, y lo ha relacionado con uno de los Principios de la Calidad Total, la cual hace referencia a trabajar en toda la organización en la búsqueda de la satisfacción las empresas clientes; obteniendo así ventaja competitiva.
- PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN:** La calidad en la gestión administrativa es básica en cuanto a presupuestos y programas de gestión.
- DISCIPLINA:** Los Socios y recurso Humano respetarán las reglas establecidas por la compañía. Para obtener esto tiene que existir un buen liderazgo el cual tiene que llegar a todos los niveles.

- ESPÍRITU DE EQUIPO:** La unión hace la fuerza; debido a esto se incentivará que exista espíritu de equipo dentro de la organización ya que se pretende que el recurso humano tengan el mayor sentido de unidad.

- COMPETITIVO:** La mentalidad del Recurso Humano será motivada tener miedo a la competencia sino al ser incompetentes.
- INNOVADOR:** Reconocimientos e incentivos que contribuyan a la iniciativa y creatividad del talento humano, mediante una política de incentivos.
- ORIENTACIÓN HACIA LOS RESULTADOS:** Para que la compañía alcance el éxito esperado, tiene que existir equilibrio y pretender satisfacer las expectativas de: clientes, proveedores, empleados.

VALORES:

“Los valores se pueden definir como una creencia de lo que es apropiado y lo que no lo es, guía las acciones y el comportamiento de los empleados para cumplir los objetivos de la organización”⁴⁷

- HONESTIDAD Y ESFUERZO:** Seriedad y cumplimiento al momento de ofrecer el servicio, además de entregar al cliente la mejor disponibilidad y compromiso que el personal puede ofrecer. Compromiso de los miembros de la empresa para llevar a acabo los objetivos propuestos, considerando el aporte individual de todo el personal.
- ÉTICA PROFESIONAL:** El Recurso Humano deberá cumplir con las normas y políticas establecidas, para que los clientes se sientan satisfechos y su retorno sea asegurado.
- RESPONSABILIDAD:** Cumplir con eficiencia todas las actividades, y velar por la integridad de las mercadería en bodegas y transporte para el beneficio y surgimiento de la empresa.

- HUMILDAD:** Existe una constante comunicación entre jefes y subalternos no sólo para el estricto control sino también para mantener un buen ambiente de trabajo. El personal deberá ser sencillo, es decir no tomar el lugar que no le corresponda. Colaborará con los clientes en todo lo que el necesite.

- CREATIVIDAD:** La tendencia de la empresa es buscar ideas innovadoras proyectadas a satisfacer las necesidades cambiantes del cliente.

- PUNTUALIDAD Y PRONTITUD:** En el cumplimiento de las responsabilidades y tareas de Almacenaje y Distribución de la carga.

⁴⁷ NÚÑEZ Espinosa Marcelo, Planificación estratégica, Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias de la Educación, año 2001, Unidad 2, Pág. 66

3.2.5 ESTRATEGIA EMPRESARIAL:

La Estrategia Empresarial determina la manera en la cual se trabajará para la consecución de los objetivos estratégicos.

3.2.5.1 Estrategia De Competitividad

- ✓ Fomentar Participación y Trabajo en Equipo: Mantenimiento reuniones con el equipo de trabajo, cada fin de mes durante 2 horas, con el fin de evaluar, determinar y recolectar sugerencias para el mejoramiento del servicio.
- ✓ Se estimará el precio del servicio igual al de la competencia, Lo que permitirá dar un mejor servicio a precios similares para generar una buena imagen, y lealtad por parte del cliente.
- ✓ Apertura a la innovación del servicio y atento a los cambios que existe en el mercado lo que permitirá actuar con fortaleza en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

3.2.5.2 Estrategia De Crecimiento

- ✓ Conquistar y crecer en el mercado: una vez que la compañía se establezca en el mercado y gane un prestigio entre la competencia, se proyectará a la expansión en lugares estratégicos de Costa y Sierra del País.
- ✓ Se realizarán estudios anuales de perfectibilidad para el lanzamiento de nuevos servicios adicionales como: Consultoría y asesoramiento en Logística y Planificación en técnicas de Bodegaje, Importación y distribución directa de productos.

3.2.5.3 Estrategia De Competencia

- ✓ Profesionalismo: La calidad es la percepción que los clientes tienen hacia los servicios, en un mundo tan competitivo no se tiene que descuidar ningún aspecto dentro del proceso total del servicio. Este proyecto está consiente de eso y contará con un personal de alto conocimiento y experiencia en el campo de Transporte y Bodegaje.
- ✓ Se estandarizará los procesos dentro del servicio, y se utilizará en forma óptima todos los insumos necesarios para dar el mejor servicio, así como un riguroso plan de mantenimiento de unidades del transporte de carga, para mantener la imagen y prestigio basados en Prontitud, Oportunidad y Seguridad.
- ✓ Fomentar el trabajo de equipo en esta pequeña organización, lo que generará un buen ambiente de trabajo y se evitará la rotación de personal, lo que creara una buena imagen al cliente, que sin duda regresará siempre y cuando se haya cumplido con sus expectativas.
- ✓ Realizar un control de calidad a lo largo de todo el proceso del servicio, para evitar problemas con los clientes y demostrando así la atención comprometida de la empresa para con los requerimientos de las empresas clientes.

3.2.5.4 Estrategia Operativa

- Evaluación y Capacitación: Durante las fases del servicio se requiere tener talento humano al que se pueda evaluar y entrenar para que sean eficaces en la prestación de servicio.

- Se documentará el proceso de cada elemento del talento humano, con el fin de determinar las limitaciones y responsabilidades de cada uno de los colaboradores en el proceso de servicio.
- Mejorar el tiempo de respuesta del servicio el mismo que trimestralmente se someter a evaluaciones para observar si se ha logrado mejorar el proceso a través de minimizar el tiempo de distribución y mejoramiento en técnicas de Almacenaje.

3.3 ESTRATEGIAS DE MERCADOTÉCNIA

La Mercadotecnia facilita a través de diversas herramientas o técnicas para que el Servicio se introduzca en el mercado y se comercialice.

A través de la determinación de diferentes estrategias permite el posicionamiento del servicio en el mercado así como también busca facilitar su comercialización, estas estrategias para el presente proyecto se formulan de la siguiente manera

3.3.1 Estrategia de Precios

Para el momento de la instalación del proyecto en marcha se adoptara el precio que presenta la competencia directa, con el fin de provocar que el cliente pruebe el nuevo servicio al mismo precio de la empresa que acudía anteriormente, y distinga los beneficios diferenciadores en servicio.

Es decir se adoptará el precio de la competencia, ajustando un porcentaje de ganancia, como también ajustando los insumos que se utilicen.

3.3.2 Estrategias de Promoción

Para promocionar los servicios de “Saeta Cargo Storage” desde un principio se cuenta con el diseño de un logotipo que identifique al Servicio y lo relacione con una figura fácil de recordar con colores que llamen la atención, además con la redacción de un slogan que impacte y venda la filosofía de servicio empresarial.

Se realizará el diseño de una página Web que permitirá presentar a la empresa, su filosofía, el perfil general del Talento Humano y de manera muy importante presentar y promocionar sus servicios de un modo dinámico y actualizado. Estudios señalan a Internet como el medio de comunicación y venta con el mayor potencial de crecimiento y efectividad y al más bajo costo. Además se presenta una gran ventaja de interfaz y comunicación directa ya que la mayoría de empresas a la que están direccionados los servicios de “Saeta Cargo Storage” poseen páginas Web institucionales, y gran parte del recurso humano administrativo de los clientes potenciales poseen acceso diario a Internet.

Esta página Web nos brinda la oportunidad de presentar en una sola herramienta: Publicidad, Promoción, Propaganda y Buzón de Sugerencias.

Por otro lado para promocionar y dar a conocer la compañía al mercado se imprimirá trípticos que contenga una información concisa de la empresa y el servicio, dichos trípticos serán entregados a los representantes de las empresas o clientes potenciales.

Durante el primer trimestre de inicio de las operaciones se publicará por mes 2 anuncios clasificados en el Diario El Comercio, desde el cuarto mes se publicará un anuncio por mes.

3.3.3 Estrategias de Servicio

En este tipo de Negocio el cliente espera un servicio caracterizado por responsabilidad, eficiencia seriedad, y prontitud.

El atributo del servicio es el beneficio que se proporciona ya que ahorra tiempo y dinero a los clientes que nos confían su producto en nuestras bodegas y transporte, por lo que se garantiza un servicio con rapidez, un almacenamiento seguro y un trabajo bien realizado, haciendo que el cliente perciba que el beneficio

del Servicio adquirido vale el precio pagado. Se lograra aquello con la contratación del personal adecuado y en constante capacitación.

Las instalaciones estarán bajo una política de ordenamiento continuo, manteniendo una estética organizada, así como una impecable presentación del talento humano que vestirán uniformes acordes a las actividades encomendadas.

3.3.4 Estrategias de Plaza

“Saeta Cargo Storage” cuenta con una ubicación locacional estratégica, al construir sus instalaciones de operación en el sector de Alangasí, se pretende explotar al máximo los beneficios de tener vías de acceso sin trafico, en una zona no residencial, y de fácil conexión a carreteras dirigidas a las regiones Costa, Sierra y Oriente del País.

Estrategias de Distribución.

Dada las características del servicio, donde es necesario un contacto personal entre el productor del servicio y el consumidor se va a emplear un canal directo el cual es Productor del servicio → consumidor. Por lo que la estrategia distribución estará representada en la planificación y gestión logística de “Saeta Cargo Storage”. Esta planificación y gestión Logística se orientará a gestionar y diseñar procesos y técnicas de Almacenamiento, clasificación, transporte y distribución de mercaderías. A través de sus recursos, instalaciones y vehículos. Estandarizando y determinando rutas terrestres, tarifas y tiempos óptimos que conduzcan a una distribución pronta y efectiva.

3.4 LA ORGANIZACIÓN

“Es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos para la misma”⁴⁸.

⁴⁸ www.monografias.com

3.4.1 LA ESTRUCTURA ORGÁNICA.

Si bien es cierto, este proyecto tiene la finalidad de brindar un servicio específico al mercado objetivo identificado en el Cantón Quito, también es cierta la necesidad de aclarar que para que este servicio ocurra se requerirá de un punto de origen, es decir, una organización bien estructurada que lleve a cabo los planes, programas y actividades que sean necesarias para alcanzar los objetivos propuestos.

Es por ello que a continuación se procede a identificar una propuesta de estructura orgánica que mas se adapte a este proyecto, también se procederá a determinar la conformación de la organización en sus diferentes niveles jerárquicos de autoridad, responsabilidad, amplitud de decisiones, ámbito de acción y relaciones de dependencia.

Para definir la estructura organizacional es necesario tomar en cuenta puntos como: Las tareas o puestos dentro de las organizaciones, rangos, jerarquías y reglas y reglamentos⁴⁹.

