



UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA INGENIERIA COMERCIAL.

TESIS DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
COMPAÑÍA DE MUDANZAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autores:

Bautista Osorio María Isabel

Moreno Valverde Juan Carlos

Director:

Cárdenas Cárdenas Marcelo

Latacunga - Ecuador

Enero - 2011

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**Estudio de Factibilidad para la creación de una Compañía De Mudanzas en la Ciudad de Latacunga**”, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Juan Carlos Moreno Valverde
C.I. 050225755-3

.....
María Isabel Bautista Osorio
C.I. 050285213-0

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“Estudio de Factibilidad para la creación de una Compañía De Mudanzas en la Ciudad de Latacunga ”, de Moreno Valverde Juan Carlos y Bautista Osorio María Isabel, postulantes de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Carrera de Ciencias Administrativas, Humanísticas y del Hombre de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Enero, 2011

El Director

.....
ING. M.B.A Milton Marcelo Cárdenas Cárdenas

AGRADECIMIENTO

Al dar un gran paso en nuestras vidas, es muy importante agradecer en primer lugar a Dios por la salud y la vida, a toda nuestra familia por el apoyo incondicional en cada una de nuestras actividades, a todos nuestros amigos por la comprensión y ayuda, a la Universidad Técnica de Cotopaxi por contribuir e impulsar al desarrollo profesional, a los docentes, y de manera especial al Ing. Marcelo Cárdenas, por su valiosa orientación en la culminación del presente trabajo.

Además a todas las personas de una u otra forma hicieron lo posible para el cumplimiento de este proyecto.

ISABEL Y JUAN CARLOS

DEDICATORIA

Con el más noble sentimiento, dedico este Proyecto a las personas que mas amo en el mundo, mis padres, Alonso Bautista y Rosa Osorio quienes me enseñaron que ante las adversidades jamás debemos desmayar y luchar por las metas que se desea alcanzar.

Además a mis hermanos quienes han estado conmigo y me han apoyado con todo lo que ha estado a su alcance, y se que siempre voy a poder contar con ellos.

ISABEL

A mi Dios por guiar siempre mis pasos y darme la luz para seguir adelante sin desmayar ante las adversidades de la vida.

A mis padres Eduardo Moreno y España Valverde quienes me han apoyado siempre y me han enseñado que el secreto del buen vivir esta en el respeto, solidaridad y sobre todo el amor al prójimo.

A mis hermanos, Marcelo, Iván y Hugo quienes con su ejemplo de perseverancia me enseñaron a luchar por lo que uno se quiere y siempre alcanzar las metas

JUAN CARLOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y DEL HOMBRE
Latacunga – Ecuador

TEMA: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA COMPAÑÍA DE MUDANZAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA"

Autores: ISABEL Y JUAN

RESUMEN

El presente trabajo titulado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA COMPAÑÍA DE MUDANZAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA", el objetivo general del presente trabajo fue Elaborar un proyecto de factibilidad para implementar un servicio de transporte de bienes personales con el propósito de mejorar el sistema de mudanzas en la ciudadanía Latacungueña, que brinde nuevas alternativas de negocio y que permita mejorar la calidad de vida de los mismos, para comprobar este objetivo se procedió a realizar el estudio de mercado, técnico y financiero respectivamente, los métodos que se utilizaron para la recopilación de información fueron: Inductivo-deductivo, analítico y sintético y la metodología de la investigación será la cualitativa y cuantitativa, debido a que se necesita obtener datos numéricos de la demanda y oferta; además, cualidades de los servicios a ofertarse, esta se la realizará a través de encuestas.

El estudio de factibilidad constituye una herramienta fundamental para quienes pretenden realizar proyectos de inversión, mediante dicho estudio se procede a demostrar que rentable puede llegar a ser la idea de inversión.

Luego de realizar el estudio de análisis crítico del presente trabajo investigativo se concluye que los proyectos de inversión deben ser realizados para ideas de negocios.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y DEL HOMBRE
Latacunga – Ecuador

TOPIC: “STUDY CITIZENSHIP FOR THE CREATION OF A MOVING COMPANY IN THE CITY OF LATACUNGA.”

Creator: ISABEL Y JUAN

ABSTRACT

This work titled “study citizenship for the creation of” The general objective to this study was to develop a draft citizenship, to implement a personal transport service, for the purpose of improving the system moving in Latacungueños.

Feasibility; that provide new business alternatives and allow market business, technical and financial respectively the menthols that were used for data collection was Inductive, Deductive, Analytical and Systematic. The research methodology will be qualitative and quantitative, because it is necessary to obtain numerical data of demand and supply, also qualities of the services to be bid. This will be achieved through surveys.

Citizenship study is an essential tool for those who intend to carry out investment projects through the study proceeds to demonstrate that cost can be the idea of investment.

After the study of critical analysis of this research work, we conclude that investment projects should be made to business ideas.

INDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	página
AUTORIA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INDICE DE CONTENIDOS	viii
<i>INDICE DE TABLAS</i>	xiv
<i>INDICE DE GRAFICOS</i>	xvi
<i>INDICE DE ANEXOS</i>	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPITULO I.....	1
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	1
1.1. Administración	1
1.2. Importancia de la administración.....	2
1.3. Proceso administrativo	3
1.3.1. Planificación	4
1.3.1.1. Actividades importantes de planificación.....	4
1.3.2. Organización.....	5
1.3.2.1. Actividades importantes de organización.....	5
1.3.3. Dirección.....	6
1.3.3.1. Actividades importantes de la dirección.....	6
1.3.4. Control.....	7
1.3.4.1. Actividades importantes de control.....	7
1.4. Proyectos.....	8
1.4.1. Tipos de proyectos	9
1.4.2. Importancia del proyecto de inversión	12
1.4.3. Elementos del proyecto de inversión.....	12
1.4.3.1. Estudio de mercado.....	12
1.4.3.1.1. Análisis de la Demanda	14

1.4.3.1.2. <i>Análisis de la Oferta</i>	15
1.4.3.1.3. <i>Demanda Insatisfecha</i>	15
1.4.3.1.4. <i>Análisis de Precios</i>	16
1.4.3.1.5. <i>Comercialización del Producto</i>	17
1.5. <i>Estudio Técnico</i>	18
1.5.1. <i>Partes de un Estudio Técnico</i>	19
1.5.1.1. <i>Análisis del Tamaño Óptimo del Proyecto</i>	19
1.5.1.2. <i>Análisis Localización Óptima del Proyecto</i>	19
1.5.1.2.1. <i>Macro Localización</i>	20
1.5.1.2.2. <i>Micro localización</i>	21
1.5.1.3. <i>Ingeniería del Proyecto</i>	21
1.5.3.1. <i>Elementos de la Ingeniería del Proyecto</i>	22
1.5.3.1.1. <i>Procesos Productivos</i>	22
1.5.3.1.2. <i>Infraestructura</i>	22
1.5.3.1.3. <i>Determinación de Necesidades de Insumos</i>	23
1.5.3.1.4. <i>Determinación del Tamaño de Planta</i>	23
1.5.3.1.5. <i>Propuesta administrativa</i>	24
1.6. <i>Estudio Económico-Financiero</i>	24
1.6.1. <i>Estudio Económico</i>	24
1.6.1.1. <i>Estructuración del Análisis Económico</i>	25
1.6.1.1.1. <i>Determinación de Ingresos</i>	26
1.6.1.1.2. <i>Identificación de Costos</i>	27
1.6.1.1.3. <i>Inversión Inicial</i>	28
1.6.1.1.3.1. <i>Inversión Fija</i>	28
1.6.1.1.3.2. <i>Inversión Diferida</i>	28
1.6.1.1.4. <i>Cronograma de Inversiones</i>	29
1.6.1.1.5. <i>Depreciaciones y Amortizaciones</i>	29
1.6.1.1.6. <i>Capital de Trabajo</i>	29
1.6.1.1.7. <i>Punto de Equilibrio</i>	30
1.6.1.1.8. <i>Estado de Resultados Pro-forma</i>	30
1.7. <i>Evaluación Financiera</i>	31
1.7.1. <i>Estructura del Financiamiento</i>	31

1.7.1.1. Estados Financieros	32
1.7.1.1.1. Estado de Pérdidas y Ganancias	32
1.7.1.1.2. Estado de Situación Financiera	32
1.7.1.1.3. Estado Fuentes y Usos	32
1.7.2. Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR).....	33
1.7.3. Valor Actual Neto	33
1.7.4. Tasa Interna de Rendimiento (TIR).....	34
1.7.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	35
1.7.6. Razón Beneficio / Costo (B/C)	36
CAPITULO II	37
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	37
2. Estudio de Mercado	37
2.1. Objetivos	37
2.1.1. General.....	37
2.1.2. Específicos.....	37
2.2. Tipo de investigación	37
2.3. Metodología	38
2.4. Técnicas	38
2.4.1. La Observación.	38
2.4.2. La Encuesta.	39
2.5. Instrumento.	39
2.6. Identificación del Servicio.....	39
2.6.1. Características del Servicio	39
2.6.2. Usos y Especificaciones del Servicio	40
2.7. Mercado Objetivo.....	40
2.8. Tamaño de la Muestra	41
2.9. Plan Muestral.....	43
2.10. Análisis de la encuestas.....	43
2.10.1. Análisis del estudio de Mercado	56
2.11. Análisis de la demanda	56
2.12. Análisis de Precios	59
2.13. Análisis de la Oferta.....	59

2.13.1. <i>Demanda Insatisfecha</i>	60
2.14. <i>Análisis de Comercialización</i>	61
2.15. <i>Estrategias de Marketing</i>	61
2.16. <i>Conclusiones</i>	63
CAPITULO III	64
3.1. <i>Estudio técnico</i>	64
3.1.1. <i>Objetivos</i>	64
3.1.1.1. <i>General</i>	64
3.1.1.2. <i>Específicos</i>	64
3.3. <i>Localización del Proyecto</i>	65
3.3.1. <i>Macro Localización</i>	65
3.3.2. <i>Micro Localización</i>	67
3.4. <i>Ingeniería del proyecto</i>	70
3.5. <i>Proceso del Servicio</i>	72
3.5.1. <i>Definición del Servicio</i>	72
3.6. <i>Distribución física de la planta</i>	74
3.7. <i>Requerimientos de Proyecto</i>	75
3.7.1. <i>Activos Fijos</i>	75
3.7.1.1. <i>Recursos Materiales</i>	75
3.7.1.2. <i>Muebles y Enseres</i>	75
3.7.1.3. <i>Equipos de Cómputo y Oficina</i>	76
3.7.2. <i>Recursos Humanos</i>	77
3.7.3. <i>Suministros y Materiales</i>	78
3.7.4. <i>Útiles de Aseo</i>	79
3.7.5. <i>Servicios Básicos</i>	80
3.7.6. <i>Publicidad</i>	81
3.8. <i>Propuesta Administrativa</i>	82
3.8.1. <i>La empresa</i>	82
3.8.1.1. <i>Razón social</i>	82
3.9. <i>Marco jurídico</i>	83
3.9.1. <i>Pasos para la constitución</i>	84
3.9.2. <i>Instituciones, leyes y Requisitos</i>	86

3.9.2.1. Sri	87
3.9.2.2. <i>Municipalidad de Latacunga</i>	87
3.9.2.2.1. <i>Patente municipal</i>	87
3.9.2.2.2. <i>Control Sanitario</i>	88
3.9.2.3. <i>Formulario de línea de fábrica</i>	89
3.9.2.4. <i>Cuerpo de bomberos</i>	89
3.10. <i>Bases filosóficas</i>	89
3.10.1. <i>Nuestra Misión</i>	89
3.10.2. <i>Nuestra Visión</i>	90
3.10.3. <i>Valores</i>	90
3.10.3.1. <i>Integridad</i>	90
3.10.3.2. <i>Confidencialidad</i>	90
3.10.3.3. <i>Credibilidad</i>	90
3.10.3.4. <i>Transparencia</i>	91
3.10.3.5. <i>Imparcialidad</i>	91
3.10.3.6. <i>Excelencia</i>	91
3.10.3.7. <i>Trabajo en equipo</i>	91
3.10.3.8. <i>Profesionalismo</i>	91
3.10.4. <i>Políticas</i>	91
3.10.4.1. <i>Departamento de Recursos Humanos</i>	92
3.10.4.2. <i>Departamento de Finanzas</i>	92
3.10.4.3. <i>Departamento de Comercialización</i>	92
3.10.4.4. <i>Departamento de logística y Operación</i>	93
3.10.5. <i>Estrategias de Servicio</i>	93
3.11. <i>Estructura Administrativa</i>	94
3.12. <i>Estudio Económico Financiero</i>	97
3.12.1. <i>Inversión Inicial</i>	97
3.12.1.1. <i>Inversión Fija</i>	97
3.12.1.2. <i>Inversión Diferida</i>	97
3.12.1.3. <i>Inversión en Capital de Trabajo</i>	98
3.12.1.4. <i>Cronograma de Inversiones</i>	100
3.13. <i>Financiamiento</i>	102

3.13.1. <i>Financiamiento con Capital Propio.</i>	102
3.13.2. <i>Financiamiento Mediante Crédito</i>	102
3.14. <i>Determinación de Costos de Operación</i>	103
3.14.1. <i>Costos Fijos y Variables</i>	104
3.15. <i>Costos Anuales Proyectados</i>	104
3.15.1. <i>Costos Unitarios de Producción</i>	106
3.16. <i>Ingresos Anuales Proyectados</i>	107
3.16.1. <i>Punto de equilibrio</i>	109
3.17. <i>Estados financieros</i>	110
3.17.1. <i>Estado de resultados</i>	110
3.17.2. <i>Estado de Situación Financiera</i>	111
3.17.3. <i>Estados de Fuentes y Usos</i>	113
3.18. <i>Evaluación del Proyecto</i>	113
3.18.1. <i>Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)</i>	114
3.18.2. <i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	115
3.18.3. <i>Tasa Interna de Rendimiento (TIR)</i>	116
3.18.4. <i>Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)</i>	117
3.18.5. <i>Razón Beneficio / Costo (B/C)</i>	118
3.18.6. <i>Análisis de Sensibilidad.</i>	119
CONCLUSIONES	121
RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFIA	125

INDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
<i>Tabla 2.1 Utiliza Transporte Para Sus Mudanzas.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 2.2. El transporte más utilizado para el traslado de sus bienes muebles.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 2.3. Frecuencia utilizada en el transporte de bienes muebles.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 2.4. Transporte de bienes muebles que usted conoce.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 2.5. Percance en el traslado de sus bienes muebles.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 2.6. La demanda de servicios de mudanzas es cubierta de manera Satisfactoria</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 2.7. Le gustaría contar con un servicio especializado en mudanzas.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 2.8 Precio que esta dispuesto a pagar por este servicio.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 2.9 Precio que esta dispuesto a pagar por este servicio.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 2.10 Que le gustaría que le oferte este nuevo servicio</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 2.11 Horario más adecuado para el cambio de sus bienes muebles.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 2.12 Determinación de la demanda</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 2.13 Con qué frecuencia utiliza el transporte de bienes muebles.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 2.14 Demanda real por año</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 2.15 Demanda real por año</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 2.16 Estimación de precios.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 2.17 Determinación de la oferta.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 2.18 Determinación de la demanda insatisfecha.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 3.1 Micro Localización.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 3.2 Maquinaria y Vehículos.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 3.3. Muebles y enseres.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 3.4. Equipos de cómputo y de oficina.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 3.5 Recursos Humanos.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 3.6. Materiales de oficina.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 3.7. Útiles de aseo</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 3.8. Servicios Básicos.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 3.9. Publicidad.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 3.10. Mercaderías.....</i>	<i>82</i>

<i>Tabla 3.11. Edificio.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 3.12. Vehículos.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 3.13. Equipo de cómputo y oficina.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 3.14. Muebles y enseres.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 3.15 Capital de trabajo.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 3.16 Inversión Inicial.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 3.17 Financiamiento por crédito.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 3.18 Amortización deuda.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 3.19 Gastos administrativos.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 3.20. Gastos mantenimiento servicios.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 3.21. Gasto logística.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 3.22. Resumen gastos.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 3.23. Costos unitarios Producción.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 3.24. Demanda insatisfecha.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 3.25. Precios.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 3.26. Inflación Proyectada</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 3.27. Ingresos por Ventas.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 3.28. Punto de Equilibrio.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 3.29. Estado de Resultados.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 3.30. Balance General.....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 3.31. Estado de Fuentes y Usos</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 3.32. Tasa Mínima de Rendimiento.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 3.33. Rentabilidad del Proyecto.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 3.34. Calculo VAN</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 3.35. Calculo de Costo Beneficio.....</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 3.36. Calculo de la Sensibilidad del Proyecto.....</i>	<i>119</i>

INDICE DE GRAFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<i>Gráfico 1.1 Estructura del Análisis Económico</i>	<i>26</i>
<i>Gráfico 2.1. Utiliza Transporte para sus mudanzas.....</i>	<i>43</i>
<i>Gráfico 2.2. Transporte más utilizado para sus bienes muebles.....</i>	<i>45</i>
<i>Gráfico 2.3. Frecuencia utilizada en el transporte de bienes muebles.....</i>	<i>46</i>
<i>Gráfico 2.4. Transporte de bienes muebles que usted conoce.....</i>	<i>47</i>
<i>Gráfico 2.5. Percance en el traslado de sus bienes muebles.....</i>	<i>48</i>
<i>Gráfico 2.6. La demanda de servicios de mudanzas es cubierta de manera satisfactoria.....</i>	<i>50</i>
<i>Gráfico 2.7. Le gustaría contar con un servicio especializado en mudanzas.....</i>	<i>51</i>
<i>Gráfico 2.8. Precio que está dispuesto a pagar por este servicio.....</i>	<i>52</i>
<i>Gráfico 2.9. Precio que está dispuesto a pagar por este servicio.....</i>	<i>52</i>
<i>Gráfico 2.10. Que le gustaría que le oferte este nuevo servicio.....</i>	<i>54</i>
<i>Gráfico 2.11. Horario más adecuado para el cambio de sus bienes muebles.....</i>	<i>55</i>
<i>Grafico 3.1. Macro localización.....</i>	<i>67</i>
<i>Gráfico 3.2 Ubicación de la Compañía de Mudanzas.....</i>	<i>69</i>
<i>Gráfico 3.3 Ingeniería del Proyecto.....</i>	<i>71</i>
<i>Gráfico 3.4 Diagrama Operacional del Servicio.....</i>	<i>73</i>
<i>Gráfico 3.5 Distribución Física de la Planta</i>	<i>74</i>
<i>Gráfico 3.6 Logotipo de la Compañía.....</i>	<i>83</i>
<i>Gráfico 3.7 Organigrama Estructural.....</i>	<i>95</i>
<i>Gráfico 3.8 Organigrama Funcional.....</i>	<i>96</i>

INDICE DE ANEXOS

CONTENIDO	PÁGINA
<i>Anexo N° 1 Encuesta Aplicada.....</i>	<i>128</i>
<i>Anexo N° 2 Población de Latacunga.....</i>	<i>130</i>
<i>Anexo N° 3 Población económicamente activa proyectada.....</i>	<i>131</i>
<i>Anexo N° 4 Plan Muestral.....</i>	<i>132</i>
<i>Anexo N° 5 Plan muestral para aplicar encuestas.....</i>	<i>133</i>
<i>Anexo N° 6 Macro localización.....</i>	<i>134</i>
<i>Anexo N° 7 Distribución en Planta</i>	<i>135</i>

INTRODUCCIÓN

Al largo de los años el ir y venir de personas y productos es una característica del mundo globalizado de hoy, que cotidianamente suele pasar desapercibida para la mayoría de las personas. Sin embargo, en el centro de esta infinita dinámica contemporánea se están generando interesantes posibilidades de negocios para los emprendedores que tienen deseo de superación y que busquen opciones de inversión, las cuales les permita mejorar económicamente, teniendo muy en claro que antes de tomar cualquier riesgo, estos se deben analizar como un proyecto de inversión y tener claro la necesidad de realizar un estudio de factibilidad antes de decidir realizar una inversión, ya que esto permite conocer de una manera técnica, económica y financiera los riesgos o la rentabilidad de la inversión que se pretende realizar.

En la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, donde se desplegara la presente investigación, no se han hecho estudios similares sobre el tema de las mudanzas; es por eso que se cree importante un estudio de factibilidad para la creación de una compañía de servicio de mudanzas como un aporte de gran importancia para todos los latacungueños y de los sectores aledaños.

El interés que ha despertado en los investigadores para realizar la investigación está dada en el hecho de que se ha palpado y sentido el precario servicio de mudanza con el que cuenta la ciudad de Latacunga, realidad que es captada por todos los ciudadanos que habitan en la misma, por lo que se pretende por parte del grupo de investigación es aportar con una solución al problema de las mudanzas en la ciudad de Latacunga, mejorando de una u otro manera el servicio de las misma.

La importancia de brindar un servicio de calidad está basado en la satisfacción del cliente cualquiera que este sea, ya que cualquier servicio que se pretenda ofertar debe estar acorde con todas estas necesidades de los clientes; además creemos que sentar un precedente en relación a cualquier problema de servicio, servirá

para que se vaya desarrollando una cultura de emprendedores la cual nos permitirá servir de apoyo para el desarrollo de nuestra sociedad.

Mediante esta investigación se verán beneficiados todos los habitantes de la ciudad Latacunga, promoviendo a familias, dueños de negocios, estudiantes universitarios, profesionales, etc. A usar el servicio de una manera confiable y segura, esta idea ha sido diseñada como una propuesta creativa que vaya más allá de simples palabras, generando un espacio de colaboración y entusiasmo colectivo para asumir entre todos, uno de los mayores desafíos que es prestar un servicio de calidad que satisfaga las expectativas de nuestros futuros clientes.

CAPÍTULO I.- Analizar los contenidos teóricos y conceptuales que oriente al desarrollo de un estudio de factibilidad y al aplicar diversos procedimientos y técnicas de estudio de factibilidad que permitan sustentar la investigación realizada.

CAPÍTULO II.- Aplicar los métodos: inductivo, deductivo, analítico y sistemático los mismos que han de permitir recolectar la información necesaria para poder realizar un estudio minucioso de la población a la cual está encaminada la presente investigación además realizar el Estudio de Mercado que permitirá determinar la demanda insatisfecha en la ciudad de Latacunga.

CAPÍTULO III.- Realizar el Estudio Técnico el mismo que nos permitirá conocer la mejor ubicación de la compañía y/o las instalaciones del proyecto, donde obtendremos nuestros equipos de trabajo y el personal necesario para llevar a cabo este proyecto.

Además elaboraremos el Estudio Económico- Financiero el cual nos dará a conocer los costos reales para la creación de la compañía de mudanzas y finalmente nos ayudara a saber la rentabilidad que obtendremos en el proyecto.

CAPITULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Administración

Para una mayor comprensión el grupo de investigación cita algunos conceptos y definiciones.

Según **CABREAR**: “La Administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organización bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio” Pág.(66)

Según **TANNENBAUM F**: “La administración es el empleo de la autoridad para organizar, dirigir, y controlara a subordinados responsables y consiguientemente, a los grupos que ellos comandan, con el fin de que todos los servicios que se prestan sean debidamente coordinados en el logro del fin de la empresa”.

Analizando cada uno de estos conceptos y sobre todo entendiendo cada uno de ellos a el grupo de investigación consideran que la administración es el proceso de lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, delegación de funciones, integración de personal, dirección y control de otras personas, creando y manteniendo un ambiente en el cual la persona se pueda desempeñar entusiastamente en conjunto con otras, sacando a relucir su potencial, eficacia y eficiencia y lograr así fines determinados.

1.2. Importancia de la administración

La importancia de la administración se ve en que está imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad. El mejoramiento es su consigna constante.

REYES Ponce nos enumera la importancia de la administración como:

La administración se da donde quiera que existe un organismo social, aunque lógicamente sea más necesaria, cuanto mayor y más complejo sea éste.

El éxito de un organismo social depende, directa e inmediatamente, de su buena administración y sólo a través de ésta, de los elementos materiales, humanos, etc. con que ese organismo cuenta.

