



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS, EN LA CIUDAD DE ZAMORA, CANTON ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2016”

Tesis previa a la obtención del
Grado de Ingeniero Comercial

1859
AUTOR:

Darío David González Novillo

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada, M.A.E

LOJA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada, M.A.E.

DOCENTE DEL PLAN DE CONTINGENCIA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo investigativo titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS, EN LA CIUDAD DE ZAMORA, CANTON ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2016”**, presentado por el aspirante **Darío David González Novillo**, previo a la obtención del Grado de Ingeniero Comercial, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Octubre del 2017

Atentamente.




Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada, M.A.E.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Darío David González Novillo**, 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: Darío David González Novillo

Firma: .....

Cédula: 0704380609

Fecha: Loja, Octubre del 2017


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

Yo, **Darío David González Novillo**, declaro ser autor de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS, EN LA CIUDAD DE ZAMORA, CANTON ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2016”**, como requisito para optar al Grado 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 Universidad, 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 los 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 13 días del mes de Octubre del dos mil diecisiete, firma el autor.

FIRMA: 

AUTOR: Darío David González Novillo

CÉDULA: 0704380609

DIRECCIÓN: Machala, Ciudadela Roldos Aguilera, Villa 5 M2.

CORREO ELECTRÓNICO: dario100688@hotmail.com

TELÉFONO: 0958814141

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada, M.A.E

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Mg. Galo Salcedo Lopez Presidente

Dra. Mg. Ruth Ortega Rojas Vocal

Ing. Mg. Carlos Rodríguez Armijos. Vocal

AGRADECIMIENTO

Me complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, que atreves del plan de contingencia aplicado a la sede Zamora, Carrera de Administración de Empresas, y en ella a los distinguidos docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas que enrumban a cada uno de los que acudimos a adquirir conocimientos que nos servirán para ser útiles a la sociedad.

A mi Director de trabajo de fin de titulación, Ing. Vicente Paul Maldonado Quezada, M.A.E., quien con su experiencia como docente ha sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado el realizar esta tesis, me ha brindado el tiempo necesario, como la información para que este anhelo llegue a ser felizmente culminada

Darío David González Novillo

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis de grado está dedicado a DIOS, por darme la vida a través de mis queridos PADRES quienes con mucho cariño, amor y ejemplo han hecho de mí una persona con valores para poder desenvolverme como un profesional.

A mi Esposa, quien en todo momento me brindo su apoyo, dándome cariño, confianza incondicional para seguir adelante para cumplir otra etapa en mi vida.

A todos mis familiares, que son el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, ellos fueron quienes en los momentos más difíciles me dieron su amor y comprensión para poderlo superar, quiero también dejar a cada uno de ellos una enseñanza que cuando se quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo LOGRAR.

Darío David González Novillo

a. Título

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS, EN LA CIUDAD DE ZAMORA, CANTON ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE, PARA EL AÑO 2016”

b. Resumen

La presente investigación tiene como objetivo concreto, conocer la factibilidad para la creación de una micro empresa de servicios de alquiler de vehículos, en la ciudad de Zamora, cantón Zamora de la provincia de Zamora Chinchipe, para el año 2016, mediante un servicios de excelente calidad a través de una eficiencia programada y oportuna, que satisfaga las necesidades de los habitantes del cantón Zamora.

Por esta razón el trabajo investigativo inicial trata sobre el análisis Socio Económico de Zamora, para lo cual se trabajo con una población PEA de 24.951 hombres y 11.090 Mujeres, con un total de 36041 personas, y de acuerdo a la fórmula se aplico 380 encuestas a la PEA, en una segunda parte se realiza el Estudio de Mercado, definiendo de esta manera la oferta y la demanda del servicio de alquiler de vehículos.

El estudio Técnico en el que se habla del Tamaño del proyecto precisando la capacidad utilizada, Luego se procede al Estudio Administrativo, Organizacional y Legal en el cual se definió la creación de una empresa en la modalidad de Responsabilidad Limitada, para lo cual se establece los organigramas para la empresa con las respectivas funciones de cada área, determinando así el Estudio Económico Financiero, en el cuál se elabora los Estados Financiero para conocer su factibilidad real,

Finalmente se determino la Evaluación económica determinando una tasa del descuento positiva y los índices de rentabilidad, e Impacto Ambiental

del Proyecto, Finalmente a se ha elaborado sus respectivas conclusiones y recomendaciones que constituyen la evaluación final del proyecto, con lo cual se demuestra que en todo ámbito es factible la creación de la micro empresa de alquiler de vehículos en la ciudad de Zamora, para el año 2016.

Abstract

The present investigation has as concrete aim, know the feasibility for the creation of one mike company of services of rent of vehicles, in the city of Zamora, canton Zamora of the province of Zamora Chinchipe, for the year 2016, by means of a services of excellent quality across a programmed and oportune efficiency, which satisfies the needs of the inhabitants of the canton Zamora.

For this reason the work investigative initial Economic Partner of Zamora treats on the analysis, for which I work with a population PEA of 24.951 men and 11.090 Women, with a total of 36041 persons, and in agreement to the formula I apply 380 surveys to him to the PEA, in the second part the Market research is realized, defining hereby the offer and the demand of the service of rent of vehicles.

Administrative officer, Organizacional and Legal in which the creation of a company was defined in the modality of Limited Responsibility, for which establishes the flowcharts for the company with the respective functions of every area, determining this way the Economic Financial Study, in which Financier elaborates the States to know his royal feasibility,

Finally I determine the economic Evaluation determining a positive rate of the discount and the indexes of profitability, and Environmental Impact of the Project, Finally to there have been elaborated his respective

conclusions and recommendations that constitute the final evaluation of the project, with which there is demonstrated that in any area the creation of the micro is feasible company of rent of vehicles in the city of Zamora, for the year 2016.

c. Introducción

La ciudad de Zamora cabecera cantonal de la provincia de Zamora Chinchipe cuenta con varias empresas tanto públicas como privadas y su desarrollo tiene un constante aumento económico al igual que el progreso del país, en Zamora con la constante expansión poblacional que de acuerdo al último censo poblacional del 2010 realizada por el INEC, y proyectada al 2016 existen una Población Económicamente activa de 36041 habitantes, de acuerdo a las estadísticas se observa un incremento poblacional del 2% anual, de igual manera se ha incrementado el número de empresarios en diferentes negocios dentro de la ciudad que tienen como objetivo crear fuentes de trabajo y buscar utilidades económicas satisfactorias para satisfacer sus necesidades.

Entonces para quienes son emprendedores, conocer la factibilidad para la creación de una micro empresa de servicios de alquiler de vehículos puede significar el éxito y la tranquilidad de los inversionistas al saber elegir un negocio que garantice su cartera capital, plantear un estudio veraz puede dar una ventaja competitiva a cualquier empresa, no obstante, es importante tener en consideración que las empresas continuamente deben contener y replantear su diseño y modelo de negocios, el éxito o fracaso de ésta depende, casi siempre, si su diseño de negocios empareja las prioridades de sus clientes.

Por lo tanto la presente investigación tiene como objetivo preparar un proyecto de factibilidad para la creación de una micro empresa de servicios de alquiler de vehículos para la ciudad de Zamora, que permita conocer su rentabilidad a corto y largo plazo y ofreciendo operar mediante la prestación de servicio de acuerdo a las necesidades del cliente que generan nuevos ingresos, fuentes de empleo y la búsqueda de nuevas oportunidades tanto a directivos, socios e inversionistas internos y externos.

Las empresas privadas que aplican un estudio de factibilidad son las que sobresalen económicamente, es por ello que al conocer que la ciudad de Zamora no cuenta con empresas de alquiler de vehículos, se ha considerado necesario realizar el presente trabajo de investigación, titulado “Proyecto de factibilidad para la creación de una micro empresa de servicios de alquiler de vehículos, en la ciudad de Zamora, Cantón Zamora de la Provincia de Zamora Chinchipe, para el año 2016, con la finalidad de realizar una evaluación del rendimiento de capital que tendrá la inversión, en la investigación se determina como principio de este trabajo la población a la que va dirigido el estudio, es decir la Población Económicamente Activa, se realiza un estudio de mercado en el que se determina la oferta, demanda y la necesidad de la empresas para operar con bases claras, el estudio técnico ayuda a buscar la mejor alternativa para ubicar la empresa, tomando en cuenta cada unos de los requisitos que establece la Ley vigente, el diseño de la investigación será por el

problema no experimental, tomando en cuenta que los hechos ya ocurrieron y el autor se basará a la realidad actual sin poder influir en las variables, presentado una propuesta mediante una investigación científica que ayude a mejorar la planeación y control de la empresa, finalmente se realiza la evaluación financiera que da a conocer que el proyecto es rentable en la ciudad de Zamora.

