UNIVERSIDAD NACINAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE FACTURAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA"

Tesis de Grado previa la obtención del Título en Ingeniería Comercial.

Autoras:

MARÍA ESTHER ROMERO SANTOS
FERNANDA CECIBEL GONZÁLEZ GRANDA

Director:

ING. JACKSON VALVERDE JARAMILLO

Loja- Ecuador
2013

CERTIFICACIÓN

Ing. Jackson Valverde Jaramillo, docente de la Universidad Nacional de Loja de la Carrera de Administración de Empresas, Modalidad de Estudios a Distancia –MED-, y Director de Tesis.

CERTIFICA:

Que la tesis titulada:**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE FACTURAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA"**, presentada por La señorita: María Esther Romero Santos y la señora: Fernanda Cecibel González Granda, previa a optar el Grado de Ingenieras Comerciales, ha sido orientada en todo su proceso y revisada detalladamente en su contenido, por lo que autorizo su presentación ante el Tribunal correspondiente.

Atentamente.

Ing. Jackson Valverde Jaramillo
DIRECTOR DE TESIS

Loja, julio del 2012

MY HOUSE ON WEB
http://www.myhouseonweb.eu/

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, procedimientos, criterios, análisis, conclusiones y recomendaciones expuestas en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de sus autoras.

....

María Esther Romero **Fernanda Cencibel Gonzales**

MY HOUSE ON WEB
http://www.myhouseonweb.eu/

AGRADECIMIENTO.

En primer lugar a Dios por habernos guiado por el camino del bien; y el profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por abrirnos las puertas de tan prestigiosa institución.

El agradecimiento a nuestros queridos maestros, ellos son quienes nos han ayudado con sus sabias enseñanzas y conocimientos; seremos buenas emprendedoras en el futuro para el bien de nuestros futuros hijos.

En particular Ing. Jackson Valverde Jaramillo, quien nos orientó durante toda la carrera y especialmente por sus consejos durante el tiempo que duró esta tesis.

A los miembros del tribunal calificador de la tesis: Ing. Carlos Rodríguez., Ing. Enma Jaramillo., Ing. Edixon Espinoza., por sus valiosas sugerencias del presente trabajo de investigación.

A todos, nuestro mayor reconocimiento y gratitud.

Las Autoras

DEDICATORIA.

Dedico este proyecto de tesis con todo mi amor y cariño

A ti mi Dios y Virgen Santísima que me han dado la oportunidad de vivir, la fe, la fortaleza, salud y la esperanza para terminar este trabajo.

Con mucho cariño a mi abuelita Elida Santos y mi tío Oscar Romero por enseñarme desde pequeña a luchar para alcanzar mis metas.

Mi triunfo es el de ustedes, es por ellos que soy lo que soy ahora.

A Jorge Vino quien siempre me motivó a seguir adelante y a quien prometí que terminaría mis estudios. Promesa cumplida

María Esther Romero

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada, En primer lugar a Dios porque es mi guía, a mi hijo que es la razón de mi superación, a mis padres quienes aportaron con su ejemplos dignos de superación y entrega, a mi compañera María Esther que desde que iniciamos estuvo conmigo en los buenos y malos momentos, a todos los que siempre estuvieron impulsándome en los instantes más difíciles de mi carrera. Espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo sincero e incondicional.

Fernanda González.

MY HOUSE ON WEB
http://www.myhouseonweb.eu/

a. TÍTULO.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE FACTURAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

El presente proyecto se desarrolló en la ciudad de Loja con la intención de crear una nueva empresa de distribución de facturas a domicilio en la ciudad y provincia de Loja. Y además como nueva alternativa de inversión para los pequeños y medianos inversionistas.

El objetivo principal del proyecto de tesis consiste en la factibilidad para la creación de una empresa de distribución de facturas a domicilio en la Ciudad y Provincia de Loja, Ciudad donde hasta la actualidad existen cinco empresa que se dedican a esta actividad pero no satisfacen las expectativas de los clientes, es por ello que nos hemos orientado a la creación de una nueva empresa para satisfacer totalmente las necesidades de alojamiento y comunicación total de nuestros clientes, a través de la excelencia en el servicio, el desarrollo general de nuestros líderes de trabajo y el sentido de compromiso con nuestra familia y nuestra ciudad.

En la metodología utilizada se presenta los diferentes métodos y técnicas y fuentes de información que se recurrió en el transcurso del desarrollo de la investigación.

En cuanto al estudio de mercado se aplicaron 224 encuestas en la Ciudad de Loja y 45 en la provincia dando un total de 269 encuestas a las grandes empresas que generan un gran volumen de facturas este estudio llegando a

la conclusión de que existe gran aceptación y por consiguiente demanda del producto.

De esta manera se determinó que la demanda existente para el servicio del año de estudio representa 7.186.689 facturas por cuanto en los datos obtenidos en la encuesta de 454 empresas al 2012 el 50.56% son usuarios reales de este servicio. De acuerdo al estudio de mercado se puede determinar que en la ciudad de Loja existen cinco empresas que se dedican a la distribución de facturas a domicilio, pero no satisfacen todas las expectativas de los clientes de acuerdo a las encuestas aplicadas a las diferentes empresas de la ciudad y provincia de Loja, se deduce que por el monto de facturación por este servicio se entregara al año 120.000 facturas lo cual viene a constituir la cobertura de la demanda por parte de la competencia.

Esta parte del trabajo tiene relación con el tamaño, capacidad instalada, capacidad utilizada y localización de la planta considerando varios factores como son: abastecimiento de materia prima, mano de obra, servicios básicos, etc.

También consta la ingeniería del proyecto, en donde se pone énfasis al proceso de producción, tecnología necesaria y los requerimientos de infraestructura básicos para ello.

Claramente se puede evidenciar que la empresa puede brindar el servicio deir 211.200 de la capacidad instalada por el 75% del incremento nos da

una capacidad utilizada de 158.400,00 facturas en el primer año de vida del proyecto, dividido para los 12 meses del año nos da como resultado 13.200 facturas al mes; para 22 días laborables nos da 600 facturas al día, dividido para 8 horas obtenemos 75 facturas y si lo dividimos para los 10 mensajeros nos dará 8 facturas por hora.

Elaborar el estudio técnico para determinar el tamaño y localización de la planta; establecer el monto y origen de las inversiones totales; realizar el estudio económico y evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto mediante los indicadores financieros; y, plantear la estructura orgánica y funcional acorde a la naturaleza de la empresa en mención.

En cuanto a la estructura organizacional que cumple un papel fundamental en la ejecución del proyecto es importante recalcar la participación de las personas necesarias para la administración y área operativa en un número total de 14 personas.

El total de las inversiones jijas es de $39.080,03 dólares, los activos diferidos $1.887,00 dólares, el capital de operación es de $7.173,14 dólares dando un total de las inversiones de $48.140,17 el cual será financiado de la siguiente manera el 65.32% por la Corporación Financiera Nacional de Loja y el 34.68% será financiado con aportación de los socios con capital propio.

El estado de pérdidas y ganancias se expresa en forma resumida los ingresos e ingresos que tendrá la empresa durante la vida útil del proyecto,

donde se muestra la utilidad neta de 13.985,86 para el primer periodo y sucesivamente se irá incrementando para los años posteriores.

Aplicando los principales criterios para efectuar la evaluación financiero del proyecto se determinó que el valor actual neto es positivo 240.744,20 la tasa interna de retorno es de 98% es decir es mayor que el costo de oportunidad, por consiguiente se debe aceptar el proyecto.

En cuanto al periodo de recuperación del capital revela que la inversión será recuperada en 2 años, 5 meses y 26 días.

La relación del beneficio costo indica que es mayor que 1lo cual se puede realizar el proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibirá 0,25 centavos de utilidad. También podemos decir que el 10.50% es el costo de la oportunidad.

En base al análisis de sensibilidad se demuestra que el proyecto tiene un incremento del 2% y con una disminución del 1,60%.

Los indicadores de evaluación financiera ponen en evidencia la factibilidad del proyecto por lo que se recomienda su ejecución.

ABSTRACT:

This project was developed in the city of Loja with the intention of creating a new distribution company bills at home in the city and province of Loja. And as new investment alternative for small and medium investors.

The main objective of the thesis project is the feasibility of creating a distribution company bills at home in the city and province of Loja, a city where until now there are five companies that engage in this activity but do not meet expectations customers, which is why we turned to the creation of a new company to fully meet the communication needs of accommodation and total customer through excellence in service, the overall development of our leaders and working the sense of commitment to our family and our city.

In the methodology presented different methods and techniques and information sources that were used during the development of research.

As for market research surveys 224 were applied in the City of Loja and 45 in the province for a total of 269 surveys to large companies that generate a large volume of invoices study concluding that there is wide acceptance and therefore product demand.

Thus it was determined that the demand for the service year of study represents 7,186,689 bills because the data obtained in the survey of 454 companies by 2012, 50.56% are actual users of this service. According to

market research can determine that in the city of Loja there are five companies engaged in the distribution of bills at home, but do not meet all customer expectations according to surveys of different companies city and province of Loja, it follows that the amount of billing for this service will deliver 120,000 invoices per year which comes to constitute the demand coverage by the competition.

This part of the work is related to the size, capacity, capacity utilization and plant location considering several factors including supply of raw material, labor, utilities, etc.

Also includes project engineering, where the emphasis to the production process, and technology required basic infrastructure requirements for this. You can clearly show that the company can provide the service deir 211,200 of installed capacity by 75% gives an increase of capacity utilization 158,400.00 bills in the first year of life of the project, divided for 12 months of the year we results in 13,200 invoices per month, for 22 days gives us 600 invoices per day, divided by 8 hours bills and get 75 if we divide the 10 messengers to give us 8 hours bills.

Develop technical study to determine the size and location of the plant, establish the amount and source of total investments; make the economic and financial evaluation study to determine the feasibility of the project through financial indicators, and raise the organizational and functional according to the nature of the business in question.

Regarding the organizational structure that plays a key role in the project is important to emphasize the participation of people necessary for the administration and operational area of a total number of 14 people.

The total investment is $ 39,080.03, $ 1,887.00 deferred asset dollars, operating capital is $ $ 7,173.14 for a total investment of $ 48,140.17 to be funded as follows the 65.32% by the National Finance Corporation Loja and 34.68% contribution will be financed with equity partners.

The income statement is expressed summarize the income and revenues to be the company during the life of the project, showing net income of 13,985.86 for the first period and subsequently will be increased for subsequent years.

Applying the main criteria for making financial evaluation of the project found that the net present value is positive 244,487.91 internal rate of return is 96% is greater than the opportunity cost therefore should accept the project.

As for the capital recovery period reveals that the investment will be recovered in 2 years, 5 months and 21 days.

The cost benefit ratio indicates that greater than which can 1LO the project, this means that for every dollar invested, will receive 0.25 cents of profit. We can also say that the 10.50% is the opportunity cost.

Based on the sensitivity analysis shows that the project is an increase of 1.90% and a decrease of 1.50%.

The financial evaluation indicators demonstrate the feasibility of the project so that its implementation is recommended.

c. INTRODUCCIÓN

Vivimos en una sociedad donde la escasez de empleo es notoria, aspecto que ha llevado a muchos de nuestros vecinos a buscar oportunidades en otros países (especialmente el europeo y norteamericano), debiendo superar aspectos como la sobre explotación laboral, el trato denigrante y la separación de sus familias.

Estos aspectos, nos hace reflexionar sobre la gran necesidad de generar fuentes de trabajo y empleo y de aportar a la solución de ésta problemática a través de proyectos de emprendimiento que orientados a la búsqueda de la generación de utilidad económica, aporten a la solución de este problema que enfrenta nuestra sociedad lojana.

En la actualidad, existen un sin número de empresas que generan una gran cantidad de facturas que requieren ser entregadas a domicilio a los respectivos usuarios del servicio.

En la ciudad de Loja, existen cinco empresas que prestan el servicio de entrega de facturas y documentos a domicilio pero no satisfacen las expectativas de los clientes, son condiciones que podrían constituir una demanda insatisfecha que brinde la oportunidad de la creación de una nueva empresa de entrega de facturas a domicilio.

De ahí se vio la necesidad de la elaboración del proyecto denominado: "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE FACTURAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA".**

La empresa tiene como finalidad lograr satisfacer permanente las necesidades y expectativas de los clientes con objetivos de productividad, competitividad y crecimiento; garantizando estándares de calidad en todos los procesos de la empresa con un talento humano ético, comprometido e idóneo.

En el siguiente proyecto se efectuó los cinco estudios básicos como son: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio económico y el estudio financiero.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación, se utilizaros algunos métodos, técnicas y además el muestreó estadístico muy importantes para la realización de un buen estudio de la información.

El estudio de mercado del presente proyecto de factibilidad se sitúa en el área de influencia que es la ciudad y provincia de Loja, donde se aplican las encuestas para establecer la demanda, oferta y estrategias de mercadeo. Información que permite identificar la localización de la empresa, su infraestructura, mano de obra disponible, etc. Para obtener la demanda del servicio, se toma en cuenta la población objetivo, en este caso el número de

empresas que se encuentran operando en la ciudad y provincia de Loja y que demandan el servicio de entrega de facturas a domicilio.

En cuanto al estudio técnico para determinar el tamaño y localización de la planta; establecer el monto y origen de las inversiones totales; realizar el estudio económico y evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto mediante los indicadores financieros; y, plantear la estructura orgánica y funcional acorde a la naturaleza de la empresa en mención.

Al determinar la parte administrativa se ha conformado la empresa bajo la normativa de una Compañía de Responsabilidad Limitada, **FACTHOME Cía. Ltda**, donde se ha detallado los organigramas correspondientes y funciones del personal que labora en la organización.

En el estudio financiero se describen minuciosamente los rubros necesarios para la inversión, buscando la forma más idónea para su financiamiento tanto interno como externo.

Se analizó de igual manera los costos, el precio unitario del producto, el punto de equilibrio y los ingresos y egresos que tendrá la empresa durante su vida útil.

Dentro de la evaluación financiera se ha determinado que el proyecto si es factible de acuerdo a los índices económicos como son: El Valor Actual

Neto, La Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio –Costo, Período de Recuperación del Capital y el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente el trabajo contiene una serie de anexos que representa la base para interpretar de mejor manera el desarrollo de la tesis.

El presente trabajo de investigación estará estructurado conforme lo establece el reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja en actual vigencia.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENIAL:

Factura. Es un documento de carácter administrativo que sirve de comprobante de una compraventa de un bien o servicio y, además, incluye toda la información de la operación.[1]

Las facturas sustentan:

- Crédito Tributario del IVA.
- Costos y Gastos del Impuesto a la Renta.
- Origen lícito de bienes

Formato de factura

FACTURA

COMPUVISIÓN abc
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN ABC

Dirección Matriz: Páez N22-53 y Ramírez Dávalos
Dirección Sucursal: García Moreno y Sucre

R.U.C.	1790112233001
FACTURA	
NO. 002- 001 - 123456789	
AUT. SRI:	1234567890

FECHA DE AUTORIZACIÓN: 01 - 08 - 2010

Sr (es):	Carlos Enrique Avilés Carrasco	R.U.C / C.I.	1701234567
DIRECCIÓN:	Salinas y Santiago	TELÉFONO:	02 - 2908578
FECHA EMISIÓN:	01 / Agosto / 2010	GUÍA DE REMISIÓN:	001-001-123456789

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	V. TOTAL
1	Flash Memory	20,00	20,00

VÁLIDO PARA SU EMISIÓN HASTA 01 - 08 - 2011

SUB TOTAL 12%	20,00
SUB TOTAL 0%	
DESCUENTO	
SUB TOTAL	20,00
IVA 12%	2,40
VALOR TOTAL	22,40

Firma Autorizada
Recibí Conforme

Carlos Ángel Bolívar Mota / Ingeniería Bolívar
RUC: 1706876543001 / No. Autorización 1234

Original: Adquiriente / Copia: Emisor

DOCUMENTO PARA USO EDUCATIVO (SIN VALIDEZ COMERCIAL). SRI

[1] Fuente: http://www.sri.gob.ec/sri/documentos/compartido/gen--0024170.pdf.

Centro de Estudios Fiscales - SRI

Tipos de documentos autorizados.

Los documentos autorizados por el Servicio de Rentas Internas son los siguientes:

a. **Comprobantes de Venta**[2]

- Facturas.
- Notas de venta - RISE.
- Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios.
- Tiquetes emitidos por máquinas registradoras.
- Boletos o entradas a espectáculos públicos.
- Documentos emitidos por instituciones del sistema financiero nacional y las instituciones de servicios financieros emisoras o administradoras de tarjetas de crédito que se encuentren bajo el control de la Superintendencia de Bancos.
- Los boletos aéreos o tiquetes electrónicos y documentos de pago por sobrecarga por el servicio de transporte aéreo de personas, emitidos por las compañías de aviación, siempre que cumplan con los siguientes requisitos adicionales.

---

[2] Fuente: http://www.sri.gob.ec/sri/documentos/compartido/gen--0024170.pdf

Centro de Estudios Fiscales - SRI

Factura comercial negociable.

De acuerdo a lo establecido en el artículo 201 del Código de Comercio "Las facturas comerciales que contengan una orden incondicional de pago, cuya aceptación sea suscrita por el comprador de bienes o su delegado, con la declaración expresa de que los ha recibido a su entera satisfacción, se denominarán "facturas comerciales negociables" y tendrán la naturaleza y el carácter de títulos valor, en concordancia con lo establecido en los artículos 2 y 233 de la Ley de Mercado de Valores…"

Tipos de facturas.

Las facturas que puedes crear electrónicamente son las mismas que puedes crear en papel. Es importante conocerlas, ya que se crearán de distinto modo y con distinta finalidad.

Los tipos de facturas que existen son:[3]

Facturas Ordinarias: son aquellas que documentan operaciones comerciales o de suministro. Son las que se emiten en cada proceso de venta de productos o de prestación de servicios.

---

[3] Gobierno de España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

P. de la Castellana 160, C.P. 28046 Madrid.

Facturas Rectificativas: son aquellas que se usan para documentar la corrección de errores en facturas anteriores, así como las devoluciones que se produzcan.

Facturas Recapitulativas: en este tipo de facturas se agrupan un conjunto de facturas que han sido emitidas por un determinado periodo de tiempo, siendo necesario para que sean válidas anular las facturas anteriores.

RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS:

DEFINICIÓN: Conjunto de operaciones de verificación y control que una institución debe realizar para la admisión de los documentos que son remitidos por una persona natural o jurídica.[4]

Registro. La correspondencia se registrará en un documento de entradas según el procedimiento del lugar de trabajo. Generalmente serán registradas las entradas de escritos y comunicación dirigidas a un órgano administrativo.

El registro consiste en estampar un sello en cada documento, escribir un número ordenado según las entradas y poner la fecha.[5]

---

[4] Material compilado de la Guía: Implementación de un Programa de Gestión Documental. AGN. 2005. https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2e4FOJ3zbkAJ:www.unalmed.edu.

[5] Material compilado de la Guía: Implementación de un Programa de Gestión Documental. AGN. 2005. https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2e4FOJ3zbkAJ:www.unalmed.edu..

ENTRADA ALMACÉN

20 AGO. 2010

Controlado y revisado por

Hay que verificar que la correspondencia tenga los datos completos de a qué área o persona va dirigida.

El correo que llega certificado o certificado con acuse de recibo debe de registrarse antes de pasar a su clasificación y distribución.

Clasificación. La correspondencia se agrupará según sea urgente, ordinario, certificado.

Hay correo que va a nombre de una persona o un servicio concreto del organismo. Ese correo se clasifica en los casilleros correspondientes para ser repartido. En el caso de que sea “Urgente”, la entrega será inmediata a la persona o departamento que corresponda.

Clasificación de documentos.

Gráfico. No. 1

Si la correspondencia no se encuentra identificada correctamente, es decir los datos del destinatario son insuficientes o erróneos, se aparta para aclarar su posible identificación.[6]

DISTRIBUCIÓN DE DOCUMENTOS:

DEFINICIÓN: Actividades tendientes a garantizar que los documentos lleguen a su destinatario.

La distribución se relaciona con el flujo de los documentos al interior y al exterior de la entidad. Sin interesar el medio de distribución de los documentos, se debe contar con mecanismos de control y verificación de recepción y envío de los mismos. En este proceso se distinguen actividades como[7]

Distribución de documentos externos

- ✓ Identificación de dependencias destinatarias de acuerdo a la competencia.
- ✓ Clasificación de las comunicaciones.
- ✓ Organización de documentos en buzones o casilleros.
- ✓ Enrutamiento de documentos a dependencia competente.
- ✓ Reasignación de documentos mal direccionados.
- ✓ Registro de control de entrega de documentos recibidos.

[6] Material compilado de la Guía: Implementación de un Programa de Gestión Documental. AGN. 2005. https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2e4FOJ3zbkAJ:www.unalmed.edu..

[7] http://www.archivonorma.com/old/index.php?flag=2&secc_id=9&cursoidn=20&modulo=181

Distribución de documentos internos.

- Identificación de dependencias.
- Enrutamiento de documentos a dependencia competente.
- Registro de control de entrega de documentos internos

ENVÍOS Y ENTREGAS.

Consiste en las actividades que comienzan al retirar las mercancías de las existencias, seguido por la decisión de los medios por las que estas serán transportados al cliente y finalmente la entrega al cliente en las condiciones pactadas, incluyendo las actividades de consolidación en las cuales se eligen los encargados del transporte y donde los pedidos son combinados para el envío.[8]

Para el caso de nuestra investigación, la actividad de entrega de facturas a domicilio, se constituye en una actividad de trasladar (utilizando inclusive un medio de transporte) este documento (factura/estado de cuenta), desde la empresa con la cual hemos pactado el servicio hasta el cliente, domiciliado en la ciudad de Loja.

El equilibrio entre las actividades de selección de itinerarios y las de consolidación se consigue a través de diferentes factores:

8 http://www.modulor.de/shop/oxid.php/sid/x/shp/oxbaseshop/cl/info/tpl/mod_shop_cms.tpl/lang/2/cmid/info_versand_lieferung

- Servicio al cliente
- Rapidez
- Coste
- Seguridad
- Trazabilidad
- Tamaño del envío
- Capacidad del medio de transporte
- Fecha de entrega

El flujo de la información en el envío y la entrega de las facturas o documentos juegan un papel crucial para el éxito del proceso. No en vano, es el momento en el que la compañía traspasa toda su gestión del flujo físico para ponerlo a disposición del cliente. Por ello, es muy importante disponer de la documentación que permita controlar todo el proceso.

Esta documentación debe principalmente contener:[9]

1. Número de medidor/teléfono/cuenta/número de tarjeta sujeto a facturación;
2. Nombre o razón social del cliente o de quien éste designe;
3. Domicilio registrado para recibir la factura;
4. Fecha de emisión;
5. Fecha máxima de entrega de la factura al abonado-cliente;

[9] http://www.modulor.de/shop/oxid.php/sid/x/shp/oxbaseshop/cl/info/tpl/mod_shop_cms.tpl/lang/2/cmid/info_versand_lieferung

6. Fecha límite de pago;
7. Fecha de corte (a incluir en la segunda factura);
8. Periodo de facturación;
9. Sitios autorizados para realizar el pago, especificando las instituciones y sus direcciones;

Gestión del Transporte:

Una vez una empresa tiene definida su red de distribución, la ubicación de su empresa, y de ser necesario puntos de almacenamiento, y el modo de controlar su inventario, el siguiente paso es decidir cómo unir todas estas partes de la cadena de suministro con las empresas, entregadores y clientes, desarrollando una estrategia para la gestión del transporte-distribución.

Esta gestión impacta en la gran mayoría de las paradas a lo largo de la cadena de suministro. Planificación, Aprovisionamiento, Producción, Distribución y Servicio al cliente, todos ellos dependen de un cuidadoso plan de transporte de distribución.[10]

Históricamente, las decisiones en relación al transporte se basaban en dos criterios:

- Costes

[10] http://www.slideshare.net/jghq03/gestion-de-distribucion-y-transporte

- Premura en la entrega

Sin embargo, la inevitable tendencia a enfatizar la satisfacción del cliente y la siempre emergente tecnología, las planificaciones añaden otros criterios adicionales, como la eficiencia, seguridad, precisión, modo, costes por deterioros o daños y el servicio al cliente.[11]

Gráfico. No. 2

Vías de Transporte: El apartado más crítico de un plan estratégico de transporte de distribución es determinar el método o métodos a través de los cuales las facturas serán enviadas.

Afortunadamente, existen muchas y variadas alternativas para ello. El transporte que utiliza uno de los modos de transporte se denomina **Transporte Unimodal**, mientras que una combinación de ellos se denomina

[11] http://www.slideshare.net/jghq03/gestion-de-distribucion-y-transporte.

Transporte Intermodal.[12]

Por ejemplo, un proveedor de servicios intermodales puede transportar un vagón de coches a un puerto, cargarlos en un barco y trasladarlos a otro puerto, donde tras descargarlo serán llevados en camiones a su destino final.

La Gestión de los Transportes también debe determinar el tipo y número de transportistas. En este sentido, las alternativas se encuentran en la **Flota privada** con la que la compañía dispone de los servicios de transporte de manera "gratuita" (excepto en grandes compañías que se facturen el transporte entre subsidiarias). Esta opción aporta gran flexibilidad a la compañía, pero no siempre es tan eficiente como la subcontratación a terceros.[13]

Si una compañía opta por esta alternativa es muy importante que tenga siempre presente a la hora de calcular los costes, el potencial de ingresos o reducción de costes que pueden suponer los trayectos desde el destino al origen. La compañía puede obtener más o menos beneficios de ello en la medida en que consiga optimizar el medio de transporte en su vuelta al punto de origen.[14]

---

[12] http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_intermodal.

[13] http://www.slideshare.net/jghq03/gestion-de-distribucion-y-transporte.

[14] COLLÍ, B. (1981).Diccionario Económico y Financiero. Madrid – España.

Siguiendo dentro de la alternativa de transporte propio, también una compañía puede recurrir a las posibilidades que ofrece el Grupaje, que permite combinar cargas diferentes que no llegan por sí solas a la capacidad total del medio de transporte, de manera que con varias de ellas se llene el camión, tren, etc., siendo entonces enviadas a un mismo destino y/o un mismo cliente/consignatario. Esta modalidad añade flexibilidad a la alternativa de transporte privado, sin incurrir todo el coste.[15]

La segunda alternativa es el alquiler o subcontratación a transportistas especializados en lugar de o en combinación con la flota privada, o bien acudir a empresas de mensajería, dependiendo del tamaño de los productos a enviar. Es decir, aunque se trata de alternativas diferentes, son perfectamente compatibles y combinables entre sí.

Un gran número de compañías recurren a los servicios de proveedores de transporte. En este caso, los factores a tener en cuenta son tres:

- Servicio ofrecido
- Ventajas financieras
- Seguridad ofrecida

Estas compañías gestionan las necesidades de distribución de una compañía y ayudan a recortar los costes. Algunas compañías están descubriendo que esos beneficios pueden ser mayores si estas empresas

[15] http://es.wikipedia.org/wiki/Transporte_intermodal.
http://www.slideshare.net/jghq03/gestion-de-distribucion-y-transporte.

especializadas se encargan de la gestión de la totalidad de sus necesidades de distribución, incluyendo las gestiones de existencias y de almacén. Estas compañías pueden prestar estas funciones internas gestionando desde la estrategia logística hasta la gestión de los inventarios.

Pero si bien los medios de transporte son parte del plan estratégico, la gestión del transporte debe tomar decisiones en el día a día en relación al tamaño de los envíos y los gastos.[16]

Frecuentemente, las compañías se enfrentan a la gestión de pedidos extendidos a un amplio ámbito geográfico, caso de la facturación de empresas locales como la EERSSA, CNT EP, Municipio de Loja, Banco de Loja, etc., representado por una cantidad de clientes importante. Una entrega de facturas en una determinada población, representa un mínimo porcentaje de la facturación total de la compañía y cada uno de ellos varía enormemente en cantidad, destino y temporalidad.

Por ello, se hace necesario realizar análisis actual de localidades en donde la empresa presta el servicio de energía eléctrica, telefonía, agua potable, etc. De hecho, el tamaño de la extensión de cobertura geográfica del servicio es el parámetro de mayor preponderancia en la organización de la distribución y en la decisión del mejor método de utilización de transporte.

[16] http://www.slideshare.net/jghq03/gestion-de-distribucion-y-transporte.

Si la compañía, tras agrupar en lotes las facturas y establecer las rutas de transporte, es capaz de segmentar los lotes de facturas, estará en disposición de alcanzar su máxima optimización del proceso en tanto en cuanto establezca unos ciclos de distribución por ruta o agrupación de rutas.

Costes de transporte.

En muchos sectores, el transporte supone el mayor coste en los que incurre una compañía, siendo trasladado directamente al precio de los productos que venden. Es el caso de las materias primas, en las que el valor de los productos por unidad de peso es reducido. [17]

Otros sectores – aquellos de productos de elevado valor – también sufren altos costes de transporte, aunque en este caso no impacte significativamente en el precio de los mismos.

En general, los costes de transporte pueden ser debidos al producto o al mercado.

- Densidad. Relación entre el peso y el volumen de facturas a entregar.
- Flexibilidad para adaptarse al receptáculo del medio de transporte
- Facilidad o dificultad de manipulación, incluyendo fragilidad, etc.

[17] https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:proOwV7HsFMJ:www.anatrans.es.

- Grado de responsabilidad y seguridad, directamente proporcional al valor de otros dependientes de características singulares.
- Ubicación de los sitios de cobertura del servicio que ofrecen las empresas contratantes.
- Normativas, periodos de facturación, ciclos, etc. de las empresas contratantes.
- Equilibrio o desequilibrio del tráfico de transportes dentro y fuera del mercado.
- Estacionalidad de los movimientos del producto
- Dependencia de si es transporte doméstico o interprovincial.

Referencia socioeconómica de la ciudad y provincia de Loja.

Loja, al estar ubicada al sur del país, geográficamente se encuentra alejada de las urbes donde se instalan los principales centros de ingreso y salida de mercancías. Loja basa su economía en el comercio, el turismo y el desarrollo micro empresarial en el sector urbano; y, en la agricultura y la ganadería en el sector rural. Anualmente se realiza la feria de integración fronteriza que pretende promocionar su constante desarrollo.

El gran esfuerzo de industrialización del país mediante el sistema de sustitución de importaciones se ha concentrado fundamentalmente en Quito y Guayaquil o sus alrededores. La ubicación de la provincia de Loja distante de los tradicionales polos de desarrollo y con una notable carencia de vías

de comunicación, ha determinado que la producción agropecuaria y su industrialización, se haya desarrollado en una ínfima parte en la provincia.[18]

La ciudad de Loja, se caracteriza por tener una economía de consumo, su motor económico lo constituye la compra y venta de servicios. Dado que no se ha desarrollado la industria, las fuentes de trabajo en esta área son escasas, problema que de alguna manera ayuda a solventarlo el sector servicios. Un gran porcentaje de su población percibe sueldos de la burocracia.

Varios son los impactos económicos que han repercutido en la economía de los lojanos, viéndose reflejado tanto a nivel personal como de las empresas; ya que si las personas no generan ingresos no pueden generar demanda de bienes y servicios.

Mediante la observación realizada al comercio de la ciudad de Loja, y en virtud del desarrollo económico, tecnológico y educativo del sector, se detectan el surgimiento de actividades que se comienzan a demandar en su mayoría de actividades de importación y en menor escala con la exportación; La provincia de Loja, está conformado por 16 cantones: Calvas, Catamayo, Célica, Chaguarpamba, Espíndola, Gonzanamá, Loja, Macará, Olmedo, Paltas, Pindal, Puyango, Quilanga, Saraguro, Sozoranga y Zapotillo; Para el

[18] https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Hzx11YF5h4MJ:www.utpl.edu.ec

año 2010, la población de la provincia de Loja es de 448.966 habitantes y del cantón Loja es de 214.855 habitantes[19]

En el Cantón se constata una elevación del nivel de instrucción debido al desarrollo que han tenido en los últimos años los centros de educación. La mayor parte de la población se encuentra concentrada en el sector primario (agricultura) y le sigue en importancia el sector terciario de servicios.

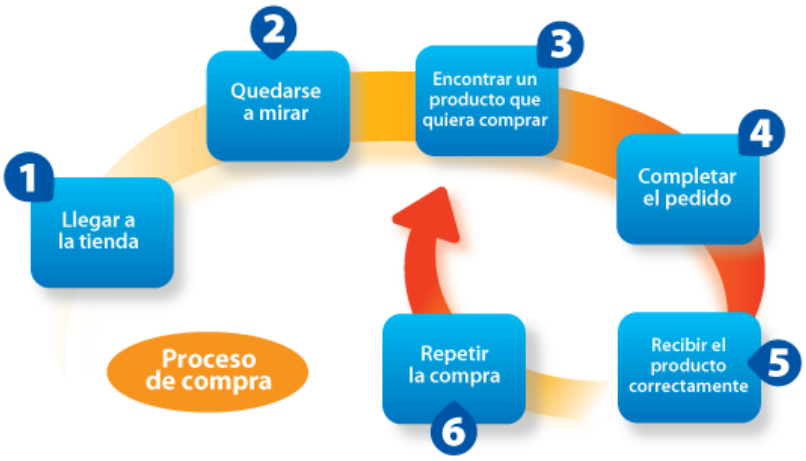
La actividad empresarial en Loja:

Por su parte la Superintendencia de Compañías reporta un total de 1.330 empresas registradas,[20] de las cuales 670 empresas se encuentran activas; la Cámara de Comercio de Loja, a marzo de 2010 cuenta con 1.544 socios, de los cuales 137 son empresas y la diferencia se registra como personas naturales; mientras que la Cámara de la Pequeña Industria de Loja señala contar 60 socios inscritos, de los cuales 45 son empresas activas. A nivel de los cantones de la provincia, a través de un ligero sondeo, se verifica la casi nula generación de empresa, destacándose las empresas de servicios estatales como EERSSA y CNT. Sobre esta base, se procederá a constituir la muestra respectiva para la presente investigación.

[19] Información estadística de Ecuador; Disponible en *www.inec.gob.ec/estadísticas/index.php?option=com...* (Accesado el 11 de marzo de 2012).
[20] www.supercias.gov.ec / Ley de Transparencia/ Organización interna/ Directorio institucional/ / LOJA

EL COMERCIO.

GRAFICO NO. 3



Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.[21]

Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona (física o jurídica) que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.[22]

Se entiende por comercio mayorista (conocido también como "comercio al por mayor" o "comercio al mayor") la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador no es consumidor final de la mercancía. La compra con el objetivo de vendérsela a otro comerciante o a una empresa

[21] http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio
[22] **http://es.wikipedia.org**/w/index.php?title=Comercio&oldid=62853567»

manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto.

Se entiende por comercio minorista (conocido también como "comercio al por menor", "comercio al menor"; "comercio detallista" o simplemente "al detalle") la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía, es decir, quien usa o la mercancía.[23]

LAS PARTES EN EL COMERCIO.

Las partes en el comercio son los comerciantes. Los comerciantes son los sujetos en toda relación de carácter mercantil. Éstos pueden ser personas físicas o morales que practiquen habitualmente y profesionalmente actos de comercio teniendo capacidad legal para hacerlo. También son comerciantes para efecto de la ley mercantil, las personas físicas que accidentalmente realicen operación comercial.

De acuerdo al artículo 3 fracción primera del código de comercio, se dice que “son comerciantes, las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria”, lo que significa no la realización de actos aislados, sino de varios de ellos, es decir, el ejercicio de una actividad [24]comercial.

[23] http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio.
[24] Derechos Reservados, (C)1995-2009 IIJ-UNAM
Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
Circuito Maestro Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, CP. 04510, México, D.F.
Tel. (52) (55) 56-22-74-64 ó 78, Fax. (52) (55) 56-65-21-93

La capacidad legal a que se refiere dicho precepto, es la capacidad de ejercer el comercio de manera habitual, esto es puedan obligarse a contratar de acuerdo a las leyes mercantiles y con propósito de lucro.

Por lo que se refiere a las fracciones 2 y 3 del mismo artículo, se refiere a los comerciantes bajo el concepto de sociedades mercantiles. Son comerciantes las personas morales que se constituyan con arreglo a la legislación a la legislación mercantil, previa satisfacción de los requisitos establecidos en la misma, así como las demás leyes del país.

También se considera comerciantes a los extranjeros, siempre y cuando tengan capacidad legal para conforme a las leyes para funcionar.

Se entiende por comerciante extranjero, la persona física que puede ejercer el comercio y le son aplicables los procedimientos y requisitos establecidos en la legislación mercantil, sin más limitaciones que las dispuestas por las leyes en cuanto al derecho [25]

También son comerciantes las sociedades legalmente constituidas en el extranjero establecidas en la república o tengan aquí alguna agencia o sucursal, siempre y cuando se constituyan con arreglo a la legislación mercantil, cumplan con los requisitos y obligaciones de los comerciantes, realicen actos de comercio y se sujeten a la jurisdicción de los tribunales ecuatorianos.

[25] https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:dAC-BRynx8gJ:rem.gmtulcan.gob.

Los productos son cualquier cosa que puede ofrecerse a la atención del mercado y cuya adquisición, empleo o consumo satisface una necesidad; comprende objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

PROYECTOS DE INVERSIÓN:

"Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es 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."[26]

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.[27]

En un proyecto de inversión deben existir cuatro tipos de estudios, son:

[26] BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.

[27] COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.

PROYECTO DE INVERSIÓN			
ESTUDIO DE MERCADO	ESTUDIO TÉCNICO	ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN	ESTUDIO FINANCIERO

ESTUDIO DE MERCADO:

"Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"[28]

Una vez determinada, se debe estudiar la oferta, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.[29]

Objetivos del estudio de mercado.- El objetivo es aquí estimar las ventas, es decir nos permite conocer adecuadamente las necesidades del mercado

[28] Del libro: «Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, de Malhotra K. Naresh, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92
[29] : http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml#ixzz2IGsGeU79

en cantidad y calidad, de manera que nos permita ofertar productos tangibles o intangibles a los demandantes en el momento preciso y en condiciones óptimas, de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes.

