



1859

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TITULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS  
MOTORIZADOS PARA COMPRAS A DOMICILIO  
EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Tesis previa a la obtención  
del Grado de Ingeniero  
Comercial

**AUTOR:**

*Fredy Rubisel Ramón Ochoa*

**DIRECTORA:**

*Dra. Ruth Ortega Rojas Mg. Sc.*

**LOJA – ECUADOR**

**2017**

# CERTIFICACIÓN

Dra. Ruth Ortega Rojas Mg. Sc.

DIRECTORA DE TESIS.

## CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por el señor Fredy Rubisel Ramón Ochoa, en la ejecución del presente trabajo **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS MOTORIZADOS PARA COMPRAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LOJA”** de la carrera de Administración de Empresas de la Unidad de Educación a Distancia, el mismo que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Loja, Febrero del 2017

Atentamente.



Dra. Ruth Ortega Rojas Mg. Sc.  
DIRECTORA DE TESIS.

CARTA DE AUTORIZACION DE PARTE DEL AUTOR PARA LA  
CENSURA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION  
DEL CONTENIDO DEL TEXTO COMPLETO.

## AUTORÍA

Yo, Fredy Rubisel Ramón Ochoa declaro ser autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autor:** Fredy Rubisel Ramón Ochoa.

**Firma:**



**Cédula:** 1102926613

**Fecha:** Loja, Febrero del 2017.

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Fredy Rubisel Ramón Ochoa declaro ser el autor de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS MOTORIZADOS PARA COMPRAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LOJA”** como requisito previo para optar al Título de **Ingeniero Comercial**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la misma, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 15 días del mes de febrero del dos mil diecisiete, firma el autor.

FIRMA:.....



**AUTOR:** Fredy Rubisel Ramón Ochoa

**CÉDULA:** 1102926613

**DIRECCIÓN:** Loja, Ciudadela del Maestro, Calles: Riobamba y Machala

**CORREO ELECTRÓNICO:** fredyrubisel@hotmail.com

**TELÉFONO:** 0982883405

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTORA DE TESIS:** Ing. Ruth Ortega Rojas Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

Presidente

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Vocal

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

Vocal

## DEDICATORIA

El presente trabajo de Tesis, lo dedico especialmente a mi Madre Querida, Teresa de Jesús Ochoa Ramón, que por su incondicional amor y apoyo el mismo que ha servido para poder alcanzar mis objetivos.

ASI COMO TAMBIEN con afecto y gratitud, a mis familiares, amigos y a todos quienes de una u otra manera , ayudaron a la culminación de este ideal.

*Fredy Rubisel Ramón Ochoa.*

## **AGRADECIMIENTO**

Presento mi más sincera gratitud a la Institución de Educación Superior, la Universidad Nacional de Loja.

Agradezco a las autoridades, profesores y demás administrativos de la universidad Nacional de Loja por su contingente en mi Graduación.

A mi Directora de Tesis Ing. Ruth Ortega Rojas Mg. profesional que ha dedicado su tiempo en la dirección de mi tesis.

*Fredy Rubisel Ramón Ochoa.*

**a. TÍTULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DE SERVICIOS MOTORIZADOS PARA COMPRAS A DOMICILIO EN LA  
CIUDAD DE LOJA”**

## **b. RESUMEN.**

El presente estudio de factibilidad permite conocer la posibilidad para la implementación de una empresa que brinde el servicio de compras a domicilio a clientes que necesitan de este tipo de servicios en la ciudad de Loja. En el transcurso de su desarrollo se han aplicado métodos como el inductivo, deductivo, descriptivo, analítico y las técnicas de encuesta y observación directa, los cuales permitieron el desenvolvimiento de los diferentes estudios como el de mercado, el técnico, administrativo legal, estudio financiero y la evaluación financiera.

En el presente estudio se desarrollaron lo literales de la siguiente manera: en el literal a) el título del proyecto de factibilidad, en el literal b) se encuentra el resumen donde se detallan los resultados más importantes de la investigación, en el literal c) consta de una introducción, en donde se destaca los aspectos más importantes del estudio, a sí mismo se presenta los resultados de los métodos y técnicas utilizados en el proceso de investigación, en la introducción se destaca la importancia de éste estudio, en el literal d), se realiza la revisión de literatura en donde se plantea los conceptos de un proyecto de factibilidad, en el literal e) se describe los métodos y técnicas que se aplicaron para la investigación y se obtiene el tamaño de la muestra con un numero de encuestas aplicadas 397 familias de la ciudad de Loja y será un cuestionario que incluye una serie de preguntas que permitirán caracterizar la demanda a con el fin de conocer de cerca las necesidades de los clientes de la empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de loja.

En el literal f) se describen los resultados, que son representados por una serie de preguntas con su respectivo grafico estadístico, su análisis e interpretación a los demandantes y a los oferentes de este tipo de servicios dentro de la ciudad de Loja.

En el literal g) se encuentra la discusión que determina que hay una demanda insatisfecha del servicio de la empresa de 166.188 servicios anuales, el estudio técnico permitió determinar la capacidad instalada de 41.600 servicios anuales, la localización optima del mismo con el fin de brindar un mejor servicio a sus clientes, se determinó también el proceso del servicio y los requerimientos de la empresa, así también se presentó un estudio organizacional en el cual consta los organigramas y el manual de funciones de cada uno de los puestos que van a ocupar dentro de la empresa y finalmente un estudio financiero que permitió determinar la inversión total de \$28.854.22 la misma que se financiará con la fuente interna es decir con recursos propios el 66% que equivale a \$18.854.22, que será el aporte de los socios y una fuente externa que equivale al 34% del capital necesario por el valor de \$10.000 que será financiado por el BNF, el proyecto tiene una capacidad instalada de 41.600 servicios anuales con una capacidad utilizada del 80% para el primer año, o sea 33.280 servicios, con un incremento anual de un 5% llegando al último año de vida útil a un 99% de la capacidad instalada.

Según la evaluación económica, se da un VAN tendrá un valor de \$57.193.11, la TIR está en el 27.58%, el periodo de recuperación del capital se dará en 1 año 9 meses y 5 días, en la relación beneficio costo se obtiene un valor de 0,25

centavos de dólar por cada dólar invertido, el análisis de sensibilidad demuestra que el proyecto soporta 16.15% de incremento en sus costos y un 12.17% en la disminución de sus ingresos. Por lo antes dicho se demuestra que es factible la implementación del proyecto de inversión.

**ABSTRACT.**

This feasibility study to find out the possibility to implement a company that provides clients who need this type of services in the city of Loja the home shopping service. In the course of its development they have been applied methods such as inductive, deductive, descriptive, and analytical and survey techniques and direct observation, which allowed the development of different studies such as markets, technical, legal, administrative, financial study and financial evaluation.

In the present study as literal as follows developed: in the literal a) the title of the project feasibility, in the literal b) the summary where the most important research findings are detailed in the literal c) is) consists of an introduction, where the most important aspects of the study, himself the results of the methods and techniques used in the research process, the introduction presents the importance of this study, in the literal d) it stands), the literature review in which the concepts of project feasibility, in the literal arises e) the methods and techniques applied to research is described and the sample size is obtained with a number of surveys are conducted applied 397 families in the city of Loja and will be a questionnaire that includes a series of questions that will characterize demand in order to learn about the needs of enterprise customers motorized services for home shopping in the city Loja.

In the literal f) the results, which are represented by a series of questions with their respective statistical graph, analysis and interpretation to the applicants and to providers of these services within the city of Loja described.

In the literal g) is the argument that determines that there is an unmet demand for the service of the company's 166,188 annual services, the technical study allowed us to determine the installed capacity of 41,600 annual service capacity, the optimal location thereof in order to provide better service to its customers, the service process and the requirements of the company was also determined, and an organizational study which consists flowcharts and manual functions of each of the positions they will occupy within was also presented the company and finally a financial study allowed us to determine the total investment of \$ 28.854.22 the same to be financed from the internal source ie own resources 66% or \$18.854.22, which will be the contribution of partners and a external source equivalent to 34% of the capital required for the value of \$ 10,000 to be funded by the BNF, the project has an installed capacity of 41,600 annual services with a capacity utilization of 80% for the first year or 33,280 services, an annual increase of 5% reaching the last year of life to 99% of installed capacity.

According to economic evaluation is given a NPV will be worth \$ 57.193.11, the IRR is 27.58% in the capital recovery period will be 1 year 9 months and 5 days, the cost benefit is you get a value of 0.25 cents for every dollar invested, the sensitivity analysis shows that the project supports 16.15% increase in costs and 12.17% in reducing their income. So before this it shows that the implementation of the investment project is feasible.

### **c. INTRODUCCION.**

La ciudad de Loja, a pesar de desarrollarse lentamente, no se queda atrás en cuanto a este estilo de vida acelerado que llevan diariamente sus familias. Pues como toda familia deben cumplir diferentes actividades inherentes a sus actividades diarias tales como: compras de víveres, alimentos, medicinas, etc.

Sin embargo, estas actividades muchas veces se complican realizar debido a diferentes factores como falta de tiempo, ausencia de los padres en los hogares debido a la necesidad de cumplir con sus obligaciones laborales para de esta manera poder satisfacer las necesidades prioritarias de sus familias en el aspecto de vivienda, alimentación, vestido, educación, salud entre otras cosas, necesidades que surgen en el día a día y no pueden ser previamente planificadas, locales de compra que se encuentran a largas distancias de los domicilios, no contar con un vehículo para movilizarse rápidamente hacia los lugares de compra.

En la ciudad de Loja, no existe una empresa que se dedique a brindar un servicio exclusivo para compras a domicilio, lo más similar a esto es el servicio que brindan los taxis de la localidad pero cuyo costo por servicio es muy elevado y además no brindan ningún tipo de calidad en el mismo, pues lo hacen con retraso, no hacen la compra en el lugar indicado, etc.

El presente trabajo consta de un resumen en donde se destaca los resultados más importantes en cuanto a la inversión requerida y la posible rentabilidad del proyecto, el estudio de mercado permitió conocer los demandantes actuales y

potenciales para el proyecto y los requerimientos del servicio por parte de los futuros clientes, el estudio técnico permitió definir la adecuada localización de la empresa y los requerimientos de maquinarias y equipos necesarios para la puesta en marcha, el estudio administrativo ayudo a conocer el talento humano necesario y los manuales de funciones y definir la clase de compañía a implementarse, el estudio económico financiero permitió conocer la inversión necesaria para el proyecto, y los indicadores financieros, y finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones, así como bibliografía y los anexos.

#### **d. REVISION DE LITERATURA.**

##### **MARCO REFERENCIAL.**

###### **Servicios de compras.**

El Servicio de Compras se encarga de canalizar todas las relaciones comerciales con proveedores, de manera que todos los clientes, sean estos profesionales que no tienen tiempo de ir al supermercado, mercado u otros lugares en donde realizan las compras para sus hogares, puedan centrarse en sus labores sin descuidar las labores en sus hogares.

El Servicio de Compras controla todo el flujo de un pedido o servicio, con las funciones de investigación del mercado de proveedores de las distintas adquisiciones, se encarga del control y coordinación del proceso de licitación adjudicación y firma de contratos con los proveedores, se encarga de dar de alta artículos y proveedores en el sistema según necesidades para poder gestionar las solicitudes de los usuarios y realiza el control y supervisión de los pedidos y gestión logística de los pedidos, además se encarga de la recepción de los pedidos en lugar convenido y el control de incidencias de los pedidos en colaboración con usuarios de los hogares en el seguimiento en el caso de la contratación de servicios.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>[Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio.2012](http://Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio.2012).

El servicio de compras y almacén mantiene un inventario permanente de productos de uso frecuente y de otros considerados estratégicos. Gestiona contrataciones de bienes y servicios y tramita los correspondientes pagos.

El servicio a domicilio es un concepto en general muy bien acogido, por la comodidad que supone para el consumidor. Por eso no es raro ver conceptos que funcionan en torno a la idea de entrega en casa. No hace falta mucho para encontrar un modelo exitoso, cualquier tienda online entra en esa categoría, y por lo tanto, compañías también.<sup>2</sup>

Dicen que el tiempo es dinero. Más bien se cree que son dos conceptos muy relacionados. Para el común de los mortales conseguir dinero significa sacrificar mucho tiempo, y estar ocioso suele ir de la mano con pocos ingresos. Por lo tanto, una persona con ingresos suele estar bastante ocupada, y un buen cliente potencial para un servicio a domicilio.

En España este mercado está dominado por las grandes compañías que también hacen una presencia importante de entregas a domicilio de compras en servicios automatizados. El resto suele ser pequeños negocios locales que apuestan por hacerse conocer por buzoneo. Para dar más visibilidad al pequeño comercio de barrio, han aparecido webs que amplían las posibilidades de elegir. El mercado de España es un sector bastante competitivo y saturado, pero como también es un mercado grande, no cabe duda de que es posible que un concepto especializado pueda funcionar. Como es un servicio de entregas a

---

<sup>2</sup> [Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio.2012](http://Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio.2012).

domicilio de compras de supermercado o mercado, o una cadena grande que entregue compras que compense el precio de entrega de esos productos.<sup>3</sup>

### **Tipos de servicio de compras.**

Todos somos consumidores. Nuestros actos de compra obedecen a varios factores: económicos, psicológicos, sociológicos, intelectuales etc. Lo que antes, y sin duda hoy todavía, es un factor muy importante, el precio, cobra con el paso del tiempo una menor relevancia. Las diferencias de precios entre los principales competidores son cada vez más insignificantes y en un surtido tan largo quedan diluidas.

Otros factores como surtido, comodidad y sobretodo ahorro de tiempo pasan a ser una de las claves decisorias del factor compra.

Si tenemos en cuenta la concentración de la población en grandes ciudades, nos daremos cuenta de la importancia del hecho, todo ello unido al factor más importante de las últimas tres décadas: La incorporación de la mujer a la sociedad laboral de una manera masiva. El rol de la mujer como ama de casa como única profesión es un esquema de escasa vigencia. El acto de la compra es cada vez más familiar, más lúdico, más compartido. Lo que hace unos años era impensable: el varón con su carrito, su lista, aprovisionándose en una gran superficie es hoy en día una imagen cada vez más habitual.

### **Podríamos clasificar las compras hoy en día en varios tipos:**

---

<sup>3</sup> [Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio.2012](http://Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio.2012).

- Compra Ocasional
- Compra de Proximidad
- Compra de Comodidad
- Compra de Consumo
- Compra Especialista

## **MARCO CONCEPTUAL.**

### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD.**

#### **Concepto.**

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.<sup>4</sup>

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.

---

<sup>4</sup>MIRANDA MIRANDA, Juan José; **Gestión de Proyectos**; Sexta Edición; M & M Editores, Bogotá – Colombia, 2012.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

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

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

No contemplar lo subjetivo o intangible presente en determinados impactos de una inversión puede alejar de la práctica la mejor recomendación para decidir, por lo que es conveniente intentar alguna metodología que insértelo cualitativo en lo cuantitativo.

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.

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 pensamientos de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.<sup>5</sup>

### **Un Proyecto ésta formada por cuatro Estudios Principales:**

#### **ESTUDIO DE MERCADO.**

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

El estudio de mercado es un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el servicio en el mercado como: oferta, demanda, precio, plaza y comercialización, ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad.

---

<sup>5</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José; **Gestión de Proyectos**; Sexta Edición; M & M Editores, Bogotá – Colombia, 2012.

Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del servicio en un mercado determinado.

El investigador del mercado, al final de un estudio minucioso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o la existencia de un nuevo competidor en el mercado. La base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias; procurando su veracidad y confiabilidad, además el tratamiento también debe ser muy estricto.<sup>6</sup>

### **OBJETIVO.**

Es obtener información que ayuden para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo. Esta información debe ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción de productos y/o servicios que se piensan ofrecer

---

<sup>6</sup> MIRANDA MIRANDA, Juan José; **Gestión de Proyectos**; Sexta Edición; M & M Editores, Bogotá – Colombia, 2012.

3. Que se cuenta con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados
4. Que se puede calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.<sup>7</sup>

El estudio de mercado se propone dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no ser aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande, no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que este puede estar en manos de un monopolio u oligopolio.

## **ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

### **IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Esta es la tarea más difícil, ya que implica que se tenga un conocimiento completo de los problemas a resolver. Debe tomarse en cuenta que siempre existe más de una alternativa de solución y cada alternativa produce una consecuencia específica, por lo que el investigador debe medir sus posibles consecuencias.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Estudio de Mercado, Actualizado el 23 de agosto del 2012, México.

<sup>8</sup> Juan José Gallego, Proyecto Empresarial, Editorial LIMUSA, Bogotá.2012.

## INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN

- **Fuentes primarias.-** que consisten básicamente en investigación de campo por medio de encuestas.
- **Fuentes secundarias.-** integran toda la información escrita existente sobre el tema, ya sea en estadísticas gubernamentales (fuentes secundarias ajenas a la empresa) y estadísticas de la propia empresa (fuentes secundarias provenientes de la empresa).

## INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Si se obtiene información por medio de encuestas habrá que diseñarlas de acuerdo con el procedimiento en la obtención de información de fuentes secundarias.

- **Entrevistas:** Cara a Cara: Implica una entrevista directa utilizando cuestionarios estructurados. Esta técnica conlleva el riesgo de inducir en sus respuestas al entrevistado y es costosa.
- **Muestreo:** Muestreo significa tomar una porción de un total, de modo que lo que se obtiene son estimaciones de ciertas características de la totalidad.
- **Técnicas para obtener datos:** Se busca obtener la mayor cantidad de datos posible. Los formularios son el método más utilizado. En un cuestionario hay que tener en cuenta: El contenido de las preguntas y la estructura de las mismas. Es más aconsejable que las preguntas sean directas. Su estructura determinará cómo va a responder a lo entrevistado.

## **TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.**

Si se obtiene información por medio de encuestas habrá que diseñar estas de manera distintas a como se procederá en la obtención de información de fuentes secundarias.

Una vez que se cuenta con toda la información necesaria, se procede a su tabulación y análisis. Recuérdese que los datos recopilados deben convertirse en información útil que sirva como base en la toma de decisiones, por lo que un adecuado procesamiento, de tales datos, es vital para cumplir ese objetivo.

## **ANÁLISIS DEL PRODUCTO.**

“Es un conjunto de características y atributos tangibles, que se ofrece en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, con el fin de satisfacer un deseo o una necesidad.”<sup>9</sup>

El producto debe describirse en esta etapa, por lo que, debe hacerse una descripción exacta del producto que se pretenda elaborar. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la Secretaría o Ministerio correspondiente.

Como resultado de un proyecto, se debe obtener una visión clara de las características del bien o servicio que se piensa colocar en el mercado. El producto de este trabajo es una de las primeras guías para seguir los pasos que

---

<sup>9</sup> Descripción de un producto, Marketing, Actualizado enero 2012.

lleven a cumplir con las exigencias del consumo, en ese momento. Pero también es la primera parte de un sistema de trabajos de actualización con el fin de permanecer dentro de la competencia.

La descripción del producto o servicio se hace en base a:

- ✓ Usos
- ✓ Usuarios
- ✓ Características
- ✓ Composición
- ✓ Sustitutos
- ✓ Distribución

### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

Estudio que permite conocer cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función del cual estará la demanda insatisfecha. Se busca para determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades para satisfacer los requerimientos del mercado. La demanda se debe considerar desde varios puntos de vista:

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, por lo que cuando existen estadísticas resulta fácil conocer cuales el monto y el comportamiento histórico de la demanda, cuando no existen

estadísticas, la investigación de campo queda como único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda.<sup>10</sup>

- a) **Demanda potencial.-** constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar en el mercado.
- b) **Demanda aparente.-** constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado.
- c) **Demanda efectiva.-** cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, nivel de ingresos u otros.
- d) **Demanda insatisfecha.-** constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer necesidades de la comunidad.
- e) **Demanda satisfecha.-** lo que se produce es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Pasaca Manuel; Formulación y Evaluación de Proyectos; Universidad Nacional de Loja.2010

<sup>11</sup> Sapag, N. (2012). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson Prentice Hall.

En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Esto es, hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias. Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están: número de productores, localización, capacidad instalada y utilizada, cantidad ofrecida o colocada en el mercado, calidad y precio de los productos, planes de expansión, inversión fija, volumen de activos y número de trabajadores.

En el análisis de la oferta se investiga sobre la situación de los oferentes del producto o servicio que constituye la competencia. Es importante conocer las principales clases de oferta que juegan un papel importante en el mercado.

**De libre mercado.-** en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, beneficio y precio.

**Oligopólica.-** el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los que imponen cantidad, calidad y precio.

**Monopólica.-** existe un productor que domina el mercado y por lo tanto el impone las condiciones de calidad, cantidad y precio.

**Indirecta.-** cantidad de bienes o servicio sustitutos que se encuentran en el mercado.

## **DEMANDA VS OFERTA.**

Al hablar de la demanda vs oferta se determina lo siguiente:

- ✓ Si la oferta es igual a la demanda efectiva da como resultado que existe equidad de mercado.

- ✓ Si la oferta es menor a la demanda efectiva, hablamos de abundancia del producto o servicio, es decir existe mercado satisfecho.
- ✓ Si la demanda efectiva es mayor a la oferta hay escasez del producto por lo tanto un mercado insatisfecho.<sup>12</sup>

## **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

Publicidad son las actividades o estrategias que se usan para dar a conocer el producto o servicio a los consumidores a través de diferentes medios de comunicación.

Promoción son estrategias relacionadas con las ventas que motivan al consumidor a adquirir el producto, ya sea por los descuentos, regalos, ofertas, etc. que ofrecen por adquirirlo.

## **ESTUDIO TÉCNICO.**

“Es el análisis de elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y o proceso que se desee implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar. Consiste en diseñar la función de producción optima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio.”<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Sapag, N. (2012). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson Prentice Hall.

<sup>13</sup> Sapag, N. (2012). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson Prentice Hall.

**OBJETIVO.**

- Verificar si el producto o servicio a ofrecer se puede llevar a cabo.
- Determinar si se cuenta con la materia prima adecuada
- Seleccionar los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción.

**TAMAÑO DEL PROYECTO.**

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.<sup>14</sup>

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria que el proyecto pretende acaparar para satisfacer a esa demanda.

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para el proyecto, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. Para determinar el tamaño adecuado de la planta, se deben considerar aspectos como: demanda existente, la capacidad a instalar, capacidad a utilizar,

---

<sup>14</sup> Sapag, N. (2012). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson Prentice Hall.

abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, necesidad de mano de obra, etc.

**CAPACIDAD DISEÑADA.-** Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc.; que componen el medio ambiente en el que se instala.

**CAPACIDAD INSTALADA.-** Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

**CAPACIDAD UTILIZADA.-** Constituye el nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

## **LOCALIZACIÓN.**

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, es una de las decisiones más importantes del estudio. Los criterios para la localización son:<sup>15</sup>

✓ **Factibilidad.-** Se deberá elegir la alternativa que sea accesible para el proyecto.

---

<sup>15</sup> Sapag, N. (2012). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson Prentice Hall.

- ✓ **Rentabilidad.-** La mejor localización es la que permite obtener mayor ganancia.

**MACROLOCALIZACIÓN.-** Consiste en decidir el país, región, provincia o zona más adecuada y atractiva para la localización en donde se instalará el proyecto. Es importante destacar la cercanía de la materia prima, acceso de mano de obra, infraestructura de vías de comunicación, infraestructura de servicios que permitan llevar el producto, aspectos legales.

**MICROLOCALIZACIÓN.-** Determina el lugar preciso o específico (sector, barrio, etc.), donde se instalará definitivamente la empresa o negocio. Se analiza la demanda, la competencia, aspectos legales costo del terreno, transporte, disponibilidad de servicios básicos y se representa grafica mediante planos urbanísticos.

**LOCALIZACION DEFINITIVA.-** Es la localización exacta especificando, calles, numero de domicilio, intersecciones; que permitan conocer detalladamente la ubicación geográfica de la unidad productora.

### **FACTORES DE LOCALIZACIÓN.**

“Constituyen todos aquellos factores que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos tenemos: abastecimiento de materias primas, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos

indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado) y fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.”<sup>16</sup>

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

El estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de la organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.<sup>17</sup>

La ingeniería del proyecto determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

- Descripción técnica del producto o servicio
- Identificación y selección de procesos
- Tecnología
- Listado de máquinas y equipos
- Distribución de la planta.
- Cantidades requeridas de insumos
- Los requerimientos de recursos humanos para la parte operativa
- Determinar la infraestructura e instalaciones

---

<sup>16</sup> Formulación y Evaluación de proyectos de inversión, Universidad Nacional de Loja, Manuel E. Pasaca M.2012.

<sup>17</sup> Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO.

La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. En el caso de empresas de servicio, también se tiene que describir detalladamente en qué consiste dicho servicio.<sup>18</sup>

## PROCESO PRODUCTIVO.

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en producto mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.).

## TECNOLOGÍA.

Tecnología es la descripción detallada, paso a paso, de las operaciones individuales, que permiten la elaboración de un producto. Se debe analizar las tecnologías existentes y se debe elegir la tecnología más adecuada para el proyecto en donde se debe considerar:<sup>19</sup>

- ✓ **La factibilidad:** tecnología accesible para el proyecto
  
- ✓ **La rentabilidad:** Elegirse aquella en que se asocien los menores costos, incluyendo la inversión.

---

<sup>18</sup> Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.

<sup>19</sup> Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.

## **MAQUINARIA Y EQUIPO.**

Para identificar la maquinaria y equipo que el proyecto requerirá es importante tomar en cuenta todos los elementos que involucren a la decisión, para lo cual se puede elaborar un cuadro que contenga los elementos mínimos a identificar para la determinación de maquinaria y equipo, mismo que será respaldado por una cotización que muestra además las dimensiones del bien, su capacidad, costos de mantenimiento, consumo de energía, infraestructura necesaria para su habilitación, los cuales aportarán información relevante.

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos, es decir, es el conjunto de conocimientos técnicos y procesos que se emplean o que serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio.

## **LISTADO DE EQUIPOS.**

Consiste en hacer un listado detallado de todas y cada una de las máquinas y muebles necesarios para la operación. Se debe consignar para cada equipo datos como: tipo, origen, marca, capacidad diseñada, vida útil estimada, garantías, consumo de energía, personal necesario para su operación, espacio ocupado, características físicas como peso, volumen, altura, etc. Resulta útil determinar la naturaleza de nacional o importado de los equipos e instalaciones.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.

## **FACTORES DETERMINANTES DE EQUIPO Y MAQUINARIA.**

Entre estos tenemos: proveedor, precio, capacidad, dimensiones, flexibilidad, mano de obra necesaria, costo de mantenimiento, consumo de energía eléctrica, infraestructura necesaria, equipos auxiliares, costo de fletes y seguros, costo de instalación y puesta en marcha, costo de refacciones en el país.

## **INSUMOS.**

En este punto se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas que se requieren para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldado por cotizaciones para establecer un compromiso.

## **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.**

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

**DISTRIBUCIÓN INTERNA:** Cada uno de los muebles, maquinarias, y equipos que participa en el proceso de transformación o de prestación de servicio debe estar dispuesto en forma tal que garantice mejores condiciones de trabajo y seguridad, una adecuada utilización del espacio disponible, mejor movilización

de insumos, además en una mayor eficacia en la operación en cuanto a los costos de operación.<sup>21</sup>

**DISTRIBUCIÓN EXTERNA:** La distribución en el terreno de las distintas unidades de operación, movilización y administración, debe corresponder a criterios técnicos, económicos, y de bienestar que al mismo tiempo que contribuyan a la eficiencia en la producción, determinan condiciones favorables a la convivencia en comunidad. Los arquitectos deben diseñar: bodegas, vías de acceso, caminos peatonales, cerramientos estaciones de energía, tanques de agua y combustibles, parqueaderos, zonas de recreación y de reserva, paisajes y reservas ecológicas.