Se toma en cuenta realizar el estudio, considerando que la mayoría de los empresarios en la ciudad de Zamora no le dan la importancia que tienen los proyecto de factibilidad y se aventuran en aperturar cualquier tipo de negocio, los cuales pueden ser rentables o no, sin embargo la experiencia universitaria es trascendente porque enseña a no pasarla por alto si se quiere tener éxito, pero existen mucha juventud que quiere aventurarse a ser empresario, sin experiencia en la ciudad, y por lo general no aplican este tipo de proyectos durante la etapa inicial, para conocer si su inversión será o no rentable, de esta manera arriesgándose a que la suerte determinen el éxito o fracaso de su inversión.

Es una oportunidad muy valiosa como futuro profesional, que se pone a disposición de cualquier persona que quiera emprender en este camp la elaboración de un análisis con mucha responsabilidad, incluyendo el modo en que se piensa administrar, operar y como cumplir con el plan maestro relacionado con la misión de la empresa, para lo cual dentro de este proyecto se detallara un estudio organizacional, se plasmará el

análisis financiero, con el fin de conocer el capital de inversión, **finalmente** se determinó la factibilidad de este proyecto, sin dejar pasar por alto un el estudio de impacto ambiental y social para fortificar el proyecto en relación al medio en el que se creara la empresa, todo este proceso respaldado con conclusiones y recomendaciones para su implementación.

d. Revisión de Literatura

Marco referencial

Definición de Alquiler de Vehículos

Alquiler de vehículos o arrendamiento es un acto jurídico mediante el cual el arrendador concede al arrendatario, persona natural o jurídica, el goce de un vehículo de transporte terrestre, sin conductor, para el uso particular del arrendatario, teniendo como contraprestación el pago en dinero de un valor pactado entre el arrendador y el arrendatario, a través de una compañía que ofrece automóviles de alquiler para cortos o largos períodos de tiempo. Se complementan a menudo con un sitio Web permitiendo hacer reservas a través de Internet.¹

Las agencias de alquiler de vehículos cubren las necesidades principalmente de dos sectores: el turismo y el sector empresarial. Pueden ser de utilidad también como sustitución del automóvil propio si este se encuentra fuera de servicio.

Tipos de alquiler

Existen tres grupos de sociedades de alquiler de vehículos, cada grupo ofrece diferentes servicios:

¹ CarDrive S.A.©, (2014)

- El primer grupo de sociedades posee sus propios vehículos conocidos como flota y puede tener acuerdos con los fabricantes de vehículos para que estos le proporcionen vehículos para su flota. Poseen establecimiento físico propio.
- El segundo grupo de compañías de alquiler de vehículos, llamadas coloquialmente "brokers", funcionan estableciendo acuerdos comerciales con sociedades de alquiler de vehículos pertenecientes al primer grupo (con flota de vehículos propia) para así, obtener acceso a sus flotas de vehículos. Son de bastante utilidad a los usuarios ya que, dichas compañías, al negociar con diversas empresas pertenecientes al primer grupo, pueden obtener el mejor precio, para una determinada fecha y un lugar concreto. Estas sociedades suelen operar principalmente a través de Internet, y actualmente se hace cada vez más extendido el uso de las redes sociales para crear y mantener un canal de comunicación directo cliente-empresa.
- El tercer grupo son empresas que ofrecen servicios de alquiler de vehículos para periodos de larga duración mínimo de 6 meses a 1 año, por una cuota sensiblemente más baja, están destinadas principalmente a empresas que necesiten disponer de vehículos para sus trabajadores. Poseen flota y establecimiento físico propio.

Condiciones de alquiler

La renta de automóviles tiene diferentes condiciones dependiendo de la ubicación geográfica donde radique la empresa. Por lo general este debe ser regresado a la agencia de renta en la misma condición en la cual este fue entregado al usuario y dependiendo de la cuota elegida no debe exceder los límites establecidos en ellas dependiendo de la elección ya sea por kilometraje, horas o días ilimitados, debido a que si ocurre esto se aplicaran cargos extras al precio final del servicio.

La mayoría de agencias de alquiler de vehículos piden como requisito indispensable el uso de tarjeta de crédito para cobrar por todos los cargos adicionales que se generen al retorno del vehículo.

En caso de no contar con una tarjeta de crédito se deberá realizar un depósito efectivo que podrá ser retornado al final del servicio.

Precio de alquiler de vehículos

Los precios están dados bajo los siguientes parámetros:

- Marca del vehículo
- Estado del vehículo
- Año del vehículo
- Avalúo mecánico y comercial

- Utilidad

El seguro vehicular.

De acuerdo a Camana, (2012) el Seguro Vehicular te protege frente a cualquier accidente que puedas sufrir. En este caso debemos de dejar en claro que este seguro cubre los daños materiales causados por robos, incendio, o cualquier tipo de daño que sufra tu vehículo; así mismo la pérdida total de tu vehículo, en este caso se te indemnizará o repondrá tu vehículo hasta el 100% de la suma asegurada por la pérdida total.

Marco conceptual

Proyecto de Factibilidad

El proyecto de factibilidad, se constituye en una herramienta que provee información específica para ayudar eliminar o reducir varias restricciones al proceso decisorio respecto de donde invertir, ya que permite la medición y comparación de los beneficios y costos que podrían generarse con su eventual materialización.²

Según BACA URBINA, Gabriel (2006), define al proyecto de factibilidad “como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le

² GARCÍA, Gary flor. “Guía para Elaborar Planes De Negocios” Primera edición, Graficas Paola 2006, Pág. (70 a 103)

proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o la sociedad en general”.(pág. 2)

Es un instrumento que permite determinar anticipadamente todas las asignaciones necesarias de monto y capital para poner en marcha un negocio, producir un bien o servicio dentro de un periodo determinado de tiempo, útil para satisfacer las necesidades insatisfechas del ser humano en el mercado y obtener beneficios en general.

Por último el proyecto de inversión determina la factibilidad o no de un negocio, contribuyendo así con los inversionistas, es decir, permite tener una idea clara y precisa de la situación actual del mercado antes de incursionar en el, considerando un conjunto de elementos de carácter cuantitativos que pueden ser importantes para determinar la viabilidad económica del proyecto, esta herramienta permite establecer las características necesarias para la estructuración de la nueva empresa.

Etapas de un Proyecto de factibilidad

Para autores como SAPAG, Nassir (2001) “Se entiende cuatro etapas básicas : La generación de la idea, los estudios de pre inversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación”.(pag.26-28)

Etapas de un Proyecto de Factibilidad

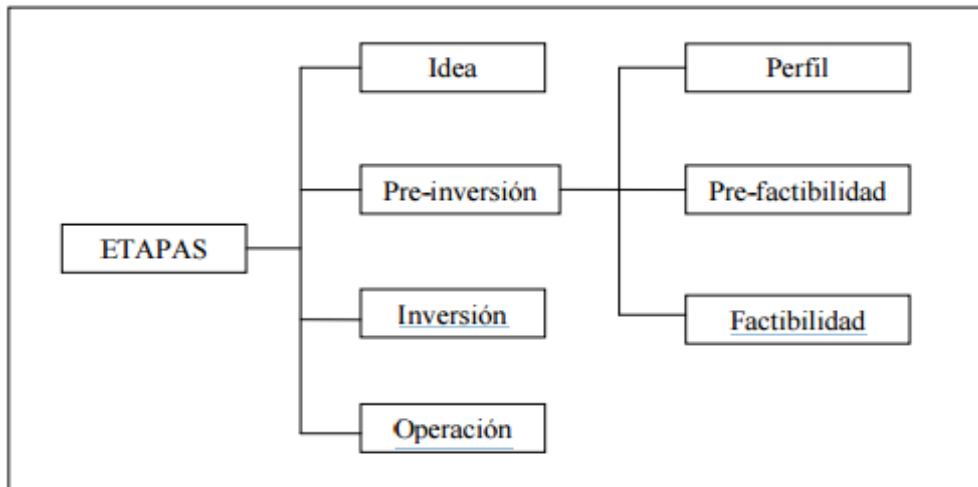


Gráfico N° 1

Elaborado por: El Autor

La Etapa de la Idea.- La primera y fundamental etapa de un proyecto es la correspondiente a la generación de la idea, basada en el concepto de gerencia de beneficios, se postula que la identificación de ideas de negocio se puede gestionar y no sólo dejarla a la ocurrencia inesperada de una genialidad, para ello, es necesaria la búsqueda permanente tanto de problemas, necesidades insatisfechas e ineficiencias que podrían ser mejoradas, como de oportunidades de negocios que pueden aprovecharse.³

La Etapa de Pre-Inversión.- La segunda etapa, la de los estudios de pre-inversión, debe concluir con una propuesta para recomendar el abandono, implementación inmediata, postergación o profundización de una parte o

³ CHIAVENATO, Idalberto. "Introducción a la Teoría General de la Administración". Quinta edición 2000. Pág.(225 a 231)

todo el estudio de viabilidad, para ello, y en consideración de las dificultades para evaluar una gran cantidad de opciones, este estudio se puede hacer en tres niveles el perfil, la prefactibilidad y la factibilidad.