DEMANDA:

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.[30]

Demanda total.- Se define como el valor de las compras realizadas por las empresas, las familias y el gobierno de los bienes y servicios producidos por la economía, más los exportados en un período determinado.

Demanda real.- Valor en unidades monetarias constantes, referidas a un año base, del gasto total de una economía.

[30] Del libro: Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, Pág. 10.

Demanda insatisfecha.- Aquella parte de la demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios.

Proyección de demanda.- Se basa en que, los valores es el cálculo de variaciones año a año de la oferta y del comportamiento de consumo de la población abastecida. Determinar la proyección de la demanda que permita predecir el consumo de los clientes a corto, mediano y largo plazo.

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.[31]

Proyección de la oferta.- Consiste en analizar el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios, así mismo el precio, calidad en que se realiza la oferta.

[31] Del libro: Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, Pág. 243.

Análisis de la Oferta.- Una vez conocidos los demandantes es bueno saber el comportamiento de la oferta, esto se debe a que el proyecto se dirigirá a cubrir aquella demanda que no esté siendo satisfecha por la oferta actual.[32]

LAS 4 P´S DEL MERCADO:

Producto. Es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben cuando compran; es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.[33]

Características del producto.

Marca. Es un nombre o símbolo con el que se trata de identificar el producto de un vendedor o grupo de vendedores, y de diferenciarlo de los productos competidores.

Empaque y Etiquetado. Es un elemento que se adhiere a otro elemento para identificarlo o describirlo de otro producto**.**

Precio. Es la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o

[32] Del sitio web: MarketingPower.com, de la American Marketing Asociation, Sección: Dictionary of Marketing Terms, URL de la Página Web: http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php?, obtenida el 08 de mayo del 2006.
[33]Producto – Marketing. Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(marketing); accesado el 08 enero de 2012.

tiempo, etc. el precio se fija mediante la ley de la oferta y la demanda. En el caso de monopolio el precio se fija mediante la curva que maximiza el beneficio de la empresa en función de los costes de producción.

Plaza. Llamada también distribución que consiste en hacer llegar el producto a su mercado meta, arreglando la venta desde el fabricante al consumidor final promoviendo el producto almacenado.

Promoción. Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas. El propósito es la de generar más negocios y ampliar la base de cliente en una empresa.

Existen dos grupos de estrategias promocionales según los tipos de público hacia el cual van dirigidos. [34]

Estrategias para consumidores: Se trata de motivar el deseo de compra de los clientes para que adquieran un producto o servicio.

- Premios
- Cupones
- Reducción de precios y ofertas
- Muestras
- Concursos y sorteos

---

[34] Del sitio web de la Real Academia Española: URL del sitio = http://www.rae.es/. Sección: Diccionario de la Lengua Española.

Estrategias para los comerciantes y distribuidores: Se emplean para estimular a los revendedores a trabajar y comercializar en forma agresiva un producto específico.

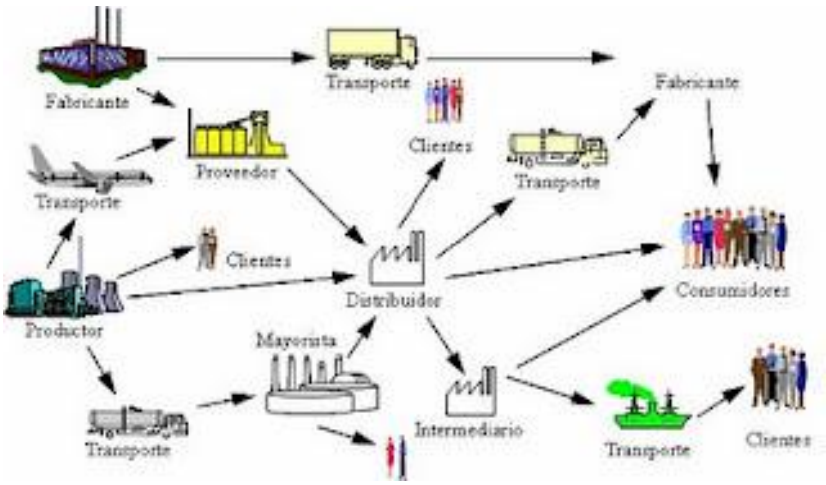
- Exhibidores
- Vitrinas
- Demostradores

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN:

"Facilita la distribución y entrega de nuestros productos al consumidor final. Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos"[35].

Canales directos: cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas.

Gráfico. No.4



[35]PHILLIP KOTLER, (1993); Dirección de la Mercadotecnia - (Análisis, Planeación, Implementación y control); 7a. edición. Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Naucalpan.

Empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios[36].

Canales indirectos: son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de nuestra empresa.[37]

ESTUDIO TECNICO:

Definición. Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto, obtener los materiales o materia prima. Que máquinas y procesos usar, que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto".[38]

El Estudio Técnico. Es la reunión y análisis de la información que permita: Verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto. – Determinar el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad.

[36]La empresa; disponible en http://www.mailxmail.com/curso-administracion-pequena-mediana-empresa/comercializacion-2; accesado el 28 de noviembre de 2011.

[37] [37]La empresa; disponible en http://www.mailxmail.com/curso-administracion-pequena-mediana-empresa/comercializacion-2; accesado el 28 de noviembre de 2011.

[38]SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, 3ra. Edición, McGRAW-HILL.

Etapas del estudio técnico.

- Objetivo
- Tecnología
- Determinación del tamaño de proyecto
- Determinación de la localización del proyecto.
- Unidad productora: Procedimiento técnico utilizado.
- Determinación de la organización humana y jurídica para la operación del proyecto.

Gráfico. No. 5

Tamaño del proyecto.

El tamaño de la planta o tamaño del proyecto es igual a la capacidad de la producción que tiene el mismo, en un determinado periodo operacional, además de la competencia y la tecnología que va a utilizar.[39]

Con lo anteriormente dicho, se distinguen dos tipos de capacidad: la teórica y la capacidad real del proyecto; la primera tiene relación con un objetivo ideal de satisfacer el 100% de la demanda insatisfecha y por lo tanto muy difícil de lograrlo ya que existen muchas limitaciones como la falta de tecnología, falta de especialización, etc. La segunda, nos orienta de qué manera se puede mejorar nuestro trabajo y ofrecer al mercado un servicio asequible siendo esta nuestra capacidad instalada.

Capacidad instalada.

Consiste en el volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad. Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado.[40]

[39] http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Temario.htm
[40]https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:x88eXzT1nZwJ:dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/985/5/Capitulo_2.pdf+capacidad+instalada+de+produccion&hl=es

Capacidad utilizada.

También llamado factor de planta, se refiere a la capacidad utilizada en promedio y se expresa como un porcentaje de la capacidad instalada ninguna empresa produce a plena capacidad permanentemente, debido a las necesidades de mantenimiento, la falta de demanda, o a la escasez estacional.[41]

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO:

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo, lo cual muchas veces no sucede con la empresa informal.[42]

Grafico No. 6

[41] http://www.monografias.com/trabajos16/empresa-magra/empresa-magra.shtml
[42] www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

Micro localización.- En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local. [43]

Macro localización.- Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

Factores localizaciones.- Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.[44]

[43] Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. 3ª edición. 1995 Mc Graw Hill p.p
[44] Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. 3ª edición. 1995 Mc Graw Hill p.p

Estudio Administrativo y Legal.

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales[45].

Proceso administrativo.- La administración puede verse también como un proceso. Según Fayol, dicho proceso está compuesto por funciones básicas: planificación, organización, dirección, coordinación, control.

Planificación. Procedimiento para establecer objetivos y un curso de acción adecuada para los logros.

Organización. Proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

[45]Estudio administrativo; disponible en http://www.antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudioadmtivo; consultado el 15 de diciembre de 20012.

Dirección. Función que consiste en dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea.

Coordinación. Integración de las actividades de partes independientes de una organización con el objetivo de alcanzar las metas seleccionadas46.

Control. Proceso para asegurar que las actividades reales se ajusten a las planificadas.

ORGANIGRAMAS:

Consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad. Deben ser claros, procurar no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado extensos ni complicados y mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa.[47]

Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad a la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr los objetivos empresariales.

---

[46] Disponible en http://www.Es.scribd.com/doc/41767724.e-administración; consultado el 22 de diciembre de 2012.
[47] es.wikipedia.org/wiki/**Organigrama**

Manual de funciones:

El manual define y desagrega la estructura organizacional de la Institución, determinando: la misión de cada una de las unidades administrativas, sus relaciones de dependencia y el detalle de las principales funciones.[48]

Se encuentran incorporadas además, como parte de la estructura organizacional, las disposiciones de los Estatutos que determinan las atribuciones y deberes de los órganos de gobierno y administración de la Empresa.

Un manual de funciones debe contener información clara, de lo siguiente:

- Relación de dependencia (ubicación interna).
- Dependencia jerárquica
- Naturaleza de trabajo
- Tareas principales.
- Tareas secundarias
- Responsabilidades.
- Requerimiento para el puesto.

Información que permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

[48] www.frrg.utn.edu.ar/Apuntes/II2/**Manuales**Ad.ppt

Fundamentación Legal:

Consiste en determinar el tipo de organización legal (sociedad, compañía) que ajustada a lo que manda la constitución, leyes y reglamentos aplicables, permitan la constitución de la misma, favoreciendo los intereses y condiciones de los inversionistas.[49]

ESTUDIO FINANCIERO:

Inversiones y Financiamiento.- Todo proyecto demanda la asignación de recursos, sean propios y/o de terceros con la finalidad de garantizar su realización y por ende, la obtención de determinaos bienes y servicios durante un periodo de tiempo determinado, con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro.[50]

Inversiones. Las inversiones que se considerarán para el presente proyecto son todos aquellos recursos que se asignan a la adquisición de los implementos necesarios para su ejecución.

Financiera.-"La evaluación financiera de una empresa consiste en construir los flujos de dinero proyectados que en un horizonte temporal serían hipotéticamente generados, para después descontarlos a una tasa adecuada

[49] JAMES E., R. (1982). Administración en las Organizaciones: Un Enfoque de Sistemas. México: Editorial Libros McGraw-Hill S.A.

[50] BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.

de manera tal que podamos medir (cuantificar) la generación de valor agregado y su monto”[51].

Activo.- Los activos de una empresa están representados por todos los bienes y derechos que son de exclusiva propiedad de la empresa.

Activos fijos. Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.[52]

Entre los tipos de bienes del Activo Fijo usualmente utilizados son:

- Mobiliarios
- Maquinarias y equipos
- Vehículos
- Herramientas
- Equipos, sistemas y paquetes informáticos
- Bienes artísticos y culturales
- Libros y colecciones
- Partes y repuestos.
- Equipos de oficina

[51]BACA GABRIEL. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación]; Editorial McGraw Hill, México 1997.
[52] BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.

Activo diferido. Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagadas no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años, y está conformado de la siguiente manera:[53]

Gastos de constitución: pagos que efectúa una empresa, antes de iniciar sus operaciones comerciales. Ejemplo: gastos de notaría, registro, honorarios, decoración y adecuación de espacios para el negocio.

Gastos de investigación: Gastos que realiza la empresa por pagos a profesionales para conocer mercados, analizar la situación socio-económica de la población de la cual van dirigidas las actividades de la empresa, al iniciar o ampliar el negocio.

Activo circulante: Es el activo de la empresa que es líquido o bien se incorpora al proceso productivo en un período inferior al año. Ejemplo de activos corrientes pueden ser: mercaderías, deudores por ventas, etc.
Dicho de otra manera, son aquellos activos que se pueden liquidar (convertir en efectivo) en el corto o mediano plazo.

[53]Disponible en: http://www.htm.rincondelvago.com/análisis-financiero-empresas; UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN FACULTAD DE INGENIERIA FINANCIERA MEDELLÍN 2002.

Depreciación: Es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.[54]

Amortización: Es la reducción parcial de los montos de una deuda en un plazo determinado de tiempo. La amortización toma curso cuando un prestatario le paga a su prestamista un monto del dinero prestado en un cierto lapso de tiempo, incluyendo las correspondientes tasas de interés. La deuda puede extinguirse de una sola vez, o bien, hacerlo en forma gradual por medio de pagos parciales por una determinada cantidad de tiempo, la que ha sido previamente establecida.[55]

Presupuesto de ingresos: La estimación de los ingresos es el primer paso de la implantación de todo programa presupuestal en las empresas privadas, ya que este concepto es el que proporciona los medios para poder llevar a cabo las operaciones de la negociación está formado por el presupuesto de ventas y por el presupuesto de otros ingresos[56]

Estado de pérdidas y ganancias: Es un documento contable que muestra en forma detallada y ordenada la utilidad o pérdida del ejercicio y consiste analizar todos los elementos que entran en la compra-venta de mercancía

[54] Disponible en: http://www.htm.rincondelvago.com/análisis-financiero-empresas; UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN FACULTAD DE INGENIERIA FINANCIERA MEDELLÍN 2002.
[55] www.slideshare.net/YPL/**amortizaciones-y-depreciaciones**
[56] BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.

hasta determinar la utilidad o pérdida del ejercicio en ventas. (Diferencia entre el precio de costo y de venta de las mercancías vendidas).[57]

Punto de Equilibrio.- es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni perdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio se tendrá pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio se obtendrá utilidades.

Costos Fijos.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.[58]

Costos Variables.- Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

Se calcula el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación:

[57] www.monografias.com › Administración y Finanzas › Contabilidad.

[58] COTOCORA, F. (1998). Sistema y Procedimientos Contables. México: Editorial MC: Graw-Hill.

Punto de Equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

Punto de Equilibrio en función de las ventas:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \dfrac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Valor presente o actual neto (VAN).

"Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros."[59]

La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos

[59]BACA GABRIEL. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación; Editorial McGraw Hill, México 1997.

actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés vigente.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.[60]

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Calculo de la tasa interna del retorno (TIR).

Es aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos. [61]

[60] www.monografias.com › Administración y Finanzas › Contabilidad.
[61] COTOCORA, F. (1998). Sistema y Procedimientos Contables. México: Editorial MC: Graw-Hill.

Se podría interpretar a la TIR como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión.

La TIR utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, debe ACEPTARSE el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital, es INDIFERENTE llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital, debe RECHAZARSE el proyecto.

Relación costo – beneficio: Es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. Para su cálculo se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.[62]

- Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.
- Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.
- Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

[62] www.monografias.com › Administración y Finanzas › Contabilidad

Análisis de sensibilidad: Es un cuadro resumen que muestra los valores de TIR para cualquier cambio previsible en cada una de las variables más relevantes de costos e ingresos del proyecto. Tales cambios pueden ser a valores absolutos específicos o como porcentajes respecto del valor previsto. [63]

Los resultados permiten ver fácilmente las holguras de maniobra administrativa con que se cuenta para atender tales variaciones, respecto a la TIO del inversionista.

Colocando el % de variación en la abscisa y la TIR en la ordenada, las variables de ingreso tendrán tendencia positiva (por ejemplo el volumen de ventas o el precio de venta) y las variables de costo tendencia negativa (por ejemplo costo de la materia prima, costo de la mano de obra, capital requerido o tasa de impuestos).

[63] www.monografias.com › Administración y Finanzas › Contabilidad

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES:

La realización del trabajo de investigación, inició con una “lluvia de ideas”, de las cuales se seleccionó una cuyo tema es: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE FACTURAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA”**

En el desarrollo de la investigación se tomaron en cuenta los lineamientos de la investigación científica, cuyos métodos, técnicas y procedimientos posibilitaron la consecución de los objetivos planteados.

Entre los de mayor uso y utilidad en trabajos como el presente, anotamos:

CUADRO. NO. 1

MATERIALES UTILIZADOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Computadora
1	Calculadora
1	Impresora
1	Perforadora
1	Engrapadora, Clips
1	Flash Memory
2	CD´s
4	Resmas de papel bond

Elaborado por: Las autoras

METODOS:

Para la ejecución del presente proyecto se utilizó los siguientes métodos y técnicas de investigación

- **Método Científico.** Se pudo definir algunos procedimientos lógicos, para lograr la organización, sistematización, y exposición de los contenidos teóricos. Se lo utilizó inicialmente en el planteamiento del problema, la revisión bibliográfica, la definición de variables para la estructuración de los instrumentos de investigación y el respectivo muestreo, pasando por el análisis de datos y el establecimiento de las conclusiones.
- **Método Inductivo**. Permitió el desarrollo de cada una de las operaciones, logrando así determinar y evaluar los procedimientos administrativos y financieros, para proponer lo que se debe utilizar en el proyecto de entrega de facturas a domicilio en la ciudad y provincia de Loja
- **Método Deductivo:** De igual manera proporcionó información acerca del mercado para determinar el tamaño de la muestra, en base a datos generales y reales de nuestra población a nivel local y demanda real de nuestro producto en la demanda potencial.
- **Método Estadístico.-** Con el Método Estadístico nos ayudó a determinar datos numéricos y un análisis real cuantitativo que nos proporcionó el estudio del mercado.

TECNICAS:

- **La Observación:** Esta técnica se utilizó en forma objetiva para observar de manera crítica y creativa las características de las empresas que ofertan y que requieren del servicio de distribución de facturas a domicilio en la Ciudad y Provincia de Loja.

- **La Encuesta:** Consistió en formular un banco de preguntas que permitió recopilar datos para su posterior análisis. Para la presente investigación fue necesario aplicar una encuesta, la misma fue dirigida tanto a distribuidores de facturas como a empresas que demandan de este servicio, esta encuesta se la realizó en la ciudad y provincia de Loja.

Área de influencia:

El área de influencia del presente proyecto será la ciudad y la Provincia de Loja.

Población:

Para esta investigación se consideró los potenciales clientes, demandantes del servicio de distribución de facturas y otra documentación a domicilio, por tal motivo se recurrió a la Cámara de Comercio de Loja, Cámara de la Pequeña Industria de Loja y Superintendencia de Compañías de Loja, con la

finalidad de averiguar la cantidad de asociados con los que cuentan cada uno de ellos y de esta forma proceder a constituir la población total.

CUADRO NO. 2

POBLACIÓN – POSIBLES DEMANDANTES

ORGANIZACIONES	**No. ASOCIADOS**	**No. SOCIOS/EMPRESAS ACTIVOS**
Cámara de Comercio de Loja	1.008	137
Cámara de la Pequeña Industria de Loja	60	45
Superintendencia de Compañías de Loja	1.330	670
Empresas con volumen de facturación en los 15 cantones restantes (3 en promedio)		45
TOTAL→		**897**

Fuente: Organizaciones mencionadas
Elaborado por: Las Autoras

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Permitió determinar el número de encuestas que se realizó para el estudio de mercado.

Para su obtención se aplicó la siguiente fórmula:

Datos

n= ?

Z= 1,96

E^2= 0,05

P= 0,5

Q= 0,5

N= 897

Dónde:

APLICACIÓN DE LA FORMULA

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(897)}{(0.05)^2 (897-1) + (1.96)^2 .(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.84)\ \ (0.5)(448.5)}{(0.0025)\ \ (896) + (3.84)\ \ .(0.25)}$$

$$n = \frac{(861\ .12)}{(3.2)}$$

$$n = 269\ .1$$

Se aplicaron 269 encuestas dirigidas a Gerentes o administradores de empresas de la Ciudad y Provincia de Loja; de manera que nos permita conocer y analizar los datos mediante la tabulación matemática y estadística, todos estos datos permitirán determinar un estudio actual de las necesidades de las empresas.

Que se distribuyó de la siguiente manera.

CUADRO NO. 3

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

CABECERA CANTONAL	**MUESTRA**
LOJA	224
CANTONES (15), 3 POR CANTÓN	45
TOTAL→	**269**

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Las autoras

POBLACIÓN Y MUESTRA DE LAS EMPRESAS QUE PRESTAN EL SERVICIO DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA.

En relación a las empresas de mensajería (igual a la que se proyecta crear) que cubren actualmente parte del mercado de entrega de facturas u otros documentos a domicilio existen en el medio cinco (5) empresas importantes que se encuentran posicionadas en el mercado local y que constituyen la oferta, analizada desde el punto de vista de la competencia para la futura empresa:

CUADRO NO. 4

COMPETENCIA

OPCIONES	**CANTIDAD**
VELOZ EXPRESS	1
URBANO EXPRESS	1
SERVIENTREGA	1
CORREOS DEL ECUADOR	1
ESPINOZA- AGUIRRE	1
TOTAL→	**5**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

En el caso de oferentes del servicio, se decidió trabajar con la población, esto es 5 empresas que prestan similar servicio y están radicadas en la ciudad de Loja.

PROCEDIMIENTO:

El proceso se inicia con la observación de las empresas que ofertan el servicio de distribución de facturas u otros documentos a domicilio, así como de aquellas empresas (clientes corporativos) que demandan de este servicio, sean tiendas, centros comerciales, empresas de servicios públicos, centros educativos, etc.; procediéndose a aplicar la encuesta a distribuidores de facturas a domicilio; esto por el lado de la oferta, que se constituyen en la competencia. De igual manera, se han identificado las empresas, negocios, etc. que posiblemente requieren el servicio de entrega de facturas a domicilio a cuyos propietarios y/o gerentes se les aplicó la encuesta a empresas, teniendo presente una distribución equitativa en el centro poblado, tanto de la ciudad como de la provincia.

La información recopilada se procesa con la hoja electrónica Excel y se obtienen cuadros y gráficos estadísticos que proporcionan información base para la determinación de la demanda potencial, real y efectiva y su respectiva proyección.

Así mismo, se determina la demanda insatisfecha y con estos datos se determina la demanda a cubrir, información base para realizar el estudio técnico y el análisis financiero que determinaron la factibilidad del proyecto.

f. RESULTADOS

DEMANDA:

A continuación, se detallan los resultados de las encuestas aplicadas a los demandantes de servicios de entrega de facturas a domicilio:

Tabulación de las Encuestas aplicadas a Empresas:

De acuerdo al proyecto de investigación, la muestra fue de 269 empresas de diferente naturaleza (servicios, industrias, comerciales), que pueden ***demandar*** el servicio de entrega de facturas a domicilio*;* en este sentido, las empresas encuestadas se segmentaron de la siguiente manera: 45 empresas fueron seleccionadas en los Cantones de la Provincia de Loja, (es decir, en cada uno de los 15 cantones se seleccionaron 3 empresas consideradas principales demandantes del servicio de entrega de facturas a domicilio, debido al volumen de facturación); en tanto que las 224 empresas restantes fueron seleccionadas en la Ciudad de Loja, de conformidad a la información proporcionada por la Cámara de Comercio de Loja, la Cámara de la Pequeña Industria de Loja y la Superintendencia de Compañías de Loja, al cuadro Nro. 2 y a la determinación de la muestra, procediéndose a seleccionar las empresas informantes mediante muestreo aleatorio.

En el cuadro No. 2 se detalla la población (posibles demandantes del servicio) relacionada a los socios/empresas activas adscritas a la Cámara de Comercio de Loja, Cámara de la Pequeña Industria de Loja,

Superintendencia de Compañías de Loja, empresas con volumen de facturación aceptable en la Provincia, siendo en total 897, que luego de aplicar la fórmula para determinar el tamaño de la muestra, resultan 224 empresas en la Ciudad más 45 en la provincia, resulta una población a investigarse de 269 empresas.

A. DATOS GENERALES

a. Su empresa pertenece al sector:

CUADRO NO. 5

SECTOR AL QUE PERTENECE

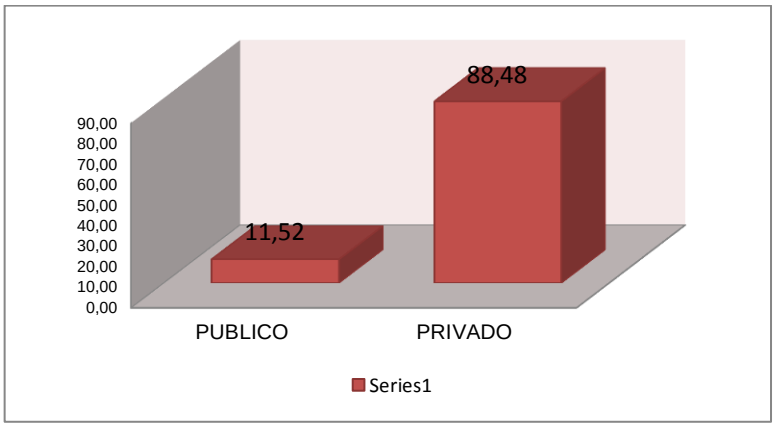
ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
PUBLICO	20	44,44	11	4,91	31	11,52
PRIVADO	25	55,56	213	95,09	238	88,48
TOTAL	45	100,00	224	100,00	269	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 7

SECTOR AL QUE PERTENECE



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

Del total de empresas encuestadas (269), el 88,48% son empresas que pertenecen al sector privado; y el 11,52% restante, pertenecen al sector público. Esto nos da la idea de que los potenciales demandantes de nuestro servicio serán las diversas empresas privadas que operan en el mercado de la ciudad y provincia de Loja ofertando asimismo, una gran diversidad de servicios (financieros, comercialización, producción, etc.).

b. El nombre de su empresa:

CUADRO NO. 6

PROVINCIA DE LOJA (Cantones → 15; Empresas → 3) (TOTAL EMPRESAS → 45)	
1. EGEL TV Cable - Macará	23. Colegio Técnico Agropecuario Quilanga
2. CACPE – Macará	24. EERSSA - Quilanga
3. Banco Nacional de Fomento - Macará	25. EERSSA – Catamayo
4. CACPE-Macará; Agencia Zapotillo	26. Coop. MEGO - Catamayo
5. EERSSA - Chaguar pamba	27. BNF - Catamayo
6. EERSSA – Zapotillo	28. Coop. MEGO - Catacocha
7. Comercializadora Benavides - Chaguarpamba	29. EERSSA - Catacocha
8. Coop. Ah. y Crédito 29 de Enero	30. BNF - Catacocha
9. CADECOL - Gonzanamá	31. CNT - Catacocha
10. Coop. Ah. y Crédito Padre Julián Lorente - Gonzanamá	32. Coop. Ah. y Crédito Casa Fácil - Catacocha
11. Coop. Ah. y Crédito Gonzanamá	33. CNT - Alamor
12. EERSSA - Celica	34. EERSSA - Alamor
13. CADECOC - Celica	35. Coop. Ah. y Crédito23 de Enero – Alamor
14. UTPL - Celica	36. CACPE - Catacocha
15. BNF - Celica	37. Municipio de Calvas
16. Coop. Ah. y Crédito El Comerciante – Saraguro	38. CACPE - Cariamanga
17. Coop. Ah. y Crédito para las empresas comunitarias - Saraguro	39. Coop. MEGO - Cariamanga
18. SaraCoop	40. Municipio de Macará
19. Coop. Financiera MushukWasi	41. Coop. de Transportes Loja - Pindal
20. Municipio de Saraguro	42. Municipio de Pindal
21. Coop. MEGO - Saraguro	43. Municipio de Quilanga
22. BNF - Saraguro	44. Coop. Ah. y Crédito Quilanga
	45. Coop. Ah. y Crédito 23 de Enero - Olmedo

CUADRO NO. 6-A

CIUDAD DE LOJA	
1. Canadian House Center	117. Gráficas Santiago
2. Modintev	118. SISCONET
3. E-novatraining – Valle Tecnológico, UTPL	119. Empresa Tecnológica Toners
4. Electric Telecom	120. La Reforma
5. KRADAC	121. Alegro
6. WUTOLOJA	122. Hispana Seguros
7. Idea Box	123. Vilca Inter-Aguas
8. Coop. Ah. y Crédito Diners FX	124. Speed Telecom
9. Computec Cía. Ltda. – Docucentro UTPL	125. DF Computers
10. FEINSA – Ferrindustrial, Distribuidor de oxígeno	126. Brown Asociados, Asesores de Seguros
11. FC Celulares, Distribuidor de PORTA	127. E & A Brokers
12. Banco ProCredit	128. Coop. Ah. y Crédito 29 de Octubre
13. Mil Maravillas	129. Coop. Ah. y Crédito Casa Fácil
14. SONITEC	130. TeleVent S.A.
15. Instituto Tecnológico Sudamericano	131. Banco del Austro S.A.
16. EXCELNET	132. UniBanco
17. Instituto Superior Tecnológico de Transporte	133. Coop. Ah. y Crédito Padre Julián Lorente
18. Llantera y Servicios DENCAR	134. CNT
19. Distribuidora Nachita	135. OTECELL S.A. (Movistar) VIMOTECH
20. Jaime Villavicencio, Franquicia DISENSA	136. Supertenderito
21. La Granja	137. DIREX Loja S.A.
22. Radio Centinela del Sur	138. Multicolor
23. Coop. Ah. y Crédito de Migrantes y Emprendedores	139. Banco FINCA
24. Radio La Hechicera	140. SHEROCK
25. Consorcio Villavicencio – Electrodomésticos	141. Centro Infantil “YoSolito”
26. Baldosas Rocafuerte	142. LojaNet
27. Instituto Superior Tecnológico La Castellana	143. Centro Infantil “CreciendoLibres”
28. Supermercados Yerovi	144. Radio Luz y Vida
29. Telconet	145. Escuela Particular Vespertina Confesional “La Dolorosa”
30. Banco Solidario	146. Imprenta Vázquez
31. Movistar Distribuidor	147. MICROTECH
32. Centro de Estudios Latinoamericano – CEL	148. Automotriz AVC
33. Master PC	149. Centro Educativo La Porciúncula
34. KeimbrocksMultinegocios Cía. Ltda.	150. DecorAluvid
35. Electrolínea	151. Jaime Vivanco Cía. Ltda.
36. Baldijhoe	152. Coop. Ah. y Crédito CRECER
37. Andes Trip	153. Arte Practik
38. RC Electrodomésticos	154. River Auto
39. Maefa.Com	155. SEIMPORST Cía. Ltda.
40. Electroferrisariato	156. Tello Villavicencio
41. Extreme Tech, Supermaxi	157. Altamira Constructora Inmobiliaria Cía. Ltda.
42. Seguros Oriente	158. Coop. Transportes Loja
43. TVentasSupermaxi	159. Ferrimar
44. Distribuidor Hormipac	160. Autostock
45. Terminal Terrestre	161. YAMA Importadora
46. Zona Cross Bike	162. Coop. MEGO – Agencia Norte
47. Agripac S.A.	163. Comercial Macrisli
48. Fertisa	164. LojaCar Ford
49. Distribuidor Regina	165. Sepagro
50. Almacén El Cóndor	166. Bravo Jaramillo Cía., Aceros del Sur
51. Modul Mueble	167. Villsa

52. Centro Mueble	168. Plaza gas 1
53. Grafic Papel	169. Plaza gas 2
54. Ferbusa	170. Inapesa S.A.
55. Movi Puertas	171. Salud S.A.
56. Margas	172. Rocío Reátegui, Asesor Productor de Seguros
57. VbeeCell Cía. Ltda.	173. Coop. Ah. y Crédito COOPAC Ltda.
58. Sistema Integrado de Transporte Urbano	174. DistriGranda Cía. Ltda.
59. Velcerámica Cía. Ltda.	175. Monterrey Azucarera Lojana
60. Office Soluciones	176. El Cambalache
61. Direct TV	177. KIA Motors
62. Seguros Colvida	178. Coop. Ah. y Crédito de Profesionales - CODEPRO, Loja
63. Coop. Ah. y Crédito La Merced Cía. Ltda.	179. CACPE Loja
64. Latina Seguros	180. DIFAR Cía. Ltda.
65. Arricar	181. Habitat, Decoración y Construcción
66. CADECOL	182. Calva & Calva Comercializadora
67. QBE Seguros Colonial	183. PHITEL Servicios y Tecnología Cía. Ltda.
68. TV Cable	184. GasoSilva
69. Nova Decoraciones	185. Autollantas
70. SRI	186. Ferriautos
71. Coop. PCCP	187. Terraceramics
72. IECE	188. LojaCar
73. Coop. Ah. y Crédito de los profesionales del volante Ltda., UNION	189. Hipermercado El Valle
74. Patronato Provincial de Atención Social Prioritaria	190. BNF
75. Coop. Ah. y Crédito 27 de Abril	191. FYBECA, Hypervalle
76. Madrid Inmobiliaria	192. Pro Hogar
77. NetPluss	193. Municipio de Loja
78. Distribuidora AGA	194. AudioCentro
79. Coop. Ah. y Crédito CREDIAMIGO	195. Diario La Hora
80. Placa Centro Decomaderas	196. Banco de Loja
81. Repuestos & Repuestos Espinoza-Aguirre	197. Econegocios – Ecocell
82. Importadora Loayza	198. RAPIPagos
83. SetCompu PC	199. TEDASA
84. Fine Tuned English	200. Importadora Cuvacemento
85. ProliHogar	201. ONKEV- Direct TV, Av. Cuxibamba
86. Coop. Ah. y Crédito San Sebastián	202. Baterías ELEKTRA
87. ADICEH	203. Artefacta S.A.
88. Loja Llanta	204. LojaCar Nissan
89. INDUMOT S.A.	205. Costura Express
90. LojaHabitar Cía. Ltda.	206. Banco Bolivariano
91. Inmobiliaria Loja	207. Mutualista Pichincha
92. ExpoMotos	208. LojaGas
93. VazCorp	209. Banco de Machala
94. VIT Seguro	210. Inmobiliaria El Austro
95. Distribuidora FAGI	211. Centro Educativo La Inmaculada
96. Coop. de transporte turístico Ejecutivo Express S.A.	212. TecnoCompu
97. LGF – Express	213. Home Atelier
98. Centro de Capacitación Profesional POLITÉCNICO	214. Mundo System
99. Coop. Ah. y Crédito Prosperar	215. Marcimex S.A.
100. LojaSeg Cía. Ltda.	216. Ferromarcas
101. Hogar & Más	217. Importrack
102. Agencia de Correos Geomil Express	218. Ferrocomercial DIMAR
103. Almacenes La Ganga	219. SAEREO ONKEV S.A.
104. Importadora Ortega y Cía.	220. Clone Computer

105. Comercializadora Ramírez Galván	221. DIREL Franquiciado DISENSA
106. DURINI, Industria de la madera	222. Broker de Seguros J. Witt
107. Estación de servicios La Llave	223. Asesoría Empresarial
108. GLOBAL TV	224. Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora
109. Computel del Ecuador	
110. Coop. MEGO, Matriz	
111. DISTRICELL S.A.	
112. Coop. Ah. y Crédito Educadores Ltda.	
113. Coop. Solidaria Ltda.	
114. Crónica	
115. EERSSA Loja	
116. Colineal	

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

a. La actividad de su empresa es:

CUADRO NO. 7

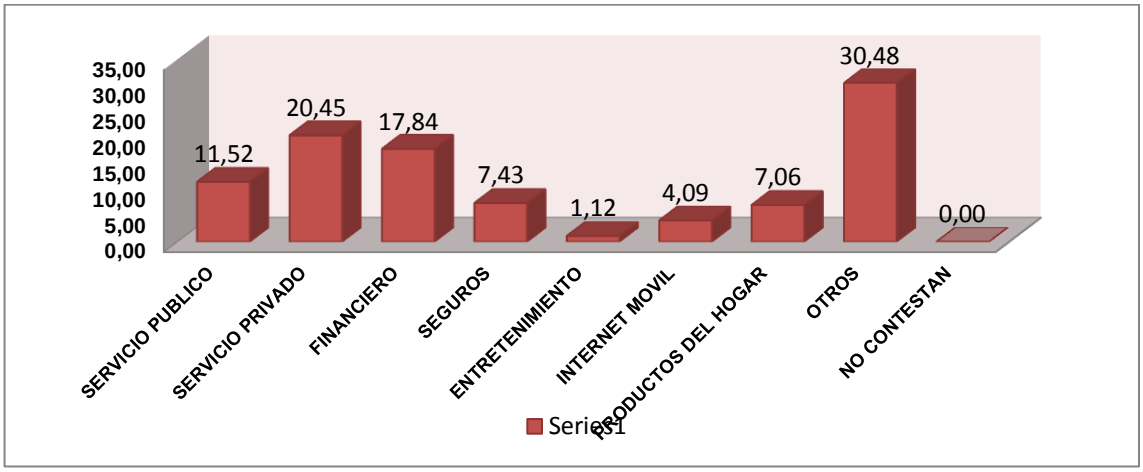
ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
SERVICIO PUBLICO	20	44,44	11	4,91	31	**11,52**
SERVICIO PRIVADO	5	11,11	50	22,32	55	**20,45**
FINANCIERO	18	40,00	30	13,39	48	**17,84**
SEGUROS	0	0,00	20	8,93	20	**7,43**
ENTRETENIMIENTO	0	0,00	3	1,34	3	**1,12**
INTERNET MOVIL	1	2,22	10	4,46	11	**4,09**
PRODUCTOS DEL HOGAR	1	2,22	18	8,04	19	**7,06**
OTROS	0	0,00	82	36,61	82	**30,48**
NO CONTESTAN	0	0,00	0	**-**	0	**0,00**
TOTAL	**45**	**100**	**224**	**100**	**269**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.8

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas

Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

El 30,48% de empresas encuestadas se dedican a prestar servicios relacionados con: educación, comercialización de productos de consumo masivo, comercialización de muebles, colchones, computadoras y accesorios, papel para industria gráfica, productos de limpieza, motocicletas, vehículos, llantas y accesorios de carro, servicios de mantenimiento y reparación, venta de combustibles, inmobiliarias, bicicletas, insumos agropecuarios, ropa, celulares, medios de comunicación, agencias de viaje, materiales de construcción y acabados, renta de vehículos, entre otros.

El 20,45% de empresas se dedican a prestar servicios privados, es decir, estas empresas se ubican en el sector privado y la naturaleza de su servicio es diversa; el 17,84% son empresas que pertenecen al sector financiero y por ende su actividad se circunscribe a la oferta de servicios financieros; el

11,52% de empresas encuestadas ofertan servicios públicos también de diversa índole.