Para las grandes empresas, la administración técnica o científica es indiscutible y obviamente esencial, ya que por su magnitud y complejidad, simplemente no podrían actuar si no fuera a base de una administración sumamente técnica.

Para las empresas pequeñas y medianas, también, quizá su única posibilidad de competir con otras, es el mejoramiento de su administración, o sea, obtener una mejor coordinación de su elementos.

Actualmente en el campo económico y social, depende de una correcta administración de las empresas, ya que si cada célula de esa vida económica social es eficiente y productiva, tendremos los mejores resultados para satisfacer las necesidades existentes

La administración se aplica a todo tipo de empresa.

- El éxito de un organismo depende directa e inmediatamente de su buena administración.
- Una adecuada administración eleva la productividad
- La eficiente técnica administrativa promueve y orienta el desarrollo.
- En los organismos grandes de la administración es indiscutible y esencial.

- En la pequeña y mediana empresa la única posibilidad de competir, es aplicando la administración.

1.3. Proceso administrativo

Según **JOHN E. Mee**: “El proceso de administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa y dirigir y controlar sus actividades. El Proceso Administrativo, con elementos de la función de Administración que Fayol definiera en su tiempo como: Prever, Organizar, Comandar, Coordinar y Controlar. Dentro de la línea propuesta por Fayol, los autores Clásicos y neoclásicos adoptan el Proceso Administrativo como núcleo de su teoría; con sus Cuatro Elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar” Pág. (88)

Para **REYES P. Agustín**: “Proceso Administrativo es el conjunto de acciones interrelacionadas e interdependientes que conforman la función de administración e involucra diferentes actividades tendientes a la consecución de un fin a través del uso óptimo de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos” Pág. (98)

De la información anterior el grupo de investigación considera que el proceso administrativo es el conjunto de las diferentes etapas de la administración, las cuales siempre se utilizan durante la vida de una empresa. En todo momento de la empresa se está administrando tanto los recursos humanos como financieros, por ello en esta materia se nos dan los fundamentos para la toma de decisiones.

A continuación el grupo de investigación dan a conocer las partes que conforman el proceso administrativo:

1.3.1. Planificación

A decir de **CHIAVENATO Idalberto**: la planificación es la primera etapa del proceso administrativo y se la define como la determinación de los objetivos y la elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro” Pág. (64)

Para **STONER James**: “La planificación incluye elegir y fijar las misiones y objetivos de la organización. Después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos, incluyendo además la toma de decisiones al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuro”. Pág. (72)

1.3.1.1. Actividades importantes de planificación

- Aclarar, amplificar y determinar los objetivos.
- Pronosticar.
- Establecer las condiciones y suposiciones bajo las cuales se hará el trabajo.
- Seleccionar y declarar las tareas para lograr los objetivos.
- Establecer un plan general de logros enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores de desempeñar el trabajo.
- Establecer políticas, procedimientos y métodos de desempeño.
- Anticipar los posibles problemas futuros.
- Modificar los planes a la luz de los resultados del control.

De la información anterior el grupo de investigación manifiesta que planificar significa que los ejecutivos estudian anticipadamente sus objetivos y acciones, y sustentan sus actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica, los planes establecen los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos. Entonces es esencial para que las organizaciones

logren óptimos niveles de rendimiento, estando directamente relacionada con ella, la capacidad de una empresa para adaptarse al cambio.

1.3.2. Organización

Para **REYES Agustín**: “Esta etapa del proceso administrativo se basa en la obtención de eficiencia que solo es posible a través del ordenamiento y coordinación racional de todos los recursos que forman parte del grupo social. Después de establecer los objetivos a alcanzar, en la etapa de organización, es necesario determinar qué medidas utilizar para lograr lo que se desea, y de esto se encarga la etapa de organización.” Pág. (83)

A decir de **GUZMÁN Isaac** : “Organización es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo de aprovechamiento posible de los elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue. La estructura y asociación por lo cual un grupo cooperativo de seres humanos, asigna las tareas entre los miembros, identifica las relaciones e integra sus actividades hacia objetivos comunes”. Pág. (72)

1.3.2.1. Actividades importantes de organización.

- Subdividir el trabajo en unidades operativas (departamentos)
- Agrupar las obligaciones operativas en puestos.
- Reunir los puestos operativos en unidades manejables y relacionadas.
- Aclarar los requisitos del puesto.
- Seleccionar y colocar a los individuos en el puesto adecuado.
- Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro.
- Proporcionar facilidades personales y otros recursos.
- Ajustar la organización a la luz de los resultados del control.

De lo anterior el grupo de investigación dilucidan que la organización se trata de establecer que recursos y que actividades se requieren para alcanzar los objetivos

de la organización. Luego se debe de diseñar la forma de combinarla en grupo operativo, es decir, crear la estructura departamental de la empresa, de la estructura establecida necesaria la asignación de responsabilidades y la autoridad formal asignada a cada puesto. Podemos decir que el resultado a que se llegue con esta función es el establecimiento de una estructura organizativa.

1.3.3. Dirección

A decir de **CHIAVENATO**: “La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas”. Pág. (66)

Para **STONER James** : “Esta etapa del proceso administrativo comprende la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.

Pág. (74)

1.3.3.1. Actividades importantes de la dirección

- Poner en práctica la filosofía de participación por todos los afectados por la decisión.
- Conducir y retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo.
- Motivar a los miembros.
- Comunicar con efectividad.
- Desarrollar a los miembros para que realicen todo su potencial.
- Recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho.
- Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo.
- Revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control.

Para el grupo de investigación dirección es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo. Implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para la tarea de dirección, de hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los gerentes con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los gerentes dirigen tratando de convencer a los demás de que se les unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y la organización, los gerentes al establecer el ambiente adecuado, ayudan a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo. La dirección incluye motivación, enfoque de liderazgo, equipos y trabajo en equipo y comunicación.

1.3.4. Control.

Para **STONER James:**” El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos”. Pág. (79)

A decir de **CHIAVENATO:**” El control es la última etapa del proceso administrativo donde se debe realizar una revisión y evaluación del trabajo realizado de acuerdo a lo planteado. Es decir que el trabajo estén en perfectas condiciones y que cumpla con todas la expectativas propuestas para alcanzar el éxito empresarial”. Pág. (88)

1.3.4.1. Actividades importantes de control

- Comparar los resultados con los planes generales.
- Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño.
- Idear los medios efectivos para medir las operaciones.
- Comunicar cuales son los medios de medición.
- Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones.

- Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias.
- Informar a los miembros responsables de las interpretaciones.
- Ajustar el control a la luz de los resultados del control.

El grupo de investigación concluye que el control es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos de las empresas, además el control implica en medir el desempeño contra las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas. El control facilita el logro de los planes, aunque la planeación debe preceder del control. Los planes no se logran por si solos, éstos orientan a los gerentes en el uso de los recursos para cumplir con metas específicas, después se verifican las actividades para determinar si se ajustan a los planes.

1.4. Proyectos

El fin primario de desarrollar un proyecto debe ser producir un programa calendario en el cual los recursos, siempre limitados, se asignen a cada una de las actividades en forma económicamente óptima.

En cuanto al objetivo del proyecto, este puede ser sencillo y no demandar ni muchas tareas ni demasiados recursos; o por el contrario, puede ser complejo y exigir múltiples actividades y una gran cantidad de recursos para poder alcanzarlo.

Pero independientemente de su complejidad, característicamente todo proyecto reúne la mayoría de los siguientes criterios:

- Tener un principio y un fin
- Tener un calendario definido de ejecución
- Plantearse de una sola vez
- Constar de una sucesión de actividades o de fases
- Agrupar personas en función de las necesidades específicas de cada actividad

- Contar con los recursos necesarios para desenvolver las actividades

En lenguaje técnico la palabra "proyecto" es la transformación de esa voluntad o deseo en un plan concreto y pensado en todos sus detalles, entre los que tenemos:

¿Qué se va a hacer? Definición -identificación - producto

¿Por qué? Fundamentación - propósito

¿Para qué? Objetivos - fin

¿Cuánto? Metas

¿Dónde? Localización

¿Cómo? Actividades

¿Cuándo? Cronograma

¿Con qué y con quienes? Recursos - responsabilidades

¿Bajo qué condiciones? Supuestos

1.4.1. Tipos de proyectos

1.4.1.1. Proyectos de investigación básica / pura / teórica. Consisten en trabajos teóricos con apoyo experimental que se emprenden fundamentalmente para obtener nuevos conocimientos acerca de los fundamentos de fenómenos y hechos observables, sin pensar en darles ninguna aplicación o utilización determinada. Analiza propiedades, estructuras y relaciones, desarrolla teorías mediante el descubrimiento de amplias generalizaciones o principios, leyes y niveles de abstracciones con el propósito de hacer formulaciones hipotéticas.

1.4.1.2. Proyecto de Investigación Aplicada / Práctica / Empírica. Busca la aplicación práctica de los conocimientos existentes a una realidad

concreta. No aspira a probar hipótesis ni a crear teorías, pero sí a conocer mejor el mundo en el que vivimos y a demostrar que el conocimiento sirve para entender y contribuir a solucionar los problemas que se presentan.

1.4.1.3. *Proyectos de desarrollo tecnológico experimental.* Consisten en trabajos sistemáticos basados en los conocimientos existentes, derivados de la investigación y/o la experiencia práctica, dirigidos a la producción de nuevos materiales, productos o dispositivos, al establecimiento de nuevos procesos, sistemas y servicios, o la mejoría sustancial de los existentes, que repercutan en el desarrollo tecnológico, agregando al haber técnico y al método científico un posible beneficio económico y/o social.

1.4.1.4. *Proyectos de investigación social.* Desarrollados por investigadores individuales o por equipos de investigadores de carácter especializado, interdisciplinario o interinstitucionales, que ayuden a comprender los fenómenos sociales, económicos, políticos, culturales y de cualquier naturaleza que se produzcan en la sociedad, y que contribuyan a la búsqueda de soluciones en el menor plazo posible

1.4.1.5. *Proyectos de inversión.* Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada.

En la valoración económica pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que al momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo. En la economía contemporánea se hacen intentos, por llegar a aproximarse a métodos de medición que aborden los elementos cualitativos, pero siempre supeditados a una apreciación subjetiva de la realidad.

En tal virtud el grupo de investigación considera oportuno dar a conocer diferentes conceptos de proyectos de inversión:

Para **COHEN**: “Proyecto de inversión es la recopilación de información necesaria para implementar una actividad productiva que permita a sus promotores obtener utilidades – rentabilidad. El objetivo fundamental que tiene la evaluación de proyectos es conocer la rentabilidad económica y social de dicho proyecto, de tal manera asegure y resuelva las necesidades humanas asegurando su rentabilidad al invertir en ese negocio.”

Según **BACA Gabriel** define al ”Proyecto de inversión como un plan que se asigna determinado monto de capital y se proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”. Pág. (2)

Para **GRATEROL María Luisa**: Un Proyecto de Factibilidad lo define de la siguiente manera: “Es una propuesta de acción técnica económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros a través de un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias”. Pág. (65)

Analizando la información anterior el grupo de investigación concuerda en que un proyecto de inversión es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad. Ejemplo: maquinaria, equipo, obras públicas, bonos, títulos, valores, etc. Comprende la formación bruta de capital fijo y la variación de existencias de bienes generados en el interior de una economía. Adquisición de valores o bienes de diversa índole para obtener beneficios por la tenencia de los mismos que en ningún caso comprende gastos o consumos, que sean por naturaleza opuestos a la inversión.

1.4.2. Importancia del proyecto de inversión

Cuando los inversionistas deciden utilizar sus recursos o de terceros en una actividad productiva asumen un riesgo, el riesgo que puede significar fracasar en dicha experiencia y por consiguiente ocasionarles pérdidas. La evaluación de un proyecto de inversión tiene como propósito establecer en el presente, si dicho proyecto es rentable económica y financieramente de tal manera que los interesados puedan tomar una actitud frente al mismo, en el sentido de implementarlo o no.

1.4.3. Elementos del proyecto de inversión

1.4.3.1. Estudio de mercado

Según **BACA URBINA Gabriel**: Define al estudio de mercado como: “El área en que confluyen las fuerzas de la oferta y da demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”. Pág. (14)

A decir de **BLANCO Adolfo**: “En el estudio de mercado consiste básicamente en realizar la determinación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización. Uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, de aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitas. El objetivo fundamental de este estudio es verificar la posibilidad exacta de introducción de un producto o servicio a un mercado meta”. Pág. (102)

El grupo de investigación manifiestan que un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y

especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

A continuación el grupo de investigación da a conocer varias definiciones que ayudaran en lo posterior a entender que es y lo que quiere lograr un estudio de mercado.

Producto.- A decir de **BONTA Patricio y FARBER Mario**: "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos". Pág. (45)

Servicio.- Para **STANTON, ETZEL Y WALKER**: Servicio son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" Pág. (45)

Mercado.- A decir de **GANDÍA Joan**: Es la serie de transacciones que llevan entre sí los productores, los intermediarios y los consumidores sobre un producto específico o un servicio, para llegar a la fijación del precio de dicho producto o servicio. Está conformado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a tener la capacidad para realizar un intercambio para satisfacer la necesidad o deseo. Pág. (182)

Mercado Meta.- **KOTLER y ARMSTRONG**, consideran que un mercado meta es un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

Segmentación de Mercado.- Para **SAPAG Chaín Nassir**: "Un elemento pertinente para realizar cualquier estudio de consumidores se denomina segmentación de mercado y corresponde a la forma de agrupación de los usuarios o consumidores: edad, sexo, nivel de ingresos, educación o lugar de residencia, entre otros" Pág. (64)

A decir de **FLOR GARCÍA Gary**: "La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más

pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado”. Pág. (36)

El grupo de investigación analizando la información anterior considera que la segmentación de mercado es un esfuerzo que se realiza para mejorar la precisión del marketing de una empresa, es decir el segmento de mercado es realizar un proceso para agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

Dentro de este estudio debemos analizar factores importantes los mismos que nos ayudaran a determinar que nuestro producto o servicio van a ser aceptados de la menor manera.

1.4.3.1.1. *Análisis de la Demanda*

A decir de **BLANCO Adolfo**: “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. Pág. (62)

Para **BACA URBINA Gabriel**: “Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” Pág. (17)

El grupo de investigación consideran que la demanda es la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo ; el principal propósito que persigue el estudio de la demanda es medir las fuerzas que afecten los requerimientos del mercado sean de bienes o servicios, así también nos ayuda a

determinar la posible participación de nuestro producto en el mercado previsto en la satisfacción de dicha demanda.

1.4.3.1.2. *Análisis de la Oferta*

BACA URBINA Gabriel considera como oferta a la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” Pág. (48)

Para **MARIOTTI John.**: “Oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros” Pág. (52).

De la información anterior el grupo de investigación considera que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que persigue este estudio es determinar las cantidades y condiciones económicas al ingresar un producto o servicio al mercado. El estudio de la oferta como de la demanda son dos elementos muy importantes en el estudio del mercado, estos son el apoyo fundamental para los inversionistas; al tener un estudio real de estos factores dichos inversionistas tomaran las decisiones correctas en el entorno económico en que se desarrolla el proyecto de inversión.

1.4.3.1.3. *Demanda Insatisfecha*

Para **BACA URBINA Gabriel**: “La demanda insatisfecha la determina como la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo los cálculos”. Pág. (20)

Según **BLANCO Adolfo**: “Es la demanda en la cual el público no a logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos comprado una hoja de afeitar y al momento de utilizarla pareciera que hubiese sido reciclado y por consiguiente nos hemos sentido estafados (bueno esta es una demanda insatisfecha)” Pág. (55)

De la información anterior el grupo de investigación consideran que la demanda insatisfecha es aquella demanda que no está satisfecha por los ofertantes existentes, ante lo cual el productor quiere llegar con su bien o servicio, con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores.

1.4.3.1.4. *Análisis de Precios*

Según **FLOR GARCÍA Gary**: “El precio es la equivalencia monetaria del valor que los consumidores asignan a un producto. Se tiende a establecer el precio independientemente de los factores y se olvidan que es un factor estratégico para el posicionamiento en el mercado. Es necesario entender que el precio depende del producto y la percepción del valor que tenga de él consumidor.”Pág. (48-49).

A decir de **MARIOTTI John**: “El precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio” Pág. (105)

El grupo de investigación considera que al realizar un estudio detallado del análisis de precios nos da a conocer cuáles serán nuestros costos exactos de los productos que vamos a lanzar al mercado. El precio no lo determina el equilibrio entre la oferta y la demanda, el precio es determinado mediante el costo de producción más un porcentaje de ganancia. Así es como se determina el costo del producto para que sea lanzado al mercado. Para analizar los precios que se van a poner a un producto o servicio debemos tomar en cuenta a la competencia existente, al contar con una referencia de precios nosotros podemos disminuir el

precio, analizando los costos de producción que han sido empleados para su elaboración.

1.4.3.1.5. Comercialización del Producto

A decir de **GANDÍA Joan**: “La comercialización del producto o servicio es una herramienta de apoyo hacia las acciones de venta de la empresa, que se basa en el trabajo sobre el producto, el mercado, el precio, la publicidad y promoción, colocación estratégica en los puntos de venta” Pág. (188)

Según **UGARTE Rey**: “Comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia. Hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización:

- Orientación hacia el cliente.
- Esfuerzo total de la empresa.
- Ganancia como objetivo

(Pág.<http://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>
2009/04/18; 15h00)

El grupo de investigación consideran que uno de los aspectos esenciales en los negocios es el tipo de comercialización que se va a emplear para distribuir nuestros productos, es decir cómo hacer llegar los productos o servicios a nuestros clientes sean distribuidores, o consumidores finales, la comercialización es considerada como una parte vital en la vida de la empresa. La comercialización no es la simple transferencia de productos al consumidor es hacer llegar en una forma eficiente, satisfaciendo así las necesidades existentes. El canal de distribución es un ruta que toma un producto para pasar del consumidor al consumidor en este punto el productor siempre tendrá que elegir el canal más ventajoso para que este llegue en una forma segura.

1.5. Estudio Técnico

Según los criterios de **BACA URBINA Gabriel** “El estudio técnico comprende en realizar un análisis netamente operativo de la localización óptima del proyecto, así como también permitirá desarrollar los procesos claves de su ejecución. En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.” Pág. (86)

A decir **GRATEROL María Luisa:** “ El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” Pág. www.monografias.com/proyectos.shtml.2009/04/18;15h30

De la información anterior el grupo de investigación consideran que el estudio técnico es realizar un análisis netamente físico, el mismo que permite conocer el lugar específico, la ingeniería del proyecto , su importancia radica a la posibilidad técnica de fabricación del producto o servicio que se pretende ofertar; además de que también podemos analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización, requeridos para realizar la producción del proyecto deseado. El propósito que se persigue al realizar la determinación del tamaño óptimo de la planta consiste que la capacidad instalada se exprese en unidades de producción considerando que a menor costo de producción mayor será nuestra rentabilidad económica, al determinar el tamaño también estamos delegando funciones los cuales permite la reducción de espacios y de tiempos.

El estudio técnico puede subdividirse en cuatro partes, que son:

- Determinación del tamaño óptimo de la planta.
- Localización óptima del proyecto.
- Ingeniería del proyecto

- Análisis administrativo

1.5.1. Partes de un Estudio Técnico

1.5.1.1. Análisis del Tamaño Óptimo del Proyecto

Para **BACA URBINA Gabriel**: “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se debe realizar el análisis del tamaño del proyecto en función a la demanda, de los recursos tecnológicos, materia prima y mano de obra, financiamiento y costos de producción. Pág. (88)

El grupo de investigación considera que el tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación, que permitirá cuantificar costos de funcionamiento y de ingresos proyectados, es decir que en base al análisis del tamaño del proyecto se determinará todo lo que se necesita para su puesta en marcha.

1.5.1.2. Análisis Localización Óptima del Proyecto

Para **BACA URBINA Gabriel**: “La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo mínimo (criterio social)” Pág. (90)

A decir de **SAPAG Chaín Nassir**: “La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán la aceptación o rechazo. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región; y el de la micro localización que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto” Pág. (107)

De las definiciones anteriores el grupo de investigación dilucidan que el análisis del tamaño óptimo del proyecto debe definir claramente cuál será el mejor sitio para el proyecto para lo cual se debe considerar que la localización óptima será aquella que permita obtener una maximización de los beneficios, reduciendo al mínimo posible los costos. Básicamente para poder realizar una adecuada localización óptima del proyecto se debe tener en cuenta:

- Elección del territorio o región en general.
- Escogimiento de la localidad específica dentro de la región, y
- Selección del lugar específico para la instalación de la compañía dentro de la localidad.

1.5.1.2.1. Macro Localización

Para **BACA URBINA Gabriel**: “La selección del área donde se ubicará el proyecto se le conoce como Estudio de Macro localización. Los factores de estudio que inciden con más frecuencia son: el Mercado de consumo y la Fuentes de materias primas. De manera secundaria están: la disponibilidad de mano de obra y la infraestructura física y de servicios (suministro de agua, facilidades para la disposición y eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, combustible, servicios públicos diversos, etc.) un factor a considerar también es el Marco jurídico económico e institucional del país, de la región o la localidad” Pág. (134)

Una vez realizado el análisis el grupo de investigación consideran que la macro localización es elegir el área donde se ubicará el proyectos, los factores de estudio que inciden con más frecuencia son: el Mercado de consumo y la fuentes de materias primas, la disponibilidad de mano de obra y la infraestructura física y de servicios (suministro de agua, facilidades para la disposición y eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, combustible, servicios públicos diversos, etc.) un factor a considerar también es el marco jurídico económico e institucional del país, de la región o la localidad.

1.5.1.2.2. Micro localización

A decir de **BACA URBINA Gabriel**: “Una vez definida a la zona o población de localización se determina el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Este apartado deberá formularse cuando ya se ha avanzado el estudio de ingeniería del proyecto, los principales factores utilizados para su ponderación son: infraestructura, servicios básicos, vías de acceso, transporte, disponibilidad de mano de obra y materias primas” **Pág. (135)**

De la información anterior el grupo de investigación concuerdan que la micro localización es determinar el lugar o punto estratégico donde se ubicará el proyecto, este análisis se lo realiza en base a ponderaciones y se debe tomar en cuenta:

- Tipo de edificaciones
- Accesos al predio por las diferentes vías de comunicación, carreteras y medios de transporte
- Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas y otros servicios de manera específica
- Volumen y características de aguas residuales
- Volumen producido de desperdicios, gases, humos y otros contaminantes
- Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria

1.5.1.3. Ingeniería del Proyecto

Según **BACA URBINA Gabriel**: “La ingeniería del proyecto es proceso técnico que se utiliza para obtener bienes o servicios desde el punto de recepción de la materia prima hasta la culminación del proceso productivo. El objetivo que persigue la ingeniería del proyecto es resolver los problemas consintientes a las instalaciones y funcionamiento de la planta; los mismos nos servirán de ayuda para determinar la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura organizacional y jurídica que debe tener toda empresa.” **Pág. (140)**

A decir de **COTRINA Saúl**: “En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.” Pág. (6)

El grupo de investigación consideran que la ingeniería del proyecto consiste en realizar un diagrama de procesos productivos de los servicios o productos que se pretende oferta mediante la creación del proyecto, Además la ingeniería del proyecto sirve como base para aprovechar el espacio disponible en forma óptima, lo cual, a la vez nos ayuda a optimizar espacio, tiempo y movimientos de hombres y maquinas. Los procesos productivos son parte de la ingeniería de proyectos algunos de estos resultan sencillos, el diagrama de flujo de procesos se utiliza una simbología para representar las operaciones efectuadas.