La mayoría de las microempresas sufren continuamente con tropiezos que se derivan de una mala distribución física de la planta. Los siguientes son algunos criterios, ventajas y sistemas prácticos para que usted organice su empresa

- 1. Funcionalidad:** Que las cosas queden donde se puedan trabajar efectivamente.
- 2. Económico:** Ahorro en distancias recorridas y utilización plena del espacio.
- 3. Flujo:** Permitir que los procesos se den continuamente y sin tropiezos.
- 4. Comodidad:** Cree espacios suficientes para el bienestar de los trabajadores y el traslado de los materiales.

---

<sup>21</sup> Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.

5. **Iluminación:** No descuide este elemento dependiendo de la labor específica.
6. **Aireación:** En procesos que demanden una corriente de aire, ya que comprometen el uso de gases o altas temperaturas etc.
7. **Accesos libres:** Permita el tráfico sin tropiezos.
8. **Flexibilidad:** Prevea cambios futuros en la producción que demanden un nuevo ordenamiento de la planta.<sup>22</sup>

## **RECURSOS HUMANOS PARA LA PARTE OPERATIVA.**

El estudio del proyecto requiere la identificación y cuantificación del personal que se necesitará en la operación considerando el grado de automatización del proceso productivo, de la especialización del personal requerido, de la situación del mercado laboral, de las leyes laborales y del número de turnos requeridos.

## **INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES.**

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- ✓ El area del local

---

<sup>22</sup> Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.

- ✓ Las características del techo, la pared y de los pisos
- ✓ Los ambientes
- ✓ La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales).<sup>23</sup>

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

Es aquel estudio que se refiere a los aspectos propios de la actividad ejecutiva de su administración. Todas las empresas, grandes o pequeñas, necesitan definir alguna forma de ordenamiento interno. Es necesario distribuir las tareas y responsabilidades entre los propietarios y empleados de la empresa. En general las áreas principales de la empresa son: Producción, Ventas, Administración y Finanzas.

Cuando se va a incorporar personal a la empresa, es necesario realizar una selección adecuada, para permitir el cumplimiento de los objetivos de la misma. La capacitación y el entrenamiento juegan un rol fundamental para lograr el rendimiento óptimo en el desarrollo del trabajo. El adiestramiento debe ser algo permanente, tanto para los empleados como para los propietarios del negocio.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.

<sup>24</sup> VELASQUEZ, Ramiro, Administración., Edit. Norma S.A., Vol.4., 2012.

## **NIVELES JERÁRQUICOS.**

### **Legislativo-directivo.**

El nivel legislativo-directivo es máximo nivel de dirección en una empresa, son aquellos que dictan las políticas y reglamentos mediante los cuales operara, está conformado por los propietarios de la empresa y tomara el nombre de Junta General de Socios o Accionistas, dependiendo del tipo de empresa baja la cual se haya constituido legalmente. Este máximo órgano de dirección empresarial estar representado por un presidente.<sup>25</sup>

### **Ejecutivo.**

El nivel ejecutivo o intermedio estará integrado por los distintos jefes o mandos intermedios, en el cual se toman decisiones de carácter técnico relativas al cumplimiento de los planes y programas diseñados para alcanzar los objetivos generales de la empresa, este nivel asimila las presiones e influencia ambientales generadas por la incertidumbre en el nivel institucional, es una relación entre las tareas por realizar y el tiempo que se empleara en hacerlas.

### **Asesor.**

El nivel de asesoramiento está llamado a orientar las decisiones que merecen un trato especial, con el objeto de que no exista falencias en los procesos,

---

<sup>25</sup> VELASQUEZ, Ramiro, Administración., Edit. Norma S.A., Vol.4., 2012.

generalmente están ligados a temas de carácter laboral, judicial y de inversión de la empresa con otras organizaciones o clientes.

### **Operativo.**

Conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con el proceso de producción, encaminada a cumplir con las tareas asignadas para consecución del producto o servicio final.

### **Auxiliar o de apoyo.**

“Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.”<sup>26</sup>

## **ORGANIGRAMAS.**

Los organigramas son la representación gráfica de las relaciones e interrelaciones dentro de una organización, identificando las líneas de autoridad y responsabilidad.

### **CLASES DE ORGANIGRAMAS.**

#### **Organigrama Estructural.**

Es la representación gráfica que muestra la imagen en conjunto de las diversas unidades existentes que integran una organización determinada, así como también las relaciones entre ellas.

---

<sup>26</sup> VELASQUEZ, Ramiro, Administración., Edit. Norma S.A., Vol.4., 2012.

## **MANUALES.**

Son tratados de carácter administrativo los cuales contienen en forma sistemática información sobre las políticas, guías de acción, fases de un procesos, procedimientos y funciones a seguir por parte del personal y la manera de ejecutar determinadas actividades o operaciones de una organización o institución.

### **CLASES DE MANUALES.**

- Manual de organización
- Manual de políticas
- Manual de procedimientos

## **ESTUDIO ECONÓMICO.**

Es la etapa de análisis de la viabilidad financiera de un proyecto. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto.

## **PRESUPUESTO DE INVERSIONES.**

La mayor parte de las inversiones deben realizarse antes de la puesta en marcha del proyecto, pueden existir inversiones que sea necesario realizar durante la operación, ya sea porque se precise reemplazar activos desgastados

o por que se requiere incrementar la capacidad productiva ante aumentos proyectados en la demanda.<sup>27</sup>

Esta parte del estudio económico se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: edificios, máquinas, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo, etc.

Gran parte de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, puede darse el caso de que aún en esta fase sea necesario el realizar inversiones, ya sea para renovar activos desgastados o porque sea necesario incrementar la capacidad de producción.

**INVERSIONES FIJAS.-** Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos tenemos: los terrenos, obras físicas, equipamiento de planta y la dotación de los principales servicios básicos, etc.

✓ **TERRENOS.-** Constituye el área física de terreno que necesita la nueva unidad productiva para la construcción de la planta.

---

<sup>27</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Manuel Enrique Pasaca Mora , Universidad Nacional de Loja.2012.

- ✓ **CONSTRUCCIONES CIVILES.-** Se refiere a la infraestructura con que será construida la planta industrial, distinguiendo las partes correspondientes a oficinas y áreas netamente de producción.
- ✓ **MAQUINARÍA Y EQUIPO.-** Comprenden todos los valores correspondientes a las inversiones para dotar a la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo o prestación del servicio, así como los equipos que se utilizan en las instalaciones auxiliares.<sup>28</sup>
- ✓ **EQUIPO DE OFICINA.-** Se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.
- ✓ **MUEBLES Y ENSERES.-** Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas.
- ✓ **VEHÍCULO.-** Se refiere a las unidades móviles que permiten transportar ya sea la materia prima o el producto ya elaborado a distintos lugares.

### **INVERSIONES DIFERIDAS.**

Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar, los principales ítems que configuran esta inversión son los estudios técnicos del proyecto, gastos de organización, gastos de montaje, gastos en patentes y licencias,

---

<sup>28</sup> Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

gastos de puesta en marcha, gastos de montaje, gastos de capacitación, como también los gastos financieros e imprevistos.

- ✓ **ESTUDIOS TÉCNICOS Y JURÍDICOS.-** Estos estudios previos que pueden ser de carácter técnico o jurídico. Se trata de estudios de suelos, constitución de la empresa, asesoría tributaria y de sociedades, etc.
- ✓ **GASTOS DE ORGANIZACIÓN.-** Todos los gastos que implican la implementación de una estructura organizativa, ya sea para el periodo de instalación como para el periodo de instalación, como: registro de sociedad, matrícula mercantil, permisos de funcionamiento, etc.

### **CAPITAL DE TRABAJO.**

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo de producción, para una capacidad y tamaño determinado. Los componentes del capital de trabajo son: efectivo, inventario de materia prima, cuentas por cobrar.<sup>29</sup>

- ✓ **EFFECTIVO.-** Dinero que sirve para hacer pagos en efectivo como sueldos y servicios básicos, forma parte del disponible que mantiene las cuentas corrientes y de ahorro de la empresa.
- ✓ **INVENTARIO DE MATERIA PRIMA Y MATERIALES.-** Es la estimación de las existencias de materia prima y materiales necesarios para producir.

---

<sup>29</sup> Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

## **DEPRECIACIÓN.**

La mayoría de los activos fijos tienen una vida limitada, es decir ellos serán utilizados de utilidad para la empresa por un número limitado de periodos contables futuros. El proceso contable para esta conversión gradual de activo fijo en gasto es llamado depreciación.<sup>30</sup>

## **AMORTIZACIÓN.**

Es la cuota fija que se establece por periodo contable, como consecuencia de inversiones o gastos anticipados, los que no son imputables en un solo período contable; permitiendo de esta manera la racionalización o prorrateo del gasto en función del tiempo estipulado por la ley.

## **COSTOS DE PRODUCCIÓN.**

La determinación del costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que constan: costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos.

## **COSTOS DIRECTOS.**

Son aquellos costos que intervienen directamente, como: la materia prima, materiales directos, mano de obra directa, etc.

---

<sup>30</sup> Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

- ✓ **MATERIA PRIMA.-** Es el insumo que sufrirá el proceso de transformación y quedara plenamente involucrado en el bien producido.
- ✓ **MATERIALES DIRECTOS.-** Son aquellos que participan directa y necesariamente en el proceso para facilitar su transformación.
- ✓ **MANO DE OBRA DIRECTA.-** Este rubro está conformado por quienes intervienen directamente en la fabricación o generación de un bien o servicio, bien sea manualmente o accionando las máquinas que transforman la materia prima en producto terminado.

### **GASTOS DE FABRICACIÓN.**

Representan todos aquellos valores indirectos que no se pueden cargar a unidades de costo o trabajo especial, dichos valores provienen generalmente de: materiales indirectos y mano de obra indirecta.<sup>31</sup>

- ✓ **MATERIALES INDIRECTOS.-** Estos pueden ser lubricantes para máquinas, mantenimiento de planta, aseo, de empaque, etc., es decir todos aquellos que integran el proceso pero que no pueden medirse con exactitud cuánto corresponde a cada unidad de producto terminado.
- ✓ **MANO DE OBRA INDIRECTA.-** Aquella que complementa el proceso de producción como: personal de aseo, vigilancia, mantenimiento, supervisor de fábrica, dirección etc.

---

<sup>31</sup> Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

- ✓ **OTROS GASTOS INDIRECTOS.-** Dentro de estos tenemos rubros como: depreciación de fábrica, amortización de fábrica, servicios, mantenimiento, impuestos de fábrica, seguros de fábrica.<sup>32</sup>

### **GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

Son aquellos que forman parte de la administración de la empresa como: sueldos, depreciación administrativa, amortización administrativa, seguros e administrativos.

### **GASTOS DE VENTAS.**

Bajo este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto, entre estos tenemos: propaganda, promoción, comisión a vendedores, transporte, carga, descarga, etc.

### **INGRESOS**

Los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o de la prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez.

---

<sup>32</sup> Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

## **PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN.**

Al presupuesto de producción se lo construye a partir de los cuadros de inversiones y costo de producción, se utiliza el mismo formato y el orden en que se detallan los valores sigue el mismo orden establecido para la elaboración de un estado de resultados.<sup>33</sup>

## **EVALUACIÓN FINANCIERA.**

El objetivo de la evaluación financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

## **INDICADORES FINANCIEROS.**

**COSTO DE OPORTUNIDAD DEL DINERO (COC).** Es el rendimiento el inversionista que deja de recibir en el mercado financiero por dedicar sus fondos a un proyecto; por lo tanto la tasa de interés que se reciba representa el costo de oportunidad de del dinero invertido en el proyecto. La tasa de interés para la evaluación financiera también se denomina tasa de actualización, tasa de descuento, tasa mayor aceptable de rendimiento o tasa de interés real.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

<sup>34</sup> Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

## **FLUJO DE CAJA.**

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto. El flujo de caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los flujos de caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El objetivo de este flujo de efectivo es analizar la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto, desde el punto de vista de la generación suficiente de dinero para cumplir sus obligaciones financieras y generar efectivo para distribuir entre los socios; además, como condición sine qua non para medir la bondad de la inversión.

## **ESTRUCTURA DE CAPITAL.**

Dentro de la estructura de capital se contempla la forma de financiamiento de la inversión inicial del proyecto. Determina la cantidad de dinero que corresponde a capital propio como también la cantidad de dinero que se la obtiene en forma de préstamo, para la puesta en marcha del proyecto.

## **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 gastos que se utilizaran con todos y cada uno de los años de operación del proyecto.<sup>35</sup>

### **Fórmula:**

**VAN=**  $\sum$  del flujo neto actualizado – Gasto de inversión inicial

### ***CRITERIO DE ACEPTACIÓN:***

- VAN menor 0 el proyecto debe ser rechazado
- VAN igual 0 el proyecto es indiferente
- VAN mayor 0 el proyecto debe ser aceptado

## **TASA INTERNA DE RETORNO.**

Se define a la Tasa Interna de Retorno (TIR), como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. Se podría interpretar a la Tasa de Interna de Retorno, como la más alta de interés que se podría pagar un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los interés acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos

---

<sup>35</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Manuel Enrique Pasaca Mora , Universidad Nacional de Loja.2012.

provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.<sup>36</sup>

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La Tasa Interna de Retorno utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto retoma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital debe rechazarse el proyecto.

**Fórmula:**

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

**RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (R B/C).**

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Manuel Enrique Pasaca Mora , Universidad Nacional de Loja.2012.

<sup>37</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Manuel Enrique Pasaca Mora , Universidad Nacional de Loja.2012.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$RB/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{COSTOS ACTUALIZADOS}} - 1$$

**CRITERIO DE ACEPTACIÓN:**

- RBC menor 1 el proyecto no es rentable
- RBC mayor 1 el proyecto es rentable
- RBC igual 1 el proyecto es indiferente

**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC).**

Es el tiempo requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos, sobre una inversión, igualen el valor de los costos de la inversión inicial. Es decir, el número de años que se requieren para recuperar una inversión inicial en efectivo.<sup>38</sup>

**Fórmula:**

$$PRC = \text{AÑO ANTERIOR A LA RECUPERACION} + \frac{\text{COSTO NO RECUP. AL INICIO DEL AÑO} - \text{FLUJO ANTERIOR ACUM.}}{\text{FLUJO DE EFECTIVO DURANTE EL AÑO DE RECUPERACION}}$$

Entre más pequeño sea el PRC, mejores resultados se obtendrán.

---

<sup>38</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Manuel Enrique Pasaca Mora , Universidad Nacional de Loja.2012

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.**

Es posible mostrar cómo se modifica la rentabilidad del proyecto bajo diferentes escenarios en los cuales se desenvolverá el mismo en las fases de inversión operación. Entre los elementos de mayor importancia están: la inversión, los precios de venta unitarios, volúmenes de venta, etc.<sup>39</sup>

### **CRITERIO DE ACEPTACIÓN:**

- Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO EN LOS COSTOS.**

- Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
- Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener flujos positivos.
- Se obtiene la TIR Resultante

---

<sup>39</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Manuel Enrique Pasaca Mora , Universidad Nacional de Loja.2012.

- Se obtiene una nueva *TIR*

$$\text{NUEVA TIR} = \text{TIR O} - \text{TIR R}$$

**Dónde:** TIR N = TIR Nueva (después del incremento de costos)

TIR O = TIR Original (antes del incremento de costos).

- Se calcula el porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VARIACION} = \frac{\text{TIR N}}{\text{TIR O}} \times 100$$

- Se calcula en coeficiente de sensibilidad

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ DE VARIACION}}{\text{TIR RESULTANTE}}$$

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DECREMENTO EN INGRESOS.**

- Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de disminución de ingresos.
- Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo.
- Se obtiene la TIR Resultante
- Se obtiene una nueva *TIR*

$$\text{NUEVA TIR} = \text{TIR O} - \text{TIR R}$$

**Dónde:** TIR N = TIR Nueva (después de la disminución de ingresos)

TIR O = TIR Original (antes de la disminución de ingresos)

- Se calcula el porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VARIACION} = \frac{\text{TIR N}}{\text{TIR O}} \times 100$$

- Se calcula en coeficiente de sensibilidad

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ DE VARIACION}^{40}}{\text{TIR RESULTANTE}}$$

---

<sup>40</sup> Formulación y evaluación de proyectos de inversión, Manuel Enrique Pasaca Mora , Universidad Nacional de Loja.2012.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS.**

### **MATERIALES.**

### **RECURSOS HUMANOS.**

- Director de Tesis.
- Fredy Rusibel Ramón Ochoa

### **RECURSOS MATERIALES**

- Computadora
- Impresora
- Sumadora
- Perforadora
- Grapadora
- Cuadernos
- Esferos
- Anillados
- Empastados

### **MÉTODOS.**

El diseño metodológico del presente trabajo parte del **MÉTODO CIENTÍFICO**, el cual exige un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización, sistematización, expresión y exposición de conocimientos tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental.

**Método Inductivo.**

Sigue un proceso en el que a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explicaron o relacionaron los fenómenos estudiados.

Este método se lo utilizó para analizar e interpretar la información obtenida de los instrumentos de recolección y análisis de datos como es las encuestas que se aplicaron, lo que permitió deducir con claridad puntos circunstanciales en los que se desenvuelve el objeto de estudio para la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

**Método Deductivo.**

Este método consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal determinando los hechos más importantes del fenómeno por analizar extrayendo conceptos, principios, definiciones, leyes y normas generales

Este método se lo utilizó en el estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha existente y que justifique la viabilidad del mercado, la misma que se deducirá de la demanda potencial y de igual manera al momento de fijar el tamaño del proyecto para la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

**Método Analítico - Sintético.**

Método filosófico dualista por medio del cual se llega a la verdad de las cosas, primero se separan los elementos que intervienen en la realización de un fenómeno determinado, después se reúnen los elementos que tienen relación

lógica entre sí hasta completar y demostrar la verdad del conocimiento. Hay quienes lo manejan como métodos independientes.

Este método se utilizó para analizar el marco teórico del proyecto de investigación así como los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al segmento de la población, se lo utilizara también en el estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera para conocer la factibilidad de la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

### **Método Estadístico.**

El Método Estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

Este método se lo utilizó para la obtención de datos específicos de la demanda y oferta, así como permitió conocer las cantidades de los resultados de los servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja que abastecerán de materia prima a la empresa.

### **TECNICAS.**

En el desarrollo de la presente tesis se utilizó:

**Observación Directa.** Esta técnica consiste en visualizar lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de

acuerdo al problema a investigar, esta técnica también permite realizar un sondeo de la realidad objetiva

Por medio de la observación directa se pudo evidenciar los posibles demandantes de los servicios que se ofrecerán la empresa. A través de este procedimiento fue posible también, analizar el comportamiento de la competencia, así como las características del lugar donde funcionaría la misma.

**Encuesta.-** Esta técnica se la aplicó a la población de la ciudad de Loja que según la información obtenida del INEC del año 2.010, fueron de 180.617. Se proyecta para el año 2016 con una tasa de crecimiento del 2.65%, con el fin de conocer todos los aspectos que servirán de base para ofrecer un servicio acorde a las demandas del mercado efectivo.

**PROYECCION DE LA CIUDAD DE LOJA AL 2016**  
**Cuadro Nro. 1**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCION 2.65% TC</b>
2.010	180.617
2.011	185.403
2.012	190.316
2.013	195.359
2.014	200.536
2.015	205.850
2.016	211.305

Como el proyecto es de servicios de compras, se determinara para las familias de la ciudad de Loja, esto es que los 211.305 habitantes se la divide para 4 miembros por familia, dando un valor de 52.826 familias en la ciudad de Loja para el año 2016.

**Tamaño de la muestra:**

En vista que el número de demandantes objeto de estudio es muy alto, se procede a realizar un muestro estadístico, a través de la siguiente fórmula:

Formula

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Donde:

n =?            Tamaño de la muestra  
 N = 9.118      Familias de la ciudad de Loja.  
 e = 0,05       Error de la muestra

$$N = \frac{52.826}{1 + (0.05)^2 \cdot (52.826)}$$

$$N = \frac{52.826}{133.065}$$

$$n = 396.99$$

**n = 397 encuestas**

**Cuestionario.-** La Encuesta que se aplicará a las familias de la ciudad de Loja y será un cuestionario que incluye una serie de preguntas que permitirán caracterizar la demanda, indagando sus gustos y preferencias en lo que respecta al servicio que se pretende ofrecer.

## f. RESULTADOS.

### ENCUESTA A DEMANDANTES:

#### 1.- ¿Cuál es su ingreso mensual?

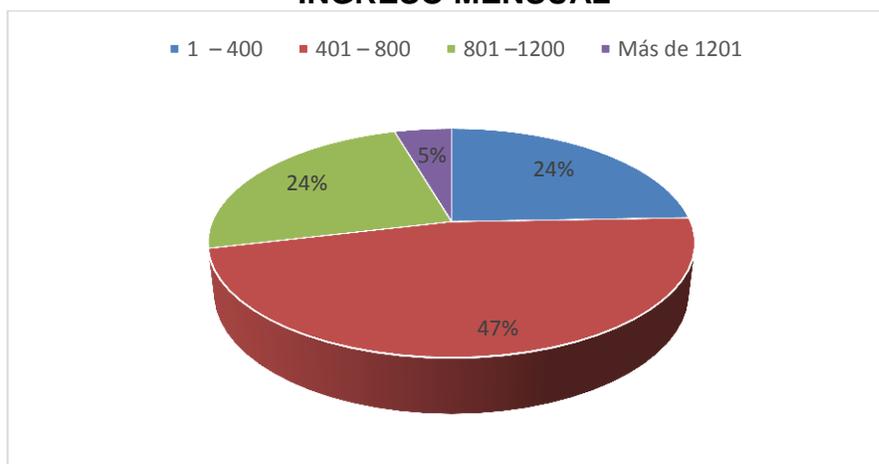
**Cuadro No. 2**  
**INGRESO MENSUAL**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 – 400	97	24%
401 – 800	186	47%
801 –1200	96	24%
Más de 1201	18	5%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 1**  
**INGRESO MENSUAL**



#### **Análisis e interpretación.**

Conforme a la pregunta realizada sobre el ingreso mensual, el 24% indica que percibe un sueldo entre 1 a 400 Dólares, el 47% tiene un sueldo que va entre 401 a 800, el 24% tiene un ingreso de 801 a 1200 y el 5% percibe más de 1201 Dólares, lo que indica que mayoritariamente las personas reciben un sueldo de 401 a 800 dólares, siendo personas con capacidad de adquisición.

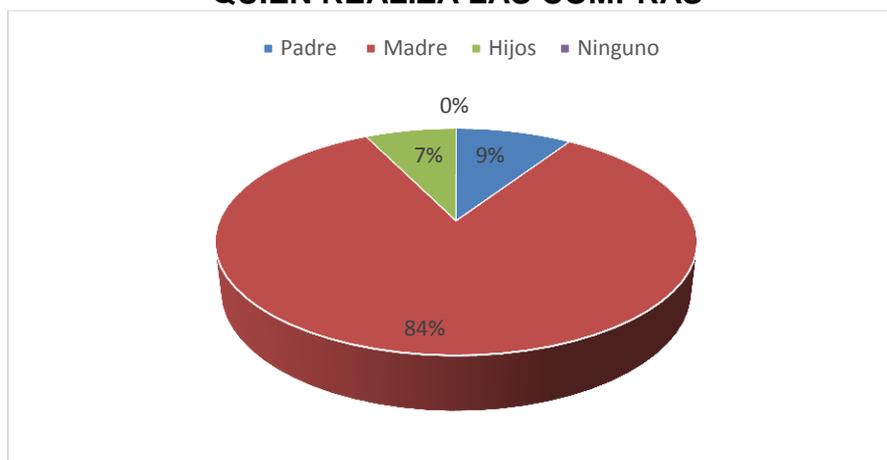
## 2.- ¿Por lo general quien realiza las compras en su hogar?

**Cuadro No. 3**  
**QUIEN REALIZA LAS COMPRAS**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Padre	37	9%
Madre	331	84%
Hijos	29	7%
Ninguno	0	0%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 2**  
**QUIEN REALIZA LAS COMPRAS**



### **Análisis e interpretación.**

El 84% de familias encuestadas indican que realiza las compras la madre, el 9% el padre y el 7% los hijos, evidenciándose que en la gran mayoría de familias la madre es la que se encarga de las compras así como también de muchas tareas que tiene el hogar, situación que le resulta complicada ya que actualmente las madres también trabajan y no cuentan con el tiempo suficiente para hacer sus compras.

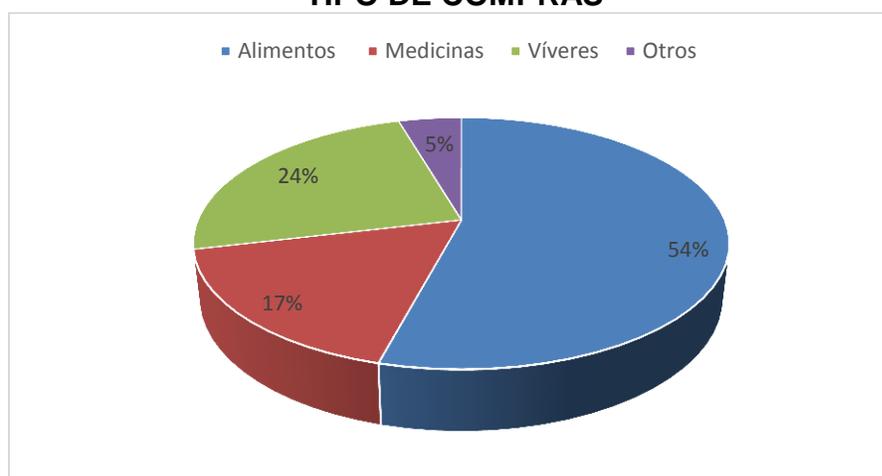
3.- ¿Por lo general que tipo de compras adquiere diariamente? (Elija una respuesta)

**Cuadro No. 4**  
**TIPO DE COMPRAS**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Alimentos	215	54%
Medicinas	68	17%
Viveres	96	24%
Otros	18	5%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 3**  
**TIPO DE COMPRAS**



### **Análisis e interpretación.**

Del 100% de familias encuestadas, el 54% nos indica que por lo general adquieren alimentos, seguido por el 24% que adquieren víveres, el 17% medicinas y un 5% otros productos varios. La adquisición de los alimentos es básica e indispensable en una familia, a más de ello son productos que se requieren de forma diaria y rápida.

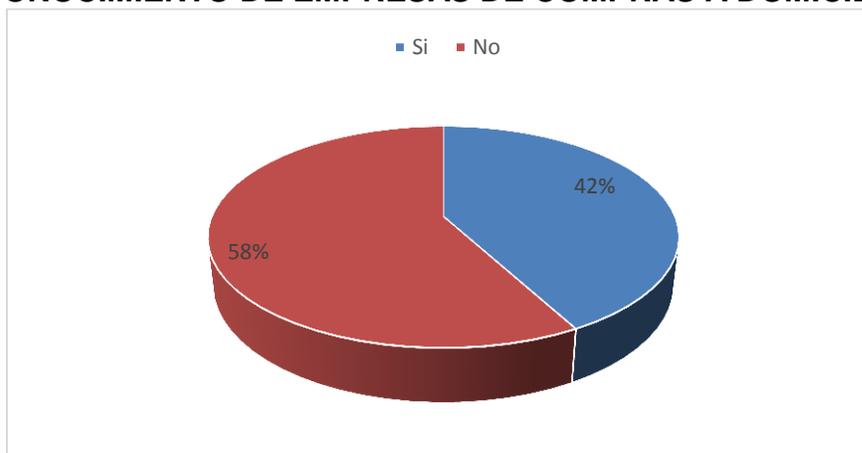
4.- ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de compra a domicilio?

**Cuadro No. 5**  
**CONOCIMIENTO DE EMPRESAS DE COMPRAS A DOMICILIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	167	42%
No	230	58%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 4**  
**CONOCIMIENTO DE EMPRESAS DE COMPRAS A DOMICILIO**



#### **Análisis e interpretación.**

El 42% de personas encuestadas indican que si conocen de empresas que presten servicios a domicilio, mientras que el 58% desconoce. Lo que permite evidenciar que en nuestro medio existen pocas empresas de servicio a domicilio y que no son muy conocidas por las familias.