Perfil.- esta etapa de perfil es la más preliminar de todas, su análisis es generalmente estático ya que compara los costos con los beneficios de un período tipo y se basa en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo, en opiniones de expertos o cifras estimativas, buscando fundamentalmente que no existan bases para abandonar inmediatamente el proyecto. Cabe indicar que lo más importante a nivel del perfil es la determinación de los objetivos del proyecto y la identificación de los posibles sub-proyectos a partir de la idea original, se trata básicamente de un “estudio de escritorio” que no incluye investigaciones de campo y cuando mucho podrá requerir visitas breves al sitio.

Pre-Factibilidad.- la etapa de pre-factibilidad proyecta los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, pero sirviéndose de información secundaria elaborada por terceros, como la tasa de crecimiento de la población revelada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, tasa de inflación del Banco Central, y más; el estudio de pre-factibilidad consiste en descartar posibles soluciones y, por otro lado, su propósito final viene a ser la determinación de la existencia de una alternativa factible o rentable a nivel de la solución seleccionada,

cabe señalar que el estudio de pre-factibilidad no se pretende elegir la “mejor alternativa” sino hallar una rentabilidad que justifique proseguir los estudios.

Factibilidad.- la factibilidad es la etapa más profunda, completa y demostrativa de la información que se utiliza en la evaluación, es de carácter demostrativo, por lo que se basa en fuentes de información primaria, o sea, en la que origina los antecedentes, esta etapa de factibilidad es esencialmente dinámica; es decir, proyectan los costos y beneficios del proyecto a lo largo del tiempo y los expresan mediante un flujo de caja estructurado en función de criterios convencionales comúnmente establecidos.

La Etapa de la Inversión.- corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

La Etapa de Operación.- es aquella donde la inversión ya materializada esta en ejecución.

Tipos de Proyectos de Inversión.- Los proyectos de inversión se pueden tipificar de muchas formas distintas: de acuerdo con su dependencia, con la finalidad de la inversión o con la finalidad del estudio del proyecto, entre otras.

De acuerdo con su dependencia, los proyectos se clasifican en:

- Dependientes,
 - Independientes y
 - Excluyentes.
-
- **Los proyectos dependientes.**- son aquéllos que se realizarán siempre que se haga otra inversión.
 - **Los proyectos independientes.**- son aquéllos que se pueden realizar sin depender de otro proyecto ni afectarlo.
 - **Los proyectos excluyentes.**- son los que al realizarse impiden la ejecución de otro proyecto.

De acuerdo con la finalidad de la inversión, los proyectos se clasifican según el objetivo de la asignación de los recursos:

Creación de nuevas empresas, reemplazo de activos, ampliación, abandono, externalización u outsourcing e internalización.

Los proyectos de creación de nuevas empresas corresponden a inversiones que permitirían implementar o emprender un negocio nuevo.

Proyectos de reemplazo son los que buscan medir la conveniencia de una sustitución.

Los proyectos de ampliación son aquéllos que generan mayor capacidad de producción o atención, tanto por la expansión de un servicio existente como por la integración de otro nuevo.

Proyectos de abandono son los que se denominan comúnmente como de desinversión y corresponden a la eliminación de áreas de actividad ineficientes o no rentables o al cierre de unidades que, siendo eficientes o rentables, permitan liberar recursos que pueden ser utilizados en otras áreas más eficientes o rentables.

Los proyectos de internalización u outsourcing son similares, en su evaluación, al procedimiento seguido en los proyectos de abandono, con la diferencia de que la actividad que se deja de realizar internamente es sustituida por la prestación del mismo servicio mediante el contrato a un externo.

Los proyectos de internalización son lo opuesto a las inversiones en outsourcing y corresponden a la ejecución interna de tareas o procesos que hasta ahora se contrataban externamente.

De acuerdo con la finalidad del estudio de pre inversión, los proyectos se clasifican en aquellos que miden la rentabilidad del proyecto, la

rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto y la capacidad de pago a las fuentes de financiamiento.

Estudio de Mercado

Para BACA URBINA, Gabriel (2006), Al referirse al estudio de mercado dice que “Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta el análisis de los precio y el estudio de comercialización.

Estructura de mercado

Drucker (1999) explica que la estructuración de este mercado que va a constituir la empresa son: las instituciones, empresas y personas en particular de esta ciudad, puesto que al existir una empresa que brinde este servicio en esta zona, se debe realizar un trabajo de mercadeo para posicionar la empresa en la mente del cliente.

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

Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:⁴

El consumidor

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

El producto

- Estudios sobre los usos del producto.
- Test sobre su aceptación
- Test comparativos con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

El Mercado

- Estudios sobre la distribución
- Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
- Aceptación sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios sobre puntos de venta, etc.

⁴ GARCÍA, Gary flor. "Guía para Elaborar Planes De Negocios" Primera edición, Graficas Paola 2006, Pág. (70 a 103)

- La publicidad
- Pre-test de anuncios y campañas
- Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña,

Clases de Mercado

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas. Según el monto de la mercancía:

Mercado Total.- conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado Potencial.- conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien, está en condiciones de adquirirlas.

Mercado Meta.- está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

Mercado Real.- representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

Segmentación del Mercado

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.⁵

Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por subsegmentos. Por ejemplo el segmento de adolescentes puede dividirse aún más atendiendo a bases de edad, sexo, o algún otro interés.

Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

No existe una sola forma de segmentar un mercado, es por eso que se deben probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado; a continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

⁵ AMARO, Raymundo. "Administración de Empresas I", Editora Tiempo S:A 1998 Pág. (32-33)

Segmentación geográfica.- Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

Segmentación demográfica.- Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionados con las variables demográficas.

Segmentación pictográfica.- Aquí los clientes se divide en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

Segmentación conducta. En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

Estudio Técnico

A partir de la postulación de alternativas y del mayor conocimiento sobre la población objetivo y el nivel del déficit que debe ser cubierto, es necesario avanzar en la concepción y desarrollo básico de las alternativas propuestas. Ello implica el tratamiento general de los aspectos físico-

técnicos, los que comprenden fundamentalmente tres componentes interdependientes:⁶

- El tamaño,
- La localización y
- La tecnología.

Sin embargo un buen análisis de estas variables necesita un previo estudio de optimización, más aun cuando se trata de unidades productivas ya existentes, esto tiene como objetivo no sobredimensionar las alternativas y también el no atribuir beneficios inexistentes a los proyectos. Otros aspectos a tener en cuenta son la participación y el análisis ambiental.

El orden de presentación de estos tópicos es el siguiente.

- A) Situación base optimizada.
- B) Tamaño.
- C) Localización.
- D) Tecnología.
- E) Participación de la comunidad.
- F) Medio ambiente.

Situación base optimizada.- La optimización de la situación base tiene como fin saber si el objeto de estudio sea cual fuere, una escuela, un

⁶ FISHER, Laura, ESPEJO, Jorge. "Mercadotecnia", Sexta Edición, Mac Graw-Interamericana 2000, Pág.(60)

centro de salud, un sistema de captación de agua o una situación cualquiera dentro del ámbito de la preparación de proyectos, puede tener alguna posible optimización, es decir si es posible obtener mejoras sin necesidad de realizar un proyecto.

Este análisis implica examinar, en lo posible, acciones que permitan resolver significativamente el problema solamente con mejoras mínimas, sin tener que incurrir en costos de inversión, es decir, identificar medidas de tipo administrativo, procedimental o cambios de métodos, que puedan lograr una solución satisfactoria estable o que evite gasto de recursos durante un tiempo determinado. A este tipo de solución se le denomina "situación base optimizada" y su importancia radica en la generación de beneficios arreglando un problema con cambios marginales en la situación actual-o postergando alternativas que pueden implicar volúmenes de inversión importantes.

Este análisis evita sobre estimar beneficios y sobredimensionar el proyecto, pues si una baja oferta de un servicio es debido a los horarios de atención o reparaciones menores, la mayor oferta de atenciones que pueda entregar un proyecto no debe contemplar las atenciones no realizadas por no tener horarios adecuados o no haber reparado equipos o infraestructura. Esta situación es muy común y puede llevar a tomar decisiones que impliquen mayores costos del proyecto, una buena optimización de la situación base puede cambiar significativamente el

dimensionamiento y los beneficios del proyecto. Permitiendo hacer una buena evaluación y evitando gastos innecesarios.

La optimización puede contemplar diferentes acciones tales como:

- Inversiones menores.
- Reformas institucionales. Redistribución de personal.
- Contratación de personal adicional.
- Aumento de horarios de servicio.
- Reasignación de población.
- Cambios en el uso de la infraestructura.
- Redistribución de equipos.