1.5.3.1. Elementos de la Ingeniería del Proyecto

1.5.3.1.1. Procesos Productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto, o la prestación del servicio.

1.5.3.1.2. Infraestructura

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la

infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

1.5.3.1.3. Determinación de Necesidades de Insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto)

1.5.3.1.4. Determinación del Tamaño de Planta

GONZÁLEZ S.F. (1985). Establece que el conocimiento y la determinación del tamaño de una planta industrial tienen como objetivo fundamental determinar cual alternativa producirá los mejores resultados económicos para el proyecto caso de estudio

Podemos determinar que el tamaño de la planta industrial (empresa), esta dado por la capacidad instalada de producción de bienes y/o servicios de la misma, dicha capacidad de producción es expresada en términos de productos elaborados por ciclo, turno, año, según el sistema adoptado para trabajar. El presente trabajo cobra interés para su análisis, debido a que explorando la literatura existente, encontramos orientaciones para el análisis limitadas, en las que ante auditorias

técnicas y económicas a los responsables de hacer estos análisis y compras de procesos, los criterios tradicionales no les daban las respuestas clave para disminuir el riesgo de no acertar en la decisión, en este caso como primicia de análisis, son consideradas todas las opciones de paquetes tecnológicos existentes en el mercado nacional e internacional para hacer la selección del mejor proceso.

1.5.3.1.5. Propuesta administrativa

Podemos indicar que a través de una buena propuesta administrativa podemos otorgar parámetros y estrategias que permitan el mejoramiento de las políticas y sobre todo que exista una planificación presupuestaria de cada área de la Empresa puesto que el principal problema radica en la malversación de Fondos.

En conclusión al darse una Planificación anual nos determinar las actividades de cada individuo cumplan con las funciones pertinentes a cada área y los mismos sean responsables.

1.6. Estudio Económico-Financiero

1.6.1. Estudio Económico

Según el autor **BACA URBINA Gabriel**: “El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y vetas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica)” Pág. (160)

Para **OCAMPO José Eliseo**: “El estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, la realización de proyectos con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa. La

metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa, tanto en un entorno de estabilidad económica como la inflación, considerada los precios y costos constantes, a menos que se indique lo contrario” Pág. (88)

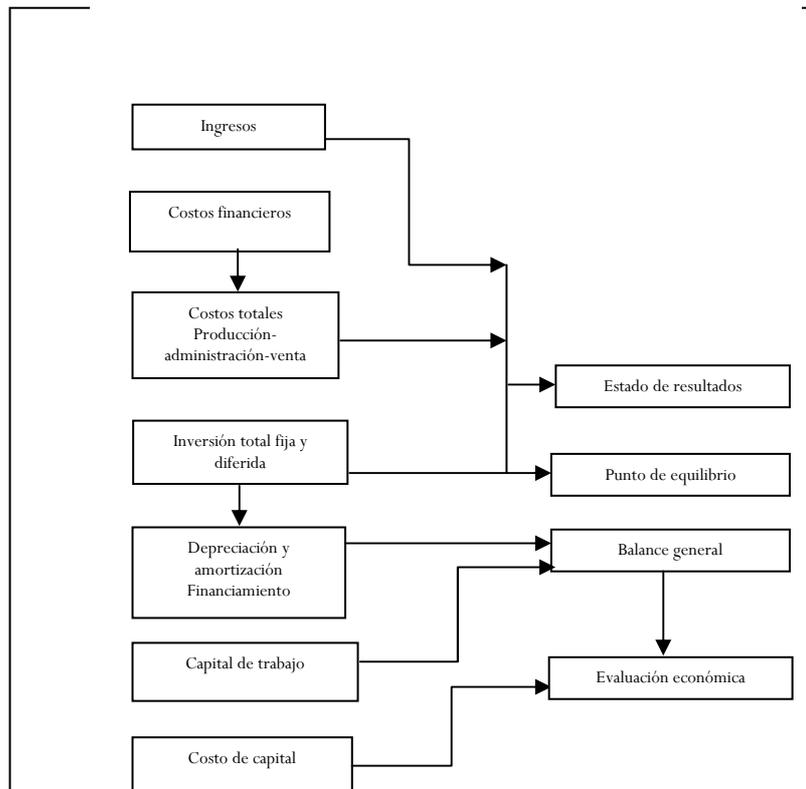
El grupo de investigación considera que el estudio económico- financiero de un proyecto de inversión pretende demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Asimismo, examina la conveniencia de comprometer los recursos financieros en el proyecto, en comparación con otras posibilidades que se conozcan de colocación., ya que determina cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

1.6.1.1. Estructuración del Análisis Económico

A decir de **BACA URBINA Gabriel**: "La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica” Pág. (136)

Esta estructuración se muestra en el siguiente gráfico

Gráfico 1.1
ESTRUCTURA DEL ANALISIS ECONOMICO



Elaborado: Grupo de investigación

Fuente: BACA, Urbina Gabriel. "Evaluación de Proyecto"

1.6.1.1.1. *Determinación de Ingresos*

Para **BACA URBINA Gabriel**: "Los ingresos correspondientes al proyecto están definidos por el volumen de los servicios a ofrecerse de acuerdo al tamaño y a la demanda y por los precios de los mismos. Los precios serán los estimados en el estudio de mercado, donde se considera los precios de la competencia, el costo operacional y la calidad del servicio a ofrecerse" Pág. (140)

Los Ingresos Anuales están determinados por la siguiente relación.

$$I = Q * P$$

DONDE:

I = Ingresos por ventas

Q = Cantidad de servicios ofrecidos

P = Precio de venta

1.6.1.1.2. Identificación de Costos

Según **VASCONES José Vicente**: “El costo de las ventas y los gastos de operación tienen componentes de costos fijos y variables de operación. Los costos resultantes se definen a continuación:

Costos Fijos.- A este tipo de costos se los denomina así por cuanto permanecen constantes o invariables frente a cualquier volumen de producción. Este criterio de constancia es válido también para los otros elementos constitutivos de los gastos de administración, de ventas y financieros.

Costos Variables.- Se denominan así porque varían proporcionalmente con el movimiento de la producción, es decir, si ésta se incrementa o disminuye entonces los costos variables también siguen la misma tendencia, como es el caso de la materia prima que varía directamente con los cambios en los niveles de producción.

Costos de Administración.- Son los costos provenientes de realizar la función de administración dentro de la empresa. Sin embargo tomado en un sentido amplio, pueden no sólo significar los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos de oficina en general.

Costos Financieros.- Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlos a un área específica.

Costos de venta y distribución: Los costos de venta y distribución incluyen únicamente una parte fija que corresponden a los sueldos base del personal que tendrá a su cargo la gerencia de ventas.” Pág. (86)

1.6.1.1.3. *Inversión Inicial*

Es el gasto dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final, bienes de capital que sirven para producir otros bienes. En un sentido más amplio la inversión es el flujo de dinero que se encamina a la creación o mantenimiento de bienes de capital y a la realización de proyectos que presumen lucrativos. La inversión es el uso de factores de producción para producir bienes de capital que satisfagan las necesidades del consumidor, de una forma indirecta pero más plena en el futuro.

1.6.1.1.3.1. *Inversión Fija*

La inversión fija es aquel gasto se realiza en la obtención de bienes que generan la producción de la empresa y no están a la venta, los mismos que se adquieren durante la parte pre operatoria de la empresa, es decir al momento de instalar nuestra empresa.

El valor de estos se registran en los activos fijos de la empresa y que están sujetos a depreciación, al misma que se calcula dependiendo de la vida útil del activo, a acepción de los terrenos ya que estos no están sujetos a depreciación.

1.6.1.1.3.2. *Inversión Diferida*

La Inversión Diferida o intangible se caracteriza por la inmaterialidad de los bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: servicios necesarios para el estudio e implantación del proyecto, asistencia técnica, gastos preparativos y de instalación y puesta en marcha. Su cálculo depende de los precios corrientes existentes en el mercado, los mismos que se han obtenido a través de consultas técnicas y legales.

Para recuperar el valor monetario de las inversiones diferidas se incorpora en los costos de producción el rubro denominado Amortización de Inversiones Diferidas.

1.6.1.1.4. *Cronograma de Inversiones*

La programación para la ejecución del proyecto muestra gráficamente la relación de tiempo entre las diversas actividades.: el diagrama muestra la secuencia del flujo de las actividades.

1.6.1.1.5. *Depreciaciones y Amortizaciones*

La depreciación tiene la misma connotación que amortización, pero la depreciación sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles. La amortización en si es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

1.6.1.1.6. *Capital de Trabajo*

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes efectivo mínimo, cuentas por cobrar, Inventarios), para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y un tamaño determinados.

Aunque el capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal manera que radica en su naturaleza circulante. Esto implica que mientras la inversión fija y la inversión diferida pueden recuperarse por la vía fiscal, mediante la depreciación y la amortización la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por este medio, ya que, dada su naturaleza, la empresa se remediará de él a corto plazo.

1.6.1.1.7. Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios, ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

El punto de equilibrio de la empresa definirá el nivel de ventas con el cual se cubren todos los costos de operación fijos y variables, es decir, el nivel en el cual las utilidades totales son igual a cero. A continuación presentamos su cálculo en términos monetarios como en unidades físicas (número de servicios):

En Términos Monetarios (Costos Totales) :

$$P. E. M = \frac{\text{Costo fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable Total}}{\text{ingreso ventas}}}$$

En Unidades Físicas (Clientes):

$$P. E. F = \frac{P. E. MONETARIO}{PRECIO DE VENTA}$$

1.6.1.1.8. Estado de Resultados Pro-forma

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta de los flujos en efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de una planta, y que se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar.

1.7. Evaluación Financiera

La evaluación financiera considera la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos a lo largo del horizonte de planeación, el monto de la inversión fija y flexible, las formas de financiamiento para la operación y la evaluación para conocer la utilidad y la calidad de la inversión del proyecto.

El objetivo de la evaluación del proyecto es determinar lo atractivo o viable que el proyecto es a la luz de diferentes criterios.

La evaluación financiera toma en cuenta la óptica del inversionista, es decir, si los ingresos que recibe son superiores a los dineros que aporta. Se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir si emplea precios de mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los costos de operación y financiación y los ingresos que genera el proyecto.

1.7.1. Estructura del Financiamiento

Para llevar a cabo un proyecto es necesario establecer cómo será financiado; generalmente los recursos provienen de inversiones propias o “fuentes internas” y de créditos en el mercado de capitales o “fuentes externas”.

El financiamiento son aportaciones de recursos económicos necesarios para la creación de una empresa o la realización de un proyecto, es decir, solventar los gastos de una actividad

El objetivo fundamental que tiene el financiamiento es identificar las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución y operación del proyecto, y asegurar los mecanismos a través de los cuales fluirán esos recursos hacia los usos específicos.

1.7.1.1.Estados Financieros

Se denominan estados financieros a los balances de situación y de resultados que se elaboran a la finalización de cada ciclo contable, en base a los saldos de las cuentas que resumen a las transacciones u operaciones realizadas por una entidad durante un mes, un bimestre, un semestre, o un año.

Los balances de situación, de resultados, de fuentes y usos, adquieren las denominaciones de estados financieros, en virtud del ordenamiento y agrupación de las cuentas para los fines de análisis e interpretación de la situación y de los rendimientos operacionales obtenidos periódicamente.

1.7.1.1.1. Estado de Pérdidas y Ganancias

El resultado de la diferencia entre estos indicadores representa la utilidad en operación, que a su vez reduciendo el porcentaje de participación a favor de los trabajadores y el pago del impuesto a la renta en beneficio del Estado se determina la utilidad neta para ser distribuida entre los accionistas de la empresa.

1.7.1.1.2. Estado de Situación Financiera

El Balance General o Estado de Situación Financiera de una empresa es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas del Activo, Pasivo y Patrimonio, a través del cual se puede determinar mediante índices la posición financiera de la misma, en un monto determinado.

1.7.1.1.3. Estado Fuentes y Usos

Adicionalmente a la elaboración y presentación de los estados básicos de situación y de resultados, es necesario la elaboración del estado de Fuentes y Usos, que permita evaluar los orígenes y aplicaciones de fondos a mediano y largo plazo, el conocimiento de los patrones históricos de aplicación de fondos permite que el administrador financiero planee mejor sus requerimientos de

fondos futuros y determine la liquidez del negocio, es decir, si se dispone del efectivo necesario para que la empresa pague sus deudas.

1.7.2. Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)

Las accionistas de las empresas tienen en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que realiza. Para algunos se llama Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento. (TMAR)

Dentro de la evaluación financiera es indispensable establecer en primera instancia la Tasa Mínima aceptable de rendimiento (TMAR), ya que la misma establece el rendimiento que desean obtener los accionistas y los prestatarios del crédito bancario por la inversión realizada en el proyecto.

Para los proyectos de inversión a largo plazo cuya rentabilidad está determinada por los rendimientos futuros, es importante determinar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de fondos futuros que permitirá expresarlos en términos de valor actual y compararlos con la inversión inicial.

1.7.3. Valor Actual Neto

Para **LAWRENCE J y GITMAN** define al valor neto como una tasa de descuento, rendimiento requerido, costo de capital o costo de oportunidad, es el rendimiento mínimo que se le debe ganar sobre el proyecto para no alterar el valor del mercado de la empresa. Pág. (57)

Según **MASCAREÑAS**: “Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida, véase el segmento esquema temporal. Una inversión es realizable cuando el $VAN > 0$, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial (si éste último se extendiera a lo largo de varios períodos habrá que calcular también su valor actual)”. Pág. (97)

Su formulación matemática se la puede expresar de la siguiente manera:

$$VAN = \frac{FN0}{(1+i)^0} + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} \dots \dots \dots \frac{FNn}{(1+i)^n}$$

Donde:

FN = Flujo de Efectivo Neto

n = Años de vida útil

i = Tasa de interés de actualización

El grupo de investigación consideran que el VAN permite conocer si una inversión es deseable si crea valor para quién la realiza. El valor se crea mediante la identificación de las inversiones que valen más en el mercado de lo que cuesta adquirirlas. El valor actual neto es la expresión monetaria del valor que se crea hoy por la realización de una inversión, es la rentabilidad de la inversión, la variación de la riqueza o valor del proyecto respecto a otras alternativas posibles representadas por el Costo Marginal del Capital. Dicho de otro modo, puede considerarse como el ahorro sobre la inversión.

1.7.4. Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Según **MASCAREÑAS**: La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión. Pág. (99)

Para **QUIROGA Rolando**: La Tasa Interna de retorno, representa la tasa de interés que gana los dineros invertidos en el proyecto, es decir mide la rentabilidad en términos de porcentajes”.

La TIR, evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente igual a los desembolsos expresados en moneda actual, en otras palabras, es la tasa a la cual el valor actual neto de los ingresos de efectivo anuales es igual al valor actual de la inversión (VAN = 0).

La fórmula empleada para el cálculo de la T.I.R, es la siguiente:

$$TIR = r_2 + (r_2 - r_1) * \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

Donde:

r_1 = Tasa de descuento 1

r_2 = Tasa de descuento 2

V.A.N = Valor Actual Neto

El grupo de investigación considera que la TIR es la tasa de interés compuesto al que permanecen invertidas las cantidades no retiradas del proyecto de inversión. Es decir que la TIR es la tasa a la que se deben descontar los flujos para que la suma de flujos descontados sea igual a la inversión. Al compararla con la trema se puede apreciar la calidad de la inversión.

1.7.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

A decir de **VARELA Rodrigo**: “El período de recuperación de la inversión es un criterio de evaluación mediante el cual se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial”. Pág. (76)

EL período de recuperación de la inversión se determina cuando los ingresos superan a los pagos, o lo que es lo mismo, los valores positivos superan a los valores negativos. Para que el proyecto sea factible el período de recuperación de

la inversión debe estar dentro de su vida útil. Su cálculo lo resumimos a continuación:

$$P.R.I = \text{Año del último flujo de efectivo} + \frac{\text{Primer flujo de efectivo actualizado acumulado}}{\text{Inversión inicial Total}}$$

De la información anterior el grupo de investigación considera que el período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto.

1.7.6. Razón Beneficio / Costo (B/C)

Este parámetro de evaluación permite relacionar los ingresos y los gastos actualizados del proyecto dentro del período de análisis, estableciendo en cuántas veces los ingresos superan los gastos. Para que el proyecto sea considerado como viable, la relación beneficio costo debe ser mayor a 1.

La decisión a tomar consiste en:

$B/C > 1.0$ aceptar el proyecto.

$B/C < 1.0$ rechazar el proyecto.

La fórmula matemática para su cálculo es:

$$R\ C/B = \frac{\text{Ingresos Totales Actualizados}}{\text{Costos Totales Actualizados}}$$

CAPITULO II

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

2. Estudio de Mercado

2.1. Objetivos

2.1.1. General

- Establecer la oportunidad de mercado con el que puede contar la compañía de mudanzas en la ciudad de Latacunga

2.1.2. Específicos

- Identificar el mercado meta de la futura compañía de mudanzas
- Determinar las características primordiales del servicio de mudanzas que vayan acorde con las necesidades de los futuros clientes.
- Determinar la demanda insatisfecha existente en el mercado objetivo.
- Identificar nuestra posible competencia directa.

2.2. Tipo de investigación

Los investigadores han considerado que la presente investigación será Descriptiva, la misma que nos permitirá comprender, analizar, registrar e interpretar la naturaleza actual y la composición de los fenómenos que afectaran la creación de una compañía de mudanzas.

Ya que la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta de los hechos. Lo que nos permitirá llegar a la conclusión de si es o no factible la creación de una compañía de mudanzas en la ciudad de Latacunga.

2.3. Metodología

La metodología a utilizarse en esta presente investigación será la no exploratoria ya que no se manipulará variables, además no existe una investigación similar en la zona a realizarse dicho estudio.

2.4. Técnicas

Dentro de las técnicas que el grupo de investigación ha considerado para la presente investigación están:

2.4.1. La Observación.

Es la que nos permitirá documentar en tiempo real un fenómeno o hecho, donde la observación configura la base de conocimiento de toda ciencia y, a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado de conocimiento.

Su técnica va a ser directa y será utilizada durante todo el transcurso de la investigación, desde su inicio hasta su culminación; la cual nos permitirá la revisión de información tanto en libros, revistas, internet y sobre todo de los hechos que ocurren en nuestro entorno, facilitando una correcta información para su análisis y así poder llegar a cumplir nuestra propuesta planteada.

2.4.2. La Encuesta.

Método para recolectar información haciendo a la gente algunas preguntas diseñadas. La confiabilidad depende de si la muestra es lo suficientemente grande así como la información recolectada no tiene sesgos.

Su técnica será el cuestionario aplicada a la muestra de la población de la ciudad de Latacunga ya antes definida, esta información servirá para estructurar de mejor forma la propuesta final, así como nos ayudará a cumplir los objetivos propuestos en la investigación.

2.5. Instrumento.

El instrumento que vamos a utilizar en la presente investigación es el CUESTIONARIO. (Anexo 1)

2.6. Identificación del Servicio

La mejor manera de satisfacer una necesidad se encuentra en la creación de los medios necesarios que permitan satisfacer las mismas, por lo tanto el servicio que se oferta es el camino más adecuado para satisfacer las necesidades de transportación de los bienes muebles que existe en la ciudad de Latacunga.

Es por tal razón que el servicio de mudanzas propuesto estará diseñado para ser utilizado en el momento, lugar y hora requeridos por cualquier usuario, sin embargo el mismo estará fundamentado en la aplicación de principios administrativos que nos conllevaran a atender de la mejor manera posible todas y cada una de las necesidades identificadas en este estudio. Permitiéndonos brindar un servicio de alta calidad para todas aquellas personas que requieran del mismo.

2.6.1. Características del Servicio

Básicamente nuestro servicio tendrá las siguientes características:

Externas

- Atención a la solicitud de servicio de manera inmediata
- Buen trato
- Fácil acceso al servicio
- Tarifas acorde a las necesidades de cada cliente
- Embalado y transporte de los bienes muebles desde lugar de origen hasta lugar de destino
- Seguros de accidentes

Internas

- La calidad del servicio será excelente ya que está diseñado pensando en las necesidades de nuestros clientes.
- Versatilidad en nuestros procesos
- Capacitación constante de nuestros empleados

2.6.2. Usos y Especificaciones del Servicio

Dentro de los usos y especificaciones tenemos:

- Transporte de bienes muebles a nivel interno, cantonal e interprovincial.
- Transporte de objetos de sumo valor monetario o sentimental a nivel interno, cantonal e interprovincial.

2.7. Mercado Objetivo

El tamaño del mercado objetivo para nuestra investigación, está constituido por el sector urbano, específicamente aquella población económicamente activa del cantón Latacunga, constituido por 58.317 habitantes, dato que se obtuvo mediante el SIISE (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador) los mismos que están basados de acuerdo con último Censo de Población y Vivienda, realizado en el país (2001) por Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), donde también nos indica que el promedio de crecimiento de la población se encuentra en el 1,9 %

(Anexo 2). Por lo que para el cálculo del tamaño de la muestra se ha hecho una proyección basado en la tasa de crecimiento poblacional y arroja que la población económicamente activa para el año 2010 es **69.082** habitantes (Anexo 3).

2.8. Tamaño de la Muestra

Como nuestro mercado objetivo lo constituye la ciudad de Latacunga cuya población económicamente activa es de 69.082 habitantes. Hemos determinado que para calcular el tamaño de la muestra se empleará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) (E/K)^2 + PQ}$$

En donde:

n= muestra.

N= población.

P= probabilidad a favor del evento.

Q= probabilidad en contra del evento.

e= margen de error.

El margen de error con el que se trabajará será del 7%, el cual es un valor intermedio ya que este índice puede estar hasta 10%.

También decimos que la utilización de esta fórmula es óptima en este estudio debido a que:

- El muestreo es probabilístico.
- Dentro de la investigación realizada las variables son de tipo cualitativo.

- Y además se conoce la población objetivo.

Entonces reemplazando en la fórmula tenemos:

DATOS

$$N=69.082$$

$$E=7\%$$

$$PQ=0.25$$

$$K=2$$

$$N = \frac{0,25 * 69.082}{(69.082-1)(0,07/2)^2 + 0.25}$$

$$N = \frac{14579,25}{84,8742}$$

$$N=203,48$$

$$N=203$$

2.9. Plan Muestral

En referencia a la población económicamente activa de ciudad Latacunga, se ha determinado que para obtener resultados mas efectivos al aplicar las encuestas se ha subdividido en cuatro categorías para la presente investigación, detalladas en el (Anexo 4).Luego esta información deberá ser ajustada al tamaño de la muestra presentado en el (Anexo 5).

2.10. Análisis de la encuestas

Presentamos a continuación el análisis de cada una de las preguntas que se realizaron en la encuesta:

1.- ¿Ha utilizado usted alguna vez algún tipo de transporte para la mudanza de sus bienes?

Tabla 2.1

Utiliza Transporte Para Sus Mudanzas

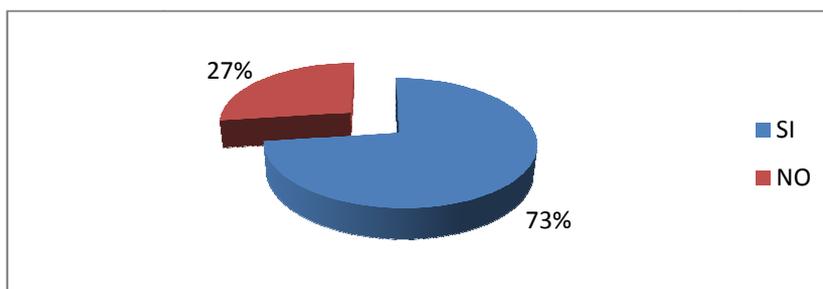
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	148	73
NO	55	27
TOTAL	203	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Grafico 2.1

Utiliza Transporte Para Sus Mudanzas



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

Del total de la población encuestada el 27 % denotan que no utilizan un servicio para sus mudanzas, mientras que la mayoría de la población que representa el 73%, manifiesta que si utiliza este servicio.

Interpretación:

De la información obtenida se concluye que del total de la muestra utiliza algún tipo de transporte para la mudanza de sus bienes muebles, por lo que creemos que si tenemos una oportunidad de negocio ya que si existe demanda del servicio, por el hecho de que esta necesidad no es cubierta de manera directa y satisfactoria para el usuario.

2.- ¿Qué tipo de transporte utiliza para el traslado de sus bienes muebles?