“Saeta Cargo Storage” en su estructura organizacional constará de cinco niveles, los cuales a continuación se exponen en orden jerárquico:

1. Nivel Directivo, consta de la Junta de accionistas los cuales
2. Nivel de Decisión o Gerencial, esta representado por el Gerente - Administrador
3. Nivel Medio o Ejecutor, personificado por la parte administrativa, en la cual se halla una Secretaria, dos Auxiliares Contable, y un jefe de Logística y Transportes.
4. Nivel Operativo, representado por: Choferes, Bodegueros, Asistentes de chofer y Asistentes de bodega.
5. Nivel de Apoyo, el cual están representado por un Contador Externo.

⁴⁹ <http://orbita.starmedia.com>

3.4.2 Responsabilidades:

NIVEL DIRECTIVO

El nivel directivo tiene como función la formulación de las políticas y objetivos corporativos o empresariales, así como establecer las estrategias y la normas de acción evaluar los resultados alcanzados por la empresa y corregir acciones resultantes, conforme a los informes anuales presentados⁵⁰.

Junta General de Socios:

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Directivo
DENOMINACION DEL CARGO:	Junta General de accionistas
INTEGRANTES:	- Presidente - Accionistas

B. – Atribuciones Y Obligaciones. (Breve Resumen).

- Nombrar el gerente general
- Decidir sobre aumentos de capital
- Establecer los objetivos, metas y políticas corporativas.
- Autorizar al Gerente para el otorgamiento de poderes generales.
- Delegar en el Gerente sus atribuciones.
- Cuidar el estricto cumplimiento de todas las disposiciones contenidas en los estatutos.

⁵⁰ www.elprisma.com

NIVEL DE DECISIÓN O GERENCIAL

“Este adopta las decisiones globales que afectan a toda la empresa, guía, coordina y controla su actividad, debe hacer cumplir los objetivos, y decidir sobre las acciones de la misma en todas las áreas, también tiene que tomar decisiones en lo referente a la contratación de servicios para la empresa”⁵¹.

Gerente General

A. – Identificación Del Puesto De Trabajo

NIVEL:	De decisión Gerencial
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Gerente General
DEPENDE DE:	Junta General de Accionistas
SUPERVISA A:	Departamento Administrativo/ Financiero y Técnico.

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen)

- Representar legalmente a la compañía, y responder por el cumplimiento de las leyes vigentes y los contratos suscritos.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar la gestión empresarial.
- Cumplir y hacer cumplir los acuerdos y resoluciones emitidas.
- Informar mensualmente sobre el estado económico a los accionistas.
- Responder sobre la gestión.
- Nombrar, sancionar y remover a los empleados cuando le compete.
- Firmar cheques.
- Formular políticas y planes relacionados con la administración de los recursos del servicio, que logren el fortalecimiento y desarrollo empresarial.

⁵¹ www.elprisma.com

- Administración financiera en coordinación con las diferentes áreas operativas.
- Diseñar e implementar un adecuado sistema de mercadeo y ventas del servicio.

NIVEL MEDIO O EJECUTOR

“El nivel ejecutor es el responsable de dirigir las actividades del personal bajo su cargo, deberá tener habilidad para trabajar con sus subalternos, entenderlos y motivarlos, para de esta manera poner en práctica las políticas de la organización, coordinando e integrando todos los intereses y las actividades de la empresa.

En este nivel está el departamento administrativo / financiero y el departamento técnico”⁵².

El departamento administrativo / financiero tiene una persona directamente encargada del puesto, y tiene a su cargo a una secretaria – auxiliar contable y el departamento técnico esta representado por el Jefe de Bodegas y Transporte.

Secretaria Asistente de Gerencia:

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Medio Ejecutor
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Secretaria Asistente de Gerencia
DEPENDI DE:	Gerente General
SUPERVISA A:	N/A

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen).

- Recibir, repartir y comunicar, llamadas telefónicas y documentación interna y externa.
- Recibir y generar una orden o solicitud del servicio

⁵² www.elprisma.com

- Atender al personal de la empresa y público en general.
- Reportes de novedades.
- Asistir a la Gerencia General para juntas y reuniones.
- Realizar informes de actividades de gerencia.
- Coordinar citas y reuniones del Gerente General.

Auxiliar Contable

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Medio Ejecutor
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Auxiliar Contable
DEPENDE DE:	Gerente General – Contador Externo
SUPERVISA A:	N/A

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen).

- Recepción de pagos y emisión de Facturas.
- Rol de pagos.
- Apoyar al contador general.
- Llevar y mantener actualizada la contabilidad de la empresa, así como sus respectivos registros, de acuerdo al sistema determinado por el organismo de control,
- Llevar el control de caja- bancos en forma rigurosa y diaria.
- Registrar la correcta contabilización de los comprobantes de egreso y comprobantes de diario por préstamos a empleados y anticipos de quincena.

El departamento técnico está comando por el:

Jefe de Logística.

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo

NIVEL:	Medio Ejecutor
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Jefe de Logística
DEPENDE DE:	Gerente General
SUPERVISA A:	Choferes y Bodegueros Asistentes de chofer. Asistentes de bodega

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen)

- Planificar y organizar al departamento operacional.
- Planificar técnicamente la disposición de los servicios.
- Gestionar con los bodegueros la recepción y emisión de inventarios.
- Planificar rutas y frecuencias de distribución.
- Analizar y diseñar el servicio según las exigencias del cliente y tipo de mercadería.
- Supervisar el desempeño de las actividades operacionales.

Nivel Operativo:

“El talento humano de nivel operativo es aquel que se encarga de la ejecución directa de los procesos, utilizando y maniobrando directamente maquinaria, equipos y vehículos, bajo parámetros de seguridad y políticas de calidad”⁵³.

⁵³ www.elprisma.com

Bodeguero:

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Operativo
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Bodegueros
DEPENDE DE:	Jefe de Logística
SUPERVISA A:	Asistente de bodegas

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen).

- Dirigir las actividades del personal bajo su cargo.
- Recibir y dirigir la ejecución de las ordenes de servicio
- Supervisar la organización de las bodegas.
- Clasificación y ordenamiento de la mercadería en bodegas.
- Inspeccionar instalaciones y estado de los recursos.
- Asignar responsabilidades a sus subalternos.
- Supervisar el trabajo que realice el personal a su cargo.

Chofer:

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Operativo
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Chofer
DEPENDE DE:	Jefe de Logística
SUPERVISA A:	Asistente de chofer

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen).

- Conducir los camiones de la compañía.
- Ejecutar la orden de carga y distribución de la mercadería asignada a los camiones.

- Verificar y cumplir con la hoja de ruta asignada.
- Entregar la carga en el destino final indicado.
- Velar por la seguridad y buen mantenimiento de la unidad vehicular bajo su cargo.
- Apoyarse en la colaboración del asistente asignado.

Asistente de Chofer:

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Operativo
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Asistente de Chofer
DEPENDEN DE:	Jefe de Logística Chofer
SUPERVISA A:	N/A

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen).

- Asistir al chofer en operaciones y procesos de distribución, carga y descarga de mercaderías.
- Verificar y contar la carga y descarga de mercaderías.
- Inspeccionar las seguridades de la unidad de carga.
- Lavado y Limpieza de los vehículos.

Asistente de Bodega:

A. - Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Operativo
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Asistente de Bodega
DEPENDEN DE:	Jefe de Logística Bodeguero
SUPERVISA A:	N/A

B. – Atribuciones Y Obligaciones: (Breve Resumen).

- Realizar actividades de recepción, custodia y entrega de: insumos, materiales y otros en bodega.
- Precautelar el deterioro o pérdida de los insumos, materiales, herramientas, accesorios y otros que están bajo su custodia.
- Organizar y clasificar la mercadería embodegada.
- Precautelar el correcto orden y limpieza de las instalaciones.

Nivel De Apoyo

“En este nivel intervienen especialistas y profesionales en condición de Consultores o Asesores Externos, los cuales no tienen relación de dependencia directa con la compañía, pero en algunos casos conllevan plena responsabilidad en las tareas o actividades prestadas y convenidas”⁵⁴.

Contador Externo

A.- Identificación Del Puesto De Trabajo.

NIVEL:	Apoyo- Ejecución
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Contador Externo
DEPENDE DE:	Gerente General
SUPERVISA A:	Auxiliar Contable.

B. – Obligaciones: (Breve Resumen).

- Formular con oportunidad y confiabilidad los estados financieros y reportes gerenciales.
- Revisar los libros auxiliares y principales.
- Diseñar el sistema de archivo de Documentos soporte de todas las operaciones contables.

⁵⁴ www.elprisma.com

- Cumplir con las disposiciones legales, estatutarias, reglamentarias y tributarias, así como las emitidas por la Junta General de accionistas, y Gerencia General.
- Legalizar con su firma la veracidad de los estados financieros y sumillar comprobantes de egreso, transferencia de fondos y comprobantes que se emiten en las operaciones contables.
- Verificar la correcta contabilización de los comprobantes de egreso y comprobantes de diario por préstamos a empleados y anticipos de quincena.

3.4.3 Perfiles Profesionales:

CUADRO No. 3.3
PERFILES PROFESIONALES REQUERIDOS POR CARGO

<i>GERENTE GENERAL</i>
<p><u>Requisitos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Profesional titulado en Ing. Comercial. ♣ Conocimientos especializados: en logística, Finanzas y marketing. ♣ Experiencia mínima de 3 años en puestos similares. ♣ Manejo de buenas relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 28 años.
<i>SECRETARIA ASISTENTE DE GERENCIA</i>
<p><u>Requisitos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ♣ Mujer profesional en áreas administrativas.. ♣ Sólidos conocimientos financieros, contables, tributarios y de computación. ♣ Experiencia mínima 2 años. ♣ Mayor a 24 años

AUXILIARES CONTABLES

Requisitos:

- ▲ Mujer estudiante universitaria o egresada de carreras afines a auditoría y contabilidad.
- ▲ Sólidos conocimientos contables, tributarios y de computación.
- ▲ Experiencia mínima 2 años.
- ▲ Mayor a 24 años

JEFE DE LOGÍSTICA

- ▲ Técnico en áreas logísticas.
- ▲ Sólidos conocimientos de Bodegaje y Transportes de distribución.
- ▲ Conocimientos básicos de estadística, contabilidad, administración y mecánica.
- ▲ Experiencia mínima 3 años.
- ▲ Edad mínima 28 años.

BODEGUEROS

- ▲ Bachiller.
- ▲ Sólidos conocimientos de Bodegaje
- ▲ Conocimientos básicos computación y mecánica.
- ▲ Experiencia mínima 3 años.
- ▲ Edad mínima 22 años.

CHOFER

- ▲ Chofer con licencia profesional Tipo E.
- ▲ Bachiller.
- ▲ Experiencia de conducción en carretera.
- ▲ Experiencia en distribución de mercaderías.
- ▲ Conocimientos básicos de mecánica automotriz.
- ▲ Mayor a 25 años.

Asistente de Chofer

- ▲ Chofer con licencia sportman.
- ▲ Bachiller.
- ▲ Conocimientos básicos de mecánica automotriz.
- ▲ No experiencia previa
- ▲ Edad mínima 18 años.