Tamaño.- Por tamaño del proyecto entenderemos la capacidad de producción en un período de referencia. Técnicamente, la capacidad es el máximo de unidades que se puede obtener de unas instalaciones productivas por unidad de tiempo.

El análisis del tamaño de un proyecto tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución durante la vida útil del proyecto.

Dimensionamiento de la solución.- El tamaño del proyecto debe indicarse en el tipo de unidades que mejor expresen su capacidad de producción. La cantidad de producto por unidad de tiempo es normalmente la medida más adecuada.

El objetivo de es diseñar como se producirá aquello que se venderá, si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. ⁷

En el estudio técnico se define: Donde ubicarla la empresa, o las instalaciones del proyecto, donde obtener los materiales o materia prima. Que maquinas y procesos a usar, que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto. En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender.

Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos; ósea lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción optima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o un servicio. El resto de la metodología corresponde a las técnicas e instrumentos necesarios para ese fin y especialmente para poder medir el grado de adecuación de esa función de producción a un predeterminado conjunto de criterios.

El estudio técnico no solamente ha de demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que también debe mostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponde aplicar al proyecto; las decisiones que se adopten como resultado del estudio técnico determinarán las necesidades de capital y de

⁷ GARCÍA, Gary flor. "Guía para Elaborar Planes De Negocios" Primera edición, Graficas Paola 2006.

mano de obra que tendrá que atenderse para ejecutar el proyecto y para ponerlo en operación.

El conjunto de las decisiones que afectan los costos totales de producción y el modo como estos costos se distribuyen constituyen el vínculo orgánico entre el estudio técnico y el estudio económico de un proyecto

Ingeniería del proyecto

Estudio que permite determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado, de este estudio se podrá determinar las necesidades de equipos y maquinarias, así como los requerimientos de personal y las necesidades de espacio y obras físicas, el cálculo de los costos de operación de mano de obra, insumos diversos, reparaciones, mantenimiento y otros se obtendrá directamente del estudio del proceso productivo seleccionado.⁸

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio Diseño
Corresponde al esquema del 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

⁸Fernández, Saúl. (2009). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. San José, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica. Tercera Edición.

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

El área del local

Las características del techo, la pared y de los pisos

Los ambientes

La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

Proceso de Producción.- Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada pasan a ser elementos de salida, tras un proceso en el que se incrementa su valor. Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos. Los productos están destinados a la venta al consumidor o mayorista. Las acciones productivas son las actividades que se desarrollan en el marco del proceso. Pueden ser acciones inmediatas que generan servicios que son consumidos por el producto final, cualquiera sea su estado de transformación o acciones mediatas que generan servicios que son consumidos por otras acciones o actividades del proceso.

Distribución de Planta.- se describen los requerimientos del terreno, especificando: tenencia de la tierra, tamaño, valor, vía de acceso,

adecuación para el tipo de actividad que en él se realizará, problemas que presenta, servicios básicos como agua, luz, teléfono, etc., descripción de la infraestructura y construcción indicando características, valor, tamaño y ubicación.

Componente Tecnológico.- Son las tecnologías existentes y disponibles para los procesos productivos, consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio.

Flujograma de Proceso.- Un diagrama de de proceso se emplea para representar una etapa o un proceso. Se usa en varias materias como la programación, la economía, los procesos industriales. Para construir un diagrama de proceso se siguen los siguientes pasos: Establecer el alcance del proceso a describir. De esta manera quedará fijado el comienzo y el final del diagrama. Frecuentemente el comienzo es la salida del proceso previo y el final la entrada al proceso siguiente. Identificar y listar las principales actividades/subprocesos que están incluidos en el proceso a describir y su orden cronológico. Si el nivel de detalle definido incluye actividades menores. Identificar y listar los puntos de decisión; construir el diagrama respetando la secuencia cronológica y asignando los correspondientes símbolos. Asignar un título al diagrama y verificar que esté completo y describa con exactitud el proceso elegido

Estudio organizacional

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada, qué régimen fiscal es el más conveniente, qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto, como organizaras la empresa cuando el proyecto este en operación.⁹

Organización.- En la empresa en la cual estamos efectuando este proyecto la estructura organizativa y funcional es piramidal. No obstante, está concebida bajo los principios de la delegación de autoridad, donde las decisiones en cuanto a funcionamiento y administración sean tomadas a nivel de dirección y gerencia, a objeto de dar la mayor fluidez posible a los procedimientos y optimizar la capacidad de repuesta.

En las empresas pequeñas las actividades tales como selección de personal y contabilidad la realizan entidades externas. En las grandes empresas existen departamentos de planeación, investigación y desarrollo.

Niveles Jerárquicos.- La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma, pero la

⁹ GARCÍA, Gary flor. "Guía para Elaborar Planes De Negocios" Primera edición, Graficas Paola 2006.

diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa.

La jerarquía cuando se usa como instrumento para ejecutar la autoridad posee una mayor formalidad y es conocida como jerarquía estructural de la organización. Este tipo de jerarquía no solamente depende de las funciones que debido a ella existen sino también del grado de responsabilidad y autoridad asignadas a la posición, independientemente de la eficiencia que pueda tener un trabajador en su desempeño, este cargo posee intrínsecamente determinadas y complejas funciones, responsabilidades y un alto grado de autoridad.

Se pueden definir cuatro tipos de jerarquías en las organizaciones:

1. La jerarquía dada por el cargo.
2. La jerarquía del rango.
3. La jerarquía dada por la capacidad.
4. La jerarquía dada por la remuneración.

Organigramas.- Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de la organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar como quedaran a su juicio los puestos y jerarquías de la empresa.

La estructura de la organización

Los aspectos más importantes de la organización

Las funciones Las relaciones entre las unidades estructurales

Los puestos de mayor y aun los de menor importancia

Las comunicaciones y sus vías Las vías de supervisión

Los niveles y los estratos jerárquicos

Los niveles de autoridad y su relatividad dentro de la organización

Las unidades de categoría especial.

Manuales.- Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.

El manual presenta sistemas y técnicas específicas, además señala el procedimiento a seguir para lograr el trabajo de todo el personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo que desempeña responsabilidades específicas. Un procedimiento por escrito significa establecer debidamente un método estándar para ejecutar algún trabajo, es una expresión formal de todas las informaciones e instrucciones necesarias para operar en un determinado sector, además sirve como una guía que permite encaminar en la dirección adecuada los esfuerzos del personal operativo.

Estructura Legal.

Para elegir la forma jurídica de organización de la empresa que ha de constituirse deben tomarse en cuenta los siguientes factores:

- Tipo y complejidad de las actividades a realizar
- Característica de los socios
- Riesgos que los socios están dispuestos a admitir
- Magnitud de los recursos financieros
- Forma de la administración de la sociedad, Aportaciones
- Tipo y monto de las garantías
- Estabilidad y flexibilidad que deben tener las sociedades.

Estudio Financiero.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.¹⁰

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni

¹⁰ SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo "Preparación y Evaluación de proyectos" Mac Graw Hill ineteramericana

considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión; así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

Inversiones Fijas.- refleja en un cuadro las inversiones necesarias durante la vida útil del proyecto.

Depreciación y Amortización de la Inversión.- Explica el método utilizado para la depreciación de los activos fijos tangibles y el método para la amortización de los activos fijos intangibles.

Capital de Trabajo.- Son las necesidades de recursos monetarios necesarios para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto, comprende los activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo.

Requerimiento Total de Activos.- En este ítem se indica el destino que se dará a los recursos.

Activos Fijos Tangibles e Intangibles.- Se desglosan detalladamente todos los activos tangibles e intangibles, que se van a usar en el proyecto.

Capital de Trabajo.- Es aquel que se va destinar en el proyecto en el tiempo que se estime el mencionado proyecto.

Financionista.- Se indica la modalidad de la inversión, el aporte propio del promotor y el crédito solicitado.

Fuentes de Financiamiento.- Se señala en el proyecto si el financiamiento se presenta por endeudamiento con algún ente financiero y la situación actual del mismo, de igual manera se indica el ente financiero al que solicitará el crédito actual.

Condiciones del Crédito.- Indica el monto del crédito, tasa de interés, periodo de amortización, periodo de intereses diferidos, período de pago de intereses diferidos, período de gracia y cantidad de cuotas

Amortización de la deuda.- Presenta la tabla de amortización del crédito.

Costos y Gastos

Gastos de Fabricación.- Indica y analiza los gastos a realizar por concepto de servicios y gastos conexos a la producción.

Gastos de Administración y Ventas.- Analiza y explicar el uso de los gastos que se incurrirá por concepto de administración y ventas.

Estructura de Costo con Financiamiento: Indica y realiza un análisis descriptivo del cuadro de estructura de costo.