La actividad del 7.43% del total de empresas es relaciona con los seguros; el 7.06% de empresas tienen una actividad relacionada con la comercialización del productos de hogar; el 4,09% son empresas dedicadas a ofertar servicios relacionados con la comercialización de internet y telefonía móvil. Tal solo el 1,12% ofertan servicios relacionados con el entretenimiento. Finalmente, el 0,00% de empresas se abstiene de responder.

Estos datos nos revelan que Loja centra su actividad económica en el sector terciario, es decir, en la producción de ***servicios***, por tanto, se estima que la creación de la empresa distribuidora de facturas a domicilio tendrá acogida en el mercado local y provincial, ya que constituye un servicio más que permitirá al resto de empresas llegar a tiempo con documentos a sus clientes y usuarios.

c. Número de clientes activos

CUADRO NO. 8

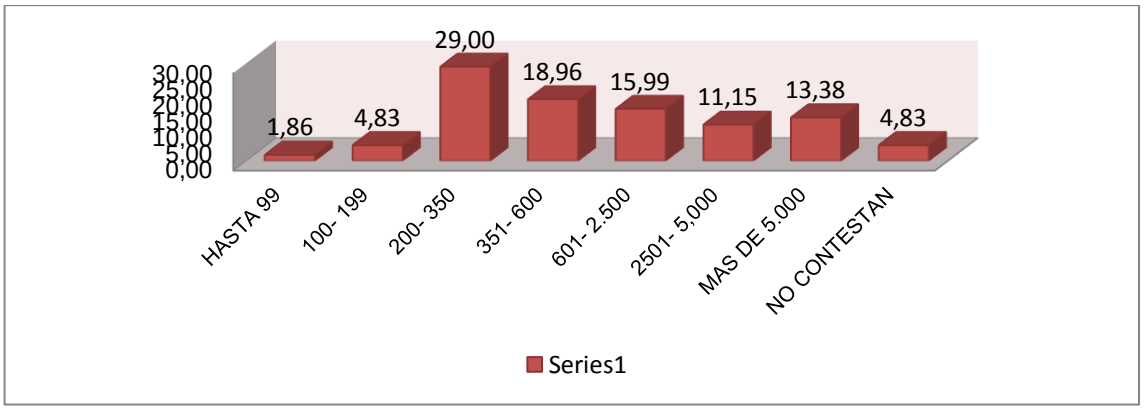
NÚMERO DE CLIENTES ACTIVOS

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
HASTA 99	0	0,00	5	2,23	5	**1,86**
100- 199	0	0,00	13	5,80	13	**4,83**
200- 350	9	20,00	69	30,80	78	**29,00**
351- 600	11	24,44	40	17,86	51	**18,96**
601- 2.500	9	20,00	34	15,18	43	**15,99**
2501- 5,000	9	20,00	21	9,38	30	**11,15**
MAS DE 5.000	7	15,56	29	12,95	36	**13,38**
NO CONTESTAN	0	0,00	13	5,80	13	**4,83**
TOTAL	**45**	**100**	**224**	**100**	**269**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.9

NÚMERO DE CLIENTES ACTIVOS



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

En cuanto al número de clientes que aproximadamente maneja cada una de las empresas encuestadas, se obtuvieron los siguientes resultados: el 29% manifiesta que poseen una cartera de clientes entre 200 y 350; el 18.96% de empresas tienen entre 351 y 600 clientes; el 15,99% de empresas encuestadas tienen entre 601 y 2.500 clientes; un porcentaje de alrededor de 13,38% manejan más de 5.000 clientes; el 11.15% poseen entre 2.501 y 5.000 clientes.

En porcentajes menores como el 4.83% poseen entre 100 y 199 clientes; 1,86% de empresas tienen una cartera de hasta 99 clientes; el 4.83% de empresas no respondieron este ítem.

A. DATOS ESPECÍFICOS

1. Nombre de empresas que presten el servicio de entrega de facturas a domicilio en la ciudad de Loja y que le vengan a su mente en este momento:

Esta información es importante, toda vez que da una idea del nivel de posicionamiento que las empresas que ofertan servicios de entrega de facturas o similares, tienen en los clientes (empresas encuestadas). Se analizan por separado los resultados de las encuestas aplicadas en la

ciudad y en la provincia, con proyección a la elaboración del plan de marketing del presente proyecto. Los resultados son los siguientes:

CUADRO NO. 9

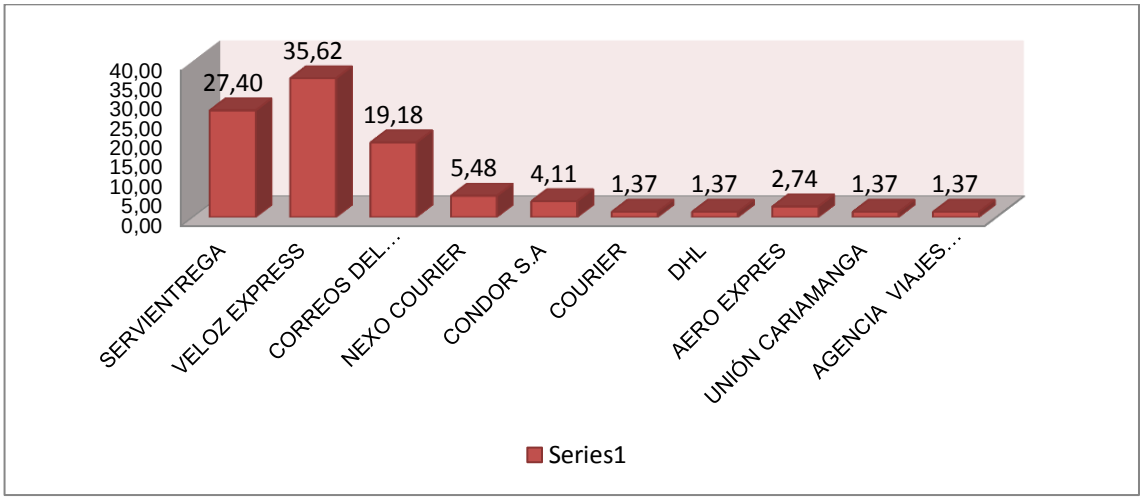
EMPRESAS QUE OFERTAN ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO POSICIONADAS EN LA MENTE DE LOS ENCUESTADOS-PROVINCIA.

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SERVIENTREGA	20	27,40
VELOZ EXPRESS	26	35,62
CORREOS DEL ECUADOR	14	19,18
NEXO COURIER	4	5,48
CONDOR S.A	3	4,11
COURIER	1	1,37
DHL	1	1,37
AERO EXPRES	2	2,74
UNIÓN CARIAMANGA	1	1,37
AGENCIA VIAJES DE LOJA	1	1,37
TOTAL	**73**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas-Provincia
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 10

EMPRESAS QUE OFERTAN ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO POSICIONADAS EN LA MENTE DE LOS ENCUESTADOS-PROVINCIA



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas-Provincia
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

Del total de empresas encuestadas en la provincia de Loja (45), el 35.62% tienen presente a Veloz Express; el 27.40 % recuerdan a Servientrega como una importante empresa que oferta el servicio de entrega de facturas a domicilio; el 19.18% manifiestan que tienen presente en su mente a la empresa pública Correos del Ecuador.

En porcentajes menores como el 5.48% recuerdan a Nexo Courier ; el 4.11% tienen presente en su mente a Cóndor S.A.; el 2.74% recuerdan a la empresa Aero Express; y el 1.37% manifiestan que recuerdan a Courier, DHL, Unión Cariamanga, Agencias de Viaje de Loja.

Veloz Express, Servientrega Y Correos del Ecuador, son las empresas que se dedican a la distribución de facturas a domicilio en la Provincia de Loja siendo las más posicionamiento en la mente de los encuestados, por lo tanto, son empresas que deben ser analizadas con mayor detalle en cuanto a la prestación del servicio y a la publicidad que manejan, a fin de poder diseñar las estrategias de marketing apropiadas que permitan a la nueva empresa competir con ventajas distintivas.

CUADRO NO. 10

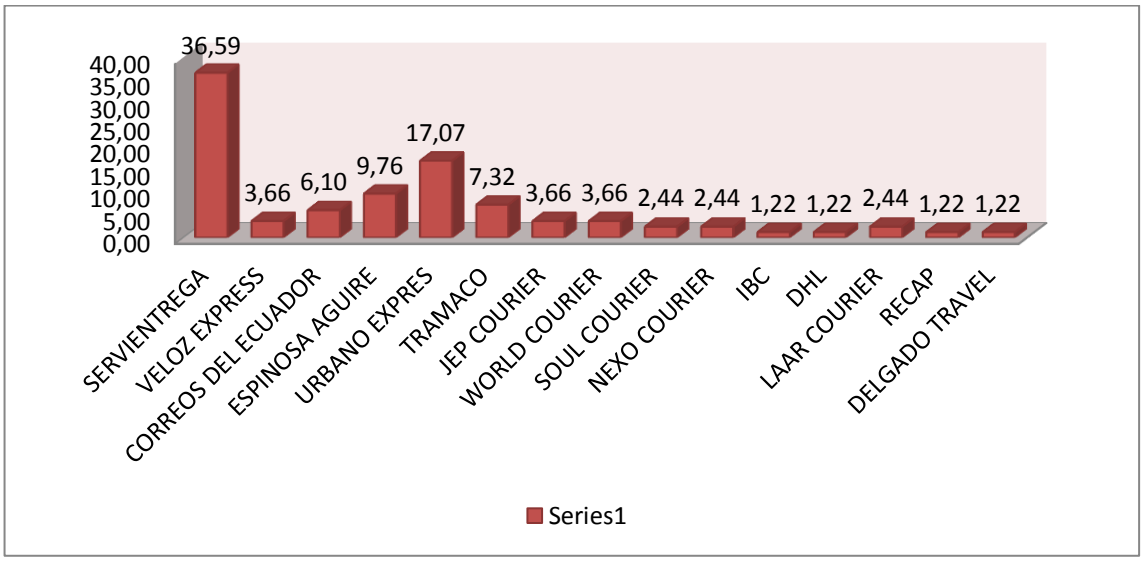
EMPRESAS QUE OFERTAN ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO POSICIONADAS EN LA MENTE DE LOS ENCUESTADOS-CIUDAD

ALTERNATIVA	CIUDAD DE LOJA	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SERVIENTREGA	30	36,59
VELOZ EXPRESS	3	3,66
CORREOS DEL ECUADOR	5	6,10
ESPINOSA AGUIRE	8	9,76
URBANO EXPRES	14	17,07
TRAMACO	6	7,32
JEP COURIER	3	3,66
WORLD COURIER	3	3,66
SOUL COURIER	2	2,44
NEXO COURIER	2	2,44
IBC	1	1,22
DHL	1	1,22
LAAR COURIER	2	2,44
RECAP	1	1,22
DELGADO TRAVEL	1	1,22
TOTAL	**82**	**100,00**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas-Ciudad
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.11

EMPRESAS QUE OFERTAN ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO POSICIONADAS EN LA MENTE DE LOS ENCUESTADOS.



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas-Ciudad

Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

Del total de empresas encuestadas en la Ciudad de Loja (269), el 36.59% tienen presente a Servientrega; el 17.07% recuerdan a Urbano Expres como una importante empresa que oferta el servicio de entrega de facturas a domicilio; el 9,76% manifiestan que tienen presente en su mente a la empresa Espinoza Agurre; el 7.32% manifiestan que tienen presente a Tramaco; el 6,10% tienen presente a la empresa pública Correos del Ecuador.

En porcentajes menores como el 3.66% recuerdan a VelozExpre ; el 3,66% tienen presente en su mente a Jep Courier.; el 3,66% recuerdan a la empresa World Courier; y el 2.44% manifiestan que recuerdan a Soul Courier, Nexo Courier, Laar Courier; finalmente, el 1.22% tienen presente a IBC. DHL,RECAP, Delgado Travel.

En la ciudad es mayor la presencia de empresas que ofertan servicios similares al que se analiza, por lo tanto, el posicionamiento de todas ellas es un tanto débil a excepción de Servientrega y Urbano Express, que por ser empresas con años de presencia en el mercado local, está en la mente de un gran número de encuestados. Esto nos da la pauta de poder entrar al mercado local y provincial con una oferta innovadora y garantizada de la prestación del servicio de entrega de facturas a domicilio; con un diseño de marketing que logre posicionarse en la mente de los usuarios y mantenerse en el mercado por largo tiempo.

Es necesario recalcar que la información no ha sido de fácil acceso para las investigadoras, por ello se ha tomado como principales empresas a ser analizadas con mayor detenimiento a aquellas cuyos directivos dieron la apertura suficiente para realizar el presente estudio; esto es, Servientrega, Urbano Express y Espinosa-Aguirre.

2. ¿Genera su empresa/institución, facturas (incluyen estados de cuenta) que son o podrían ser entregadas a domicilio?

CUADRO NO. 11

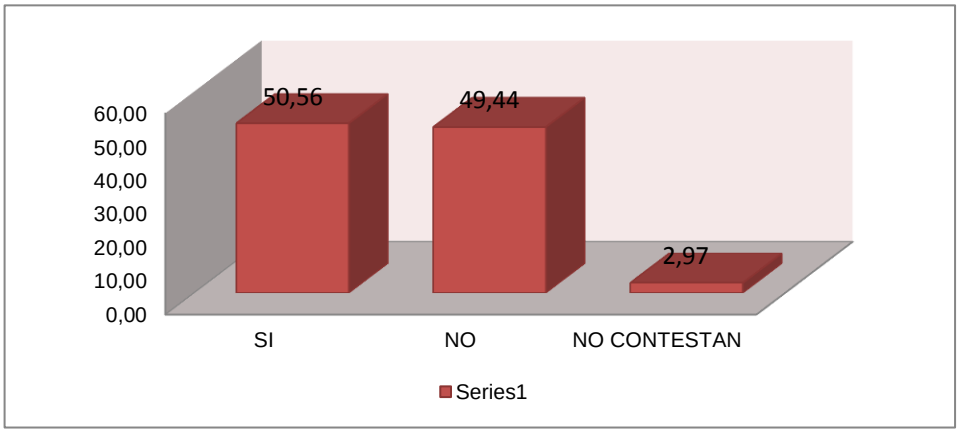
GENERACIÓN DE FACTURAS QUE PODRÍAN ENTREGARSE A DOMICILIO

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
SI	32	71,11	100	46,30	132	**49,07**
NO	13	28,89	116	53,70	129	47,96
NO CONTESTAN	0	0,00	8	3,70	8	2,97
TOTAL	**45**	**100,00**	**216**	**100,00**	**269**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.12

GENERACIÓN DE FACTURAS QUE PODRÍAN ENTREGARSE A DOMICILIO



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

Del total de empresas encuestadas (100%), el 49,07% manifiestan que sí generan facturas que son o pueden ser entregadas a domicilio; el 47,96% sostiene que no; y tan solo un 2,97% no responden. Esta información es relevante para las proyecciones del presente proyecto.

La nueva empresa de entrega de facturas u otros documentos a domicilio, debe considerar este mercado objetivo con mucha prolijidad a la hora de captar su demanda, tomando en cuenta sus expectativas en cuanto a las condiciones y características del servicio en sí.

2.1. ¿Aproximadamente cuántas facturas genera por mes?

La información obtenida a través de este ítem es muy importante para establecer la demanda del servicio de entrega de facturas a domicilio, por ello, se la ha analizado en forma separada, es decir, en un cuadro los datos de la provincia y en otro, los de la ciudad; en un tercer cuadro se agrupan los datos en rangos o intervalos con la finalidad de representarlos gráficamente para mejor comprensión.

Se debe resaltar que del total de encuestados, tan solo 32 empresas de la provincia y 104 de la ciudad generan facturas que podrían entregarse a domicilio. La información resultante es la siguiente:

CUADRO NO. 12

CANTIDAD DE FACTURAS GENERADAS POR MES

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	1	3,13
3	2	6,25
5	1	3,13
10	2	6,25
15	2	6,25
20	3	9,38
22	1	3,13
25	1	3,13
30	2	6,25
33	1	3,13
35	1	3,13
48	1	3,13
50	2	6,25
120	1	3,13
150	1	3,13
200	1	3,13
300	4	12,50
348	1	3,13
500	1	3,13
1000	1	3,13
3200	1	3,13
6500	1	3,13
NO CONTESTAN	0	0,00
TOTAL	**32**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas-Provincia
Elaborado por: Las Autoras

CUADRO NO. 13

CANTIDAD DE FACTURAS GENERADAS POR MES CIUDAD DE LOJA.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	5	4,81
10	7	6,73
15	4	3,85
20	9	8,65
25	4	3,85
30	2	1,92
35	1	0,96
40	3	2,88
50	5	4,81
60	3	2,88
70	1	0,96
80	2	1,92
90	1	0,96
100	5	4,81
120	1	0,96
150	2	1,92
200	3	2,88
250	1	0,96
300	3	2,88
450	3	2,88
500	1	0,96
600	1	0,96
700	1	0,96
1000	5	4,81
1200	1	0,96
1500	3	2,88
2000	3	2,88
2200	1	0,96
3000	2	1,92
3500	1	0,96
5000	4	3,85
6000	1	0,96
7800	1	0,96
8000	2	1,92
8500	1	0,96
10000	1	0,96
12000	1	0,96
50000	1	0,96
NO CONTESTAN	8	7,69
TOTAL	**104**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas-Ciudad
Elaborado por: Las Autoras

CUADRO NO. 14

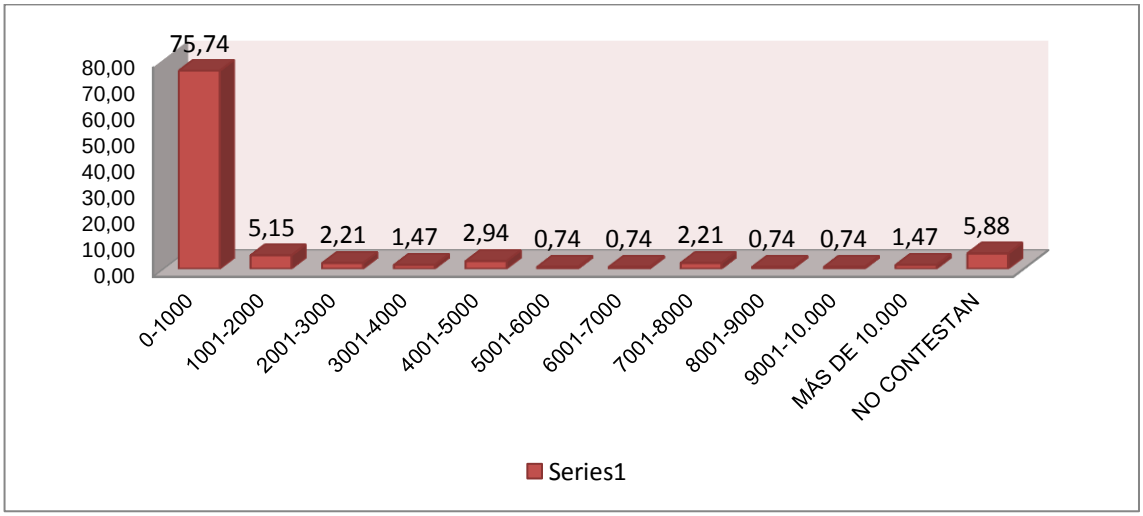
CANTIDAD DE FACTURAS GENERADAS POR MES.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-1000	103	75,74
1001-2000	7	5,15
2001-3000	3	2,21
3001-4000	2	1,47
4001-5000	4	2,94
5001-6000	1	0,74
6001-7000	1	0,74
7001-8000	3	2,21
8001-9000	1	0,74
9001-10.000	1	0,74
MÁS DE 10.000	2	1,47
NO CONTESTAN	8	5,88
TOTAL	**136**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.13

CANTIDAD DE FACTURAS GENERADAS POR MES



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

Del total de empresas encuestadas que sí generan facturas para ser entregadas a domicilio (136), 75,74% generan facturas en una cantidad que oscila entre 1 y 1000 facturas; el 5,15% generan entre 1001 y 2000 facturas; el 2,21% generan entre 2001 y 3000 facturas; el 2,94% tienen una facturación de entre 4001 y 5000 documentos; el 2,21% factura entre 7001 y 8000 documentos; un 1,47% produce facturas entre 3001 y 4000; en igual porcentaje (1,47%) produce más de 10.000 facturas; el 0,74% de empresas sostienen que generan facturas que oscilan en los siguientes rangos: de 5001 a 6000, 6001 a 7000, de 8001 a 9000, y de 9001 a 10.000; un 5,88% no respondieron la pregunta.

2.2. Cada qué tiempo efectúa facturación o emite estados de cuenta: (señale solamente una opción)

CUADRO NO. 15

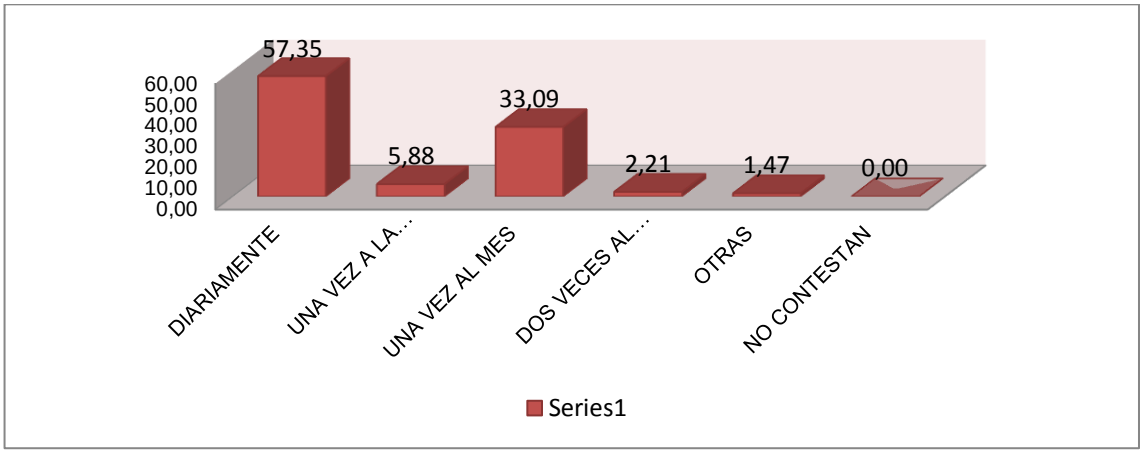
PERIODOS DE FACTURACIÓN

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
DIARIAMENTE	9	28,13	69	66,35	78	**57,35**
UNA VEZ A LA SEMANA	2	6,25	6	5,77	8	**5,88**
UNA VEZ AL MES	21	65,63	24	23,08	45	**33,09**
DOS VECES AL MES	0	0,00	3	2,88	3	**2,21**
OTRAS	0	0,00	2	1,92	2	**1,47**
NO CONTESTAN	0	0,00	0	-	0	**0,00**
TOTAL	**32**	**100**	**104**	**100**	**136**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.14

PERIODOS DE FACTURACIÓN



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

Del total de empresas encuestadas (136), el 57,35% sostienen que generan facturas diariamente; el 33,09% una vez al mes; el 5,88% generan facturas una vez a la semana; el 2,21% dos veces en el mes; el 1,47% manifestaron que facturan dos veces a la semana y también cuando el cliente lo solicite.

2.3. ¿Actualmente utiliza los servicios de alguna empresa para entrega de las facturas a domicilio?

CUADRO NO. 16

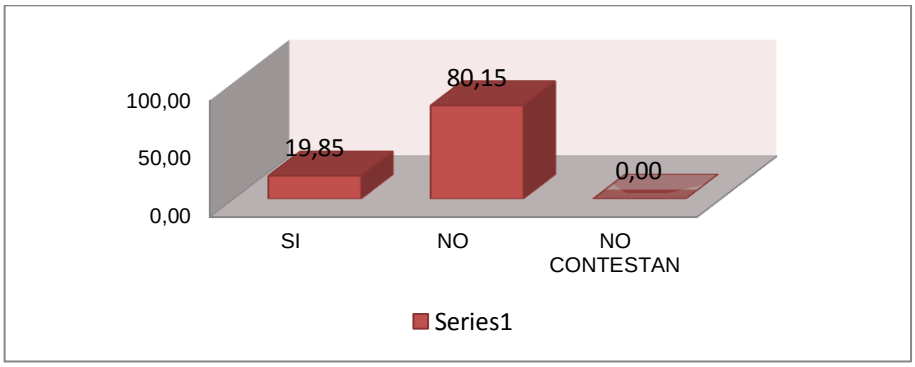
UTILIZA ACTUALMENTE EL SERVICIO DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
SI	9	28,13	18	17,31	27	**19,85**
NO	23	71,88	86	82,69	109	80,15
NO CONTESTAN	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	**32**	**100,00**	**104**	**100,00**	**136,00**	**100,00**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.15

UTILIZA ACTUALMENTE EL SERVICIO DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

Del total de empresas encuestadas (136), el 80,15% no utilizan actualmente los servicios de una empresa que entregue facturas a domicilio; únicamente el 19,85% sí utilizan este servicio; empresas que recurren a las siguientes ofertas de entrega de facturas a domicilio:

CUADRO NO. 16

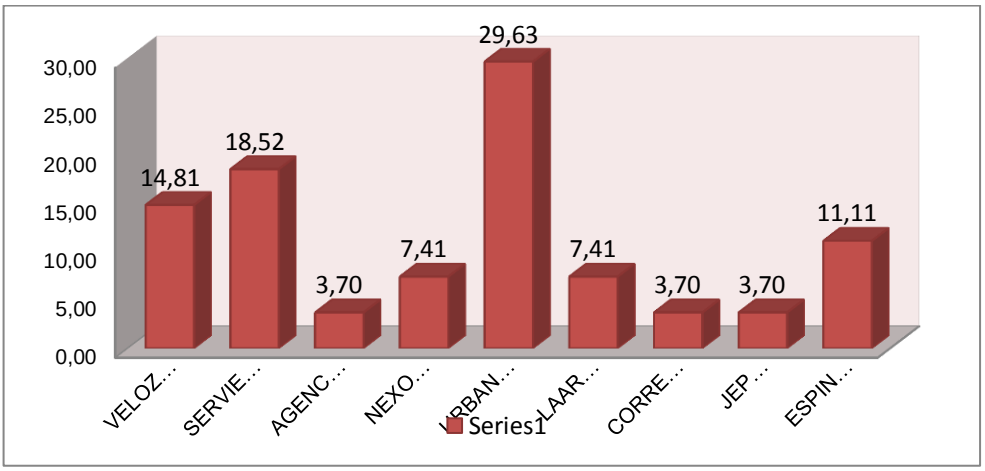
EMPRESAS DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO UTILIZADAS POR LOS ENCUESTADOS

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
VELOZ EXPRES	4	44,44	0	-	4	**14,81**
SERVIENTREGA	2	22,22	3	16,67	5	**18,52**
AGENCIA DE VIAJES	1	11,11	0	-	1	**3,70**
NEXO COURIER	0	0,00	2	11,11	2	**7,41**
URBANO EXPRES	2	22,22	6	33,33	8	**29,63**
LAAR COURIER	0	0,00	2	11,11	2	**7,41**
CORREOS DEL ECUADOR	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
JEP COURIER	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
ESPINOZA AGUIRRE	0	0,00	3	16,67	3	**11,11**
TOTAL	**9**	**100**	**18**	**100**	**27**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 16

EMPRESAS DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO UTILIZADAS POR LOS ENCUESTADOS



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas

Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

Del total de empresas encuestadas (27) que sí utilizan actualmente los servicios de entrega de facturas a domicilio, el 29,63% utilizan los servicios de Urbano Express; el 18,52% utilizan los servicios de Servientrega; el 14,81% a Veloz Express; el 11,11% utilizan a Espinosa-Aguirre; el 7,41% utilizan a Nexo Courier y Laar Courier; el 3,70% de empresas utilizan a Agencia de Viajes-Loja, Correos del Ecuador y Jep Courier.

En el caso de las empresas que sí utilizan el servicio de entrega de facturas a domicilio, el mayor porcentaje se ubica en las empresas Urbano Express, Servientrega, Veloz Express y Espinosa-Aguirre como aquellas seleccionadas para prestar este servicio a las empresas encuestadas; por ello, éstas representan la competencia directa para la nueva empresa, y es en función de las características de su servicio que se debe diseñar la nueva oferta, logrando implementar condiciones y características que la distingan de la competencia, desde el principio de sus operaciones en el mercado.

2.3.1. ¿Aproximadamente qué valor cancela mensualmente por el servicio?

CUADRO NO. 17

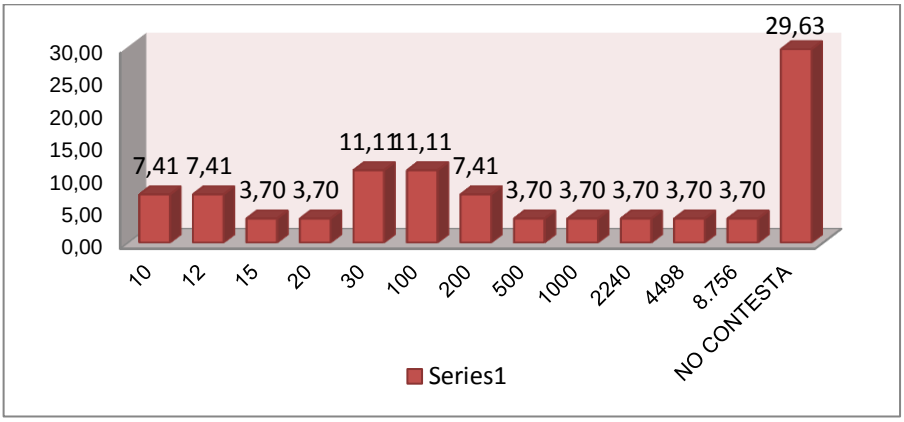
MONTO CANCELADO MENSUALMENTE

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
10	2	22,22	0	-	2	**7,41**
12	2	22,22	0	-	2	**7,41**
15	1	11,11	0	-	1	**3,70**
20	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
30	0	0,00	3	16,67	3	**11,11**
100	1	11,11	2	11,11	3	**11,11**
200	1	11,11	1	5,56	2	**7,41**
500	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
1000	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
2240	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
4498	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
8.756	0	0,00	1	5,56	1	**3,70**
NO CONTESTA	2	22,22	6	33,33	8	**29,63**
TOTAL	**9**	**100**	**18**	**100**	**27**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.17

MONTO CANCELADO MENSUALMENTE



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

Del total de empresas encuestadas que sí utilizan en la actualidad este servicio de entrega de facturas a domicilio, el 29,63% no responden la pregunta; del porcentaje restante, las respuestas se distribuyen de la siguiente manera: el 11,11% cancelan mensualmente $30 y $100; el 7,41% debe cancelar al mes $10, $12, y $200; el 3,70% cancela valores de $15, $20, $500, $1.000, $2.240, $4.498 y $8.756,16.

2.3.2. ¿En qué está pensando cuando hace uso de los servicios de una empresa de entrega de facturas a domicilio? Puede señalar más de una opción

CUADRO NO. 18

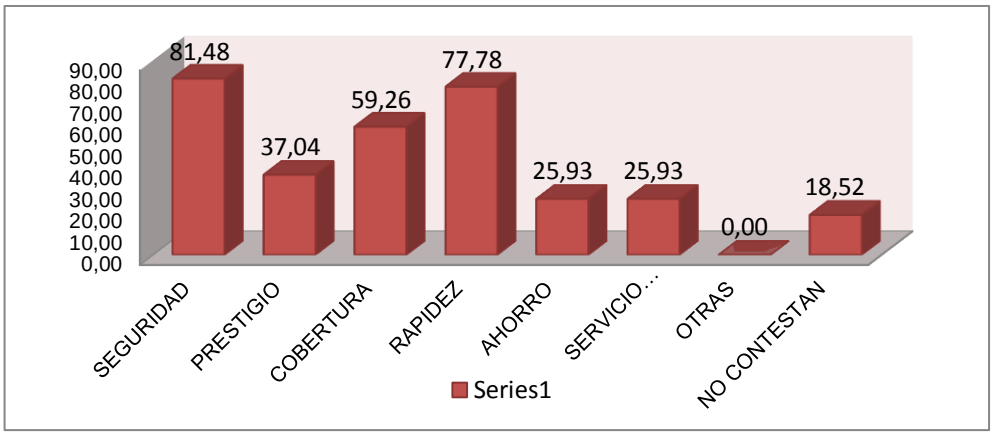
CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD PREFERIDAS POR LOS ENCUESTADOS

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
SEGURIDAD	9	100,00	13	72,22	22	**81,48**
PRESTIGIO	7	77,78	3	16,67	10	**37,04**
COBERTURA	8	88,89	8	44,44	16	**59,26**
RAPIDEZ	8	88,89	13	72,22	21	**77,78**
AHORRO	3	33,33	4	22,22	7	**25,93**
SERVICIO ESPECIALIZADO	0	0,00	7	38,89	7	**25,93**
OTRAS	0	0,00	0	-	0	**0,00**
NO CONTESTAN	0	0,00	5	27,78	5	**18,52**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 18

CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD PREFERIDAS POR LOS ENCUESTADOS



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

Del total de empresas encuestadas (27), el 81,48% piensan en la seguridad; el 77,78% en la rapidez del servicio; el 59,26% en la cobertura; el 34,07% en el prestigio de la empresa; el 25,93% en el ahorro y en el servicio especializado; un 18,52% no responden la pregunta.

Estas son las características que deben ser tomadas en cuenta en el diseño de la nueva oferta del servicio, dándoles la respectiva importancia de acuerdo a las expectativas del potencial cliente. Atendiendo estas demandas, se podrá garantizar una oferta distinta en el mercado, con

características propias de una empresa innovadora que entra a luchar por un buen posicionamiento en el mercado local y provincial.

2.3.3. ¿Por qué motivos dejaría de utilizar los servicios de la empresa de entrega de facturas a domicilio?

CUADRO NO. 19

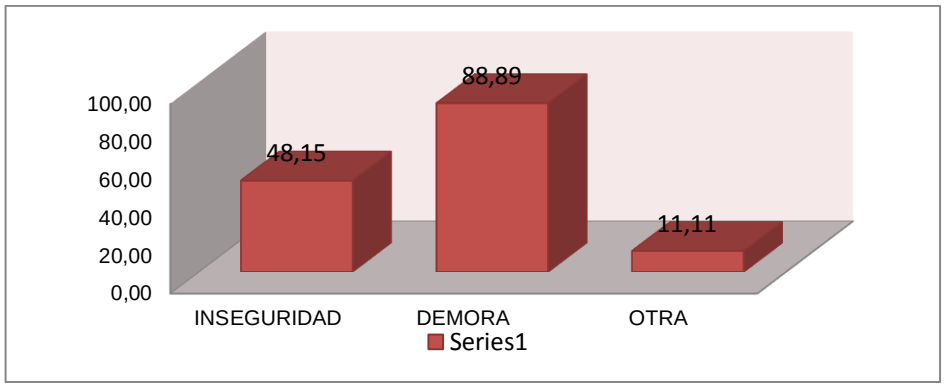
RAZONES PARA DEJAR DE UTILIZAR EL SERVICIO

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
Inseguridad	7	77,78	6	33,33	13	48,15
Demora	9	100,00	15	83,33	24	88,89
Otra	0	0,00	3	16,67	3	11,11

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO. NO.19

RAZONES PARA DEJAR DE UTILIZAR EL SERVICIO



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas

Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

De las 27 empresas encuestadas, el 88,89% considera que la demora en el servicio sería una causal para dejar de utilizar el servicio de la empresa proveedora; el 48,15% sostiene que sería la inseguridad; en tanto que el 11,11% manifiesta que las razones para dejar de utilizar el servicio de una determinada empresa serían los costos elevados y el incumplimiento.

2.3.4. ¿Estaría su empresa/institución dispuesta a utilizar el servicio de entrega de facturas a domicilio ofertado por una nueva empresa? Y ¿Cuánto estaría dispuesta su empresa/institución a pagar por factura entregada, a una empresa nueva?

La información de esta interrogante es importante, por ello sus resultados son analizados en forma separada; por un lado, la información de la provincia y por otro, los resultados de la ciudad, para en un tercer cuadro expresar los promedios agrupados, utilizando intervalos que faciliten la elaboración del gráfico estadístico que ilustre de mejor manera la interpretación de los resultados. La información es la siguiente:

CUADRO NO. 20

ESTARÍA LA EMPRESA DISPUESTA A UTILIZAR EL SERVICIO NUEVO.