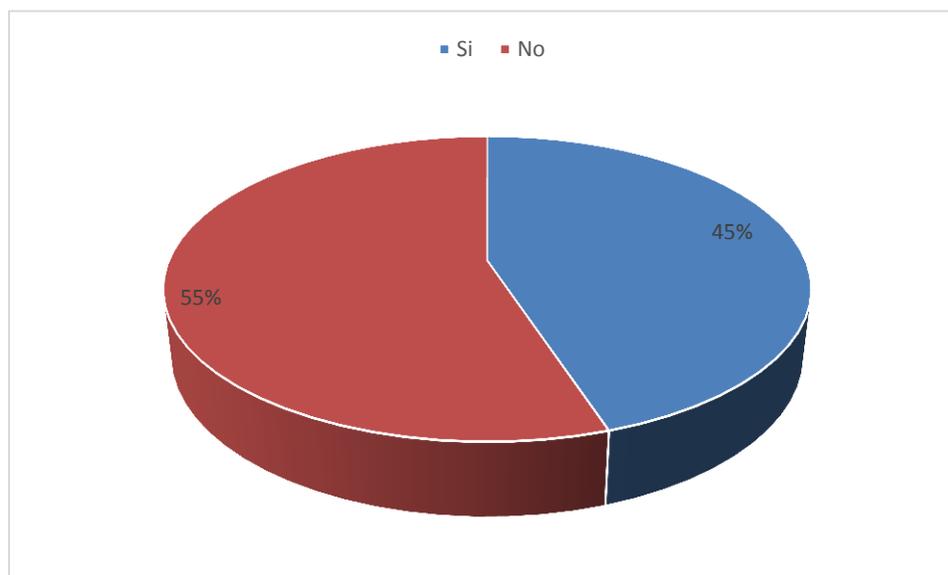
**5.- ¿Usted hace uso de este tipo de servicios de compras a domicilio?  
DEMANDA REAL**

**Cuadro No. 6  
UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE COMPRAS A DOMICILIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	75	45%
No	92	55%
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 5  
UTILIZACIÓN DE SERVICIOS DE COMPRAS A DOMICILIO**



**Análisis e interpretación.**

Del 100 % de personas encuestadas, el 45% indica que si utiliza los servicios de compras a domicilio, mientras que el 55% indica que no, lo que nos permite conocer que de alguna manera la ciudadanía si requiere de compras a domicilio debido a las diversas actividades que tienen que realizar, no les permite hacer sus compras de forma personal.

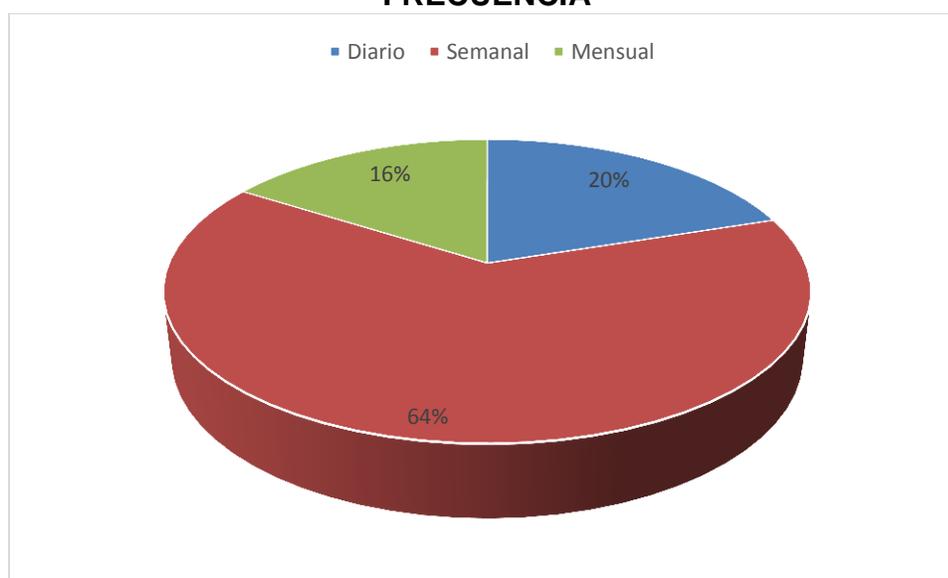
6.- ¿Con que frecuencia usted hace uso de los servicios de compras a domicilio?

**Cuadro No. 7  
FRECUENCIA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diario	15	20%
Semanal	48	64%
Mensual	12	16%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 6  
FRECUENCIA**



### **Análisis e interpretación.**

El 64% de las personas encuestadas indican que utilizan los servicios de compras a domicilio de forma semanal, el 20% diariamente y el 16% de forma mensual, lo que permite conocer que con mayor frecuencia las compras que requieren las familias son de forma semanal, dato que será considerado para las ventas en la empresa de nueva creación.

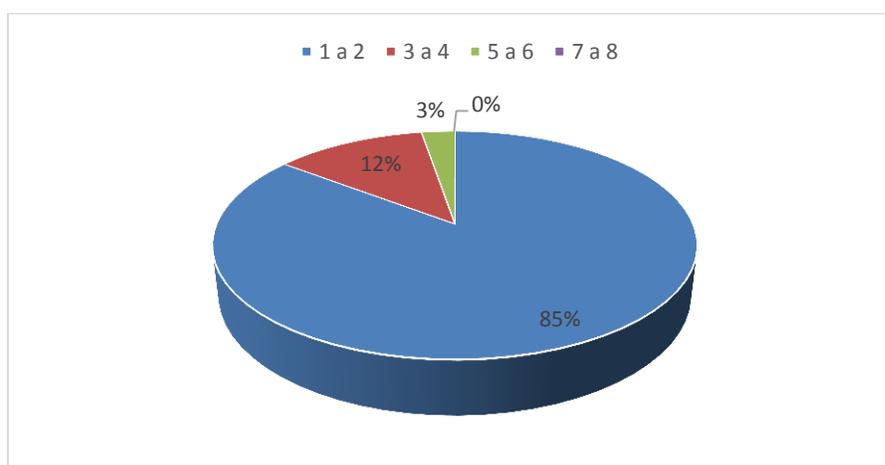
## 7.- ¿Cuántas veces al mes utiliza usted el servicio de compras a domicilio? CP

**Cuadro No. 8**  
**FRECUENCIA MENSUAL**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	64	85%
3 a 4	9	12%
5 a 6	2	3%
7 a 8	0	0%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 7**  
**FRECUENCIA SEMANAL**



### **Análisis e interpretación.**

Del 100% de encuestados el 85% indica que realiza las compras de 1 a 2 veces por semana, el 12% de 3 a 4 veces por semana, el 3% de 5 a 6 veces por semana y ninguno más de 7 veces. Esta pregunta es muy importante en el estudio de mercado porque permitirá conocer el consumo per cápita por familia para poder contabilizar las frecuencias de compra de productos a domicilio.

**8.- ¿Cree usted que las empresas de servicio de compras a domicilio prestan un servicio garantizado?**

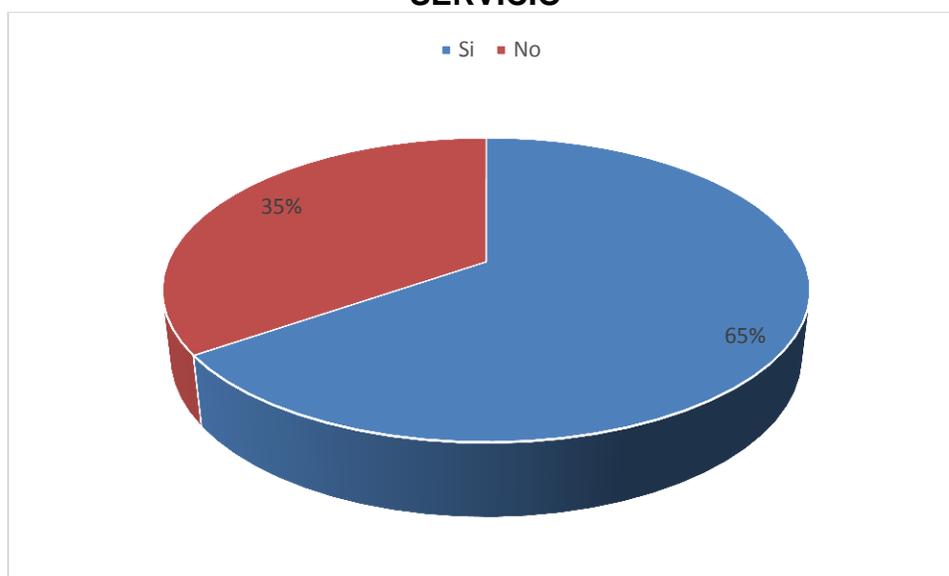
**Cuadro No. 9**  
**SERVICIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	65%
No	26	35%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 8**  
**SERVICIO**



### **Análisis e interpretación.**

El 65% de las personas encuestadas indican que el servicio de compras a domicilio es garantizado, mientras que el 35% indica que no. Dato que es muy importante de considerar ya que las familias no tienen seguridad al encargar la compra de sus productos, ya que no reciben en sus hogares productos de calidad y de total satisfacción para el cliente. Además el tiempo es una garantía en la compra que se debe cumplir.

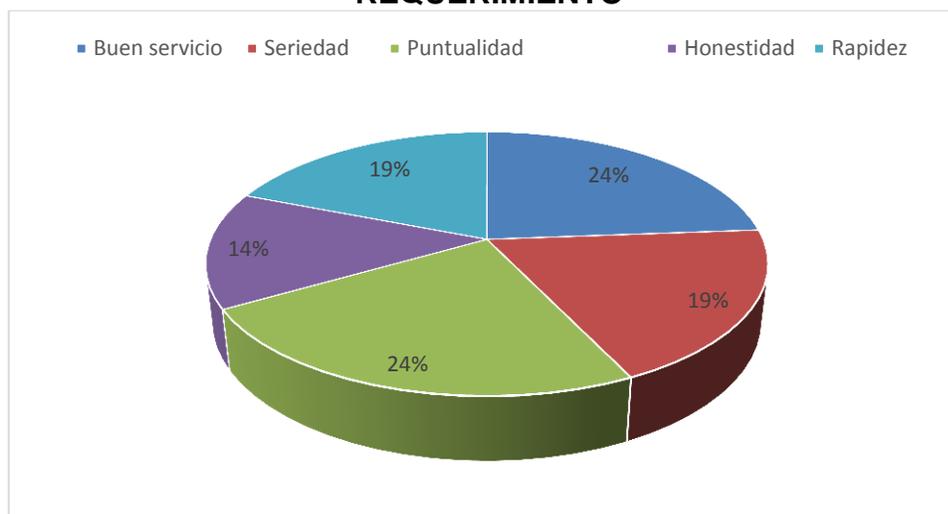
## 9.- ¿Al utilizar el servicio compras a domicilio que requiere usted?

**Cuadro No. 10**  
**REQUERIMIENTO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Buen servicio	50	24%
Seriedad	40	19%
Puntualidad	50	24%
Honestidad	30	14%
Rapidez	40	19%

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 9**  
**REQUERIMIENTO**



### **Análisis e interpretación.**

Del 100% de las familias encuestadas el 24% indica que el factor más importante que requieren al realizar las compras a domicilio es la rapidez, el 19% la puntualidad, el 24% buen servicio, el 14% la seriedad y el 19% la honestidad en la compra, factores sumamente importantes a considerar para que el servicio sea acorde a las necesidades y exigencias de las familias que requieren el servicio.

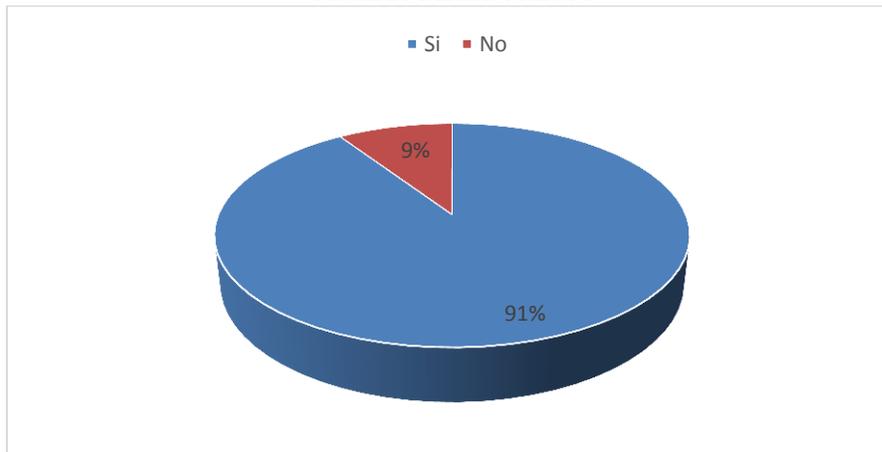
**10.- ¿Si en la ciudad de Loja se implementara una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio, con servicio de rapidez, calidad y seguridad, usted sería cliente de esta empresa?**

**Cuadro No. 11  
NUEVA EMPRESA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	91%
No	7	9%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 10  
NUEVA EMPRESA**



### **Análisis e interpretación.**

Del total de familias encuestadas el 91% indica que si apoyarían a la nueva empresa, mientras que el 9% manifiesta que no, esta pregunta permite conocer la demanda efectiva, es decir el porcentaje de familias que apoyarán la implementación de la nueva empresa de servicios motorizados para compras a domicilio, que tendrá un valor agregado de rapidez, calidad y seguridad.

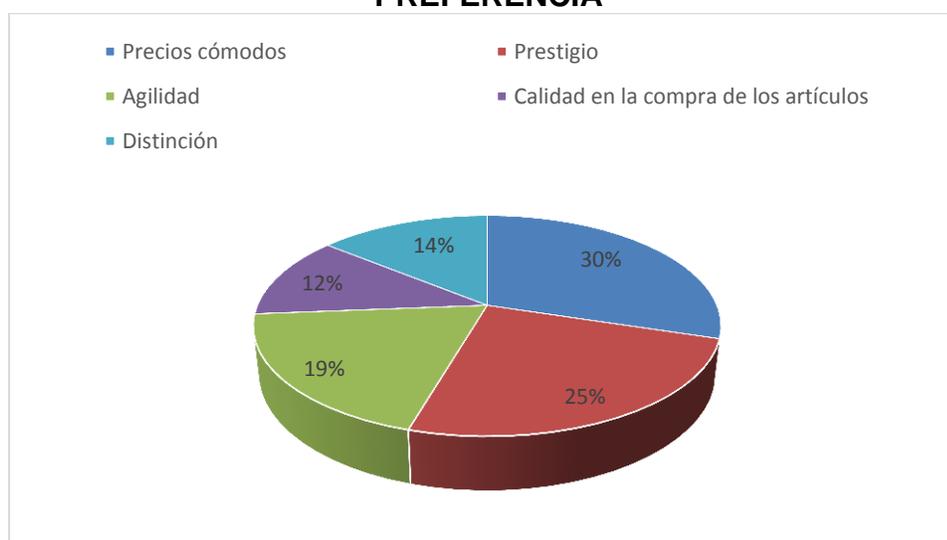
## 11.- ¿La nueva empresa deberá cumplir de preferencia con?

**Cuadro No. 12  
PREFERENCIA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precios cómodos	59	30%
Prestigio	49	25%
Agilidad	38	19%
Calidad en la compra de los artículos	24	12%
Distinción	28	14%

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 11  
PREFERENCIA**



### **Análisis e interpretación.**

Conforme a la pregunta realizada sobre aspectos de preferencia para el cliente, el 30% indica que requiere precios cómodos, el 25% agilidad en el servicio, el 19% servicio de prestigio, el 12% servicios con distinción y el 14% que la compra de los productos sea de calidad. Es de vital importancia para la nueva empresa cumplir y considerar con estos aspectos que son requeridos por los clientes.

12.- ¿Cuánto pagaría usted por cada servicio motorizado de compras a domicilio?

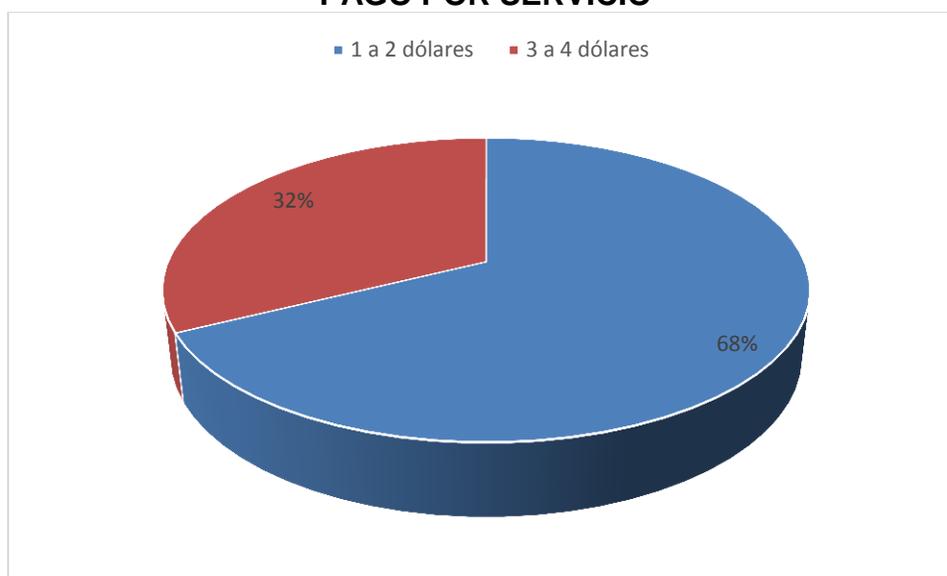
**Cuadro No. 13**  
**PAGO POR SERVICIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 dólares	46	68%
3 a 4 dólares	22	32%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 12**  
**PAGO POR SERVICIO**



### **Análisis e interpretación.**

Con respecto al precio del servicio, el 68% indica que está dispuesto a pagar de 1 a 2 dólares y el 32% pagará por el servicio de 3 a 4 dólares, todo ello en el marco del cumplimiento de las preferencias y gustos requeridos por los posibles clientes de la nueva empresa.

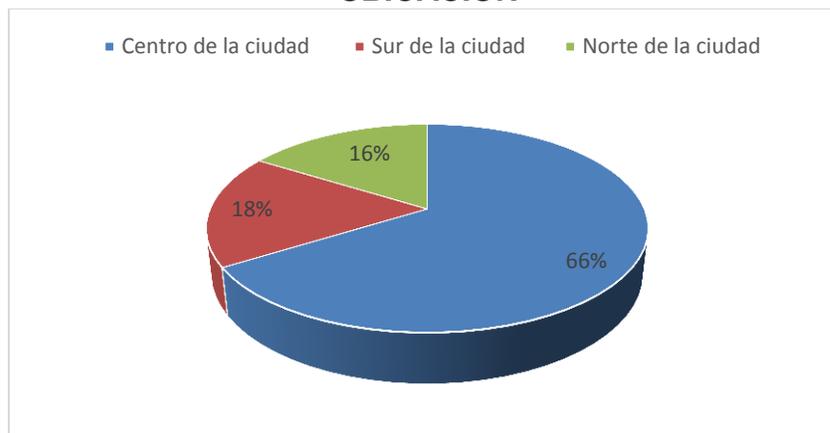
**13.- ¿Dónde prefiere que se encuentre ubicada la empresa de servicios motorizados de compras a domicilio?**

**Cuadro No. 14  
UBICACION**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	45	66%
Sur de la ciudad	12	18%
Norte de la ciudad	11	16%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 13  
UBICACION**



**Análisis e interpretación.**

En cuanto a la ubicación de la empresa, el 66% de las familias encuestadas indican que prefieren que la empresa de servicios motorizados de compras a domicilio se encuentre ubicada en el centro de la ciudad, el 18% prefieren el sur de la ciudad, lo que indica que la mayoría de familias requieren que la empresa se ubique en el centro, para mayor rapidez en la entrega de los productos, ya que será un sitio estratégico en relación a los demás sectores de la ciudad de Loja.

#### 14.- ¿Qué medio publicitario usted prefiere para la nueva empresa?

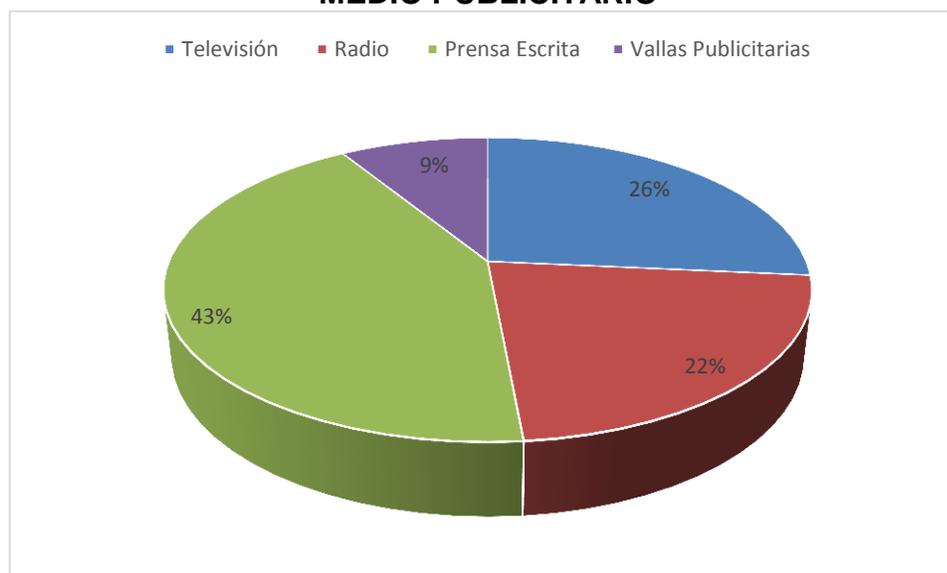
**Cuadro No. 15**  
**MEDIO PUBLICITARIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	18	26%
Radio	15	22%
Prensa Escrita	29	43%
Vallas Publicitarias	6	9%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 14**  
**MEDIO PUBLICITARIO**



#### **Análisis e interpretación.**

Conforme a la pregunta realizada sobre los medios publicitarios que prefiere para la nueva empresa, el 26% indica que prefiere a la televisión, el 22% prefiere la radio, el 43% respondieron que prefieren la prensa escrita y el 9% de los encuestados manifestaron que prefieren las vallas publicitarias.

### 15.- ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

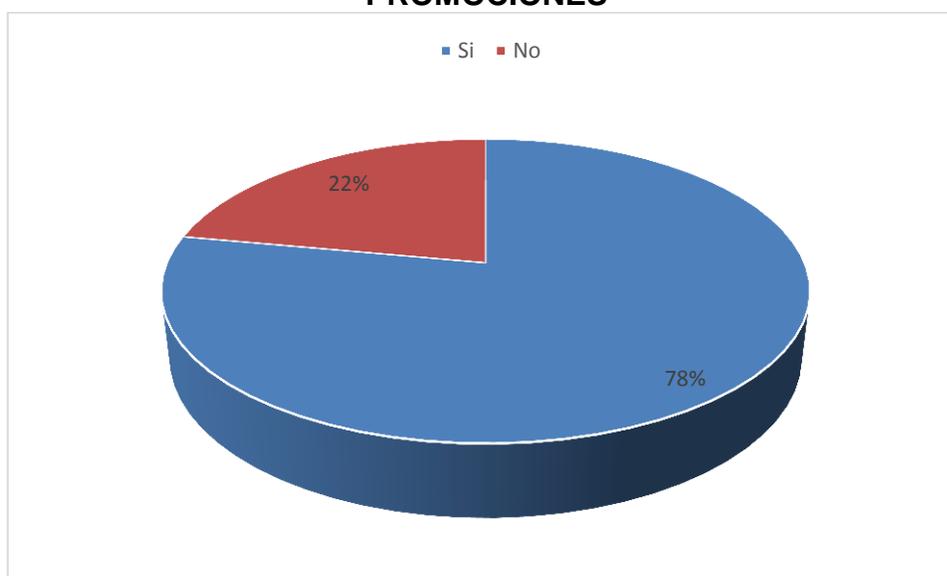
**Cuadro No. 16**  
**PROMOCIONES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	53	78%
No	15	22%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 15**  
**PROMOCIONES**



#### **Análisis e interpretación.**

En cuanto a las promociones, el 78% de las familias encuestadas, indican que sería importante que la empresa ofrezca promociones a sus clientes, aunque el 22% no está interesado en ello. La promoción es vital para el desarrollo y crecimiento de una empresa ya que mantiene la fidelidad en los clientes para que sigan utilizando el servicio.

16.- ¿Indique el tipo de promociones que desearía que ofrezca la empresa?

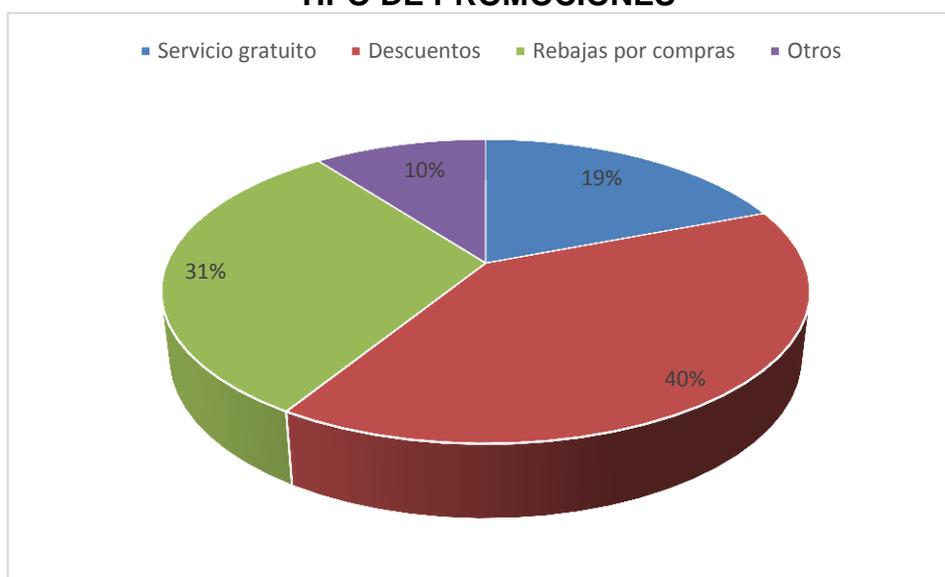
**Cuadro No. 17**  
**TIPO DE PROMOCIONES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Servicio gratuito	13	19%
Descuentos	27	40%
Rebajas por compras	21	31%
Otros	7	10%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a demandantes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 16**  
**TIPO DE PROMOCIONES**



### **Análisis e interpretación.**

En cuanto al tipo de promociones que desearía que ofrezca la empresa el 40% prefiere descuentos, el 31% rebajas por las compras, el 19% servicio gratuito y finalmente el 10% dice que preferiría otro tipo de promoción. Es importante conocer el tipo de promoción que se va a aplicar a los clientes para que se mantenga su fidelidad y que sigan utilizando el servicio.

**OFERENTES:**

Se realizó un cuestionario para la encuesta que se aplicó a los oferentes de la ciudad de ciudad de Loja que incluye una serie de preguntas que permitieron caracterizar la oferta, indagando sus gustos y preferencias en lo que respecta al servicio que se pretende ofrecer. Entre ellas se tiene a las 8 empresas se las anuncia a continuación:

**Cuadro No. 18**

Nro.	EMPRESAS
1	Multiservicios Cía. Ltda.
2	Serviloja
3	Mercamax
4	Zerimar
5	Entrega rápida Cía. Ltda.
6	Servimotos
7	Servicios de compras
8	Compra a domicilio Cía. Ltda.