Asistente de Bodega

- ▲ Bachiller.
- ▲ Con conocimientos de inventarios, contabilidad y computación.
- ▲ Conocimiento de conducción de montacargas.
- ▲ Experiencia en cargos de bodegaje mínima de 3 años.
- ▲ Hombre mayor a 21 años.

3.5 Organigrama Estructural y Análisis:

“Las estructuras organizacionales son fáciles de entender, en algunos aspectos son análogas a las construcciones de edificios, se les compara en el sentido de que estos tienen puertas, las organizaciones departamentos de admisión, los pasillos y corredores de los edificios gobiernan nuestros movimientos y acciones, las organizaciones tienen reglas y procedimientos, y en varios otros aspectos se les puede comparar”⁵⁵.

“Los organigramas señalan la vinculación que existe entre los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales, los organigramas revelan:

- La división de funciones.
- Los niveles jerárquicos.
- Las líneas de autoridad y responsabilidad.
- Los canales formales de comunicación.
- La naturaleza lineal o staff del departamento.
- Los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.
- Las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento o sección.

Clases de organigramas: Los organigramas pueden ser:

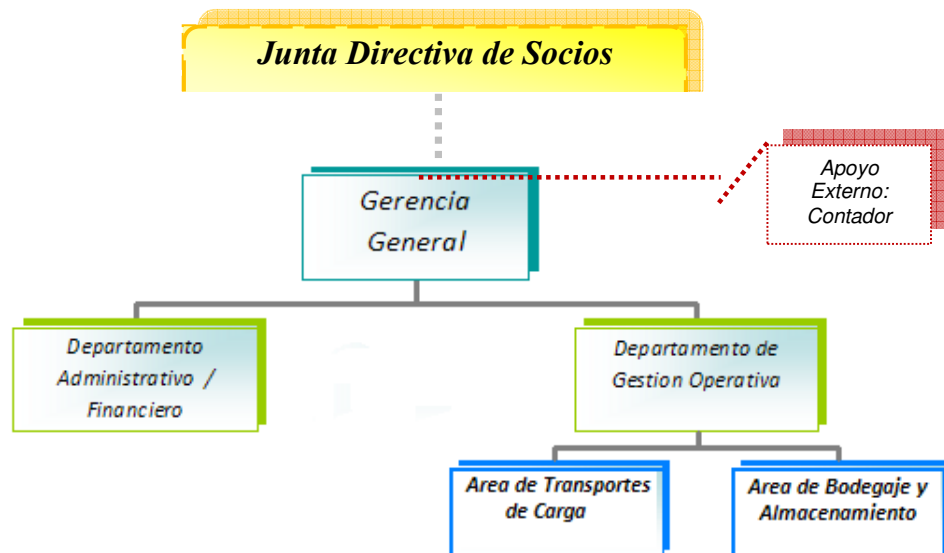
- Verticales,
- Horizontales,
- Circulares,
- Escalares ⁵⁶

El organigrama que más se adapta a la filosofía empresarial de este proyecto es uno de estructura Vertical:

⁵⁵ <http://orbita.starmedia.com>

⁵⁶ www.wikipedia.com

GRÁFICO No. 3.2: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Elaborado por: Alex Carabalí

Análisis: Organigrama Vertical

En el organigrama vertical propuesto para este proyecto, se muestra una imagen que detalla la estructura y organización de “Saeta Cargo Storage”. Cada puesto se representa por cuadros, los niveles superiores son ligados a los inferiores por líneas que representan la comunicación de responsabilidad y autoridad. De cada cuadro se conectan líneas que indican la comunicación de autoridad y responsabilidad a los puestos que dependen de él y así sucesivamente.

Ventajas:

1. Es el más usado y, por lo mismo, fácilmente comprendido.
2. Indica en forma objetiva las jerarquías del personal.

Desventaja:

Después de dos niveles, es muy difícil indicar los puestos inferiores, para lo que se requeriría hacerse organigramas muy alargados.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO FINANCIERO

“El análisis del estudio financiero permite determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, así como también conocer cual será el costo total de la operación del establecimiento y otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”⁵⁷.

Para el presente proyecto de Servicio de Transporte de Carga y Bodegaje de Mercaderías, el estudio financiero permitirá determinar la viabilidad desde el punto de vista financiero y de inversiones, además tiene como objetivos, elaborar los presupuestos de ingresos y egresos, y reflejarlos en los estados financieros, para aportar la información necesaria y estimar la rentabilidad total del proyecto con respecto a los recursos necesarios.

4.1 PRESUPUESTOS

“Los presupuestos son planes formales escritos en términos monetarios. Determinan la trayectoria futura que se piensa seguir o lograr para algún aspecto del proyecto, como pueden ser las ventas, los costos de producción, gastos de administración y ventas, costos financieros, etc”⁵⁸.

4.1.1 Presupuestos de inversión

“Este presupuesto está integrado por el conjunto de desembolsos que hay que realizar para formar la infraestructura física (maquinaria, terreno, edificios, instalaciones, etc.) e intangibles (intereses, transporte, constitución, etc.) que permitan la ejecución del proyecto”⁵⁹.

⁵⁷ www.monografias.com

⁵⁸ Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Nacional Financiera, México, Pág. 80

⁵⁹ Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Nacional Financiera, México, Pág. 81

4.1.1.1. Activos fijos

“Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto”⁶⁰

“Constituyen activos fijos, los terrenos y recursos naturales; las obras civiles (edificios para la planta industrial, oficinas, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etc.); el equipamiento (maquinaria, muebles, herramientas, vehículos y decoración en general) y la infraestructura de servicios de apoyo (Instalaciones: agua potable, alcantarillado, red eléctrica, comunicaciones, energía, etc.)”⁶¹.

Este tipo de activos ayudarán a la empresa a llevar a cabo la entrega del servicio, de esta manera la inversión que se realizará esta conformada de la siguiente manera:

CUADRO No. 4.1
ACTIVOS FIJOS

<i>DENOMINACIÓN</i>	<i>VALOR TOTAL</i>
ACTIVO FIJO	USD
<i>TERRENO</i>	<i>\$250,000.00</i>
<i>Construcción Instalaciones</i>	<i>\$644,710.45</i>
<i>VEHÍCULOS Y MAQUINARIA</i>	<i>\$244,572.00</i>
<i>EQUIPO SEGURIDAD</i>	<i>\$4,006.40</i>
<i>MUEBLES DE OFICINA</i>	<i>\$6,969.69</i>
<i>EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN</i>	<i>\$8,406.71</i>
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 1,158,665.25

**/ Se adjuntan proformas y cotizaciones

Elaborado por: Alex Carabalí

⁶¹: Preparación y Evaluación de Proyectos Econ. Edilberto Meneses Álvarez Tercera Edición

4.1.1.1.1 Depreciación:

“Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación”⁶².

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se consideró el método de línea recta, dividiendo el valor total del activo para el número de años de vida útil.

$$Dp = \frac{V.A.}{v.útil}$$

**CUADRO No. 4.2
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS**

DENOMINACIÓN	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL TOTAL				
			AÑOS	UNO	DOS	TRES	CUATRO
ACTIVO FIJO							
CONSTRUCCIÓN INSTALACIONES	644710.45	20	32235.52	32235.52	32235.52	32235.52	32235.52
VEHÍCULOS Y MAQUINARIA	244572.00	5	48914.40	48914.40	48914.40	48914.40	48914.40
EQUIPO SEGURIDAD	4006.40	3	1335.33	1335.33	1335.33		
MUEBLES DE OFICINA	6969.69	10	696.97	696.97	696.97	696.97	696.97
EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN	8406.71	3	2801.96	2801.96	2801.96		
TOTALES:	908665.25		85984.18	85984.18	85984.18	81846.89	81846.89

Elaborado por: Alex Carabalí.

4.1.1.1.2 Mantenimiento:

También es importante considerar el valor correspondiente a mantenimiento de los activos fijos, como se detalla en el siguiente cuadro:

³² Preparación y Evaluación de Proyectos Econ. Edilberto Meneses Álvarez Tercera Edición

CUADRO No. 4.3
CUADRO MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS

<i>DETALLE</i>	<i>VALOR TOTAL</i>	<i>% MANTENIMIENTO</i>	<i>MANTENIMIENTO ANUAL</i>
<i>VEHÍCULOS Y MAQUINARIA</i>	\$244,572.00	1%	\$ 2,445.72
<i>EQUIPO SEGURIDAD</i>	\$ 4,006.40	1%	\$ 40.06
<i>MUEBLES DE OFICINA</i>	\$ 6,969.69	1%	\$ 69.70
<i>EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN</i>	\$ 8,406.71	2%	\$ 168.13
<i>CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES</i>	\$644,710.45	1%	\$ 6,447.10
TOTALES:	\$908,665.25		\$ 9,170.72

Elaborado por: Alex Carabalí.

4.1.1.2 Activos Intangibles

“Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Los principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información pre operativos”⁶³.

Para la puesta en marcha de la empresa se necesitará invertir en los siguientes activos intangibles:

CUADRO No. 4.4
CUADRO INVERSIÓN Y AMORTIZACIÓN ACTIVO INTANGIBLE

<i>ACTIVO DIFERERIDO</i>	<i>VALOR</i>	<i>AMORTIZACIÓN</i>	<i>% ANUAL</i>	<i>AMORTIZACION ANUAL</i>
<i>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</i>	\$800.00	5	20%	\$160.00
<i>GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO</i>	\$2,500.00	5	20%	\$500.00
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE	\$3,300.00	TOTAL AMORT. ANUAL		\$660.00

Elaborado por: Alex Carabalí.

⁶³ Preparación y Evaluación de Proyectos. SAPAG CHAIN Cuarta Edición

4.1.1.2.1 Amortización de Activos Diferidos:

Los activos intangibles, son susceptibles a realizar amortización, para su registro contable.

“Amortizar significa considerar que un determinado elemento del activo fijo empresarial ha perdido, por el mero paso del tiempo, parte de su valor. Para reflejar contablemente este hecho, y en atención al método contable de partida doble, hay que dotar una amortización, es decir, considerar como pérdida del ejercicio la disminución del valor experimentado”⁶⁴.

4.1.1.3 Capital de Trabajo

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados”.⁶⁵

Para dicho cálculo la empresa ha fijado en su política de ventas el pago a crédito de 30 días para los servicios de Transporte de Carga y Bodegaje.

De esta manera la determinación del ciclo de caja es un periodo de 30 días, que se calculó de la siguiente manera:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Total Desembolsos Anuales}}{\text{Rotación Efectivo}}$$

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{\text{Ciclo de Caja}}$$

$$\text{Ciclo de Caja} = \text{Ciclo Operativo} - \text{Ciclo de Pago.}$$

⁶⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Amortizaci%C3%B3n>

⁶⁵ Preparación y Evaluación de Proyectos. SAPAG CHAIN Cuarta Edición

- **Ciclo de Operativo del proyecto:** 60 días.
- **Ciclo de Pago del proyecto:** 30 días.