Evaluación Económica del Proyecto

La evaluación de un Proyecto de Inversión, cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer los aspectos de análisis más significativos del Estudio

de Mercado, del Estudio Económico y Estudio Financiero, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Solo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.¹¹

Relación Beneficio Costo.- Este índice se expresa de dos formas: total y neto

IRt = Valor Presente de los Ingresos de Caja

Valor Presente de Desembolsos de Caja.- Si el índice es mayor que 1 se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza.

IRn = VALOR PRESENTE NETO

Valor Presente de los Desembolsos de Caja.- Si el índice es mayor que cero se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza. En este el denominador coincide con el valor de la inversión inicial, mientras que el valor presente del numerador se calcula utilizando la tasa mínima de rendimiento.

Cálculo de la rentabilidad de la inversión.- Con la información acerca del monto de la inversión requerida y los flujos que genera el proyecto

¹¹ SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo "Preparación y Evaluación de proyectos" Mac Graw Hill ineteramericana

durante su vida útil se procede a calcular su rendimiento; se acostumbra representar los proyectos utilizando un diagrama de flujos.

Periodo de recuperación de la inversión, consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial.

Cálculo del valor Presente o Actual Neto (VAN).- Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros.

La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial cero, compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos, si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa.

Para obtener el "Valor Actual Neto" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "Tasa de Descuento" (i) que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión. Si se designa como VF_n al flujo neto de un período " n ", (positivo o negativo), y se representa a la tasa de actualización o tasa de descuento por " i " (interés), entonces el Valor Actual Neto (al año cero) del período " n " es igual a:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Para poder decidir, es necesario definir una tasa de oportunidad del mercado, o sea el rendimiento máximo que se puede obtener en otras inversiones disponibles con similar riesgo.

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR).- Definido como la Tasa interna de retorno de una inversión para una serie de valores en efectivo.

La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial; para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos. Matemáticamente se puede reflejar como sigue:

Esto significa que se buscará una tasa (**d**) que iguale la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa que haga el **V.A.N.** igual a cero.

Las Reglas de Decisión para el T.I.R.

- **Si T.I.R > i** Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es más conveniente.

- **Si T.I.R < i** Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada menor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es menos conveniente.

Por tasa de descuento se entiende aquella que se utiliza para traer a valor presente los flujos de caja.

Período de Recuperación de Capital (PRC).- Este criterio es muy utilizado por la sencillez del método y porque pone énfasis en la pronta recuperación de la inversión.

En su versión más simple, el período de recuperación mide el número de años que tomaría a los beneficios, sin descontar (flujos de caja netos positivos), el repagar la inversión. Un límite arbitrario sitúa en un máximo el número de años, y sólo los proyectos que presten suficientes beneficios dentro del período, se aceptan.

$$\text{PRI} = a + (b - c) / d$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Análisis de Sensibilidad.- Análisis del efecto que sobre la rentabilidad de un proyecto de inversión ejercen los cambios porcentuales en las ventas, costos, y otras variables.

Realiza un análisis descriptivo del resultado obtenido de aumentos o disminuciones porcentuales de por lo menos las tres variables que afecten mas significativamente al VAN y a la TIR

Fórmula:

$$(VANn - VANe) / VANe$$

Donde VANn es el nuevo VAN obtenido y VANe es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable.

Estudio Impacto Ambiental

El estudio de impacto ambiental es un conjunto de análisis técnico-científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos positivos y/o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico y humano. La información entregada por el estudio debe llevar a conclusiones sobre los impactos que puede producir sobre su entorno la instalación y desarrollo de un proyecto, establecer las medidas para

mitigarlos y seguirlos, y en general, proponer toda reducción o eliminación de su nivel de significancia.¹²

Un Estudio de Impacto Ambiental analiza un sistema complejo, con muchos factores distintos y con fenómenos que son muy difíciles de cuantificar, para hacer estos estudios hay varios métodos y se usan unos u otros según la actividad de que se trate, el organismo que las haga o el que las exija.

Los estudios de impacto ambiental tienen ciertas características que le son propias, sin las cuales no podrían cumplir con los objetivos y ventajas que les han sido asignadas como una herramienta útil en la protección ambiental. Aquí se incluyen aspectos básicos que imponen el marco en el cual se desarrollan los estudios así:

- Los estudios son predictivos y están apoyados en información científica.
- El análisis es interdisciplinario, donde diferentes especialistas deben interactuar para lograr una visión integral de las variables en estudio.
- El análisis y Compatibilización de escalas de trabajo y generación de datos de un mismo nivel de resolución, son elementos centrales para establecer relaciones entre ellos.

¹² García, Maritza (1999). La Educación Ambiental en la Reserva de la Biosfera. Pinar del Río, Cuba.

- Para el análisis es decisivo el conocimiento inicial de la actividad o proyecto a ejecutar y de las características generales del territorio donde se emplaza.
- La selección de los aspectos más significativos para determinar los impactos ambientales puede hacerse considerando la fragilidad (o resistencia a los impactos) y calidad (o valoración ambiental) del territorio afectado.
- El estudio de impacto ambiental debe cubrir adecuadamente el plan de manejo.
- El estudio debe contener información suficiente para explicar la línea de base del territorio afectado y revisar los impactos ambientales.

Un estudio de impacto ambiental permite comparar las situaciones y/o dinámicas ambientales previas y posteriores a la ejecución de una acción humana. Para ello se compara la situación ambiental existente con aquella que se espera generar como consecuencia de la acción. A través de este proceso de simulación se evalúan tanto los impactos directos como los indirectos.

Gómez, D. (1998). Plantea que la identificación de los temas relevantes a tratar en el análisis detallado establece el área geográfica que es necesaria incorporar en el estudio de impacto ambiental. Lo que se busca es una comparación de las condiciones del medio ambiente, con aquellas

que pueden causar los diferentes componentes de la acción propuesta y sus alternativas razonables. Para ello se requiere conocer, de forma adecuada y rigurosa, los componentes ambientales que podrían ser impactados de alguna manera con la implementación de la acción. La descripción debe ser hecha en el territorio afectado, el que se define como el lugar donde ocurren los impactos ambientales y las medidas de mitigación y seguimiento. El detalle de la información debe ser suficiente para demostrar al analista las características de los recursos naturales y humanos que podrían resultar involucrados. Además, esta descripción debe suministrar información científica con la cual se puedan predecir y comparar los impactos ambientales.

e. Materiales y Métodos

Materiales

Para la realización de la presente investigación, hemos creído necesario la aplicación de los siguientes materiales y métodos que nos sirvieron para recopilar información objetiva y precisa de los datos requeridos para la misma.

Materiales, equipos y suministros de oficina.

Computadora

Impresora

Esferos,

Hojas,

Carpetas,

Libreta de campo,

Lápices,

Pen – drive.

Métodos

Método Deductivo.- El método deductivo parte de un principio general ya conocido, para inferir en las consecuencias particulares, la deducción consiste a partir de una teoría general para explicar los hechos o

fenómenos particulares, permitió abstraer los hechos que se desarrollan en el sector productivo de la empresa y así poder establecer la manera de utilizar correctamente las herramientas utilizadas en el desarrollo de un proyecto de factibilidad.

Método Analítico.- Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas. Se utilizó este método con la finalidad de analizar los pronósticos, presupuestos, inversiones, costos y todo lo que encierra un estudio financiero, además nos permitió analizar la situación de la empresa y con ello situarnos en su realidad para poder establecer el diagnóstico y algunas propuestas para emprender con el proyecto.

Método Estadístico

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación.

Técnicas

Observación Directa

Es una técnica la cual nos permite enriquecernos de información acerca de lo que se pretende investigar, con una simple observación; por medio de esta técnica permitió obtener información objetiva acerca del comportamiento de los procesos y hechos existentes en la ciudad de Zamora para la factibilidad de creación de una empresa de alquiler de vehículos.

Encuestas

La misma que fue aplicada a la población segmentada de Zamora, para la cual se determinó el tamaño de la muestra, que nos permitió obtener la demanda real, la efectiva, la satisfecha y la insatisfecha, además nos sirvió para obtener datos estadísticos del objeto en estudio.

Tamaño de la Muestra de Población de Estudio

Población

La población en estudio estará constituida por la Población Económicamente Activa, tomando en cuenta el último censo de población

y de vivienda del año 2010, la cual la proyectaremos al año 2016 para trabajar con datos actualizados, para lo cual se aplicara la siguiente fórmula:

$$P = P_0 (1 + r)^n$$

Donde:

P = Población proyectada

P₀ = PEA (año 2010) Hombres= 24.951 Mujeres=11.090 Total = 36041

r = tasa de crecimiento= 2,0

t = tiempo (años) = 6 años

1 =Constante

$$P = 36041 (1+0,02)^6$$

$$P = 40588$$

Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = PEA= 40588

P = Probabilidad de que ocurra el suceso (0.5),

Q = Probabilidad de que no ocurra el suceso (0.5)

e = error estimado según nivel de significancia (0.05%).