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
SI	36	80,00	201	89,73	237	**88,10**
NO	9	20,00	23	10,27	32	11,90
NO CONTESTA	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	45	100	224	100	269	100

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

CUADRO NO. 21

VALOR A PAGAR POR FACTURA ENTREGADA

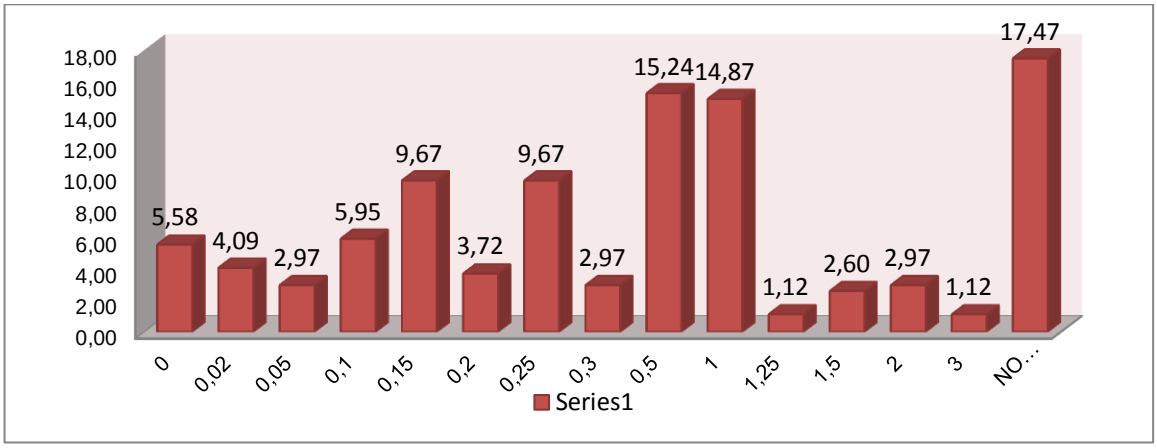
ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		ALTERNATIVA	CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%		f.	%	f.	%
0	1	2,22	**0**	14	6,25	15	5,58
0,02	10	22,22	**0,02**	1	0,45	11	4,09
0,05	3	6,67	**0,05**	5	2,23	8	2,97
0,1	2	4,44	**0,1**	14	6,25	16	5,95
0,15	1	2,22	**0,15**	25	11,16	26	9,67
0,2	5	11,11	**0,2**	5	2,23	10	3,72
0,25	4	8,89	**0,25**	22	9,82	26	9,67
0,3	2	4,44	**0,3**	6	2,68	8	2,97
0,5	1	2,22	**0,5**	40	17,86	41	15,24
1	2	4,44	**1**	38	16,96	40	14,87
1,25	1	2,22	**1,25**	2	0,89	3	1,12
1,5	1	2,22	**1,5**	6	2,68	7	2,60
2	4	8,89	**2**	4	1,79	8	2,97
3	2	4,44	**3**	1	0,45	3	1,12
NO CONTESTA	6	13,33	**NO CONTESTAN**	41	18,30	47	17,47
TOTAL	**45**	**100**	**TOTAL**	**224**	**100**	**269**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas-Provincia

Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO. NO.20

VALOR A PAGAR POR FACTURA ENTREGADA



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas

Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

De las 269 empresas encuestadas, el 15.24% estarían dispuestas a pagar hasta $0,50 por factura entregada a domicilio; el 14,87% podrían pagar entre $0.50 y $ 1 el 9.67% estarían dispuestos a pagar entre $ 15 y $0.10 y el 4.09% estaría dispuesto a pagar $0.02 y un 2.97% estaría dispuesto a pagar $2 dólares por factura entregada a domicilio mientras que el 1.12% estarían dispuestos a pagar $ 3 por factura entregada a domicilio.

De los encuestados (15) el 5,58% manifiestan que no estarían dispuestos a utilizar el servicio por cuanto sus empresas poseen personal que realiza las funciones de mensajería, por ello contestaron que pagarían $0,00.

3. ¿Cuál es el medio de comunicación que más lee, escucha o mira?

CUADRO NO. 23

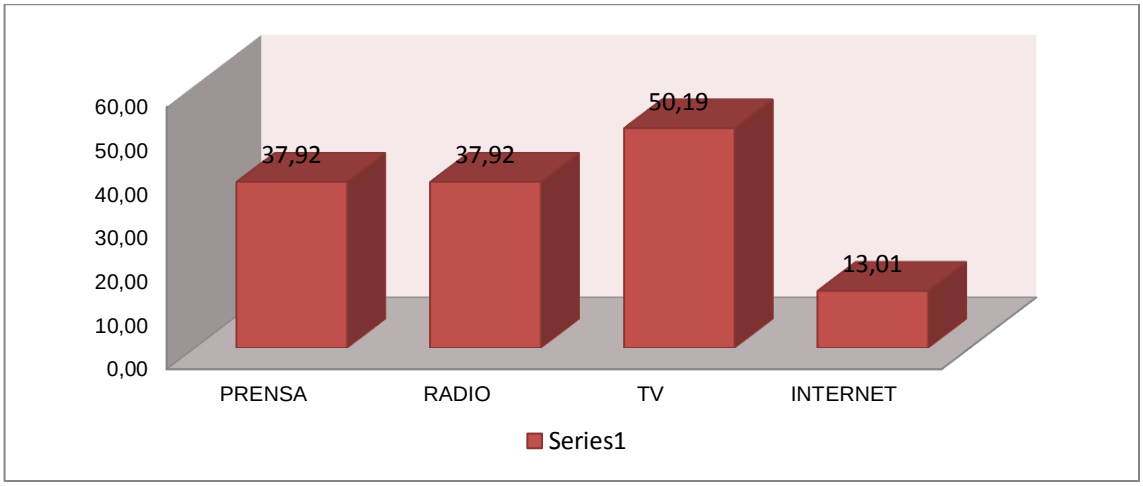
MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADO

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
PRENSA	12	26,67	90	40,18	102	37,92
RADIO	21	46,67	81	36,16	102	37,92
TV	25	55,56	110	49,11	135	50,19
INTERNET	4	8,89	31	13,84	35	13,01

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.21

MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADO



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas

Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

De las 269 empresas encuestadas, el 50,19% utilizan mayoritariamente la Televisión; el 37.92% utilizan la prensa y la radio; y, el 13.01% el internet. Cada uno de estos servicios es utilizado en horarios diferentes, como se detalla a continuación:

CUADRO NO. 24

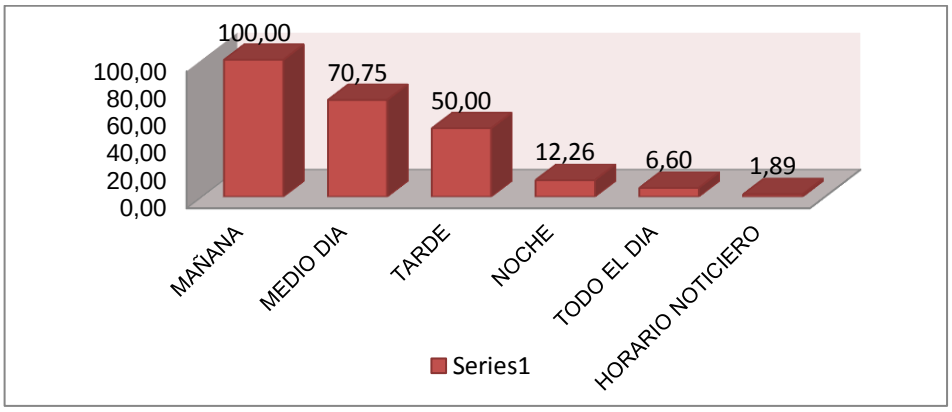
HORARIO DE UTILIZACIÓN DE LA PRENSA

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
MAÑANA	12	100,00	94	100,00	106	100,00
MEDIO DIA	1	8,33	74	78,72	75	70,75
TARDE	1	8,33	52	55,32	53	50,00
NOCHE	0	0,00	13	13,83	13	12,26
TODO EL DIA	1	8,33	6	6,38	7	6,60
HORARIO NOTICIERO	0	0,00	2	2,13	2	1,89

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 22

HORARIO DE UTILIZACIÓN DE LA PRENSA



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

El 100% de las 269 empresas lee la prensa en la mañana; el 70,75% al medio día; el 50% en la tarde; tal solo el 12,26% por la noche; un 6,60% manifiesta que lee la prensa durante el día; solamente el 1,89% no contestó.

CUADRO NO. 25

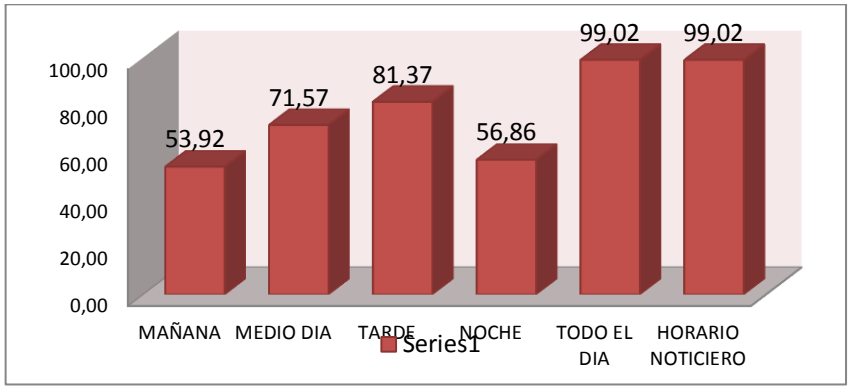
HORARIO DE UTILIZACIÓN DE LA RADIO

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
MAÑANA	1	4,76	54	66,67	55	53,92
MEDIO DIA	1	4,76	72	88,89	73	71,57
TARDE	15	71,43	68	83,95	83	81,37
NOCHE	19	90,48	39	48,15	58	56,86
TODO EL DIA	21	100,00	80	98,77	101	99,02
HORARIO NOTICIERO	20	95,24	81	100,00	101	99,02

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 23

HORARIO DE UTILIZACIÓN DE LA RADIO



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

El 99,02% de las 269 empresas escucha la radio preferentemente en horarios de los noticieros; en el mismo porcentaje sostiene que todo el día escucha la radio; el 81,37% en la tarde; el 71,57% al medio día; el 56,86% durante la noche.

CUADRO NO. 26

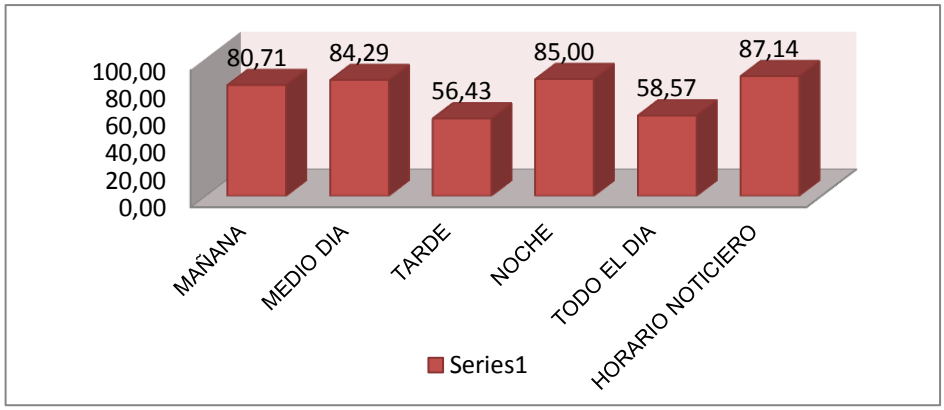
HORARIO DE UTILIZACIÓN DE LA TELEVISIÓN

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
MAÑANA	1	4,00	112	97,39	113	80,71
MEDIO DIA	3	12,00	115	100,00	118	84,29
TARDE	1	4,00	78	67,83	79	56,43
NOCHE	16	64,00	103	89,57	119	85,00
TODO EL DIA	18	72,00	64	55,65	82	58,57
HORARIO NOTICIERO	25	100,00	97	84,35	122	87,14

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO.24

HORARIO DE UTILIZACIÓN DE LA TELEVISIÓN.



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

El 87,14% de las 269 empresas ve televisión especialmente en horarios de noticieros; el 85% en la noche; el 84,29% al medio día; el 80,71%50% en la mañana; el 58,57% todo el día; un 56,43% en la tarde.

CUADRO NO.27

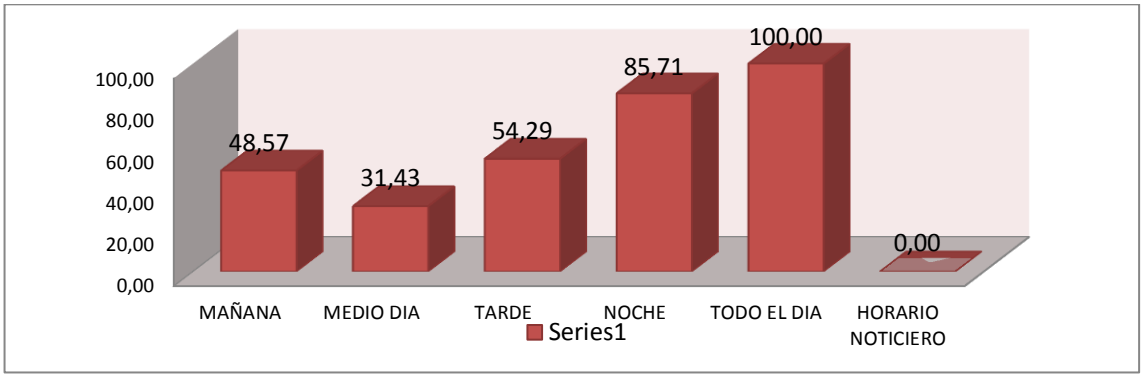
HORARIO DE UTILIZACIÓN DEL INTERNET.

ALTERNATIVA	PROVINCIA DE LOJA		CIUDAD DE LOJA		PROMEDIO GENERAL	
	f.	%	f.	%	f.	%
MAÑANA	1	25,00	16	51,61	17	48,57
MEDIO DIA	0	0,00	11	35,48	11	31,43
TARDE	0	0,00	19	61,29	19	54,29
NOCHE	2	50,00	28	90,32	30	85,71
TODO EL DIA	4	100,00	31	100,00	35	100,00
HORARIO NOTICIERO	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 25

HORARIO DE UTILIZACIÓN DEL INTERNET.



Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

El 100% de las 269 empresas accede al internet durante todo el día; el 85,71% lo hace durante la noche; el 54,29% por la tarde; el 48,57% por la mañana; el 31,43% lo hace al medio día.

OFERTA:

A continuación se presentan los datos resultantes de la investigación de mercado a nivel de oferta:

Tabulación de las Encuestas aplicadas a Distribuidores de Facturas:

El desarrollo empresarial en nuestra Ciudad y Provincia ha permitido un crecimiento de la demanda de ciertos servicios, dentro de los cuales se encuentra la entrega de facturas a domicilio, servicio necesario cuando la facturación es masiva, como es el caso de entidades financieras que generan estados de cuenta; instituciones como CNT, EERSSA, Municipios, etc. que generan mensualmente grandes volúmenes de facturas.

Luego de realizar la entrevista a las diferentes empresas de la ciudad de Loja hemos determinado que las que realizan la distribución de facturas a domicilio, son veloz Express, Urbano Express, Servientrega, Correos del Ecuador y Espinosa Aguirre, que están ofreciendo su servicio a diferentes empresas que vienen a constituirse en clientes corporativos, existiendo en la Ciudad de Loja algunas empresas, siendo las más representativas, las analizadas mediante una encuesta cuyos resultados se presentan a continuación:

1. **Empresas en las que se realizó la entrevista:**

CUADRO NO. 28

EMPRESAS ENTREVISTADAS

Empresas
Servientrega
Veloz Express
Correos del E.
Nexo Courier
Cóndor S. A
Courier
DHL
Aero Express
Unión Cariamanga
Agencia Viajes-Loja

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

2. **Empresas que prestan el servicio de entrega de facturas a domicilio en la ciudad de Loja.**

CUADRO NO.29

EMPRESAS QUE OFERTAN SERVICIO DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO.

Empresas
VELOZ EXPRESS
URBANO EXPRESS
SERVIENTREGA
CORREOS DEL ECUADOR
ESPINOZA- AGUIRRE

Fuente: Encuesta aplicada a Empresas
Elaborado por: Las Autoras

3. ¿Qué servicios presta? (Puede señalar varias opciones de ser el caso)

CUADRO NO. 30

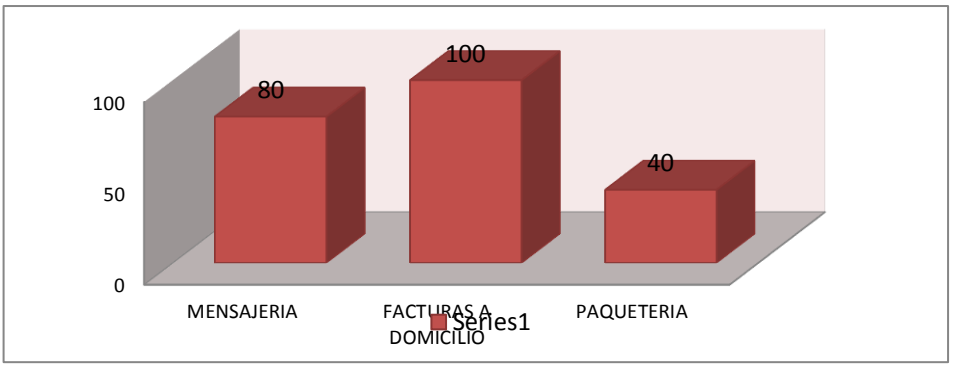
SERVICIOS QUE OFERTAN

Nº	ALTERNATIVA	f.	%
1	Notificación (Facturas y otros documentos a domicilio)	5	100
2	Mensajería	4	80
3	Paquetería	2	40

Elaboración: Las Autoras
Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas

GRÁFICO NO.26

SERVICIOS QUE OFERTAN



Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

Del total de empresas encuestadas (cinco), el100% se dedican a prestar servicios de entrega de facturas a domicilio; el 80% se encarga de la entrega de mensajería y otro porcentaje 140% oferta el servicio de entrega de paquetería.

4. Es una empresa: (Señale solamente una opción)

CUADRO NO. 31

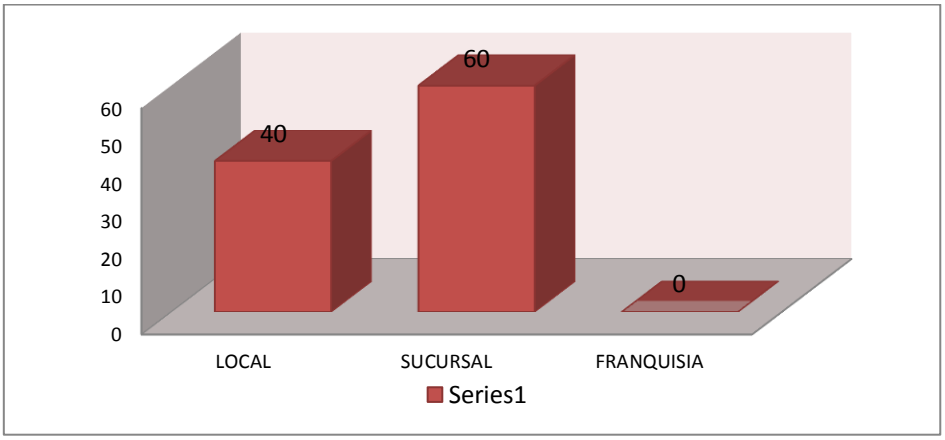
TIPO DE EMPRESA.

Nº	ALTERNATIVA	f.	%
1	Local	2	40,00
2	Sucursal	3	60,00
3	Franquicia	0	0,00
TOTAL		**5**	**100,00**

Elaboración: Las Autoras
Fuente: Encuesta Aplicada a Distribuidores de Facturas

GRÁFICO NO. 27

TIPO DE EMPRESA



Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

Del total de empresas encuestadas y que entregan facturas a domicilio (cinco), el 60,00% son oficinas sucursales, es decir, que dependen de otra ya sea local o que cuya oficina matriz se encuentra en otra ciudad del país. El 40,00% son empresas locales, es decir creadas en la ciudad de Loja y que mantienen sus oficinas en la misma ciudad. Estas empresas constituyen la competencia directa de la nueva empresa, por lo que es importante caracterizarlas en los aspectos de mayor trascendencia, como por ejemplo: servicio, atención, seguridad, garantía, etc.

5. ¿Qué tipo de empresa/institución utiliza con mayor frecuencia sus servicios de notificación (facturas a domicilio)? (Puede señalar más de una opción)

CUADRO NO. 32

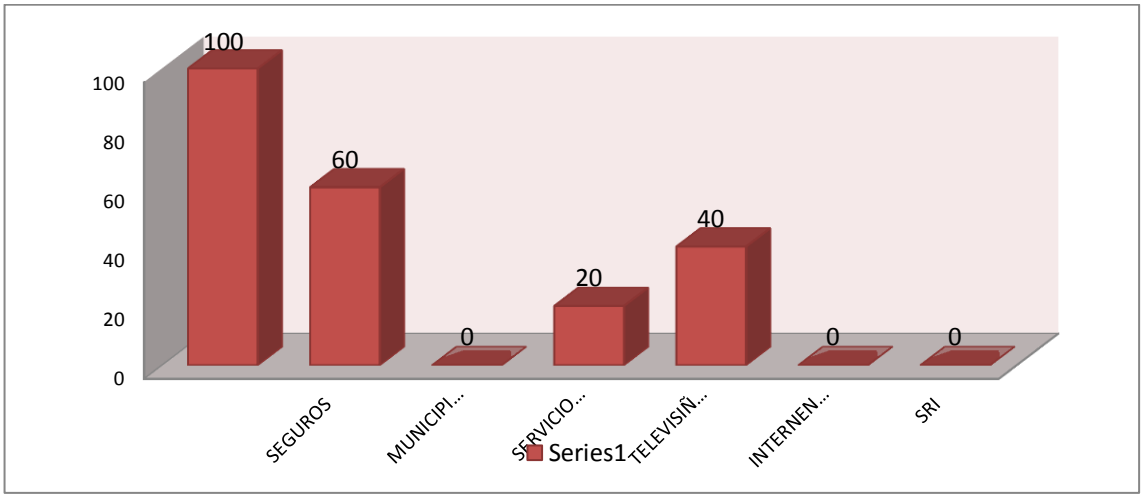
TIPO DE EMPRESAS QUE UTILIZAN EL SERVICIO.

Nº	ALTERNATIVA	ENCUESTAS	%
1	Instituciones Financieras	5	100
2	Seguros	3	60
3	Municipio	0	0
4	Servicio Público	1	20
5	Televisión prepago	2	40
6	Internet/Telefonía móvil	0	0
7	SRI	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 28

TIPO DE EMPRESAS QUE UTILIZAN EL SERVICIO



Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas

Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN.

El total de empresas encuestadas el (100%), sostienen que sus clientes principales que demandan este tipo de servicios son las instituciones financieras; el 60% manifiestan que son las empresas que ofertan seguros; y tan solo el 20% sostienen que las instituciones de servicio público, demandan este servicio; y un 40% manifiestan que las empresas que ofertan televisión prepago demandan de este servicio. Esta información es necesaria de considerar al momento de difundir la publicidad de la empresa en creación.

6. **Aproximadamente ¿cuánto factura mensualmente por servicio prestado?**

CUADRO NO. 33

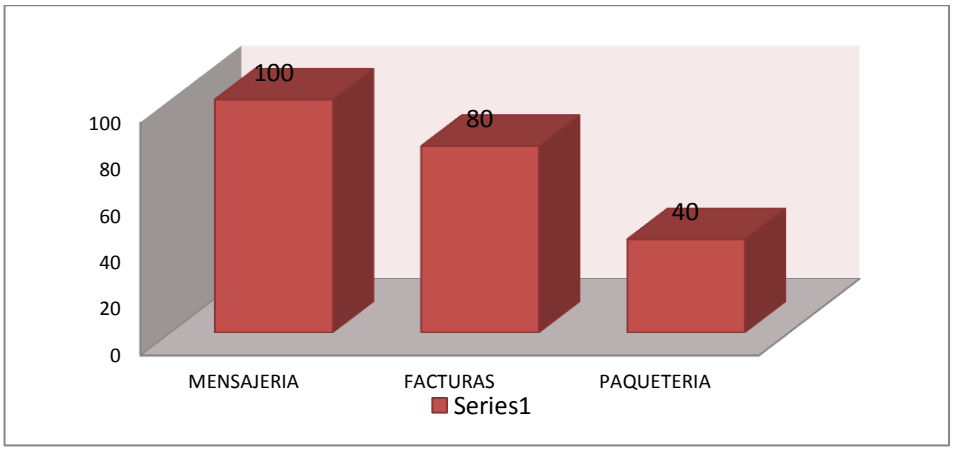
MONTO FACTURADO MENSUALMENTE POR EL SERVICIO.

No.	ALTERNATIVA	MONTO TOTAL	VALOR UNITARIO	f.	%
1	MENSAJERIA	1.500	0,15	5	100
2	FACTURAS	500	0,15	4	80
3	PAQUETERIA	2.500	1,5	2	40

Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 29

MONTO FACTURADO MENSUALMENTE POR EL SERVICIO.



Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

El total de empresas encuestadas, el 100% sostienen que por concepto de mensajería facturan mensualmente alrededor de $1.000, con un valor unitario de $0,15; y otro porcentaje de (80%) de empresas encuestadas facturan $500 por el concepto de notificaciones (que incluye facturas u otros documentos entregados a domicilio), con un valor aproximado de $ 0,15, en tanto que, tan solo el 40% de empresas encuestadas manifiestan que mensualmente facturan aproximadamente $2.500 por concepto de paquetería, con un valor unitario de $1,5.

De estos datos se deduce mediante cálculo matemático (división del valor total y el valor unitario, (Cuadro No. 33) el siguiente cuadro, que muestra el número de notificaciones (facturas), mensajes, paquetes entregados por las empresas analizadas:

CUADRO NO. 34

NÚMERO DE DOCUMENTOS ENTREGADOS.

ALTERNATIVA	Monto Total	Valor Unitario	Unidades /Mensuales	Unidades/ Anuales
FACTURAS	1.500,00	0,15	10.000	**120.000**
NOTIFICACIONES	500,00	0,15	3.333	40.000
PAQUETES	2.500,00	1,50	1.667	20.000
	TOTAL		**15.000**	**180.000**

Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

7. **Al prestar el servicio, ¿en qué aspecto pone mayor interés su empresa? (Puede señalar más de una opción)**

CUADRO NO. 22

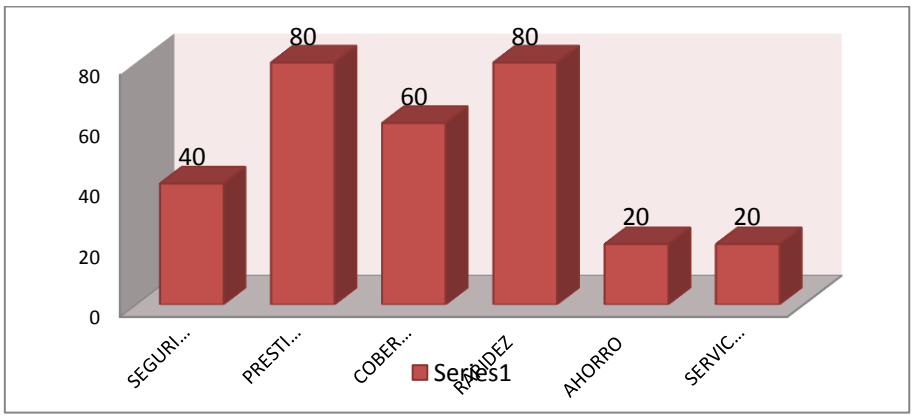
INTERÉS DE LA EMPRESA POR FACTORES DE CALIDAD DEL SERVICIO.

Nº	ALTERNATIVA	f.	%
1	Seguridad	2	40
2	Prestigio	4	80
3	Cobertura	3	60
4	Rapidez	4	80
5	Ahorro	1	20
6	Servicio especializado	1	20

Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 30

INTERÉS DE LA EMPRESA POR FACTORES DE CALIDAD DEL SERVICIO.



Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

Del total de empresas encuestadas, el 80% manifiestan que ponen mayor interés en la rapidez de entrega; y un porcentaje igual (80%) les interesa el prestigio que la empresa pueda tener entre los clientes; por otro lado, el 60% de las empresas encuestadas, sostienen que su interés está centrado en aspectos como cobertura del servicio; el 40% en aspectos de seguridad; y tan solo el 20% en aspectos de ahorro para el cliente y, la posibilidad de ofertar un servicio especializado.

8. ¿Qué medio de comunicación utiliza para publicitar su servicio?

CUADRO NO. 36

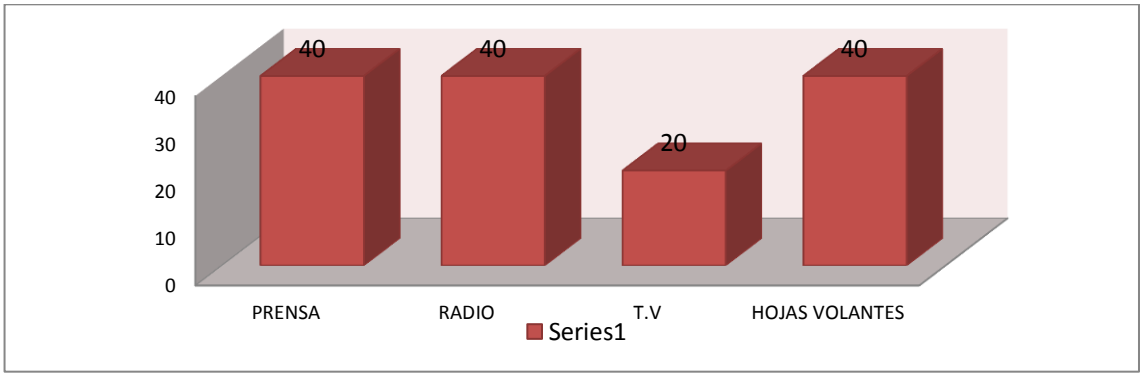
MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZADO PARA PUBLICIDAD.

Nº	ALTERNATIVA	f.	%
1	Prensa	2	40
2	Radio	2	40
3	TV	1	20
4	Otro: Volantes	2	40

Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

GRÁFICO NO. 31

MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZADO PARA PUBLICIDAD.



Fuente: Encuesta aplicada a Distribuidores de Facturas
Elaborado por: Las Autoras

INTERPRETACIÓN:

Del total de empresas encuestadas, en porcentajes similares del 40% manifiestan que la publicidad de sus servicios la realizan a través de la prensa escrita, la radio y hojas volantes; en tanto que el 20% la realizan a través de la televisión. Para el plan de comercialización, la nueva empresa tiene la posibilidad de idear otras formar más sugestivas para hacer conocer la oferta de su servicio, y captar la atención de los potenciales clientes; la publicidad bien diseñada es factor decisivo para lograr penetrar el mercado en el cual competirá con otras empresas ya posicionadas en el servicio.

g. DISCUSIÓN

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.

Estudio De Mercado.

El Presente Estudio De Mercado Evidencia El Diagnóstico De Las Cuatro P´S relacionadas con el servicio que se analiza: entrega de facturas a domicilio; es decir, se concentra información precisa acerca del servicio, el precio, la plaza (canales de distribución) y la promoción; para ello se toma como referencia la información primaria obtenida a través de la investigación directa (entrevistas y/o encuestas aplicadas a los involucrados en la zona de influencia del estudio).

Área de influencia

El estudio de mercado del presente proyecto de factibilidad se sitúa en el área de influencia que es la Ciudad y Provincia de Loja, donde se aplican las encuestas para establecer la demanda, oferta y estrategias de mercadeo. Información que permite identificar la localización de la empresa, su infraestructura, mano de obra disponible, etc. Para obtener la demanda del servicio, se toma en cuenta la población objetivo, en este caso el número de empresas que se encuentran operando en la ciudad y provincia de Loja y que demandan el servicio de entrega de facturas a domicilio.

PROMEDIO ANUAL DE FACTURAS.

Los valores del cuadro 37 resultan de los datos constantes en los cuadros No. 12 y 13 relacionados con la cantidad de facturas que generan al año cada una de las empresas encuestadas; la pregunta 2.1 de la encuesta tuvo alternativas de respuesta que era el número de facturas, luego de tabular se obtuvo la frecuencia o número de empresas que facturaban en cada alternativa, se multiplicó esta cantidad por la frecuencia y se proyectó a 1 año; la sumatoria total (2.155.104) se dividió para 136 empresas que manifestaron que generan facturas que podrán ser entregadas a domicilio, dando el valor de 15.846.

CANTIDAD DE FACTURAS GENERADAS POR MES EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA.

CUADRO No. 37

PRROVINCIA			CIUDAD.		
ALTERNATIVA	**f.**	**%**	**ALTERNATIVA**	**f.**	**%**
2	1	2	5	5	25
3	2	6	10	7	70
5	1	5	15	4	60
10	2	20	20	9	180
15	2	30	25	4	100
20	3	60	30	2	60
22	1	22	35	1	35
25	1	25	40	3	120
30	2	60	50	5	250
33	1	33	60	3	180
35	1	35	70	1	70
48	1	48	80	2	160
50	2	100	90	1	90
120	1	120	100	5	500
150	1	150	120	1	120
200	1	200	150	2	300
300	4	1200	200	3	600
348	1	348	250	1	250
500	1	500	300	3	900
1000	1	1000	450	3	1.350
3200	1	3200	500	1	500
6500	1	6500	600	1	600
NO CONTESTAN	0		700	1	700
TOTAL	**32**	**13664**	1.000	5	5.000
			1.200	1	1.200
			1.500	3	4.500
			2.000	3	6.000
			2.200	1	2.200
			3.000	2	6.000
			3.500	1	3.500
			5.000	4	20.000
			6.000	1	6.000
			7.800	1	7.800
			8.000	2	16.000
			8.500	1	8.500

10.000	1	10.000
12.000	1	12.000
50.000	1	50.000
NO CONTESTAN	8	8
TOTAL	**104**	**165.928**
ANUAL TOTAL		2.155.104
PROMEDIO ANUAL / EMPRESA 15.846		

Fuente: Encuesta aplicadas provincia y ciudad de Loja. Cuadro. No. 12. 13
Elaborado por: Las Autoras

DEMANDA POTENCIAL:

Para establecer el valor de la demanda potencial se procede a realizar la inferencia de la siguiente manera: se toma el dato del total de las empresas activas registradas según los organismos consultados: Cámara de Comercio de Loja, Cámara de la Pequeña Industria de Loja y la súper Intendencia de Compañías de Loja las empresas activas registradas son 897 en la ciudad y provincia de Loja multiplicado por el porcentaje (49,07%) empresas que generan facturas que podrían ser entregadas a domicilio proviene de la pregunta Nº 2 (ver cuadro No. 11) del estudio de mercado, dando como resultado un total de 440 empresas que generan facturas que estarían dispuestas a utilizar este servicio multiplicado por el promedio anual de facturas nos da una demanda potencial de 6.979.447 facturas para el primer año.

DEMANDA POTENCIAL.

CUADRO. No. 38

AÑO	TOTAL DE EMPRESAS 17,20%	EMPRESAS QUE GENERAN FACTURAS 49,07%	PROMEDIO DE FACTURAS ANUALES	DEMANDA POTENCIAL (U.)
2011	897	440	15.846	6.974.897

Fuente: Cuadro No. 2, 11

Elaborado por. Las Autoras.

DEMANDA REAL:

Para proyectar la demanda real de la distribución de facturas a domicilio en la Ciudad y Provincia de Loja se ha considerado la tasa de crecimiento del 17.20%, tomando como referencia la Tasa Total de Actividad Emprendedora –TEA- ("Total EntrepreneurialActivity")[64]. Esto multiplicado por la demanda potencial del primer año nos da como resultado 8.174.580 unidades de facturas para el segundo año y esto por las empresas que utilizar este servicio 19.85% nos da una demanda real de 1.384.517facturas.

[64]Publicada en http://www.gemconsortium.org/download/1324261148750/Reporte%20Global%20Ecuador%202009%20web.pdf, que muestra los resultados de un estudio de la actividad emprendedora de Ecuador en el marco del Modelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor, basado en las condiciones nacionales para la creación de nuevas empresas.

CUADRO No. 39

DEMANDA REAL DE LA DISTRIBUCION DE FACTURAS A DOMICILIO.

Nº	AÑOS	Demanda Potencial (U) 17,20%	% EMP QUE UTILIZAN ENTREGA A DOM.	DEMANDA REAL (U.)
0	2011	6.974.897	19,85	1.384.517
1	2011	8.174.580	19,85	1.622.654
2	2012	9.580.608	19,85	1.901.751
3	2013	11.228.472	19,85	2.228.852
4	2014	13.159.769	19,85	2.612.214
5	2015	15.423.249	19,85	3.061.515
6	2016	18.076.048	19,85	3.588.096
7	2017	21.185.129	19,85	4.205.248
8	2018	24.828.971	19,85	4.928.551
9	2019	29.099.554	19,85	5.776.261
10	2020	34.104.677	19,85	6.769.778

Fuente: Cuadros No. 16 - 38
Elaboración: Las Autoras

DEMANDA EFECTIVA:

Para determinar la demanda efectiva se consideran los siguientes datos del Cuadro No. 39: Demanda Real que es 1.384.517 para el año 0 y el porcentaje de empresas que utilizarían el servicio a ofertarse, es decir 88.10% del cuadro No. 21; siendo los resultados para el primer año: 1.219.760 unidades o facturas, para los demás años del proyecto, se presentan a continuación:

CUADRO. No. 40

DEMANDA EFECTIVA DE LA DISTRIBUCION DE FACTURAS A DOMICILIO.

Nº	AÑOS	DEMANDA REAL (U.)	% EMP. UTILIZARIAN	DEMANDA EFECTIVA
0	0	1.384.517	88,10	1.219.760
1	2011	1.622.654	88,10	1.429.558
2	2012	1.901.751	88,10	1.675.442
3	2013	2.228.852	88,10	1.963.618
4	2014	2.612.214	88,10	2.301.361
5	2015	3.061.515	88,10	2.697.195
6	2016	3.588.096	88,10	3.161.112
7	2017	4.205.248	88,10	3.704.824
8	2018	4.928.551	88,10	4.342.053
9	2019	5.776.261	88,10	5.088.886
10	2020	6.769.778	88,10	5.964.175

Fuente: Cuadros No. 39, 21
Elaboración: Las Autoras

ESTUDIO DE LA OFERTA:

En el estudio de la oferta, se pudo conocer quiénes están ofreciendo ese mismo servicio en la ciudad de Loja, plaza donde se participará con la nueva empresa, con el objeto de determinar qué tanto se entrega al mercado, qué tanto más puede aceptar éste, cuáles son las características del servicio suministrado y el precio de venta prevaleciente.

De acuerdo a los resultados del estudio de mercado, se pudo determinar que en la ciudad de Loja sí existen cinco empresas que ofertan el servicio de entrega de facturas a domicilio, que buscan satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios (empresas) de la Ciudad y Provincia; así lo manifiestan los encuestados (distribuidores de facturas a domicilio) que según el Cuadro No. 34, se deduce por el monto de facturación por este servicio, que entregan al año 120.000 facturas, lo cual constituye la cobertura de la demanda por parte de la competencia.