Tabla 2.2

El transporte más utilizado para el traslado de sus bienes muebles

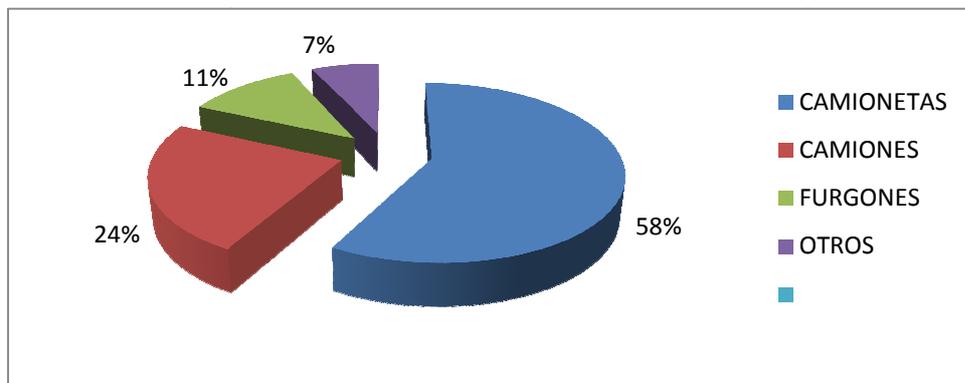
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CAMIONETAS	86	58
CAMIONES	35	24
FURGONES	17	11
OTROS	10	7
TOTAL	148	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de investigación

Grafico 2.2

El transporte más utilizado para el traslado de sus bienes muebles



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

Del total de la población encuestada, se aprecia que un 58% utilizan el servicio de camionetas para el traslado de sus bienes muebles, mientras que el 24 % lo ejecutan en camiones.

Interpretación:

La información recolectada denota que el medio de transporte más utilizado en la ciudad de Latacunga para el traslado de los bienes muebles son camionetas de cooperativas y los camiones, las mismas que deben ser evaluadas para ver cuál de las dos es la más viable para empezar con este proyecto y cuál de ellas se ajusta más a satisfacer al usuario, permitiendo cumplir con las metas propuestas en el proyecto.

3.- ¿Con que frecuencia utiliza el servicio de transporte de bienes muebles e indique el número de veces que utiliza este servicio?

Tabla 2.3

Frecuencia utilizada el transporte de bienes muebles

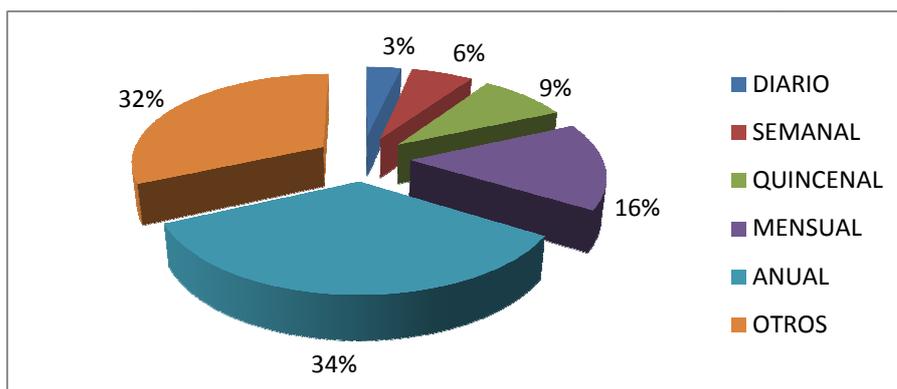
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	5	3
SEMANAL	9	6
QUINCENAL	13	9
MENSUAL	24	16
ANUAL	50	34
OTROS	47	32
TOTAL	148	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Gráfico 2.3

Frecuencia utilizada el transporte de bienes muebles



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

Del total de población encuestada, se observa que un 34% utilizan el servicio de transporte para bienes muebles anualmente, mientras que el 16% lo realizan mensualmente y el 3% diario, por lo que el servicio de mudanza es utilizado de acuerdo a las necesidades que se presentan.

Interpretación:

Entonces de la información anterior se concluye que la población de Latacunga siempre utiliza un servicio de mudanza. Por consiguiente se tomara en cuenta los factor más relevante y el menos relevante, para que estos sirva de base en la implementación de la compañía de mudanzas.

4.- ¿Considera usted que el servicio de transporte de bienes muebles que conoce es?

Tabla 2.4

El transporte de bienes muebles que usted conoce es

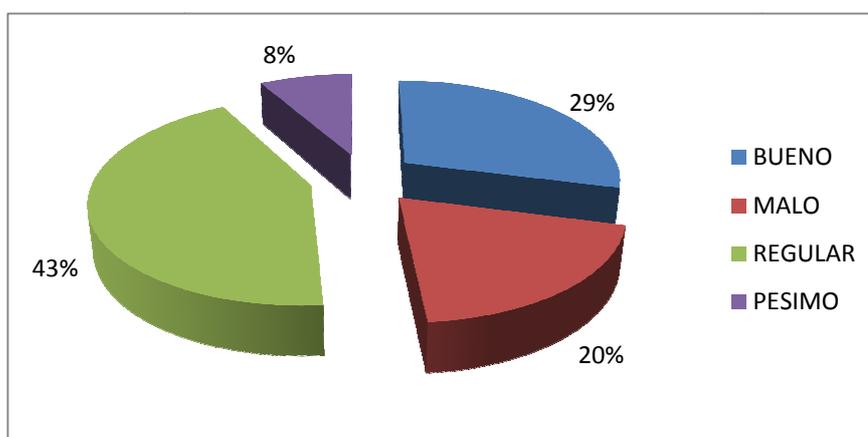
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	43	29
MALO	29	20
REGULAR	64	43
PESIMO	12	8
TOTAL	148	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Grafico 2.4

El transporte de bienes muebles que usted conoce es



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

Del total de la población encuestada manifiesta que el servicio de transporte de bienes muebles con que cuenta nuestra ciudad es regular y representa el 43% y un 8% como pésimo.

Interpretación:

De lo anterior se dice que la población son víctimas del mal servicio de mudanzas con el que actualmente cuenta la ciudad, lo cual es un llamado de atención para que proyectos como el que se requiere implementar obtengan una oportunidad en el mercado laticungueño.

5.- ¿Ha tenido algún percance en el momento de traslado de sus bienes muebles?

Tabla 2.5

Percance en el momento de traslado de sus bienes muebles

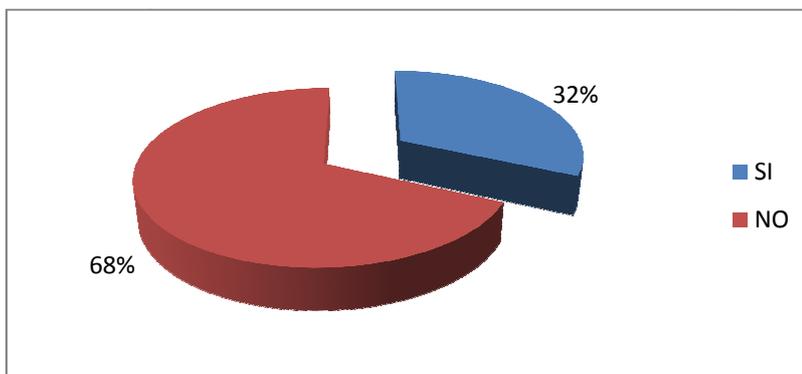
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	47	32
NO	101	68
TOTAL	148	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO: Grupo de Investigación

Grafico 2.5

Percance en el momento de traslado de sus bienes muebles



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

De la población en estudio, el 68% nos indican que NO han tenido ningún percance en el momento del traslado de sus bienes muebles, mientras que el 32% manifiesta que han sufrido algún contratiempo al momento de realizar alguna mudanza.

Interpretación:

Analizando los resultados obtenidos en la encuesta la mayoría de encuestados no han tenido ningún percance en el traslado de sus bienes, entonces aunque este se puede establecer como un factor no muy preponderante si nos da una pauta para determinar los contratiempos más comunes y así no incurrir en los mismos al momento de ejecutar el servicio propuesto.

6.- ¿Cree usted que la demanda de transporte de bienes muebles que existe en la actualidad es cubierta en su totalidad y de manera satisfactoria para el usuario?

Tabla 2.6

La demanda de servicios de mudanzas existente es cubierta de manera satisfactoria

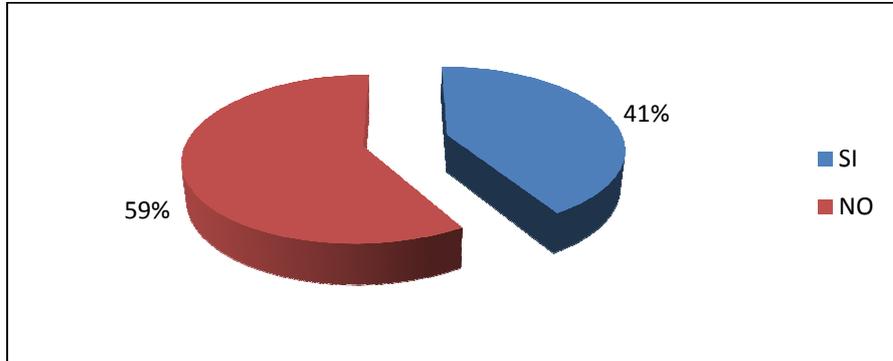
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	84	41
NO	119	59
TOTAL	203	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Grafico 2.6

La demanda de servicios de mudanzas existente es cubierta y de manera satisfactoria.



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

Del total de la población encuestada en estudio, el 59% nos indica que el servicio existente no cubre de una manera satisfactoria el transporte de los bienes muebles.

Interpretación:

Analizando de los resultados obtenidos se puede concluir que el servicio con el que cuenta nuestra ciudad no cubre en su totalidad las necesidades del usuario, por lo que se ve necesaria la implementación de un servicio especializado en el transporte de bienes muebles.

7.- ¿Le gustaría contar con un servicio especializado en mudanzas?

Tabla 2.7

Le gustaría contar con un servicio especializado en mudanzas

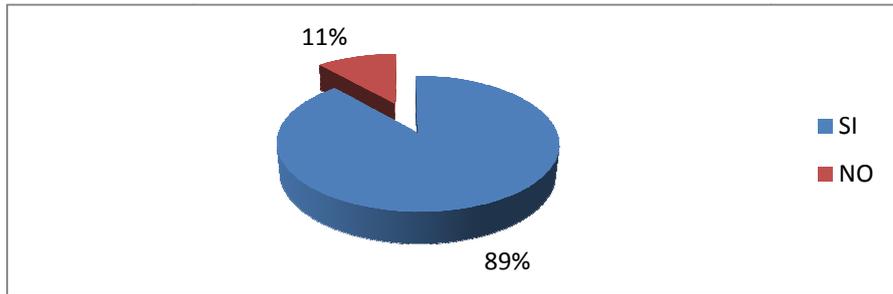
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	180	89
NO	23	11
TOTAL	203	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Grafico 2.7

Le gustaría contar con un servicio especializado en mudanzas



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

Del total de la población encuestada en estudio, el 89% nos indica que les gustaría contar con un servicio especializado para las mudanzas.

Interpretación:

De los resultados obtenidos se puede ver claramente que la mayoría de usuarios, apoyan la creación de una compañía de mudanzas en nuestra ciudad debido que en la misma no contamos con un servicio que este acorde a nuestras necesidades.

8.-¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por este servicio?

Tabla 2.8

El precio que usted estaría dispuesto a pagar por este servicio es FLETES CORTOS

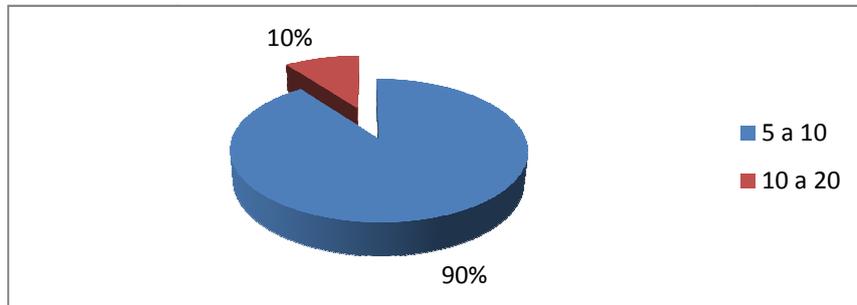
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 a 10	162	90
10 a 20	18	10
TOTAL	180	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Grafico 2.8

El precio que usted estaría dispuesto a pagar por este servicio es



FUENTE: la encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 2.9

**El precio que usted estaría dispuesto a pagar por este servicio es
FLETES LARGOS**

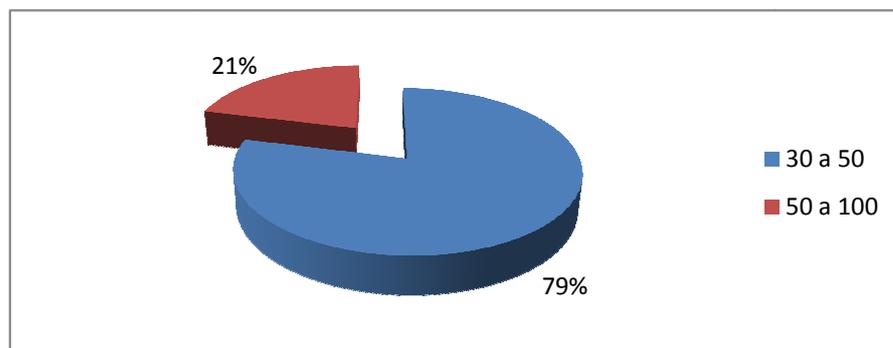
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 a 50	142	79
50 a 100	38	21
TOTAL	180	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Gráfico 2.9

El precio que usted estaría dispuesto a pagar por este servicio es



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

De la población encuestada en curso nos indican, que el 90% está de acuerdo a pagar una tarifa de una escala entre 3 a 10 dólares con lo que se refiere a los fletes cortos. Y que el 79% está de acuerdo a pagar una tarifa de una escala entre 30 a 50 dólares con lo que se refiere a los fletes largos.

Interpretación:

Interpretando los resultados de las encuestas aplicadas en la ciudad de Latacunga arrojan que la tarifa mas optima para el nuevo servicio va desde los 3 a 10 USD para los fletes corto y para fletes largos la tarifa se encuentra entre 30 a 50 USD, la misma que deberá ser reajustada ya que dicha tarifa debe cubrir costos de logística así como administrativos entre otros gastos.

9.- ¿Que le gustaría que le oferte este nuevo servicio?

Tabla 2.10
Que le gustaría que le oferte este nuevo servicio

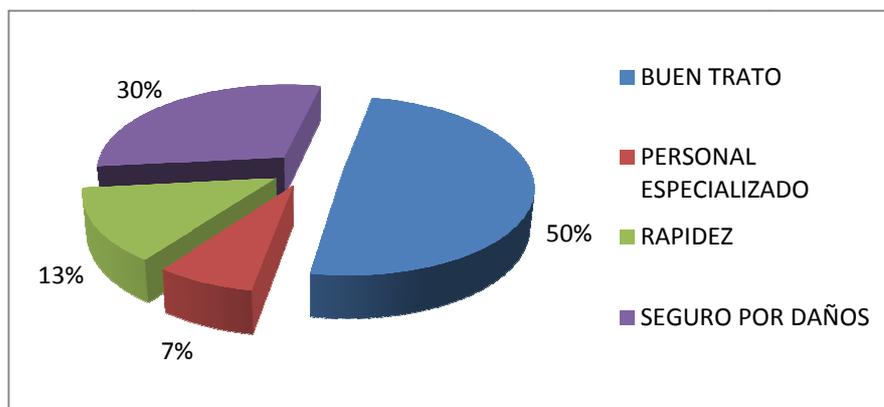
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUEN TRATO	89	49
PERSONAL ESPECIALIZADO	13	7
RAPIDEZ	24	13
SEGURO POR DAÑOS	54	30
TOTAL	180	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Grafico 2.10

Que le gustaría que le oferte este nuevo servicio



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

De la población en estudio nos señala, que las características más relevantes para un servicio de calidad y que les gustaría contar al momento de trasladar sus bienes muebles, es el buen trato que representa un 50% y solo 7% señala que deben contar con un personal especializado.

Interpretación:

De los datos anteriores se concluye que para los futuros usuarios del servicio de mudanzas en la ciudad de Latacunga no existe más que un solo valor agregado que le dará calidad al servicio y está representado en el buen trato a los clientes y que los demás valores solo son el complemento al servicio que se desea implementar. Ya que la calidad se basa en un conjunto de características las cuales deben ir de la mano para llegar a la plena satisfacción de las necesidades de un mercado.

El servicio que se pretende presentar en este proyecto se enmarcará en las características antes descritas para asegurar la satisfacción plena de los futuros clientes así como también nos ayudará a garantizar la competitividad en un mercado globalizado.

10.- ¿Cuál cree usted es el horario más adecuado para el cambio de sus bienes muebles?

Tabla 2.11

El horario más adecuado para el cambio de sus bienes muebles

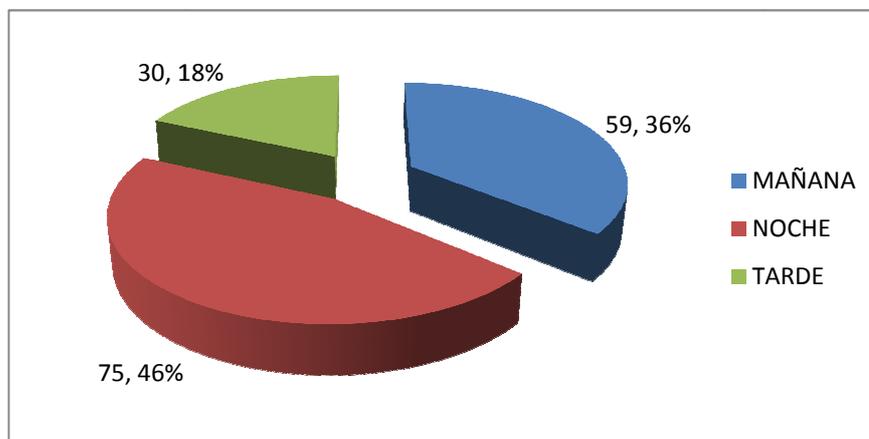
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAÑANA	59	33
NOCHE	75	42
TARDE	30	17
MADRUGADA	16	9
TOTAL	180	100

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Grafico 2.11

El horario más adecuado para el cambio de sus bienes muebles



FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Análisis:

Del total de la población en estudio, el 75.46% les gustaría realizar sus mudanzas en un horario en la noche y un 30.18% lo efectuarían en la tarde.

Interpretación:

Analizando los resultados arrojados luego de aplicar las encuestas, expresan que el horario más adecuado para brindar el servicio de mudanzas en la ciudad de Latacunga es el de la noche. Entonces a futuro al momento de ejecutar el proyecto debemos tener en cuenta este horario y además pensamos que se deberá diseñar un horario de trabajo acorde con las necesidades de los trabajadores y clientes de esta futura compañía de servicios ya que al satisfacer a ambos lados estarías cumpliendo con todas las expectativas deseadas.

2.10.1. Análisis del estudio de Mercado

De los resultados obtenidos en el presente estudio de mercado se puede concluir que el proyecto propuesto cuenta con una aceptación del 89% (pregunta 7) de los encuestados del total de la muestra, en el sentido de ya es hora de que la ciudad de Latacunga cuente con una compañía de mudanzas y que estos clientes potenciales buscan contar con un servicio que les ofrezca: un horario adecuado el mismo que ha sido determinado en la noche, además este servicio de contar con un buen trato hacia todos sus clientes y finalmente debe contar con un seguros por daños mismas características que coadyuvaran a mantener la calidad en el servicio propuesto y que además ayudaran a satisfacer de manera correcta las necesidades del mercado latacungueño, así como mantener una competitividad empresarial frente a futuras compañías competidoras.

2.11. Análisis de la demanda

Partiendo de de que la población de Latacunga es de 69.082 y que la tasa de crecimiento poblacional es de 1.90 anual, a continuación proyectaremos nuestra demanda para los próximos años y así obtenemos la siguiente tabla:

Tabla 2.12
Determinación de la Demanda

AÑOS	POBLACION DE LATACUNGA	TASA DE CRECIM	CRECIMIENTO
2010	69082	1,9	1313
2011	70394		1337
2012	71732		1363
2013	73095		1389
2014	74483		1415

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Una vez obtenida la demanda de mercado que nos muestra la tabla anterior, es necesario determinar nuestra demanda real de nuestro servicio, para lo cual nos ayudaremos con los porcentajes obtenidos en la **PREGUNTA 3** de la encuesta aplicada, donde cada uno de esos porcentajes serán sacados de la población o demanda proyectada para luego según las opciones de la pregunta obtener nuestra demanda real del mercado laticungueño que mostramos a continuación:

Tabla 2.13
PREGUNTA 3

Con que frecuencia utiliza el transporte de bienes muebles

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	5	3 %
SEMANAL	9	6 %
QUINCENAL	13	9 %
MENSUAL	24	16 %
ANUAL	50	34 %
OTROS	47	32 %
TOTAL	148	100%

FUENTE: La encuesta

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 2.14
Demanda real por año

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	2010	# de veces al año	2011	#de veces al año	2012	# de veces al año
DIARIO	5	3454	1260740	3520	1284695	3587	1309104
SEMANAL	9	6217	298433	6335	304103	6456	309881
QUINCENAL	13	8981	215535	9151	219630	9325	223803
MENSUAL	24	16580	198955	16895	202735	17216	206587
ANUAL	50	34541	34541	35197	35197	35866	35866
OTROS	47	32468	16234	33085	16543	33714	16857
			total	2024438		2062903	2102098

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 2.15
Demanda real por año

ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	2013	# de veces al año	2014	# de veces al año
DIARIO	5	3655	1333977	3724	1359322
SEMANAL	9	6579	315769	6704	321768
QUINCENAL	13	9502	228055	9683	232388
MENSUAL	24	17543	210512	17876	214512
ANUAL	50	36547	36547	37242	37242
OTROS	47	34354	17177	35007	17504
			total	2142038	2182736

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

2.12. Análisis de Precios

Por el hecho de que en la ciudad de Latacunga no existe compañías de mudanzas similares al que se propone en nuestro proyecto se cree que elaborar una tabla referencial de precios cuya información fue tomada de la misma fuente primaria, en este caso las cooperativas de transporte informal con las que la ciudad cuenta para el servicio de mudanzas, nos servirá como referencia al momento tomar una decisión para establecer el precio del servicio propuesto. Y la tabla sería la siguiente:

Tabla 2.16
Estimación de precios

TIPO DE TRANSPORTE	FLETE CORTO	FLETE LARGO
CAMIONETAS	\$3	\$20
CAMIONES	\$12	\$50
FURGONES	\$20	\$80

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

2.13. Análisis de la Oferta

Debido a que no existe datos históricos sobre empresas similares dentro de la ciudad de Latacunga que oferten un servicio de mudanzas como el propuesto en el presente proyecto, se cree necesario que la oferta sea determinada mediante la **PREGUNTA 6** de la encuesta aplicada, la misma que determina que la oferta está en un 41% la cual será determinada de la demanda real obtenida anteriormente, por lo cual nos presenta la siguiente tabla:

Tabla 2.17
Determinación de la Oferta

AÑO	DEMAN REAL	OFERTA
2010	2024438	830020
2011	2062903	845790
2012	2102098	861860
2013	2142038	878235
2014	2182736	894922

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

2.13.1. Demanda Insatisfecha

Determinar una demanda insatisfecha no es más que la diferencia entre la demanda real de mercado y la oferta, ahora el porcentaje de participación de la empresa de mudanzas propuesta, será determinada al momento de obtener los datos del estudio financiero y técnico que se presentaran en al capítulo III del presente proyecto.

Entonces nuestra demanda insatisfecha quedaría plasmada en la tabla siguiente:

Tabla 2.18
Determinación de la Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMAN REAL	OFERTA	DEMAN INSATISF
2010	2024438	830020	1194419
2011	2062903	845790	1217113
2012	2102098	861860	1240238
2013	2142038	878235	1263802
2014	2182736	894922	1287814

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

2.14. Análisis de Comercialización

Comercializar un producto o en este caso un servicio puede marcar la diferencia al momento de sobresalir en un mercado competitivo, por eso es muy importante escoger de manera adecuada el canal de comercialización, por estas razones el canal mas optimo para el servicio propuesto debe ser el **EMPRESA - USUARIO**, debido a que este nos permitirá tener un relación directa con los clientes, conocer las necesidades en tiempo real así como cuales son las falencias que el servicio puede tener.