Z = nivel de confianza (95%) Z = 1.96

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 40588}{101 + 0,96}$$

$$n = \frac{38981}{102}$$

n= 380 personas

f. Resultados

Resultados y análisis de las encuestas aplicadas a consumidores en la ciudad de Zamora.

Pregunta 1.- ¿Posee usted o su familia vehículo?

Cuadro Nro. 1

Disponibilidad de transporte

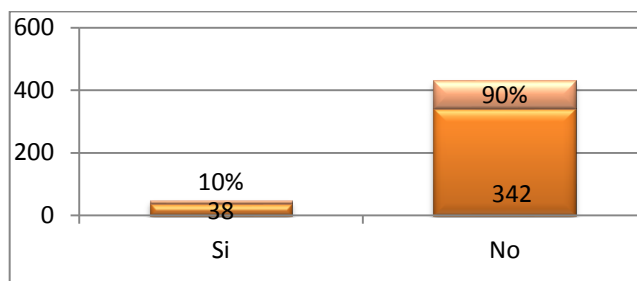
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	10 %
No	342	90 %
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 2

Disponibilidad de transporte



Fuente: Cuadro Nro. 1

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

De los resultados obtenidos se desprende que un 10% posee vehículo o su familia, y el 90% no posee. Es muy claro que en la ciudad de Zamora el parque automotor ha crecido, pero no lo suficiente así lo demuestran los resultados.

Pregunta 2.- ¿Ha alquilado un vehículo en el último año?

Cuadro Nro. 2

Alquiler de automóvil

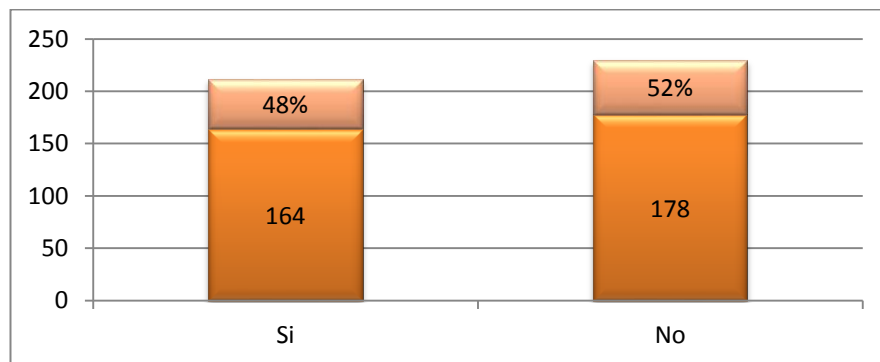
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	164	48 %
No	178	52 %
TOTAL	342	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 3

Alquiler de automóvil



Fuente: Cuadro Nro. 2

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Se Observa que el 48% si ha alquilado un vehículo en el ultimo año, mientras que el 52% no ha alquilado un vehículo. Esto se determino porque en la ciudad de Zamora no existe una empresa que brinde el servicio.

Pregunta 3.- ¿Si en algún momento necesitaría trasportarse, por cualquier motivo, usted alquilaría un vehículo?

Cuadro Nro.3

Factores para adquirir

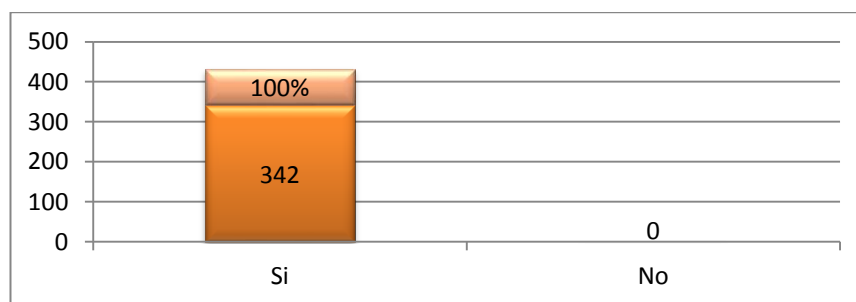
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	342	100 %
No	0	0 %
TOTAL	342	100%

Fuente: Encuestas a clientes

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 4

Factores para adquirir



Fuente: Cuadro Nro. 3

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Se observa que el 100% tiene la intención de alquilar un vehículo, sin embargo esta intención se queda sin cumplir por no existir empresas en la localidad.

Pregunta 4.- ¿En qué lugar de la ciudad de Zamora vive usted?

Cuadro Nro. 4

Dirección domiciliaria

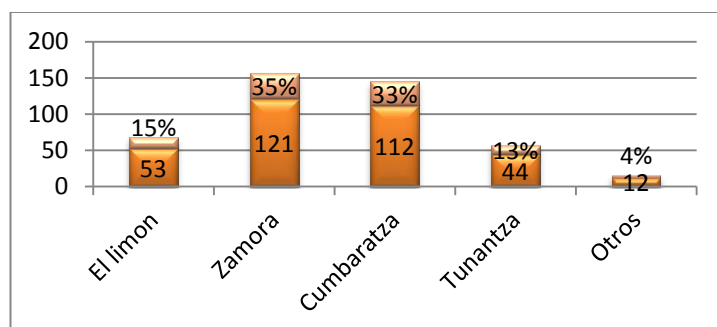
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
El limón	53	15 %
Zamora	121	35 %
Cumbaratza	112	33 %
Tunantza	44	13
Otros	12	4 %
TOTAL	342	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 5

Dirección domiciliaria



Fuente: Cuadro Nro. 4

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 35% de los consumidores del servicio viven en Zamora, el 33% vive en Cumbaratza, el 15% vive en El Limón, el 13% vive en Tunantza y el 4% vive en otros lugares de Zamora.

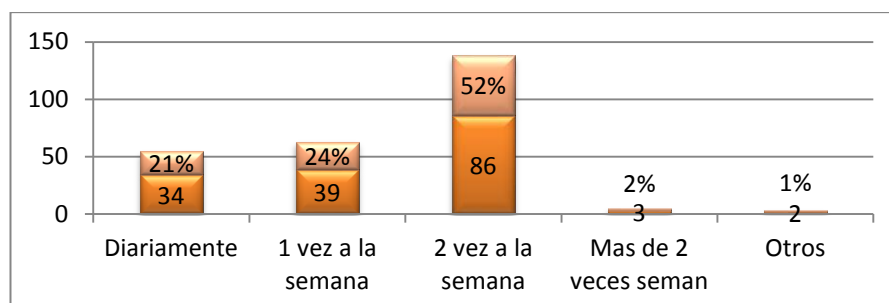
Pregunta 5.- ¿Con que frecuencia a utilizado este servicio de alquiler de vehículos?

Cuadro Nro. 5
Frecuencia de alquiler

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	34	21 %
1 vez a la semana	39	24 %
2 vez a la semana	86	52 %
Más 2 veces semana	3	2 %
Otros	2	1 %
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuestas a consumidores
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 6
Frecuencia de alquiler



Fuente: Cuadro Nro. 5
Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Se observa de los resultados que el 52% ha alquilado 2 veces por semana, el 24% 1 vez a la semana, el 21% alquilado diariamente, el 3% ha alquilado más de 2 veces a la semana y finalmente el 1% otras fechas.

Pregunta 6.- ¿Donde usted alquilo un vehículo?

Cuadro Nro. 6

Lugar de alquiler

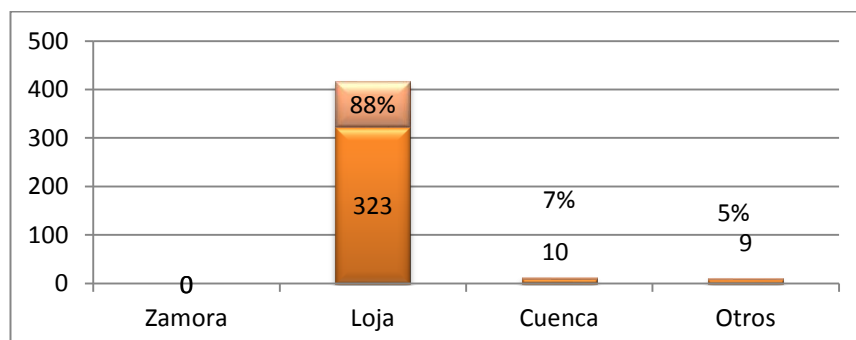
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Zamora	0	0 %
Loja	145	88 %
Cuenca	10	7 %
Otros	9	5 %
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 7

Lugar de alquiler



Fuente: Cuadro Nro. 6

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

El 88% manifestó que ha alquila en la ciudad de Loja, el 7% en la ciudad de Cuenca, el 5% en otros lugares y en Zamora el 0%. Este resultado tiene lógica ya que en Zamora no existe una empresa que brinde el servicio.