Ciclo de Caja= 60 - 30 = 30 días.

$$\text{Rotación Efectivo} = \frac{360}{30}$$

Rotación Efectivo = 12 veces que rota el efectivo durante un año.

Total Desembolsos Anuales = Gastos Administrativos + Sueldos

CUADRO No. 4.5

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	TOTAL ANUAL	VALOR 30 DIAS
<i>Insumos Directos (combustible)</i>	\$31,082.65	\$2,590.22
<i>Servicios Básicos</i>	\$14,340.00	\$1,195.00
<i>Servicio Mantenimiento</i>	\$17,576.67	\$1,464.72
<i>Materiales, Repuestos e Insumos</i>	\$1,259.68	\$104.97
<i>Gasto Uniformes</i>	\$2,770.88	\$230.91
<i>Útiles de Aseo y limpieza</i>	\$608.90	\$50.74
<i>útiles de Oficina</i>	\$1,661.73	\$138.48
<i>Servicios seguridad y comunicación</i>	\$ 37,800.00	\$3,150.00
<i>Gasto Flete (Transp. Extra)</i>	\$237,894.96	\$19,824.58
<i>Gasto Viáticos</i>	\$33,400.00	\$2,783.33
<i>Gasto de Publicidad</i>	\$3,903.20	\$325.27
<i>Gasto Pólizas y Seguros</i>	\$8,503.80	\$708.65
<i>GASTO INSTALACIÓN EQP Y SEÑAL SEG.</i>	\$1,730.40	\$144.20
TOTAL	\$392,532.88	\$32,711.07

Elaborado por: Alex Carabali

Sueldos y Salarios anual= \$423,019.18

Capital de Trabajo = Gastos Administrativos + Sueldos y salarios anual

12

Capital de Trabajo = \$ 392,532.88 + \$ 423019.18 = \$ 815552.05

12

12

Capital de Trabajo = \$ 67,962.67

4.1.2 Cronograma de Inversiones y Reinversiones

“Además de la reunión y sistematización de todos los antecedentes correspondientes a las inversiones iniciales en activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto, se debe elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto”.⁶⁶

**CUADRO No. 4.6
CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y REINVERSIONES**

RUBROS DE INVERSIÓN	INVERSIÓN INICIAL AÑO 0	AÑOS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVOS FIJOS											
VEHÍCULOS Y MAQUINARIA	244572.00					139572.00					
EQUIPO SEGURIDAD	4006.40			4006.40							
MUEBLES DE OFICINA	6969.69										6969.69
EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN	8406.71			8406.71							
CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES	644710.45										
TERRENO	250000.00										
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	1158665.25			12413.11		139572.00					6969.69
ACTIVOS NOMINALES											
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	800.00										
GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO	2500.00										
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS NOMINALES	3300.00										
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS	1161965.25			12413.11		139572.00					6969.69

Elaborado por: Alex Carabalí.

⁶⁶ Preparación y Evaluación de Proyectos Econ. Edilberto Meneses Álvarez Tercera Edición

4.1.3 Presupuesto de Operación:

“Este presupuesto se forma a partir de los ingresos y egresos de operación y tiene como objeto estimar las entradas y salidas monetarias de la empresa, durante uno o varios períodos de acuerdo a la vida útil del proyecto”⁶⁷.

4.1.3.1 Presupuesto de ingresos.

El presupuesto de ingresos de la empresa estará conformado por la oferta del servicio de bodegaje de mercaderías o renta de bodegas así como por el servicio de distribución de productos en transporte de carga.

En la preparación del presupuesto de ingresos para el servicio de bodegaje se considera a la cuota de mercado que cubrirá el proyecto calculada en base a la capacidad instalada de las bodegas con respecto al promedio de metros cúbicos requeridos (tabulados en el estudio de mercado pregunta No. 14) y se los expresa en el número de celdas o ubicaciones necesarias (especificadas en Estudio Técnico Cuadro No. 2.5) resultando un promedio de requerimiento de 1255.84 m³ o 615 celdas.

Según el diseño físico de las instalaciones para ejecutar el servicio y en base a la capacidad total de bodegaje del complejo (7000 celdas), el proyecto permite atender a 10 clientes en los 5 Galpones construidos en un área total de 2500 m².

Se procede a calcular los ingresos del Servicio de Bodegaje con una tarifa de \$19.00 dólares mensuales por celda de almacenaje contratada.

⁶⁷ Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Nacional Financiera, México, Pág. 85

**CUADRO No. 4.7
PRESUPUESTO DE INGRESO: SERVICIO DE BODEGAJE:**

SERVICIO BODEGAJE	Requerimiento promedio mensual por cliente	Requerimiento Total promedio mensual (cap 10 clientes)	PRECIO MENSUAL SERVICIO X m3	TOTAL INGRESO MENSUAL	TOTAL INGRESO ANUAL				
					1	2	3	4	5
<i>Por Celda</i>	<i>615.61</i>	<i>6156.10</i>	<i>\$ 19.00</i>	<i>116965.90</i>	<i>1403590.80</i>	<i>1403590.80</i>	<i>1403590.80</i>	<i>1403590.80</i>	<i>1403590.80</i>
Total		25000		116965.90	1403590.80	1403590.80	1403590.80	1403590.80	1403590.80

Elaborado Por: Alex Carabalí

Para determinar el presupuesto de ingresos del servicio de transporte de carga, se procede a multiplicar la cuota de mercado que el proyecto cubrirá con los valores de tarifas promedio de destino (**Anexo S: Tarifas propuestas**) y por la estimación promedio de viajes requeridos a cada ciudad (Cuadro No. 2.7 Estudio Técnico).

CUADRO No. 4.8

PRESUPUESTO DE INGRESO ANUAL PROYECTADO SERV. TRANSPORTE CARGA							
REGIÓN	VIAJES ANUALES PROMEDIO POR FLOTA	CIUDADES	INCIDENCIA POR REGIÓN	INCIDENCIA TOTAL VIAJES	VIAJES POR CIUDAD	TARIFA PROMEDIO SERV. TRANSPORTE CARGA*	INGRESO ANUAL ESTIMADO
COSTA	720	<i>Guayaquil</i>	39%	11.70%	281	251.10	70508.88
		<i>Manta</i>	23%	6.90%	166	284.85	47171.16
		<i>Sto .Domingo</i>	17%	5.10%	122	115.29	14111.50
		<i>Machala</i>	13%	3.90%	94	334.80	31337.28
		<i>Esmeraldas</i>	8%	2.40%	58	221.40	12752.64
		TOTAL	100%	30.00%	720		175881.46
SIERRA	1440	<i>Quito</i>	41%	24.60%	590	72.36	42721.34
		<i>Ambato</i>	22%	13.20%	317	116.10	36780.48
		<i>Cuenca</i>	15%	9.00%	216	326.70	70567.20
		<i>Riobamba</i>	12%	7.20%	173	144.45	24960.96
		<i>Loja</i>	10%	6.00%	144	394.20	56764.80
		TOTAL	100%	60.00%	1440		231794.78
ORIENTE	240	<i>Lago Agrio</i>	58%	5.80%	139	233.55	32510.16
		<i>Puyo</i>	27%	2.70%	65	211.95	13734.36
		<i>Tena</i>	15%	1.50%	36	160.65	5783.40
		TOTAL	100%	10.00%	240		52027.92
TOTALES	2400			100.00%	2400		459704.16

*Anexo S: Tarifas de transporte del proyecto.

Elaborado por: Alex Carabalí.

Para este cálculo se usó una tarifa promedio de flete ya que cada tarifa varía por capacidad de carga del camión y por ciudad de destino, cabe resaltar que el peso de carga transportada varía según el tipo de producto por cada cliente y las condiciones de participación en el mercado.

Los ingresos se proyectan estables en los años posteriores debido que al brindar un servicio conjunto de Transporte de Carga y Bodegaje el proyecto tendrá una capacidad constante de servicio, principalmente dependiente de la capacidad de almacenaje de las bodegas.

**CUADRO No. 4.9
PRESUPUESTO DE INGRESO TOTAL:**

<i>SERVICIO</i>	<i>TOTAL INGRESO ANUAL</i>				
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>BODEGAJE</i>	\$ 1,403,590.80	\$ 1,403,590.80	\$ 1,403,590.80	\$ 1,403,590.80	\$ 1,403,590.80
<i>TRANSPORTE DE CARGA</i>	\$ 459,704.16	\$ 459,704.16	\$ 459,704.16	\$ 459,704.16	\$ 459,704.16
TOTAL INGRESO PRESUPUESTADO	\$ 1,863,294.96	\$ 1,863,294.96	\$ 1,863,294.96	\$ 1,863,294.96	\$ 1,863,294.96

Elaborado Por: Alex Carabalí

Las Tarifas de los fletes en Transporte de Carga y los precios del servicio de bodegaje se fijaron primordialmente tomando en cuenta: los insumos, gastos operacionales, gastos administrativos y sueldos y salarios, para así determinar los costos de brindar los dos servicios, luego se fijó una utilidad para establecer una tarifa o precio final por servicio. El objetivo principal al fijar precios y tarifas fue el de fijarlos por debajo de los precios de la competencia de tal manera que sean atractivos en el mercado y de este modo el proyecto pueda captar desde un inicio la atención de nuestro mercado meta.

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos.

En este proyecto de manera general el presupuesto de egresos están integrados fundamentalmente por: Gastos Administrativos, Insumos (combustible), Servicio de la deuda, pago de dividendos y Gastos de publicidad, entre otros:

CUADRO No. 4.10

PRESUPUESTO DE EGRESOS DEL PROYECTO

CONCEPTO	AÑOS				
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
GASTOS ADMINISTRATIVOS	615945,47	614215,07	614215,07	609869,58	609869,58
<i>Sueldos y beneficios</i>	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18
<i>Servicios Básicos</i>	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00
<i>útiles de Oficina</i>	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73
<i>Amortización Activo. Diferido</i>	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
<i>Gasto Uniformes</i>	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88
<i>Servicio Mantenimiento Y Reparaciones</i>	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
<i>Depreciaciones</i>	85984,18	85984,18	85984,18	81846,89	81846,89
<i>Mantenimiento</i>	9170,72	9170,72	9170,72	8962,52	8962,52
<i>Materiales, Repuestos e Insumos</i>	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68
<i>Servicios seguridad y comunicación</i>	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
<i>Útiles de Aseo y limpieza</i>	608,90	608,90	608,90	608,90	608,90
<i>Insumos Directos (combustible)</i>	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
<i>Gasto Pólizas y Seguros</i>	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80
<i>Gasto instal y Señal. Seg</i>	1730,40	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE VENTAS	275198,16	272778,96	272778,96	272778,96	272778,96
<i>Gasto de Ventas (Viáticos + Publicidad).*</i>	37303,20	34884,00	34884,00	34884,00	34884,00
<i>Gasto Flete (Transp. Extra)</i>	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Intereses pagados</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Servicio de la Deuda</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Nuevas Inversiones</i>			12413,11		139572,00
TOTAL EGRESOS	891143,63	886994,03	899407,14	882648,54	1022220,55

*Se resta el costo de gigantografías para año 2

Elaborado por: Alex Carabalí.