## ENCUESTAS PARA LOS OFERENTES

### 1.- ¿Ofrece su empresa servicio de compras a domicilio?

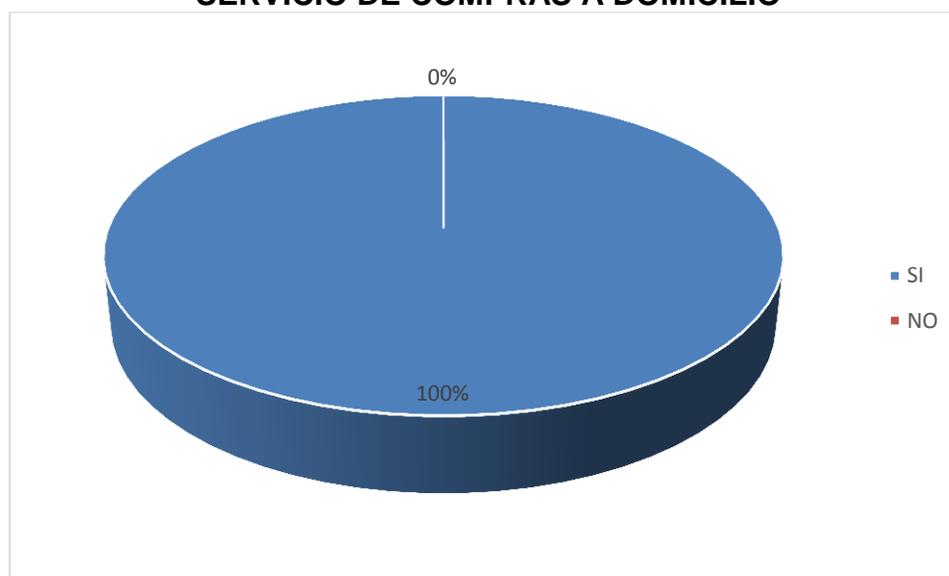
**Cuadro No. 19**  
**SERVICIO DE COMPRAS A DOMICILIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	100%
NO	0	0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a oferentes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 17**  
**SERVICIO DE COMPRAS A DOMICILIO**



### **Análisis e interpretación.**

Del 100% de empresas encuestadas, todas ellas es decir 8 ofrecen servicios de compra a domicilio, lo que indica que en la ciudad de Loja, no existen muchas empresas de este tipo, situación que favorece la implementación de la nueva empresa de servicios motorizados a domicilio.

## 2.- ¿Qué tiempo tiene la empresa realizando estas actividades?

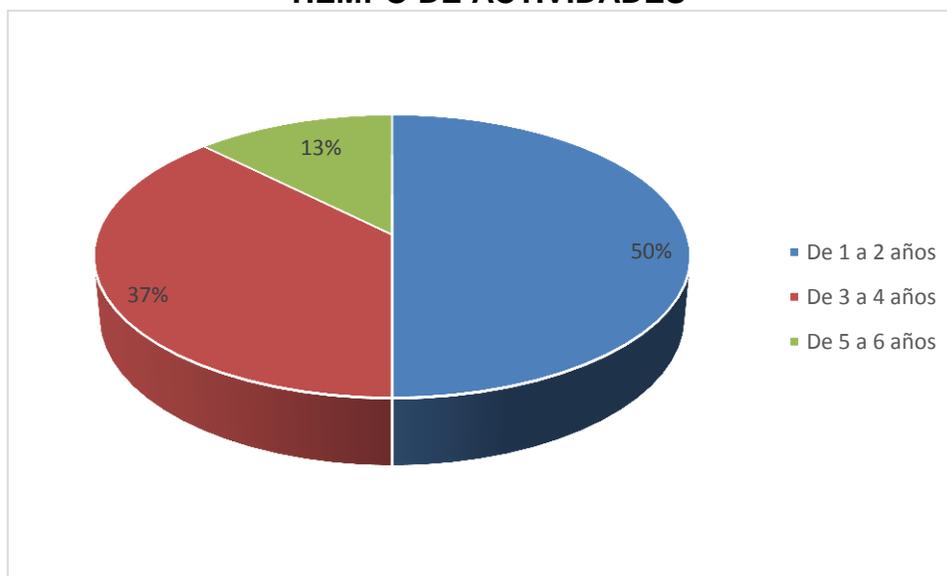
**Cuadro No. 20**  
**TIEMPO DE ACTIVIDADES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 años	4	50%
De 3 a 4 años	3	37%
De 5 a 6 años	1	13%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a oferentes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 18**  
**TIEMPO DE ACTIVIDADES**



### **Análisis e interpretación.**

Del total de empresas encuestadas, el 50% de ellas indican que tienen de 1 a 2 años de funcionamiento, el 37% de 3 a 4 años, y finalmente el 13% es decir una empresa tiene más de 5 años, situación que se debe considerar ya que la mayor parte de empresas cuentan con experiencia que las ha posicionado en el mercado.

### 3.- ¿Cuántos servicios realiza diariamente?

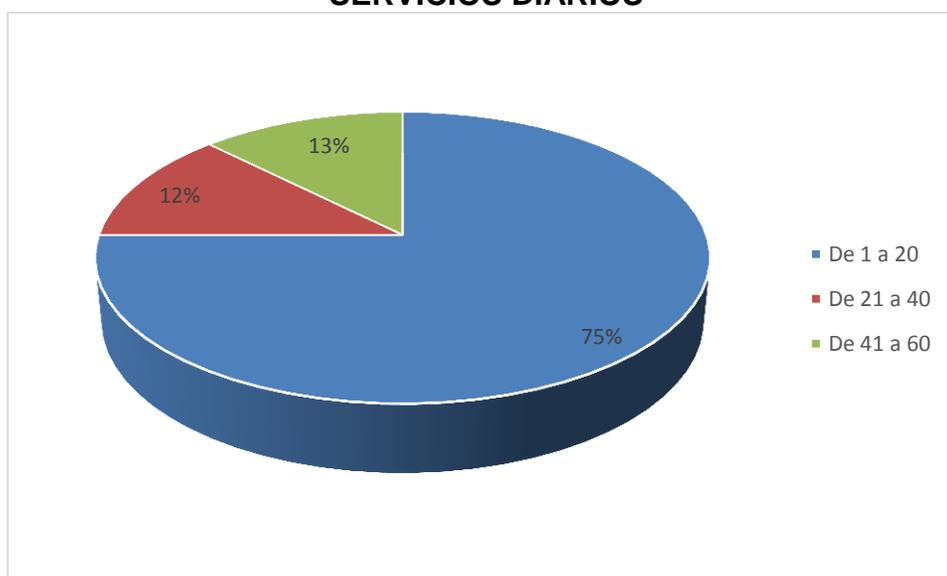
**Cuadro No. 21**  
**SERVICIOS DIARIOS**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 20	6	75%
De 21 a 40	1	12%
De 41 a 60	1	13%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a oferentes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 19**  
**SERVICIOS DIARIOS**



#### **Análisis e interpretación.**

El 75% de empresas encuestadas indican que realizan de 1 a 20 servicios de compras a domicilio realiza diariamente, el 12% de 21 a 40 y el 13% de 41 a 60 servicios diarios, considerándose que mayoritariamente realizan hasta 20 compras a domicilio, dato importante para contrastar con el consumo per cápita por familia.

#### 4.- ¿Cuál es el precio por cada servicio realizado?

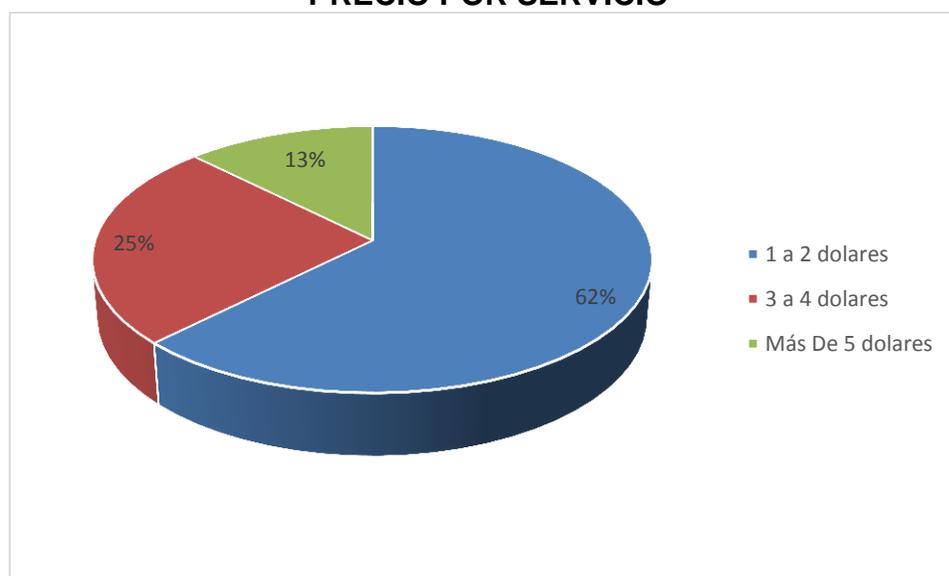
**Cuadro No. 22**  
**PRECIO POR SERVICIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 dolares	5	62%
3 a 4 dolares	2	25%
Más De 5 dolares	1	13%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a oferentes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 20**  
**PRECIO POR SERVICIO**



#### **Análisis e interpretación.**

Del 100% de empresas encuestadas, el 62% indica que el precio que cobran por el servicio de compras a domicilio es de 1 a 2 dólares, el 25% indica que cobra de 3 a 4 dólares, pero el 13% indica que cobra más de 5 dólares. El precio aspecto importantísimo para fijar el costo del servicio en relación a la oferta y la demanda del mismo.

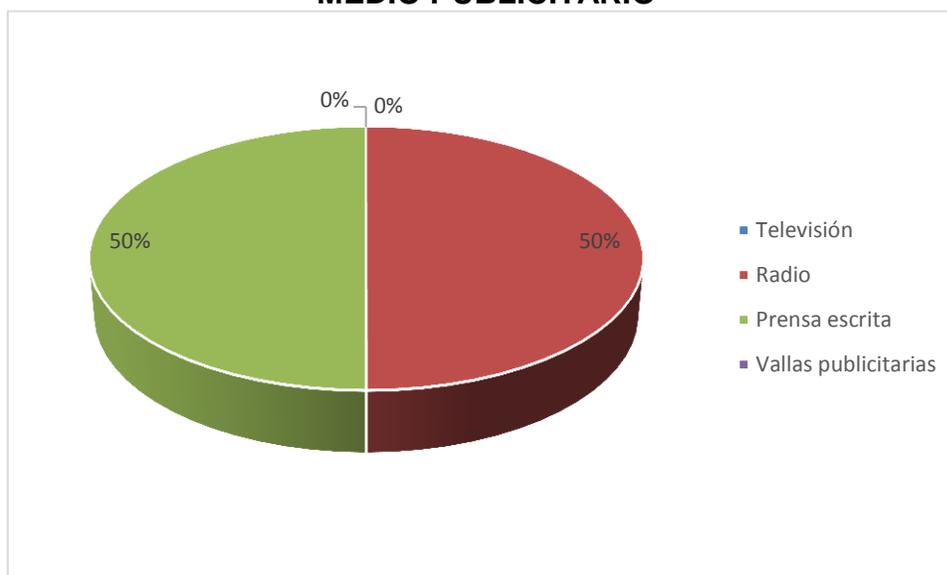
## 5.- ¿Qué medio publicitario utiliza usted para hacer conocer su empresa?

**Cuadro No. 23**  
**MEDIO PUBLICITARIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	0	0%
Radio	4	50%
Prensa escrita	4	50%
Vallas publicitarias	0	0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a oferentes.  
Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 21**  
**MEDIO PUBLICITARIO**



### **Análisis e interpretación.**

Las empresas encuestadas utilizan como medio para realizar su publicidad la radio y televisión en un 50% para cada una, indicándose además que no hacen uso de la televisión, ni vallas publicitarias. Situación que permite conocer el tipo de publicidad que llevan para conocer que se puede aplicar en la empresa de nueva creación.

## 6.- ¿Su empresa realiza promociones por el servicio ofrecido?

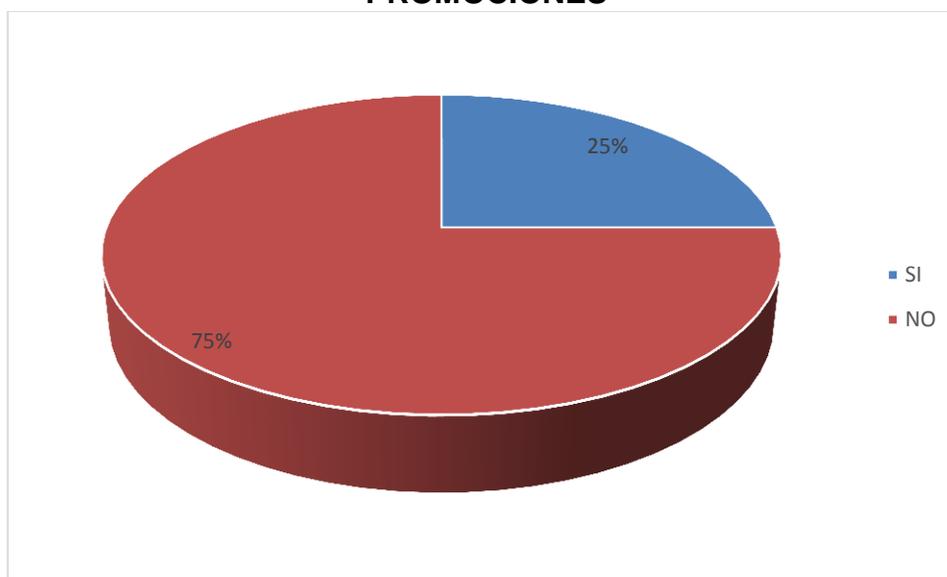
**Cuadro No. 24  
PROMOCIONES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	25%
NO	6	75%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a oferentes.

Elaboración: El Autor.

**Gráfico No. 22  
PROMOCIONES**



### **Análisis e interpretación.**

Conforme a la pregunta realizada sobre si la empresa realiza promociones por el servicio ofrecido, el 25% de ellas indican que si realizan promociones, mientras que el 75% dice que no realiza ningún tipo de promoción. Dato que es muy importante conocer ya que la promoción es vital para el desarrollo y crecimiento de la empresa ya que mantiene la fidelidad en los clientes para que sigan utilizando el servicio, pero en este caso la mayoría no la utiliza.

## **g. DISCUSION.**

### **ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **LA DEMANDA.**

La demanda, la constituye la cantidad de bienes o servicios que el mercado puede adquirir y los factores que influyen en su comportamiento que son de diferente índole, entre ellos tenemos los precios, gustos y preferencias del usuario, la disponibilidad de ingresos económicos, condiciones que caracterizan a un producto o servicio que se puede ofrecer. Es así que la principal razón que supieron manifestar las familias o clientes en este caso de la ciudad de Loja, es que les hace falta una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio dentro de la ciudad.

#### **DEMANDA POTENCIAL.**

Para calcular la demanda potencial se hizo necesario tomar en cuenta a las familias de la ciudad de Loja, los mismos que al existir una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en cualquier momento pueden utilizar el servicio y formarían parte de los clientes de la misma.

La demanda potencial se la cálculo de acuerdo a la siguiente pregunta: ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de compra a domicilio? Con una aceptación del 42%. El período de vida útil de este proyecto será de 10 años y se proyectara con una tasa de crecimiento del 2.65%, con el fin de conocer todos los aspectos que servirán de base para ofrecer un servicio acorde a las demandas del mercado efectivo.

**Cuadro No. 25  
DEMANDA POTENCIAL**

FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA	PORCENTAJE	DEMANDA POTENCIAL
52.826	42%	22.186

Fuente: Cuadro 5.

Elaborado por: El Autor.

### PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL.

**Cuadro No. 26  
DEMANDA POTENCIAL**

AÑO	POBLACION FAMILIAS T.C. 2.65%	PORCENTAJE	DEMANDA POTENCIAL
0	52.826		22.186
1	54.225		22.774
2	55.661		23.377
3	57.136		23.997
4	58.650	42%	24.633
5	60.204		25.285
6	61.799		25.955
7	63.436		26.643
8	65.117		27.349
9	66.842		28.073
10	68.613		28.817

Fuente: Pregunta 4, Cuadro 5.

Elaborado por: El Autor.

### DEMANDA REAL.

Es el volumen total de bienes o servicios requeridos para satisfacer un mercado, siendo el porcentaje real si las familias de la ciudad de Loja hacen uso de este tipo de servicios de compras a domicilio, para obtener la demanda real se multiplicó la cantidad obtenida en la demanda potencial, por el porcentaje obtenido de la encuesta a los demandantes según el cuadro 5, siendo el 45%.

**Cuadro No. 27  
DEMANDA REAL**

DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
22.186	45%	9.983

Fuente: Cuadro 6.

Elaborado por: El Autor.

**PROYECCION DE LA DEMANDA REAL.**

**Cuadro No. 28  
DEMANDA REAL**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL T.C. 2.65%	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	22.186		9.983
1	22.774		10.248
2	23.377		10.519
3	23.997		10.798
4	24.633	45%	11.084
5	25.285		11.378
6	25.955		11.679
7	26.643		11.989
8	27.349		12.307
9	28.073		12.632
10	28.817		12.967

Fuente: Pregunta 5, Cuadro 6.

Elaborado por: El Autor.

**Uso per cápita.**

Este indicador sirvió para estimar la cantidad promedio anual de utilización de servicio de compras a domicilio.

**CUADRO N° 29  
CONSUMO REAL PERCÁPITA MENSUAL**

UNIDADES	FRECUENCIA (F)	Xm	Fxm
1 - 2	64	1.5	96
3 - 4	9	3.5	31.5
5 - 6	2	5.5	11
7 - 8	0	7.5	0
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>		<b>138.5</b>

Fuente: Cuadro 8.

Elaborado por: El Autor.

### Media aritmética

$$\text{Promedio} = \frac{138.5}{75}$$

$$\text{Promedio} = 1.84 = 2 \text{ MENSUAL}$$

Consumo promedio anual = 2 X 12 meses = 24 servicios anual.

### Demanda Real en Servicios anuales.

**Cuadro No. 30**  
**DEMANDA REAL**

AÑO	DEMANDA REAL	SERVICIO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA REAL EN SERVICIOS
0	9.983		239.592
1	10.248		245.952
2	10.519		252.456
3	10.798		259.152
4	11.084	24	266.016
5	11.378		273.072
6	11.679		280.296
7	11.989		287.736
8	12.307		295.368
9	12.632		303.168
10	12.967		311.208

**Fuente:** Cuadro 28 y 29.

**Elaborado por:** El Autor.

### DEMANDA EFECTIVA.

Una vez que tenemos la demanda real en servicios anuales de compras a domicilio, es necesario determinar la demanda efectiva. Para obtener la demanda efectiva se multiplicó la demanda real en servicios anuales por las personas que si en la ciudad de Loja se implementara una empresa de servicios

motorizados para compras a domicilio, con servicio de rapidez, calidad y seguridad, si serían cliente de esta empresa, con el 91% de aceptación.

**Cuadro No. 31**  
**DEMANDA EFECTIVA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA REAL EN SERVICIOS</b>	<b>% DE ACEPTACION</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA EN SERVICIOS</b>
0	239.592		218.028
1	245.952		223.816
2	252.456		229.816
3	259.152		235.828
4	266.016	91%	242.074
5	273.072		248.495
6	280.296		255.069
7	287.736		261.839
8	295.368		268.784
9	303.168		275.882
10	311.208		283.199

**Fuente:** Cuadro 11 y 30.

**Elaborado por:** El Autor.

### **ANALISIS DE LA OFERTA.**

Para analizar la situación actual de la oferta del servicio es necesario indicar que en la ciudad de Loja se ofrecen este tipo de servicios de venta de productos con servicio a domicilio.

Se realizaron 8 encuestas a empresas de servicio de compras a domicilio, se puede decir que son los que comercializan cubriendo toda la ciudad de Loja, esto se lo realizó con el propósito de tener una referencia sobre los servicios que ofrecen.

## DETERMINACIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO.

La oferta del servicio de compras a domicilio del proyecto se determinó a través de la encuesta realizada a los establecimientos quienes ayudaron con la información necesaria para el estudio que fue detallada por los mismos a través de las ventas que realizan, se determinó la oferta por parte de estos establecimientos. A continuación en el cuadro se detalla la oferta diaria en los negocios antes mencionados.

**CUADRO Nº 32  
OFERTA**

UNIDADES	FRECUENCIA (F)	Xm	Fxm
1 a 20	6	10.5	63
21 a 40	1	30.5	30.5
41 a 60	1	50.5	50.5
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>144</b>

Fuente: Cuadro 20.

Elaborado por: El Autor.

### PROMEDIO DE OFERTA ANUAL

$$\text{Promedio} = \frac{144}{8}$$

$$\text{Promedio} = 18 \text{ diarios}$$

Promedio oferta anual = 18 diarios x 360 días = 6.480 x 8 establecimientos = 51.840 servicios de compras a domicilios en el año.

### PROYECCION DE LA OFERTA PARA LOS DIEZ AÑOS.

Con la determinación de la oferta del producto se procede a realizar la proyección de la oferta para los diez años de vida útil del proyecto. Se tomó en cuenta la tasa de crecimiento en las ventas en la ciudad de Loja, que es el 7%

anual (Información obtenida en el municipio de la ciudad de Loja) y se procede a realizar de la siguiente manera:

**CUADRO N° 33  
PROYECCION DE LA OFERTA**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA ANUAL EN SERVICIOS T.C. 7%</b>
0	51.840
1	55.468
2	59.350
3	63.504
4	67.949
5	72.705
6	77.794
7	83.239
8	89.065
9	95.299
10	101.969

**Fuente:** Cuadro 32. T.C. 7% ANUAL.

**Elaborado por:** El Autor.

### **DEMANDA INSATISFECHA.**

Se calcula en base a la diferencia entre la demanda efectiva calculada para el proyecto y la oferta como se demuestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 34  
DEMANDA INSATISFECHA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA EN SERVICIOS ANUALES</b>	<b>OFERTA EN SERVICIOS ANUALES</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN SERVICIOS ANUALES</b>
0	218.028	51.840	166.188
1	223.816	55.468	168.348
2	229.816	59.350	170.466
3	235.828	63.504	172.324
4	242.074	67.949	174.125
5	248.495	72.705	175.790
6	255.069	77.794	177.275
7	261.839	83.239	178.600
8	268.784	89.065	179.719
9	275.882	95.299	180.583
10	283.199	101.969	181.230

**Fuente:** Cuadros 28 y 30.

**Elaborado por:** El Autor.

## **PLAN DE COMERCIALIZACION.**

Luego de determinar la demanda insatisfecha, es necesario establecer aspectos de gran importancia para poner el servicio en el mercado, como son las 4P de la mercadotecnia, como son Servicio (Producto), Precio, Plaza y Promoción, para comercializar adecuadamente el servicio, para ello se debe definir lo siguiente:

### **SERVICIO.**

El servicio motorizado para compras a domicilio en la ciudad de Loja está destinado a que la nueva empresa brinde el servicio y tendrá las siguientes características:

- Servicio de calidad con motocicletas nuevas.
- Motocicletas que cumplen con normas de seguridad garantizando el abastecimiento de compras a domicilio para las familias de la ciudad de Loja.

### **Slogan y Letrero de la empresa**

**Slogan:**

**RAPIDEZ Y GARANTIA**

**Logotipo:****Gráfico No. 23**

**Elaborado por:** El Autor.

**PRECIO.**

El precio es una variable que depende de la competencia y de los costos de producción del servicio, por ello se establecerá el precio mediante el estudio económico cuando se determine los costos que implica dar el servicio y la competencia que existe en la ciudad de Loja con respecto a empresa que presten el mismo servicio.

**PLAZA.**

Al referirse a la comercialización, por tratarse de un servicio se utilizará el canal de distribución directa que en este caso es entregar el servicio motorizado para compras a domicilio en la ciudad de Loja desde la empresa directamente al cliente o consumidor final.

**Gráfico No. 24**

**Elaborado por:** El Autor.

## **PUBLICIDAD.**

Para dar a conocer el servicio motorizado para compras a domicilio igualmente se tomara en cuenta el medio de comunicación preferido por la población y que es el más económico y eficiente, como es la Radio, específicamente la Radio Centinela del Sur y en la Prensa Escrita como es diario La Hora de la ciudad de Loja, en la cual se pondrán las cuñas publicitarias.

Con respecto a la publicidad, se considera que la empresa en creación debe realizar una campaña de publicidad y promoción bajo los siguientes parámetros:

- Hacer uso de los medios de comunicación locales como radio y prensa escrita, haciendo conocer el servicio que presta la empresa de ofrecer compras a domicilio en la ciudad de Loja.
- Hacer uso de herramientas y piezas comunicacionales entregadas por el sector.

**CUADRO Nro. 35**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	HORARIO DE DIFUSION	DIFUSION	VALOT TOTAL
Prensa Escrita	2 PUBLICACIONES	30 espacios	150,00
Televisión	2 VECES AL DIA	3 min x 2 veces	100,00
<b>Total</b>			250,00

**Fuente:** Encuestas a demandantes.

**Elaborado por:** El Autor.

### **ESTUDIO TÉCNICO.**

El objeto del estudio técnico es poder visualizar la eventualidad de la investigación y esto se realiza haciéndose las preguntas: cómo, cuándo y dónde; como se producirá y darles vías de solución en lo referente al tamaño de la planta, el número de motocicletas que se van a utilizar en la capacidad instalada de acuerdo al número de empleados; en conclusión es saber las obligaciones y exigencias en el proceso del servicio que se está ofreciendo, estableciendo métodos, procesos apropiados, determinando el tamaño de la planta y la cantidad de recursos humanos que se necesita.

En el estudio técnico se define los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto, tales como:

- **El tamaño del proyecto.**
  1. Capacidad Instalada
  2. Capacidad Utilizada

- **La localización del proyecto.**
  1. Macrolocalización
  2. Micro localización.
  3. Factores de Localización.
- **La distribución de la planta.**
  1. Instalación de la planta
- **El proceso del servicio.**
  1. Proceso Productivo. (Servicio).
- **Requerimientos de la empresa.**

### **TAMAÑO DEL PROYECTO.**

Para determinar el tamaño del proyecto se toma en cuenta el estudio de mercado que se determinó en función a los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y la demanda, en especial en lo que respecta a la determinación de la demanda de clientes que utilizarán el servicio motorizado para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

Además se tomará en cuenta para determinar el tamaño de proyecto los siguientes puntos:

1. El tipo económico que se refiere al tamaño que hace más rentable al proyecto disminuyendo costos y maximizando las utilidades.
2. El tipo físico que se refiere al tamaño del proyecto que identifica al máximo rendimiento que se lo puede obtener de sus instalaciones y equipos utilizados.

El tamaño es la capacidad de generación de servicio que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento.

### **CAPACIDAD INSTALADA.**

Se ha determinado para este estudio que lo ideal sería comprar motocicletas nuevas que puedan prestar el servicio en la cantidad de veces necesarias para cubrir la demanda insatisfecha, viendo también las ofertas que se reciben por parte de los proveedores de las motocicletas y el costo que se tenga que pagar por ellos.

Es por esto que para la empresa de servicio motorizado para compras a domicilio por parte de la nueva empresa, se trabajará todas las semanas de lunes a viernes, brindando un servicio de 8 horas diarias, contando con 5 motocicletas y 5 empleados.

Para determinar la capacidad instalada la empresa utilizará 5 motocicletas que estarán divididas de acuerdo a la sectorización de la ciudad de Loja, que de acuerdo al estudio planteado esta se divide en 5 sectores que son Norte, Sur, Este Oeste y Centro de la ciudad, como la ciudad tiene 52.826 familias estas han sido divididas para los 5 sectores o sea 52.826 dividido para 5 da 10.565 familias por sector, como la empresa va a trabajar con 5 motos este valor de 10.565 es dividido para los 365 días, esto quiere decir que diariamente cada moto atenderá 29 servicios. Como la empresa trabajara 8 horas diarias quiere decir que 29 dividimos para 8 horas, quiere decir que se atenderán 4 servicios por hora, o sea 32 servicios diarios por 5 motocicletas igual a 160 servicios

diarios por motocicleta, esto multiplicados por los 5 días laborables tendremos 800 servicios semanales multiplicado por las 52 semanas nos da un total de 41.600 servicios al año.