Entonces el acceso al servicio se lo realizará a través de una llamada telefónica ya sea de un teléfono convencional o de cualquiera de las empresas de telefonía celular que operan en el país.

2.15. Estrategias de Marketing

En la actualidad el Marketing es indispensable para cualquier empresa que desee sobrevivir en un mundo tan competitivo como el nuestro. Por eso es también vital definir las estrategias a emplear, por lo mismo a continuación presentamos algunas estrategias que nos ayudaran a conseguir la meta deseada:

- Precio Bajos, con relación a nuestra competencia, además estos precios nos permitirán tener un ingreso rápido en el mercado latacungueño.
- Atención Personalizada, dada por personal 100% capacitado para realizar cualquier labor, además esta atención estará basado el buen trato al cliente.
- Promociones constantes, lo cual nos permitirá captar más clientes.
- Implementar una campaña agresiva de publicidad en los principales medios de comunicación de la ciudad sobre las bondades de nuestro servicio por el lapso de dos meses, así en:
- **Televisión**

Canal 36, en horarios estratégicos:

En la transmisión del Noticiero de la mañana

A las 10h00 a.m.

Durante el Noticiero de la tarde y a las 9h00 p.m. Considerados como horas de mayor rating de sintonía.

Costo \$ 300 por campaña

- **Radio:**

Frecuencia FM.

Radio Latacunga

Horario: 6h00 a.m.

10h00 a.m.

14H00 p.m.

Costo \$150 por campaña

Radio Oasis

Horario: 6h00 a.m.

10h00 a.m.

14H00 p.m.

Costo \$100 por campaña

- ***Prensa Escrita:***

LA GACETA

- Un anuncio los días Martes y Domingo por un costo de \$. 20
- Mediante hojas volantes entregadas a los transeúntes por un costo de \$ 45

2.16. Conclusiones

- Se observa que no existe competencia directa para el servicio que se desea implantar por lo que podemos tener una penetración de mercado de forma rápida y directa con los usuarios.
- El proyecto tiene un 89 % de aceptación por parte de los usuarios latacungueños por lo que se cree que el proyecto tiende a ser factible.
- Los usuarios tienen la necesidad de contar con un servicio de mudanzas de calidad, basado en valores agregados que le permitan satisfacer las necesidades de los mismos.
- Este estudio arroja que el principal valor agregado que debe tener este nuevo servicio es el buen trato hacia el usuario ya que este dará solidez y confianza para la utilización del mismo.
- Nuestra oferta lo va a constituir el 41% de nuestra demanda insatisfecha.
- Nos ayudado a la determinación del precio del servicio ya que este dato nos servirá para el cálculo de los ingresos los mismos que ayudaran a cubrir los gastos que se generan en la empresa.

CAPITULO III

PROPUESTA PARA DETERMINAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA UNA COMPAÑÍA DE MUDANZAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA DE MUDANZAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

3.1. Estudio técnico

3.1.1. Objetivos

3.1.1.1. General

- Determinar el tamaño óptimo, la localización, equipos y maquinaria requerida para el buen desempeño de nuestra compañía. Así como cuantificar el recurso económico – financiero que permita ejecutar del proyecto.

3.1.1.2. Específicos

- Diseñar y distribuir de una manera adecuada cada una de las áreas de trabajo, optimizando recursos económicos, humanos y financieros.
- Determinar la ubicación mas optima del proyecto, la cual permita extender los beneficios y limitar los posibles costos.
- Diseñar la mejor estructura orgánica-funcional para el buen desempeño de la compañía de mudanzas.
- Definir el financiamiento y la obtención de recursos para la implantación de la compañía de mudanzas.

- Analizar la liquidez del proyecto mediante la evaluación de los índices financieros.

3.2. Justificación

Las decisiones de localización son cruciales tanto para las instalaciones nuevas como para las existentes, ya que comprometen a la organización con costos por largos periodos, empleos y patrones de mercado. Las alternativas de localización deben ser revisadas bajo condiciones de mano de obra, fuentes de materias primas o cambios en las demandas del mercado. Las empresas pueden responder a los cambios manteniendo su instalación, expandiendo o cerrando instalaciones existentes o desarrollando nuevas. En esta etapa se pretende establecer el valor total de los recursos a utilizarse para la implantación del proyecto, así como también obtener información que contribuirá en la parte final del estudio realizado.

3.3. Localización del Proyecto

El estudio de la localización del proyecto definirá claramente cuál será el sitio adecuado para ubicar la compañía de mudanzas. Una óptima localización será la que permita obtener una inmejorable producción tangible o intangible extendiendo los beneficios y limitando los posibles costos.

En la disposición del lugar donde se ha de situar la compañía, generalmente se suelen recorrer dos pasos, primero se escoge el área geográfica en general (macro localización) y segundo se selecciona el sitio ideal (micro localización).

3.3.1. Macro Localización

La ubicación Geográfica de la compañía de mudanzas en la ciudad de Latacunga fue considerada por los siguientes fundamentos.

Latacunga, capital de la provincia de Cotopaxi. Se encuentra en la Sierra Central del país Su población es de 58.317 habitantes.

La ciudad fue fundada en 1.599 Tiene una extensión de 5.287 km². En General la provincia posee una temperatura media anual de 12° C, por lo que cuenta con un clima templado, frío y cálido húmedo. Es uno de los cantones que cuenta con mayor insolación lo que favorece la producción de flores para exportación.

Latacunga cuenta con importantes industrias, que aprovechan la ubicación geográfica, relativamente próxima de Quito. A corta distancia de la cabecera cantonal, al norte, se sitúa el aeropuerto internacional, con un importante tráfico de carga, de allí parte una parte importante de la producción de flores de la provincia. También funciona como aeropuerto alterno para el aeropuerto de Quito.

Esta histórica ciudad con el pasar del tiempo ha ido demostrando un desarrollo significativo para el centro del país, por lo que requiere de más y mejores producto y/o servicios para continuar con sus actividades operativas. Por esta razón hemos analizado que Latacunga, no cuenta con un servicio de mudanzas ya sea en instituciones públicas y privadas, peor aún en los hogares latacungueños.

Nuestros principales competidores son las típicas cooperativas de camionetas, pero ninguna de ellas lo hace manera eficiente, ya que ellas no cuentan con un personal y conocimiento para este tipo de trabajo. Nuestro servicio se caracterizará por el traslado de forma segura de bienes muebles, a bajo precio y de manera eficiente, obviamente contaremos con un personal altamente capacitado y un excelente trato a nuestros clientes. Y siempre pensando que en la actualidad el desarrollo tecnológico es eminente y crece a pasos agigantados por lo que la mayoría de empresas tanto a nivel nacional como internacional necesitan de estos avances para mejorar su capacidad productiva así como la competitividad de sus productos o servicios

Grafico 3.1
Macro localización



FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Ing. Ciro Bautista

3.3.2. Micro Localización

La compañía de mudanzas estará ubicado en la zona oeste de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, más conocido esta como barrio la estación, de donde sus límites son: al norte bodegas de la guitig, gimnasio gorilas, etc. al sur colinda con la gasolinera Mas Gas propiedad de la familia Terán, al este la Av. 5 de Junio y al oeste la Av. Marco Aurelio Subía.

Escogimos este sector debido que este cuenta con un sistema de vías que permiten el fácil acceso a cualquier parte de la ciudad, además en dicho sector podemos contar con una serie de locales propios o para tomar en arriendo los mismos que

brindaran las garantías necesarias para hacer que la compañía de mudanzas garantice un servicio de calidad y además creemos que los mismos satisfecerán todos las necesidades de los futuros inversionista de la compañía de mudanzas que puedan requerir, entonces estas facilidades antes mencionadas nos permitirán abarcar de manera rápida y eficiente cualquier servicio de mudanzas solicitado desde cualquier punto de la cuidad.

Tabla 3.1
MICRO LOCALIZACIÓN

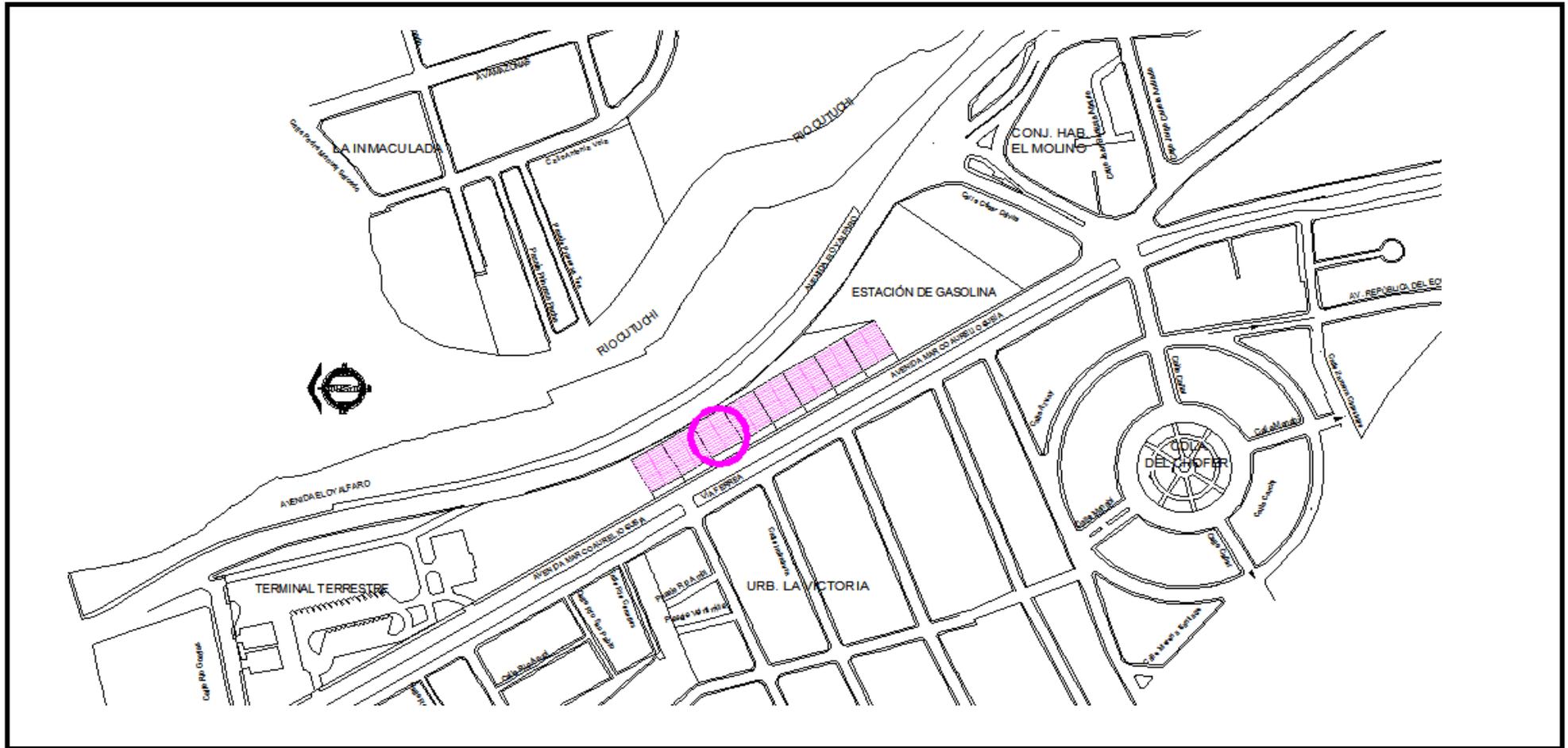
PAÍS:	Ecuador
PROVINCIA:	Cotopaxi
CANTÓN:	Latacunga
PARROQUIA:	Eloy Alfaro
SECTOR:	Oeste
SUPERFICIE:	5.287Km ²
CLIMA:	Frío
DEMOGRAFÍA:	58.317 habitantes

FUENTE: INEN

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

A continuación mostraremos un croquis de la ubicación de nuestra compañía:

Grafico 3.2
Ubicación de la Compañía de Mudanzas



FUENTE: Trabajo de campo

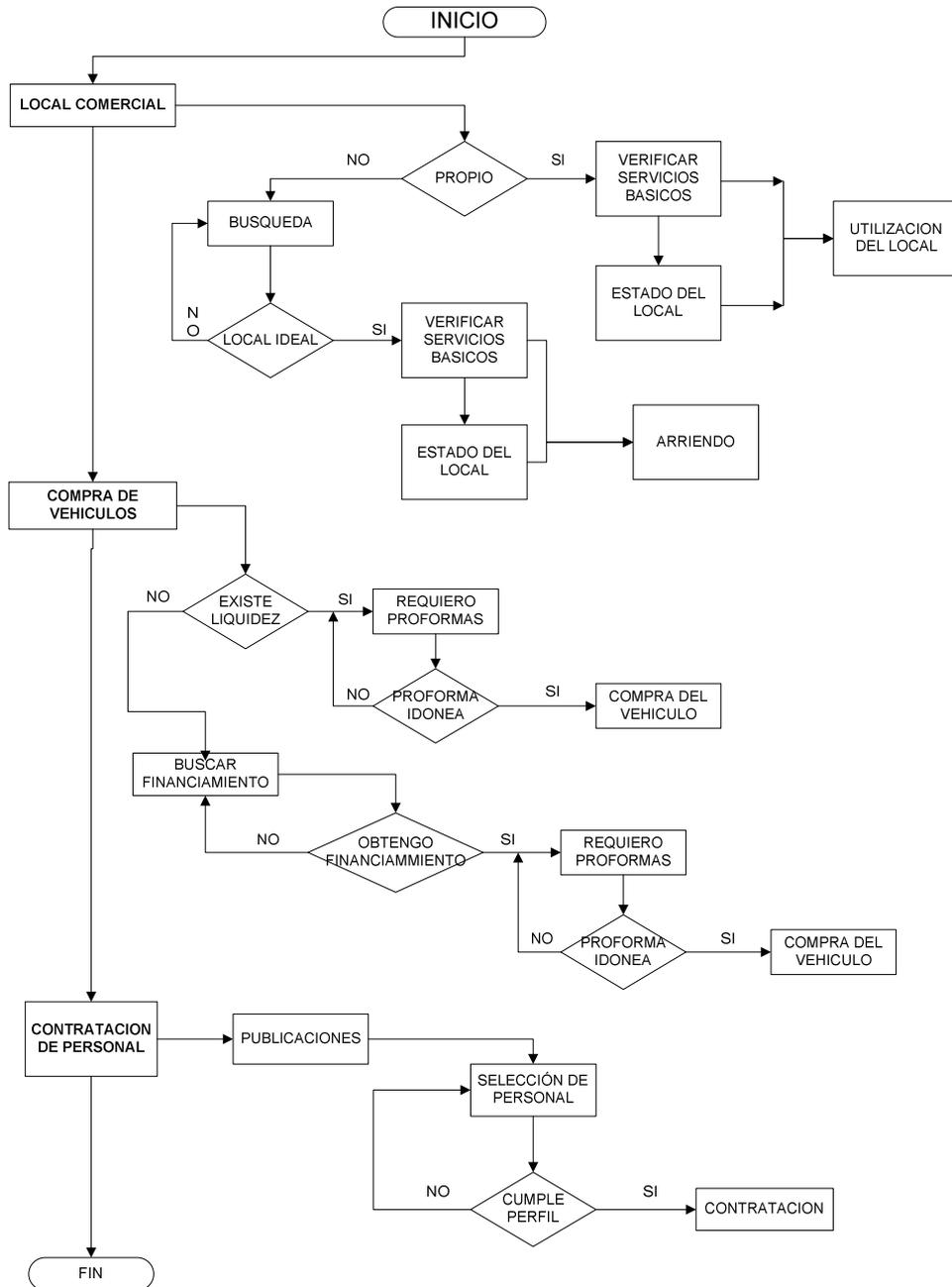
ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.4. Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería del proyecto pretende resolver todo lo concerniente a la adecuación, instalación y el funcionamiento de la empresa o compañía, esto va desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria si es el caso, determinar la distribución óptima de la planta y definir la estructura jurídica y de organización que tendrá el proyecto.

Obviamente los requerimientos de las empresas demandaran de recursos técnicos, los que van a permitir precisar los elementos necesarios para llevar a cabo las funciones de forma adecuada, para lo cual a continuación se presenta el diagrama de la ingeniería de este proyecto:

Grafico 3.3
INGENIERIA DEL PROYECTO



FUENTE: Trabajo de campo

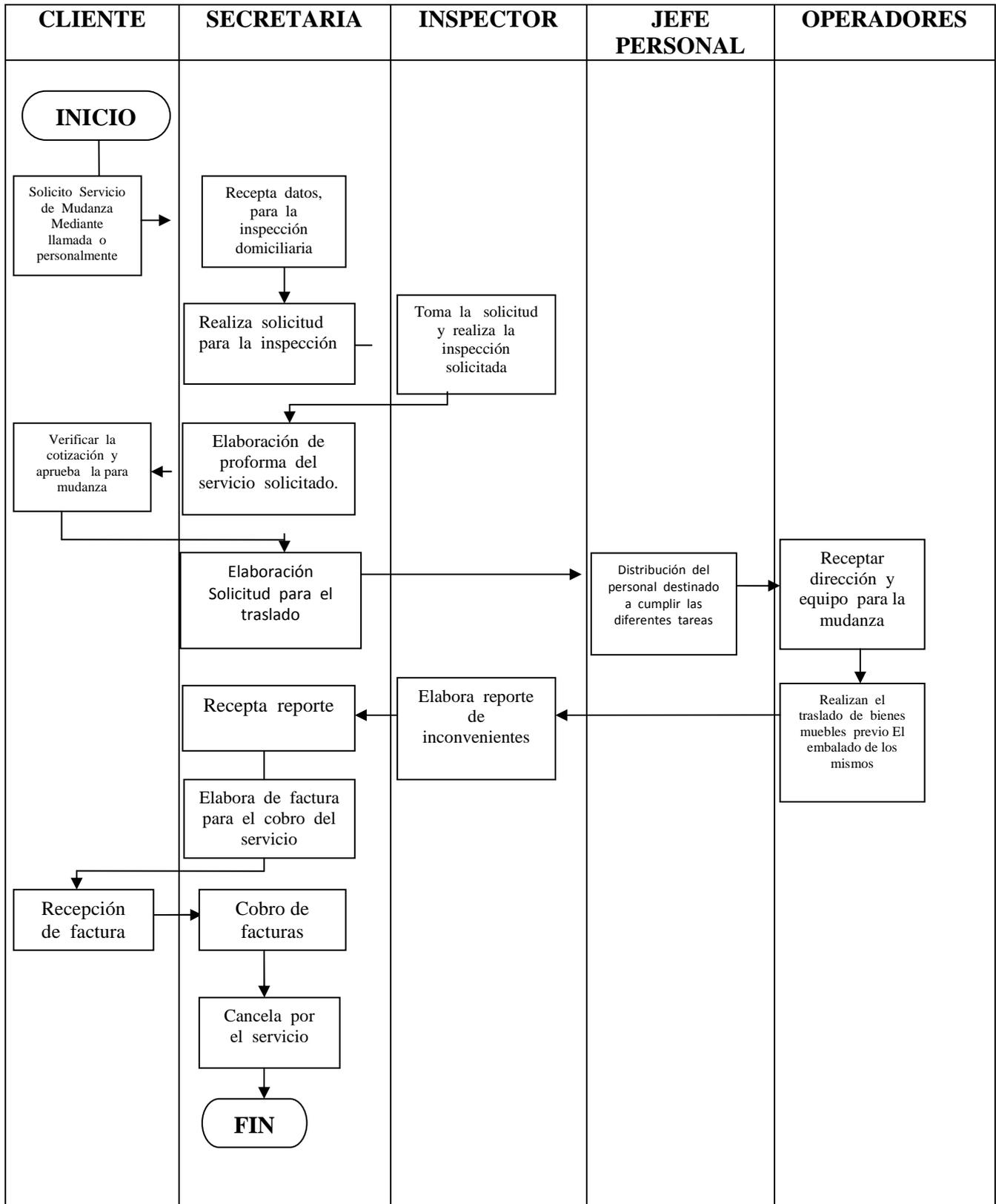
ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.5. Proceso del Servicio

3.5.1. Definición del Servicio.

- El cliente solicita el servicio de mudanza mediante una llamada telefónica o personalmente.
- Inmediatamente la Secretaria se encargara receptor los datos del cliente y de realizar la solicitud de inspección del servicio de mudanzas.
- La solicitud se entregará al Jefe de Personal para que lo entregue al inspector de turno.
- La secretaria con los datos del inspector elaborara la proforma de servicio.
- La secretaria llamara al cliente para informarle el costo del servicio y a su vez obtener la aprobación sobre el mismo.
- El Jefe de Personal se encargará de la distribución del personal destinado a cumplir las diferentes tareas.
- El personal recibe la dirección y el equipo necesario para la realización de la mudanza de los bienes muebles.
- El personal se traslada al lugar de la mudanza para previo embalado de los objetos sean transportados los mismos.
- Al finalizar con la mudanza, el Jefe de Personal realizará el reporte de cada uno de los empleados, así como si hubo inconvenientes en la mudanza de los bienes.
- Finalmente se entrega la factura al cliente, para proceder a la recaudación del dinero y realizar el correspondiente depósito.

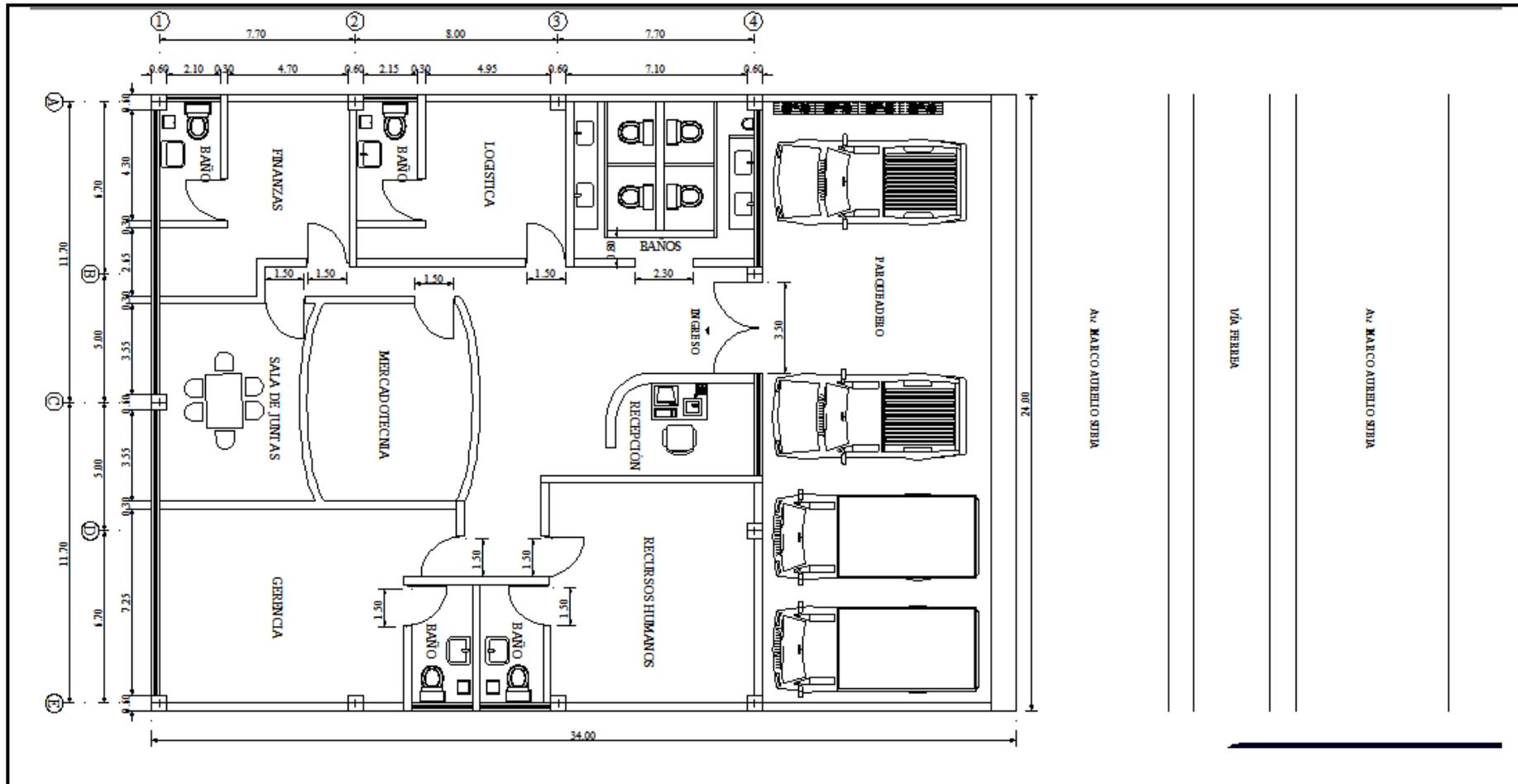
Grafico 3.4
Diagrama Operacional del Servicio



ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.6. Distribución física de la planta

Gráfico 3.5.