Pregunta 7.- ¿A que le daría más importancia al momento de elegir una empresa de alquiler de vehículos?

Cuadro Nro. 7

Punto de venta

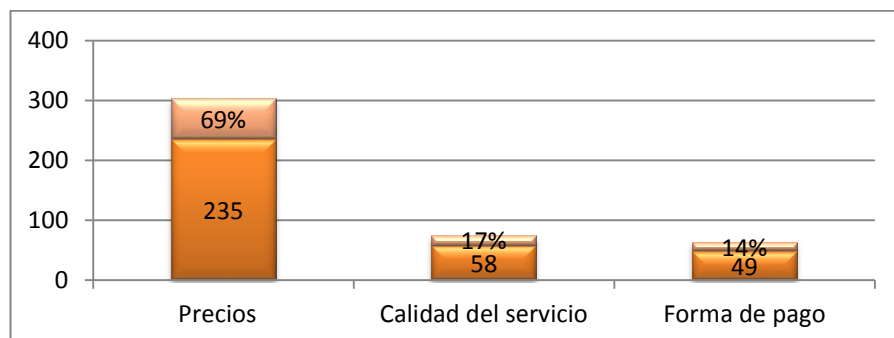
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Precios	235	69 %
Calidad del servicio	58	17 %
Forma de pago	49	14 %
TOTAL	342	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 8

Punto de venta



Fuente: Cuadro Nro. 7

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Se observa que quienes tiene la intención de alquilar en algún momento un vehículos se fijaría el 69% en los precios, el 17% en la Calidad del servicio y el 14% en la forma de pago. Son las condiciones que necesita tomar en cuenta el cliente.

Pregunta 8.- ¿Cuánto pagaría por el alquiler de un vehículo?

Cuadro Nro. 8

Precio alquiler

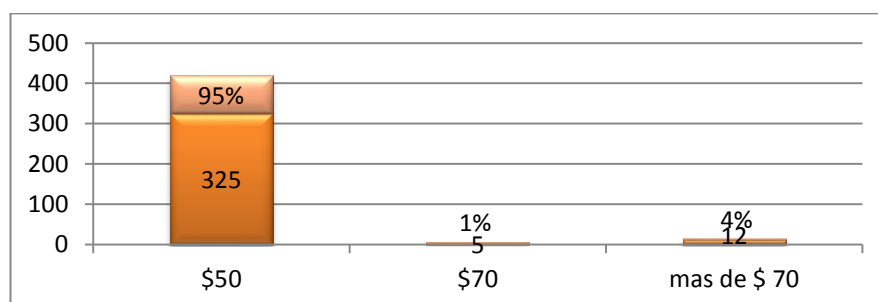
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
\$50	325	95 %
\$70	5	1 %
más de \$ 70	12	4 %
TOTAL	342	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 9

Precio alquiler



Fuente: Cuadro Nro. 8

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Los resultados demuestran que los consumidores del servicio en un 95% estarían dispuestos a pagar \$50,00 dólares, que es lo habitual a pagar por un día, el 4% pagaría más de \$70,00 teniendo en cuenta la necesidad y urgencia del servicio y el 1% pagaría hasta \$70,00 dólares.

Pregunta 9.- ¿Si en la ciudad de Zamora se crearía una empres de este servicio, usted lo contrataría?

Cuadro Nro.9

Factor de contratación

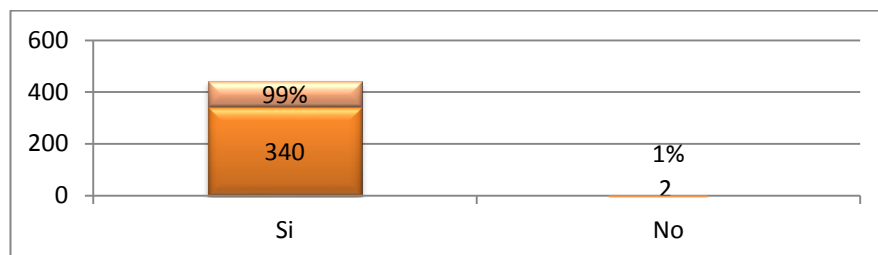
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	340	99 %
No	2	1 %
TOTAL	342	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro.10

Factor de contratación



Fuente: Cuadro Nro. 9

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede observa el 99% de los encuestados estaría dispuesto a alquilar un vehículo en la ciudad de Zamora, si se apertura una empresa que brinde este servicio. Por lo cual se puede definir que existe una gran demanda del servicio.

Pregunta 10.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer el nuevo servicio?

Cuadro Nro.10

Medios de comunicación

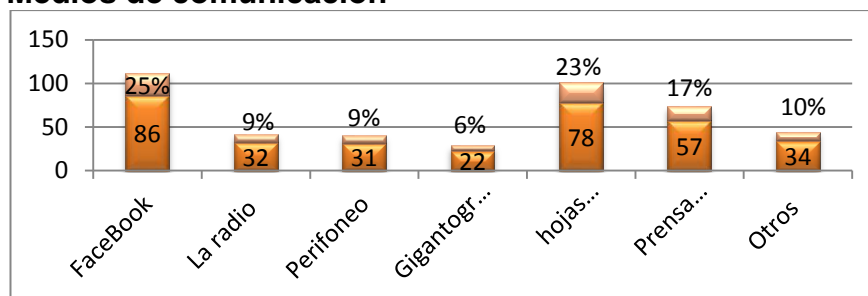
Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	86	25 %
La radio	32	9 %
Perifoneo	31	9 %
Gigantografías	22	6 %
hojas volante	78	23 %
Prensa escrita	57	17 %
Otros	34	10 %
TOTAL	340	100%

Fuente: Encuestas a consumidores

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro.11

Medios de comunicación



Fuente: Cuadro Nro. 9

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede observa el 25% le gustaría por el facebook, el 23% por medio de hojas volante, el 17% por medio de la prensa escrita, el 10% por otro medios de comunicación, el 9% mediante la radio, otro 9% mediante perifoneo y finalmente el 6% mediante Gigantografías.

Tabulación y análisis de encuesta a oferentes en Zamora.

La oferta del servicio de alquiler de vehículos en Zamora no existe, durante algunos años atrás la ciudadanía zamorana viene requiriendo de este servicio, sin embargo por lo alta que es su inversión y la falta de un estudio en este ámbito, no ha sido posible que hasta el momento que se brinde el servicio en la ciudad, sin embargo un gran número de ciudadanos zamoranos para satisfacer sus necesidades de viaje ya sea con fines turísticos, de negocios u otros han recurrido a buscar este servicio en otras ciudades más cercanas como Loja y Cuenca, sin embargo no es rentable para el cliente por la distancia y el costo; si se analiza esta oferta se puede decir que el solo hecho de ir desde la ciudad de Zamora a rentar un vehículo a la ciudad de Loja, se incurre en gastos innecesarios, transporte, kilómetros de alquiler que se dan gastados por el traslado del vehículo y mas situación que perjudican al cliente.

Otra oferta indirecto del servicio es la de taxis y camionetas, las mismas que solo sirven para trasladar al cliente, no para darle el uso que una empresa de alquiler ofrece, como viajar a otras ciudades sin necesidad de llevar al chofer consigo, por lo cual no existe una oferta directa de este servicio en la ciudad de Zamora.

g. Discusión

Estudio de Mercado

En el trabajo de investigación nos planteamos realizar un proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de conocer cómo actúa el mercado en cuanto al servicio de alquiler de vehículos.

Identificación del Servicio

El estudio del presente trabajo de investigación enfocado al servicio de alquiler de vehículos para la ciudad de Zamora, cumple con las necesidades requeridas por el cliente zamorano, debido a que en esta ciudad se carece de una empresa para satisfacer la demanda actual, parámetros importantes para introducirse en el mercado local como un servicio innovador y oportuno.

Demanda Actual

Para el cálculo de la demanda actual se ha utilizado los datos proporcionados por las encuestas, en la pregunta nro. 13 que es la que revela este parámetro.

Cuadro N° 11
Demanda Actual

ALTERNATIVA		%	P A	D A
Pregunta 9.- ¿Si en la ciudad de Zamora se creara una empres de este servicio, usted lo contrataría?	Si	342	40588	40588
	No	0		0
TOTAL		100	40588	40588

Fuente: Tabulación de Encuestas pregunta 9.

Elaborado: El Autor

Demanda Futura

Para obtener la demanda futura se tomó en cuenta la tendencia de los datos encontrados en la demanda actual a los cuales los proyectamos mediante la siguiente formula.

$$DF = DA (1 + i)^n$$

En donde:

DF = Demanda Futura (?)