**CAPACIDAD INSTALADA  
CUADRO Nro. 36**

Cantidad de servicios por día	Días de trabajo	Servicios semanales	Total de servicio por semana	52 semanas al año
32	5	160	800	41.600

**Elaboración:** El Autor.

**CAPACIDAD UTILIZADA.**

Al iniciar actividades en una empresa es recomendable que su producción o servicio la realice con un bajo porcentaje de la capacidad instalada debido a ciertos factores como introducción del servicio en el mercado, especialización de mano de obra o trabajadores, espacio físico en donde se va a instalar la planta, etc.

Para una mejor comprensión de lo antes dicho se detalla a continuación en el siguiente cuadro:

**CAPACIDAD UTILIZADA  
CUADRO Nro. 37**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
1	41.600	80%	33.280
2	41.600	85%	35.360
3	41.600	90%	37.440
4	41.600	95%	39.520
5	41.600	99%	41.184
6	41.600	99%	41.184
7	41.600	99%	41.184
8	41.600	99%	41.184
9	41.600	99%	41.184
10	41.600	99%	41.184

**Elaboración:** El Autor.

En este caso la empresa de servicio motorizado para compras a domicilio para la ciudad de Loja, prestará un servicio que será dentro de la ciudad, por este motivo el presente proyecto ha tomado en cuenta que del primer año se utilizará el 80% de la capacidad instalada de la empresa, con un incremento del 5% anual hasta el cuarto año, esto es por condiciones de entrada al mercado y mantenimiento de los vehículos motorizados (motos) y se llegará al 99% de la capacidad instalada desde el año quinto hasta los últimos años de vida útil del proyecto y por cuestiones de mantenimiento de los equipos motorizados se establece el 1% de la capacidad instalada.

### **LOCALIZACIÓN.**

La empresa de servicio motorizado para compras a domicilio en la ciudad de Loja ha realizado un estudio y análisis de varias alternativas, bajo el principio de que una buena selección del lugar en donde se pretende ubicar la empresa, sea

de óptima incidencia hacia los clientes de la misma, y por ende el éxito de la misma se debe no solo a criterios económicos, sino a niveles estratégicos, institucionales e inclusive preferenciales que la técnica de proyectos identifica como factores de localización exitoso.

La empresa se la va a localizar en un punto donde el nivel de rentabilidad sea máximo y el de costos sea mínimo, en primera instancia se optará por una Macro localización que permitirá reducir el número de alternativas o soluciones posibles, y luego una micro localización que será el lugar exacto en donde se ubicará la empresa.

### **MACRO LOCALIZACIÓN.**

Este proyecto reviste características especiales, por lo tanto para determinar su ubicación geográfica, se realizó un adecuado análisis que inciden en su fase de operación, llegando a determinar que el lugar para ubicar la empresa podría ser el siguiente:

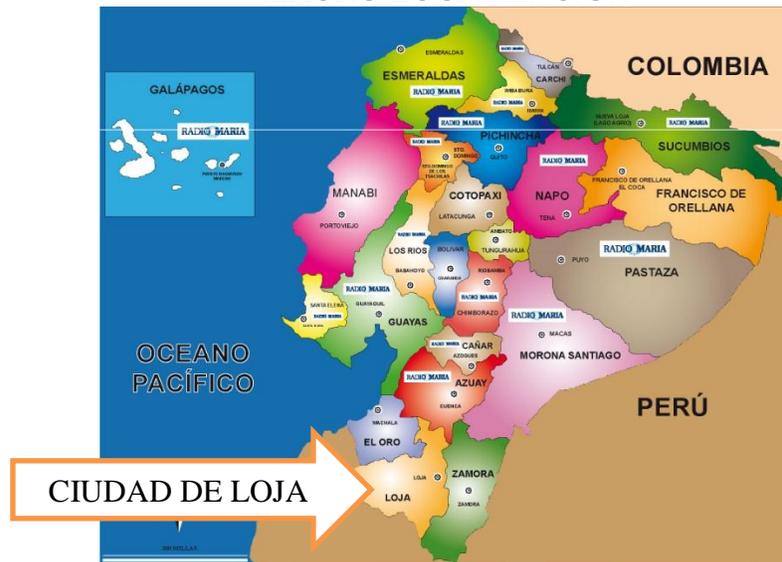
**PAIS:** Ecuador.

**REGION:** Sur.

**PROVINCIA:** Loja.

**CIUDAD:** Loja.

**Gráfico No. 25  
MACRO LOCALIZACIÓN**



**Fuente:** Google maps.  
**Elaborado por:** El Autor.

### **MICROLOCALIZACIÓN.**

Para que la empresa de servicio motorizado para compras a domicilio en la ciudad de Loja tenga mayor rentabilidad debe estar ubicada en un lugar en donde los costos por los diferentes conceptos tales como cercanía al centro para los clientes, disponibilidad de movilización, accesibilidad a los servicios básicos, etc., sean menores y los más adecuados.

### **Método de localización.**

Para ello fue necesario utilizar el método de ponderación por puntos el mismo permitirá elegir el lugar más adecuado, es decir el que represente menores costos y mayores beneficios para la empresa, lo que se representa en el siguiente cuadro.

**FACTORES DE LOCALIZACIÓN**  
**CUADRO Nro. 38**

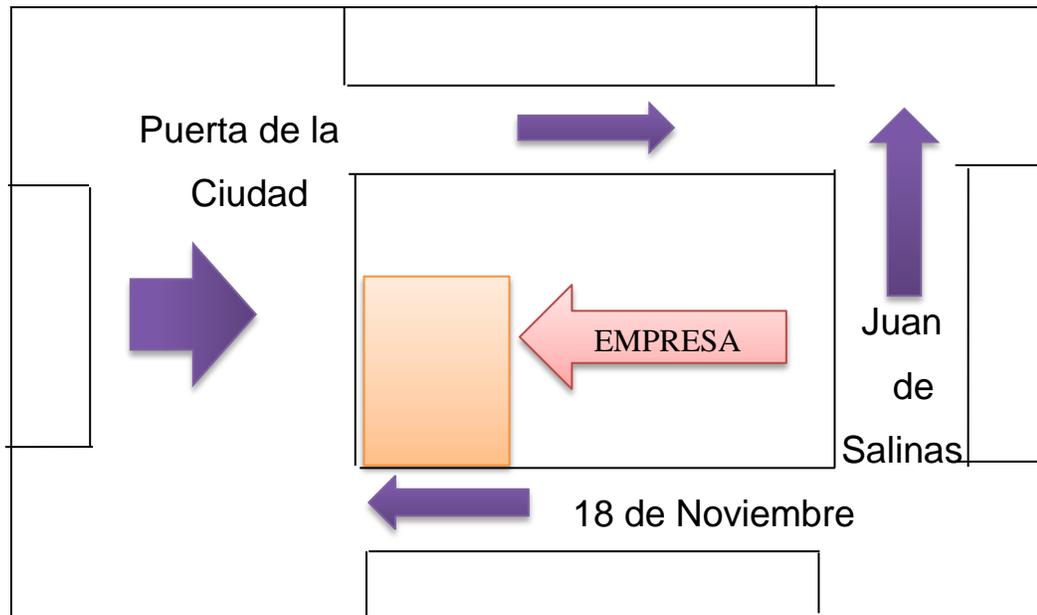
Alternativa. a evaluarse	Sector Centro			Sector Norte		Sector Sur	
	Factor	Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Infraestructura Básica	0,18	7	1.05	6	0,9	5	0,75
Servicios básicos	0,17	10	2.10	7	1,37	7	1,47
Parqueadero	0,112	7	1.05	2	0,43	8	1,20
Vías de acceso	0,18	7	1.05	4	0,60	7	1,05
Cercanía a clientes	0,06	3	0.18	8	0,48	4	0,24
Acceso al mercado	0,13	6	0.78	8	1,04	3	0,39
Precio de arriendo	0,15	7	1.05	3	0,45	9	0,45
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>47</b>	<b>6,21</b>	<b>38</b>	<b>5,24</b>	<b>43</b>	<b>5,55</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaboración:** El Autor.

Analizando los factores de localización, se tomó en consideración que las instalaciones de la empresa de servicio motorizado para compras a domicilio en la ciudad de Loja serán ubicadas en el sector centro de la ciudad de Loja, específicamente en las calles 18 de Noviembre y Calle Juan de Salinas (Junto al Hostal Aguilera) Sector de la Puerta de la ciudad, porque así se lo decidió de acuerdo a los factores descritos, por ello se ha decidido instalar.

**Gráfico No. 26  
MICROLOCALIZACIÓN**



Fuente: Google maps.  
Elaborado por: El Autor.

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: Instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física, para determinar el personal a utilizarse.

## **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO.**

El proceso del servicio motorizado para compras a domicilio servirá para conocer la secuencia que se llevará a cabo para ofertar este servicio.

## **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS A DOMICILIO.**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se brinda el servicio motorizado para compras a domicilio en la ciudad de Loja y explica la forma en que se va dando el servicio de forma secuencial y se describe en los siguientes pasos.

- 1.- Recepción del pedido.-** Se recibe el pedido por vía personal, vía telefónica, vía internet (Whats App), Correo electrónico, de las compras que desea realizar el cliente.
- 2.- Cogida de pedido.-** Se procede a realizar la cogida de todas las compras del pedido realizado por el cliente.
- 3.- Cargada del pedido.-** Se procede con la cargada de todo el pedido de las compras para ser entregadas en el domicilio en el cual hay que realizar la entrega por el vehículo motorizado que se encuentre disponible.
- 4.- Traslado de las compras.-** Se procede al traslado de las compras desde la empresa hasta el domicilio que realizó el pedido.
- 5.- Entrega de las compras.-** Se procede a entregar las compras al cliente en el domicilio.

**6.- Cobro y entrega de factura.-** Se procede al cobro de las compras que realizo el cliente y la entrega de la factura de la compra.

**7.- Culminación de la entrega.-** Es las culminación de todos los procesos del servicio motorizado para compras en el dominillo del cliente.

**FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE SERVICIO MOTORIZADO PARA  
COMPRAS A DOMICILIO  
CUADRO Nro. 39**

DIAGRAMA DE SECUENCIA DEL SERVICIO						
Paso No.	Descripción de la mudanza	Simbología			Análisis	Observaciones
		Transporte	operación	Inspección	Tiempo	
	<b>PROCESO DEL SERVICIO</b>				mm	
1	<b>Recepción del pedido</b>				1	Vía personal o telegénica
2	<b>Cogida de pedido</b>				2	Trabajo manual
3	<b>Cargada del pedido</b>				4	Trabajo manual
4	<b>Traslado de las compras</b>				5	Uso de moto
5	<b>Entrega de las compras</b>				2	Trabajo manual
6	<b>Cobro y entrega de factura</b>				1	Trabajo manual
7	<b>Culminación de la entrega</b>					
<b>TOTAL</b>					<b>15 MIN</b>	

Elaboración: El Autor

El proceso de servicio de compras de entrega a domicilio será de 15 minutos como consta en la capacidad utilizada de entrega por cada una de las unidades motorizadas de la empresa, o sea 30 minutos o 2 servicios diarios de 15 min/uno.

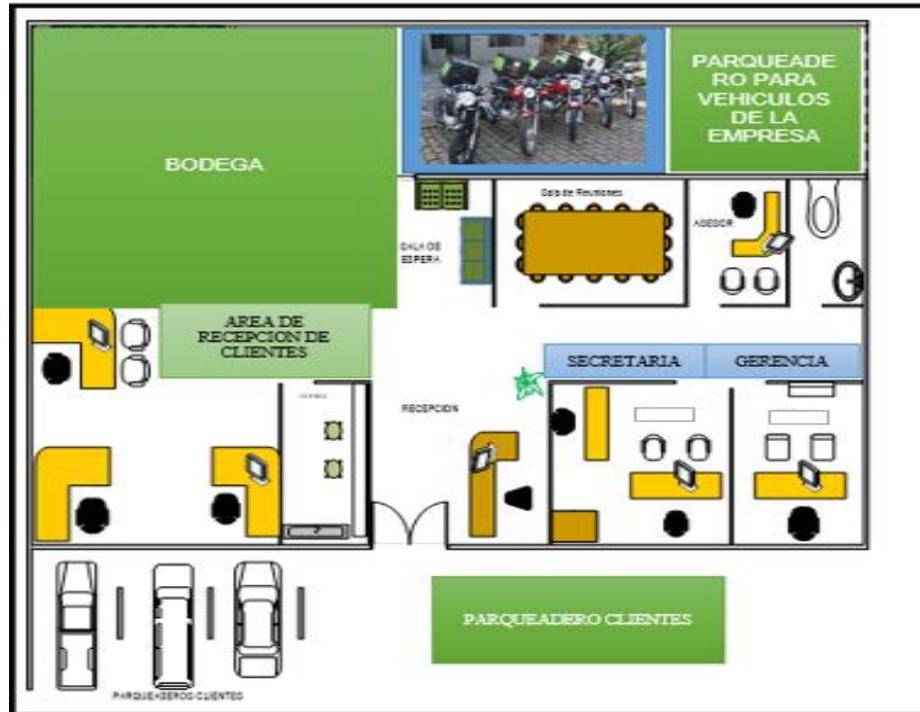
## **DISTRIBUCION DE LA PLANTA.**

El área administrativa contara con todas las instalaciones y servicios que permitan brindar una atención adecuada a los clientes, es decir con una recepción, sala de espera, sala de reuniones, oficinas, baños, estacionamientos y guardianía, mobiliario, equipos y sistemas informativos, telecomunicaciones y personal capacitado para proporcionar a los clientes una verdadera atención.

A continuación se proponen las dimensiones permitan la operación más económica y eficiente de las operaciones para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos que se dispone para quienes hagan uso de las instalaciones, tomando en consideración las reglas de normatividad que deben cumplirse para su construcción.

## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

### Gráfico No. 27



Elaborado por: El Autor

## REQUERIMIENTOS

**Maquinaria.**

**Vehículos de la empresa. (Motocicletas).**

Para un eficaz funcionamiento de la empresa de servicios motorizados para compras en la ciudad de Loja se utilizaran 5 motocicletas de entrega.

### Gráfico No. 28



**Moto Yamaha:**

- Motor de 4 Tiempos.
- Enfriado por aire.
- Mono cilíndrico.
- Desplazamiento 123 cc
- Ignición CDI.
- Sistema Eléctrico de Encendido.
- Capacidad de Combustible 1.2 Litros.
- Transmisión de 5 velocidades.
- Cantidad: 5 motos.

**Herramientas****Herramientas de trabajo**

Se necesitan algunas herramientas de trabajo como guantes casco chaleco refractivo

**Gráfico No. 29  
GUANTES**



**Gráfico No. 30  
CASCO**



**Gráfico No. 31**  
**CHALECO REFLECTIVO**



### **Recurso Humano**

Empleados (conductores de motos)

### **Muebles y enseres**

Escritorio tipo Gerente.

Escritorio tipo secretaria.

Sillas giratorias ajustables.

Sillas de oficina

Archivadores

### **Equipos de oficina**

Teléfono Fax, Panasonic.

Sumadora.

Grapadora.

Perforadora

### **Equipo de cómputo**

Computadores HP con impresora

### **Materiales**

Combustible, Lubricantes

### **Requerimientos de personal**

### **Producción**

Operarios en total 5

### **Administrativos**

Gerente.

Secretaria-Contadora.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL.**

## **FILOSOFÍA EMPRESARIAL.**

**MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS MOTORIZADOS PARA  
COMPRAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LOJA.**

## **MISIÓN.**

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

### **MISIÓN DE LA EMPRESA:**

La empresa **DE SERVICIOS MOTORIZADOS PARA COMPRAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LOJA**, se caracteriza por ser una empresa emprendedora orientada a satisfacer las necesidades y aspiraciones de sus clientes con un personal que cuenta con experiencia aspirando a ser un aporte positivo para la sociedad lojana.

### **VISION.**

Para la elaboración de la visión para la empresa se define de la siguiente manera:

### **VISIÓN DE LA EMPRESA:**

Ser líder en la prestación de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja, para el cliente a través de una efectiva atención, competitiva distribución y establecida organización, destacándose por ser eficiente, solida, y comprometida otorgándole de este modo el mayor servicio al cliente y a la sociedad lojana.

## **VALORES CORPORATIVOS.**

**Respeto:** Reconocer y aceptar el valor de los demás, sus derechos y su dignidad.

**Responsabilidad:** Cumplir con las obligaciones y compromisos adquiridos, asumiendo las consecuencias de las acciones y omisiones.

**Lealtad:** Tener un alto sentido de pertenencia y compromiso con la empresa.

**Honestidad:** Ser coherentes con el pensar, decir y actuar, enmarcados dentro de los principios y valores empresariales, es un valor que se manifiesta con actitudes correctas, claras, transparentes y éticas.

**Trabajo en equipo:** Fuerzas coordinadas hacia el logro de los objetivos. Hacer las tareas en armonía, acordar métodos de trabajo, mantener una comunicación permanente, clara y efectiva. Ser un grupo humano comprometido con un propósito común y mutuamente responsables por los resultados.

**Servicio al cliente:** Satisfacen y superan las expectativas de clientes internos y externos mediante una respuesta a todas sus inquietudes generando un ambiente de tranquilidad, confianza mutua y fidelidad.

**Mejoramiento continuo:** A nivel individual, grupal y organizacional buscar la excelencia en todos los procesos, para responder a las necesidades y expectativas de los clientes y del entorno de manera que logren un alto nivel de satisfacción.

**Competitividad:** Mantener y mejorar la calidad, de los servicios mediante el desarrollo tecnológico, un equipo humano altamente competente y precios adecuados.

## **POLÍTICAS**

Orientar la actividad empresarial hacia el aseguramiento continuo de la calidad de nuestros servicios, mediante la capacitación de su personal, haciendo uso intenso del desarrollo tecnológico para mejorar continuamente.

Promover el desarrollo de la eficiencia y la capacidad competitiva en todas las actividades, de manera que se garantice el abastecimiento de los servicios ofertados, procurando los menores costos para los clientes.

Contribuir con el desarrollo de la ciudad de Loja.

Fomentar las buenas relaciones interpersonales a efecto de lograr los objetivos empresariales.

Gestionar la promoción del talento humano y la idoneidad en todos y cada uno de los puestos existentes en la empresa, con el propósito de retribuir salarialmente al personal según su conocimiento, experiencia y desempeño.

## **PRINCIPIOS.**

**Democracia:** La convivencia se desarrollará en un marco de tolerancia y respeto a la libertad de cada integrante de la empresa, a su personalidad y a sus convicciones.

**Participación:** Todos los miembros de la empresa tendrán derecho a intervenir en las decisiones que les afecten, a través de su participación.

**Libertad de expresión:** Todos los miembros de la Empresa como los clientes tendrán derecho a expresar su pensamiento, ideas y opiniones, siempre que ello no signifique actividad de propaganda partidista.

## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA**

### **ORGANIZACIÓN LEGAL.**

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

#### **ACTA CONSTITUTIVA**

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa de servicio motorizado para compras en la ciudad de Loja, en él se deben incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

#### **CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: “MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”**

SEÑOR NOTARIO: En el registro de escrituras públicas a su cargo, díguese insertar una que contiene la constitución de la compañía de responsabilidad

limitada **EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: "MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA."**<sup>41</sup>

**PRIMERA.- COMPARECIENTES: Art. UNO.-** Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

En la ciudad de Loja, Provincia de Loja, República del Ecuador el día 10 de julio del 2014, ante mí, doctor Luis Fernando Burneo, NOTARIO PRIMERO DEL CANTÓN LOJA, comparecen los señores: Fredy Ramón, casado, Luis Ramón, casado y Juan Jiménez, casado.- Los comparecientes manifiestan ser mayores de edad, ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Loja y sin impedimento legal para contratar y obligarse, a quienes de conocer DOY FE.- Me solicitan, eleve a escritura pública, el contenido de la siguiente minuta:

**SEGUNDA.- RAZÓN SOCIAL. Art. DOS.-** De acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley, se inicia la operación de la empresa de servicio motorizado para compras en la ciudad de Loja, bajo la siguiente denominación.

---

<sup>41</sup> Ley Notarial.

**ART. TRES.- EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: “MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”<sup>42</sup>**

DOMICILIO.- Ciudad de Loja, Provincia de Loja.

OBJETO SOCIAL.- Prestar el servicio de compras a domicilio con entrega en vehículos motorizados (motos de entrega).

CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de CUATROCIENTOS DÓLARES de los Estados Unidos de América (\$400) divididos en cuatrocientas participaciones de un dólar cada una, en las que estarán representadas por el certificado de adaptación correspondiente, de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que estará firmado por el Gerente y el Presidente de la Compañía.

**ART. CUATRO.- TIEMPO DE DURACIÓN.-** El tiempo de duración será de 5 años a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el registro mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resolviera la Junta General de Socios en forma prevista en la Ley y en este estatuto.

**ART. CINCO.- EL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN.-** El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes

---

<sup>42</sup> Ley Notarial.

órganos de función: la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.<sup>43</sup>

**ART. SEIS.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD:** Los ciudadanos mencionados en la cláusula anterior, declaran su voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada que llevará el nombre de **EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: “MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”** y que tendrá como marco legal la Constitución de la República, la ley de Compañías, el código de Comercio, los estatutos de la compañía, el Código Civil y demás normas supletorias pertinentes así como también de los reglamentos internos de la sociedad y otros emanados de la potestad de la Superintendencia de Compañías la que ejercerá sobre esta compañía un control parcial.

**ART. SIETE.- AUMENTO:** La Junta General de Socios podrá acordar el aumento del Capital en cualquier tiempo, el cual podrá hacerse en la forma que establece la Ley de compañías Arts. 140 y 104. El aumento de todas maneras no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública. En el aumento los socios tendrán derecho de suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.- **ART. OCHO.- REDUCCIÓN:** La reducción del capital se regirá por lo previsto en la ley de compañías, y en ningún caso se tomará resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución a los socios de parte de las

---

<sup>43</sup> Ley Notarial.

aportaciones hechas y pagadas, con las excepciones de ley. **ART. NUEVE.- FONDO DE RESERVA LEGAL:** La compañía formará forzosamente un fondo de reserva legal por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.<sup>44</sup>

**CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDAD.- ART. DIEZ.- OBLIGACIONES:** son obligaciones de los socios: a) Las que señala la ley de compañías; b) cumplir las funciones, actividades y deberes que les asigne la junta general de socios, el Gerente General y el Presidente de la compañía; c) Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía, cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y, d) las demás que señale el Estatuto. **ART. ONCE.- ATRIBUCIONES:** a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de junta general de socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate de poder notarial o de carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión, y el poder a un extraño será necesariamente notarial. **ART. DOCE.- RESPONSABILIDAD:** La responsabilidad de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

---

<sup>44</sup> Ley Notarial.

**CAPÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN DE LA COMPAÑÍA: SECCIÓN UNO.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS: ART.**

**TRECE.- DE LA JUNTA GENERAL:** La Junta General de Socios es el órgano Supremo de Gobierno de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum, habrá un Presidente y un Gerente General cuyas atribuciones estarán singularizadas en el presente Estatuto.<sup>45</sup>

**ART. CATORCE.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS:**

Son atribuciones privativas de la Junta general de Socios las siguientes: a) Designar y remover administradores y Gerentes y señalar su remuneración; b) Aprobar las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores y gerentes; c) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales; d) Consentir en la cesión de las partes sociales, y la admisión de nuevos socios; e) decidir acerca del aumento o disminución del capital, fusión o transformación de la compañía, disolución anticipada, la prórroga del contrato social, y en general conocer sobre cualquier reforma al contrato constitutivo y al Estatuto; f) Resolver sobre el gravamen o enajenación de inmuebles propios de la compañía; g) Resolver sobre la forma del reparto de utilidades; h) acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de la Ley de Compañías; i) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes; j) resolver sobre la creación de reservas facultativas; k) resolver los asuntos que no sean de competencia

---

<sup>45</sup> Ley Notarial.

privativa del Presidente o del Gerente General y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía; l) Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del Estatuto y sobre las convenciones que rigen la vida social; m) Aprobar los reglamentos de la compañía; n) Aprobar el presupuesto de la compañía; o) Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones y oficinas de la compañía; p) Fijar la clase y monto de las cauciones que tengan que rendir los empleados que manejen bienes y valores de la compañía; q) Las demás que señale la Ley de compañías y este Estatuto.<sup>46</sup>

**ART. QUINCE.- SESIONES:** Las sesiones de Junta general serán ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria del PRESIDENTE. A ellas concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, al cual conferirán poder escrito para cada junta. Las **ordinarias** se llevarán a cabo una vez al año por lo menos, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, en el domicilio de la compañía, y sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria bajo pena de nulidad. Las **extraordinarias** se llevarán a cabo en cualquier época en que fueren convocadas, de igual manera se efectuarán en el domicilio de la compañía, y sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria bajo pena de nulidad.

**ART. DIECISÉIS.- CONVOCATORIA:** La convocatoria para las juntas generales las realizará el Presidente mediante comunicación escrita a cada uno

---

<sup>46</sup> Ley Notarial.

de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos entre el día de la convocatoria y el día fijado para la reunión. No obstante, el o los socios que representen el diez por ciento del capital social podrán solicitar al Superintendente de Compañías la convocatoria a junta si creyeren conveniente. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, hora y el orden del día u objeto de la sesión.<sup>47</sup>

**ART. DIECISIETE.- QUÓRUM:** La junta se entenderá válidamente reunida para deliberar en primera convocatoria si se encuentran presentes más de la mitad del capital social por lo menos; en segunda convocatoria se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido.

**ART. DIECIOCHO.- DECISIONES:** Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la reunión, con las excepciones que señale el estatuto y la ley de compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Las resoluciones tomadas con arreglo a la ley obligarán a todos los socios hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto, estuviesen o no de acuerdo con dichas resoluciones.

**ART. DIECINUEVE.- PRESIDENCIA:** Las sesiones de Junta General de Socios serán presididas por el Presidente de la Compañía, y a su falta por el Gerente General. **ART. VEINTE.- ACTAS:** De cada sesión se elaborará un expediente

---

<sup>47</sup> Ley Notarial.

que contenga además la copia del acta donde conste lo tratado en ella, y los demás documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, y los demás documentos que hubiesen sido conocidos por la Junta. Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas, numeradas, escritas en el anverso y reverso, anulados los espacios en blanco, las que llevarán la firma del Presidente y Secretaria. En todo caso, en lo que se refiere a las actas y expedientes, se estará a lo dispuesto en el Reglamento sobre Juntas Generales de Socios y Accionistas.

#### SECCIÓN DOS.- DEL PRESIDENTE.<sup>48</sup>

**ART. VEINTIUNO.- DEL PRESIDENTE:** El Presidente será nombrado por la junta general de socios para un período de dos años, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no. **ART. VEINTE DOS.- DEBERES Y ATRIBUCIONES:** Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía: a) Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de las funciones de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios; b) Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas; c) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad; d) Reemplazar al Gerente General, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones conservando las propias, mientras dure la ausencia o hasta que la junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento,

---

<sup>48</sup> Ley Notarial.

y aunque no se le hubiere encargado por escrito; e) Firmar el nombramiento del Gerente General y conferir certificaciones sobre el mismo; f) Actuar conjuntamente con el Gerente General en la toma de decisiones trascendentales de la empresa, como inversiones, adquisiciones y negocios que superen la cuantía que señale la junta general de socios; g) Designar a los empleados de la compañía conjuntamente con el Gerente General; h) Las demás que le señale la Ley de compañías, el Estatuto y Reglamento de la compañía; y, la junta general de socios.

### **SECCIÓN TRES.- DEL GERENTE GENERAL.<sup>49</sup>**

**ART. VEINTE Y TRES.- DEL GERENTE GENERAL:** El Gerente General será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en su cargo pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

**ART. VEINTE Y CUATRO.- DEBERES Y ATRIBUCIONES:** Son deberes y atribuciones del Gerente General de la compañía: a) Representar legalmente a la compañía, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta la cuantía que fije la junta general de socios; g)

---

<sup>49</sup> Ley Notarial.

Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta; j) Manejar las cuentas bancarias de la compañía según sus atribuciones; k) Presentar a la junta general de socios un informe, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; l) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios; ll) Designar a los empleados de la compañía conjuntamente con el Presidente; m) Subrogar al Presidente en su falta o ausencia o cuando tuviere impedimento temporal o definitivo; n) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley; el presente Estatuto y Reglamentos de la Compañía, y las que señale la Junta General de Socios.<sup>50</sup>

**CAPITULO QUINTO.- DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL.- ARTÍCULO VEINTICINCO.- AUDITORIA:** La Junta General de Socios podrá contratar, en cualquier tiempo, la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia. En lo que se refiere a auditoría externa se estará a lo que dispone la Ley.

---

<sup>50</sup> Ley Notarial.

## **CAPITULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.**

**ART. VEINTISÉIS.- DISOLUCIÓN:** La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección doce de esta Ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente Estatuto.

**ART. VEINTISIETE.- EXCEPCIÓN:** No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.<sup>51</sup>

**CLÁUSULA CUARTA.-DECLARACIONES:** UNO: El capital con que se constituye la compañía ha sido suscrito íntegramente y pagado en la siguiente forma: a) Cada uno de los socios:, suscriben las participaciones de un dólar cada una y así mismo cada socio paga en numerario la suma de cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América, con lo cual las participaciones quedan suscritas y pagadas en su totalidad, conforme consta del cuadro de integración que a continuación se inserta.- El pago del capital suscrito consta de la papeleta de depósito en la cuenta de integración de capital abierta a nombre de la Compañía en el Banco de Loja, la misma que se agrega a esta escritura.- DOS: Los socios fundadores de la Compañía nombran por unanimidad al señor: Iván Iñiguez como **Gerente General de la EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: “MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”** y, autorizan al Gerente General para

---

<sup>51</sup> Ley Notarial.

que, realice los trámites y gestiones necesarias para la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y todos los trámites pertinentes a fin de que la compañía pueda operar.- Usted Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la compañía antes nombrada.<sup>52</sup>

## **ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.**

### **NIVELES JERÁRQUICOS.**

La **EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: “MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”** Se dedicara a la entrega de compras a domicilio por medio de vehículos motoriza<dos (motos) y se fundamentara en la jerarquía de una empresa, conformada por los siguientes niveles:

#### **Nivel Legislativo:**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa de servicio motorizado para compras en la ciudad de Loja: **“MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”** y, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios.

---

<sup>52</sup> Ley Notarial.

**Nivel Ejecutivo:**

En este nivel se encuentra la gerencia que es el responsable del éxito o fracaso de una empresa. En la empresa de servicio motorizado para compras en la ciudad de Loja: **“MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”** la gerencia la ocupará uno de los socios, el mismo que no percibirá un sueldo, pero será el encargado de dirigir y enfrentar los asuntos de la misma. Siempre que exista un grupo de individuos que persigan un objetivo, se hace necesario, para el grupo, trabajar unidos a fin de lograr el mismo.

**Nivel Asesor:**

En el nivel asesor se encuentra el Asesor Jurídico, el cual interviene en los asuntos legales de la empresa o en el centro de trabajo para la defensa de sus intereses. Su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa.

**Nivel Auxiliar.**

Este nivel está conformado por una Secretaria- Contadora, es una unidad que corresponde al nivel auxiliar cuya función es atender a los clientes, recibir órdenes del gerente y llevar la contabilidad de la empresa.

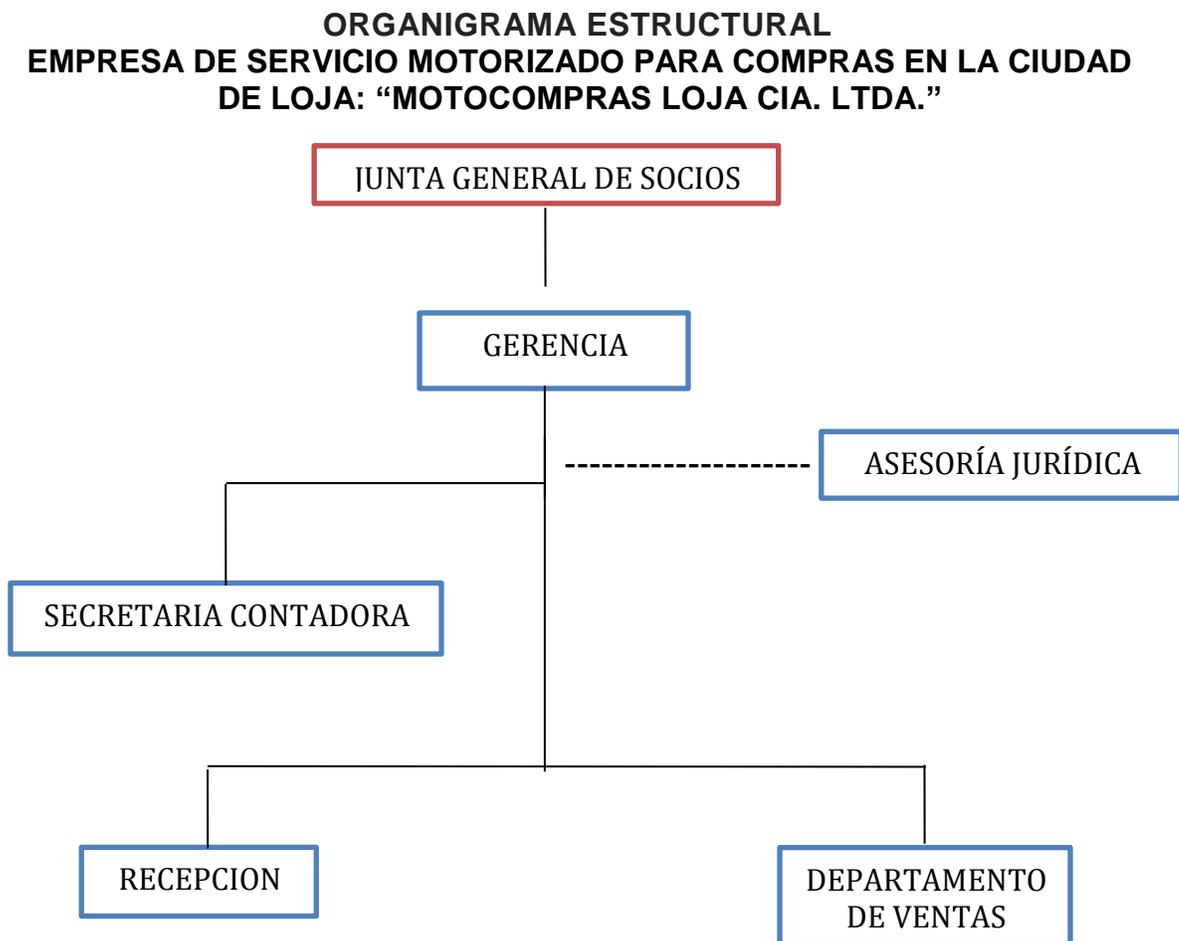
**Nivel Operativo.**

Lo integran los dependientes responsables de ejecutar las actividades básicas operativas, aquí están los empleados que van a conducir las motos

de entrega de la compras; función que desempeñarán cada uno de los empleados contratados que percibirán un sueldo por parte de la empresa.

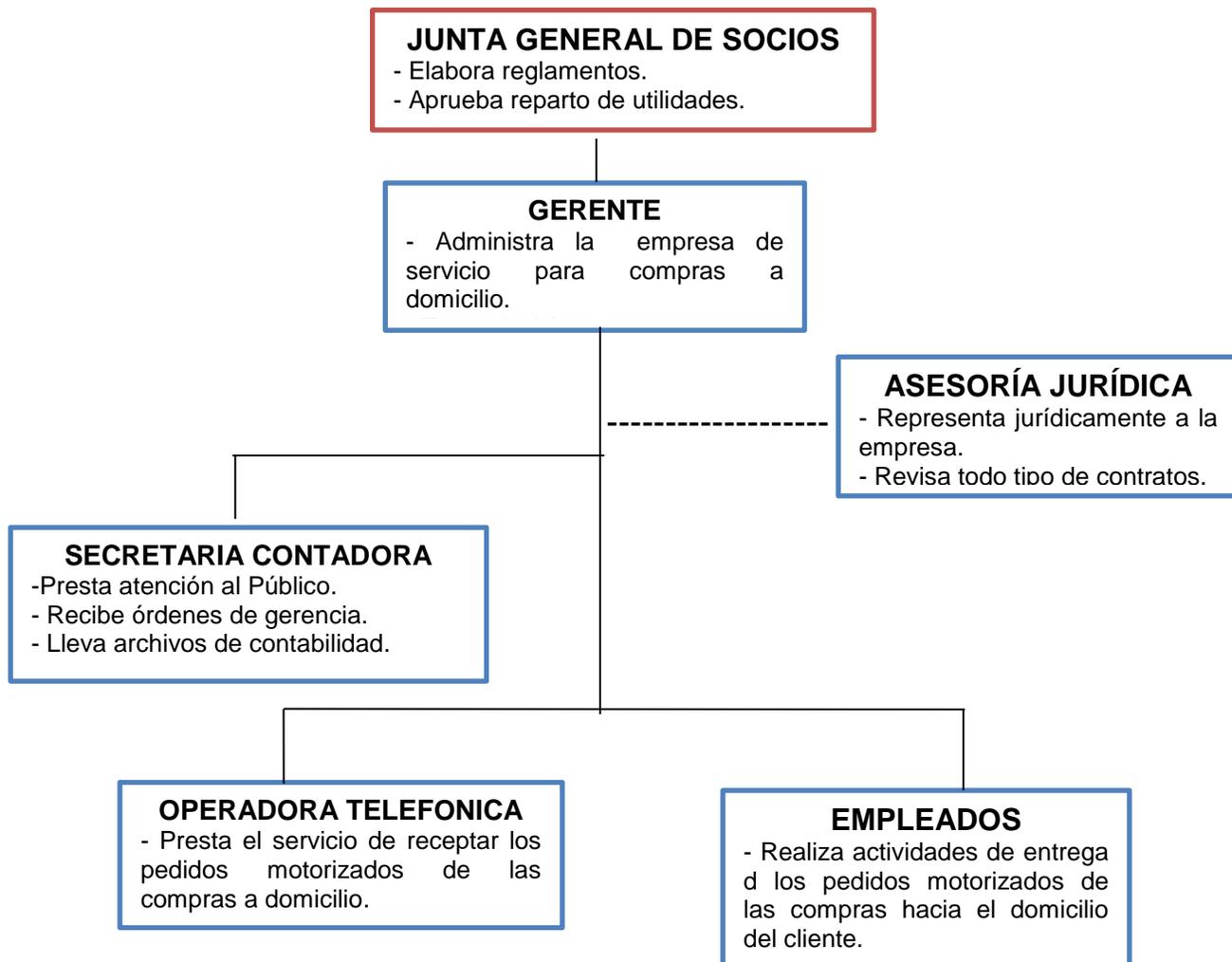
### **ORGANIGRAMAS.**

Los organigramas son sinopsis o esquemas de la organización que son representadas en forma gráfica en la estructura de la empresa que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y responsabilidad.



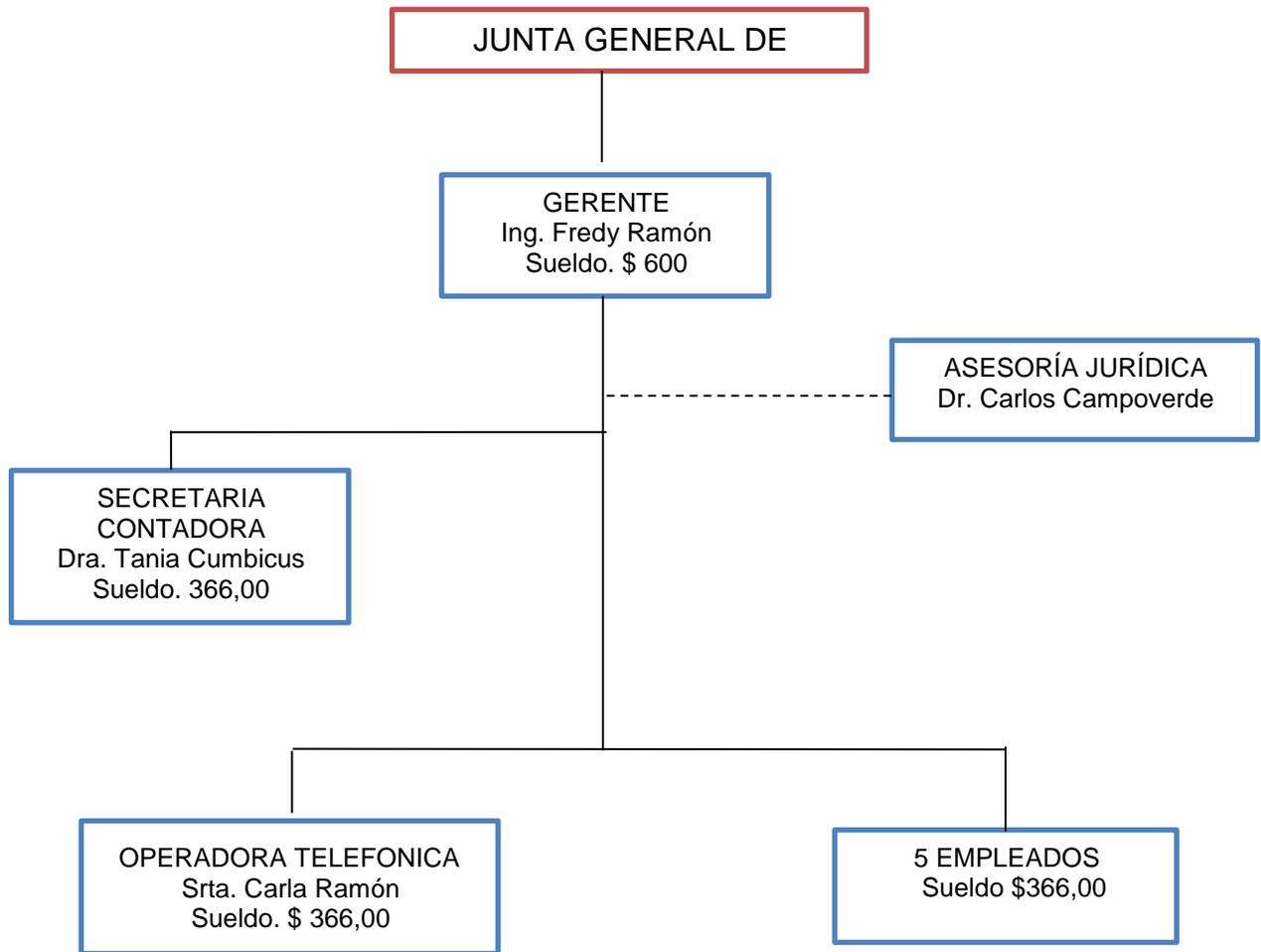
**Elaborado por:** El Autor.

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**  
**EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD**  
**DE LOJA: "MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA."**



**Elaborado por:** El Autor.

**ORGANIGRAMA POSICIONAL  
EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD  
DE LOJA: "MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA."**



## **MANUAL DE FUNCIONES.**

Es una síntesis de las diferentes tareas específicas que realiza cada uno de los integrantes de la empresa de servicio para compras a domicilio en la ciudad de Loja, en sus diferentes puestos de trabajo, dando a conocer sus habilidades y destrezas para ser eficiente y eficaz en su cargo.

El Manual de Funciones está constituido de la siguiente manera: Código, Título, Naturaleza de trabajo, Tareas típicas, Funciones básicas, Características de clase y Requerimientos mínimos. Se realizó el siguiente Manual de Funciones para cada puesto que conforma el organigrama estructural de la **EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: “MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA.”**

**EMPRESA DE SERVICIO MOTORIZADO PARA COMPRAS EN LA CIUDAD DE LOJA: "MOTOCOMPRAS LOJA CIA. LTDA."**

**CODIGO: 001**

**TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE**

**Supervisa A:** Secretaria, Jefe de producción

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan dentro de la empresa.

**Funciones Típicas (actividades Esenciales.)**

- Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa.
- Planificar y organizar las ventas de la empresa con el jefe de ventas.
- Diseñar planes de marketing con el jefe de ventas para mejorar la imagen de la empresa.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de las compras para la empresa.
- Tramitar órdenes, controles, cheques, y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.
- Nombrar y contratar trabajadores con el conocimiento del caso.
- Organizar cursos de capacitación para sus colaboradores.
- Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE**

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.
- Responder por equipos a su cargo hasta por un valor de \$2000.

**REQUISITOS MINIMOS**

**Educación:** Título de Ingeniero comercial Mgs. en Administración

**Experiencia:** Tres años en funciones similares.

**CÓDIGO: 002**

**TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO**

**SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE**

**NATURALEZ DEL TRABAJO**

- Representar legalmente a la empresa actuando con responsabilidad en las tomas de decisiones jurídicas.

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Intervenir en la resolución de conflictos judiciales y extrajudiciales.
- Defender los intereses de la organización en un litigio.
- Asesorar y redactar correctamente contratos y documentos, para evitar conflictos legales.
- Resolver consultas y orientar a la organización y sus departamentos y/o trabajadores/as en aspectos legales.
- Contratar personal para la empresa.
- Representar judicialmente a la empresa en litigios con sus empleados en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Analizar contratos con otras persona ajenas a la empresa.
- Otras que le sean asignadas por el Gerente.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE**

- Asesorar al Gerente sobre aspectos legales.
- Resolver con responsabilidad los problemas de su trabajo.

**Requisitos Mínimos**

**Educación:** Título Profesional de Abogado.

**Experiencia:** Dos años en el desempeño como abogado.

**CODIGO: 003**

**TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA**

**SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE**

**NATURALEZA DEL TRABAJO.**

Diseña e implementa sistemas de contabilidad, realiza declaraciones, se encarga del registro de compras y ventas. Redacta y digita correspondencia como: oficios memorando circulares de la Empresa. Atiende al Público que solicite información y concreta entrevistas con el Gerente de la Empresa.

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Registra las compras y ventas de la empresa.
- Mantener archivos de la correspondencia enviada y recibida.
- Controlar la asistencia del personal con un libro designado para el efecto.
- Diseñar e implementar sistemas de contabilidad para la empresa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS.
- Preparar los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico, financiero, de las labores que realiza el gerente de la empresa.
- Las demás que le asigne el jefe de unidad o gerente de área dentro del ámbito de su actividad.

**CARACTERISTICAS DE LA CLASE**

- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevara la empresa
- Responder por equipos a su cargo hasta por un valor de \$1500.
- Responder por el trabajo de su dirección

**REQUISITOS MINIMOS**

**Educación:** Titulo o nivel universitario de contadora pública autorizada.

**Experiencia:** Tres años en funciones inherentes al cargo.

**CÓDIGO 004****TITULO DEL PUESTO: EMPLEADOS**

**SUPERIOR INMEDIATO** : Gerente.

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Manipular con diligencia y cuidado las motos para el procesamiento de las compras en el domicilio en donde requieran el servicio. Dar mantenimiento a la misma.

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Operar, cuidar y custodiar la moto y equipo a su cargo.
- Proceso de entrega de compras a domicilio.
- Informar sobre el requerimiento de materiales e insumos.
- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores.
- Controlar la entrega de compras a domicilio.
- Vigilar el proceso de entrega.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la moto a su cargo.
- Impulsar el reciclaje y evitar desperdicios de materiales.

**CARACTERÍSTICA DE CLASE**

Destreza y conocimiento para el manejo de las motos a su cargo y las herramientas.

**REQUISITOS**

**Educación:** Bachiller en Educación media.

**Experiencia:** conocimiento de manejo de motos con licencia para manejar las mismas, buen estado de salud física y mental, relaciones interpersonales.

**CÓDIGO 005****TITULO DEL PUESTO: OPERADORA TELEFONICA**

**SUPERIOR INMEDIATO** : Gerente.

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Ayuda a la gerencia a planificar el marketing y las ventas de los servicios que realiza la empresa, a través de pedidos telefónicos para optar por más alternativas de ingreso de clientes.

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Realizar actividades de los pedidos vía telefónica para hacer conocer la empresa las compras para domicilio en la ciudad de Loja.
- Realizar periódicamente las ventas de la empresa.
- Ejecutar planes de acción con el fin de mejorar la imagen corporativa de la empresa.
- Planificar en las ventas conjuntamente con los empleados.
- Trabajar planes de acción con los vendedores y manejo de las motos.
- Cumplir las disposiciones del Gerente.
- Presentar un informe de los servicios prestados en el día.
- Demás funciones delegadas por la Gerencia.

**CARACTERÍSTICA DE CLASE**

Iniciativa y requiere criterio e iniciativa para el marketing, las ventas, atención y servicio al cliente

**REQUISITOS**

**Educación:** Ingeniera Comercial

**Experiencia:** De 2 a 3 años en actividades similares.

## ESTUDIO FINANCIERO.

### INVERSIONES.

Esta es la parte de la investigación que se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto desembolsos de efectivo para la adquisición de activos, la estructura de las inversiones del proyecto se ha desglosado en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

### INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles y se utilizara en el proceso del servicio que se va a implementar y es un complemento necesario para la operación normal de la empresa y que están sujetos a depreciación.

### VEHICULOS DE LA EMPRESA. (MOTOCICLETAS)

En este estudio de investigación se ha tomado como referencia a las unidades que se deben adquirir para prestar el servicio motorizado para compras a domicilio para la ciudad de Loja.

#### MOTOCICLETAS CUADRO Nro. 40

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Vehículos de la empresa (Motocicletas Marca Yamaha)	2.990,00	14.950,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>14.950,00</b>

**Fuente:** Concesionaria de motos Yamaha.

**Elaboración:** El Autor.

## MUEBLES Y ENSERES.

Se refiere a todos los bienes que se necesitan para la adecuación de la oficina de la empresa de servicio motorizado para compras a domicilio para la ciudad de Loja, con la que se va a iniciar a trabajar, con su respectiva depreciación.

**MUEBLES Y ENSERES**  
**CUADRO Nro. 41**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio tipo Gerente.	175,00	175,00
1	Escritorio tipo secretaria.	150,00	150,00
2	Sillas giratorias ajustables.	80,00	160,00
10	Sillas de oficina.	22,00	220,00
2	Archivadores	55,00	110,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>815,00</b>

**Fuente:** Almacén de muebles.

**Elaboración:** El Autor.

## EQUIPOS DE CÓMPUTO.

Los equipos de cómputo constituyen una herramienta muy importante en el desarrollo de las actividades de la empresa de servicio motorizado para compras a domicilio para la ciudad de Loja, la misma que con la tecnología que cuentan en los actuales momentos, permite que las operaciones sean eficaces, ahorrando tiempo y costos y permitiendo la obtención de la información financiera inmediata y actualizada.

**EQUIPO DE CÓMPUTO  
CUADRO Nro. 42**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computadores HP	950,00	1.900,00
1	Impresora	190,00	190,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>2.090,00</b>

**Fuente:** Almacén Loja Compu.

**Elaboración:** El Autor.

**EQUIPOS DE OFICINA.**

Dentro de este activo, incluimos también los equipos de oficina que son todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

**EQUIPOS DE OFICINA  
CUADRO Nro. 43**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Teléfono Fax, Panasonic.	200,00	200,00
1	Sumadora, Casio.	45,00	45,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>245,00</b>

**Fuente:** Almacén La reforma.

**Elaboración:** El Autor.

**MATERIALES DE OFICINA.**

Dentro de este activo, incluimos también los materiales de oficina que son todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

**MATERIALES DE OFICINA  
CUADRO Nro. 44**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Grapadora.	5,00	5,00
1	Perforadora	5,00	5,00
1	Materiales de oficina.	15,00	15,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>25,00</b>

**Fuente:** Almacén La reforma.

**Elaboración:** El Autor.

**TOTAL DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS  
CUADRO Nro. 45**

ACTIVOS	VALOR
Motocicletas	14.950,00
Muebles y Enseres	815,00
Equipos de Cómputo	2.090,00
Equipos de Oficina	245,00
Materiales de oficina	25,00
Implementos de seguridad	1.060,00
<b>TOTAL</b>	<b>19.185,00</b>

**Fuente:** Presupuestos

**Elaboración:** El Autor.

**INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.**

En esta denominación se agrupan todos los valores correspondientes a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto antes de entrar en operación la empresa. Entre estos podemos mencionar los siguientes:

**ACTIVOS DIFERIDOS  
CUADRO Nro. 46**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Estudio de factibilidad.	700	700
1	Constitución legal de la empresa.	400	400
1	Permisos	500	500
	<b>TOTAL:</b>		<b>1.600,00</b>

**Fuente:** Proyecto, constitución.

**Elaboración:** El Autor.

## **INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES.**

Con esta denominación se designa a los valores en que se deben incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible trabajar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas adquiridas por la empresa, el Capital de Operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que se espera que la empresa empiece a obtener resultantes del servicio. A continuación se detallan todos los activos circulantes en forma mensual y anual.

## **IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD.**

Aquí constan los valores correspondientes a cascos, guantes y chalecos, necesarios para dar el servicio.

**IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD  
CUADRO Nro. 47**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Casco	5	165,00	825,00
Pares de Guantes	5	12,00	60,00
Chalecos refractarios	5	35,00	175,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>1.060,00</b>

**Fuente:** Almacenes locales

**Elaboración:** El Autor.

## **SERVICIOS BÁSICOS.**

Son los servicios indispensables para el funcionamiento de la empresa, los cuales los componen la Energía Eléctrica, Agua Potable y Teléfono, que serán utilizados en el área administrativa.

**SERVICIOS BÁSICOS  
CUADRO Nro. 48**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
85	Luz (Kilovatios/hora)	0,12	10,20	122,40
25	Agua (metros cúbicos)	0,19	4,75	57,00
250	Teléfono (minutos)	0,06	15,00	180,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>29,95</b>	<b>359,40</b>

**Fuente:** Empresa de luz, Municipio Lago Agrio y Empresa Telefónica.

**Elaboración:** El Autor.

**SUMINISTROS DE OFICINA.**

Son aquellos bienes tangibles y de uso exclusivo para las labores administrativas de la empresa.

**SUMINISTROS DE OFICINA  
CUADRO Nro. 49**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
50	Hojas de papel bond	0,01	0,50	6,00
2	Esferos.	0,40	0,80	9,60
2	lápices	0,30	0,60	7,20
1	Borradores.	0,25	0,25	3,00
1	Cuaderno espiral grande.	1,00	1,00	12,00
10	Carpetas folder.	0,30	3,00	36,00
1	Caja de Clips.	0,50	0,50	6,00
1	Caja de Grapas.	0,50	0,50	6,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>7.15</b>	<b>85,80</b>

**Fuente:** Almacén de Papelería.

**Elaboración:** El Autor.

## ÚTILES DE LIMPIEZA.

En este rubro existen varios implementos que van a servir para el aseo y limpieza de la oficina, por lo tanto se debe indicar que no todos estos útiles de limpieza se van a proyectar para un año.

**ÚTILES DE LIMPIEZA  
CUADRO Nro. 50**

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITA RIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
2	Escobas	2,50	5,00	5,00
2	Recogedor de basura.	2,00	4,00	4,00
2	Trapeador	2,00	4,00	4,00
2	Galón de desinfectante.	2,50	5,00	60,00
5	Recipiente para basura	2,00	10,00	10,00
2	Paca de papel higiénico.	2,60	5,20	62,40
2	Franelas	1,00	2,00	24,00
2	Detergente.	2,50	5,00	60,00
1	Paca de fundas para basura.	1,45	1,45	17,40
	<b>TOTAL:</b>		<b>41,65</b>	<b>499,80</b>

**Fuente:** Almacén de Supermercado.

**Elaboración:** El Autor.

## ARRIENDO DEL LOCAL.

Se refiere al local en donde va a funcionar la empresa, cuyo costo mensual es de \$350,00 dólares mensuales y su costo anual sería de \$4.200,00 dólares.

**ARRIENDO DE LOCAL  
CUADRO Nro. 51**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Local de Arriendo	350,00	4.200,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>4.200,00</b>

**Fuente:** Ciudad de Loja.

**Elaboración:** El Autor.

## PUBLICIDAD.

Se contará con un rótulo luminoso que tendrá el logotipo de la empresa, el mismo que estará ubicado en la parte exterior de la misma.