3.7. Requerimientos de Proyecto

3.7.1. Activos Fijos

3.7.1.1. Recursos Materiales.

Para iniciar una actividad como es del servicio de mudanza vamos a recurrir a la adquisición de vehículos para nuestra movilidad y traslado de los bienes muebles por lo que hemos designado un monto de \$ 76960

Tabla 3.2
Maquinaria y Vehículos

VEHICULO	CARACTERISTICAS	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
Camionetas	Dimax	2	18490	26980
Camión	Turbo diesel 13 toneladas serie N	2	24990	49980
TOTAL				76960

FUENTE: Automotores de la sierra

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.1.2. Muebles y Enseres

Para iniciar una actividad económica siempre es necesario contar con una inversión fija y diferida como es la adquisición de muebles y enseres el costo para dicha adquisición haciende a un valor de \$. 1310

Tabla 3.3
MUEBLES Y ENSERES

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANT.	P/UNITARIO	V/TOTAL
1	Archivador	1	80	80
2	Escritorio	1	35	35
3	Sillas giratoria	6	95	570
4	sillas Perugia (plásticas)	6	8	48
5	Escritorio mesa	6	28	168
6	Mesa p/reuniones	1	150	150
7	Televisor	1	250	250
SUMAN				1310

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.1.3. Equipos de Cómputo y Oficina

Hoy en día la herramienta fundamental dentro de todo negocio es un computador por eso es gran importancia contar con uno de ellos ya que nos ayudara a agilizar los procesos de facturación como también nos permitirá tener un control permanente de nuestros movimientos económicos.

Por lo que hemos designado para un rubro de \$.6070

Tabla 3.4
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y DE OFICINA

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANT.	P/UNITARIO	V/TOTAL
1	Computador	6	650	3900
2	Fax	1	150	150
3	Impresora multifuncional	2	75	150
4	Teléfono	2	35	70
5	Equipo de comunicación	4	450	1800
SUMAN				6070

FUENTE: Dr pc, redemax

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.2. Recursos Humanos

Al hablar de recursos humanos estamos tratando de las herramientas indispensables para el funcionamiento de nuestra empresa por lo que requerimos de un egreso de \$5640

Personal

Para iniciar una actividad cualquiera que sea esta el primer elemento indispensable es el factor humano ya que la misma aporta al desarrollo de la empresa. Pero se debe realizar una selección acorde con las necesidades de cada uno de los departamentos. Es por ello para el presente proyecto consideraremos el rubro de \$5640.

Tabla 3.5
Recurso Humano

PERSONAL	N	SUELDO POR PERSONA USD\$	TOTAL
Gerente	1	450	450
Subgerente	1	350	320
Secretaria recepcionista	1	230	230
Jefe de recursos humanos	1	400	400
Jefe financiero	1	400	400
Jefe de logística	1	400	400
Jefe de mercadotecnia	1	400	400
Chofer	4	400	1600
Estibadores	4	300	1200
Personal de limpieza	1	240	240
TOTALES	16		5640

FUENTE: Tabla salarial vigente

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.3. Suministros y Materiales

Al momento de realizar actividades dentro de una empresa es necesario realizar la adquisición de materiales y suministros de oficina por lo que hemos designado el siguiente valor \$226.35

Tabla 3.6
MATERIALES DE OFICINA

ITEMS	DESCRIPCION	CANT	P/UNITARIO	V/TOTAL
1	Papel boom (resmas)	3	3,5	10,5
2	Esferos	24	0,3	7,2
3	Lápices	12	0,25	3
4	Corrector	4	1,2	4,8
5	Borradores	6	0,2	1,2
6	Tinta de impresora	2	35	70
7	Calculadora	2	3,5	7
8	Clips caja	4	0,15	0,6
9	Grapas caja	3	0,85	2,55
10	Carpetas	6	0,25	1,5
11	Grapadora	2	2,5	5
12	Perforadora	2	2,5	5
13	Rollos papel fax	6	5,5	33
14	Tijeras	6	4,5	27
15	Carpetas archivador	6	8	48
SUMAN				226,35

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.4. Útiles de Aseo

La imagen es uno de los factores primordiales para todo negocio por lo que la primera impresión cuenta de mucho. Nuestra compañía no será la excepción por lo que debemos realizar un gasto en útiles de aseo los mismos que nos ayudara a tener una buena imagen e higiene personal y de la empresa. \$ 918.58

Tabla 3.7
UTILES DE ASEO

ITEM	DESCRIPCION	CANT.	P/UNITARIO	V/TOTAL	VALOR ANUAL
1	Escobas	3	1,8	5,4	5,4
2	Trapeadores	3	1,8	5,4	10,8
3	Papel higiénico (paca x72)	3	11	33	43,8
4	Jabón de tocador	12	0,5	6	49,8
5	Desinfectantes galón	6	5,5	33	82,8
6	Toallas	3	1,25	3,75	86,55
7	Cloro galón	6	3,9	23,4	109,95
8	Fundas de basura (paq. x10)	36	0,25	9	118,95
9	Ambientales	4	2,99	11,96	130,91
10	Palas de Basura	3	0,8	2,4	133,31
11	Basureros	4	3,25	13	146,31
	SUMAN			146,31	918,58

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.5. Servicios Básicos

Para instalar una empresa debemos considerar que cuente con todos los servicios básicos, es un factor importante para poner en marcha lo planificado. Se ha proyectado que vamos a mantener un gasto de servicios básicos por un monto de \$1200

Tabla 3.8
SERVICIOS BÁSICOS

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	V/MENSUAL	MESES	VALOR ANUAL
1	Luz	Kw	35	12	420
2	Agua	Mt3	15	12	180
3	Teléfono	Min	50	12	600
4					0
SUMA					1200

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.6. Publicidad

Todo negocio al iniciar sus actividades siempre es necesario contar con publicidad y que mejor si es por radio, televisión y prensa para darse a conocer y dar a conocer sus servicio. Por lo que hemos designamos un costo de \$675

Tabla 3.9
PUBLICIDAD

ITEM	DESCRIPCION	P/UNITARIO	MESES	VALOR ANUAL
1	Radio	50	3	150
2	Prensa	25	3	75
3	Television	150	3	450
4				0
	TOTALES		9	675

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.7.7. Inventarios

El inventario es una relación detallada de los rubros que componen el activo realizable y el activo fijo. Es importante que al momento de iniciar una actividad económica se tome en cuenta con qué cantidad de mercaderías inicia su empresa para que en el transcurso del tiempo podamos darnos cuenta con lo que contamos en la actualidad. Para nuestro proyecto hemos tomado en cuenta un inventario inicial que vamos a disponer tanto en mercaderías para poder ofrecer a nuestros clientes.

Por lo que se debería designar un monto de stock mínimo de \$ 759,58

Tabla 3.10
MERCADERIAS

ITEM	DETALLE	CANT	P/UNITARIO	V/TOTAL
1	Cartónes	30	1,25	37,5
2	Plástico strechs 40 cm	12	16,99	203,88
3	Cinta de Embalage 100 yardas	36	1,2	43,2
4	Grapadoras	3	150	450
5	Estilete industrial	5	5	25
SUMAN				759,58

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.8. Propuesta Administrativa

3.8.1. La empresa

3.8.1.1. Razón social

El nombre con el que se dará a conocer la compañía de mudanzas será **Move Express** por el enfoque a un buen servicio de transporte de bienes muebles.

El slogan con el que se identificara la compañía por sus servicios será **Nuestra calidad es nuestra seña de identidad**, ya que se considera que las actividades que se realizara en el campo de prestación del servicio estará en conjunto a la presentación del logotipo quedando de la siguiente manera.

Grafico 3.6
Logotipo de la Compañía



ELABORADO POR: Ing. Ciro Bautista

El logotipo ha sido diseñado de acuerdo al servicio que la compañía estará dedicado a prestar.

3.9. Marco jurídico

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el manto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo la razón social o denominación objetiva, a la que se añadieron, en todo caso las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.

La compañía de mudanzas será constituida como una empresa de Compañía Limitada, la razón es que la compañía de mudanzas al principio estará constituida por dos socios y los detalles de constitución constarán en la minuta.

Según la Súper intendencia de Compañías y la ley que rige a las mismas estos son los requisitos que se debe seguir para la constitución de la compañía de mudanzas que nosotros como investigación estamos proponiendo en este presente proyecto:

3.9.1. Pasos para la constitución

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la superintendencia de compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario. 400,00 cías. Ltda. y \$ 800,00 s.a.
3. Elevar a escritura pública la constitución de la empresa, en cualquier notaría.
4. Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la superintendencia de compañías o en las ventanillas únicas.
5. La superintendencia de compañías en el transcurso de 48 horas como máximo puede responder así:

Oficio:

- Cuando hay algún error en la escritura.
- Cuando por su objeto debe obtener afiliaciones previas, tales como: cámara de minería, agricultura, pequeña industria, turismo, etc.
- Cuando por su objeto debe obtener permisos previos, tales como: consejo nacional de transito, Ministerio de gobierno, etc.
- Se deben realizar todas las observaciones hechas mediante oficio para continuar con el proceso de constitución y así obtener la resolución.

Resolución:

Para continuar con el proceso de constitución.

6. Debe publicar en el periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día. (se recomienda comprar tres ejemplares de extracto: 1 para registro mercantil, otro para la superintendencia de compañías y otro para la empresa).
7. Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaría donde obtuvo las escrituras.
8. Debe obtener la patente municipal (escritura de constitución de la compañía y resolución de la superintendencia de compañías en original y copia. Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal. Dirección donde funciona la misma).
9. Debe inscribir las escrituras en el registro mercantil, para ello debe presentar:
 - 3 escrituras con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías ya sentadas razón por la notaría;
 - Publicación original del extracto y certificado original de la cámara de la producción correspondiente,
 - Copias de cédula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente.
 - Certificado de inscripción en el registro de la dirección financiera tributaria del municipio de Quito.
10. Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello debe presentar: acta de junta general en donde se nombran al representante legal y administrador y nombramientos originales de cada uno (por lo menos 3 ejemplares).
11. Debe presentar en la superintendencia de compañías:
 - Escritura con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías inscrita en el registro mercantil.
 - Periódico en el cual se publicó el extracto (1 ejemplar).
 - Original o copias certificadas de los nombramientos inscritos en el registro mercantil de representante legal y administrador
 - Copias simples de cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador.

- Formulario del ruc lleno y firmado por el representante legal. Copia simple de pago de agua, luz o teléfono.
12. La superintendencia después de verificar que todo este correcto le entrega al usuario:
- Formulario de ruc
 - Cumplimiento de obligaciones y existencia legal
 - Datos generales
 - Nomina de accionistas
 - Oficio al banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital)
13. Obtención del ruc en el servicio de rentas internas.
- Formulario ruc 01-a y 01-b suscritos por el representante legal (lleno)
 - Original y copia o copia certificada de la escritura de constitución o domiciliación inscrita en el Registro mercantil.
 - Original y copia o copia certificada del nombramiento de representante legal inscrito en el Registro mercantil Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono.

Donde cada uno de estos pasos debe ser seguido al pie de la letra para que a sí la compañía a futuro no tenga problemas de índole legal.

3.9.2. Instituciones, leyes y Requisitos

Es necesario para dar funcionamiento a la compañía de mudanzas, dar cumplimiento de las entidades de control como:

- Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Municipalidad de Latacunga
- Cuerpo de Bomberos
- Jefatura de tránsito

Una vez inscrita la empresa en la Superintendencia de Compañías se debe obtener el RUC, como documento requerido y necesario para los demás entes de control.

3.9.2.1. Sri

La empresa debe ser inscrita obligatoriamente en el SRI, obteniendo a través de esta entidad, el RUC o el número de identificación puesto que la compañía de mudanzas como persona jurídica, que inicia sus actividades económicas en el país en forma permanente, estará sujeta a tributación en el país.

La inscripción en el RUC, deberá realizarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al de la constitución o iniciación real de actividades por parte de la compañía de mudanzas como persona jurídica que adquiere la calidad de contribuyente o de empresa nueva. Para obtener el RUC, se debe presentar:

- Copia de la cédula de identidad y la planilla de luz, agua y teléfono.
- Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos.
- Papeleta de votación.
- Facturas, notas de venta, recibos y más documentos contables que otorgan a los contribuyentes.
- Planillas de sueldos.

3.9.2.2. Municipalidad de Latacunga

Para obtener el permiso de funcionamiento del establecimiento, la ilustre Municipalidad de Latacunga es la entidad encargada de autorizar la ubicación, permisos de suelo, patente municipal, entre otros, según el lugar donde se localizará el negocio, los requisitos que se debe cumplir son:

3.9.2.2.1. Patente municipal

Es un permiso obligatorio otorgado por el Ministerio por ejercer actividades comerciales mediante el pago de un derecho o impuesto anual dictado en la Ley

de Régimen Municipal, Art 382. Los requisitos para la adquisición de la Patente son:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
 - Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
 - Copia de la Cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
 - Dirección donde funcionará la empresa.
 - RUC actualizado.
- Formulario de declaración de la Patente.

El municipio realiza la inspección respectiva de cotización de la infraestructura y al mobiliario del establecimiento. Una vez aprobado este, se pagará el impuesto sobre activos totales.

3.9.2.2.2. Control Sanitario

Según lo dispuesto en el Artículo 4 literal a) del Régimen de Tasas por Control Sanitario y Permiso de Funcionamiento, todo establecimiento que trate con alimentos y bebidas, debe obtener un permiso sanitario de funcionamiento ante el Ministerio de Salud Pública a través de sus dependencias y entidades competentes, en este caso será la Dirección de Salud Provincial de Cotopaxi y de la Jefatura de Salud de Latacunga, debiendo cumplir los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida a la Directora provincial de Cotopaxi requiriendo asigne la inspectoría.
- Una vez asignada la inspectoría el personal encargado realiza la inspección del establecimiento revisando minuciosamente en este caso: cocina, bajilla, baños, mesas, manteles y demás mobiliario del Restaurante.
- Copia del Certificado de Salud, el cual consiste en la revisión médica de todos los empleados, ya que laboraran en la preparación de alimentos.

- Seguidamente se llena la ficha de calificación y categorización según el tipo de restaurante.
- Finalmente se cancelará un valor asignado por la categoría a la que pertenezca el restaurante en este caso se cancelará un valor de 96 USD por un Restaurante de Primera Clase.

3.9.2.3. Formulario de línea de fábrica

Se requiere comprar dicho formulario en la ventanilla de recaudaciones del municipio de Latacunga, adjuntando:

- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación
- Copia del impuesto predial del edificio.

3.9.2.4. Cuerpo de bomberos

En el cuerpo de bomberos se debe presentar una solicitud de inspección de la compañía de mudanzas en la verificación que se realizase se verificará que el establecimiento posea:

- Salidas de emergencia
- Instalaciones entubadas
- Señalización
- Extintores de incendios

Una vez realizada la inspección, el Cuerpo de bomberos emite el Certificado de Funcionamiento.

3.10. Bases filosóficas

3.10.1. Nuestra Misión

Satisfacer totalmente las necesidades de transporte y logística de bienes personales de forma integral para nuestros clientes, a través de la excelencia en el servicio de mudanza coadyuvando al desarrollo integral de nuestra localidad con el fiel compromiso de mejorar día tras día.

3.10.2. Nuestra Visión

Hacer que Move Express sea un modelo de empresa, líder en servicios de transporte, por seguridad, oportunidad y cubrimiento en nuestra ciudad, llegando a ser competitivos a nivel nacional.

3.10.3. Valores

Los valores corporativos constituyen una exposición que abarque los principios que guían la labor cotidiana de los empleados de una empresa. Estos están dirigidos, al director, a los responsables ejecutivos y a todas las personas que trabajen al servicio de la empresa o están en representación de ésta.

3.10.3.1. Integridad

Entendiéndose esto como personas honestas y dignos de confianza en nuestras relaciones.

3.10.3.2. Confidencialidad

Debido a lo delicado de la información que las empresas comparten con nuestra organización como personas nos debemos someter a ser profesionales y custodios de dicha información.

3.10.3.3. Credibilidad

Es hacer lo que pregonamos.

3.10.3.4. Transparencia

Es ser claro en el manejo de información y finanzas que afectan a la empresa

3.10.3.5. Imparcialidad

Debe existir un equilibrio entre los representantes que conforman la empresa es decir sin trato preferencial.

3.10.3.6. Excelencia

Es la relación que debemos mantener con nuestros clientes, proveedores, empleados e integrantes de la empresa

3.10.3.7. Trabajo en equipo

Mantener una ambiente de buena comunicación, compromiso y responsabilidad hacia todos.

3.10.3.8. Profesionalismo

Observar las leyes y actividades que regulan nuestra actividad donde desarrollamos los principios.

3.10.4. Políticas

Las políticas son el conjunto de normas que nos ayudan a conducir el comportamiento de todas las personas que trabajan en una empresa, así misma estas también nos ayudaran a cumplir con los objetivos trazados.

Por ende es importante contar con políticas para cada uno de los departamentos con los que cuenta la empresa, a través de la identificación de algunos factores claves del éxito los cuales nos permitirán normar aquello que genera valor a la empresa o compañía. Los que a continuación detallamos:

3.10.4.1. Departamento de Recursos Humanos

Políticas

- Proteger la seguridad y salud de todos nuestros empleados, con la convicción de que los accidentes de trabajo y enfermedades pueden y deben ser atendidos en el momento que se presente.
- La empresa concederá vacaciones con goce de sueldo a sus empleados, por cada año de servicios en la empresa.
- Escoger al personal que laborara en la compañía utilizando métodos de selección de personal basados en habilidades y competencias obviamente siguiendo un perfil ya establecido por nuestra empresa y que estará elaborado bajo las especificaciones de cada departamento con el que va a contar nuestra compañía.

3.10.4.2. Departamento de Finanzas

Políticas

- La realización del presupuesto anual deberá ser presentada a la junta directiva en el mes noviembre del año en curso, con su respectiva justificación.
- Los pagos por concepto de sueldos para los empleados se deberán ser cancelados el día 30 de cada mes.
- Presentar semestralmente los estados financieros de la compañía.

3.10.4.3. Departamento de Comercialización

Políticas

- Presentar por lo menos 2 propuestas de ofertas y promociones por año.

- Las promociones se harán efectivas de acuerdo a los días festivos de mayor relevancia en nuestra ciudad así como a nivel nacional.
- Realizar por lo menos 1 estudio de mercado para mejora de nuestro servicio.

3.10.4.4. Departamento de logística y Operación

Políticas

- Coordinación permanente para el despacho de vehículos a solicitud de la compañía.
- Delegación del personal para el servicio de mudanza
- Escogimiento de la ruta más viables para prestar el servicio de mudanza en la ciudad de Latacunga.

3.10.5. Estrategias de Servicio

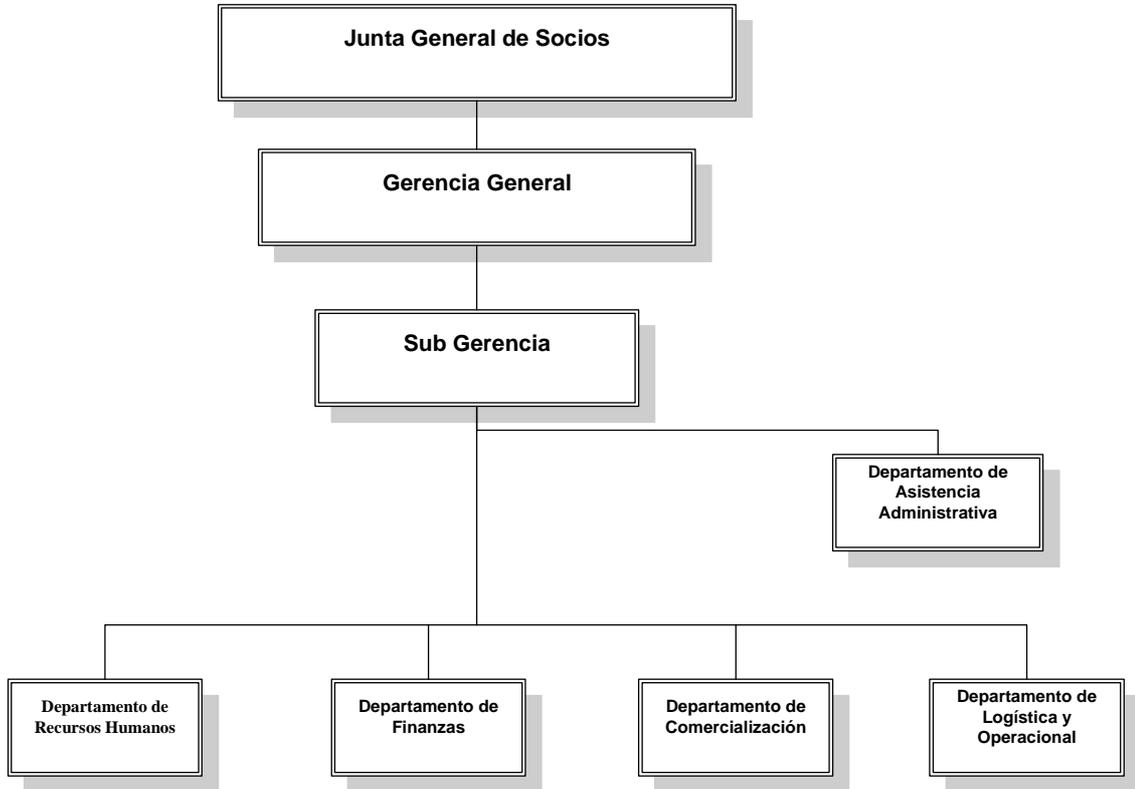
- Precio justos, lo que nos permitirá captar un segmento de mercado de forma rápida y tener una ventaja competitiva en relación a nuestra competencia, además estos precios variaran en función a la distancia de entrega así como el volumen de la encomienda a entregar.
- Atención personalizada, basada principalmente en el buen trato hacia nuestros clientes lo cual generara un valor agregado a nuestro servicio y nos permitirá competir en un mercado cambiante.
- Alianzas Estratégicas, con instituciones públicas o privadas, permitiendo que nuestra compañía abarque un nuevo segmento de mercado al cubrir necesidades a nivel institucional, además estas alianzas nos ayudaran a proyectar nuestro negocio a nuevos mercados.
- Seguridad, garantizar el buen estado físico de los bienes muebles al momento de realizar la mudanza.
- Discreción en sus entregas, para el caso de documentos garantizar el derecho de la inviolabilidad de la correspondencia.

- Embalado, importante para asegurar el buen estado físico de los bienes muebles al momento de transportarlos de un lugar a otro.
- Seguros, en el caso de que los bienes a mudar tenga un valor monetario alto o sea el caso que existiere algún percance como accidente de tránsito, mal embalado, etc. Al momento de realizar la mudanza.

3.11. Estructura Administrativa

Encontrar la estructura perfecta en una compañía coadyuvará a que la misma pueda encontrar una rápida solución a cualquier problema que se presentara en las diferentes aéreas que posee una compañía, por lo mismo el grupo de investigación propone la siguiente estructura organizacional, representada en los siguientes organigramas.