CUADRO No. 41
OFERTA TOTAL DE FACTURAS

DISTRIBUIDORES DE FACTURAS	CANTIDAD DE FACTURAS MENSUALES	OFERTA ANUAL
5	10.000	120.000

Fuente: Encuestas aplicadas a distribuidores de facturas Cuadro No. 34

Elaboración: Las Autoras

Para poder proyectar la oferta se tomó en consideración la tasa de inflación anual de servicios de acuerdo al Banco Central del Ecuador que es de

2.29%. Del cuadro No. 41 se toma el dato para el primer año: 120.000 facturas entregas por la oferta actual esto más el 2.29% de inflación anual de servicios, resulta 122.748 que concierne a la proyección del primer año, correspondiente a la oferta.

CUADRO No.42

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LA ENTREGA DE FACTURAS ANUAL TAZA DE CRECIMIENTO 2.29%

No	OFERTA PROYECTADA DE LAS FACTURAS ANUAL TAZA DE CRECIMIENTO 2.29%
0	120.000
1	122.748
2	125.559
3	128.434
4	131.375
5	134.384
6	137.461
7	140.609
8	143.829
9	147.123
10	150.492

FUENTE: Banco Central del Ecuador inflación anual de servicios de 2,29%

ELABORACIÓN: las autoras

DEMANDA INSATISFECHA:

Una vez determinada la demanda y la oferta, se procede a determinar la demanda insatisfecha, la cual viene a constituir la cantidad de productos que hacen falta en el mercado; y si éstos existen, no cuentan con las características para satisfacer las expectativas del usuario final.

El cuadro comparativo de la oferta y demanda se elaboró teniendo como referencia el cuadro No. 40 (de la demanda efectiva del servicio de entrega de facturas a domicilio, para el primer año es de 1.219.760 facturas) y el Cuadro No. 41 referido a la parte del mercado que se encuentra cubierto por la oferta (es decir, 120.000 facturas entregadas por la competencia). La demanda efectiva menos la oferta proyectada, da como resultado 1.099.760 facturas como demanda insatisfecha para el primer año.

DEMANDA INSATISFECHA.

CUADRO No. 43

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA ANUAL DE FACTURAS	OFERTA ANUAL DE FACTURAS	DEMANDA INSATISFECHA ANUAL DEE FACTURAS
0	1.219.760	120.000	1.099.760
2011	1.429.558	122.748	1.306.810
2012	1.675.442	125.559	1.549.883
2013	1.963.618	128.434	1.835.184
2014	2.301.361	131.375	2.169.985
2015	2.697.195	134.384	2.562.811
2016	3.161.112	137.461	3.023.651
2017	3.704.824	140.609	3.564.214
2018	4.342.053	143.829	4.198.224
2019	5.088.886	147.123	4.941.764
2020	5.964.175	150.492	5.813.683

Fuente: Cuadros No. 40, 42…….

Elaboración: Las Autoras

COMERCIALIZACIÓN.

Para la comercialización de la entrega de facturas a domicilio en la ciudad y provincia de Loja, es necesario considerar varios aspectos, de manera que permita al productor hacer llegar el bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

El plan de comercialización implica acciones coordinadas y congruentes sobre el servicio, tomando en cuenta las 4P: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

PRODUCTO/SERVICIO:

En el caso de FactHome, el servicio ofertado está relacionado con la entrega directa a domicilio de facturas; cumpliendo con las características de seguridad, rapidez, prestigio, cobertura, buen precio y atención cordial, conforme los atributos que los clientes esperan del servicio (según los datos obtenidos a través de la encuesta).

El servicio consiste en receptar el documento (factura, notificación u otro) en el domicilio del cliente (sea empresa o persona natural), se realiza el registro respectivo (acta de entrega-recepción) y se regresa a la oficina de FactHome para realizar la clasificación de los documentos receptados; luego se procede a su despacho hacia el destino final. Se procede finalmente, a facturar y cobrar al cliente por el servicio prestado, proceso que se hará

mensualmente (el proceso del servicio ofertado se detallará con mayor precisión en el Estudio Técnico).

En el caso de la provincia, FactHome a través de sus mensajeros, receptará los documentos (facturas) una vez al mes, para lo cual se trasladarán a los cantones y visitarán las empresas para receptar las facturas a ser entregadas, se procederá posteriormente a clasificar, zonificar y entregar a sus destinatarios.

✍ PRECIO:

Es el valor monetario que se le da a un producto o servicio. Para asignar el precio al servicio de entrega de documentos a domicilio es necesario referirse a la relación precio-competencia, ya que es necesario conocer los precios de venta de los principales competidores, que según el estudio de mercado, éste se sitúa alrededor de $0,15 por documento entregado (sea factura, notificación, etc.) y de $1,5 en caso de paquetería; así mismo, es necesario analizar las condiciones de calidad y características técnicas del servicio para establecer las comparaciones correspondientes y de esta forma ofrecer los mejores precios y que éstos sean competitivos.

En la empresa FactHome se aplicará un margen de utilidad del 25% promedio en cuanto al costo del servicio por unidad (documento entregado). Se considera este margen de utilidad por ser el que generalmente aplican las empresas del sector y que compiten en el mercado. Esta información se

deduce de conversaciones mantenidas con algunas de las empresas que operan en el mercado, ya que este tipo de datos forman parte de la información confidencial.

PV = Costo del servicio (documento entregado) + % Utilidad (25%)

Se utiliza este margen de utilidad puesto que no existirán intermediarios y el servicio llegará directamente de la empresa al usuario final.

El cobro por los servicios prestados será mensual y FactHome diseñará un registro tipo kardex para llevar un control acumulado de las facturas y/o documentos receptados.

✍ PLAZA:

La comercialización del servicio a ofrecer será en un solo punto de venta, que constituye la oficina de FactHome a implementarse para la ciudad y provincia de Loja, debiendo considerarse el canal de distribución directo como el más adecuado, con el objetivo de hacer llegar el servicio en forma oportuna, eficiente y económica a los usuarios finales.

La plaza para la implementación de esta empresa es la ciudad de Loja, desde donde ofertará su servicio a los cantones.

El canal directo permitirá llegar a diferentes segmentos de un mismo mercado, debido a que la concentración geográfica de clientes difiere entre

las partes del mercado; esto es, la población de los distintos cantones de la provincia de Loja, para lo cual el canal directo en cuanto a distribución de servicios, permitirá la recepción de documentos en los distintos cantones, brindando así una oferta directa del servicio a los usuarios; a más de ello, se les brindará un servicio con el cumplimiento de los estándares de calidad y eficiencia en este tipo de servicios.

El canal de distribución directo permitirá a FactHome mantener una oficina matriz o principal en la ciudad de Loja, desde la cual se receptará y distribuirá las facturas y/o documentos a los destinatarios previo la clasificación por zonas.

✍ **Canales de Distribución**

De acuerdo con el análisis de los diferentes canales de comercialización de los servicios en general, se propone el siguiente canal directo de comercialización para la empresa de entrega de facturas a domicilio y que además es el único en la ciudad de Loja.

GRÁFICO NO. 32

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La empresa FactHome que ofertará el servicio de entrega de facturas y otros documentos a domicilio, hará llegar directamente el servicio al usuario final, procurando obtener las ventajas competitivas que beneficien tanto a la empresa como a los clientes de la ciudad y provincia de Loja.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

El plan de comercialización se destacan dos aspectos importantes que cada empresa debe poseer: la Misión y la Visión.

Misión. En nuestra organización garantizar la prestación de un servicio de entrega de documentos a domicilio, que permita a los clientes disfrutar de comodidad y seguridad, al momento de enviar y recibir sus facturas, en su casa oficina, a nivel provincial. FACTHOME es una empresa audaz, que busca contribuir al mejoramiento de los procesos, enfocándonos en facilitar a nuestros usuarios, el envío de facturas utilizando nuestros servicios a precios accesibles. Tratando de satisfacer totalmente las necesidades y comunicación integral de nuestros clientes, a través de la excelencia en el servicio, el desarrollo integral de nuestros guías de acción y el sentido de compromiso con nuestra sociedad.

Visión. Ser una empresa guía en cuanto al servicio de envíos de facturas a nivel provincial, siendo nuestro lema "Seguridad y confianza a su alcance", comprometiéndonos en proporcionar el más alto grado bienestar social y laboral.

✍ PROMOCIÓN:

Para determinar y armar las promociones a utilizarse, se tomará en cuenta cantidad, frecuencia de envío, tamaño de los paquetes, etc.

Se conoce que la publicidad son aquellas actividades en las que los mensajes visuales u orales van dirigidos a públicos seleccionados, en nuestro caso las empresas dela ciudad y provincia de Loja, con el fin de informarles e inducirles a que visiten y utilicen la empresa FactHome con los beneficios de precios bajos, calidad, seguridad y cobertura.

Para lograr este objetivo, se desarrollarán las siguientes actividades:

Propaganda.- es aquella que la empresa la realizará a través de hojas volantes, las cuales serán repartidas a toda la ciudadanía un día estratégico que se planeará en la puesta en marcha de la empresa.

Hojas volantes.

<table>
<tr>
<td>

Su empresa aliada en la entrega de facturas, documentos, mensajes o paquetes, con seguridad y rapidez!!!
</td>
<td>
Presente esta hoja volante y obtendrá especiales descuentos.
Vaya inmediatamente, la oferta es por tiempo limitado!!!
</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>
FACTHOME
SERVICIO DE ENTREGA DE
FACTURAS A DOMICILIO
</td>
<td>

</td>
<td>
Tan veloz como su empresa lo requiere.
</td>
</tr>
</table>

<table>
<tr>
<td>
No arriesgue su información….!!!
</td>
<td>
FACTHOME
SERVICIO DE ENTREGA DE
FACTURAS A DOMICILIO
</td>
<td>
Nosotros la entregaremos en su destino, rápido y seguro.
</td>
</tr>
</table>

Publicidad.- Es aquella que será pagada por la empresa la cual se la realizara por las radios locales y la prensa escrita de la Ciudad y Provincia de Loja, destacando cualidades y beneficios de los servicios que ofrecerá la empresa FactHome.

Ofrecemos en sus entregas:

- **seguridad,**
- **rapidez,**
- **confidencialidad,**
- **cobertura**

La empresa FactHome se identificará por el logotipo el mismo que se detalla seguidamente (Gráfico No. 37), y que estará en todas las campañas publicitarias. También se hará un rótulo con este logotipo y el nombre de la empresa.

Se formalizarán convenios con las instituciones públicas y privadas del Cantón y provincia de Loja con el fin de ofrecerles el servicio a crédito y con tarifas especiales.

Se pondrá especial énfasis a la atención que se dará a los clientes, ya que la satisfacción de ellos constituye la principal propaganda de boca en boca, que difundirá las ventajas y bondades de la empresa.

CUADRO NO. 44

COSTOS ESTIMADOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

CANTIDAD	DETALLE DEL PAQUETE PUBLICITARIO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR ANUAL
1000	HOJAS VOLANTES 2 VESES AL AÑO	0,09	90	180
5 pasadas diarias por un mes	SUPER LASER	5	150	1.800
1 Por Meses	PUBLICIDAD EN LA HORA 1/8 EN BLANCO Y NEGRO	52,5	52,5	630
100	ESFEROGRAFICOS 2 VEZ AL AÑO	0,25	25	50
100	CAMISETAS 2 VESEZ AL AÑO	5	500	1.000
				3.660

Fuente: Sondeo mercado de Loja

Elaborado por: Las autoras

✍ Políticas de venta

Las siguientes son algunas políticas que se tendrán en cuenta en la implementación del proyecto, las mismas que pueden replantearse de acuerdo a las condiciones del contexto al momento de implementarse la empresa:

- El servicio se caracterizará por su calidad, precio, seguridad, cobertura, prestigio de la empresa, etc.
- Capacitar permanentemente a los colaboradores de la empresa como es el Gerente, Contadora y los Mensajeros para brindar una atención de calidad al cliente.

- Todos los colaboradores de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humano.
- Velar por la seguridad industrial de todos los colaboradores

- Se darán incentivos publicitarios a clientes, en fechas importantes de calendario para que éstos sean leales con la empresa, constantes y permanentes en la utilización del servicio.

- No se hacen envíos los días, domingos o festivos.

CUADRO NO. 45

COSTOS ESTIMADOS ESTRATEGIAS DE VENTA

No.	ESTRATEGIA	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTOS T. ANUAL
1.	Capacitación al personal: - Gerente: Administración de personal; Manejo de conflictos; Marketing; Análisis financiero. - Secretaria-Contadora: Curso de Contabilidad; Actualización en NIC´s; Ventas; Atención al Cliente y Relaciones Humanas. - Mensajeros: Curso de Ventas, Atención al Cliente y Relaciones Humanas.	Curso/Evento por año	3	120,00	360,00
	T O T A L -->				**360,00**

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

✍ Calidad en el servicio de venta

A continuación se enlistas algunos referentes:

- Desde el inicio, la empresa proyectará una buena imagen, logrando que el cliente desde que entra al local quede satisfecho con la atención que recibe y con la calidad del servicio que adquiere.
- La buena imagen incluye: limpieza de oficinas y pasillos, perchas, estantería, orden de sobres y paquetes (pequeños), situación que se logrará con el mantenimiento permanente con personal especializado.
- La presentación del personal administrativo, de ventas y de servicio será impecable; y demostrará con su desempeño que el cliente es el más importante en el negocio.
- Asegurarse que la documentación permanezca siempre debidamente organizada, lo que permitirá una fácil y rápida ubicación de los mismos al momento de hacer los envíos.

GRÁFICO NO. 33

LOGOTIPO PARA LA EMPRESA

Elaborado por: Las autoras

CUADRO NO. 46

RESUMEN DE COSTOS ESTIMADOS DE LAS 4 P´s PAR 1 AÑO

DETALLE	COSTO TOTAL PARA 1 AÑO
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD PARA EL 1 Año	3.660
ESTRATEGUIA DE VENTA PARA EL PRIMER Año	360
TOTAL	**4.020**

Fuente: Cuadros. 44, 45…

Elaboración: Las Autoras

ESTUDIO TECNICO:

En el presente caso de una empresa que oferta el servicio de entrega de facturas a domicilio, al hablar de capacidad nos remitiremos al número de facturas que como empresa puede entregar en función de su personal y logística; en cuanto a la localización, tiene que ver con el lugar físico en donde funcionará la empresa y lo referente a la ingeniería del proyecto, corresponde al proceso mediante el cual la organización cumplirá su propósito de entregar oportunamente facturas a domicilio.

TAMAÑO DEL PROYECTO:

La determinación del tamaño de la planta responde al análisis de los resultados del estudio de mercado, tomando para ello variables como:

Disponibilidad de materia prima.

Demanda.

Volumen de inversiones.

Disponibilidad de insumos.

Costos estimados.

Todos estos aspectos permitirán seleccionar un tamaño adecuado para que no existan mayores inconvenientes en la producción.

CAPACIDAD INSTALADA:

Para determinar la capacidad instalada de este proyecto se debe tomar en cuenta factores como son: demanda del producto, espacio físico disponible y capacidad de financiamiento de los futuros socios de la empresa.

De acuerdo al análisis de los factores antes mencionados y en vista de que se trata de una empresa nueva de servicios se decidió que la capacidad instalada estará de acuerdo a la capacidad de la maquinaria que tendrá la empresa para los diez años de vida útil, la misma que será del 19.20 % de la demanda proyectada, es decir una producción anual de 211.200. De entrega de facturas a domicilio, esto significa una producción mensual de 17.600 facturas., considerando 22 días laborables al mes tenemos 800 facturas, con 10 mensajeros dispuestos a entregar 80 facturas diarias mina que la empresa podría entregar en su capacidad máxima en las 8 horas diarias reglamentarias.

CUADRO No. 47
DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Demanda Insatisfecha 1er año	%	Capacidad Instalada
1.099.760	19,2042	211.200,00

Fuente: Cálculos de producción y Cuadro Nº 44
Elaboración: Los Autores

CAPACIDAD UTILIZADA:

La capacidad utilizada se la determina por la aceptación del servicio en el mercado y la cobertura que se realiza en el mismo. En el primer año de vida del proyecto utilizara el **75%** de la capacidad instalada, hasta definir rutas, conocer geográficamente las direcciones y posicionarse en el mercado.

Es decir 211.200 de la capacidad instalada por el 75% del incremento nos da una capacidad utilizada de 158.400,00 facturas en el primer año de vida del proyecto. Para los siguientes años de vida del proyecto se estima un incremento paulatino del 5% como se muestra en el siguiente cuadro:

La capacidad utilizada se incrementará en un 5% anual, hasta alcanzar el nivel del 100% como nivel máximo. Se reserva el 5% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento de la planta y equipos de producción.

Cuadro Nº 48

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA.

AÑOS	CAPASIDAD INSTALADA ANUAL 100%DE FACTURAS	INCREMENTO DEL 5%	CAPASIDAD UTILIZADA AL AÑO DE FACTURAS
2011	211.200,00	75	158.400,00
2012	211.200,00	80	168.960,00
2013	211.200,00	80	168.960,00
2014	211.200,00	85	179.520,00
2015	211.200,00	85	179.520,00
2016	211.200,00	90	190.080,00
2017	211.200,00	90	190.080,00
2018	211.200,00	95	200.640,00
2019	211.200,00	95	200.640,00
2020	211.200,00	100	211.200,00

Fuente: Cuadro Nº 44
Elaboración: Los Autores

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Una vez realizados los estudios se procede a determinar la macro y el micro localización de la empresa de entrega de facturas a domicilio, la misma que debe cumplir con los requerimientos básicos que permiten crear un ambiente de trabajo saludable.

Macro localización del proyecto.

El lugar geográfico donde se encontrará ubicada la empresa de entrega de facturas a domicilio. En este caso, la empresa se encontrará ubicada en la Región sur del Ecuador, Provincia de Loja, Cantón y Ciudad de Loja. Como el área más adecuada, de acuerdo a los siguientes factores:

- Mayor concentración de la demanda de facturas.
- La infraestructura en el área es favorable.
- Disponibilidad de servicios básicos.
- Se abastecerá de forma inmediata a todos las empresas de la Cuidad y Provincia de Loja.

GRÁFICO No. 34

MAPA DEL ECUADOR

MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA.

MICRO LOCALIZACIÓN:

Para determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración algunos factores tales como:

MATERIA PRIMA:

La disponibilidad de materia prima es el factor de mayor relevancia, en este caso se ha observado que en la provincia de Loja existe un sinnúmero de empresas que requieren del servicio de entrega de facturas a domicilio lo cual constituye una ventaja para el desarrollo del proyecto.

MANO DE OBRA:

Este es otro de los factores de importancia que se toma en cuenta para la localización del proyecto, la Ciudad de Loja cuenta con la suficiente mano de obra, para la puesta en marcha de este proyecto. El adiestramiento y la capacitación constituirán un proceso sencillo que permitirá la distribución de facturas a domicilio.

MERCADO:

En la Ciudad de Loja existe un mercado dispuesto a utilizar el servicio de entrega de facturas a domicilio.

En base a los factores antes señalados se ha determinado que la localización óptima del proyecto es la Ciudad y Provincia de Loja, la cual tiene los servicios básicos necesarios para el desarrollo del proyecto

Considerando estos parámetros, las oficinas de la empresa se ubicarán en Av. 24 de Mayo entre Lourdes y Mercadillo, Edificio "Panorama"; local exterior Nro. 1, que debe acondicionarse debidamente para atender los requerimientos que demanda el servicio de entrega de facturas a domicilio.

GRÁFICO No. 35

MICRO LOCALIZACIÓN

Elaborado por: Las Autoras

INGENIERÍA DEL PROYECTO:

Se conoce como ingeniería del proyecto, el estudio técnico de todos aquellos procesos que son necesarios para producir un bien o un servicio.

PROCESO DEL SERVICIO:

El estudio de mercado realizado mediante la aplicación de encuestas, entrevistas y observación directa ha permitido determinar que existen algunas empresas que ofertan servicios similares y que son utilizadas por usuarios de la ciudad y provincia de Loja; sin embargo, de conformidad al criterio de los informantes, se debe resaltar que no están completamente satisfechos con la oferta actual y sus características, situación que representa una importante oportunidad para que esta nueva empresa entre al mercado con un servicio de entrega de facturas a domicilio, con características distintivas que le garanticen un pronto posicionamiento en el mercado local, regional y nacional.

El servicio que se ofertará consiste en receptar facturas o documentos de las empresas clientes para ser entregadas a domicilio a sus destinatarios; para ello, el personal de **FactHome** recorrerá a una hora pre establecida cada uno de los clientes corporativos para recibir los documentos, luego en la oficina los clasificará y ordenará en sus respectivos casilleros para proceder a entregarlos mediante la zonificación de los destinatarios, procediéndose luego a elaborar la factura respectiva.

Características del servicio:

En consideración a las condiciones del mercado actual, es que el nuevo servicio que se ofertará a través de FactHome se caracterizará por los siguientes aspectos, valorados y apreciados grandemente por los encuestados:

- Seguridad,
- Rapidez,
- Cobertura,
- Prestigio,
- Ahorro,
- Servicio especializado.

De igual manera, el servicio que oferta la empresa estará a disposición de las empresas pequeñas, medianas y grandes del sector público y privado de la ciudad de Loja. El mecanismo que se aplicará es la recepción directa de las facturas, es decir, los mensajeros de FactHome visitarán las empresas (demandantes del servicio) para recoger los documentos que se entregarán a los destinatarios finales, luego de un proceso de clasificación y zonificación en la oficina central de FactHome.

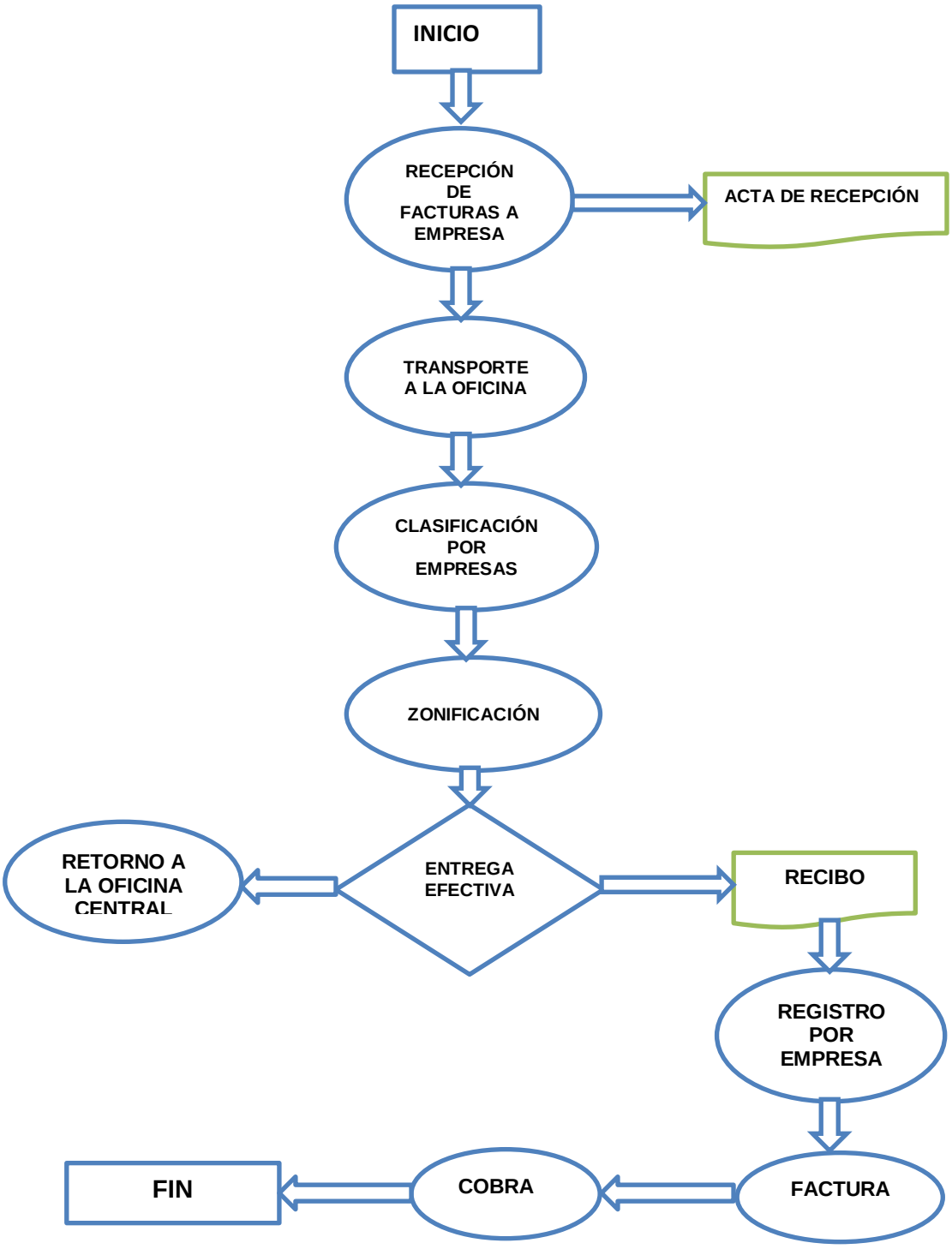
Descripción del proceso productivo del servicio

El proceso a seguir para concretar el servicio se compone de los siguientes pasos:

1. Personal de FactHome visita los clientes corporativos a una hora determinada para receptar los documentos o correspondencia.
2. Elabora el Acta de Recepción, firma y deja copia en la empresa cliente.
3. Una vez finalizado el recorrido de recepción, retorna a la oficina central y procede a su clasificación por zonas geográficas. Se elabora el listado respectivo.
4. Los mensajeros reciben la correspondencia a ser entregada de acuerdo a su zona, firman un documento de recepción de la carga de trabajo.
5. Proceden a trasladarse a los lugares de destino y entregar el documento; si no es posible entregarlo, lo retornan a la oficina central para notificar al cliente corporativo. Si se efectivizó la entrega, se firma el respectivo documento que es entregado a la oficina central para su facturación.
6. FactHome registra la entrega y elabora la factura respectiva.
7. El servicio finaliza al momento de realizarse el pago por parte del cliente corporativo. Cuando se trata de clientes no corporativos, la factura y cobro se da cuando recepta el documento a ser entregado a domicilio.

GRÁFICO No. 36

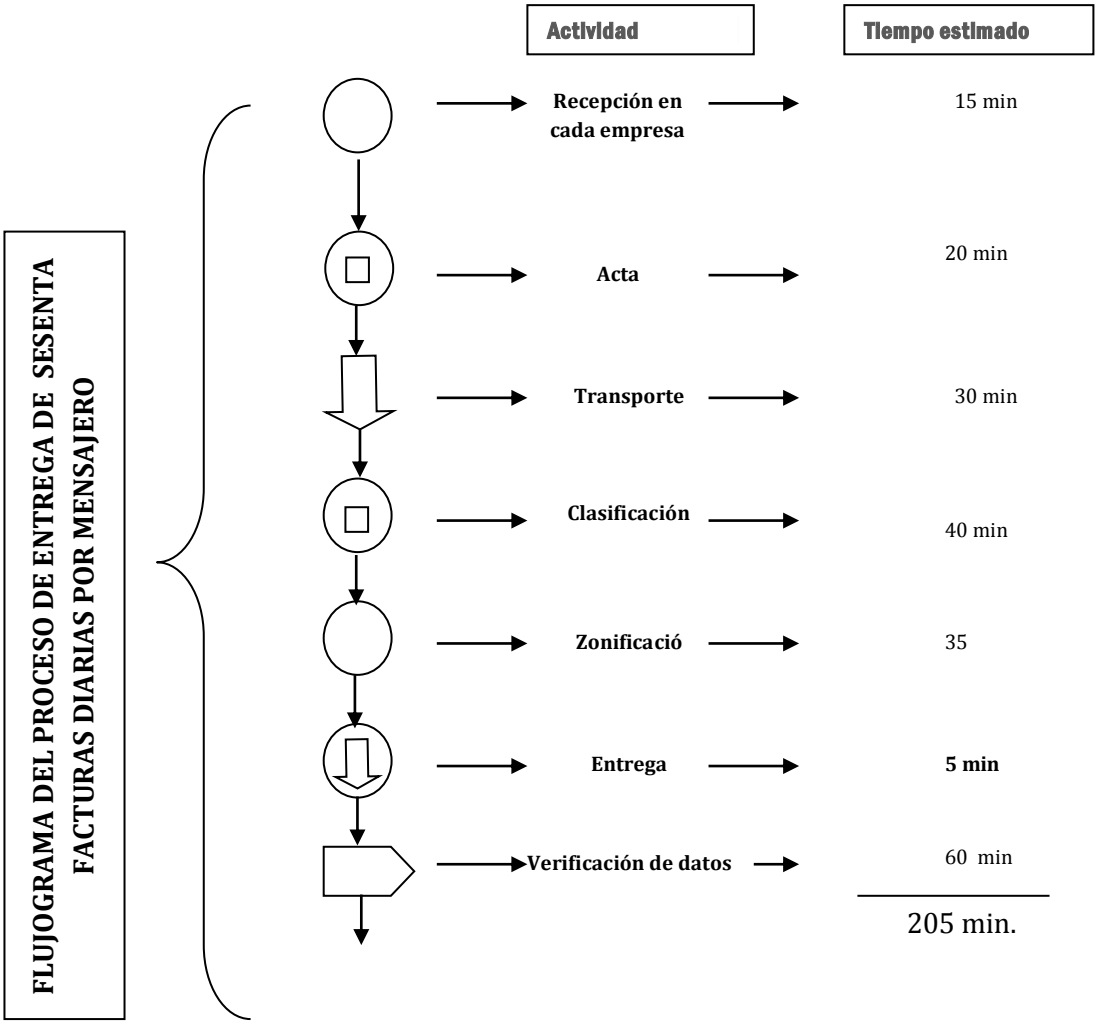
PROCESO PRODUCTIVO.



Elaboración: Las Autoras.

GRÁFICO NO. 37

SERVICIOS QUE OFERTAN



Elaborado por: Las autoras

GRÁFICO No. 38

DIAGRAMA DE RECORRIDO DEL PROCESO PRODUCTIVO

FASES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	INSPECCIÓN	ESPERA	TRASPORTE	ALMACENAMIENTO	FUNCIONAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO ACTIVIDADES PARA ENTREGA DE FACTURAS DIARIAS POR OPERARIO	DISTANCIA METROS	TIEMPO MINUTOS
1	X						OP	Recepción en cada empresa	250	15
2			X				OP	Acta Recepción	0	20
3					X		OP	Transporte	250	30
4			X				OP	Clasificación	0	40
5	X						OP	Zonificación	3	35
6	X				X		OP	Entrega	300	5
7				X			OP	Verificación de datos	50	60
	5	0	4	1	3	0		TOTALES	853	205

SIMBOLOGÍA: SC = Secretaria - Contadora
OP= Operarios (mensajeros)

Elaborado por: Las autoras

DISTRIBUCIÓN FISICA DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN.

Cabe indicar que para la instalación de la empresa se procederá a arrendar un local adecuado que cumpla con los requerimientos de infraestructura necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

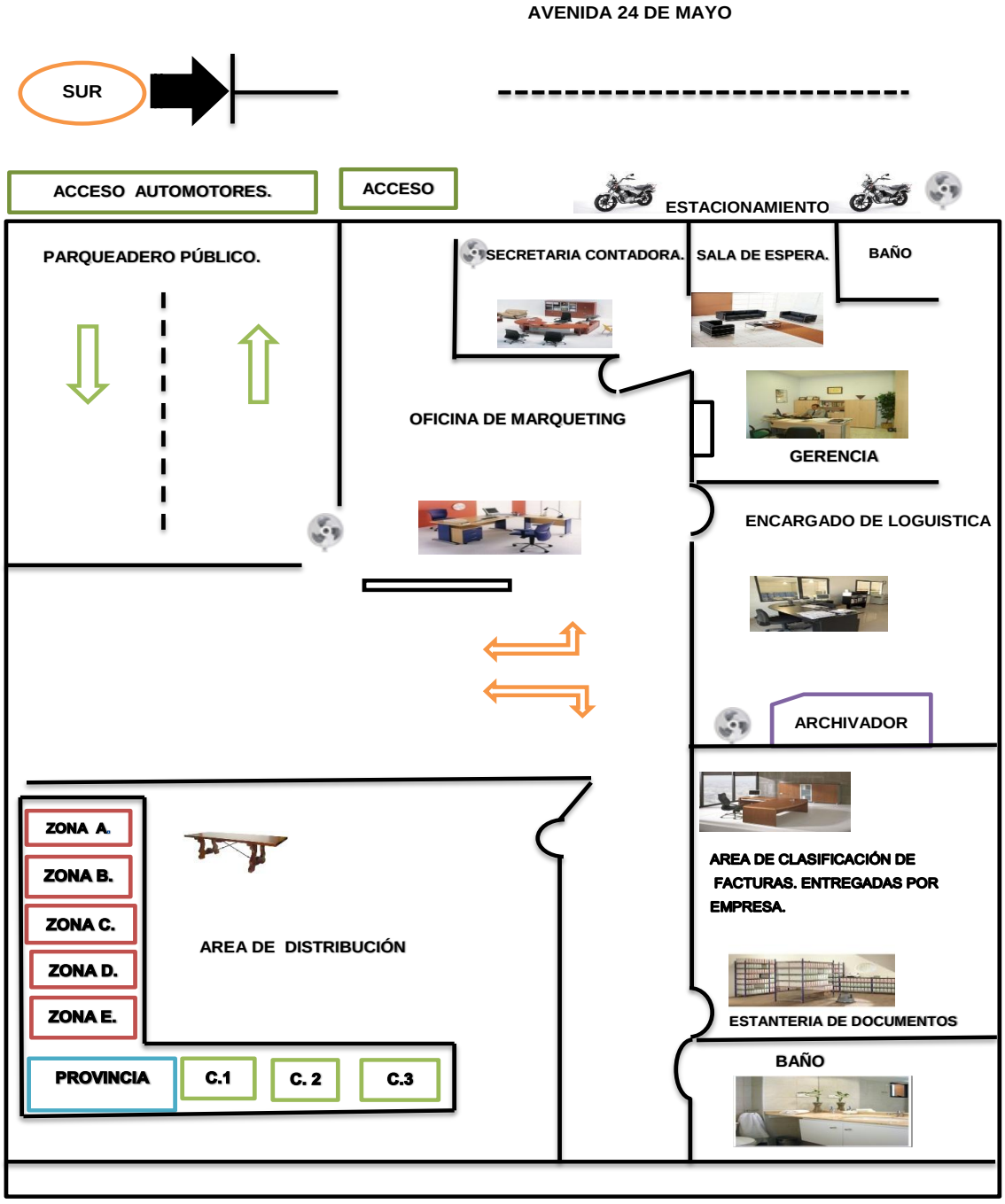
Oficina Administrativa. Es el espacio destinado para las oficinas de Gerencia, Secretaría y Supervisor del proceso operativo (Encargado de Logística).

Área de clasificación de facturas. Es el espacio destinado para la ubicación de las facturas receptadas por los mensajeros en cada uno de los clientes corporativos (empresas); en este espacio se "ordena" la documentación recibida y se la clasifica por zonas geográficas de tal manera que se facilite la ubicación de las cargas de trabajo (60 facturas a entregarse por zonas geográficas) asignadas a cada mensajero.

Área de Zonificación y distribución. Las facturas clasificadas se ubican en la estantería respectiva la misma que se encuentra rotulada por zona geográfica.

GRÁFICO NO. 39

DISTRIBUCIÓN FÍSICA



Elaboración: Las Autoras.

CUADRO No. 49
ADECUACIÓN DE LA INSTALACIÓN DE LA EMPRESA

DETALLE	m2	PRECIO U.	TOTAL
Área Administrativa	6	35	210
Área Contable	3	25	75
Área de clasificación	10	30	300
Área de Zonificación	12	30	360
	31		**945**

Fuente: Investigación de Campo
Elaboración: Las Autoras

DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA:

La maquinaria y equipos necesarios para la distribución de facturas a domicilio se describen a continuación.

CUADRO No. 50

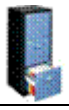
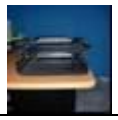
DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

REPRESENTACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO U.	TOTAL
	Kia 2011 K3000 S. Combustible Diesel. Color: Blanco .Dirección: Hidráulica	1	19.990	19.990,00
	Moto Traxx ISO-6-B	10	1.085	10.850,00
			TOTAL	**30.840,00**

Fuente. Investigación de campo.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO No. 51

DESCRIPCIÓN DE MUEBLES Y ENSERES.

REPRECENTACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO. U.	TOTAL
	Escritorio y sillón tipo gerencia	1	380,00	380,00
	Escritorio y sillón tipo secretaria	1	280,00	280,00
	Silla de corosil	6	25,00	150,00
	Silla de metal	5	10,50	52,50
	Basureros	4	3,00	12,00
	Estantería	25	98,75	2.468,75
	Archivadora	2	100,00	200,00
	Papelera	3	15,00	45,00
	Mesa de clasificación y empaque	2	180,00	360,00
Fuente. Investigación de campo.			**TOTAL**	**3.948,25**

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO No. 52
EQUIPO DE OFICINA

REPRECENTACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO. U.	TOTAL
	Sumadora	1	50,00	50,00
	Guillotina	1	45,00	45,00
	Grapadora Kw-trio	10	14,00	140,00
	Perforadora	5	10,00	50,00
	Teléfono general electric 900 mhz	3	48,50	145,50
			TOTAL	**430,50**

Fuente. Investigación de campo.
Elaboración: Las Autoras.

CUADRO No.53

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

REPRECENTACIÓN	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO. U.	TOTAL
	Computadora	2	790,00	1.580,00
	Impresora HP LaserJet 9050dn (Q3723A)	1	570,00	570,00
			TOTAL	**2.150,00**

Fuente. Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras.

REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS.