CUADRO No. 4.11

PRESUPUESTO DE EGRESOS DEL INVERSIONISTA

CONCEPTO	AÑOS				
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
GASTOS ADMINISTRATIVOS	615945,47	614215,07	614215,07	609869,58	609869,58
<i>Sueldos y beneficios</i>	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18
<i>Servicios Básicos</i>	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00
<i>útiles de Oficina</i>	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73
<i>Amortización Activo. Diferido</i>	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
<i>Gasto Uniformes</i>	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88
<i>Servicio Mantenimiento Y Reparaciones</i>	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
<i>Depreciaciones</i>	85984,18	85984,18	85984,18	81846,89	81846,89
<i>Mantenimiento</i>	9170,72	9170,72	9170,72	8962,52	8962,52
<i>Materiales, Repuestos e Insumos</i>	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68
<i>Servicios seguridad y comunicación</i>	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
<i>Útiles de Aseo y limpieza</i>	608,90	608,90	608,90	608,90	608,90
<i>Insumos Directos (combustible)</i>	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
<i>Gasto Pólizas y Seguros</i>	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80
<i>Gasto instal y Señal. Seg</i>	1730,40	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS DE VENTAS	275198,16	272778,96	272778,96	272778,96	272778,96
<i>Gasto de Ventas (Viáticos + Publicidad).*</i>	37303,20	34884,00	34884,00	34884,00	34884,00
<i>Gasto Flete (Transp. Extra)</i>	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96
GASTOS FINANCIEROS	74015,14	59212,11	44409,08	29606,06	14803,03
<i>Intereses pagados</i>	74015,14	59212,11	44409,08	29606,06	14803,03
Servicio de la Deuda	144985,59	144985,59	144985,59	144985,59	144985,59
Nuevas Inversiones			12413,11		139572,00
TOTAL EGRESOS	1110144,36	1091191,73	1088801,81	1057240,18	1182009,16

*Se resta el costo de gigantografías para año 2

Elaborado por: Alex Carabalí.

4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

El cuadro de origen y aplicación de recursos muestra la manera como se van a originar los recursos para cada uno de los rubros de las inversiones. En este cuadro se detalla los valores que se van a financiar con recursos propios y aquellos que se financiarán con recursos externos.

CUADRO No. 4.12
ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS

RUBROS DE INVERSIÓN	APLICACIÓN DE RECURSOS	ORIGEN DE RECURSOS	
		PROPIOS	BANCO
ACTIVOS FIJOS			
TERRENO	\$250.000,00	\$250.000,00	\$ -
VEHICULOS, MAQUINARIA	\$244.572,00	\$105.000,00	\$139.572,00
EQUIPO DE SEGURIDAD	\$4.006,40		\$4.006,40
MUEBLES DE OFICINA	\$6.969,69		\$6.969,69
EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN	\$8.406,71		\$8.406,71
CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES	\$644.710,45	\$146.700,00	\$498.010,45
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$1.158.665,25	\$501.700,00	\$656.965,25
ACTIVOS NOMINALES			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$800,00	\$800,00	
GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO	\$2.500,00	\$2.500,00	
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	\$3.300,00	\$3.300,00	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO	\$67.962,67		\$67.962,67
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$67.962,67	\$0,00	\$67.962,67
TOTAL INVERSIONES	\$1.229.927,93	\$505.000,00	\$724.927,93
INVERSION PORCENTUAL	100%	41,06%	58,94%

Elaborado por: Alex Carabalí.

4.1.3.4 Estructura de Financiamiento:

Para la Financiación de este proyecto se optará por una línea de crédito empresarial otorgado por el Banco General Rumiñahui ⁶⁸ con una tasa de interés del 10.21% a un plazo solicitado de 5 años.

El porcentaje de aportaciones y del crédito solicitado con respecto al total de las inversiones se detalla en el siguiente cuadro:

⁶⁸ En Anexo T: Se adjunta detalles de la línea de crédito empresarial e información otorgada por el Banco General Rumiñahui.

CUADRO No. 4.13

TABLA DE FINANCIAMIENTO					
APORTACIÓN		CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
RECURSOS PROPIOS	Capital Efectivo	5	\$ 30.000,00	\$ 150.000,00	41,06%
	TERRENO	10000 m2	\$ 25,00	\$ 250.000,00	
	Camión Hino GH	1	\$ 29.000,00	\$ 29.000,00	
	Camión Chevrolet NPR	1	\$ 23.000,00	\$ 23.000,00	
	Camión Chevrolet NQR	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	
	Camión Chevrolet FTR	1	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00	
TOTAL RECURSOS PROPIOS				\$ 505.000,00	
CRÉDITO O FINANCIAMIENTO REQUERIDO				\$724.927,93	58,94%
TOTAL INVERSION				\$1.229.927,93	100%

Elaborado Por: Alex Carabalí

La inversión total para este proyecto es de \$1,229,927.93 de los cuales el aporte propio por parte de los socios que intervienen en el proyecto es del 41.06%, constituidos por aporte en capital efectivo, camiones y terreno. Para el 58.94% restante se recurrirá a financiamiento privado a una tasa de 10.21% y un plazo de 5 años.

CUADRO No. 4.14

TABLA AMORTIZACIÓN CON DIVIDENDO VARIABLES				
CAPITAL	724.927,93			
INTERES	10,21%			
PLAZO	5	AÑOS		
No.	CUOTA	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
AÑOS	CAPITAL	PERIODO		
0				\$ 724.927,93
1	\$ 144.985,59	\$ 74.015,14	\$ 219.000,73	\$ 579.942,34
2	\$ 144.985,59	\$ 59.212,11	\$ 204.197,70	\$ 434.956,76
3	\$ 144.985,59	\$ 44.409,08	\$ 189.394,67	\$ 289.971,17
4	\$ 144.985,59	\$ 29.606,06	\$ 174.591,64	\$ 144.985,59
5	\$ 144.985,59	\$ 14.803,03	\$ 159.788,61	\$ -
SUMAS	\$ 724.927,93	\$ 222.045,42	\$ 946.973,35	

Elaborado Por: Alex Carabalí

4.1.4 Puntos de Equilibrio:

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, costos variables y beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”⁶⁹.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se utiliza la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

Para la determinación de los costos fijos y costos variables, se presenta el siguiente cuadro:

⁶⁹ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, Interamericana editores S.A. Cuarta Edición. México 2001. Pág. 171.

**CUADRO No. 4.15
PUNTO DE EQUILIBRIO**

CONCEPTO	AÑOS				
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	TOTAL COSTO FIJO	TOTAL COSTO FIJO	TOTAL COSTO FIJO	TOTAL COSTO FIJO	TOTAL COSTO FIJO
	790190,07	771237,44	756434,42	737285,90	722482,87
Sueldos y beneficios	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18
Amortización Activo. Diferido	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
Gasto Uniformes	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88
Depreciaciones	85984,18	85984,18	85984,18	81846,89	81846,89
Mantenimiento	9170,72	9170,72	9170,72	8962,52	8962,52
Materiales, Repuestos e Insumos	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68
Servicios seguridad y comunicación	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
Útiles de Aseo y limpieza	608,90	608,90	608,90	608,90	608,90
Gasto Publicidad*	3903,20	1484,00	1484,00	1484,00	1484,00
Gasto Pólizas y Seguros	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80
Gasto instal y Señal. Seg	1730,40	0,00	0,00	0,00	0,00
Intereses pagados	74015,14	59212,11	44409,08	29606,06	14803,03
Servicio de la Deuda	144985,59	144985,59	144985,59	144985,59	144985,59
útiles de Oficina	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73
Servicios Básicos	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00
COSTO VARIABLE	319954,28	319954,28	319954,28	319954,28	319954,28
Gasto Viáticos	33400,00	33400,00	33400,00	33400,00	33400,00
Insumos Directos (combustible)	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
Servicio Mantenimiento Y Reparaciones	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
Gasto Flete (Transp. Extra)	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96
TOTAL COSTO FIJO + VARIABLE	1110144,36	1091191,73	1076388,70	1057240,18	1042437,16
INGRESOS OPERACIONALES	1863294,9	1863294,9	1863294,9	1863294,9	1863294,9
PE=	954006,59	931124,84	913252,96	890134,71	872262,82
%	51,20%	49,97%	49,01%	47,77%	46,81%

Elaborado Por: Alex Carabalí

Dado que el proyecto consta de la prestación complementaria de dos servicios se determina el porcentaje que representa los ingresos por cada servicio con respecto a los ingresos totales de cada año, para de esta manera expresar el punto de equilibrio en cantidad de celdas de bodegaje, cantidad de clientes y cantidad de viajes del servicio de Transporte de Carga.

CUADRO No. 4.16
PUNTO DE EQUILIBRIO EXPRESADO EN UNIDADES

SERVICIO	%	PUNTO DE EQUILIBRIO				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO EQUILIBRIO BODEGAJE	75,33%	\$718.638,17	\$701.401,70	\$687.939,09	\$670.524,48	\$657.061,87
PUNTO EQUILIBRIO TRANSPORTE DE CARGA	24,67%	\$235.368,42	\$229.723,14	\$225.313,86	\$219.610,23	\$215.200,95
TOTAL PUNTO EQUILIBRIO	100,00%	\$954.006,59	\$931.124,84	\$913.252,96	\$890.134,71	\$872.262,82
PUNTO EQUIL. EN CELDAS ANUALES*		3151,92	3076,32	3017,28	2940,90	2881,85
PUNTO EQUIL. EN # CLIENTES		5	5	5	5	5
PUNTO EQUIL. EN # VIAJES ANUALES**		1228	1199	1176	1146	1123

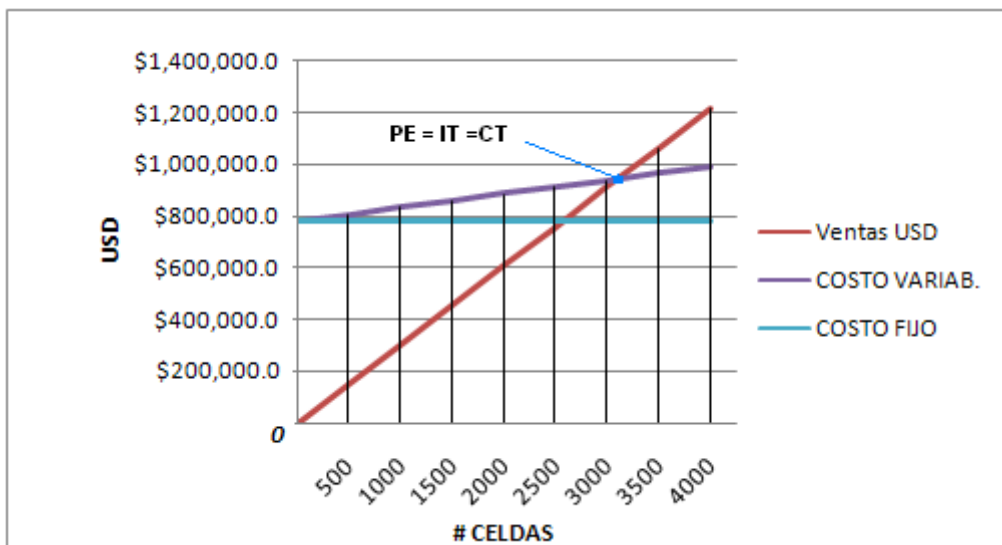
* El requerimiento promedio de celdas por cliente es de 616. Determinado en Estudio de Mercado.