Grafico 3.7
Organigrama Estructural



LEYENDAS	
ELABORADO POR: Isabel Bautista	<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 5px;"> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 10px; margin-right: 5px;"></div> Jerarquía </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 5px;"> <div style="width: 20px; border-bottom: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> Relación directa </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 5px;"> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; margin-right: 5px;"> <div style="width: 10px; height: 10px; border: 1px solid black; margin-bottom: 2px;"></div> <div style="width: 10px; border-bottom: 1px solid black; margin-bottom: 2px;"></div> </div> Subordinación </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 5px;"> <div style="width: 20px; border-bottom: 1px dashed black; margin-right: 5px;"></div> R. Colaboración </div> </div>
FECHA: 03-01-2011	
AUTORIZADO POR: Juan Carlos Moreno	
FECHA: 03-01-2011	

Grafico 3.8
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



LEYENDAS	
ELABORADO POR: Isabel Bautista	<div style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 15px; margin: 0 auto;"></div> Jerarquía
FECHA: 03-01-2011	————— Relación directa
AUTORIZADO POR: Juan Carlos Moreno	<div style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 15px; margin: 0 auto;"></div> Subordinación
FECHA: 03-01-2011	- - - - - R. Colaboración

3.12. Estudio Económico Financiero

El estudio económico- financiero de un proyecto de inversión pretende demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Asimismo, examina la conveniencia de comprometer los recursos financieros en el proyecto, en comparación con otras posibilidades que se conozcan de colocación., ya que determina cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

3.12.1. Inversión Inicial

3.12.1.1. Inversión Fija

Se denominan inversiones a largo plazo y se refiere a las adquisiciones de ciertos bienes que tienen de carácter operativo para la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria y equipos, muebles y enseres, etc. Y cuyo fin es de dar soporte a la actividad de producción de bienes y servicios.

3.12.1.2. Inversión Diferida

La Inversión Diferida o intangible se caracteriza por la inmaterialidad de los bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: servicios necesarios para el estudio e implantación del proyecto, asistencia técnica, gastos preparativos y de instalación y puesta en marcha. Su cálculo depende de los precios corrientes existentes en el mercado, los mismos que se han obtenido a través de consultas técnicas y legales.

Para recuperar el valor monetario de las inversiones diferidas se incorpora en los costos de producción el rubro denominado Amortización de Inversiones Diferidas.

3.12.1.3. Inversión en Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes efectivo mínimo, cuentas por cobrar, Inventarios, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y un tamaño determinados.

Aunque el capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal manera que radica en su naturaleza circulante. Esto implica que mientras la inversión fija y la inversión diferida pueden recuperarse por la vía fiscal, mediante la depreciación y la amortización la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por este medio, ya que, dada su naturaleza, la empresa se remediará de él a corto plazo.

Después de realizar el respectivo análisis de las diferentes tipos de inversión la inversión inicial quedara de la siguiente manera:

Tabla 3.11

Edificio

Descripción	Precio Unitario	Precio Total
Local	30.000	30.000
Inversión en Rediseño	2.000	2.000
Total Edificio	32.000	32.000

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.12

Vehículos

Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2 Camionetas Luv Dimax	18.490	26.980
2 Camion Turbo Diesel	24.990	49.980
TOTAL		76.960

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.13**Equipos de Computo y Oficina**

DETALLE	Cantidad	PRECIO	
		Unitario	Total
Equipo Básico			
computador	1	650	650
Fax	1	150	150
Impresora multifun	2	75	150
Teléfono y línea	2	35	70
Equipos de comunicación	4	450	1.800
Teléfono y línea			200
Total			3.020

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.14**Muebles y Enseres**

DETALLE	Cantidad	PRECIO	
		Unitario	Total
Equipo Oficina			
Archivador	1	80	80
Escritorio	1	35	35
Sillas Giratoria	6	95	570
Sillar Perugia (plásticas)	6	8	48
Escritorio de mesa	6	28	168
Mesa p/Reuniones	1	150	150
Televisor	1	250	250
		-	-
Equipo primeros Aux.			
Botiquín	1	50	50
Total			1.517

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.15
Capital De Trabajo

Gastos Administrativos	3058,71
Mantenimiento y Servicios	660,14
Gastos de logística	9714,25
TOTAL	13433,10

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Quedando el cuadro de inversión inicial así:

Tabla 3.16
Inversión Inicial

Activos	Costo USD
Edificio	32.000,00
Vehículo	76.960,00
Equipos de computo	3.020,00
Muebles y Enseres	1.517,00
capital de trabajo	13.432,24
Total	126.929,24

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.12.1.4. Cronograma de Inversiones

Este programa muestra gráficamente la relación que existe entre las diversas actividades. Y el tiempo, mostrando la secuencia del flujo de las actividades., el mismo que se presenta a continuación:

CRONOGRAMA DE INVERSIONES AÑO 2011

	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
constitución jurídica de la empresa	x	x	x																																													
tramites del préstamo				x	x	x																																										
compra del terreno							x	x																																								
construcción de las instalaciones									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x																				
compra de vehículos																									x	x																						
compra de equipos y enceres de oficina																											x	x																				
instalación y montaje de equipos																											x	x	x																			
selección del talento humano																											x	x	x	x																		
publicidad y promoción																													x	x	x	x																
puesta en marcha de la empresa																																					x	x										

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.13. Financiamiento.

Son fuentes de capital en el momento de invertir, los recursos pueden provenir de Fuentes Internas, esto pueden ser hechos por el aporte de los inversionistas del proyecto o mediante la emisión de bonos o venta de acciones, y de Fuentes Externas como son los préstamos obtenidos en instituciones financieras.

3.13.1. Financiamiento con Capital Propio.

Es el aporte de los promotores del proyecto, conjuntamente con dos inversionistas a los cuales les interesa el proyecto, corresponde a \$63.464,62 que equivale al 50% del total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto.

3.13.2. Financiamiento Mediante Crédito

La diferencia de la inversión inicial requerida será cubierta a través de un préstamo concedido por el Banco del Pichincha , el mismo que tiene un monto de \$ 63.464,62, correspondiente al 50%, debido a que los promotores y el inversionista han concluido de que esta institución financiera es aquella que brinda las mejores condiciones de crédito.

Tabla 3.17

Financiamiento por Crédito

Inversión	126.929,24
Aporte Socios	63.464,62
Saldo Amortizar	63.464,62
Tasa anual	14%
(días año)	360
Tasa día	0,04%

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.18
AMORTIZACION DE LA DEUDA

PERIODO	SALDO INSOLUTO INICIO PERIDO	INTERÉS	RENTA	CAPITAL PAGADO	SALDO DEUDA FINAL DEL PERIODO
1	63.464,62	8.885,05	18.486,32	9.601,27	53.863,35
2	53.863,35	7.540,87	18.486,32	10.945,45	42.917,89
3	42.917,89	6.008,51	18.486,32	12.477,81	30.440,08
4	30.440,08	4.261,61	18.486,32	14.224,71	16.215,37
5	16.215,37	2.270,15	18.486,32	16.216,17	-0,80
			92.431,60	92.431,60	

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.14. Determinación de Costos de Operación

El aspecto fundamental dentro de lo que implica formular un proyecto es conocer qué y cuánto producir (estudio de mercado); cómo, cuándo y dónde se producirá (estudio técnico); se hace entonces oportuno establecer cuánto nos va a costar producir y qué cantidad de ingresos recibiremos por éste concepto. La recopilación de datos necesarios y la elaboración de presupuestos estimativos de ingresos y gastos nos permitirán disponer de los elementos básicos para determinar en el campo de la evaluación financiera, la rentabilidad del proyecto y la posibilidad de determinar su punto de equilibrio, es decir, donde la empresa no pierde ni gana.

El cálculo de los costos de producción se realiza asignando precios a los distintos recursos requeridos, físicamente cuantificados de acuerdo con los estudios de ingeniería. Para calcular y presentar los costos de producción se comienza por desglosarlos en rubros parciales, de manera parecida pero no idéntica a la empleada con propósitos de contabilidad en las empresas que ya están funcionando. En las empresas en marcha la contabilidad de costos persigue el doble fin de llevar el registro de lo que ha ocurrido y de facilitar el procedimiento para comprobar la eficiencia administrativa de la empresa.

3.14.1. Costos Fijos y Variables

El costo de las ventas y los gastos de operación tienen componentes de costos fijos y variables de operación. Los costos resultantes se definen a continuación:

3.14.1.1. Costos Fijos.- A este tipo de costos se los denomina así por cuanto permanecen constantes o invariables frente a cualquier volumen de producción. Dentro de los cuales tenemos: mano de obra indirecta, servicios básicos, depreciaciones, amortizaciones de la inversión diferida, sueldos y salarios, publicidad y promoción, mantenimiento de equipos, mantenimiento vehículos, suministros, e intereses.

3.14.1.2. Costos Variables.- Se denominan así porque varían proporcionalmente con el movimiento de la producción, es decir, si ésta se incrementa o disminuye entonces los costos variables del centro son; mano de obra directa y la Materia Prima.

3.15. Costos Anuales Proyectados

Los cuadros que a continuación se presentan resumen la proyección de los costos totales de producción a partir del primer año de operaciones. Los rubros de gastos de administración han sido proyectados en base al promedio de inflación, según las proyecciones del Banco Central, será de un 6.00 % aproximadamente.

Tabla 3.19
Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	Año				
	2.010,00	2.011,00	2.012,00	2.013,00	2.014,00
Desembolso					
Remuneración	71.295,02	71.295,02	74.859,78	78.602,76	82.532,90
Seguros	3.600,00	3.888,00	4.199,04	4.576,95	4.988,88
Mantenimiento y servicios	11.312,50	12.217,50	13.194,90	14.250,49	15.533,04
Subtotal	86.207,52	87.400,52	92.253,72	97.430,21	103.054,82
No desembolso					
Depreciaciones	15.749,64	15.749,64	15.749,64	15.749,64	15.749,64
Subtotal	15.749,64	15.749,64	15.749,64	15.749,64	15.749,64
Total	101.957,17	103.150,17	108.003,36	113.179,85	118.804,46

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.20
Gastos de Mantenimiento y Servicios

Mantenimiento y Servicios	Año				
	2.010,00	2.011,00	2.012,00	2.013,00	2.014,00
Mantenimiento	10.112,50	10.921,50	11.795,22	12.738,84	13.885,33
Servicios Básicos	1.200,00	1.296,00	1.399,68	1.511,65	1.647,70
Total	11.312,50	12.217,50	13.194,90	14.250,49	15.533,04

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.21
Gastos de logística

Gastos de logística	Año				
	2.010,00	2.011,00	2.012,00	2.013,00	2.014,00
Combustible	322.373,69	354.778,70	361.519,46	369.963,50	378.863,29
Promoción/Publicidad	675,00	676,08	677,16	678,24	679,33
Gastos Varios	759,58	760,58	761,58	762,58	763,58
Total	323.808,27	356.215,36	362.958,20	371.404,32	380.306,20

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.22
Resumen de Gastos

	2010	2011	2012	2013	2014
Gastos Administrativos	101.957,17	103.150,17	108.003,36	113.179,85	118.804,46
Mantenimiento y Servicios	11.312,50	12.217,50	13.194,90	14.250,49	15.533,04
Gastos de logística	323.808,27	356.215,36	362.958,20	371.404,32	380.306,20
TOTALES	437.077,93	471.583,03	484.156,45	498.834,67	514.643,69

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.15.1. Costos Unitarios de Producción

Es la inversión monetaria que se necesitara para ofertar nuestro servicio. Esta se calculara mediante la siguiente fórmula:

$$C. U. P = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Cantidad total a producir}}$$

Donde:

C.U.P. = Costo Unitario de Producción

C.T. = Costo Total

Q.T. = Cantidad Total a producir

Tabla 3.23

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
costo total	437.077,93	471.583,03	484.156,45	498.834,67	514.643,69
consumo del servicio	22.269,71	21.806,51	22.066,78	20.613,23	21.114,51
costo unitario anual	19,63	21,63	21,94	24,20	24,37
costo unitario mensual	1,64	1,80	1,83	2,02	2,03
precio de venta	11,67	11,67	11,67	12,72	12,72
posible utilidad	10,03	9,86	9,84	10,70	10,69

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.16. Ingresos Anuales Proyectados

Se refiere al capital que nosotros vamos a generar al ofertar nuestro servicio. Los Ingresos Anuales están determinados por la siguiente relación:

$$I = Q * P$$

DONDE:

I = Ingresos por ventas

Q = Cantidad de servicios ofrecidos

P = Precio de venta

Tabla 3.24**Demanda Insatisfecha (Unidades)**

Años	Camionetas	Camión	Furgon
2010	29.860,48	17.348,94	17.348,94
2011	30.427,83	17.678,57	17.678,57
2012	31.005,95	18.014,46	18.014,46
2013	31.595,05	18.356,72	18.356,72
2014	32.195,35	18.705,50	18.705,50
2015	18.642,53	10.831,31	10.831,31

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.25**Precios**

Precio de Venta	
Camionetas	3
Camión	12
Furgón	20

FUENTE: trabajo de investigación

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.26**Inflación proyectada**

Años						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Inflación	8%	8%	8%	9%	9%	9%

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

La tabla que esta a continuación es simplemente la multiplicación de las variables que encierran en la formula con una sola consideración y es que, a partir del año

2011 se cree que se debe tomar en cuenta la inflación proyectada para los años subsiguientes quedando la tabla final de la siguiente forma:

Tabla 3.27
Ingresos por ventas

Ventas por línea USD	Año				
	2010	2011	2012	2013	2014
Camionetas	89.581,43	98.586,15	100.459,28	103.315,81	105.278,79
Camión	208.187,23	229.114,22	233.467,36	240.105,95	244.667,92
Furgon	346.978,72	381.857,03	389.112,27	396.505,24	407.779,86
Total	644.747,38	709.557,41	723.038,91	739.927,00	757.726,58

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.16.1. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de la empresa definirá el nivel de ventas con el cual se cubren todos los costos de operación fijos y variables, es decir, el nivel en el cual las utilidades totales son igual a cero. A continuación presentamos su cálculo en términos monetarios como en unidades físicas (número de servicios):

1. En Términos Monetarios (Costos Totales) :

$$P.E.M = \frac{\text{Costo fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable Total}}{\text{ingreso ventas}}}$$

2. En Unidades Físicas (Clientes):

$$P.E.F = \frac{\text{P.E. MONETARIO}}{\text{PRECIO DE VENTA}}$$

Entonces nuestro punto de equilibrio se resume en la siguiente tabla:

Tabla 3.28
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso por ventas	644.747,38	709.557,41	723.038,91	739.927,00	757.726,58
Costo total	453.136,80	482.904,90	491.205,41	501.993,89	514.083,02
Costo fijo	129.328,53	126.689,54	128.247,22	130.589,57	133.776,82
Costo variable	323.808,27	356.215,36	362.958,20	371.404,32	380.306,20
Precio de venta	11,67	11,67	11,67	12,72	12,72
P.E Monetario anual	259.813,25	254.409,30	257.519,29	262.200,28	268.576,52
P.E Monetario mensual	21.651,10	21.200,78	21.459,94	21.850,02	22.381,38
P.E fisico	22.269,71	21.806,51	22.066,78	20.613,23	21.114,51

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.17. Estados financieros

Se denominan estados financieros a los balances de situación y de resultados que se elaboran a la finalización de cada ciclo contable, en base a los saldos de las cuentas que resumen a las transacciones u operaciones realizadas por una entidad durante un mes, un bimestre, un semestre, o un año.

Los balances de situación, de resultados, de fuentes y usos, adquieren las denominaciones de estados financieros, en virtud del ordenamiento y agrupación de las cuentas para los fines de análisis e interpretación de la situación y de los rendimientos operacionales obtenidos periódicamente.

3.17.1. Estado de resultados

Este nos muestra el nivel de caución y las utilidades que se han producido en un periodo contable, comparando ingresos con los costos y gastos en un periodo de operación.

Donde la diferencia entre estos indicadores representa la utilidad en operación, que a su vez reduciendo el porcentaje de participación a favor de los trabajadores y el pago del impuesto a la renta en beneficio del Estado determinando la utilidad neta para ser distribuida entre los accionistas de la empresa.

A continuación mostraremos el cuadro de resultados en dólares:

Tabla 3.29
Estado de Resultados

Estado de Resultados	Año				
	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS	644.747,38	709.557,41	723.038,91	739.927,00	757.726,58
Camionetas	89.581,43	98.586,15	100.459,28	103.315,81	105.278,79
Camión	208.187,23	229.114,22	233.467,36	240.105,95	244.667,92
Fungón	346.978,72	381.857,03	389.112,27	396.505,24	407.779,86
EGRESOS					
Operacionales	425.765,43	459.365,53	470.961,55	484.584,17	499.110,66
Gastos Administrativos	101.957,17	103.150,17	108.003,36	113.179,85	118.804,46
Gastos de Ventas	323.808,27	356.215,36	362.958,20	371.404,32	380.306,20
UTILIDAD OPERACIONAL(bruta)	218.981,94	250.191,88	252.077,36	255.342,83	258.615,92
Gastos Financieros	27.371,37	23.539,38	20.243,86	17.409,72	14.972,36
Utilidad antes de Impuestos(uti oper)	191.610,58	226.652,50	231.833,50	237.933,11	243.643,56
Participación trabajadores	28.741,59	33.997,88	34.775,02	35.689,97	36.546,53
UTILIDAD DESPUES PARTICIPACION	162.868,99	192.654,63	197.058,47	202.243,14	207.097,02
Impuesto a la Renta	40.717,25	48.163,66	49.264,62	50.560,79	51.774,26
UTILIDAD NETA	122.151,74	144.490,97	147.793,85	151.682,36	155.322,77

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.17.2. Estado de Situación Financiera

El Balance General o Estado de Situación Financiera de una empresa es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas del Activo, Pasivo y Patrimonio, a través del cual se puede determinar mediante índices la posición financiera de la misma, en un monto determinado.

Por consiguiente el cuadro del estado financiero sería el siguiente:

Tabla 3.30
Balance general

BALANCE DE SITUACIÓN GENERAL	AÑOS				
	2010	2011	2012	2013	2014
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja Bancos	261.223,56	423.221,42	576.165,21	731.583,61	888.510,69
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	261.223,56	423.221,42	576.165,21	731.583,61	888.510,69
ACTIVO FIJO					
Edificios	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00	32.000,00
(Depreciación Acumulada Edificios)	-1.440,00	-2.880,00	-4.320,00	-5.760,00	-7.200,00
Vehículos	76.960,00	76.960,00	76.960,00	76.960,00	76.960,00
(Depreciación Acumulada Vehículos)	-13.852,80	-27.705,60	-41.558,40	-55.411,20	-69.264,00
Equipo	3.020,00	3.020,00	3.020,00	3.020,00	3.020,00
(Depreciación Acumulada Equip)	-339,75	-679,5	-1.019,26	-1.359,01	-1.698,76
Muebles y Enseres	1.517,00	1.517,00	1.517,00	1.517,00	1.517,00
(Depreciación Acumulada Muebles)	-117,09	-234,18	-351,27	-468,36	-585,45
TOTAL ACTIVO FIJO	97.747,36	81.997,72	66.248,08	50.498,43	34.748,79
TOTAL ACTIVO	358.970,92	505.219,14	642.413,29	782.082,04	923.259,48
PASIVO					
PASIVO CORTO PLAZO					
Préstamos por Pagar	53.863,35	42.917,89	30.440,08	16.215,37	-
Participación por Pagar	28.741,59	33.997,88	34.775,02	35.689,97	36.546,53
Impuestos Por Pagar	40.717,25	48.163,66	49.264,62	50.560,79	51.774,26
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	123.322,18	125.079,43	114.479,72	102.466,12	88.320,79
TOTAL PASIVO	123.322,18	125.079,43	114.479,72	102.466,12	88.320,79
PATRIMONIO					
Capital Social	126.929,24	126.929,24	126.929,24	126.929,24	126.929,24
Utilidades retenidas		122.151,74	266.642,71	414.436,57	566.118,92
Utilidad del Ejercicio	122.151,74	144.490,97	147.793,85	151.682,36	155.322,77
TOTAL PATRIMONIO	249.080,98	393.571,95	541.365,80	693.048,16	848.370,93
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	372.403,16	518.651,37	655.845,52	795.514,28	936.691,72

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.17.3. Estados de Fuentes y Usos

Adicionalmente a la elaboración y presentación de los estados básicos de situación y de resultados, es necesario la elaboración del estado de Fuentes y Usos, que permita evaluar los orígenes y aplicaciones de fondos a mediano y largo plazo, el conocimiento de los patrones históricos de aplicación de fondos permite que el administrador financiero planee mejor sus requerimientos de fondos futuros y determine la liquidez del negocio, es decir, si se dispone del efectivo necesario para que la empresa pague sus deudas.

Tabla 3.31
Estados de Fuentes y Usos

FLUJOS NOMINALES	AÑO				
	2010	2011	2012	2013	2014
Inversión	126.929,24				
Ventas Nominales		644.747,38	709.557,41	723.038,91	739.927,00
Menos Gastos Nominales		-453.136,80	-482.904,90	491.205,41	-501.993,89
Variables		323.808,27	356.215,36	362.958,20	371.404,32
Fijos		129.328,53	126.689,54	128.247,22	130.589,57
Utilidad Operacional		191.610,58	226.652,50	231.833,50	237.933,11
Menos Participación e Impuestos		-69.458,83	-82.161,53	-84.039,64	-86.250,75
Utilidad después de Imptos y participación		122.151,74	144.490,97	147.793,85	151.682,36
Más Depreciación		15.749,64	15.749,64	15.749,64	15.749,64
Flujo Real de Operación		137.901,38	160.240,61	163.543,50	167.432,00
Más Requerimientos/Recuperación CT		-13.432,24	-1.350,21	-280,86	-351,84
Flujo Neto antes de Venta Activos	-126.929,24	124.469,15	158.890,40	163.262,63	182.829,80
Más Recuperación Final CT					
Más Recuperación Activos					
Total Flujos	-126.929,24	124.469,15	158.890,40	163.262,63	182.829,80

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

3.18. Evaluación del Proyecto

La evaluación financiera considera la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos a lo largo del horizonte de planeación, el monto de la inversión fija y flexible, las formas de

financiamiento para la operación y la evaluación para conocer la utilidad y la calidad de la inversión del proyecto.

El objetivo de la evaluación del proyecto es determinar lo atractivo o viable que el proyecto es a la luz de diferentes criterios.

3.18.1. Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)

Las accionistas de las empresas tienen en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que realiza. Para algunos se llama Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento. (TMAR)

Dentro de la evaluación financiera es indispensable establecer en primera instancia la Tasa Mínima aceptable de rendimiento (TMAR), ya que la misma establece el rendimiento que desean obtener los accionistas y los prestatarios del crédito bancario por la inversión realizada en el proyecto.

Para los proyectos de inversión a largo plazo cuya rentabilidad está determinada por los rendimientos futuros, es importante determinar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de fondos futuros que permitirá expresarlos en términos de valor actual y compararlos con la inversión inicial.

Tabla 3.32

Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (En dólares)

COSTO DEL CAPITAL	PORCENTAJE
PROMEDIO TASA PASIVA	4
RIESGO DEL NEGOCIO	10
TMAR	14,00%

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Tabla 3.33
Rentabilidad del proyecto

		BANCO	PROYECTO
INVERSION	126.929,24		
tasa pasiva	4%	5077,16948	
TIR	42,16%		44044,44524

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

En esta tabla se ve claramente que es más rentable invertir en el proyecto antes que en un banco debido a que el TIR que genera el proyecto es más rentable, que la inversión con una tasa pasiva.

3.18.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es el rendimiento mínimo que se le debe ganar sobre el proyecto para no alterar el valor del mercado de la empresa. . Una inversión es efectuable cuando el VAN>0, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial.