El personal necesario para el funcionamiento de la empresa de distribución de facturas a domicilio en la Ciudad y Provincia de Loja; con la finalidad de precautelar la vida de los mismos en sus lugares de trabajo, se estará capacitando por medio de cursos.

Conforme la demanda siga creciendo se podrá incrementar el personal para cumplir de mejor forma con las actividades de la organización**.**

CUADRO No.54

PERSONAL DE LA EMPRESA

CARGO	NUMERO
GERENTE	1
SECRETARIA. CONTADORA	1
JEFE DE MARKETING.	1
MENSAJEROS	10
MENSAJERO INTERNO	1

FUENTE. Necesidades del proyecto

ELABORCIÓN. Las autoras

ESTUDIO ADMINISTRATIVO:

El Estudio Administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro de la empresa como es la estructura organizativa y la descripción de los puestos, manuales y el sistema ordenado de reglas que garanticen una secuencia de actividades orientadas a los objetivos.

La compañía de responsabilidad limitada se constituirá con dos socios, como mínimo y un máximo de veinte socios en donde las obligaciones se limitan al capital aportado.

El capital de la compañía estará formado por los aportes de las dos socias y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías. Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el 50% de cada participante.

Base Legal

Acta constitutiva: Documento notarial en la que se registran los datos referentes a la de una sociedad.

Razón Social: La razón social de la empresa será determinada por los socios, la misma que será la combinación de las palabras Fact (facturas) HOME (domicilio), FactHome.

Domicilio: La empresa se ubicará en la ciudad de Loja, Calle 24 de mayo y Lourdes.

Objetivo de la Sociedad: Esta empresa denominada FactHome tiene por objetivo ofrecer con calidad, servicios de entrega de facturas y/u otros documentos a domicilio, en la ciudad y provincia de Loja, Logrando la satisfacción permanente de las necesidades e expectativas de los clientes y así poder; garantizar estándares de calidad en todos los procesos de la compañía con un talento humano ético, comprometido e idóneo.

Capital Social: Las aportaciones para constituir el capital de FactHome, pueden ser numéricas, el mismo que se depositará al inicio en un 50%, en una cuenta corriente como integración de capital; y el 50% restante en el plazo determinado. Y las aportaciones en especies pueden ser: maquinaria, inmuebles, etc. los que serán avaluados.

Tiempo de Duración de la Sociedad. Diez años.

Tipo de empresa: La empresa se conformará como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, FactHome Cía. Ltda.

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada, **FACTHOME Cía. Ltda.,** al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Intervienen en la celebración de este contrato, la señorita: María Esther Romero Santos y la señora: Fernanda Cecibel Gonzáles Granda; las comparecientes manifiestan ser Ecuatorianas, mayores de edad, soltera la primera y casada la segunda, domiciliadas en esta Ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la Compañía de Responsabilidad Limitada "**FactHome Cía. Ltda.",** la misma que se regirá por las leyes Ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE *FactHome Cía. Ltda.*

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD. DOMICILIO.

La mencionada compañía tendrá la razón social ***FactHome Cía. Ltda.***, nombre que proviene de la frase "Entrega de **Fact**uras a domicilio **–Home-**; de nacionalidad ecuatoriana; domiciliada en la ciudad de Loja, calles Av. 24 de Mayo entre Lourdes y Mercadillo, Edificio Panorama; local exterior No. 1.

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO.-Constituyese en la ciudad de Loja, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja. República del Ecuador, de Nacionalidad Ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada **FactHome Cía. Ltda.**

ARTÍCULO DOS.-La compañía tiene por objeto y finalidad, ofrecer servicios de entrega de facturas y/u otros documentos a domicilio, en la ciudad y provincia de Loja; servicio que se caracterizará por los siguientes atributos: seguridad, rapidez, cobertura, prestigio, ahorro, servicio especializado.

La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la distribución de facturas y/u otros documentos a domicilio, si ello es conveniente a sus intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares, sean nacionales o extranjeras.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse desde la fecha de inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la Junta General de Socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de dieciocho mil quinientos ochenta y siete dólares con setenta y un centavos, dividido en participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta General de Socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del Presidente y Gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO NUEVE.-Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE.- En las Juntas Generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

- Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;
- Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y, las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

ARTÍCULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de Ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el presidente y el gerente.

ARTÍCULO DIECISÉIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los

asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el Presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que

señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la Ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el Presidente de la compañía y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendría la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

- Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la

prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos.

- Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos.
- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores..

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente relegido. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

- Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la Junta General de Socios.
- Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas.

- Remplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un remplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito.
- Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser relegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial.
- Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía.
- Dirigir la gestión económica financiera de la compañía.
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía.
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regula por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía "**FactHome Cía. Ltda.**" ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la señorita María Esther Romero Santos, nueve mil doscientos noventa y tres con ochenta y seis dólares; la señora Fernanda Cecibel Gonzales Granda, nueve mil doscientos noventa y tres con ochenta y seis dólares; TOTAL: dieciocho mil quinientas ochenta y siete, 72/100 participaciones de un dólar cada una, que dan un total de DIECIOCHO MIL QUINIENTAS OCHENTA Y SIETE PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta DE «Integración de Capital», en el Banco del Austro, Sucursal en Loja, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Fernanda Cecibel Gonzales Granda para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera Junta

General de Socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

_ _

María Esther Romero Santos. Fernanda Cecibel Gonzales Granda

_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _

(f) El Abogado

ESTRUCTURA EMPRESARIAL INTERNA:

Para que la empresa cumpla con sus objetivos y metas propuestos debe seleccionar y controlar de forma eficiente a su personal, tomando como base el proceso de selección, con la finalidad de contar con los recursos humanos ideales y necesarios para realizar las actividades de la empresa.

Para el desarrollo de la organización es importante que los trabajadores tengan un buen ambiente de trabajo, y que el mismo satisfaga sus necesidades. Y de esta forma utilizar toda su capacidad, dando el mejor rendimiento en el servicio que ofrece al cliente.

Niveles jerárquicos de la organización

Los niveles son:

Nivel Directivo:

Constituido por la Junta General de Socios y él es órgano supremo de la empresa.

Nivel Ejecutivo:

Está formado por el administrador o gerente, quien es elegido por la Junta de Socios, quienes le designan las obligaciones y responsabilidades.

Nivel de Apoyo:

Está conformado por todos aquellos puestos de trabajo relacionados directamente con el cumplimiento de las actividades administrativas de la compañía.

Nivel Operativo:

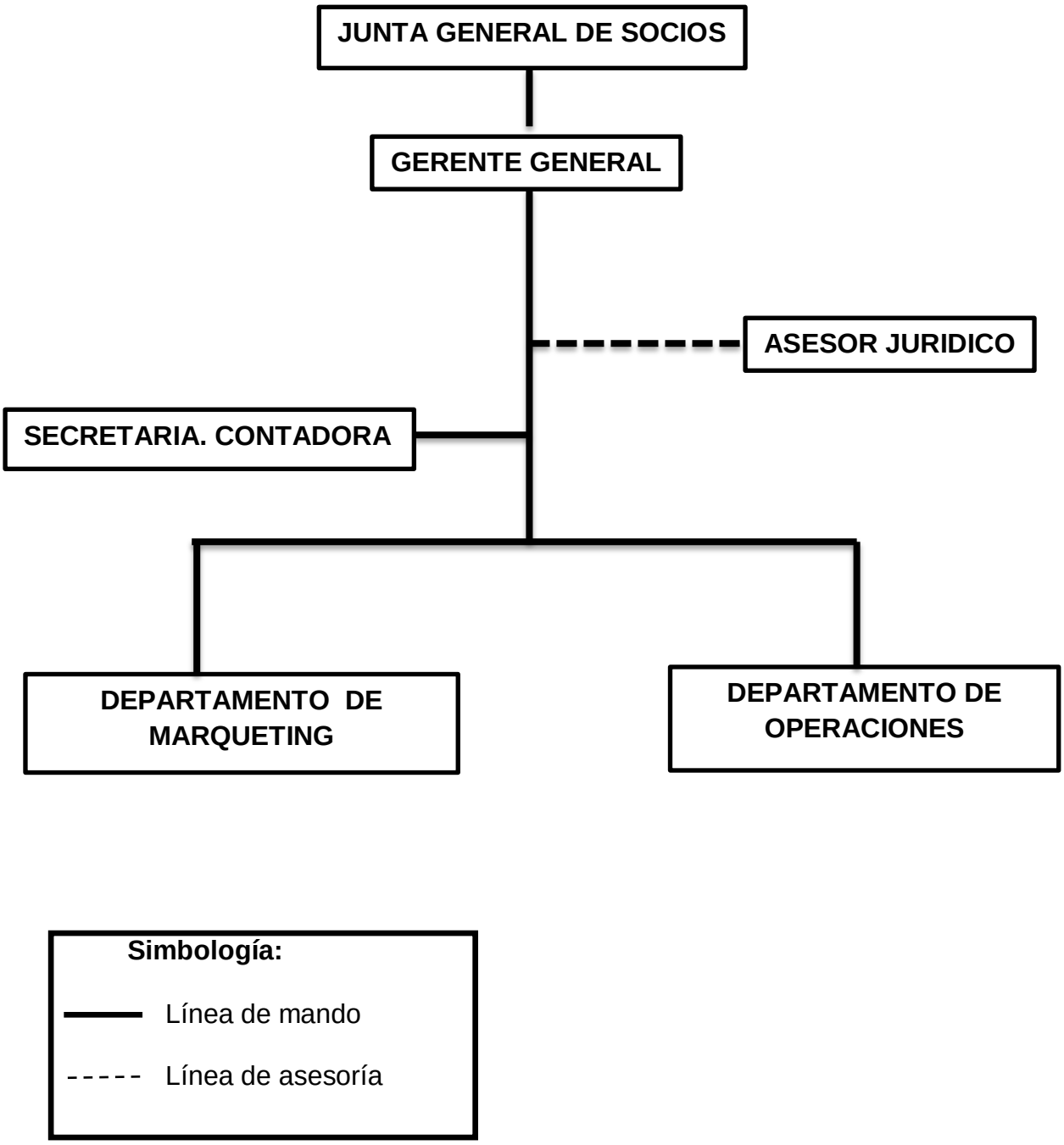
En este nivel se ubican todas las personas que tienen relación directa con el servicio al cliente.

ORGANIGRAMAS:

La representación gráfica de la organización está constituida por los órganos, que son utilizados como herramienta de trabajo que reflejan la autoridad, responsabilidad y las unidades que integran la organización. Para el presente proyecto se determina el organigrama estructural.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

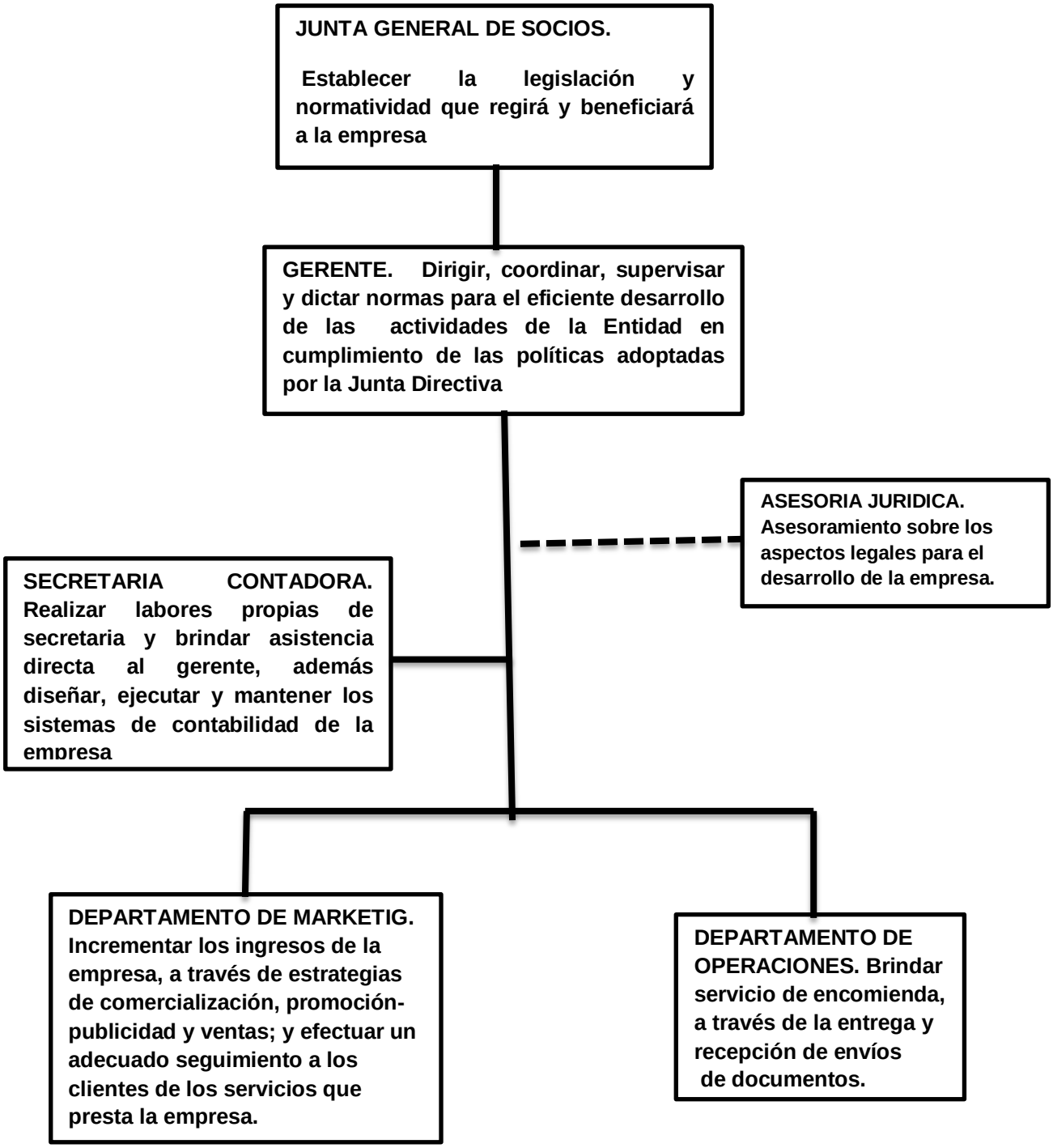
GRAFICO No. 40



ELABORCIÓN. Las Autoras

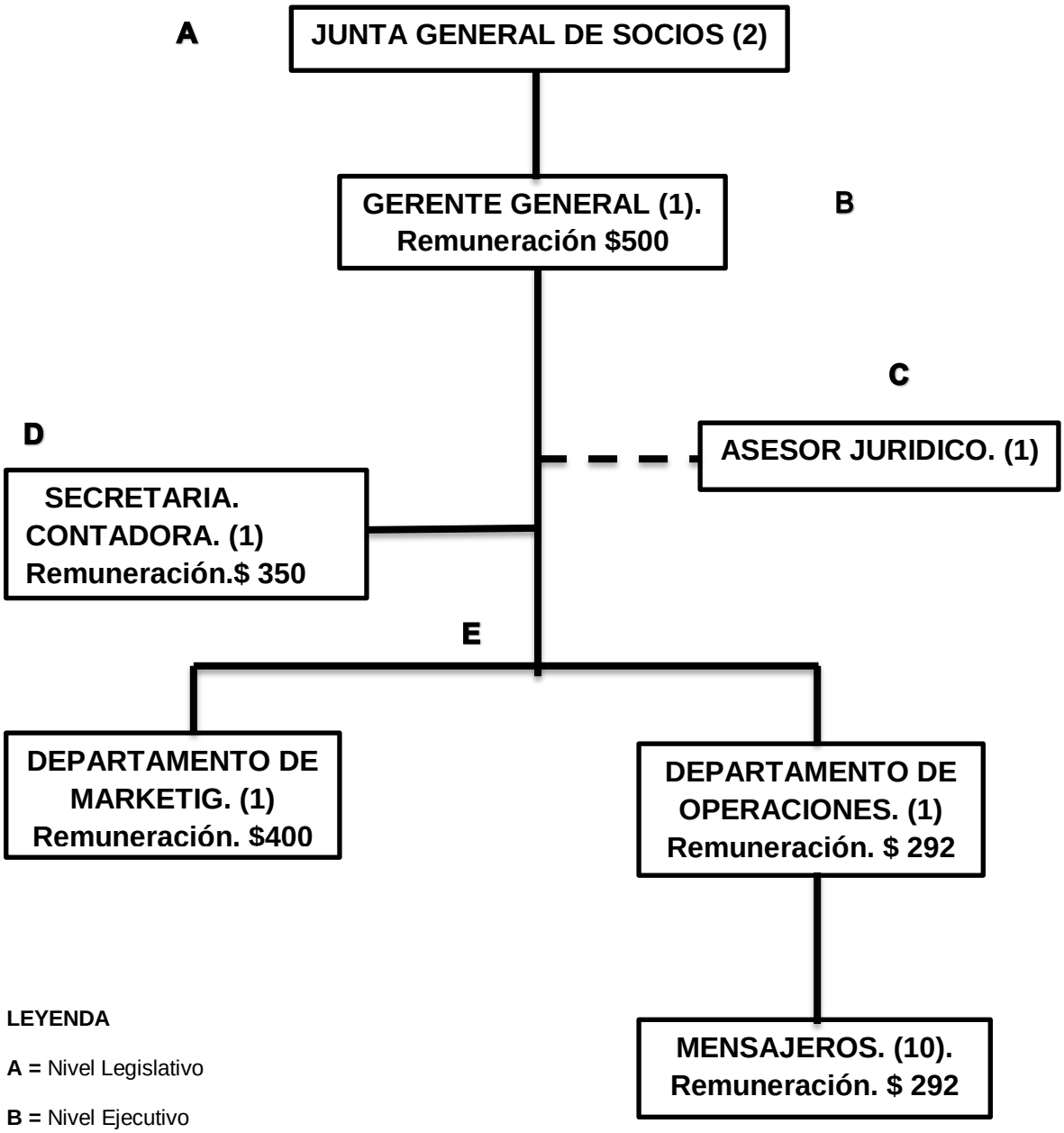
ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRAFICO No. 41



ORGANIGRAMA POSICIONAL

GRAFICO No. 42



LEYENDA

A = Nivel Legislativo

B = Nivel Ejecutivo

C = Nivel Asesor

D = Nivel Auxiliar

E = Nivel Operativo

ELABORCIÓN. Las Autoras

MANUAL DE FUNCIONES:

Contiene todas las funciones respecto a las tareas que deben cumplir cada persona en su puesto de trabajo o unidad administrativa. Señala también las responsabilidades, destaca además los requisitos necesarios para la selección del personal adecuado que interviene en cada departamento.

Código. 01

Título del puesto: Junta General de Socios

Naturaleza del trabajo:

Su propósito es legislar actividades de la empresa y decidir sobre aspectos de mayor importancia y que beneficiarán a los intereses de la empresa.

Funciones

- Dictar y aprobar políticas que favorezcan la buena marcha de la empresa.
- Aprobar y ejecutar informes de las actividades diarias de la empresa.
- Discutir las decisiones que se toman dentro de los demás niveles.
- Planear actividades de la empresa.
- Velar por el progreso de la empresa.
- Elegir a los gerentes de la empresa y delegar las funciones.

Código: 02

Título del Puesto: Gerente

Superior Inmediato: Junta general de Socios

Subalterno: Todo el personal de la empresa

Requisitos mínimos:

- Título de Ingeniero Comercial o Licenciatura
- Experiencia mínima 3 años en cargos afines
- Cursos de relaciones humanas, marketing, administración, finanzas

Naturaleza del puesto:

El Gerente es el representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad. Es responsable de administrar en forma eficiente las actividades empresariales ya que de él dependen los resultados y el desempeño organizacional.

Características de la clase:

El puesto requiere conocimiento técnico del área administrativa, así como de comercialización de servicios de entrega de facturas a domicilio,

Funciones:

- Representación legal de la empresa.
- Decidir sobre la situación laboral con el personal.

- Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa.
- Revisar y aprobar las planificaciones de los departamentos elaborados por los jefes a cargo.
- Participar en las reuniones que fuere convocado.
- Nombrar y contratar a los empleados que cumplan con los reglamentos y las funciones encomendadas.
- Responsable de las decisiones que se tomen en beneficio de la empresa.
- Revisar, analizar y controlar los balances financieros.
- Presentar informes sobre el Estado de Pérdidas y Ganancias a la Junta General según la escritura.

Horario de trabajo:

- Lunes a viernes: De 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 19h00
- Sábado medio tiempo

Código: 03

Título del puesto: Asesor Jurídico

Puesto del que depende Jerárquicamente: Del Gerente

Puesto(s) que supervisa Directamente: Ninguno

Naturaleza de Trabajo:

La posición de Asesoría Legal tiene como responsabilidad garantizar que las acciones institucionales se realicen dentro del marco legal vigente, para lo cual debe analizar y proponer resoluciones sobre casos particulares y documentos legales, así como tramitar la legalización de documentos de la institución y colaborar en la redacción de toda clase de documentos contractuales.

Funciones:

- Proponer a las autoridades institucionales los cursos de acción más Convenientes dentro del marco legal.
- Asesorar y emitir los dictámenes y resoluciones donde se requiera asesoría legal.
- Ejercer la representación legal de"**FactHome Cía. Ltda.** "cuando se le autorice para tal efecto.
- Emitir opiniones y asesorar al personal de**" FactHome Cía. Ltda."** respecto a consultas sobre temas legales vinculados al quehacer institucional.

- Mantener un registro actualizado sobre leyes, decretos, acuerdos, reglamentos, resoluciones y cualquier otra resolución que se relacione con las actividades de"**FactHome Cía. Ltda.**".

Características de clase:

Se caracteriza por emitir opiniones y asesorar al personal de la empresa en temas legales vinculados al que hacer de la empresa.

Horario de trabajo:

Su participación será eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS.-

- Título de Abogado.
- Estar habilitado para el ejercicio de la profesión
- Dos años en funciones similares.
- Amplia capacitación específica en el área.

Código: 04

Título del Puesto: Secretaria-Contadora

Superior Inmediato: Gerente

Subalterno: Jefe de marketing

Requisitos mínimos:

- Título de Doctora en Contabilidad o Licenciada
- Experiencia mínima 1 año en cargos afines
- Buena presencia
- Curos de relaciones humanas, secretariado ejecutivo, contabilidad general y comercial, finanzas, computación.

Horario de trabajo:

- Lunes a viernes: De 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 19h00
- Sábado medio tiempo

Naturaleza del puesto:

Realizar labores propias de secretaría y brindar asistencia directa al gerente, además diseñar, ejecutar y mantener los sistemas de contabilidad de la empresa.

Características de la clase:

Se requiere de responsabilidad absoluta para la aplicación de los sistemas de contabilidad, además se requiere de eficiencia y discreción en el cumplimiento de actividades.

Funciones:

- Manejar correspondencia.
- Atender al público y proporcionar información.
- Elaborar los estados financieros de la empresa.
- Manejar adecuadamente los registros contables.
- Diseñar y aplicar los métodos adecuados de manejo de inversión.
- Elaborar roles de pago.
- Manejar la agenda del Gerente.
- Manejar datos confidenciales de la empresa.
- Tramitar pedidos y órdenes del Gerente.

Código: 05

Título de Puesto: Jefe de Marketing

Superior Inmediato: Gerente

Requisitos mínimos:

Educación: Ingeniero Comercial.

Experiencia : 1 año.

Horario de trabajo:

- ♣ Lunes a viernes: De 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 19h00
- ♣ Sábado medio tiempo

Naturaleza del puesto:

Incrementar los ingresos de la empresa, a través de estrategias de comercialización, promoción-publicidad y ventas; y efectuar un adecuado seguimiento a los clientes de los servicios que presta la empresa.

Características de la clase:

Este puesto requiere de gran eficiencia responsabilidad en el desarrollo de sus funciones; requiere de una persona con conocimientos actualizados en marketing y buenas relaciones con el personal de la empresa y el público en general.

Funciones:

- ♣ Reforzar la imagen y el posicionamiento de la Organización y favorecer la implementación de los objetivos, apoyando la gestión de venta
- ♣ Coordinar la implementación de sistemas técnicos, de acuerdo a las necesidades y requerimientos del cliente
- ♣ Diseñar las políticas de la empresa en materia de productos y mercados.

Código: 06

Título de Puesto: Mensajero Interno

Superior Inmediato: Gerente

Requisitos mínimos:

- Título de Bachiller
- Experiencia
- Buena presencia
- Curos de relaciones humanas, computación

Horario de trabajo:

- Lunes a viernes: De 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 19h00
- Sábado medio tiempo

Naturaleza del puesto:

Atención al cliente, receptar, organizar y ordenar la mercadería.

Características de la clase:

- Responsable del orden y despacho de mercadería
- Mantiene limpio y en orden equipos y sitio de trabajo.
- Cumple con las normas y procedimientos de seguridad integral establecidos por la Organización.

Funciones:

- Responsabilizarse del desempeño de los mensajeros, mediante supervisión.
- Es responsable del mantenimiento de los equipos y herramientas de manera indirecta y con carácter periódico.
- Ofrecer la ayuda al cliente en cuanto a características del servicio ofertado.
- Recibir la correspondencia y clasificarla.
- Recepción de facturas, revisión, clasificación, entrega de facturas a domicilio.
- Mantener ordenadas y organizadas las perchas de clasificación de correspondencia.
- Otros que disponga el Gerente.

Código: 07

Título del Puesto: Mensajero

Superior Inmediato: Mensajero Interno

Requisitos mínimos:

- Título de Bachiller
- Experiencia
- Buena presencia
- Curos de relaciones humanas, computación

Horario de trabajo:

- Lunes a viernes: De 8h00 a 13h00 y de 15h00 a 19h00
- Sábado medio tiempo

Naturaleza del puesto:

Atención al cliente, receptar, organizar y ordenar la mercadería.

Características de la clase:

Distribuir facturas y diversos documentos dentro y fuera de la Organización, utilizando los medios de transporte necesarios para entregar oportunamente y en forma segura las mismas.

Funciones:

- ♣ Ofrecer la ayuda al cliente en cuanto a características del servicio ofertado.
- ♣ Recepción de facturas, revisión, clasificación, llevar la documentación a cada vivienda en moto (que brinda la empresa).
- ♣ Realizar Cobranzas
- ♣ Realiza cualquier otra tarea afín que te sea asignada

ESTUDIO FINANCIERO:

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Una vez determinado los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, se procede a determinar los montos totales de la inversión de los diferentes rubros, considerando las cotizaciones necesarias para la realización del proyecto. En este caso para conocer la viabilidad del proyecto se realizaron presupuestos detallados para cada área de la empresa y se pudo conocer el monto a que estos ascienden, pudiendo constatar si hay o no rentabilidad.

INVERSIONES.

Constituye las inversiones que la empresa tendrá que realizar para poner en marcha el proyecto, en el cual se encuentran inmersos los activos fijos, diferidos y circulantes.

ACTIVO: Los activos de una empresa están representados por todos los bienes y derechos que son de exclusiva propiedad de la empresa. En el presente proyecto se utilizan tres tipos de activos: Fijos, Diferidos y Circulantes o Capital de Trabajo.

Activos Fijos: Son todas las inversiones en bienes tangibles con una duración de más de un año y se originan en la instalación de una empresa.

Especificaciones de los activos fijos:

Para el presente proyecto, se incluirá como activos fijos los rubros de: Adecuación de oficina, Vehículos, Muebles, equipo de oficina y Equipo de Computación que son necesarios para el desarrollo del proyecto.

Vehículos. Se dispondrá de un Camión Kia 2011 K3000 S. Combustible Diesel. Color: Blanco .Dirección: Hidráulica y 10 motonetas TRAXX ISO-6-B.

Muebles, Equipo de Oficina y de Computación.- Se refiere a los muebles y equipo que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.

Adecuación de oficina. Para la adecuación de las oficinas del edificio se dispondrá de un área de 31 m² que permiten configurar y adaptar los espacios personalizados según las necesidades y gustos, hemos procedido hacer cotizaciones de la adecuación por metro cuadrado en el mercado local.

Imprevistos.- Todo presupuesto por más que haya sido cuidadosamente elaborado, tendrá siempre un margen de error por causas de la fluctuación de los precios, y cambios en las condiciones originales, etc., razón por la cual es conveniente incluir el rubro de imprevistos que se calcula

generalmente con un porcentaje de la suma de inversiones fijas y que varían de acuerdo a la experiencia que se tenga en los cálculos del proyecto y al grado de confianza que merezca las estimaciones de inversiones fijas.

CUADRO No. 55
INVERSIONES FIJAS TOTALES

DETALLE	TOTAL
ADECUACIÓN DE LA INSTALACIÓN DE LA EMPRESA	945,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	30.840,00
MUEBLES Y ENSERES	3.948,25
EQUIPO DE OFICINA	430,50
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.150,00
SUBTOTAL	**38.313,75**
IMPREVISTOS DEL 2%	766,28
TOTAL DE INVERCIONES FIJAS	**39.080,03**

FUENTE: Cuadro Nº 49, 50. 51, 52, 53…
ELABORACIÓN: Las autoras

Activos Diferidos: Son aquellas erogaciones que resultan del proceso investigativo o la recolección de información, además los gastos por estudios preliminares y lo que corresponde a la constitución de la empresa.

Para el presente trabajo de investigación se ha previsto considerar los siguientes.

CUADRO No. 56

INVERCIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	P. TOTAL
Elaboración del proyecto	500,00
Gasto de Constitución	350,00
Trámites legales y minuta	1.000,00
SUBTOTAL	**1.850,00**
IMPREVISTOS DEL 2%	37,00
TOTAL DE INVERCIONES	**1.887,00**

FUENTE: Investigación de campo

ELABORACIÓN: Las Autoras

Activo Circulante o Capital de Trabajo: Este rubro se origina y efectiviza en el momento de ejecución y funcionamiento del proyecto. Se compone por el conjunto de todos los recursos necesarios en formas de activos corrientes para el funcionamiento normal del proyecto durante un ciclo de producción del servicio.

Mano de obra directa.

El personal directamente involucrado en la distribución de las facturas a domicilio, en un número de diez mensajero con una remuneración de $ 3.833.11 y un mensajero interno con una remuneración de $ 389,30, por cada uno, cuyo monto total es de $ 4.272,42 dólares mensuales.

El fondo de reserva se lo pagara en el segundo año de sus funciones el empleador pagará por concepto de fondo de reserva de manera mensualizada y directa a sus trabajadores, conjuntamente con el salario o

remuneración, un valor equivalente al ocho coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración de aportación.

CUADRO No. 57

MANAO DE OBRA DIRECTA

CANTIDAD	DETALLE	SUELDO BASICO UNIFICADO	DÉCIMO TERCER SUELDO 1/12	DÉCIMO CUARTO SUELDO1/12	VACIONES 1/24	APORTE IESS 11,15%	APORTE IECE 0,55%	APORTE CNFC. 0,5%	LIQUIDO A PAGAR	TOTAL MENSUAL
10	Mensajeros	292	24,33	24,33	12,17	32,56	1,46	1,46	388,31	3.883,11
1	Mensajero Interno	292	24,33	24,33	12,17	32,56	1,46	1,46	389,31	389,31
									TOTAL	**4.272,42**

FUENTE: Consulta Inspectoría de Trabajo

ELABORCIÓN. Las Autoras

CUADRO No. 57. a

FONDO DE RESERVA SE PAGARA EN EL 2 AÑO DE SUS FUNCIONES

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO ANUAL	FONDO DE RESRVA 8,33%	TOTAL ANUAL
Mensajeros	10	46.597,36	3.881,56	50.479
Mensajero Interno	1	4.671,74	389,16	5.061
			TOTAL	**55.540**

FUENTE. Cuadro No.57

ELABORCIÓN. Las autoras

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN: En cuanto a los servicios básicos se considera calcular; la energía eléctrica en KW/H el servicio telefónico por minutos, el agua potable será calculada por M³ para cada mes el costo de servicios básicos para el primer mes de producción será de $148,96 dólares.

CUADRO No. 58

SERVICIO BÁSICOS.

DETALLE	UNIDAD DE CONSUMO	V. UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	20120	2021
Energía Eléctrica (Kw/h)	768	0,17	130,56	1.567	1.653,36	1.744,79	1.841,28	1.943,10	2.050,55	2.163,95	2.283,62	2.409,90	2.543,17
Agua Potable m3	40	0,31	12,4	149	157,03	165,71	174,88	184,55	194,75	205,52	216,89	228,88	241,54
Teléfono Minutos	300	0,02	6	72	75,98	80,18	84,62	89,30	94,23	99,45	104,95	110,75	116,87
		TOTAL	**148,96**	**1.788**	**1.886**	**1.991**	**2.101**	**2.217**	**2.340**	**2.469**	**2.605**	**2.750**	**2.902**

FUENTE. Investigación de Campo .Proyección de Incremento Anual del 5.53% - Inflación (BCE)
ELABORCIÓN. Las Autoras

Suministros de Oficina.- dentro de este rubro se considera los gastos de oficina para este se presupuestó para un año, el rubro para el primer año asciende a la cantidad de $1.524 dólares.

CUADRO No.59

SUMINISTRAOS DE OFICINA.

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL MENSUAL	V. TOTAL ANUAL	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Resma de Papel Bon	500	0,05	25	300	317	334	353	372	393	414	437	461	487
Papel copia	500	0,05	25	300	317	334	353	372	393	414	437	461	487
Facturas	5	8	40	480	507	535	564	595	628	663	700	738	779
Esferográficos	24	0,25	6	72	76	80	85	89	94	99	105	111	117
Lápices	24	0,25	6	72	76	80	85	89	94	99	105	111	117
Marcadores	12	0,5	6	72	76	80	85	89	94	99	105	111	117
Cinta Masqui	10	0,6	6	72	76	80	85	89	94	99	105	111	117
Caja de grapas	5	1,25	6,25	75	79	84	88	93	98	104	109	115	122
Caja de clips	3	1	3	36	38	40	42	45	47	50	52	55	58
Tijeras	3	1,25	3,75	45	47	50	53	56	59	62	66	69	73
FUENTE. Proforma Estimada por la Empresa Graficas Santiago. Incremento Anual del 5.53%			**127**	**1.524**	**1.608**	**1.697**	**1.791**	**1.890**	**1.995**	**2.105**	**2.221**	**2.344**	**2.474**

Útiles de Aseo.

La empresa necesita de un sinnúmero de elementos para la limpieza diaria. En cuanto a lo relativo a este rubro, existen ciertos elementos que tienen una larga duración como son las escobas, botiquín de primeros auxilios por ejemplo, existen otros que son perecibles con su uso final, por tanto se estima este valor en $ 139,60 dólares anuales.

CUADRO No.60

UTILES DE LINPIEZA.

DENOMINACION	CANT.	V. UNIT.	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Trapeadores	2	2,50	5,00	5,28	5,57	5,88	6,20	6,54	6,91	7,29	7,69	8,12
Escobas	2	1,00	2,00	2,11	2,23	2,35	2,48	2,62	2,76	2,92	3,08	3,25
Cestos de Basura	3	3,00	9,00	9,50	10,02	10,58	11,16	11,78	12,43	13,12	13,84	14,61
Desinfectante	2	2,50	5,00	5,28	5,57	5,88	6,20	6,54	6,91	7,29	7,69	8,12
Toallas	4	1,00	4,00	4,22	4,45	4,70	4,96	5,24	5,52	5,83	6,15	6,49
Franelas	10	0,50	5,00	5,28	5,57	5,88	6,20	6,54	6,91	7,29	7,69	8,12
Detergentes	4	2,50	10,00	10,55	11,14	11,75	12,40	13,09	13,81	14,58	15,38	16,23
Papel higiénico	100	0,35	35,00	36,94	38,98	41,13	43,41	45,81	48,34	51,02	53,84	56,81
Botiquín 1eros auxilios	1	50,00	50,00	52,77	55,68	58,76	62,01	65,44	69,06	72,88	76,91	81,16
Cera Para Pisos	2	6,00	12,00	12,66	13,36	14,10	14,88	15,71	16,57	17,49	18,46	19,48
Lanas de acero	4	0,65	2,60	2,74	2,90	3,06	3,22	3,40	3,59	3,79	4,00	4,22
FUENTE. Casas Comerciales de la ciudad de Loja., Con incremento del 5.53% por inflación Anual.			**139,60**	**147,32**	**155,47**	**164,06**	**173,14**	**182,71**	**192,82**	**203,48**	**214,73**	**226,60**

Sueldos de Administración:

De acuerdo con el organigrama de la empresa, ésta contará con un gerente general, dos secretarias contadoras. Los salarios establecidos son $580.00 para el gerente, $350.00 para la secretaria/contadora, 292 para el Jefe de Marketing. El salario anual de cada trabajador se muestra en el Cuadro No. 61

El fondo de reserva se lo pagara en el segundo año de sus funciones el empleador pagará por concepto de fondo de reserva de manera mensualizada y directa a sus trabajadores, conjuntamente con el salario o remuneración, un valor equivalente al ocho coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración de aportación.

CUADRO No. 61

PERSONAL ADMINISTRATIVO

DETALLE	SUELDO BASICO UNIFICADO	DÉCIMO TERCER SUELDO 1/12	DÉCIMO CUARTO SUELDO1/12	VACIONES 1/24	APORTE IESS 11,15%	APORTE IECE 0,55%	APORTE CNFC. 0,5%	LIQUIDO A PAGAR	TOTAL MENSUAL
Gerente	500	41,67	41,67	20,83	55,75	2,50	2,50	664,92	664,92
Secretaria Contadora	350	29,17	29,17	14,58	39,03	1,75	1,75	465,44	465,44
Jefe de Mercadotecnia	400	33,33	33,33	16,67	44,60	2,00	2,00	532,93	532,93
								TOTAL	**1.663,29**

FUENTE: Consulta Inspectoría de Trabajo

ELABORCIÓN. Las autoras

CUADRO No. 61.b

FONDO DE RESERVA SE PAGARA EN EL 2 AÑO DE SUS FUNCIONES

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO ANUAL	FONDO DE RESRVA 8,33%	TOTAL ANUAL
Gerente	1	7.979,00	664,65	8.643,65
Contadora	1	5.585,30	465,26	6.050,56
Jefe de Mercadotecnia	1	6.395,20	532,72	6.927,92
			TOTAL	**15.571,57**

FUENTE. Cuadro No.61.
ELABORCIÓN. Las autoras

CUADRO No. 62

PRESUPUESTO DE ROL DE PAGOS.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	S. ANUAL	PROYECCIÓN	
Mensajeros	10	50.479		
Mensajero Interno	1	5.061		
Gerente	1	8.644		
Contadora	1	6.051	**VIDA UTIL**	**INC. 11,5% ANUAL**
Jefe de Mercadotecnia	1	6.928		
	TOTAL	**77.162**	1012	77.162
			1013	86.036
			2014	95.930
			2015	106.962
			2016	119.262
				485.351

FUENTE. Cuadro No. 58. a. ,61. b

ELABORCIÓN. Las autoras

GASTOS DE VENTAS.