** El requerimiento promedio de viajes anuales por cliente es 240.

Elaborado Por: Alex Carabalí

Dicho de otra manera para el año uno la cantidad de empresas o clientes mínima para igualar a los costos totales debe ser de 5, que cubre \$1,110,144.36 del total de costos fijos y variables.

GRÁFICO No. 4.1
PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado Por: Alex Carabalí

4.2 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS:

Los estados financieros proyectados tienen como objetivo “pronosticar un panorama futuro del proyecto y se los elabora en base a los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde la ejecución del proyecto hasta su operación”⁷⁰.

Los estados financieros permitirán la evaluación del proyecto en cuanto a: Solvencia, liquidez, estabilidad y rentabilidad.

Dentro de estos Estados Financieros se considerarán: Estado de Resultados y Flujo Neto de Fondos, tanto del proyecto como para el inversionista.

4.2.1 Del Proyecto:

4.2.1.1 Estado de Resultados

El estado de resultados es un documento que tiene como finalidad proyectar los resultados económicos que se supone tendrá el proyecto. Este estado permite determinar la utilidad neta del proyecto para posteriormente establecer los flujos netos de efectivo que representa el beneficio real del proyecto.

La utilidad neta resulta de restar a los ingresos todos los costos, gastos, participación trabajadores y los impuestos a pagar.

En el Estado de Resultados del Proyecto se determina las utilidades netas, descartando los rubros correspondientes al crédito solicitado.

⁷⁰ Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Nacional Financiera, México, Pág. 90.

CUADRO No. 4.17

ESTADO PERDIDAS Y GANANCIAS DEL PROYECTO					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96
Ventas Serv. Bodegaje	1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80
Ventas Serv. Transporte Carga	459704,16	459704,16	459704,16	459704,16	459704,16
(-) COSTOS DE VENTAS	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
Insumos Directos (combustible)	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	1832212,31	1832212,31	1832212,31	1832212,31	1832212,31
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	584862,82	578948,62	578948,62	574603,13	574603,13
(-) GASTOS DE VENTAS	275198,16	272778,96	272778,96	272778,96	272778,96
= UTILIDAD OPERACIONAL	972151,33	980484,73	980484,73	984830,22	984830,22
(-) GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Intereses pagados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	972151,33	980484,73	980484,73	984830,22	984830,22
15% Útil Trabajadores	145822,70	147072,71	147072,71	147724,53	147724,53
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	826328,63	833412,02	833412,02	837105,69	837105,69
25% Impuesto a la Renta	206582,16	208353,01	208353,01	209276,42	209276,42
=UTILIDAD NETA	619746,47	625059,02	625059,02	627829,26	627829,26

Elaborado Por: Alex Carabalí

4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

El flujo de fondos es un documento donde se consignan los pronósticos de ingresos y egresos en efectivo que permite apreciar como fluye el dinero.

El flujo de fondos se construye tomando como base el estado de resultados proyectado. Este se construye a partir de la utilidad neta, puesto que es un proyecto en el cual se tiene que pagar impuestos.

La depreciación y la amortización no representan una salida de efectivo, por lo tanto no refleja un costo real.

En el siguiente cuadro se observa los flujos netos de fondos que posteriormente permitirán determinar el análisis financiero con el Valor Actual Neto (VAN).

La principal característica del siguiente flujo es que no contempla los valores correspondientes al financiamiento:

CUADRO No. 4.18
FLUJO NETO DE FONDOS DEL PROYECTO

CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
A. INGRESOS OPERACIONALES	0,00	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96
Ventas Serv. Bodegaje		1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80
Ventas Serv. Transporte Carga		459704,16	459704,16	459704,16	459704,16	459704,16
B. EGRESOS OPERACIONES	0,00	804499,45	800349,85	800349,85	800141,65	800141,65
Insumos Directos (combustible)		31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
Gasto Flete (Transp. Extra)		237894,96	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96
Sueldos y Beneficios		423019,18	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18
Útiles de oficina		1661,73	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73
Servicios Básicos		14340,00	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00
Útiles de Aseo y limpieza		608,90	608,90	608,90	608,90	608,90
Gasto Uniformes		2770,88	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88
Mantenimiento		9170,72	9170,72	9170,72	8962,52	8962,52
Servicio Mantenimiento Y Reparaciones		17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
Materiales, Repuestos e Insumos		1259,68	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68
Servicios seguridad y comunicación		17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
Gasto Pólizas y Seguros		8503,80	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80
Gasto instal y Señal. Seg		1730,40	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto Publicidad		3903,20	1484,00	1484,00	1484,00	1484,00
Gasto Viáticos		33400,00	33400,00	33400,00	33400,00	33400,00
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0,00	1058795,51	1062945,11	1062945,11	1063153,31	1063153,31
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	67962,67
CREDITO LARGO PLAZO						
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						67962,67
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	1229927,93	352404,86	355425,72	367838,82	357000,95	496572,96
PAGO DE INTERESES						
SERVICIO DE LA DEUDA						
15% UTILIDADES TRABAJADORES		145822,70	147072,71	147072,71	147724,53	147724,53
25% IMPUESTO RENTA		206582,16	208353,01	208353,01	209276,42	209276,42
Inversión Activo Fijo	1158665,25			12413,11		139572,00
Inversión Activo Diferido	3300,00					
Capital de Trabajo	67962,67					
FLUJO DE FONDOS NETOS PROYECTO	-	706390,65	707519,40	695106,29	706152,36	634543,02

Elaborado Por: Alex Carabali

4.2.2 Del Inversionista.

Para los Estados Financieros del inversionista se procede a tomar en cuenta los valores que se generan por la adquisición de la deuda o financiamiento.

4.2.2.1 Estado de Resultados

CUADRO No. 4.19

ESTADO PERDIDAS Y GANANCIAS DEL INVERSIONISTA					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96
Ventas Serv. Bodegaje	1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80
Ventas Serv. Transporte Carga	459704,16	459704,16	459704,16	459704,16	459704,16
(-) COSTOS DE VENTAS	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
Insumos Directos (combustible)	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS	1832212,31	1832212,31	1832212,31	1832212,31	1832212,31
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	584862,82	583132,42	583132,42	578786,93	578786,93
(-) GASTOS DE VENTAS	275198,16	272778,96	272778,96	272778,96	272778,96
= UTILIDAD OPERACIONAL	972151,33	976300,93	976300,93	980646,42	980646,42
(-) GASTOS FINANCIEROS	74015,14	59212,11	44409,08	29606,06	14803,03
Intereses pagados	74015,14	59212,11	44409,08	29606,06	14803,03
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	898136,19	917088,82	931891,85	951040,36	965843,39
15% Útil Trabajadores	134720,43	137563,32	139783,78	142656,05	144876,51
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	763415,76	779525,49	792108,07	808384,31	820966,88
25% Impto a la Renta	190853,94	194881,37	198027,02	202096,08	205241,72
=UTILIDAD NETA	572561,82	584644,12	594081,05	606288,23	615725,16

Elaborado Por: Alex Carabalí

4.2.2.2 Flujo Neto de Fondos

En forma similar que el anterior, el presente Flujo detalla la dinámica de los recursos financiados. En el siguiente cuadro se separa a la inversión inicial con fondos propios y con financiamiento.

CUADRO No. 4.20
FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA

CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
A. INGRESOS OPERACIONALES	0,00	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96	1863294,96
Ventas Serv. Bodegaje		1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80	1403590,80
Ventas Serv. Transporte Carga		459704,16	459704,16	459704,16	459704,16	459704,16
B. EGRESOS OPERACIONALES	0,00	804499,45	800349,85	800349,85	800141,65	800141,65
Insumos Directos (combustible)		31082,65	31082,65	31082,65	31082,65	31082,65
Gasto Flete (Transp. Extra)		237894,96	237894,96	237894,96	237894,96	237894,96
Sueldos y Beneficios		423019,18	423019,18	423019,18	423019,18	423019,18
Útiles de oficina		1661,73	1661,73	1661,73	1661,73	1661,73
Servicios Básicos		14340,00	14340,00	14340,00	14340,00	14340,00
Útiles de Aseo y limpieza		608,90	608,90	608,90	608,90	608,90
Gasto Uniformes		2770,88	2770,88	2770,88	2770,88	2770,88
Mantenimiento		9170,72	9170,72	9170,72	8962,52	8962,52
Servicio Mantenimiento Y Reparaciones		17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
Materiales, Repuestos e Insumos		1259,68	1259,68	1259,68	1259,68	1259,68
Servicios seguridad y comunicación		17576,67	17576,67	17576,67	17576,67	17576,67
Gasto Pólizas y Seguros		8503,80	8503,80	8503,80	8503,80	8503,80
Gasto instal y Señal. Seg		1730,40	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto Publicidad		3903,20	1484,00	1484,00	1484,00	1484,00
Gasto Viáticos		33400,00	33400,00	33400,00	33400,00	33400,00
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0,00	1058795,51	1062945,11	1062945,11	1063153,31	1063153,31
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	724927,93	0,00	0,00	0,00	0,00	67962,67
CREDITO LARGO PLAZO	724927,93					
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						67962,67
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	1229927,93	544575,09	536642,39	539618,57	519343,77	649478,85
PAGO DE INTERESES		74015,14	59212,11	44409,08	29606,06	14803,03
Servicio de la Deuda		144985,59	144985,59	144985,59	144985,59	144985,59
15% UTILIDADES TRABAJADORES		134720,43	137563,32	139783,78	142656,05	144876,51
25% IMPUESTO RENTA		190853,94	194881,37	198027,02	202096,08	205241,72
Inversión Activo Fijo	1158665,25			12413,11		139572,00
Inversión Activo Diferido	3300,00					
Capital de Trabajo	67962,67					
FLUJO DE FONDOS NETOS INVERSIONISTA	(505000,00)	514220,42	526302,72	523326,54	543809,54	481637,14

Elaborado Por: Alex Carabali

4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA:

El estudio de la evaluación financiera es la parte final de toda secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. Luego de haber determinado el probable flujo de fondos de efectivo del proyecto para cinco años de operación, es necesario demostrar que la inversión propuesta será económicamente rentable o no.