### PUBLICIDAD CUADRO Nro. 52

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Prensa Escrita	2 PUBLICACIONES	30 espacios	150,00
Televisión	2 VECES AL DIA	3 min x 2 veces	100,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>250,00</b>

Fuente: Grafi compu.

Elaboración: El Autor.

## COMBUSTIBLE y LUBRICANTES

Este rubro se refiere a la cantidad de combustible, que necesitará ésta empresa para poder brindar sus servicios, se estima que se consumirán 5 galones diarios y 5 litros de aceite mensual por cada una de las 5 motocicletas.

### COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES CUADRO Nro. 53

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1300	Galones de gasolina.	1.40	1.820,00	21.840,00
25	Aceite de moto	5.00	125,00	1.500,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>1.945,00</b>	<b>23.340,00</b>

Fuente: Gasolineras de la ciudad.

Elaboración: El Autor.

## MATENIMIENTO Y REPUESTOS.

Este rubro se refiere a la cantidad de ABC y de repuestos que se realice a las motos para poder brindar sus servicios, se estima que se requiere por cada una de las 5 motocicletas.

**COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES  
CUADRO Nro. 54**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
5	Mantenimiento ABC	15.00	75,00	900,00
5	Repuestos	25.00	125,00	1.500,00
	<b>TOTAL:</b>		<b>200,00</b>	<b>2.400,00</b>

**Fuente:** Gasolineras de la ciudad.

**Elaboración:** El Autor.

**SUELDOS Y SALARIOS AL PERSONAL ADMINISTRATIVO.**

**ROL ADMINISTRATIVO.**

Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en la parte administrativa de acuerdo a los puestos y cargos que existen en la empresa, es así que las personas que percibirá un sueldo serán la secretaria-contadora y el gerente.

**SUELDOS Y SALARIOS  
CUADRO Nro. 55**

NÓMINA	SALARIO	10° TERCER SUELDO (1/12)	10° CUARTO SUELDO (S. UNIF)	VACACIONES (1/24)	IESS APORTE 11,15	IECE 0,5 %	SECAP 0,5 %	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
Gerente	600	50.00	30.50	25.00	66.90	3.00	3.00	778.40	9,340.80
Secretaria	366	30.50	30.50	15.25	40.81	1.83	1.83	486.72	5,840.63
<b>TOTAL</b>								<b>1,265.12</b>	<b>15,181.43</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales.

**Elaboración:** El Autor.

**MANO DE OBRA DIRECTA**

Para la empresa fue necesario contar como mano de obra directa la misma que está directamente relacionados el proceso de servicios para conducir las

motocicletas, así mismo en el siguiente cuadro se detalla el sueldo para los empleados.

**SUELDO PARA 5 EMPLEADOS  
CUADRO Nro. 56**

NÓMINA	SALARIO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE 11,15	IECE 0,5 %	SECAP 0,5 %	Remuneración Mensual	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
5 Empleados (conductores de motos)	366	30.50	30.50	15.25	40.81	1.83	1.83	486.72 X 5	2,433.60	29,203,14
<b>TOTAL</b>									<b>2,433,60</b>	<b>29,073.14</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales.

**Elaboración:** El Autor.

**VENDEDOR.**

Para la empresa fue necesario contar con un vendedor que está directamente relacionados el proceso de servicios.

**SUELDO VENDEDOR  
CUADRO Nro. 57**

NÓMINA	SALARIO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE 11,16%	IECE 0,5	SECAP 0,5	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUNERACIÓN ANUAL
Vendedor	366	30.50	30.50	15.25	40.85	1.83	1.83	486.76	5,841.07
<b>TOTAL</b>								<b>486.76</b>	<b>5,841.07</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales.

**Elaboración:** El Autor.

**ACTIVO CIRCULANTE**

Al activo circulante también lo conocemos como capital de trabajo que es lo que permite conocer los requerimientos de recursos financieros necesario para poder cubrir las necesidades de la nueva empresa desde el inicio de sus operaciones hasta que la empresa pueda tener ingresos que cubran sus

costos de producción, por tal razón en el cuadro adjunto se incluye el detalle del presupuesto necesario para el primer mes de operaciones.

**RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE  
CUADRO Nro. 58**

<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b><i>COSTOS DE PRODUCCIÓN</i></b>		
Implementos de seguridad	1.060.00	12.720.00
Mano de obra directa	2,433.60	29,203.14
Arriendo	350.00	4,200.00
<b><i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i></b>		
Sueldos administrativos	1,265.12	15,181.43
Suministros de oficina	7.15	85.80
Servicios básicos	29.95	359.40
Útiles de limpieza	41.65	499.80
Mantenimiento y Repuestos	200.00	2,400.00
<b><i>GASTOS DE VENTA</i></b>		
Sueldo vendedor	486.76	5,841.07
Publicidad	250.00	3,000.00
Combustible	1.945,00	23.340,00
<b>TOTAL</b>	<b>8.069.22</b>	<b>96.830.64</b>

Elaboración: El Autor.

**RESUMEN TOTAL DE LAS INVERSIONES**

La inversión total prevista para el proyecto está conformada por el resultado final de las inversiones en activos fijos, activos circulantes y activos diferidos, lo que se detalla a continuación en el siguiente cuadro.

**TOTAL DE INVERSIÓN**  
**CUADRO Nro. 59**

<b>ACTIVO FIJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Vehículos de la empresa (Motocicletas)	14,950.00
Muebles y enseres	815.00
Equipos de oficina	245.00
Materiales de oficina	25.00
Equipos de computación	2,090.00
<b>TOTAL</b>	<b>19,185.00</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Estudio de factibilidad	700.00
Constitución legal	400.00
Permisos	500.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,600.00</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	
Implementos de seguridad	1.060.00
Mano de obra directa	2,433.60
Arriendo	350.00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Sueldos administrativos	1,265.12
Suministros de oficina	7.15
Servicios básicos	29.95
Útiles de limpieza	41.65
Mantenimiento y Repuestos	200.00
<b>GASTOS DE VENTA</b>	
Sueldo vendedor	486.76
Publicidad	250.00
Combustible	1,945.00
<b>TOTAL</b>	<b>8.069.22</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>28.854.22</b>

Elaboración: El Autor.

**TOTAL DE INVERSION.**

**CUADRO Nro. 60**

<b>TOTAL INVERSIONES</b>	
ACTIVO FIJO	19,185.00
ACTIVO DIFERIDO	1,600.00
ACTIVO CIRCULANTE	8.069.22
<b>TOTAL</b>	<b>28.854.22</b>

Elaboración: El Autor.

## FINANCIAMIENTO.

Una vez conocido el monto de la inversión, se hace necesaria la fuente de financiamiento para lo que deberemos recurrir a las fuentes internas y externas. El proyecto se financiará con la fuente interna es decir con recursos propios el 66% que equivale a \$18.854.22, que será el aporte de los socios y una fuente externa que equivale al 34% del capital necesario por el valor de \$10.000 que será financiado por el BNF, a dos años plazo con una tasa de interés del 12% anual

### FINANCIAMIENTO CUADRO Nro. 61

FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	66	\$ 18.854.22
Crédito	34	\$ 10.000,00
<b>TOTAL</b>	100	<b>\$ 28.854.22</b>

Elaboración: El Autor.

## AMORTIZACIÓN

A continuación se detalla el cuadro de amortización por el préstamo de los 10.000 al 12% de interés que nos dará un Banco Nacional de Fomento de la localidad, por el monto necesario para financiar el 34% de capital restante necesario.

**TABLA DE AMORTIZACION  
CUADRO Nro. 62**

TABLA DE AMORTIZACION					
INSTIT. FINANCIERA		<b>BNF</b>			
MONTO EN USD		<b>10,000.00</b>			
TASA DE INTERES		<b>12.00%</b>			
PLAZO		<b>2 años</b>			
FECHA DE INICIO		26/09/2016			
MONEDA		<b>DOLARES</b>			
AMORTIZACION CADA		<b>30 días</b>			
Número de períodos		<b>24 para amortizar capital</b>			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		10,000.00			
1	26-oct-2016	9,629.27	100.00	370.73	470.73
2	25-nov-2016	9,254.82	96.29	374.44	470.73
3	25-dic-2016	8,876.64	92.55	378.19	470.73
4	24-ene-2017	8,494.67	88.77	381.97	470.73
5	23-feb-2017	8,108.88	84.95	385.79	470.73
6	25-mar-2017	7,719.23	81.09	389.65	470.73
7	24-abr-2017	7,325.69	77.19	393.54	470.73
8	24-may-2017	6,928.21	73.26	397.48	470.73
9	23-jun-2017	6,526.76	69.28	401.45	470.73
10	23-jul-2017	6,121.29	65.27	405.47	470.73
11	22-ago-2017	5,711.77	61.21	409.52	470.73
12	21-sep-2017	5,298.16	57.12	413.62	470.73
13	21-oct-2017	4,880.40	52.98	417.75	470.73
14	20-nov-2017	4,458.47	48.80	421.93	470.73
15	20-dic-2017	4,032.32	44.58	426.15	470.73
16	19-ene-2018	3,601.91	40.32	430.41	470.73
17	18-feb-2018	3,167.19	36.02	434.72	470.73
18	20-mar-2018	2,728.13	31.67	439.06	470.73
19	19-abr-2018	2,284.68	27.28	443.45	470.73
20	19-may-2018	1,836.79	22.85	447.89	470.73
21	18-jun-2018	1,384.42	18.37	452.37	470.73
22	18-jul-2018	927.53	13.84	456.89	470.73
23	17-ago-2018	466.07	9.28	461.46	470.73
24	16-sep-2018	0.00	4.66	466.07	470.73
			1,297.63	10,000.00	11,297.63

**DEPRECIACIONES.****CUADRO Nro. 63**

DETALLE	% DEPREC.	VIDA ÚTIL	VALOR	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN
Dep. Vehículos de la empresa (Motocicletas)	5%	5	14,950.00	747.50	14,202.50	1,420.25
Dep. Maq. Y Equipos	10%	10	815.00	81.50	733.50	73.35
Dep. Muebles y Enseres	10%	10	25.00	2.50	22.50	2.25
Dep. Equipos de Oficina	10%	5	245.00	24.50	220.50	44.10
Dep. Equipos de computación	33%	3	2,090.00	689.70	1,400.30	466.77
<b>TOTAL</b>			<b>18,125.00</b>	<b>1,545.70</b>	<b>16,579.30</b>	<b>2,006.72</b>
<b>Amortización Activo Diferido</b>						320.00
<b>Depreciaciones + Amortización Activo Diferido</b>						<b>2,326.72</b>

Elaborado por: El Autor

**PRESUPUESTO DE COSTOS.**

Es la cuantificación ordenada de los diferentes costos y gastos requeridos para la operación de la empresa en los años de vida útil, a continuación se presenta el presupuesto de costos y gastos para los 10 años de vida útil del proyecto. Con una tasa de inflación anual del 4,60% para el primer trimestre del año 2016, según el INEC.

## PRESUPUESTO DE COSTOS.

CUADRO Nro. 64

RUBROS/ PERIODOS	PRESUPUESTO PROFORMARDO DE COSTOS Y GASTOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
Implementos de Seguridad	12,720.00	13,298.76	13,903.85	14,536.48	15,197.89	15,889.39	16,612.36	17,368.22	18,158.48	18,984.69
Mano de obra directa	29,203.14	30,531.88	31,921.08	33,373.49	34,891.99	36,479.57	38,139.39	39,874.74	41,689.04	43,585.89
Arriendo	4,200.00	4,391.10	4,590.90	4,799.78	5,018.17	5,246.50	5,485.21	5,734.79	5,995.72	6,268.53
<b>DEPRECIACIONES</b>										
Dep. Vehículos de la empresa (Motocicletas)	1,420.25	1,420.25	1,420.25	1,420.25	1,420.25	1,420.25	1,420.25	1,420.25	1,420.25	1,420.25
Dep. Maq. Y Equipos	73.35	73.35	73.35	73.35	73.35	73.35	73.35	73.35	73.35	73.35
Amortización de activo diferido	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00
<b>Total Costo De Producción</b>	<b>47,936.74</b>	<b>50,035.34</b>	<b>52,229.43</b>	<b>54,523.35</b>	<b>56,921.65</b>	<b>59,429.06</b>	<b>62,050.57</b>	<b>64,791.35</b>	<b>67,656.84</b>	<b>70,652.70</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos administrativos	15,181.43	15,872.18	16,594.37	17,349.41	18,138.81	18,964.13	19,826.99	20,729.12	21,672.30	22,658.39
Suministros de oficina	85.80	89.70	93.79	98.05	102.51	107.18	112.06	117.15	122.48	128.06
Servicios básicos	359.40	375.75	392.85	410.72	429.41	448.95	469.38	490.73	513.06	536.41
Útiles de limpieza	499.80	522.54	546.32	571.17	597.16	624.33	652.74	682.44	713.49	745.95
Mantenimiento y repuestos	2,400.00	2,509.20	2,623.37	2,742.73	2,867.53	2,998.00	3,134.41	3,277.02	3,426.13	3,582.02
Dep. equipos de oficina	44.10	44.10	44.10	44.10	44.10					
Dep. equipos de computo	466.77	466.77	466.77							
Dep. muebles y enseres	2.25	2.25	2.25	2.25	2.25	2.25	2.25	2.25	2.25	2.25
<b>Total de Gastos de Administración</b>	<b>19,039.54</b>	<b>19,882.50</b>	<b>20,763.80</b>	<b>21,218.44</b>	<b>22,181.77</b>	<b>23,144.84</b>	<b>24,197.82</b>	<b>25,298.72</b>	<b>26,449.71</b>	<b>27,653.07</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Sueldo vendedor	5,841.07	6,106.84	6,384.70	6,675.20	6,978.92	7,296.46	7,628.45	7,975.55	8,338.43	8,717.83
Publicidad	3,000.00	3,136.50	3,279.21	3,428.41	3,584.41	3,747.50	3,918.01	4,096.28	4,282.66	4,477.52
<b>Total de Gastos de Ventas</b>	<b>8,841.07</b>	<b>9,243.34</b>	<b>9,663.91</b>	<b>10,103.62</b>	<b>10,563.33</b>	<b>11,043.96</b>	<b>11,546.46</b>	<b>12,071.83</b>	<b>12,621.09</b>	<b>13,195.35</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés por préstamo	1,156.20	406.25								
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>1,156.20</b>	<b>406.25</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>76,973.55</b>	<b>79,567.43</b>	<b>82,657.14</b>	<b>85,845.41</b>	<b>89,666.75</b>	<b>93,617.86</b>	<b>97,794.85</b>	<b>102,161.90</b>	<b>106,727.64</b>	<b>111,501.13</b>
Imprevistos 5%	3,848.68	4,023.79	4,206.87	4,398.29	4,598.41	4,807.64	5,026.39	5,255.09	5,494.19	5,744.18
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>80,822.23</b>	<b>83,591.22</b>	<b>86,864.02</b>	<b>90,243.70</b>	<b>94,265.16</b>	<b>98,425.50</b>	<b>102,821.24</b>	<b>107,416.98</b>	<b>112,221.83</b>	<b>117,245.30</b>

Elaborado por: El Autor

## CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Los costos se clasifican en dos grupos que son fijos y variables, los fijos permanecen si cambio en un periodo de tiempo, sin embargo los variables están en función directa del volumen de producción y la actividad de la empresa.

**CUADRO Nro. 65**

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABLE	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>						
Materia prima directa		12,720.00		15197.89		18984.69
Mano de obra directa		29,203.14		34891.99		43585.89
Energía eléctrica		4,200.00		5,018.17		6,268.53
Dep. Vehículos (Motocicletas)	1,420.25		1,420.25		1,420.25	
Dep. Maquinaria y equipo	73.35		73.35		73.35	
Amortización de activo diferido	320.00		320.00		320.00	
<b>Subtotal costos de producción</b>	<b>1,813.60</b>	<b>46,123.14</b>	<b>1,813.60</b>	<b>55,108.05</b>	<b>1,813.60</b>	<b>68,839.11</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						
Sueldos personal administrativo	15,181.43		18,138.81		22,658.39	
Servicios básicos	359.40		429.41		536.41	
Suministros de oficina	85.80		102.51		128.06	
Útiles de limpieza	499.80		597.16		745.95	
Mantenimiento y repuestos		2,400.00		2,867.53		3,582.02
Deprec. equipos de oficina	44.10		44.10			
Deprec. de equipos computación	466.77					
Dep. de muebles y enseres	2.25		2.25		2.25	
<b>Subtotal gastos administrativos</b>	<b>16,639.54</b>		<b>19,314.25</b>		<b>24,071.05</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
Sueldo de ventas	5,841.07		6,978.92		8,717.83	
Publicidad	3,000.00		3,584.41		4,477.52	
<b>Subtotal Gastos de Ventas</b>	<b>8,841.07</b>		<b>10,563.33</b>		<b>13,195.35</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés por préstamo	1,156.20					
<b>Subtotal gastos financieros</b>	<b>1,156.20</b>					
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>28,450.41</b>		<b>31,691.18</b>		<b>39,080.01</b>	
Imprevistos 5%	3,848.68		4,598.41		5,744.18	
<b>TOTAL FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>32,299.09</b>	<b>48,523.14</b>	<b>36,289.59</b>	<b>57,975.58</b>	<b>44,824.19</b>	<b>72,421.13</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>80,822.23</b>		<b>94,265.16</b>		<b>117,245.31</b>	

Elaborado por: El Autor

## DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL SERVICIO

Para determinar el precio de venta del servicio la empresa considero el 25% de utilidad sobre los costos del servicio, a sí mismo para poder proyectar para los años de la vida útil del servicio fue necesario tomar en cuenta la tasa de inflación que es del 4,16% lo que permitirá determinar los ingresos que tendrá la empresa para los cinco años de vida, lo que se detalla en el siguiente cuadro.

**CUADRO Nro. 66**

AÑOS	COSTOS DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	UTILIDAD 25%	PVP	INGRESOS POR VENTA
1	80,822.23	33,280	2.43	0.61	3.04	101,027.79
2	83,591.22	35,360	2.36	0.59	2.96	104,489.02
3	86,864.02	37,440	2.32	0.58	2.90	108,580.02
4	90,243.70	39,520	2.28	0.57	2.85	112,804.62
5	94,265.16	41,184	2.29	0.57	2.86	117,831.45
6	98,425.50	41,184	2.39	0.60	2.99	123,031.87
7	102,821.24	41,184	2.50	0.62	3.12	128,526.54
8	107,416.98	41,184	2.61	0.65	3.26	134,271.23
9	112,221.83	41,184	2.72	0.68	3.41	140,277.29
10	117,245.30	41,184	2.85	0.71	3.56	146,556.63

Elaborado por: El Autor

## PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es el balance entre los ingresos y gastos que tiene la empresa, es el punto en donde la empresa ni pierde ni gana,

Para el presente estudio se utilizó el método matemático, en función de la capacidad instalada y de las ventas, con su respectiva gráfica, en el caso de

la empresa de motocicletas éstos valores se calcularon para el primer y quinto año.

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIONES

### a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{32299.09}{101027.79 - 48523.14} \times 100$$

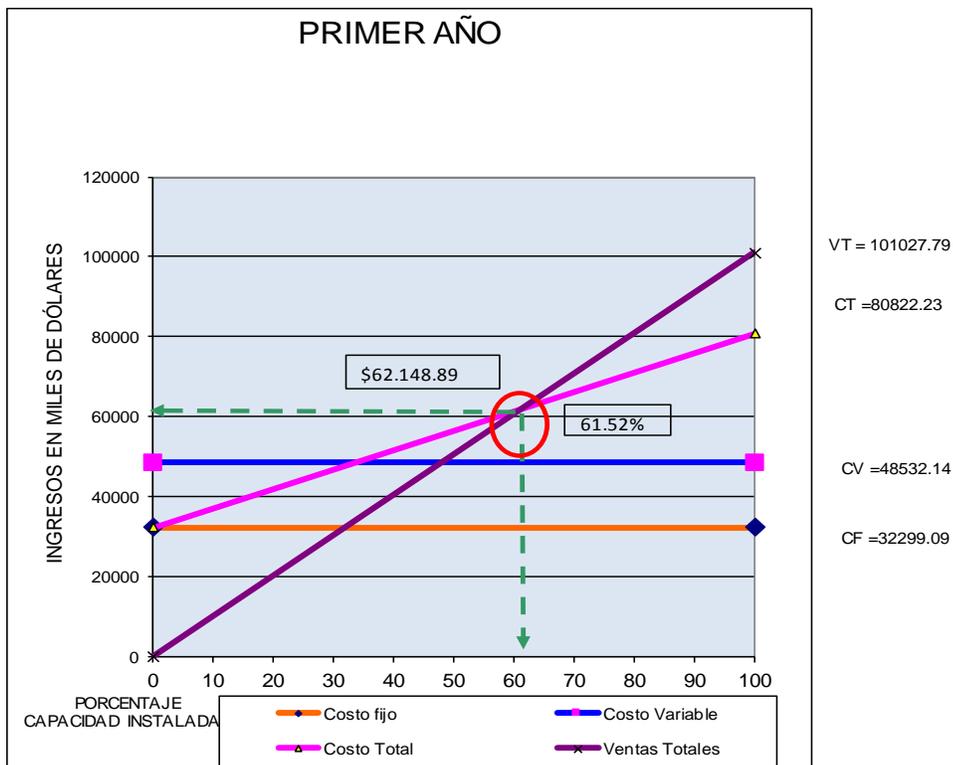
<b>PE = 61.52 %</b>
---------------------

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{32299.09}{1 - \frac{48523.14}{101027.79}}$$

<b>PE = \$ 62,148.89</b>
--------------------------



ELABORACION: El Autor.

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO DE OPERACIONES

### a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{36298.59}{117831.45 - 57975.58} \times 100$$

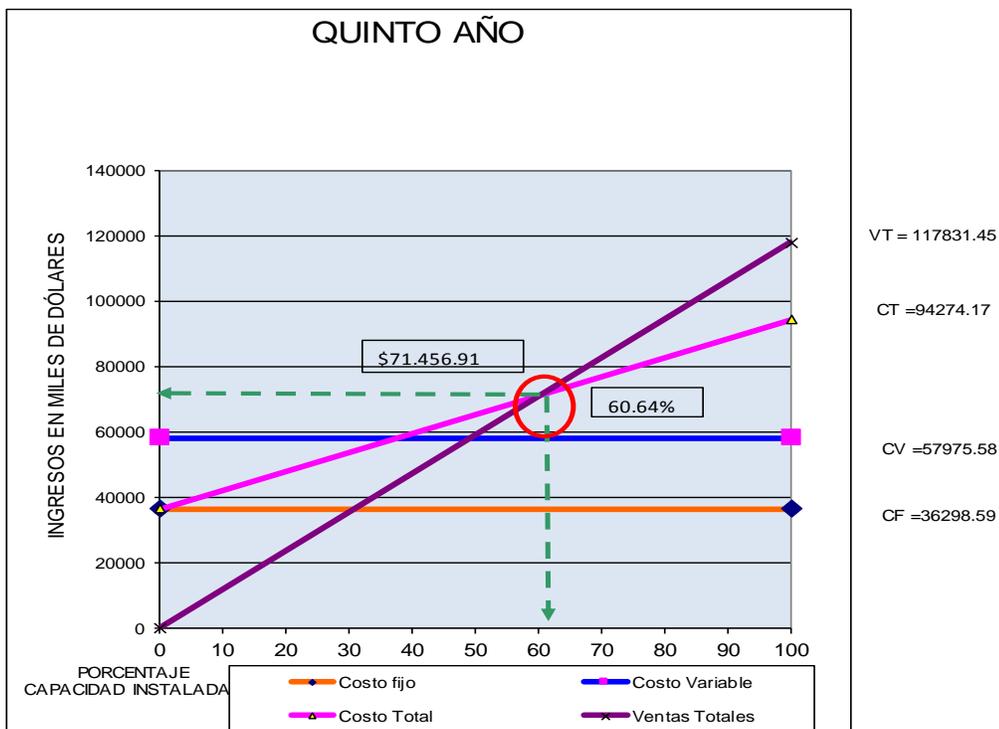
**PE = 60.64 %**

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{36298.59}{1 - \frac{57975.58}{117831.45}}$$

**PE = \$ 71,456.91**



ELABORACION: El Autor.

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL DECIMO AÑO DE OPERACIONES

### a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{44824.19}{146556.63 - 72421.13} \times 100$$

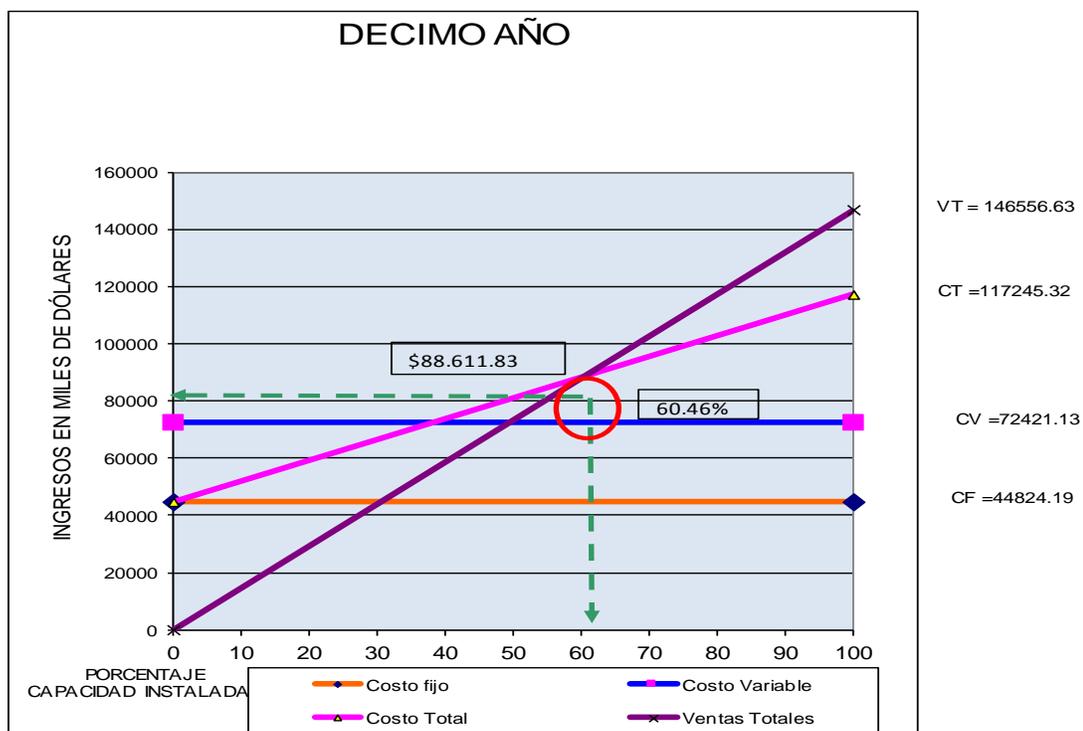
<b>PE = 60.46 %</b>
---------------------

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{44824.19}{1 - \frac{72421.13}{146556.63}}$$

<b>PE = \$ 88,611.83</b>
--------------------------



**ELABORACION:** El Autor.

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

También se lo conoce como el estado de resultados, y se lo utiliza para determinar la utilidad o pérdida de un periodo determinado, también indica la fuente de los ingresos y de los gastos, a continuación se presenta el estado de pérdidas y ganancias de la empresa.