Se detalla los gastos correspondientes a publicidad, promoción, lo cual tiene por objeto dar a conocer el producto de la empresa y por consiguiente incrementar el volumen de ventas.

CUADRO No. 63

PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

DETALLE	VALOR TOTAL ANUAL. 2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Propaganda y publicidad para un año.	**4.020**	4.242	4.477	4.724	4.986	5.261	5.552	5.859	6.183	6.525

FUENTE. Cuadro No. 44

ELABORCIÓN. Las Autoras

Combustibles y Lubricantes.

Por este concepto se tomara lo siguiente

Para la distribución de facturas, se considera un costo promedio de $1.973 dólares anuales en cuanto a combustible y lubricantes, con una tasa de incremento del 5.53% de inflación anual.

CUADRO No. 64

CONBUSTIBLE Y LUBRICANTES:

DETALLE	UNIDAD DE CONSUMO	V. UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Diesel	20	1,4	28	336	355	374	395	417	440	464	490	517	545
Gasolina	8	1,45	11,6	139	147	155	164	173	182	192	203	214	226
Llantas	8	14,58	116,64	1.400	1.477	1.559	1.645	1.736	1.832	1.933	2.040	2.153	2.272
Aceite	2	4,1	8,2	98	104	110	116	122	129	136	143	151	160
			TOTAL	**1.973**	**2.082**	**2.198**	**2.319**	**2.447**	**2.583**	**2.725**	**2.876**	**3.035**	**3.203**

FUENTE. Casas Comerciales de la ciudad de Loja., Con incremento del 5.53% por inflación Anual.
ELABORCIÓN. Las autoras

Presupuesto de Arriendo:

Se adquirirá un local del cual se pagara mensualmente del arriendo un valor de $ 840.00 dólares lugar donde se emprenderá la nueva empresa de distribución de facturas a domicilio. Por lo tanto el costo anual del arriendo asciende de $10.080.00 dólares con un incremento equivalente del 5% anual.

Ya que la empresa no cuenta con un local propio si no con un arriendo de local ubicado en la Av. 24 de Mayo entre Lourdes y Mercadillo Edificio Panorama Local Comercial No. 1, el costo del arriendo es de acuerdo al contrato.

CUADRO No. 65

ARRIENDO DEL LOCAL:

DETALLE	METROS CUADRADOS	V. UNITARIO POR METROS	V. MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL	PROYECCIÓN	
					AÑO	5% INC.
Arriendo del Local	31	15	465	**5.580**	2012	**5.580**
					2013	5.859
					2014	6.152
					2015	6.460
					2016	6.783
					TOTAL	**30.833**

FUENTE: 5% Incremento Anual Municipio de Loja (Inquilinato). Cuadro No. 54

ELABORCIÓN. Las autoras

CUADRO No. 66

RESUMEN DE CAPITAL DE OPERACIONES.

DETALLE	COSTO MENSUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	4.272,42
SERVICIO BÁSICOS.	148,96
SUMINISTROS DE OFICINA.	127,00
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1.519,67
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD.	335,00
CONBUSTIBLE Y LUBRICANTES	164,44
ARRIENDO DEL LOCAL.	465,00
SUBTOTAL	**7.032,49**
INPREVISTOS DEL 2%	140,65
TOTAL DE LA INVERCIÓN	**7.173,14**

FUENTE. Cuadro No. 57, 58, 59, 61, 63, 64, 65..

ELABORCIÓN. Las autoras

A continuación se muestra un cuadro resumen del capital de trabajo.

El monto necesario para el capital de operación asciende al valor de 7.173,14 dólares, en este monto no se incluyen las depreciaciones por ser un valor que se calcula mensualmente. A continuación se presenta un cuadro resumen de los diferentes rubros requeridos para la inversión inicial.

PRESUPUESTO DE LAS INVERSIONES DEL PROYECTO:

Una vez presupuestado los montos correspondientes a las inversiones en, activos fijos y diferidos e inversiones del capital de trabajo, obtenemos la inversión total del proyecto, las mismas que detallan a continuación:

CUADRO No. 67

INVERCIONES DEL PROYECTO.

INVERCIONES	PARCIAL	V. TOTAL
ACTIVOS FIJOS		**39.080,03**
Adecuación de las instalaciones de la Empresa	945,00	
Maquinaria y Equipo	30.840,00	
Muebles y Enseres	3.948,25	
Equipo de Oficina	430,50	
Equipo de Computación	2.150,00	
Imprevistos del 2%	766,28	
ACTIVOS DIFERIDOS		**1.887,00**
Elaboración del proyecto	500,00	
Gasto de Constitución	350,00	
Trámites legales y minuta	1.000,00	
IMPREVISTOS DEL 2%	37,00	
ACTIVO CIRCULANTE		**7.173,14**
Mano de obra directa	4.272,42	
Servicios Básicos	148,96	
Suministros de Oficina	127,00	
Personal Administrativo	1.519,67	
Propaganda y Publicidad	335,00	
Combustible y Lubricantes	164,44	
Arriendo del local	465,00	
Imprevistos del 2%	140,65	
TOTAL DE INVERCIONES		**48.140,17**

FUENTE. Cuadro No. 49, 50, 51, 52, 53, 54,

56, 66

ELABORCIÓN. Las Autoras

Financiamiento de las inversiones.

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos.

Fuentes internas: El presente proyecto será financiado con aportaciones de los socios con capital propio, es decir, $17.300. Cada una dando $ 8.650 que representa el 34,68% de lo requerido.

Fuentes externas. Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, Loja ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con la Corporación Financiera Nacional, Loja constituirá el 65,32% que corresponde a $30.840 dólares a 10 años plazo al 10,50% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: vehículos.

CUADRO No. 68

FINANCIAMIENTO DE LA INVERCIÓN:

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Crédito a la Corporación Financiera Nacional, Loja	30.840,00	65,32%
Fuente Interna (Aporte de los Socios).	17.300,17	34,68%
TOTAL	**48.140,17**	**100%**

FUENTE. Investigación de Campo.

ELABORCIÓN. Las Autoras

Amortización del Préstamo.

En base al detalle del préstamo pedido, los intereses y el capital amortizado por período son los que se detallan a continuación.

CUADRO No. 69

INTERS Y AMORTIZACIÓN DEL CREDITO:

MONTO	**30.840**
INTERES	**10,50% ANUAL REAJUSTABLE SEMESTRALMENTE**
PLAZO	**10 AÑOS (2 DIVIDENDOS AL AÑO)**

AÑOS	AMORTIZACIÓN (A)	CAPITAL REDUCIDO	INTERES (B)	TOTAL C=A+B	T. DIV. ANUAL
-		30.840			
1	1.542	29.298	1.538	3.080	**6.079**
2	1.542	27.756	1.457	2.999	
3	1.542	26.214	1.376	2.918	5.756
4	1.542	24.672	1.295	2.837	
5	1.542	23.130	1.214	2.756	5.432
6	1.542	21.588	1.133	2.675	
7	1.542	20.046	1.052	2.594	5.108
8	1.542	18.504	971	2.513	
9	1.542	16.962	891	2.433	4.784
10	1.542	15.420	810	2.352	
11	1.542	13.878	729	2.271	4.460
12	1.542	12.336	648	2.190	
13	1.542	10.794	567	2.109	4.136
14	1.542	9.252	486	2.028	
15	1.542	7.710	405	1.947	3.813
16	1.542	6.168	324	1.866	
17	1.542	4.626	243	1.785	3.489
18	1.542	3.084	162	1.704	
19	1.542	1.542	81	1.623	3.165
20	1.542	-	-	1.542	

Elaboración: Las Autoras

Fuente: CFNL

COSTOS E INGRESOS.

Costos. Para el presente proyecto de distribución de facturas a domicilio tanto en la ciudad como en la provincia de Loja requiere de una serie de gastos y de costos cuya sumatoria da el total de los costó.

Presupuestos de costos.

Para elaborar los costos por año del proyecto se realizaron cálculos tomando en cuenta un factor muy importante como es la inflación cuya tasa es de 11.5 % de la mano de obra directa.

Costos de producción.

Los costos de producción para los años de vida útil del proyecto se deducen de la siguiente manera.

Mano de Obra Directa: Es la fuerza laboral que se encuentra en contacto directo con la distribución de facturas a domicilio que tiene la empresa. Los cuales se encuentra conformado por 10 mensajero y un mensajero interno de acuerdo con el perfil del manual de funciones como requisito mínimo para ocupar el cargo es de título de bachiller y una experiencia mínima en trabajos similares, se ha previsto un sueldo básico ubicado vigente por la ley de acuerdo al código de trabo.

Determinando así el monto a que haciende la mano de obra directa en el primer año, laborando con 10 mensajeros, y 1 mensajero interno en la

distribución de facturas a domicilio, esto tendrá un costo de $55.540 dólares.

Presupuesto anual.

CUADRO No.70

MANO DE OBRA DIRECTA.

DETALLE	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mensajeros	10	3.883,11	50.479
M. Interno	1	389,31	5.061
FUENTE. Cuadro No. 58,…58a			**55.540**

ELABORCIÓN. Las Autoras

DEPRECIACIÓN:

Es la pérdida del valor de los activos por su uso, es decir por la acción del tiempo.

Los porcentajes de depreciación señalados como gastos deducibles de acuerdo al Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, son los siguientes

- Maquinaria, equipos y muebles 10% anual, 10 años
- Equipo de cómputo 33% anual, 3 años
- Vehículo 20% anual, 5 años.

CUADRO No. 71

DEPRECIACIÓN DE VEÍCULOS.

VALOR DEL ACTIVO:		**30.840,00**		
5	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**20% DEPRECIACIÓN**	
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC. ANUAL**	**VAL. ACTUAL**
0	30.840,00	6.168,00		24.672,00
1	24.672,00		4934,4	19.737,60
2	19.737,60		4934,4	14.803,20
3	14.803,20		4934,4	9.868,80
4	9.868,80		4934,4	4.934,40
5	4.934,40		4934,4	0,00

FUENTE. Cuadro No. 49

ELABORCIÓN. Las Autoras

CUADRO No. 72

REINVERCIÓN DE MAQUINARIA:

Descripción	**Cant.**	**V. Total.**
Kia 2011 K3000 S. Combustible Diesel. Color: Blanco .Dirección: Hidráulica	1	20.989,00
Moto traxx ISO-6-B	10	12.000,00
	TOTAL.	**32.989,00**

Fuente. Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO No. 73

DEPRCIA IÓN DE VEHIULO.

VALOR DEL ACTIVO:		**32.989,00**		
5	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**20% DEPRECIACIÓN**	
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC. ANUAL**	**VAL. ACTUAL**
0	32.989,00	6.597,80		26.391,20
1	26.391,20		5278,24	21.112,96
2	21.112,96		5278,24	15.834,72
3	15.834,72		5278,24	10.556,48
4	10.556,48		5278,24	5.278,24
5	5.278,24		5278,24	0,00

FUENTE. Cuadro No. 72

ELABORCIÓN. Las Autoras

Costo de Operación.-

Gastos de Administración.-

CUADRO No. 74

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES:

VALOR DEL ACTIVO:		**3.948,25**		
10	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**10% DEPRECIACIÓN**	
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC. ANUAL**	**VAL. ACTUAL**
0	3.948,25	394,83		3.553,43
1	3.553,43		355,34	3.198,08
2	3.198,08		355,34	2.842,74
3	2.842,74		355,34	2.487,40
4	2.487,40		355,34	2.132,06
5	2.132,06		355,34	1.776,71
5	1.776,71		355,34	1.421,37
7	1.421,37		355,34	1.066,03
8	1.066,03		355,34	710,68
9	710,68		355,34	355,34
10	355,34		355,34	0,00

Fuente: Cuadro No.50

Elaboración: Las Autoras

CUADRO No. 75

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA:

VALOR DEL ACTIVO:		430,50		
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC. ANUAL	VAL. ACTUAL
0	430,50	43,05		387,45
1	387,45		38,75	348,71
2	348,71		38,75	309,96
3	309,96		38,75	271,22
4	271,22		38,75	232,47
5	232,47		38,75	193,73
5	193,73		38,75	154,98
7	154,98		38,75	116,24
8	116,24		38,75	77,49
9	77,49		38,75	38,75
10	38,75		38,75	0,00

Fuente: Cuadro No.51
Elaboración: Las Autoras

CUADRO No 76

DEPRECIACIÓN DE CONPUTACIÓN:

VALOR DEL ACTIVO:		2.150,00		
3	AÑOS DE VIDA ÚTIL		33% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC. ANUAL	VAL. ACTUAL
0	2.150,00	709,50		1.440,50
1	1.440,50		480,17	960,33
2	960,33		480,17	480,17
3	480,17		480,17	0,00

Fuente: Cuadro No.52

Elaboración: Las Autoras

CUADRO No. 77

REINVERCIÓN DE COMPUTACIÓN:

Descripción	Cantidad.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	900,00	1.800,00
Impresora HP LaserJet 9050dn (Q3723A)	1	600,00	600,00
		TOTAL	**2.400,00**

Fuente. Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO No. 78

DEPRECIOACIÓN DE COMPUTACIÓN:

VALOR DEL ACTIVO:		**2.400,00**		
3	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**33% DEPRECIACIÓN**	
AÑOS	**VAL. CTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC. ANUAL**	**VAL. ACTUAL**
0	2.400,00	792,00		1.608,00
1	1.608,00		536	1.072,00
2	1.072,00		536	536,00
3	536,00		536	0,00

Fuente: Cuadro No.77

Elaboración: Las Autoras

CUADRO No.79

REINVERCIÓN DE CONPUTACIÓN.

Descripción	Cantidad.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	1.000,00	2.000,00
Impresora HP LaserJet 9050dn (Q3723A)	1	600,00	600,00
		TOTAL	**2.600,00**

Fuente. Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras.

CUADRO NO. 80

DEPRECIACIÓN DE COMPUTACIÓN:

VALOR DEL ACTIVO:		**2.600,00**		
3	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**33% DEPRECIACIÓN**	
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC. ANUAL**	**VAL. ACTUAL**
0	2.600,00	858,00		1.742,00
1	1.742,00		580,67	1.161,33
2	1.161,33		580,67	580,67
3	580,67		580,67	0,00

Fuente: Cuadro No.79

Elaboración: Las Autoras

CUADRO No. 81

DEPRECIACIÓN DE ADECUACIÓN DE OFICINAS.

VALOR DEL ACTIVO:		**945,00**		
10	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**10% DEPRECIACIÓN**	
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC. ANUAL**	**VAL. ACTUAL**
0	945,00	94,50		850,50
1	850,50		85,05	765,45
2	765,45		85,05	680,40
3	680,40		85,05	595,35
4	595,35		85,05	510,30
5	510,30		85,05	425,25
5	425,25		85,05	340,20
7	340,20		85,05	255,15
8	255,15		85,05	170,10
9	170,10		85,05	85,05
10	85,05		85,05	0,00

FUENTE. Cuadro No. 53
ELABORCIÓN. Las Autoras

ESTRUCTURA DE COSTOS:

Los costos son todas los desembolsos realizados durante un año o acción económico, este es uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y uno de los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo.

Estos costos se detallan a continuación:

CUADRO No. 82
PRESUPUESTO DE OPERACIONES (COSTOS TOTALES) 10 AÑOS

RUBROS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Mano de Obra Directa: Cuadro No. 57a.	55.539,81	56.178,52	56.824,57	57.478,06	58.139,05	58.807,65	59.483,94	60.168,01	60.859,94	61.559,83
GASTOS DE FABRICACIÓN										
CARGA FABRIL										
Deprec .Adecuación de oficinas: Cuadro No. 75	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05
Deprec. Vehículos. Cuadro. No. 71, 72	4.934,40	4.934,40	4.934,40	4.934,40	4.934,40	**5.278,24**	5.278,24	5.278,24	5.278,24	5.278,24
Servicios Básicos Cuadro No. 58	1.787,52	1.886,37	1.990,69	2.100,77	2.216,94	2.339,54	2.468,92	2.605,45	2.749,53	2.901,58
Repuestos y Lubricantes Cuadro No. 64	1.973,28	2.082,40	2.197,56	2.319,08	2.447,33	2.582,67	2.725,49	2.876,21	3.035,26	3.203,11
Imprevistos 5%	439,01	449,41	460,38	471,97	484,19	514,27	527,88	542,25	557,40	573,40
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	**64.759,07**	**65.616,15**	**66.492,65**	**67.389,33**	**68.306,96**	**69.607,42**	**70.569,52**	**71.555,20**	**72.565,42**	**73.601,21**
COSTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y Salarios. Cuadro No. 61b.	13.704,54	13.862,14	14.021,56	14.182,81	14.345,91	14.510,89	14.677,76	14.846,56	15.017,29	15.189,99
Deprec. Muebles y Enseres Cuadro No. 74	355,34	355,34	355,34	355,34	355,34	355,34	355,34	355,34	355,34	355,34
Deprec. Equipo de Oficina. Cuadro No. 75	38,75	38,75	38,75	38,75	38,75	38,75	38,75	38,75	38,75	38,75
Deprec. Equipo de Computación Cuadro No. 76	480,17	480,17	480,17	**536,00**	536,00	536,00	**580,67**	580,67	580,67	580,67
Amortización del activo diferido. Cuadro No 56	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70
Materiales de Oficina Cuadro No. 59	1.524	1.608	1.697	1.791	1.890	1.995	2.105	2.221	2.344	2.474
Arrendamiento del Local Cuadro No. 65	5.580,00	5.859,00	6.151,95	6.459,55	6.782,52	7.121,65	7.477,73	7.851,62	8.244,20	8.656,41
Útiles de aseo y Limpieza Cuadro No. 60	139,60	147,32	155,47	164,06	173,14	182,71	192,82	203,48	214,73	226,60
Imprevistos 5%	1.100,55	1.126,98	1.154,46	1.185,81	1.215,52	1.246,43	1.280,84	1.314,32	1.349,19	1.385,51
GASTOS DE VENTAS										
Promoción y Publicidad Cuadro No. 63	4.020	4.242	4.477	4.724	4.986	5.261	5.552	5.859	6.183	6.525
Imprevistos 5%	201	212	224	236	249	263	278	293	309	326
GASTOS FINANCIEROS										
Intereses en Préstamo Cuadro No. 69	6.079	5.756	5.432	5.108	4.784	4.460	4.136	3.813	3.489	3.165
Amortización en Préstamo Cuadro No.69	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	**36.496**	**36.961**	**37.460**	**38.055**	**38.629**	**39.244**	**39.948**	**40.650**	**41.398**	**42.196**
TOTAL DE COSTOS	**101.255,06**	**102.576,77**	**103.952,70**	**105.443,99**	**106.936,05**	**108.851,30**	**110.517,51**	**112.205,01**	**113.963,92**	**115.797,67**

ELABORCIÓN. Las Autoras

COSTO UNITARIO:

Para obtener los costos unitarios, se establece la relación entre el costo total por el número de unidades producidas para poder obtener el costo unitario y esto por el margen de la utilidad que es el 25% donde se obtendrá el costo total por cada factura entregada al año.

CUADRO No. 83

COSTO UNITARIO:

Nº	COSTOS TOTALES	CAPASIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO MAS 25 % UTILIDAD	INGRESOS
2012	101.255,06	158.400	0,64	**0,80**	126.568,83
2013	102.576,77	168.960	0,61	**0,76**	128.220,96
2014	103.952,70	168.960	0,62	**0,77**	129.940,88
2015	105.443,99	179.520	0,59	**0,73**	131.804,99
2016	106.936,05	179.520	0,60	**0,74**	133.670,06
2017	108.851,30	190.080	0,57	**0,72**	136.064,12
2018	110.517,51	190.080	0,58	**0,73**	138.146,89
2019	112.205,01	200.640	0,56	**0,70**	140.256,26
2020	113.963,92	200.640	0,57	**0,71**	142.454,90
2021	115.797,67	211.200	0,55	**0,69**	144.747,08

Fuente .Cuadro No. 48
Elaboración. Las Autoras

De acuerdo al cuadro antes expuesto se determina que la entrega de facturas para el primero año tendrá un costo de 0,80 centavos de dólares, para el quinto año 0,74 centavos de dólares, y para el último año tendrá un costo de 0,69 centavos de dólares.

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS:

Los costos se distribuyen en costos fijos y costos variables, de conformidad a la relación con la capacidad productiva de la empresa.

COSTOS FIJOS: Está representado por los gastos que incurre la empresa por el solo hecho de existir. Estos no varían ante cualquier volumen de producción.

COSTOS VARIABLES: Representa todos los componentes del costo total a excepción del costo fijo y son aquellos que varían de acuerdo con el aumento o disminución en el volumen de producción.

.

CUADRO No. 84

COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

RUBROS	AÑO 2012		AÑO 2013		AÑO 2014		AÑO 2015	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**
Mano de Obra Directa: Cuadro No. 57a		55.539,81		56.178,52		56.824,57		57.478,06
GASTOS DE FABRICACIÓN								
CARGA FABRIL								
Deprec. Adecuación de oficinas: Cuadro No. 75	85,05		85,05		85,05		85,05	
Deprec. Vehículos. Cuadro. No. 73	4.934,40		4.934,40		4.934,40		4.934,40	
Servicios Básicos Cuadro No. 58	1.787,52		1.886,37		1.990,69		2.100,77	
Repuestos y Lubricantes Cuadro No. 64	1.973,28		2.082,40		2.197,56		2.319,08	
Imprevistos 5%	439,01		449,41		460,38		471,97	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN								
COSTOS DE OPERACIÓN								
GASTOS ADMINISTRATIVOS								
Sueldos y Salarios. Cuadro No. 61b	13.704,54		13.862,14		14.021,56		14.182,81	
Deprec. Muebles y Enseres Cuadro No. 74	355,34		355,34		355,34		355,34	
Deprec. Equipo de Oficina. Cuadro No. 75	38,75		38,75		38,75		38,75	
Deprec. Equipo de Computación Cuadro No. 76, 78, 80..	480,17		480,17		480,17		536,00	
Amortización del activo diferido. Cuadro No 56	188,70		188,70		188,70		188,70	
Materiales de Oficina Cuadro No. 59	1.524,00		1.608,28		1.697,21		1.791,07	
Arrendamiento del Local Cuadro No. 65	5.580,00		5.859,00		6.151,95		6.459,55	
Útiles de aseo y Limpieza Cuadro No. 60	139,60		147,32		155,47		164,06	
Imprevistos 5%	1.100,55		1.126,98		1.154,46		1.185,81	
GASTOS DE VENTAS								
Promoción y Publicidad Cuadro No. 63	4.020,00		4.242,31		4.476,91		4.724,48	
Imprevistos 5%	201,00		212,12		223,85		236,22	
GASTOS FINANCIEROS								
Intereses en Préstamo Cuadro No. 69	6.079,34		5.755,52		5.431,70		5.107,88	
Amortización en Préstamo Cuadro No.69	3.084,00		3.084,00		3.084,00		3.084,00	
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	36.495,99	55.539,81	36.960,62	56.178,52	37.460,05	56.824,57	38.054,67	57.478,06
TOTAL DE COSTOS		92.035,80		93.139,14		94.284,62		95.532,72

CONTINUACIÓN DEL GRAFICO 84.

RUBROS	AÑO 2016		AÑO 2017		AÑO 2018		AÑO 2019		AÑO 2020		AÑO 20121	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**
Mano de Obra Directa: Cuadro No. 57a		58.139,05		58.807,65		59.483,94		60.168,01		60.859,94		61.559,83
GASTOS DE FABRICACIÓN												
CARGA FABRIL												
Deprec .Adecuación de oficinas: Cuadro No. 75	85,05		85,05		85,05		85,05		85,05		85,05	
Deprec. Vehículos. Cuadro. No. 73	4.934,40		5.278,24		5.278,24		5.278,24		5.278,24		5.278,24	
Servicios Básicos Cuadro No. 58	2.216,94		2.339,54		2.468,92		2.605,45		2.749,53		2.901,58	
Repuestos y Lubricantes Cuadro No. 64	2.447,33		2.582,67		2.725,49		2.876,21		3.035,26		3.203,11	
Imprevistos 5%	484,19		514,27		527,88		542,25		557,40		573,40	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN												
COSTOS DE OPERACIÓN												
GASTOS ADMINISTRATIVOS												
Sueldos y Salarios. Cuadro No. 61b	14.345,91		14.510,89		14.677,76		14.846,56		15.017,29		15.189,99	
Deprec. Muebles y Enseres Cuadro No. 74	355,34		355,34		355,34		355,34		355,34		355,34	
Deprec. Equipo de Oficina. Cuadro No. 75	38,75		38,75		38,75		38,75		38,75		38,75	
Deprec. Equipo de Computación Cuadro No. 76, 78, 80..	536,00		536,00		580,67		580,67		580,67		580,67	
Amortización del activo diferido. Cuadro No 56	188,70		188,70		188,70		188,70		188,70		188,70	
Materiales de Oficina Cuadro No. 59	1.890,12		1.994,64		2.104,94		2.221,35		2.344,19		2.473,82	
Arrendamiento del Local Cuadro No. 65	6.782,52		7.121,65		7.477,73		7.851,62		8.244,20		8.656,41	
Útiles de aseo y Limpieza Cuadro No. 60	173,14		182,71		192,82		203,48		214,73		226,60	
Imprevistos 5%	1.215,52		1.246,43		1.280,84		1.314,32		1.349,19		1.385,51	
GASTOS DE VENTAS												
Promoción y Publicidad Cuadro No. 63	4.985,74		5.261,45		5.552,41		5.859,46		6.183,49		6.525,44	
Imprevistos 5%	249,29		263,07		277,62		292,97		309,17		326,27	
GASTOS FINANCIEROS												
Intereses en Préstamo Cuadro No. 69	4.784,06		4.460,24		4.136,42		3.812,60		3.488,78		3.164,96	
Amortización en Préstamo Cuadro No.69	3.084,00		3.084,00		3.084,00		3.084,00		3.084,00		3.084,00	
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	**38.629,08**	**58.139,05**	**39.243,87**	**58.807,65**	**39.947,99**	**59.483,94**	**40.649,81**	**60.168,01**	**41.398,50**	**60.859,94**	**42.196,46**	**61.559,83**
TOTAL DE COSTOS		**96.768,14**		**98.051,52**		**99.431,93**		**100.817,81**		**102.258,43**		**103.756,29**

INGRESOS TOTALES.

La empresa se encargará de la distribución de las facturas a domicilio en la ciudad y provincia de la ciudad de Loja; los ingresos que tendrá la empresa serán de la venta del mismo.

En la proyección de los presupuestos se debe considerar los incrementos de los precios así como las tendencias inflacionarias, las mismas que pueden ser constantes o incrementarse debido a varios factores económicos.

CUADRO No. 85

INGRESOS TOTALES:

Nº	COSTOS TOTALES	CAPASIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	COSTO MAS 25 % UTILIDAD	INGRESOS
2012	101.255,06	158.400	0,64	0,80	**126.568,83**
2013	102.576,77	168.960	0,61	0,76	**128.220,96**
2014	103.952,70	168.960	0,62	0,77	**129.940,88**
2015	105.443,99	179.520	0,59	0,73	**131.804,99**
2016	106.936,05	179.520	0,60	0,74	**133.670,06**
2017	108.851,30	190.080	0,57	0,72	**136.064,12**
2018	110.517,51	190.080	0,58	0,73	**138.146,89**
2019	112.205,01	200.640	0,56	0,70	**140.256,26**
2020	113.963,92	200.640	0,57	0,71	**142.454,90**
2021	115.797,67	211.200	0,55	0,69	**144.747,08**

Fuente .Cuadro No. 48
Elaboración. Las Autoras

PUNTO DE EQUILIBRIO:

Se establece en el criterio de las proyecciones de los ingresos y egresos de una empresa, cuando no obtiene ganancias ni sufre perdidas en un momento dado quiere decir, que se encuentra en un punto en donde los ingresos se igualan a los gastos, denominándose punto muerto o punto de equilibrio. Para su cálculo se utiliza diversas fórmulas dependiendo del método para calcularlo:

AÑO: 1

DATOS:

Costos Fijos:	CF	=	36.495,99	dólares
Costos Variables:	CV	=	55.539,81	dólares
Unidades Producidas:	UP	=	**158.400,00**	unidades
Margen de Utilidad:	%M	=	0,25	

Costo Total:	CT = CF + CV	=	92035,80	dólares
Costo Unitario:	CU = CT / UP	=	0,58	dólares
Margen de Utilidad:	M = CU * %M	=	0,15	dólares
Precio de Venta:	PVu = CU + M	=	0,73	dólares
Ingresos Totales:	VT = UP * PV	=	115.044,75	dólares

MATEMÁTICAMENTE

*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{36495,99}{115044,75 - 55539,81} * 100 = \mathbf{61,33\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{36495,99}{1 - \frac{55539,81}{115044,75}} = \mathbf{70.560,05}\ \mathbf{dólares}$$

*** PE en función de las Unidades Producidas**

$$CVu = \frac{CV}{UP} = \frac{55539,81}{158400,00} = 0,35 \text{ dólares}$$

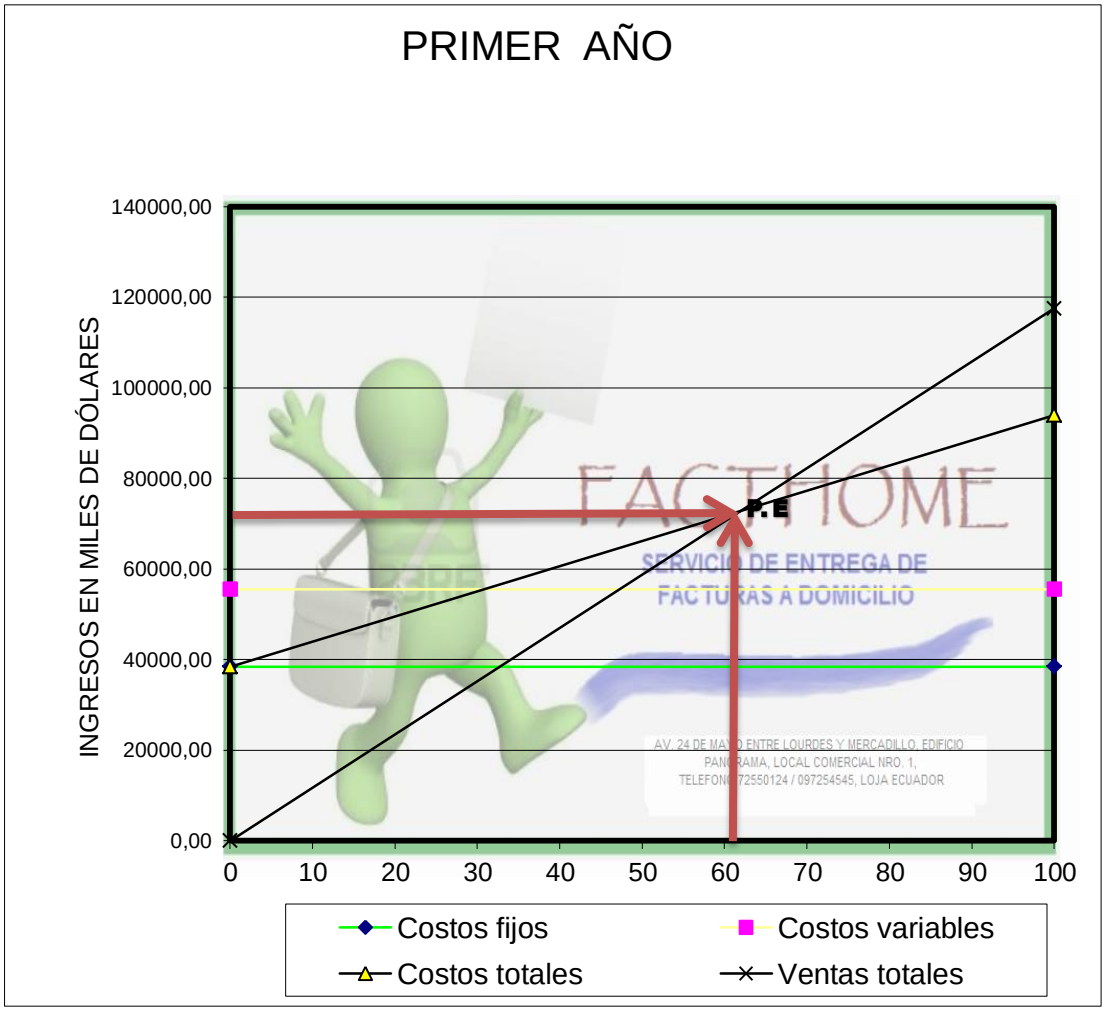
$$PE = \frac{CF}{PVu - Cvu} = \frac{36495,99}{0,73 - 0,35} = \mathbf{97.151,00} \text{ unidades}$$

*** Margen de Seguridad**

$$Mgs = \frac{VT - V\,PE}{VT} * 100 = \frac{115044,75 - 70560,05}{115044,75} * 100 = \mathbf{38,67\%}$$

GRAFICO No. 43

PE. EN FUNCIÓN DE LA CAPASIDAD INSTALADA DE LAS VENTAS.