Para la Evaluación Financiera se utiliza dos Métodos:

Método Dinámico: Los métodos que sí consideran el valor del dinero a través del tiempo:

- Tasa Interna de Retorno (TIR): Teóricamente la tasa interna de retorno expresa la rentabilidad proyectada en proporción directa del capital invertido en un Año Cero, es decir es la tasa máxima que debe rendir el proyecto y que debe justificar el valor de la inversión, por lo tanto constituye una herramienta de toma de decisiones en la inversión. Su formula se expresa de la siguiente manera:

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_o = 0$$

En donde:

r:	Tasa	Interna de Retorno
BN:	Beneficio Neto	
I _o :	Inversión Inicial	

Criterios de Elección de la TIR:

Como ya se comentó anteriormente, la **TIR** o tasa de rendimiento interno, es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

“El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

- Si $TIR \geq TMAR \rightarrow$ Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad).
- Si $TIR < TMAR \rightarrow$ Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida⁷¹.

Por lo tanto el presente proyecto será considerado como rentable cuando su TIR sea mayor a la TMAR de 12%.

- Valor Actual Neto (VAN): “El valor actual neto representa el valor presente de los flujos que se genera menos la inversión inicial. Un proyecto debe aceptarse si su VAN es igual o superior a cero. La formulación matemática de este criterio es:”⁷²

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_o$$

En donde:

BN_t : Beneficio Neto del Flujo en el período t.

i : Tasa de Descuento.

I_o : Inversión Inicial en el momento cero de la evaluación.

⁷¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno

⁷² SAPAG, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, McGraw Hill, Chile, 2.000.

Criterios de Elección del VAN:

- Si el VAN > 0, el proyecto puede aceptarse, la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida por la TMAR.
- VAN < 0, el proyecto debería rechazarse, la inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida por la TMAR.
- VAN = 0, La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas.

En el caso que el presente proyecto incurra en un VAN mayor o igual a cero se aceptará, pero al ser igual a cero se debería considerar otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores que aumenten los ingresos.

- Relación Beneficio Costo: De manera sencilla esta relación demuestra la rentabilidad neta adquirida por cada dólar o unidad monetaria invertida.

Se obtiene mediante la siguiente formula:

$$R B/C = \frac{\text{Ingresos Actuales}}{\text{Egresos Actuales}}$$

El criterio básico de aceptación es que la relación sea: $R B/C \geq 1$, ya que indicará el beneficio obtenido por cada dólar invertido en el proyecto.

Método Estático: Los métodos que no consideran el valor del dinero a través del tiempo.

- Periodo de Recuperación: El período de recuperación es simplemente la estimación del tiempo que el proyecto se tarda en recuperar la inversión inicial basándose en los flujos de fondos netos determinados a través de un periodo determinado de operación.

La Formula para obtener el Periodo de recuperación es:

$$PRI = \sum \text{ de n flujos hasta equiparar la inversión inicial.}$$

4.3.1 Determinación de las Tasas de Descuento

“Cuando se hacen cálculos de pasar en forma equivalente, dinero del presente al futuro se utiliza una *tasa de interés o de crecimiento del dinero*; pero cuando se quiere pasar cantidades futuras al presente, se usa una *tasa de descuento*, llamada así porque descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, y a los flujos traídos al tiempo cero se les llama flujos descontados”⁷³.

Para calcular el Valor Presente Neto se debe determinar una tasa de descuento, llamada también costo de capital o TMAR.

4.3.1.1 Determinación de la Tasa de Descuento del Proyecto.

Para la determinación de la TMAR del proyecto se considera a la tasa pasiva referencial expresada en los Bonos del estado que actualmente se ubica en el 10% y un premio al riesgo del 2%.

CUADRO No. 4.21

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO		
T-MAR	TASA REFERENCIAL	PREMIO AL TRIESGO
	10.00%	2.00%
	12.00%	

Elaborado Por: Alex Carabalí

4.3.1.2 Determinación de la Tasa de Descuento del Inversionista.

La tasa de descuento para el inversionista se llama también costo ponderado de capital, que depende de la estructura de financiamiento del proyecto.

⁷³BACA Urbina Gabriel, *Evaluación de proyectos*, Mc Graw Hill, Interamericana editores S.A. Cuarta Edición. México 2001. Pág. 214.

CUADRO No. 4.22

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

<i>APORTE</i>	<i>% DE APORTACIÓN</i>	<i>T-MAR</i>	<i>PONDERACIÓN</i>
<i>Capital Propio</i>	<i>41,06%</i>	<i>12,00%</i>	<i>4,93%</i>
<i>Crédito Bancario</i>	<i>58,94%</i>	<i>10,21%</i>	<i>6,02%</i>
<i>TMAR GLOBAL</i>			<i>10,94%</i>

Elaborado Por: Alex Carabalí

4.3.2 Evaluación Financiera del Proyecto:

Para la evaluación financiera del proyecto se considera a la TMAR igual al 12%, determinando los criterios de evaluación en base a los flujos sin financiamiento, es decir se realiza la evaluación financiera descartando la opción de crédito para la inversión inicial.

4.3.2.1 Criterios de Evaluación

Los Criterios de Evaluación para el proyecto a considerarse son los siguientes:

- Método Dinámico:
 - Tasa Interna de Retorno (TIR%)
 - Valor Actual Neto (VAN).
 - Relación beneficio/costo (R B/C)
- Método Estático:
 - Período de Recuperación

4.3.2.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

CUADRO No. 4.23

TIR DEL PROYECTO (SIN FINANCIAMIENTO)

AÑOS	BENEFICIO	TASA DESCUENTO		
	NETO	46,10%	49,14%	52,50%
0	\$ (1.229.927,93)	\$ (1.229.927,93)	\$ (1.229.927,93)	\$ (1.229.927,93)
1	\$ 706.390,65	\$ 483.498,05	\$ 473.629,47	\$ 463.206,99
2	\$ 707.519,40	\$ 331.465,18	\$ 318.072,34	\$ 304.227,64
3	\$ 695.106,29	\$ 222.895,12	\$ 209.523,40	\$ 195.993,51
4	\$ 706.152,36	\$ 154.987,81	\$ 142.716,28	\$ 130.562,67
5	\$ 634.543,02	\$ 95.325,70	\$ 85.986,44	\$ 76.932,86
	TOTALES	\$ 58.243,95	\$ -	\$ (59.004,26)

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: La Tasa Interna de Retorno para el proyecto sin financiamiento es de 49.14%, por lo tanto como la TIR es mayor que la TMAR, se considera al proyecto como viable y rentable.

4.3.2.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

CUADRO No. 4.24

VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO

T-MAR 12,00% 1,1200

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIO NETO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0	0,00	1229927,93	-1229927,93	0,00	1229927,93	-1229927,93
1	1863294,96	1156904,31	706390,65	1663656,21	1032950,27	630705,94
2	1863294,96	1155775,56	707519,40	1485407,33	921377,20	564030,13
3	1863294,96	1168188,67	695106,29	1326256,55	831493,62	494762,93
4	1863294,96	1157142,60	706152,36	1184157,63	735385,04	448772,59
5	1931257,63	1296714,61	634543,02	1095847,45	735790,69	360056,75
				TOTALES		1268400,41
				VAN		1268400,41

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: El Valor Actual Neto del presente proyecto es de \$1268400.41 dólares: lo que demuestra que es un proyecto viable que debe aceptarse ya que su VAN es mayor a cero.

4.3.2.1.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

CUADRO No. 4.25

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO DEL PROYECTO			
AÑOS	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO
0	\$ -	\$ 1.229.927,93	0,00
1	\$ 1.663.656,21	\$ 1.032.950,27	1,61
2	\$ 1.485.407,33	\$ 921.377,20	1,61
3	\$ 1.326.256,55	\$ 831.493,62	1,60
4	\$ 1.184.157,63	\$ 735.385,04	1,61
5	\$ 1.095.847,45	\$ 735.790,69	1,49
TOTAL	\$ 6.755.325,17	\$ 5.486.924,76	1,23

Elaborado por : Alex Carabalí.

Análisis: Para el proyecto sin financiamiento la relación Beneficio / Costo es de \$ 1, 23 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$ 0. 23 ctvs.

4.3.2.1.4 Período de Recuperación

CUADRO No. 4.26

PERIODO RECUPERACIÓN PARA EL PROYECTO				
AÑOS	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACUMULADO
0	\$ -	\$ 1.229.927,93	\$(1.229.927,93)	\$(1.229.927,93)
1	\$ 1.663.656,21	\$ 1.032.950,27	\$ 630.705,94	\$ (599.221,98)
2	\$ 1.485.407,33	\$ 921.377,20	\$ 564.030,13	\$ (35.191,85)
3	\$ 1.326.256,55	\$ 831.493,62	\$ 494.762,93	\$ 459.571,07
4	\$ 1.184.157,63	\$ 735.385,04	\$ 448.772,59	\$ 908.343,66
5	\$ 1.095.847,45	\$ 735.790,69	\$ 360.056,75	\$ 1.268.400,41
PERIODO DE RECUPERACIÓN				4,25
				Años

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: El periodo de recuperación estimado en el proyecto sin financiamiento es de 4.25 años lo que determina que el proyecto es rentable y sostiene un periodo de recuperación del total de la inversión menor a 5 años, tiempo para el cual se solicitó el financiamiento.

4.3.3 Evaluación Financiera del Inversionista:

Para la evaluación financiera del Inversionista se considera a una Tasa de Descuento de 10.95%, determinando los criterios de evaluación en base a los flujos de fondos considerándose al financiamiento de \$724,146.95 dólares.

4.3.3.1 Criterios de Evaluación

Al igual que la evaluación financiera del proyecto sin financiamiento se procede a establecer los mismos Criterios de Evaluación para el Inversionista, esta vez incluyendo al crédito con el objetivo de determinar el impacto que ejerce el financiamiento en la rentabilidad del proyecto.

- Método Dinámico:
 - Tasa Interna de Retorno (TIR%)
 - Valor Actual Neto (VAN).
 - Relación beneficio/costo (R B/C)
- Método Estático:
 - Período de Recuperación

4.3.3.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

CUADO No. 4.27
TIR CON FINANCIAMIENTO

AÑOS	BENEFICIO	TASA DESCUENTO		
	NETO	98,00%	99,60%	101,30%
0	\$ (505.000,00)	\$ (505.000,00)	\$ (505.000,00)	\$ (505.000,00)
1	\$ 514.220,42	\$ 259.707,28	\$ 257.624,67	\$ 255.449,78
2	\$ 526.302,72	\$ 134.247,20	\$ 132.102,76	\$ 129.881,73
3	\$ 523.326,54	\$ 67.418,21	\$ 65.809,28	\$ 64.156,61
4	\$ 543.809,54	\$ 35.382,30	\$ 34.260,95	\$ 33.118,58
5	\$ 481.637,14	\$ 15.826,83	\$ 15.202,35	\$ 14.571,39
	TOTALES	\$ 7.581,82	\$ 0,00	\$ (7.821,90)

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: La Tasa Interna de Retorno para el inversionista es de 99.60%, de igual manera ya que es mayor que la TMAR, se considera al proyecto como viable y rentable. Al comparar la TIR del proyecto con la TIR del inversionista se nota una clara diferencia que determina que es mucho más rentable trabajar con financiamiento.