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

### CUADRO Nro. 67

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>										
Ingresos por ventas	101,027.79	104,489.02	108,580.02	112,804.62	117,831.45	123,031.87	128,526.54	134,271.23	140,277.29	146,556.63
( - ) Costo Total	80,822.23	83,591.22	86,864.02	90,243.70	94,265.16	98,425.50	102,821.24	107,416.98	112,221.83	117,245.30
( = ) Utilidad Bruta en Ventas	20,205.56	20,897.80	21,716.00	22,560.92	23,566.29	24,606.37	25,705.31	26,854.25	28,055.46	29,311.33
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	3,030.83	3,134.67	3,257.40	3,384.14	3,534.94	3,690.96	3,855.80	4,028.14	4,208.32	4,396.70
( = ) Utilidad antes de IR	17,174.72	17,763.13	18,458.60	19,176.79	20,031.35	20,915.42	21,849.51	22,826.11	23,847.14	24,914.63
( - ) 22% Impuesto a la Renta	3,778.44	3,907.89	4,060.89	4,218.89	4,406.90	4,601.39	4,806.89	5,021.74	5,246.37	5,481.22
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL</b>	<b>13,396.28</b>	<b>13,855.24</b>	<b>14,397.71</b>	<b>14,957.89</b>	<b>15,624.45</b>	<b>16,314.03</b>	<b>17,042.62</b>	<b>17,804.36</b>	<b>18,600.77</b>	<b>19,433.41</b>
(-) 10% Reserva legal	1,339.63	1,385.52	1,439.77	1,495.79	1,562.45	1,631.40	1,704.26	1,780.44	1,860.08	1,943.34
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>12,056.66</b>	<b>12,469.72</b>	<b>12,957.94</b>	<b>13,462.10</b>	<b>14,062.01</b>	<b>14,682.62</b>	<b>15,338.36</b>	<b>16,023.93</b>	<b>16,740.69</b>	<b>17,490.07</b>

Elaborado por: El Autor

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

A la evaluación financiera se la realiza con la finalidad de saber la cantidad de ingresos que va a tener, con la finalidad de que pueda asumir riesgos calculados que exige el inicio de un proyecto de inversión.

## **FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja permite determinar el movimiento del efectivo de la empresa, prever periodos de liquidez y evaluar periodos de rentabilidad de la inversión a lo largo de la vida útil del proyecto.

## FLUJO DE CAJA.

## CUADRO Nro. 67

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
Ingresos por ventas		101,027.79	104,489.02	108,580.02	112,804.62	117,831.45	123,031.87	128,526.54	134,271.23	140,277.29	146,556.63
Valor Residual				733.50		22.20	721.08			753.89	3,912.80
Capital propio	18,854.22										
Capital ajeno	10,000.00										
<b>Total Ingresos</b>	<b>28,854.22</b>	<b>101,027.79</b>	<b>104,489.02</b>	<b>109,313.52</b>	<b>112,804.62</b>	<b>117,853.65</b>	<b>123,752.95</b>	<b>128,526.54</b>	<b>134,271.23</b>	<b>141,031.18</b>	<b>150,469.43</b>
<b>EGRESOS</b>											
Costo de Producción y operación		80,822.23	83,591.22	86,864.02	90,243.70	94,265.16	98,425.50	102,821.24	107,416.98	112,221.83	117,245.30
Activos fijos	19,185.00										
Activos diferidos	1,600.00										
Activos circulantes	8,069.22										
<b>( - ) Costo Total</b>	<b>28,854.22</b>	<b>80,822.23</b>	<b>83,591.22</b>	<b>86,864.02</b>	<b>90,243.70</b>	<b>94,265.16</b>	<b>98,425.50</b>	<b>102,821.24</b>	<b>107,416.98</b>	<b>112,221.83</b>	<b>117,245.30</b>
( = ) Utilidad Bruta en Ventas		20,205.56	20,897.80	22,449.50	22,560.92	23,588.49	25,327.46	25,705.31	26,854.25	28,809.35	33,224.13
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores		3,030.83	3,134.67	3,367.43	3,384.14	3,538.27	3,799.12	3,855.80	4,028.14	4,321.40	4,983.62
( = ) Utilidad antes de IR.		17,174.72	17,763.13	19,082.08	19,176.79	20,050.22	21,528.34	21,849.51	22,826.11	24,487.95	28,240.51
( - ) 22% Impuesto a la Renta		3,778.44	3,907.89	4,198.06	4,218.89	4,411.05	4,736.23	4,806.89	5,021.74	5,387.35	6,212.91
<b>Utilidad líquida</b>		<b>13,396.28</b>	<b>13,855.24</b>	<b>14,884.02</b>	<b>14,957.89</b>	<b>15,639.17</b>	<b>16,792.10</b>	<b>17,042.62</b>	<b>17,804.36</b>	<b>19,100.60</b>	<b>22,027.60</b>
Reinversión de activos fijos					2,185.10		256.15	2,284.52			2,388.46
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>13,396.28</b>	<b>13,855.24</b>	<b>14,884.02</b>	<b>12,772.80</b>	<b>15,639.17</b>	<b>16,535.96</b>	<b>14,758.10</b>	<b>17,804.36</b>	<b>19,100.60</b>	<b>19,639.13</b>

Elaborado por: El Autor

## EL VAN

Éste método permite determinar el valor actual de los flujos de costo o ingresos generados en la vida útil del proyecto. El van representa en valores actuales el total de recursos que quedan en manos de la empresa al término de toda su vida útil.

**CUADRO Nro. 68**

PERÍODO	FLUJO NETO	FACTOR	VALOR
		ACTUALIZ.	ACTUALIZADO
		12.00%	
0	28,854.22		
1	13,396.28	0.8929	11,960.96
2	13,855.24	0.7972	11,045.31
3	14,884.02	0.7118	10,594.15
4	12,772.80	0.6355	8,117.35
5	15,639.17	0.5674	8,874.09
6	16,535.96	0.5066	8,377.63
7	14,758.10	0.4523	6,675.81
8	17,804.36	0.4039	7,190.88
9	19,100.60	0.3606	6,887.87
10	19,639.13	0.3220	6,323.27
			86,047.33
			28,854.22
			57,193.11

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 86,047.33 - 28,854.22$$

$$VAN = 57,193.11$$

**Análisis:** Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta  
 Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente  
 Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

## TASA INTERNA DE RETORNO

Este método de evaluación toma en consideración el valor que adquiere el dinero en el tiempo y las variaciones del flujo durante la vida útil del proyecto.

Se define como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial, éste es un indicador de aceptación o rechazo del proyecto.

**CUADRO Nro. 69**

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		27.00%	MENOR	28.00%	MAYOR
0			-28,854.22		-28,854.22
1	13,396.28	0.78740	10,548.25	0.78125	10,465.84
2	13,855.24	0.62000	8,590.27	0.61035	8,456.57
3	14,884.02	0.48819	7,266.23	0.47684	7,097.25
4	12,772.80	0.38440	4,909.88	0.37253	4,758.24
5	15,639.17	0.30268	4,733.64	0.29104	4,551.60
6	16,535.96	0.23833	3,941.01	0.22737	3,759.84
7	14,758.10	0.18766	2,769.52	0.17764	2,621.57
8	17,804.36	0.14776	2,630.85	0.13878	2,470.85
9	19,100.60	0.11635	2,222.36	0.10842	2,070.89
10	19,639.13	0.09161	1,799.22	0.08470	1,663.50
			20,557.01		-19,061.93

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$| \quad 27 \quad + \quad 1.00 \quad \left( \frac{20557.01}{1495.08} \right)$$

$$TIR = 27.58 \quad \%$$

**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.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Éste periodo indica el tiempo necesario para poder recuperar la inversión inicial, este periodo está dado en función de la vida útil del proyecto, en éste caso la empresa es de diez años.

**CUADRO Nro. 70**

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO ACUMULADO
0	28,854.22		
1		13,396.28	
2		13,855.24	27,251.52
3		14,884.02	42,135.54
4		12,772.80	54,908.34
5		15,639.17	70,547.51
6		16,535.96	87,083.47
7		14,758.10	101,841.57
8		17,804.36	119,645.93
9		19,100.60	138,746.53
10		19,639.13	158,385.66
		138,746.53	

$$\text{PRC} = \frac{\text{Año anterior cubrir la inversión}}{\frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}}$$

$$\text{PRC} = \frac{1}{\frac{54827.11 - 28854.22}{14841.92}}$$

$$\text{PRC} = 1.68$$

		1	<b>Años</b>
0.68 * 12 =	8.16	9	<b>Meses</b>
0.16	30	5	<b>Días</b>

**Análisis :** El capital se recupera en 1 años, 9 meses y 4.8 días

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

Este indicador muestra el beneficio que se obtiene por cada dólar invertido, y por lo tanto esta relación nos muestra si el indicador es mayor a uno se acepta el proyecto.

**CUADRO Nro. 71**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTOS			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO
	ORIGINAL	12.00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	12.00%	ACTUALIZADO
0						
1	80,822.23	0.89286	72,162.71	101,027.79	0.89286	90,203.38
2	83,591.22	0.79719	66,638.41	104,489.02	0.79719	83,298.01
3	86,864.02	0.71178	61,828.09	108,580.02	0.71178	77,285.11
4	90,243.70	0.63552	57,351.50	112,804.62	0.63552	71,689.38
5	94,265.16	0.56743	53,488.58	117,831.45	0.56743	66,860.73
6	98,425.50	0.50663	49,865.42	123,031.87	0.50663	62,331.77
7	102,821.24	0.45235	46,511.11	128,526.54	0.45235	58,138.88
8	107,416.98	0.40388	43,383.92	134,271.23	0.40388	54,229.90
9	112,221.83	0.36061	40,468.32	140,277.29	0.36061	50,585.40
10	117,245.30	0.32197	37,749.85	146,556.63	0.32197	47,187.31
			529,447.90			661,809.87

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = \frac{661,809.87}{529,447.90}$$

$$R (B/C) = 1.25 \quad \text{Dólares}$$

**Análisis :** Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

**El proyecto nos dara una rentabilidad por cada dólar invertido de**

**0.25**

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su R (B/C) es mayor a uno.

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.**

Este análisis indica si se afecta o no el proyecto, por dos situaciones específicas los ingresos y los costos, en éste caso se incrementará los costos y se disminuirá los ingresos, ésta situación prepara para las incertidumbre que se puedan presentar en cualquier momento a la empresa.

Cuando el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible.

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON AUMENTO EN COSTOS DEL 16.15%**  
**CUADRO Nro. 72**

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	16.15%	ORIGINAL	NETO	48.00%	MENOR	49.00%	MAYOR
0						-28,854.22		-28,854.22
1	80,822.23	93,875.02	101,027.79	13,396.28	0.6756756757	9051.54	0.6711409396	8990.79
2	83,591.22	97,091.20	104,489.02	13,855.24	0.4565376187	6325.44	0.4504301608	6240.82
3	86,864.02	100,892.56	108,580.02	14,884.02	0.3084713640	4591.29	0.3023021213	4499.47
4	90,243.70	104,818.06	112,804.62	12,772.80	0.2084265973	2662.19	0.2028873298	2591.44
5	94,265.16	109,488.98	117,831.45	15,639.17	0.1408287820	2202.45	0.1361659931	2129.52
6	98,425.50	114,321.22	123,031.87	16,535.96	0.0951545824	1573.47	0.0913865726	1511.16
7	102,821.24	119,426.87	128,526.54	14,758.10	0.0642936368	948.85	0.0613332702	905.16
8	107,416.98	124,764.82	134,271.23	17,804.36	0.0434416465	773.45	0.0411632686	732.89
9	112,221.83	130,345.66	140,277.29	19,100.60	0.0293524638	560.65	0.0276263548	527.68
10	117,245.30	136,180.42	146,556.63	19,639.13	0.0198327458	389.50	0.0185411777	364.13
						224.61		-361.15

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 48.00 + 1.00 \left( \frac{224.61}{585.76} \right) = \mathbf{48.38 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 27.58 - 48.38 = -20.80 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = -20.80 / 27.58 = -75.43\%$$

$$\text{Sensibilidad} = -75.43 / 48.38 = \mathbf{0.99}$$

**Análisis :** Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.  
Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.  
Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los co 16.15%

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON DECREMENTO EN LOS INGRESOS DEL 12.17%**  
**CUADRO Nro. 73**

AÑO	COSTO	INGRESO	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	ORIGINAL	12.17%	NETO	48.00%	MENOR	49.00%	MAYOR
0						-28854.22		-28854.22
1	80,822.23	101,027.79	88,732.71	13,396.28	0.6756756757	9051.54	0.6711409396	8990.79
2	83,591.22	104,489.02	91,772.71	13,855.24	0.4565376187	6325.44	0.4504301608	6240.82
3	86,864.02	108,580.02	95,365.83	14,884.02	0.3084713640	4591.29	0.3023021213	4499.47
4	90,243.70	112,804.62	99,076.30	12,772.80	0.2084265973	2662.19	0.2028873298	2591.44
5	94,265.16	117,831.45	103,491.36	15,639.17	0.1408287820	2202.45	0.1361659931	2129.52
6	98,425.50	123,031.87	108,058.89	16,535.96	0.0951545824	1573.47	0.0913865726	1511.16
7	102,821.24	128,526.54	112,884.86	14,758.10	0.0642936368	948.85	0.0613332702	905.16
8	107,416.98	134,271.23	117,930.42	17,804.36	0.0434416465	773.45	0.0411632686	732.89
9	112,221.83	140,277.29	123,205.54	19,100.60	0.0293524638	560.65	0.0276263548	527.68
10	117,245.30	146,556.63	128,720.69	19,639.13	0.0198327458	389.50	0.0185411777	364.13
						224.61		-361.15

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 48.00 + 1.00 \left( \frac{224.61}{585.76} \right) = \mathbf{48.38 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 27.58 - 48.38 = -20.80 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = -20.80 / 27.58 = -75.43\%$$

$$\text{Sensibilidad} = -75.43 / 48.38 = \mathbf{0.99}$$

**Análisis :** Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.  
Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.  
Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 12.17%

## **h. CONCLUSIONES.**

- El estudio administrativo permitió determinar el talento humano necesario para el proyecto.
- El estudio financiero da a conocer la inversión total de \$28.854.22 la misma que se financiará con la fuente interna es decir con recursos propios el 66% que equivale a \$18.854.22, que será el aporte de los socios y una fuente externa que equivale al 34% del capital necesario por el valor de \$10.000 que será financiado por el BNF.
- El proyecto tiene una capacidad instalada de 41.600 servicios anuales con una capacidad utilizada del 80% para el primer año, o sea 33.280 servicios, con un incremento anual de un 5% llegando al último año de vida útil a un 99% de la capacidad instalada.
- La evaluación económica, se da un VAN tendrá un valor de \$57.193.11, la TIR está en el 27.58%, el periodo de recuperación del capital se dará en 1 año 9 meses y 5 días, en la relación beneficio costo se obtiene un valor de 0,25 centavos de dólar por cada dólar invertido, el análisis de sensibilidad demuestra que el proyecto soporta 16.15% de incremento en sus costos y un 12.17% en la disminución de sus ingresos.
- Se concluyó que se demuestra que es factible la implementación del proyecto de inversión.

## **i. RECOMENDACIONES.**

- A los inversionistas y futuros emprendedores se recomienda la implementación del proyecto en vista de que tiene una gran demanda insatisfecha, la misma que asegura la rentabilidad del mismo.
- Al ser un servicio nuevo en la localidad se recomienda tomar cuenta éste estudio, el mismo que está orientado a cubrir una de las grandes necesidades del ser humano que es la necesidad de compras a domicilio.
- Se recomienda hacer uso intensivo de los medios de publicidad con el fin de que se dé a conocer el servicio y por lo tanto se asegure la permanencia el mercado, y as asegure la rentabilidad que esperan los inversionistas.
- Que las familias intensifiquen el servicio y que se les motive a generar nuevos emprendimientos lo que contribuirá no sólo a generación de fuentes de trabajo sino también a la economía del país

## j. BIBLIOGRAFIA.

- ❖ [Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio](http://Crearmiempresa.es/article-ideas-de-negocios-que-funcionan-con-servicio-a-domicilio).2012.
- ❖ MIRANDA MIRANDA, Juan José; **Gestión de Proyectos**; Sexta Edición; M & M Editores, Bogotá – Colombia, 2012.
- ❖ Estudio de Mercado, Actualizado el 23 de agosto del 2012, México.
- ❖ Juan José Gallego, Proyecto Empresarial, Editorial LIMUSA, Bogotá.2012.
- ❖ Descripción de un producto, Marketing, Actualizado enero 2012.
- ❖ Pasaca Manuel; Formulación y Evaluación de Proyectos; Universidad Nacional de Loja.2010.
- ❖ Sapag, N. (2012). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson Prentice Hall.
- ❖ Formulación y Evaluación de proyectos de inversión, Universidad Nacional de Loja, Manuel E. Pasaca M.2012.
- ❖ Sapag, N. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: McGraw-Hill.
- ❖ Sapag, N. & Sapag R. (2013). Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición. México: McGraw-Hill.

**k. ANEXOS.****ANEXO 1.****FICHA RESUMEN.****a. TEMA**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS MOTORIZADOS PARA COMPRAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LOJA”**

**b. PROBLEMÁTICA**

Los efectos de un estilo de vida acelerado, son cada vez mas evidentes en un mundo globalizado. Uno de estos principales efectos son la falta de tiempo para cumplir con actividades diarias inherentes al funcionamiento en un hogar. Cada día, los miembros de una familia deben cumplir con diferentes actividades que les atañen a cada uno, como por ejemplo: trabajar, estudiar, cocinar, etc.

La ciudad de Loja, a pesar de desarrollarse lentamente, no se queda atrás en cuanto a este estilo de vida acelerado que llevan diariamente sus familias. Pues como toda familia deben cumplir diferentes actividades inherentes a sus actividades diarias tales como: compras de víveres, alimentos, medicinas, etc.

Sin embargo, estas actividades muchas veces se complican realizar debido a diferentes factores:

- Falta de tiempo
- Ausencia de los padres en los hogares debido a la necesidad de cumplir con sus obligaciones laborales para de esta manera poder satisfacer las necesidades prioritarias de sus familias en el aspecto de vivienda, alimentación, vestido, educación, salud entre otras cosas.
- Necesidades que surgen en el día a día y no pueden ser previamente planificadas.
- Locales de compra que se encuentran a largas distancias de los domicilios.
- No contar con un vehículo para movilizarse rápidamente hacia los lugares de compra.

En la ciudad de Loja, no existe una empresa que se dedique a brindar un servicio exclusivo para compras a domicilio, lo más similar a esto es el servicio que brindan los taxis de la localidad pero cuyo costo por servicio es muy elevado y además no brindan ningún tipo de calidad en el mismo, pues lo hacen con retraso, no hacen la compra en el lugar indicado, etc.

Ante esta problemática, el presente trabajo de tesis busca brindar una alternativa de solución a esta necesidad descrita, mediante la elaboración del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja, con lo cual se buscará cubrir las necesidades y requerimientos exigidos por las familias lojanas.

## **c. JUSTIFICACIÓN**

### **Justificación Académica.**

Con el presente proyecto tendré la posibilidad de aplicar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de mis estudios universitarios, este será el reto final y definitivo para demostrar mi capacidad de desempeñarme como futuro Ingeniero Comercial. Además, servirá como fuente de consulta para estudiantes que necesiten información similar.

### **Justificación Social.**

El proyecto se considera de importancia para la ciudad de Loja puesto que al ponerse en ejecución permitirá mejorar la posibilidad de empleo, y esto a su vez generará mejores ingresos, los mismos que repercuten en elevar el nivel de vida de los habitantes de la ciudad.

### **Justificación Económica.**

Al crear la empresa en referencia, esta permitirá obtener no solo utilidades económicas para el inversionista, sino también mover el sector comercializador de la ciudad, generando fuentes de empleo e ingresos, también para proveedores que hacen parte de este proceso de servicio. Además generara un beneficio económico para los trabajadores de la empresa y la misma se encargara de realizar sus impuestos, pagos de patentes para el funcionamiento de la empresa.

#### **d. OBJETIVOS**

##### **Objetivo General:**

- Determinar la factibilidad para la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

##### **Objetivos Específicos:**

- Desarrollar el estudio de mercado el cual determinará la demanda insatisfecha en los servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.
- Determinar el estudio técnico, donde se establecerá el tamaño, localización y la ingeniería del proyecto.
- Elaborar el estudio administrativo, para determinar la estructura orgánica y funcional de la empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.
- Elaborar el estudio económico financiero, donde se determinará la inversión que requerirá el proyecto, así como los costos e ingresos que se obtendrán con la puesta en marcha del proyecto.
- Elaborar la evaluación financiera de la empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja, de acuerdo a sus indicadores VAN, TIR, R/BC, PRC, SENSIBILIDAD tanto en los ingresos como en los costos.

## **f. METODOLOGÍA.**

### **MÉTODOS:**

El diseño metodológico del presente trabajo parte del **MÉTODO CIENTÍFICO**, el cual exige un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización, sistematización, expresión y exposición de conocimientos tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental.

#### **Método Inductivo.**

Sigue un proceso en el que a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explicaron o relacionaron los fenómenos estudiados.

Este método servirá para analizar e interpretar la información obtenida de los instrumentos de recolección y análisis de datos como es las encuestas que se aplicaron, lo que permitió deducir con claridad puntos circunstanciales en los que se desenvuelve el objeto de estudio para la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

#### **Método Deductivo.**

Este método consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal determinando los hechos más importantes del fenómeno por analizar extrayendo conceptos, principios, definiciones, leyes y normas generales

Este método se lo utilizara en el estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha existente y que justifique la viabilidad del mercado, la misma que se deducirá de la demanda potencial y de igual manera al momento de fijar el tamaño del proyecto para la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

### **Método Analítico - Sintético.**

Método filosófico dualista por medio del cual se llega a la verdad de las cosas, primero se separan los elementos que intervienen en la realización de un fenómeno determinado, después se reúnen los elementos que tienen relación lógica entre sí hasta completar y demostrar la verdad del conocimiento. Hay quienes lo manejan como métodos independientes.

Este método se utilizara para analizar el marco teórico del proyecto de investigación así como los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al segmento de la población, se lo utilizara también en el estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera para conocer la factibilidad de la creación de una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja.

### **Método Estadístico.**

El Método Estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de

investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

Este método será utilizado para la obtención de datos específicos de la demanda y oferta, así como permitirá conocer las cantidades de los resultados de los servicios motorizados para compras a domicilio en la ciudad de Loja que abastecerán de materia prima a la empresa.

### **TECNICAS.**

En el desarrollo de la presente tesis se utilizará:

**Observación Directa.** Esta técnica consiste en visualizar lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo al problema a investigar, esta técnica también permite realizar un sondeo de la realidad objetiva

Por medio de la observación directa se podrá evidenciar los posibles demandantes de los servicios que se ofrecerán la empresa. A través de este procedimiento será posible también, analizar el comportamiento de la competencia, así como las características del lugar donde funcionaría la misma.

**Encuesta.-** Esta técnica se la aplicará a la población de la ciudad de Loja que según la información obtenida del INEC del año 2010, fueron de 180.617. Se proyecta para el año 2016 con una tasa de crecimiento del 2.65%, con el fin de conocer todos los aspectos que servirán de base para ofrecer un servicio acorde a las demandas del mercado efectivo.

### PROYECCION DE LA CIUDAD DE LOJA AL 2016

AÑO	PROYECCION 2.65% TC
2.010	180.617
2.011	185.403
2.012	190.316
2.013	195.359
2.014	200.536
2.015	205.850
2.016	211.305

Como el proyecto es de servicios de compras, se determinara para las familias de la ciudad de Loja, esto es que los 211.305 habitantes se la divide para 4 miembros por familia, dando un valor de 52.826 familias en la ciudad de Loja para el año 2016.

#### Tamaño de la muestra:

En vista que el número de demandantes objeto de estudio es muy alto, se procede a realizar un muestro estadístico, a través de la siguiente fórmula:

Formula

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Donde:

- n =?      Tamaño de la muestra  
 N = 9.118      Familias de la ciudad de Loja.  
 e = 0,05      Error de la muestra

$$N = \frac{52.826}{1 + (0.05)^2 \cdot (52.826)}$$

$$N = \frac{52.826}{133.065}$$

$$n = 396.99$$

**n = 397 encuestas**

**Cuestionario.-** La Encuesta que se aplicará a las familias de la ciudad de Loja y será un cuestionario que incluye una serie de preguntas que permitirán caracterizar la demanda, indagando sus gustos y preferencias en lo que respecta al servicio que se pretende ofrecer.

**ANEXO 2.**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Como estudiante del ultimo modulo (10mo.) de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñado en elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS MOTORIZADOS PARA COMPRAS A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LOJA”**, por lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

DEMANDANTES:

**1.- ¿Cuál es su ingreso mensual?**

*Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

- |             |        |
|-------------|--------|
| 1 – 400     | (    ) |
| 401 – 800   | (    ) |
| 801 –1200   | (    ) |
| Más de 1201 | (    ) |

**2.- ¿Por lo general quien realiza las compras en su hogar?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- |         |        |
|---------|--------|
| Padre   | (    ) |
| Madre   | (    ) |
| Hijos   | (    ) |
| Ninguno | (    ) |

**3.- ¿Por lo general que tipo de compras adquiere diariamente? (Elija una respuesta)**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Alimentos (    )

Medicinas (    )

Víveres (    )

Otros (    )

**4.- ¿Conoce usted alguna empresa que realice servicios de compra a domicilio? DEMANDA POTENCIAL**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Si (    )

No (    )

**5.- ¿Usted hace uso de este tipo de servicios de compras a domicilio? DEMANDA REAL**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Si (    )

No (    )

**6.- ¿Con que frecuencia usted hace uso de los servicios de compras a domicilio?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Diario (    )

Semanal (    )

Mensual (    )

**7.- ¿Cree usted que las empresas de servicio de compras a domicilio prestan un servicio garantizado?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Si (    )

No (    )

**8.- ¿Cuántas veces a la semana utiliza usted el servicio de compras a domicilio? CP**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

1 a 2 ( )

3 a 4 ( )

5 a 6 ( )

7 a 8 ( )

**9.- ¿Al utilizar el servicio compras a domicilio que requiere usted?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Buen servicio ( )

Seriedad ( )

Puntualidad ( )

Honestidad ( )

Rapidez ( )

**10.- ¿Si en la ciudad de Loja se implementara una empresa de servicios motorizados para compras a domicilio, con servicio de rapidez, calidad y seguridad, usted sería cliente de esta empresa? DEMANDA EFECTIVA**

*Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

Si ( )

No ( )

**11.- ¿La nueva empresa deberá cumplir de preferencia con:?**

*Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

Precios cómodos ( )

Prestigio ( )

Agilidad ( )

Calidad en la compra de los artículos ( )

Distinción ( )

**12.- ¿Cuánto pagaría usted por cada servicio motorizado de compras a domicilio?**

*Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

1 a 2 dólares (    )

3 a 4 dólares (    )

**13.- ¿Dónde prefiere que se encuentre ubicada la empresa de servicios motorizados de compras a domicilio?**

*Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

Centro de la ciudad (    )

Sur de la ciudad (    )

Norte de la ciudad (    )

**14.- ¿Qué medio publicitario usted prefiere para la nueva empresa?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Televisión (    )

Radio (    )

Prensa Escrita (    )

Vallas Publicitarias (    )

**15.- ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?**

*Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

Si (    )

No (    )

**16.- ¿Indique el tipo de promociones que desearía que ofrezca la empresa?**

*Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos*

Servicio gratuito (    )

Descuentos (    )

Rebajas por compras (    )

Otros (    )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 3.****ENCUESTAS PARA LOS OFERENTES****1.- ¿Ofrece su empresa servicio de compras a domicilio?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI ( )

NO ( )

**2.- ¿Qué tiempo tiene la empresa realizando estas actividades?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

De 1 a 2 años ( )

De 3 a 4 años ( )

De 5 a 6 años ( )

**3.- ¿Cuántos servicios de compras a domicilio realiza diariamente?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

De 1 a 20 ( )

De 21 a 40 ( )

De 41 a 60 ( )

**4.- ¿Cuál es el precio por cada servicio compras a domicilio?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

1 a 2 dólares ( )

3 a 4 dólares ( )

Más de 5 ( )

**5.- ¿Qué medio publicitario utiliza usted para hacer conocer su empresa?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

Televisión (    )

Radio (    )

Prensa escrita (    )

Vallas publicitarias (    )

**6.- ¿Su empresa realiza promociones por el servicio ofrecido?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Si (    )

No (    )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	5
c. INTRODUCCIÓN .....	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	50
f. RESULTADOS .....	55
g. DISCUSIÓN .....	78
h. CONCLUSIONES .....	162
i. RECOMENDACIONES .....	163
j. BIBLIOGRAFÍA .....	164
k. ANEXOS .....	165
INDICE .....	181