AÑO: 5

DATOS:

Costos Fijos:	CF	=	38.629,08	dólares
Costos Variables:	CV	=	58.139,05	dólares
Unidades Producidas:	UP	=	**179.520,00**	unidades
Margen de Utilidad:	%M	=	0,25	

Costo Total:	CT = CF + CV	=	96768,14	dólares
Costo Unitario:	CU = CT / UP	=	0,54	dólares
Margen de Utilidad:	M = CU * %M	=	0,13	dólares
Precio de Venta:	PVu = CU + M	=	0,67	dólares
Ingresos Totales:	VT = UP * PV	=	120.960,17	dólares

MATEMÁTICAMENTE:

*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{38629,08}{120960,17 - 58139,05} * 100 = \mathbf{61,49\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{38629,08}{1 - \frac{58139,05}{120960,17}} = \mathbf{74.379,14} \quad \mathbf{dólares}$$

*** PE en función de las Unidades Producidas**

$$CVu = \frac{CV}{UP} = \frac{58139,05}{179520,00} = 0,32 \quad \text{dólares}$$

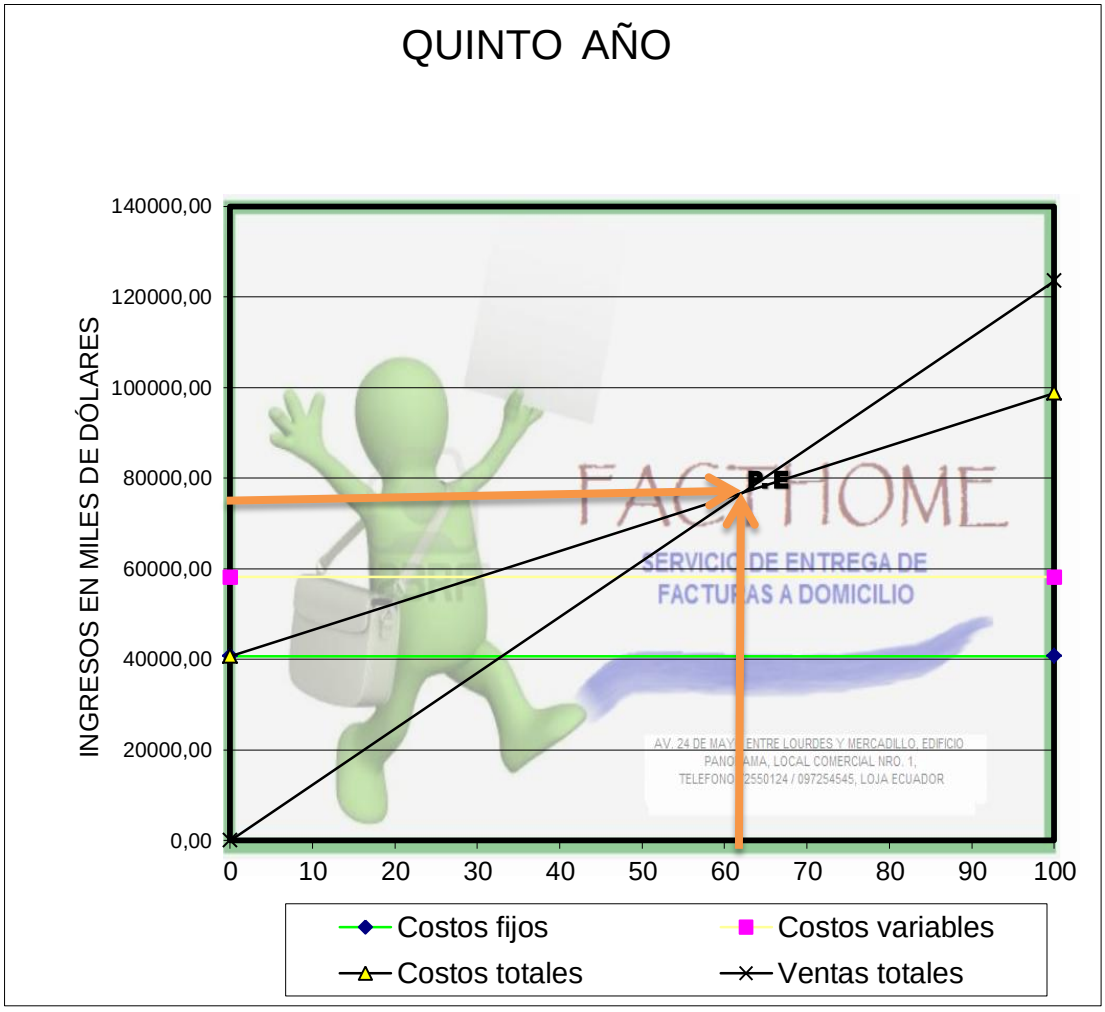
$$PE = \frac{CF}{PVu - Cvu} = \frac{38629,08}{0,67 - 0,32} = \mathbf{110.387,93} \quad \mathbf{unidades}$$

* **Margen de Seguridad**

$$Mgs = \frac{VT - V\,PE}{VT} * 100 = \frac{120960{,}17 - 74379{,}14}{120960{,}17} * 100 = \mathbf{38{,}51\%}$$

GRAFICO No. 44

PE. EN FUNCIÓN DE LA CAPASIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS



AÑO: 10

DATOS:

Costos Fijos:	CF	=	42.196,46	dólares
Costos Variables:	CV	=	61.559,83	dólares
Unidades Producidas:	UP	=	**211.200,00**	unidades
Margen de Utilidad:	%M	=	0,25	

Costo Total:	CT = CF + CV	=	103756,29	dólares
Costo Unitario:	CU = CT / UP	=	0,49	dólares
Margen de Utilidad:	M = CU * %M	=	0,12	dólares
Precio de Venta:	PVu = CU + M	=	0,61	dólares
Ingresos Totales:	VT = UP * PV	=	129.695,36	dólares

MATEMÁTICAMENTE:

*** PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{42196,46}{129695,36 - 61559,83} * 100 = \mathbf{61,93\%}$$

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{42196,46}{1 - \frac{61559,83}{129695,36}} = \mathbf{80.320,57} \quad \textbf{dólares}$$

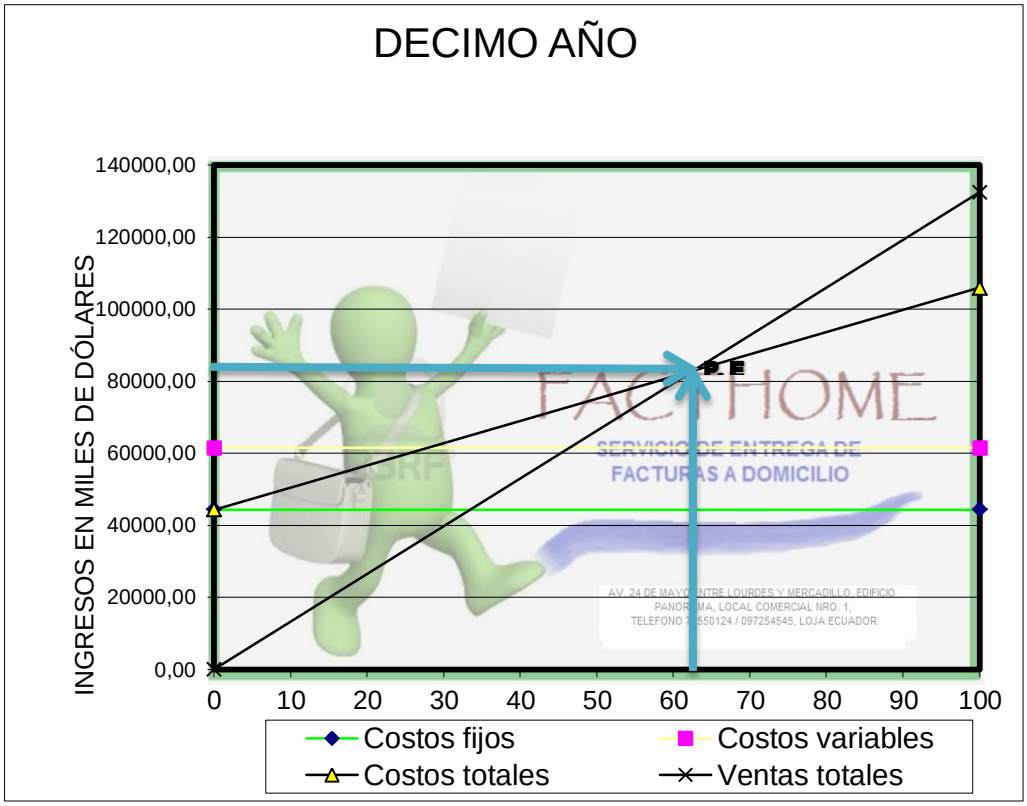
*** PE en función de las Unidades Producidas**

$$CVu = \frac{CV}{UP} = \frac{61559,83}{211200,00} = 0,29 \quad \text{dólares}$$

$$PE = \frac{CF}{PVu - Cvu} = \frac{42196,46}{0,61 - 0,29} = \mathbf{130.796,55} \quad \textbf{unidades}$$

GRAFICO No. 45

PE. EN FUNCIÓN DE LA CAPASIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS



Análisis. Para el primer año de sus funciones la capacidad instalada el punto de equilibrio se genera cuando la empresa utiliza el 61,33 % de la capacidad instalada, y con unas ventas de 70.560,05 dólares.

Esto quiere decir que para el quinto año la empresa trabajara con el 61,49% de la capacidad instalada, con ventas de 74.379,14 dólares.

Para el último año la empresa trabajara con el 61.93% de su capacidad instalada y con unas ventas de 80.320,57 dólares.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIA:

Este indicador económico expresa en forma resumida los egresos e ingresos que tendrá la empresa durante la vida útil del proyecto, es decir, determina la utilidad neta de un período determinado, esto se realiza restando todos los ingresos de los egresos tomando en cuenta los impuestos que la empresa tiene que pagar obteniendo el beneficio neto de la empresa.

CUADRO No. 86

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:

DETALLE	AÑO. 1	AÑO.2	AÑO. 3	AÑO. 4	AÑO. 5	AÑO.6	AÑO.7	AÑO.8	AÑO.9	AÑO.10
VENTAS	126.568,83	128.220,96	129.940,88	131.804,99	133.670,06	136.064,12	138.146,89	140.256,26	142.454,90	144.747,08
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	64.759,07	65.616,15	66.492,65	67.389,33	68.306,96	69.607,42	70.569,52	71.555,20	72.565,42	73.601,21
(=) UTILIDAD EN VENTAS	61.809,75	62.604,81	63.448,22	64.415,67	65.363,10	66.456,70	67.577,37	68.701,06	69.889,48	71.145,88
(-) GASTOS DE OPERACIÓN	36.495,99	36.960,62	37.460,05	38.054,67	38.629,08	39.243,87	39.947,99	40.649,81	41.398,50	42.196,46
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN	**25.313,77**	**25.644,19**	**25.988,18**	**26.361,00**	**26.734,01**	**27.212,82**	**27.629,38**	**28.051,25**	**28.490,98**	**28.949,42**
(-) 15% REPARTO TRABAJADORES	3.797,06	3.846,63	3.898,23	3.954,15	4.010,10	4.081,92	4.144,41	4.207,69	4.273,65	4.342,41
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMP. RENTA	21.516,70	21.797,56	22.089,95	22.406,85	22.723,91	23.130,90	23.484,97	23.843,56	24.217,33	24.607,00
(-) IMPUESTO A LA RENTA 25%	5.379,18	5.449,39	5.522,49	5.601,71	5.680,98	5.782,73	5.871,24	5.960,89	6.054,33	6.151,75
(-) 10% RESERVA LEGAL	2.151,67	2.179,76	2.208,99	2.240,68	2.272,39	2.313,09	2.348,50	2.384,36	2.421,73	2.460,70
UTILIDAD NETA	13.985,86	14.168,42	14.358,47	14.564,45	14.770,54	15.035,09	15.265,23	15.498,32	15.741,27	15.994,55

FUENTE. Cuadro No. 83, 84
ELABORCIÓN. Las Autoras

EVALUACIÓN FINANCIERA:

El estudio de la evaluación financiera es la parte final de toda secuencia del análisis de la factibilidad de un proyecto.

Se lo realiza con la finalidad de determinar la rentabilidad del mismo a través de la aplicación de distintos criterios de evaluación, pues estos intentan medir el efecto del proyecto desde el punto de vista de la empresa, valorando costos e ingresos a precios de mercado. Es la parte donde recae la decisión de aceptación o rechazo del proyecto

FLUJO DE CAJA:

Es el movimiento de Ingresos y Egresos en efectivo durante la vida útil del proyecto, mediante esta relación se conoce el flujo neto del efectivo con el que la empresa contara durante el proceso productivo. Determina los saldos de caja que resultan de la diferencia entre las fuentes de ingresos y el uso de los mismos. De acuerdo con la magnitud de los saldos que existan se podrá determinar la liquidez que tendrá el proyecto, mientras mayor sea significará que la empresa es sólida financieramente y será sujeta de crédito sin mayores inconvenientes.

El saldo de caja en el primer año es de $57.860,18 dólares. Los saldos de caja calculados para cada uno de los años se presentan en el siguiente cuadro: El valor de rescate se obtuvo de las depreciaciones de maquinaria, equipo de oficina, equipo de cómputo y muebles y enseres por el método de línea recta.

CUADRO No. 87
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		129.019,30	130.699,62	132.448,04	134.340,98	136.235,21	138.658,78	140.771,39	142.910,93	145.140,11	147.463,17
Crédito C.F.N.L.	30.840,00										
Capital propio	17.300,17										
Valor de rescate				709,50		6.168,00	792,00			858,00	6.597,80
Total de ingresos	**48.140,17**	**129.019,30**	**130.699,62**	**133.157,54**	**134.340,98**	**142.403,21**	**139.450,78**	**140.771,39**	**142.910,93**	**145.998,11**	**154.060,97**
EGRESOS											
Activo Fijo	39.080,03										
Activo Diferido	1.887,00										
Activo Circulante	7.319,64										
Costos de Producción		64.759,07	65.616,15	66.492,65	67.389,33	68.306,96	69.607,42	70.569,52	71.555,20	72.565,42	73.601,21
Reinversión					**2.400,00**		**32.989,00**	**2.600,00**			**32.989,00**
TOTAL DE EGRESOS		**64.759,07**	**65.616,15**	**66.492,65**	**69.789,33**	**68.306,96**	**102.596,42**	**73.169,52**	**71.555,20**	**72.565,42**	**73.601,21**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		64.260,23	65.083,46	66.664,88	64.551,66	74.096,25	36.854,35	67.601,87	71.355,74	73.432,68	80.459,76
(-15% Utilidad Trabajadores		9.639,03	9.762,52	9.999,73	9.682,75	11.114,44	5.528,15	10.140,28	10.703,36	11.014,90	12.068,96
utilidad antes del impuesto		54.621,19	55.320,95	56.665,15	54.868,91	62.981,81	31.326,20	57.461,59	60.652,38	62.417,78	68.390,80
(-25% de Impuesto a la renta		13.655,30	13.830,24	14.166,29	13.717,23	15.745,45	7.831,55	14.365,40	15.163,09	15.604,44	17.097,70
= UTILIDAD LÍQUIDA		**40.965,89**	**41.490,71**	**42.498,86**	**41.151,68**	**47.236,36**	**23.494,65**	**43.096,19**	**45.489,28**	**46.813,33**	**51.293,10**
+ Depreciación de Activo Fijo.		5.893,70	5.893,70	5.893,70	5.949,54	5.949,54	5.949,54	6.338,04	6.338,04	6.338,04	6.338,04
+ Amortización Activo Diferido		188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70	188,70
FLUJO DE CAJA	**48.286,66**	**47.048,30**	**47.573,11**	**48.581,27**	**47.289,92**	**53.374,60**	**29.632,89**	**49.622,93**	**52.016,03**	**53.340,08**	**57.819,84**

FUENTE. Cuadro No. 57, 67, 82, 86…

ELABORCIÓN. Las Autoras

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

CUADRO No. 88

VALOR ACTUAL NETO.

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	FACTOR DE DESCUENTO 10,50%	VALOR ACTUALIZADO
0	- 48.286,66	10,50%	**48.286,66**
1	47.048,30	0,904977376	42.577,65
2	47.573,11	0,818984050	38.961,62
3	48.581,27	0,741162036	36.006,59
4	47.289,92	0,670734875	31.719,00
5	53.374,60	0,606999887	32.398,37
6	29.632,89	0,549321164	16.277,97
7	49.622,93	0,497123226	24.668,71
8	52.016,03	0,449885272	23.401,24
9	53.340,08	0,407135993	21.716,67
10	57.819,84	0,368448862	21.303,65
		SUMA:	289.031,48
			240.744,82

Elaboración: Las Autoras

Fuente: Flujo de Caja

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto - Inversión
V.A.N. = 289.031,48 -48.286,66
V.A.N. = 240.744,82

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, por lo tanto se realiza la inversión.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL:

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto rembolsará el capital invertido. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El Periodo de Recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

CUADRO Nº 89
PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA
0	**- 48.286,66**	
1		47.048,30
2		47.573,11
3		48.581,27
4		47.289,92
5		53.374,60
6		29.632,89
7		49.622,93
8		52.016,03
9		53.340,08
10		57.819,84
Elaboración: Las Autoras		**486.298,96**

Fuente: Flujo de Caja

FLUJO NETO(DE LOS 2 Primeros Años) - INVERSION

P.R.C. = ----------

FLUJO NETO (Ultimo año)

94.621,41 -48.286,66

P.R.C. = ----------

94.621,41

P.R.C. =	0,49		años
0,49x 12 =		5,88	meses
0,88 x 30 =	26,4		días

Análisis: La reinversión se recupera en 2 años, 5 meses y 26 días.

TASA INTERNA DE RETORNO:

Se interpretar como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

CUADRO NO. 90

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	**FLUJO NETO DE CAJA**	**FACTOR DE DESCUENTO**	**VAN MENOR**	**FACTOR DE DESCUENTO**	**VAN MAYOR**
0		**98,00%**	**48286,66**	**99,00%**	**48286,66**
1	47.048,30	0,505050505	23.761,77	0,502512563	23.642,36
2	47.573,11	0,255076013	12.134,76	0,252518876	12.013,11
3	48.581,27	0,128826269	6.258,54	0,126893907	6.164,67
4	47.289,92	0,065063772	3.076,86	0,063765783	3.015,48
5	53.374,60	0,032860491	1.753,92	0,032043107	1.710,29
6	29.632,89	0,016596208	491,79	0,016102064	477,15
7	49.622,93	0,008381923	415,94	0,008091489	401,52
8	52.016,03	0,004233294	220,20	0,004066075	211,50
9	53.340,08	0,002138028	114,04	0,002043254	108,99
10	57.819,84	0,001079812	62,43	0,001026761	59,37
			48.290,25		47.804,43
			3,59		**-482,23**

Elaboración: Las Autoras

Fuente: Flujo de Caja

TIR = **98%**

Análisis: Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 10.50%.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO:

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

Análisis:

Si R.B/C > 1 Se puede realizar el proyecto

Si R. B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto

Si R. B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto

CUADRO No. 91

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACION	COSTOS ACTUALIZADOS	INGRESOS ANUALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADOS
0		10,50%			10,50%	
2012	103.215,44	0,904977376	93.407,64	129.019,30	0,904977376	116.759,55
2013	104.559,69	0,818984050	85.632,72	130.699,62	0,818984050	107.040,90
2014	105.958,43	0,741162036	78.532,36	132.448,04	0,741162036	98.165,46
2015	107.472,79	0,670734875	72.085,75	134.340,98	0,670734875	90.107,18
2016	108.988,17	0,606999887	66.155,81	136.235,21	0,606999887	82.694,76
2017	110.927,02	0,549321164	60.934,56	138.658,78	0,549321164	76.168,20
2018	112.617,11	0,497123226	55.984,58	140.771,39	0,497123226	69.980,73
2019	114.328,75	0,449885272	51.434,82	142.910,93	0,449885272	64.293,52
2020	116.112,08	0,407135993	47.273,41	145.140,11	0,407135993	59.091,76
2021	117.970,53	0,368448862	43.466,11	147.463,17	0,368448862	54.332,64
			456.748,84			**570.936,05**

Elaboración: Las Autoras

Fuente: Flujo de Caja

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$B/C = \frac{570936,05}{456748,84}$$

$$B/C = 1,25$$

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su RBC es mayor a uno. También es importante decir que, por cada dólar invertido se recibirá 0,25 centavos de dólares de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 1,90 % en los costos y una disminución del 1,50% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 2% y en un 1,60 %, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

El coeficiente de sensibilidad es 0,9999 por lo tanto es menor que uno, significa que el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

CUADRO No. 92

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 2% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGUINAL	INGRESOS ORIGUINALES	INGRESOS ORIGUINALES (VENTAS DEL FLUJO DE CAJA)	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL NETO (VAN MENOR)	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL NETO (VAN MAYOR)
		2,00%			49%		50%	
0						**48.140,17**		**48.140,17**
1	103.215,44	105.279,75	129.019,30	23.739,55	0,67114094	15.932,58	0,666666667	15.826,37
2	104.559,69	106.650,89	130.699,62	24.048,73	0,450430161	10.832,27	0,444444444	10.688,32
3	105.958,43	108.077,60	132.448,04	24.370,44	0,302302121	7.367,24	0,296296296	7.220,87
4	107.472,79	109.622,24	134.340,98	24.718,74	0,202887330	5.015,12	0,197530864	4.882,71
5	108.988,17	111.167,93	136.235,21	25.067,28	0,136165993	3.413,31	0,131687243	3.301,04
6	110.927,02	113.145,56	138.658,78	25.513,21	0,091386573	2.331,57	0,087791495	2.239,84
7	112.617,11	114.869,45	140.771,39	25.901,93	0,06133327	1.588,65	0,058527663	1.515,98
8	114.328,75	116.615,32	142.910,93	26.295,61	0,041163269	1.082,41	0,039018442	1.026,01
9	116.112,08	118.434,33	145.140,11	26.705,78	0,027626355	737,78	0,026012295	694,68
10	117.970,53	120.329,94	147.463,17	27.133,22	0,018541178	503,08	0,01734153	470,53
						48.804,02		47.866,36
						663,85		- 273,81

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

CUADRO No. 93.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE 1.60% EN LOS INGRESOS.

AÑOS.	COSTO TOTAL ORIGUINAL	INGRESOS ORIGUINALES VENTAS DEL FLUJO DE CAJA	INGRESOS ORIGUINALES	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL NETO (VAN MENOR)	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL NETO (VAN MAYOR)
			1,6%		48%		50%	
0						**48.140,17**		**48.140,17**
1	103.215,44	129.019,30	126.954,99	23.739,55	0,675675676	16.040,24	0,666666667	15.826,37
2	104.559,69	130.699,62	128.608,42	24.048,73	0,456537619	10.979,15	0,444444444	10.688,32
3	105.958,43	132.448,04	130.328,87	24.370,44	0,308471364	7.517,58	0,296296296	7.220,87
4	107.472,79	134.340,98	132.191,53	24.718,74	0,208426597	5.152,04	0,197530864	4.882,71
5	108.988,17	136.235,21	134.055,45	25.067,28	0,140828782	3.530,19	0,131687243	3.301,04
6	110.927,02	138.658,78	136.440,24	25.513,21	0,095154582	2.427,70	0,087791495	2.239,84
7	112.617,11	140.771,39	138.519,04	25.901,93	0,064293637	1.665,33	0,058527663	1.515,98
8	114.328,75	142.910,93	140.624,36	26.295,61	0,043441646	1.142,32	0,039018442	1.026,01
9	116.112,08	145.140,11	142.817,86	26.705,78	0,029352464	783,88	0,026012295	694,68
10	117.970,53	147.463,17	145.103,76	27.133,22	0,019832746	538,13	0,01734153	470,53
						49.776,57		47.866,36
						1.636,40		- 273,81

h. CONCLUSIONES:

Al finalizar el presente trabajo investigativo es necesario realizar las siguientes conclusiones:

- Este proyecto está elaborado con el fin de brindar una oportunidad de negocio, promover la producción con un producto nuevo y de aceptación en el mercado, creando fuentes de trabajo especialmente en la ciudad de Loja.

- El estudio de mercado desarrollado en la Ciudad y Provincia de Loja, nos determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda. Se ha demostrado que existe una demanda insatisfecha considerable del producto de entrega de facturas a domicilio, lo cual con la implementación de nuestra empresa, al 100% de su capacidad instalada, será cubierta en un 95%.

- EL PRESENTE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD REPRESENTA UNA OPORTUNIDAD PARA QUE LOS INVERSIONISTAS ANALICEN LA POSIBILIDAD DE CREAR FUENTES DE TRABAJO A TRAVÉS DE LA EJECUCIÓN DE ESTE PROYECTO.

- Nuestra empresa se ubicará en el sector Este de la ciudad, en la Av. 24 de Mayo entre Lourdes y Mercadillo, Edificio “Panorama”; local

exterior Nro. 1, sector muy comercial, que cuenta con todos los servicios básicos y facilidades de acceso.

- La empresa se conformará como una Compañía de Responsabilidad Limitada. La razón social de la misma es FactHome Cía. Ltda. Teniendo por objeto y finalidad, ofrecer servicios de entrega de facturas u otros documentos a domicilio, en la Ciudad y Provincia de Loja; servicio que se caracterizará por los siguientes atributos: seguridad, rapidez, cobertura, prestigio, ahorro, servicio especializado.

- El proyecto alcanza una inversión de **48.140,17** y se financiará con un aporte de los socios el 34,68% del total de la inversión que corresponde a 17.300,17 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con la Corporación Financiera de Loja constituirá el 65.32% que corresponde a 30.800 dólares a 2 años plazo al 10,50% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de la adecuación de la empresa.

- El VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 240.744,20 dólares, lo que indica que el proyecto es conveniente ejecutarlo, por cuanto a las utilidades que se espera obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original.

- El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original será de 2 años, 5 meses y 26 días.

- La relación beneficio/costo nos expresa que por cada dólar invertido en la empresa existirá una utilidad de 0,25 centavos de dólar.

- La TIR es igual a 98% y resulta mayor a la tasa de interés de oportunidad o tasa a la cual se amortizó el crédito (10,50%) por lo tanto es aceptable el proyecto.

- La empresa puede soportar un 2% de incremento de los costos y un 1.60% de reducción en los ingresos, el proyecto es sensible.

- Finalmente, y tal como lo demuestran los indicadores financieros se comprueba que la ejecución del presente proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES:

Luego de haber realizado las respectivas conclusiones se procede a recomendar lo siguiente:

- SE SUGIERE CONSIDERAR LA PRESENTE PROPUESTA COMO UN PROYECTO FACTIBLE DE EJECUTARSE, PUESTO QUE EL ESTUDIO DE MERCADO REVELA UN IMPORTANTE SEGMENTO DEL MERCADO EMPRESARIAL QUE MANIFIESTA SU INCONFORMIDAD CON LOS SERVICIOS DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO QUE SE OFERTAN ACTUALMENTE.

- El presente proyecto se pone a disposición de los pequeños y medianos inversionistas como una nueva alternativa de inversión con propósitos comerciales unidos al sector productivo, creando nuevas fuentes de trabajo y mejorando el desarrollo de la localidad.

- Que la presente investigación sea utilizada como fuente de información y que en futuros trabajos se actualicen y amplíen datos relacionados con el tema. Para que el producto tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena publicidad y promoción, a fin de lograr difundir las bondades y servicios del producto.

- ♣ APROVECHAR LA EJECUCIÓN DE ESTE PROYECTO A FIN DE QUE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CRISTALICE EN LA PRÁCTICA, LA FUNCIÓN UNIVERSITARIA DE VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD, A TRAVÉS DE LA PUESTA EN EL MEDIO, DE ESTUDIOS REALES Y FACTIBLES DE EMPRENDIMIENTOS QUE AYUDARÁN A CREAR FUENTES DE TRABAJO, Y POR ENDE, CONTRIBUIRÁN A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS.

- ♣ Priorizar la difusión de estudios de factibilidad que revelan buenos resultados en los indicadores de evaluación financiera, con la finalidad de que inversionistas locales se interesen por generar nuevas fuentes de trabajo, con la seguridad de recuperar sus inversiones.

j. BIBLIOGRAFÍA:

- AJENJO, A.(2000). Dirección y Gestión de Proyectos: Un Enfoque Práctico.Alfaomega RA-MA.
- ANAYA, H.(2008). Análisis Financiero Aplicado. Colombia: Panamericana Formas e impresos S.A, 13ava edición.
- BACA, Urbina G.(1994). Evaluación de Proyectos. México: Segunda Edición.
- COLLÍ, B. (1981).Diccionario Económico y Financiero. Madrid – España.
- COTOCORA, F. (1998). Sistema y Procedimientos Contables. México: Editorial MC: Graw-Hill.
- TAYLOR, F.W; FAYOL, H. (1981). Principios de la Administración Científica. Buenos Aires: Editorial El Ateneo.
- GHOSHAL, S.; BARTLETT, Ch. (1998). El nuevo papel de la iniciativa individual en la empresa. España: Editorial Paidós.
- GOODSTEIN, L. et. al. (2000). Planeación estratégica aplicada. México: Editorial. Mc. Graw Hill.
- HERNÁNDEZ PÉREZ, P. Administración Aplicada: Ejercicios y Casos de Estudio**;** Ecafsa; 1era. Edición.
- HERNÁNDEZ, R.; COLLADO, C.; LUCIO, P. (1998).Metodología de la Investigación. México: Mac Graw Hill;2da. Edición.
- JAMES E., R. (1982). Administración en las Organizaciones: Un Enfoque de Sistemas. México: Editorial Libros McGraw-Hill S.A.

- JANY, J. N. (2002). Investigación Integral de Mercados. México: Mc Graw-Hill.
- MARTIN, A. (1999). Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Madrid-España.
- MARTINES Estrada, A. (2002). Elementos de economía. Colombia.
- NARANJO, M. (2005). Contabilidad de Costos, Bancaria y Gubernamental. Ecuador: Editorial don Bosco, Quito.
- REYES PONCE, A. (2001). Administración de Empresas, Teoría y Práctica, México: Editorial Limusa Noriega.
- RODRÍGUEZ, R. (2001).El Emprendedor de Éxito: Guía de Planes de Negocio;México: Mc Graw Hill; 2da. Edición.
- ROJAS LÓPEZ, M. D. Administración para Ingenieros; ECOE Ediciones.
- SALKIND, N. J. Métodos de Investigación; Tercera Edición; Prentice Hull.
- SAPAG Chain, N. (1998). Preparación y Evaluación de Proyectos.
- VÁSQUEZ, V. H. (1985). Organización Aplicada. Ecuador: Editorial Amazonas, Quito.

INTERNET:

- http://es.wikipedia.org/wiki/Seguridad_informatica
- http://www.i-sol.com.ar/pg005.html
- http://www.monografias.com/trabajos59/calidad-software/calidad-software2.shtml
- http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_%28econom%C3%ADa%29
- http://ecuador.acambiode.com/
- http://www.cesla.com/archivos/TEcu_abril_10.pdf
- http://www.oni.escuelas.edu.htm.
- http://www.dinero.Ve/plan de negocios.htm
- http://www.inec.com.ec
- http://www.evaluación integral de la gestión empresarial.

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS QUE DEMANDAN SERVICIO DE ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO

Señor Gerente/Administrador:
Solicitamos vuestra colaboración con la siguiente encuesta, la información proporcionada gentilmente por usted(es) servirá para desarrollar un proyecto de investigación académica para la implementación de una empresa de distribución de facturas a domicilio en la provincia de Loja.

A. DATOS GENERALES:

a. Su empresa pertenece al sector:

Público ( ) Privado ( )

b. El nombre de su empresa: _____

c. A quién presta sus servicios:

Al sector financiero	( )
A quienes contratan seguros	( )
A quienes disfrutan de entretenimiento en el hogar	( )
A quienes contratan seguridad y monitoreo	( )
A usuarios de Internet	( )
A usuarios de telefonía móvil	( )
A quienes adquieren productos para el hogar	( )
Otros	( )

Cuál: _____

d. Número de clientes activos:

100 - 199 ( )

200 - 350 ( )

351 - 600 ( )

601 - 2500 ( )

2501 - 5000 ( )

Más de 5000 ( )

e. ¿Ha tenido en su empresa dificultades para entregar sus facturas por el producto o servicio prestado?

SI ( ) NO ( )

Si su respuesta es afirmativa, marque con una X cuál o cuáles de las siguientes alternativas representaron una dificultad:

Base de datos (direcciones) desactualizada ( )

Tardanza en la entrega de las facturas ( )

Lejanía del destino de las facturas ( )

Descuido en el manejo de los documentos, como:

Sobres deteriorados, Manchados, Confusión de nombres, etc. ( )

B. DATOS ESPECÍFICOS:

1. Ha ocupado u ocupa actualmente una empresa que le dé el servicio de entrega de facturas a sus clientes por el producto o servicio prestado?

( ) Si: Cuál? …… ( ) No

2. Escriba nombres de empresas que presten el servicio de entrega de facturas a domicilio en la ciudad de Loja cuales:

1	
2	
3	

3. Genera su empresa/institución, facturas (incluyen estados de cuenta) que son o podrían ser entregadas a domicilio?

( ) Si ( ) No

Si la respuesta a la pregunta anterior es SI:

3.1. Cada qué tiempo factura o emite estados de cuenta: (señale solamente una opción)

( ) Diariamente
( ) Una vez a la semana
( ) Una vez al mes
( ) Dos veces en el mes
( ) Otra: ……

3.2. ¿Aproximadamente cuánto cancela por el servicio de entrega de cada factura?.

$. _____

3.3. ¿Cuál es el sistema de cobro?.

_____
_____

3.4. **Qué aspecto considera usted más importante al momento de seleccionar una empresa de entrega de facturas a domicilio?.(Puede señalar más de una opción***).*

( ) Seguridad
( ) Prestigio
( ) Cobertura
( ) Rapidez
( ) Ahorro
( ) Servicio especializado
( ) Otra: ……

3.5. **Generalmente, la entrega de facturas se las realiza en: *(Señalar una sola opción).***

( ) Domicilios de los clientes
( ) Lugar de trabajo de los clientes
( ) Domicilios de familiares
( ) Otros: ……

3.6. **Por qué medio se enteró o conoció de la existencia de empresas dedicadas a la distribución de facturas y/o estados de cuenta.**

_____
_____
_____

3.7. **¿Por qué motivos dejaría de utilizar los servicios de esta empresa de distribución de facturas/estados de cuenta?.**

( ) Inseguridad

( ) Demora
( ) Precio
( ) Otros: ……

4. ¿Estaría dispuesto a utilizar los servicios de una nueva empresa que oferte la entrega de facturas a domicilio?

( ) Si ( ) No

¿Por qué? _____
_____

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por factura/estado de cuenta entregada a domicilio?

$ _____

6. ¿Cuál es el medio de comunicación que más lee, escucha u observa?.

		NOMBRE	**HORARIO**
( )	Prensa		
( )	Radio		
( )	Televisión		
( )	Otro		

_____**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS QUE OFERTAN

EL SERVICIO DE DISTRIBUCIÓN O ENTREGA DE FACTURAS A DOMICILIO

Señor Gerente/Administrador:

Solicitamos vuestra colaboración con la siguiente encuesta, la información proporcionada gentilmente por usted(es) servirá para desarrollar un proyecto de investigación

Empresa/Institución: ……..

Dirección:……..

1. ¿Qué servicios presta?. (Puede señalar varias opciones de ser el caso).

( ) Mensajería

( ) Notificación

( ) Paquetería

( ) Entrega de facturas a domicilio

( ) Otra: ……

2. Es una empresa? (Señale solamente una opción).

( ) Local

( ) Sucursal

( ) Franquicia

3. **¿Qué tipo de empresa/institución utiliza con mayor frecuencia sus servicios de notificación? (Puede señalar más de una opción).**

( ) Instituciones Financieras

( ) Seguros / Brokers

( ) Municipios

( ) Servicio Público: luz / telefonía / agua

( ) Televisión prepagada

( ) Internet / Telefonía móvil

( ) Seguridad

( ) Productos de hogar

( ) SRI

( ) Otros: ……

4. **Aproximadamente ¿cuánto factura mensualmente por servicio prestado?**

$ Mensajería

$ Notificación

$ Paquetería

$ Entrega de facturas a domicilio

$ Otra: ……

5. ¿**Cuántas facturas puede entregar diariamente por cliente?**

_____

6. **Al prestar el servicio, ¿en qué aspecto pone mayor interés su empresa?. (Puede señalar más de una opción).**

( ) Seguridad

( ) Prestigio

( ) Cobertura

( ) Rapidez

( ) Ahorro

( ) Servicio especializado

( ) Otra: ……

7. ¿Qué medio de comunicación utiliza para publicitar su servicio?

( ) Prensa

( ) Radio

( ) Televisión

( ) Otro: ……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

FICHA RESUMEN:

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE FACTURAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD Y PROVINCIA DE LOJA

PROBLEMÁTICA

Vivimos en una sociedad (la ecuatoriana y la lojana) donde la escasez de empleo es notoria, aspecto que ha llevado a muchos de nuestros vecinos a buscar oportunidades en otros países (especialmente el europeo y norteamericano), debiendo superar aspectos como la sobre explotación laboral, el trato denigrante y la disyunción de sus familias.

Estos aspectos, llaman a reflexionar sobre la gran necesidad de generar fuentes de trabajo y de aportar soluciones prácticas a través de proyectos de emprendimiento que orientados a la búsqueda de generar una utilidad económica, contribuyan a mejorar la falta de empleo, que enfrenta nuestra sociedad lojana.

En la actualidad, existen un sin número de empresas como bancos, cooperativas de ahorro, empresas de seguros, Internet, televisión por cable o satélite, telefonía (CNT, Porta, Movistar, Alegro) entre otras, que por las

características de su servicio, generan una gran cantidad de facturas que requieren ser entregadas a domicilio a los respectivos usuarios del servicio.

Las empresas citadas, en su gran mayoría tienen que enfrentar en común, los siguientes problemas:

- Los clientes, cada vez más exigentes, requieren contar con el documento físico (factura) para poder justificar una transacción.
- Los clientes deben realizar la declaración mensual de sus transacciones y para ello requieren la entrega de las facturas a tiempo.
- Para satisfacer a los clientes, algunas de las empresas que generan gran cantidad de facturas (CNT, EERSSA, etc.), deben utilizar recurso humano propio, lo cual le ocasiona un gasto adicional a la empresa.
- Por razones de logística, se suele retrasar la entrega de las facturas, lo cual ocasiona un malestar al cliente y pone en riesgo a la empresa frente al SRI.

Si bien, en la ciudad de Loja, existen cinco empresas que prestan el servicio de mensajería interna: ESPINOSA-AGUIRRE, SERVIENTREGA, CORREOS DEL ECUADOR, VELOZ EXPRESS y URBANO EXPRESS y a nivel de provincia, no las hay, consideramos que el crecimiento empresarial de la ciudad y sus cantones y las exigencias de calidad y rapidez en el servicio, son condiciones que podrían constituir una demanda insatisfecha que brinde la oportunidad de una nueva empresa de entrega de facturas a domicilio.

Con estos antecedentes, y en base a las investigaciones realizadas por el equipo de trabajo, hemos llegado a delimitar el problema de la siguiente manera: "**La insuficiente oferta de servicios de entrega de documentación a domicilio en la provincia de Loja, ha traído como consecuencia que las empresas que generan mensualmente grandes volúmenes de documentación, utilicen para este fin su propio recurso humano, debiendo realizar significativos gastos para hacer llegar la factura física al cliente o usuario, deteriorando su economía".**

OBJETIVOS:

Objetivo General

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de distribución de facturas a domicilio en la provincia de Loja.

Objetivos Específicos

- Desarrollar la segmentación del mercado;
- Ejecutar el estudio de mercado para conocer la oferta y demanda;
- Realizar el estudio técnico del proyecto, a fin de determinar la localización de la empresa, su ubicación y su tamaño;
- Establecer la ingeniería del proyecto para determinar el programa de actividades, distribución de recursos y espacios, y el diagrama;
- Determinar el sistema de comercialización idónea para la nueva empresa;
- Realizar el estudio organizativo y legal del proyecto, para establecer su estructura orgánica, su manual de funciones y la constitución legal de la empresa; y
- Elaborar el estudio económico y financiero del proyecto, para determinar la factibilidad del proyecto.

	ÍNDICE	
	CONTENIDO	**PAGINAS**
	Certificación	II
	Auditoria	III
	Agradecimiento	IV
	Dedicatoria	V
a)	**Título**	1
b)	**Resumen**	2
c)	**Introducción**	10
d)	**Revisión Literaria**	14
e)	**Materiales y Métodos**	58
	Materiales	58
	Métodos	59
	Técnicas	60
f)	**Resultados**	65
g)	**Discusión**	117
	Determinación de la Demanda	117
	Análisis de la Oferta	124
	Precio	128
	Plaza	129
	Canal de distribución	130
	Plan de comercialización	131
	Promoción.	132
	Publicidad.	133
	Estudio técnico	139
	Localización del proyecto	142
	Ingeniería del proyecto	146
	Estudio Administrativo	158
	Minuta Constitutiva	160
	Estructura empresarial Interna	172
	Organigrama estructural	174
	Organigrama Funcional	175
	Organigrama Posesional	176
	Manual de Funciones	177
	Estudio Financiero	190
	Inversión y Financiamiento	190
	Distribución de Costos	220
	Ingresos Totales	223
	Punto de Equilibrio	224
	Estado de Pérdidas y Ganancias	230
	Evaluación Financiera	232
	Valor actual Neto	234

	Periodo de recuperación de Capital	235
	Tasa Interna de Retorno	236
	Relación Beneficio costo	238
	Análisis de Sensibilidad	239
h)	**Conclusiones**	243
i)	**Recomendaciones**	246
j)	**Bibliografía**	248
k)	**Anexos**	251
	Ficha Resumen	258
	Índice	262