4.3.3.1.2 Valor Actual Neto (VAN).

CUADRO No. 4.28

VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA

TMAR 10,94% 1,1094

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIO NETO	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES
0	724927,93	1229927,9	-505000	724927,93	1229927,9	-505000
1	1863295	1349074,5	514220,42	1679476,9	1215985,4	463491,45
2	1863295	1336992,2	526302,72	1513792,8	1086209,8	427583,01
3	1863295	1339968,4	523326,54	1364453,9	981232,24	383221,62
4	1863295	1319485,4	543809,54	1229847,5	870911,97	358935,56
5	1931257,6	1449620,5	481637,14	1148953,1	862415,19	286537,88
TOTALES						1414769,5
VAN						1414769,5

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: Para el cálculo del VAN del inversionista se considera al préstamo realizado, y a los valores que se obtienen del flujo de fondos con financiamiento, y que da como resultado un VAN de \$1414769.5 dólares, determinando la clara aceptación del proyecto.

4.3.3.1.3 Relación beneficio/costo (R B/C)

CUADRO No. 4.29

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO DEL INVERSIONISTA			
AÑOS	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	RELACIÓN BENEFICIO/COSTO
0	\$ 724.927,93	\$ 1.229.927,93	0,59
1	\$ 1.679.476,86	\$ 1.215.985,41	1,38
2	\$ 1.513.792,82	\$ 1.086.209,80	1,39
3	\$ 1.364.453,86	\$ 981.232,24	1,39
4	\$ 1.229.847,52	\$ 870.911,97	1,41
5	\$ 1.148.953,07	\$ 862.415,19	1,33
TOTAL	\$ 7.661.452,05	\$ 6.246.682,53	1,23

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: La relación Beneficio / Costo del proyecto con financiamiento es de \$1, 23 , lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$ 0. 23 ctvs.

4.3.3.1.4 Período de Recuperación.

CUADRO No. 4.30

PERIODO RECUPERACIÓN PARA EL INVERSIONISTA				
AÑOS	INGRESOS ACTUALES	EGRESOS ACTUALES	BENEFICIOS ACTUALES	ACUMULADO
0	\$ 724.927,93	\$ 1.229.927,93	\$ (505.000,00)	\$ (505.000,00)
1	\$ 1.679.476,86	\$ 1.215.985,41	\$ 463.491,45	\$ (41.508,55)
2	\$ 1.513.792,82	\$ 1.086.209,80	\$ 427.583,01	\$ 386.074,47
3	\$ 1.364.453,86	\$ 981.232,24	\$ 383.221,62	\$ 769.296,09
4	\$ 1.229.847,52	\$ 870.911,97	\$ 358.935,56	\$ 1.128.231,64
5	\$ 1.148.953,07	\$ 862.415,19	\$ 286.537,88	\$ 1.414.769,52
PERIODO DE RECUPERACIÓN				4,07
				Años

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: El periodo de recuperación estimado del inversionista es de 4.07 años lo que determina que el proyecto es rentable y sostiene que el periodo de recuperación del total de la inversión con financiamiento es menor al tiempo de recuperación del proyecto sin financiamiento.

4.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que sufrirían los Criterios de Evaluación al variar ciertos factores como el aumento o disminución en costos, ingresos y disminución de clientes. Afectando todo esto a la rentabilidad del proyecto, al proponerse varios escenarios el análisis de sensibilidad nos permite anticiparnos a las situaciones críticas y adoptar medidas de contingencia o estrategias que permitan afrontar tales circunstancias para que la rentabilidad no disminuya.

CUADRO No. 4.31

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
CRITERIO DE EVALUACIÓN	TMAR	VAN	TIR	VIABILIDAD
SITUACIÓN NORMAL				
PROYECTO	12,00%	\$ 1.268.400,41	49,14%	VIABLE
INVERSIONISTA	10,94%	\$ 1.414.769,52	99,60%	
INCREMENTO 20% Anual en los Costos				
PROYECTO	12,00%	\$ 690.693,09	33,25%	VIABLE
INVERSIONISTA	10,94%	\$ 821.651,61	65,40%	
DISMINUCIÓN 30% Anual en CLIENTES				
PROYECTO	12,00%	\$ (400.618,91)	-2,74%	MUY SENSIBLE
INVERSIONISTA	10,94%	\$ (298.810,77)	-18,52%	
INCREMENTO 10% Anual en costos y DISMINUCIÓN 20% en Clientes				
PROYECTO	12,00%	\$ (110.065,53)	8,21%	MUY SENSIBLE
INVERSIONISTA	10,94%	\$ (493,15)	10,91%	

Elaborado Por: Alex Carabalí

Análisis: El cuadro anterior presenta un análisis de sensibilidad tanto para el proyecto como para el inversionista, en donde se trabajó con 3 posibles escenarios:

- Incremento 20% Anual en los Costos: al incrementar los costos en un 20% se puede notar que para el proyecto y para el inversionista todavía es viable, con un VAN superior a cero y un TIR mayor que la tasa de descuento, sin embargo como principal estrategia al aumentar costos se recomienda analizar ofertas de otros proveedores, aunque uno de los principales insumos del proyecto es el Diesel lo cual no nos deja alternativa si el gobierno decide subir los precios de combustible a nivel nacional.
- Disminución 30% Anual de los Clientes: Se puede notar que el proyecto es más sensible a una disminución de ingresos que a un aumento de costos. Al disminuir la captación de mercado en un 20%,

el proyecto se ve afectado de gran manera ya que el VAN están por debajo de cero y la TIR por debajo de la tasa de descuento para el proyecto con y sin financiamiento, Por lo que como estrategia se recomienda fidelizar al cliente con un buen servicio, ofrecer tarifas y precios competitivos, y principalmente tratar de celebrar contratos con clientes de largo plazo de 3 o 5 años, para que así el cliente este asegurado y goce de los servicios propuestos.

- Incremento 10% en Costos y Disminución 20% de Clientes: Este escenario se muestra Muy Sensible ya que los criterios de evaluación para el proyecto con y sin financiamiento son críticos con un VAN menor a cero y un TIR por debajo de la tasa de descuento. Lo que amerita que mantengamos los clientes ante una un aumento de costos para evitar el fracaso del proyecto.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. Conforme al estudio de mercado realizado, el servicio planteado tiene la aceptación del 71.30% de los potenciales clientes y usuarios del servicio de transporte de carga y bodegaje, lo que determina que el proyecto es viable.
2. La captación del mercado o demanda insatisfecha (0.79%) se ve limitada de acuerdo a la capacidad de las instalaciones, por lo que los ingresos anuales únicamente aumentarán en función de los precios o tarifas y no por la captación o crecimiento en el mercado, al menos no con las mismas instalaciones, ya que para captar mas mercado se tendría que instalar una locación sucursal manteniendo la misma filosofía empresarial.
3. La ubicación óptima del proyecto se encuentra en la zona de Alangasí en donde se dispondrá de una capacidad instalada del 100% , con 7000 celdas de almacenaje o 14280 metros cúbicos y una flota de camiones con capacidad total de 42 toneladas de carga.
4. Los factores relevantes que más influyeron al momento de la macro y micro localización del presente proyecto fueron la ubicación estratégica en una zona no residencial con de acceso libre de tráfico y una rápida conexión con rutas y carreteras que permiten viajar a destinos de la Costa, Sierra y Oriente sin tener que atravesar toda la ciudad de Quito.

5. El diseño de la infraestructura del proyecto, esta distribuido óptimamente para que los dos servicios se presten con eficacia, definiéndose las áreas de acceso y de parqueadero de los vehículos en las zonas de descarga y el correcto diseño de las bodegas respetando espacios para tránsito de montacargas y circulación peatonal de los colaboradores del servicio, para así ubicar, perchar y almacenar los productos en forma ordenada y clasificada.

6. En vista de que “Saeta Cargo & Storage” es una empresa que requiere de una gran inversión en sus instalaciones y vehículos, se adoptará la personería jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, donde cinco socios responderán por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones individuales.

7. Los resultados de la evaluación financiera demuestran que el proyecto es rentable. El análisis financiero del proyecto confirma la viabilidad financiera, tanto para el proyecto como para el inversionista, todos los índices de evaluación demuestran beneficio y rentabilidad del mismo.

8. El análisis de sensibilidad es de gran ayuda, ya que un país en vías de desarrollo como el nuestro, la economía es inestable y lo planificado no siempre puede cumplirse, por eso es necesario que se actúe con anterioridad y saber los resultados para poder tomar las correctas decisiones de contingencia.

5.2 Recomendaciones

1. Ejecutar el proyecto, en razón a los resultados y proyecciones: mercado lógicas, técnicas y financieras que resultaron positivas y alentadoras que lo califican como viable y rentable.
2. Debido a las tendencias mundiales y sobre todo nacionales, el servicio propuesto debe contar con los altos índices de calidad, control y manejo de tiempo de entrega, manejo de la mercadería y sus respectivas garantías. De manera que serán un factor determinante en la entrega del servicio.
3. Es recomendable para el proyecto que los servicios de Transporte de Carga y Bodegaje se oferten con calidad en forma pronta, segura y oportuna para crear fidelidad a la marca por parte de los consumidores.
4. Se recomienda negociar con los potenciales clientes contratos que involucren periodos mayores a un año para así asegurar los ingresos de la empresa, ofreciendo tarifas y precios preferenciales durante el periodo del contrato.
5. Para que la empresa sea líder y pueda alcanzar sus objetivos, es necesario que la filosofía empresarial sea conocida y aplicada por todos los miembros de la empresa.
6. Fomentar un ambiente laboral de positivismo, compañerismo y comprometimiento, evitando la rotación de personal que afectaría a la calidad en la entrega del servicio.
7. Se recomienda firmemente ofrecer en forma constante servicios de alta calidad, para ganar un prestigio y reconocimiento en el mercado que permita la opción de construir una sucursal similar y de esa manera ganar más participación en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA Y CITADA:

- SAPAG, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, McGraw Hill, Chile, 2.000.
- BACA Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, Interamericana editores S.A. Cuarta Edición. México 2001.
- Preparación y Evaluación de Proyectos Econ. Edilberto Meneses Álvarez
- Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Nacional Financiera, México.
- José Nicolás Jany Investigación integral de mercado
- Fundamentos de Marketing Staton. Etzel. Walker
- Villaseñor Eduardo, Salguero Mario, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Robert H. Frank – Microeconomía y conducta.
- Constitución Política de La República del Ecuador.
- Código Civil Ecuatoriano.
- NÚÑEZ Espinosa Marcelo, Planificación estratégica, Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias de la Educación, año 2001.
- SERNA Gómez Humberto, Planeación y Gestión Estratégica, Legis Editores S.A., Santafé de Bogotá, Colombia.

Links de Internet:

- www.monografias.com
- www.wikipedia.org
- <http://www.bomberosquito.gov.ec/Servicios2.html>
- <http://biblioteca.manizales.unal.edu.co/documentos/trabajodegrado.pdf>
- www.geocities.com
- www.elprisma.com
- www.orbita.starmedia.com
- www.ecuadoremprendedor.com/concptleg-html/
- www.solcrear.com