Su formulación matemática se la puede expresar de la siguiente manera:

$$VAN = \frac{FN0}{(1+i)^0} + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} \dots \dots \dots \frac{FNn}{(1+i)^n}$$

Donde:

FN = Flujo de Efectivo Neto

n = Años de vida útil

i = Tasa de interés de actualización

Tabla 3.34
Calculo del VAN

FLUJOS DE EFECTIVO	Factor de actualización	Flujos actualizados acum	Flujos de actualiz acum
-126.929,24	1,00	-137.136,54	-137.136,54
124.469,15	0,92	114.511,62	-22.624,92
158.890,40	0,85	146.179,17	123.554,25
163.262,63	0,78	148.568,99	272.123,24
182.829,80	0,71	166.375,12	438.498,36

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

Realizando todos los cálculos pertinentes el resultado de esta fórmula matemática arroja un valor actual Neto de 448.805,70 dato que indica que el proyecto rinde esa cantidad por sobre lo mínimo exigido, o lo que es lo mismo sobre un VAN = 0; dicho nivel indica al inversionista que no pierde ni gana. Por lo tanto este parámetro demuestra la viabilidad del proyecto, por cuanto su resultado es positivo y mayor que 0.

3.18.3. Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La TIR, evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente igual a los desembolsos expresados en moneda actual, en otras palabras, es la tasa a la cual el valor actual neto de los ingresos de efectivo anuales es igual al valor actual de la inversión (VAN = 0).

La fórmula empleada para el cálculo de la T.I.R, es la siguiente:

$$\mathbf{TIR = r_2 + (r_2 - r_1) * \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}}$$

Donde:

r₁ Tasa de descuento 1
r₂ = Tasa de descuento 2

V.A.N = Valor Actual Neto

Aplicado a nuestro proyecto nos resulta un TIR de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= 0.15 + (0.15 - 0.14) * \frac{438.498,36}{438.498,36 - 272.123,24} \\ &= 0,4216 \\ &= \mathbf{42,16 \%} \end{aligned}$$

El resultado obtenido nos da un TIR del 42,16 %, que es mayor al costo de oportunidad del dinero, es decir, a la tasa pasiva en las instituciones financieras alcanza un promedio del 7 % anual y a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que para el proyecto es 9%; Por lo que el proyecto desde este punto de vista es rentable.

3.18.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

EL período de recuperación de la inversión se determina cuando los ingresos superan a los pagos, o lo que es lo mismo, los valores positivos superan a los valores negativos. Para que el proyecto sea factible el período de recuperación de la inversión debe estar dentro de su vida útil. Su cálculo lo resumimos a continuación:

$$\text{P.R.I} = \text{Año del ultimo flujo de efectivo} + \frac{\text{Primer flujo de efectivo actualizado acumulado}}{\text{Inversión inicial Total}}$$

$$\begin{aligned} \text{P.R.I} &= 5 + \frac{(-22.624,92)}{126.929,24} \end{aligned}$$

$$\text{P.R.I} = 4,82$$

$$\text{P.R.I} = \mathbf{4 \text{ años } 8 \text{ meses } 2 \text{ días}}$$

3.18.5. Razón Beneficio / Costo (B/C)

Este parámetro de evaluación permite relacionar los ingresos y los gastos actualizados del proyecto dentro del período de análisis, estableciendo en cuántas veces los ingresos superan los gastos. Para que el proyecto sea considerado como viable, la relación beneficio costo debe ser mayor a 1.

La decisión a tomar consiste en:

$B/C > 1.0$ aceptar el proyecto.

$B/C < 1.0$ rechazar el proyecto.

La fórmula matemática para su cálculo es:

$$R\ C/B = \frac{\text{Ingresos totales Actualizados}}{\text{Costos Totales Actualizados}}$$

Tabla 3.35
Calculo de costo beneficio

INGRESOS VENTAS	COSTOS	FACTOR ACTULIZ	INGRES ACTULIZ	COSTOS ACTUALIZ
644.747,38	437.077,93	0,92	593.167,59	402.111,70
709.557,41	471.583,03	0,85	652.792,81	433.856,39
723.038,91	484.156,45	0,78	665.195,80	445.423,94
739.927,00	498.834,67	0,71	673.333,57	453.939,55
757.726,58	514.643,69	0,64	689.531,19	468.325,76
		TOTALES	3.274.020,95	2.203.657,33

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

$$R C/B = \frac{3.274.306,09}{2.203.428,92}$$

$$R C/B = 1,48$$

La relación beneficio determina que los ingresos generados dentro del período de análisis son mayores a los costos en un 48 %, es decir, se tiene una ganancia de 48 centavos por cada dólar que se gaste.

3.18.6. Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad es un indicador que posibilita medir el comportamiento de la rentabilidad frente a una posible variación en los ingresos y gastos. Entonces, la sensibilidad constituye un sondeo de posibilidades que pueden presentarse cuando se alteran determinadas variables como el precio de los servicios o el costo de producción, lo que originará una reacción de los ingresos frente a los gastos de la empresa. Matemáticamente este análisis se lo obtiene restando los gastos de los ingresos, cuyo resultado se lo divide para el capital invertido.

$$r = \frac{\text{INGRESOS} - \text{GASTOS}}{\text{INVERSION INICIAL}}$$

Tabla 3.36

Calculo de la sensibilidad del proyecto

AÑOS	INGRESOS ACTUAL	GASTOS ACTUAL	SENCIBILIDAD
1	593167,5861	402111,70	1,51
2	652792,81	433856,39	1,72
3	665195,80	445423,94	1,73
4	673333,57	453939,55	1,73
5	689531,19	468325,76	1,74

ELABORADO POR: Grupo de Investigación

El resultado de sensibilidad que se muestra para el primer año el cual esta expresado en porcentaje determina que hemos obtenido un 1,51 % de rentabilidad sobre los gastos, margen dentro del cual se puede tolerar variaciones en los precios, en los costos, para que estas no ocasionen pérdidas en la inversión.

CONCLUSIONES

El grupo de investigación una vez terminada la investigación procede a formular las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al análisis situacional del proyecto se puede observar que existe una gran oportunidad de mercado para la creación de nuevas empresas dedicadas al transporte de bienes muebles.
- En la ciudad de Latacunga no existe empresas de servicios dedicadas a las mudanzas que llenen las expectativas del cliente y cubran sus necesidades con un servicio de calidad.
- En el estudio técnico se determino la ubicación óptima de la compañía de mudanzas en el sector la Estación, lugar que se considera de fácil acceso para nuestros usuarios además de contar con todos los servicios básicos para brindar un servicio de alta calidad.
- A través de la ingeniería del proyecto se obtuvo la correcta distribución física de las instalaciones y equipo de tal manera que se optimice la utilización del espacio disponible y se genere un ambiente propicio para las actividades de trabajo, así como también se determino el personal requerido para los diferentes puestos.
- Mediante un estudio Administrativo se puede identificar la estructura organizacional más idónea que se ajuste a las condiciones y requerimiento de la empresa, estableciendo funciones personalizadas, evitando de esta manera la duplicidad en las tareas delegadas para una mayor agilidad en los proceso.
- Al oferta un nuevo servicio de mudanzas, este debe estar de acorde a las necesidades de los futuros usuarios así como del mercado, lo que garantizara calidad en dicho servicio.
- Brindar una atención personalizada constituirá la mejor carta de presentación en el mercado, esto también permitirá ganar credibilidad y confianza dentro del mercado objetivo y así atraer futuros clientes.

- La publicidad para las empresas, se constituye en una herramienta fundamental para dar a conocer las bondades y beneficios del servicio que se desea implantar en un mercado objetivo.
- El Estudio Financiero considera una inversión inicial de \$ 126.930,10 teniendo en cuenta que los recursos para el financiamiento serían aportados el 50 % por los accionistas y el otro 50 % sería a través de crédito bancario.

RECOMENDACIONES

El grupo de investigación considera oportuno plantear las siguientes recomendaciones:

- Invitar a inversionistas a invertir en este tipo de servicio, que aparte de ser rentable estarían contribuyendo al desarrollo socio económico de la ciudad, Provincia y País.
- La creación de nuevos servicios de mudanzas, estén basados en estudios técnicos que orienten a las nuevas empresas a crear servicios que en realidad satisfagan las necesidades de los futuros clientes.
- Al momento de implantar una empresa se debe tomar muy en cuenta la macro y la micro localización más idónea ya que la misma permitirá atender de forma rápida y oportuna las necesidades de los usuarios.
- Siempre se debe distribuir de forma física la empresa u compañía para que de esta manera se optimice el espacio físico disponible y también se genere un ambiente propicio para el trabajo en equipo.
- Todas las empresas deben mantener una estructura organizacional idónea, que se ajuste al tamaño de la misma, lo cual conllevará a tener una buena organización de trabajo mediante la delegación de funciones específicas.
- Realizar constantes investigaciones de mercado que permitan determinar las necesidades del mercado objetivo, para entrar a un proceso de mejoramiento continuo y así determinar las características del servicio que prefieren nuestros clientes potenciales.
- Para garantizar una atención personalizada de calidad se debe crear continuos programas de capacitación al personal que se encuentre involucrado en el proceso de la mudanza, para provocar aportes creativos y eficientes brindando criterios de calidad para la mejora del servicio.
- Proporcionar publicidad local a todos los medios de comunicación para demostrar la eficiencia y calidad que se brindará al momento de proporcionar el servicio.

- Todo proyecto de inversión debe estar sustentado en el estudio financiero, debido a que este nos indicara el monto de inversión inicial, así como las fuentes de financiamiento y la liquidez que se generara a futuro, todo esto desembocando en una solo pregunta de que si es RENTABLE o no el proyecto.

BIBLIOGRAFIA

CITADAS

- AMARO, Raymundo “Administración de Empresas I”, Editora Tiempo S.A.
- BACA, Gabriel “Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición,
- CAROD, Miguel, Diccionario Enciclopédico Gran Plaza y Jaime Ilustrado, Editores Argentino S.A. Sao Paulo Brasil.
- COMEN, E. “Evolución de Proyectos Sociales” Siglo Veintiuno, México, Tercera Edición
- COTRINA, Saúl “Evaluación social de Proyectos de Inversión”, Asociación Internacional de Fomento – Banco. La Paz. Bolivia, 1991
- CHIAVENATO, Idolberto “Introducción a la Teoría General de la Administración” Quinta Edición
- ETZEL, Walker: “Fundamentos de Marketing”, 13ª. Edición de Stonton, Mc. Graw Hill.
- FONTAINE, Ernesto P. “Proyectos” Ed. Prentice Hall, México, 1990.
- GARCIA, Garay Flor, “Guía para elaborar planes de negocios”.
- HEINZ, Weibrich “Administración Industrial y General”, Ed. Ed. Ateneo.
- ILPES, “Guía para la Presentación de Proyectos”, Siglo XXI, Editores, 10 Edición.
- JAMES, A. F. Stoner, “Administración de Empresas”, Editorial Tiempo S.A. 1986.
- KOONTZ, Harold, “Administración una Perspectiva Global”, Décima Edición,
- FISHER Laura, ESPEJO Jorge, “Mercadotecnia” Tercera Edición, Mc. Graw Hill – Interamericana,
- P. Faber, “199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad”, Grupo Editorial Norma, SAPAG, Charin Nassir, “Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación”,
- TERRY Franklin, “Principio de Administración”, Ed, Espinoza, 1970,

- TAYLOR, Federico, “Principio de Administración Científica”, Ed. El Ateheo,
- URIBE, Augusto, “Introducción al Proyecto” Edit. Herrera Hnos, 2da Edición

CONSULTADAS:

- CIRCULO DE LECTORES (1991), “Curso Básico de Administración”, Editorial Norma, Colombia.
- CORZO Miguel Angel, “Introducción a la Ingeniería de Proyectos”, Editorial Limusa – Wiley
- COLOMA, F. “Evaluación Social de Proyectos de Inversión”, Asociación Internacional.
- LEONARD W. P. “Preparación y Evaluación de Proyectos” 2da. Edición
- RUIZ ROA, “Administración General”, 3ra. Edición de Bolsillo, Editora Dales, Moca, República Dominicana, año 2000
- MUÑOZ RAZO, Carlos, “Como Elaborar Y Asegurar una Investigación de Tesis”, Primera Edición; Editorial Prentice Hall; Naucalpal de Juárez, México; 1998
- BACA URBINA, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”; Tercera Edición, Editorial Mc. Graw-Hill, México, 1997
- COLLAZOS CERRON, Jesús; “Estudio de Mercado en los Proyectos de Inversión”, Primera Edición; Editorial San Marcos, Lima Perú, 2002
- ALEGRE, Jenner F; “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”; Quinta Edición, Editorial América, Lima – Perú, 2003
- ASTUCURI TINOCO, Venancio; “Administración de Proyectos”, Primera Edición; Editorial Metal Consult S.A. Lima – Perú, 1998
- SANTOS Tania, (año...?), (<http://ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSION ETAPAS EN SU ESTUDIO.HTM>)
- WESTON J. Fred, (año...?), (<http://EL ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL CUBANA GestioPolis.htm>)

- BETEMAN y otros, (1999); “Administración una ventaja competitiva”; Cuarta Edición; editorial Me Graw Hil; México.
- STEAPHEN. Robbis, (2002), “Fundamentos de administración”, Tercera Edición, Editorial Prentice Hall, México
- CERTO, Samuel. (2000); Administración Moderna; Edición, octava; Editorial, Prentice-hall; Bogota
- MEGGINSON y otros, (1998); “Administración conceptos y aplicaciones”; Primera Edición; Editorial Continental S.A.; México.

ELECTRONICA

- ARTILES, Leticia. <http://www.rae.es/>
- BARRIOS, Irene, <http://www.monografias.com/trabajos16/proyectosinversion.shtml>
- LAGE, Iván, www.gestiopolis.com/economia/capital_de_trabajo_fundamento_economico.htm
- Mooney: “.” Pág. ((http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/definicionadministracion/ 14 de abril/15:00)
- Ugarte Rey ((Pág. <http://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml> 2009/04/18; 15h00)
- Graterol Maria Luisa: Pág. www.monografias.com/proyectos.shtml.2009/04/18;15h30
- GRACOL Maria, (2006), “Proyecto de inversión”, México, 10/12/2008, www.gestiopolis.com
- CRUZ Osain, (2006), “Componentes de un proyecto de inversión”, Venezuela, 10/12/2008, www.monografias.com

Bueno () Malo () Regular () Pésimo ()

5.- ¿Ha tenido algún percance en el momento de traslado de sus bienes muebles?

Si () No ()

¿Cuáles?-----

6.- ¿Cree usted que la demanda de transporte de bienes muebles que existe en la actualidad es cubierta en su totalidad y de manera satisfactoria para el usuario?

Si () No ()

7.- ¿Le gustaría contar con un servicio especializado en mudanzas?

Si () No ()

8.-¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por este servicio?

Por fletes cortos de 5 a 10dólares () o 10 a 20 dólares ()

Por fletes interprovinciales de 30 a 50 dólares () o 50 a 100 dólares ()

9.- ¿Que le gustaría que le oferte este nuevo servicio?

Buen trato () Rapidez ()

Personal especializado () Seguro por daños ()

10.- ¿Cuál cree usted es el horario más adecuado para el cambio de sus bienes muebles?

En la mañana. () En la tarde. ()

En la noche. () A la madrugada. ()

Agradecemos su valiosa colaboración

ANEXO 2

POBLACION DE LATACUNGA

Latacunga (cantón) - Wikipedia, la enciclopedia libre - Windows Internet Explorer

W http://es.wikipedia.org/wiki/Latacunga_(cant%C3%B3n)

Latacunga (cantón) - Wikipedia, la enciclopedia libre

División política [editar]

La cabecera cantonal cuenta con las siguientes parroquias urbanas: Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (La Laguna), Juan Montalvo (San Sebastián), La Matriz, San Buenaventura

El cantón se divide en las siguientes parroquias rurales: [Toacaso](#), [San Juan de Pastocalle](#), [Mulaló](#), [Tanicuchí](#), [Guaytacama](#), [Alaques](#), [Poaló](#), [Once de Noviembre](#), [Belisario Quevedo](#), [Joseguango Bajo](#).

Características demográficas [editar]

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 64,26% de la población total del cantón. La población económicamente activa (2001) es de 58.317 habitantes.

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del último Censo de Población y Vivienda, realizado en el país (2001), Latacunga presenta una base piramidal ancha, que representa una población joven, a expensas de los grupos de edad comprendidos entre 0-24 años. La tasa de crecimiento anual (1990-2001), fue de 1,9.

En el área rural del cantón se encuentra concentrada un 64% de la población de Latacunga. La población femenina alcanza el 51,7%, mientras que la masculina, el 48,3%. El analfabetismo en mujeres se presenta en 15,5%, mientras que en varones: 6,4%.

Servicios básicos [editar]

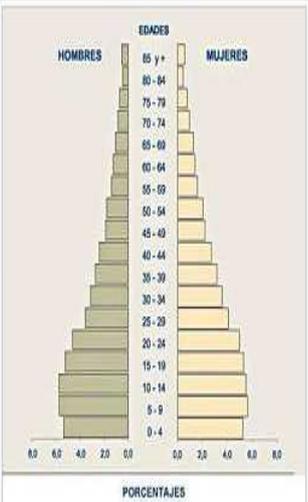
- Un significativo porcentaje de la población carece de alcantarillado, apenas lo poseen el 69% de viviendas.
- Agua entubada dentro de la vivienda: 63%.
- Energía eléctrica 94%.
- Servicio telefónico 42%.
- Servicio de recolección de basuras: 57% de las viviendas.

En síntesis, el déficit de servicios residenciales básicos alcanza al 88% de viviendas¹

Véase también [editar]



Parroquias rurales del Cantón Latacunga.



Pirámide de población del Cantón Latacunga (2001).

Listo Internet 100%

Inicio Hotmail - jcmv... KINGSTON (F:) CANPO01 [Mo... Latacunga (ca... Documento1 -...

15:24

ANEXO 3

Población Económicamente Activa Proyectada

años	Población de Latacunga	TASA DE CRECIM	CRECIMIENTO
2001	58317	1,9	1108
2002	59425		1129
2003	60554		1151
2004	61705		1172
2005	62877		1195
2006	64072		1217
2007	65289		1240
2008	66530		1264
2009	67794		1288
2010	69082		1313
2011	70394		1337
2012	71732		1363
2013	73095		1389
2014	74483		1415

ANEXO 4
PLAN MUESTRAL

ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS			
<i>ESTABLECIMIENTO</i>			<i>ALUMNOS</i>
UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI			3062
ESPE-LATACUNGA			1700
UTPL			438
		TOTAL	5200

PROFESIONALES			
<i>ENTIDAD</i>			<i>MIEMBROS</i>
CAMARA DE LA CONSTRUCCION LATACUNGA			291
COL. ABOGADOS			250
COL. ARQUITECTOS			145
COL. CONTADORES			380
COL. MEDICOS			450
COL. ODONTOLOGOS			159
		TOTAL	1675

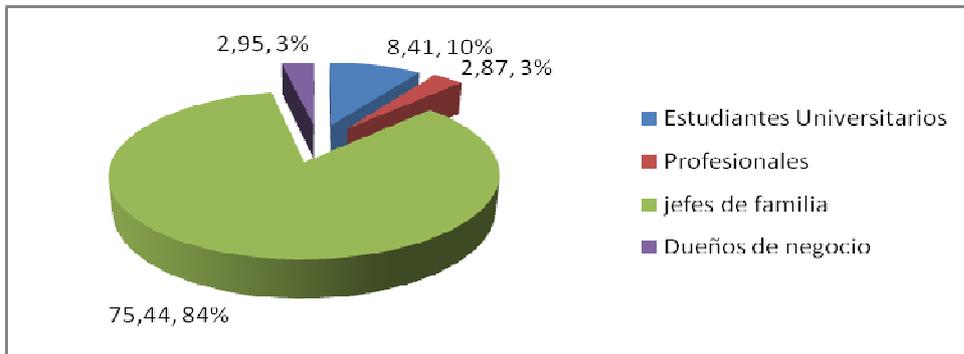
JEFES DE FAMILIA	
FAMILIAS	44000

DUEÑOS DE NEGOCIOS	
<i>TIPO DE NEGOCIO</i>	<i>CANTIDAD</i>
MACRO EMPRESA	430
MICRO EMPRESA	518
MEDIANA EMPRESA	775
	TOTAL
	1723

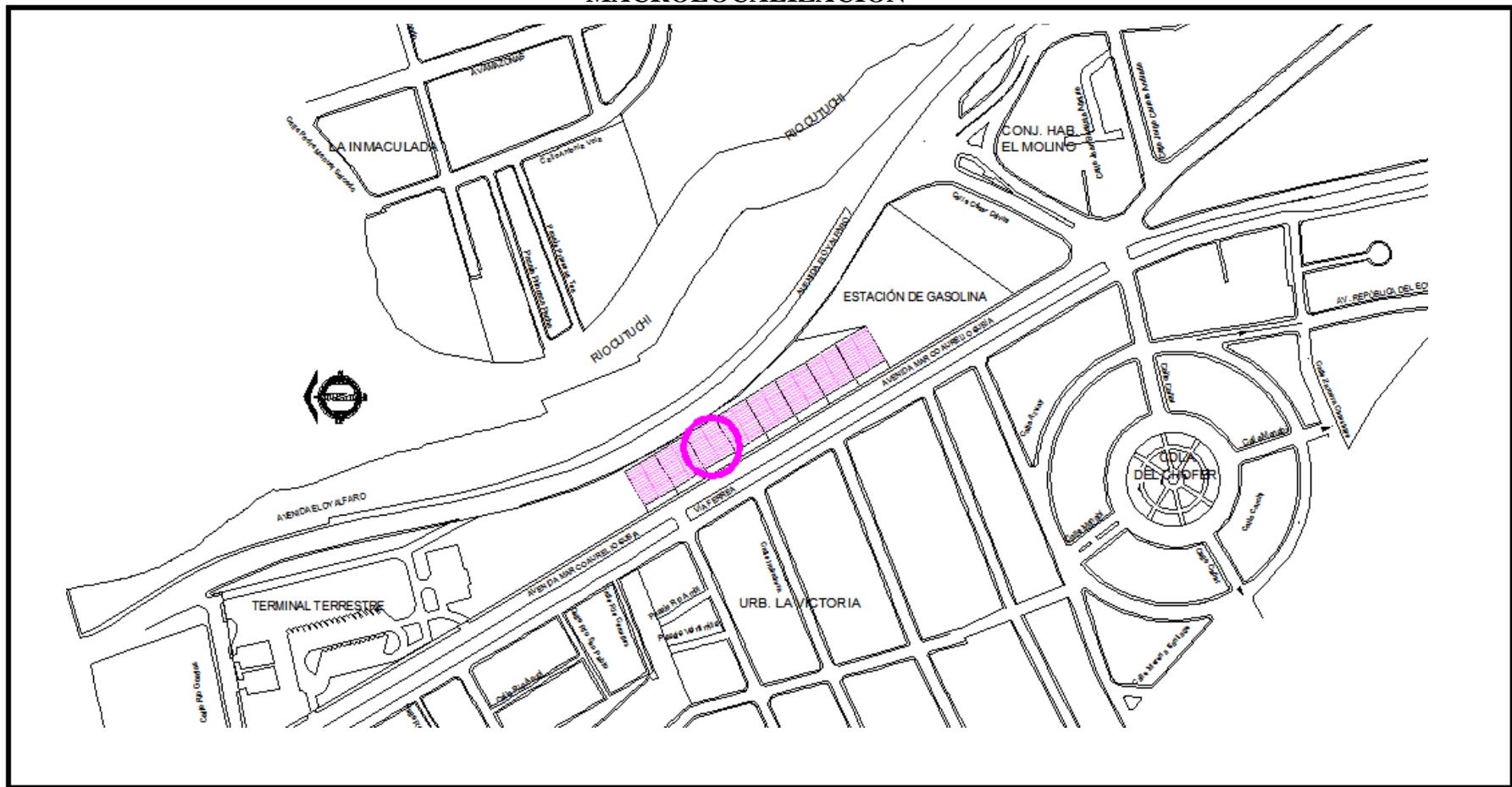
ANEXO 5
PLAN MUESTRAL PARA APLICAR LA ENCUESTA

PERSONAS A ENCUESTAR	NUMERO DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Estudiantes Universitarios	19	8,41
Profesionales	6	2,87
jefes de familia	171	75,44
Dueños de negocio	7	2,95
TOTALES	203	89,67

PLAN MUESTRAL SEGÚN LA ENCUESTA



ANEXO 6
MACROLOCALIZACION



ANEXO 7

DISTRIBUCION EN PLANTA