DA = Demanda Actual (40588)

r = Taza de crecimiento poblacional, (Zamora es de 2%)

n = Número de años a los que se quiere proyectar (10)

1= Constante

$$DF = DA (1 + i)^n$$

Cuadro N° 12

Demanda Futura

Nº	AÑOS	DF
0	2016	40.588
1	2017	41.400
2	2018	42.228
3	2019	43.072
4	2020	43.934
5	2021	44.812
6	2022	45.709
7	2023	46.623
8	2024	47.555
9	2025	48.506
10	2026	49.477

Fuente: Tabulación de encuestas

Elaborado: El Autor

Oferta Actual

Para el cálculo de la oferta actual se utilizó los datos proporcionados por las encuestas, en la pregunta nro. 6; sin embargo se puede notar que en la ciudad de Zamora no existe oferta directa del servicio de alquiler de vehículos, por lo cual se da a conocer las ofertas que quedan en otras provincias, las cuales no afectan al mercado de Zamora, ya sea por la distancia que existe entre provincias y por el precio que se aumenta en caso de alquilar, factores que hacen que no sea rentable para el cliente alquilar en otro lugar.

Cuadro N° 13

Oferta Actual

ALTERNATIVA		%	P A	O A
Pregunta 6.- ¿Donde usted alquila un vehículo?	Zamora	0	40588	0
	Loja	94		38153
	Cuenca	3		1218
	Otros	3		1218
TOTAL		100	40588	40588

Fuente: Tabulación de encuestas

Elaborado: El Autor

Oferta Futura

Para el cálculo de la oferta futura se tomó en cuenta la oferta actual, sin embargo conocemos que la oferta actual en Zamora es 0, así lo demuestra los resultados de las encuestas aplicadas específicamente en la pregunta nro. 6; por lo cual para los siguientes años se considerara como 0 al no existir dentro del mercado.

Cuadro N° 14

Oferta Futura

Nº	AÑOS	DF
0	2016	0
1	2017	0
2	2018	0
3	2019	0
4	2020	0
5	2021	0
6	2022	0
7	2023	0
8	2024	0
9	2025	0
10	2026	0

Fuente: Tabulación de encuestas

Elaborado: El Autor

Demanda Insatisfecha

Esta demanda insatisfecha corresponde a la población que no cuenta en su localidad con este servicio, esta población es parte del mercado que se puede ganar con diferentes estrategias.

Cuadro N° 15

Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Futura	Oferta Futura	Demanda Insatisfecha
2016	40.588	0	40.588
2017	41.400	0	41.400
2018	42.228	0	42.228
2019	43.072	0	43.072
2020	43.934	0	43.934
2021	44.812	0	44.812
2022	45.709	0	45.709
2023	46.623	0	46.623
2024	47.555	0	47.555
2025	48.506	0	48.506
2026	49.477	0	49.477

Fuente: Demanda y Oferta Futura

Elaborado: El Autor

Frecuencia de consumo mensual de alquiler de vehículos

Para determinar el porcentaje de demanda efectiva de alquiler de vehículos en el cantón Zamora se aplicó la pregunta N° 5 a los clientes con la cual se determinó el consumo mensual de alquiler de vehículos en otras provincias.

Cuadro Nro. 16

Frecuencia de consumo mensual de alquiler de vehículos

ALTERNATIVA		%	P A	D A
5.-Con que frecuencia a utilizado este servicio de alquiler de vehículos?	Diariamente	34	40588	13799,92
	1 vez al mes	39		15829,32
	2 vez al mes	85		34499,80
	Más 2 veces al mes	4		1623,52
	Otros	2		811,76

Fuente: Tabulación encuestas

Elaborado: El Autor

Como se puede observar la demanda es muy grande y si tomamos en cuenta al mayor porcentaje para conocer la frecuencia de alquiler mensual de un vehículo es del 51% de la población económicamente activa que corresponde a 20699,88 personas, se manifiesta que alquila 2 veces al mes un vehículo.

Sin embargo al ser nueva la empresa que se encuentra en investigación para saber su factibilidad, únicamente trabajaremos con la alternativa de más de dos veces al mes que da una demanda de 1623,52 personas.

Estrategia de mercado

El sistema de estrategias de mercado ayuda a la empresa a realizar mejor sus actividades de venta del servicio, manteniendo a los procesos ágiles debido a que el marketing se centra en las necesidades y deseos del consumidor.

Producto

Si bien el proyecto ofertará un servicio innovador que no existe en la ciudad de Zamora como es la renta de vehículos y los clientes no tienen una referencia de comparación, como política de producto se fijará la diferenciación del servicio, esto por cuanto si los clientes consideran es mejor alquilar un vehículo en su localidad que irlo a traer de otra ciudad, de igual manera pagaran el mismo valor en la ciudad de Zamora y ahorraran gastos en ir a adquirirlo en otra ciudad; para lograr la diferenciación del servicio las estrategias a aplicar son:

Agregar características de servicio que el cliente espera y no espera recibir, en congruencia con el estudio aplicado que indica que los clientes requieren servicio de adicionales y la ayuda en carretera de la misma manera para tener capacidad de ayuda y protección al cliente, se usará sistema GPS en todas las unidades; con el fin de facilitar el viaje a clientes que deseen hacerlo manejando el vehículo a su gusto y comodidad, la empresa establecerá alianzas estratégicas con un asesor altamente calificados para que el provea estos servicios en forma directa, garantizados por la empresa.

Precio

Los precios se fijan para la creación de la empresa de renta de vehículos, tratando de aprovechar las situaciones competitivas posibles dentro del

mercado, estableciendo precios iguales, superiores o inferiores a los del sector, según las ventajas tecnológicas, de costes de servicio. La empresa se debe posesionarse en el mercado inmediatamente para ejercer su liderazgo, mientras que si en el futuro ingresaran nuevas compañías tendrán que actuar de seguidoras. Si la empresa ofrece productos de calidad superior al del resto de los competidores o presta servicios complementarios, podrá fijar precios más altos precios primados.

Una estrategia de precios bajos, precios descontados puede suponer un producto de inferior calidad o menor prestación de servicios complementarios, pero no necesariamente, porque la empresa puede aprovechar alguna ventaja tecnológica, de fabricación que le permita vender a precios más bajos.

La empresa al introducirse en el mercado para fijar el precio lo hace tomando en cuenta a su competencia que existe en otras provincias, en base a estas precios implementara sus precios y condiciones.

Si tomamos en cuenta el precio de alquiler por un día un auto, la competencia lo renta en 60 dólares con derecho a 160km de recorrido, mientras que en la ciudad de Zamora se rentara en 50 dólares, con 165 km de recorrido.

Plaza

Plaza se denominan a los Canales de Distribución del servicio de alquiler de vehículos, son todos los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Gran parte de las satisfacciones, que los productos proporcionan a los clientes, se debe a canales de distribución bien escogidos y mantenidos. Además los canales de distribución aportan a la Mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan. Los Canales de Distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos

El canal de distribución con el cual va a operara la empresa RentautoG & Asociados, presenta un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, el canal de distribución será el directo.

Promoción

La mezcla promocional que se utilizará para este proyecto es:

Estrategia de Venta Personal.- Dentro del estudio de investigación para la promoción se establece que la venta personal, es la herramienta más eficaz en la creación de preferencia, convicción y acción del consumidor; esta estrategia será utilizada con mayor fuerza en la etapa de lanzamiento del proyecto.

Para implementar esta estrategia se realizarán las siguientes actividades:

- Comprar una base de datos de clientes que se enmarquen en el perfil determinado en el estudio de mercado.
- Enviar al cliente potencial, una serie de tres boletines electrónicos por e-mail, en una semana. Simultáneamente se elaborará una presentación multimedia para posteriormente presentársela al cliente.

Luego del primer boletín enviado, realizar llamadas telefónicas a los clientes, para presentarles formalmente la empresa y el servicio de alquiler de vehículos, esta ocasión se aprovechará para concretar una cita, finalmente un asesor de la empresa visitara, visitará al cliente, hará una presentación del proyecto en base al recurso multimedia diseñado, y cerrará la venta; es posible que el cliente no compre aún el servicio, pero tendrá suficiente información, para decidirse en un futuro, cuando esté preparado para el alquiler de un vehículo.

Cada una de las diferentes estrategias que se desee implementar tiene costos altos, por lo cual serán implementadas selectivamente, según el presupuesto existente.

La única actividad que será obligatoriamente desarrolla antes de comenzar con la actividad será la imagen corporativa de Rentautog & Asociados, ya que toda esta actividad se centraran en el posicionamiento del servicio.

Estudio técnico

En esta etapa de la investigación, nos permite estructurar y explicar el estudio de factibilidad técnica del proyecto, por esto muestra las distintas alternativas tecnológicas de tamaño y localización, a la que un proyecto tiene la opción de acceder, según sus posibilidades, y el proceso operativo que permite generar el bien o servicio que ofertará el servicio de renta de vehículos.

Tamaño de la empresa

Si se considera en esta investigación a 1623,52 personas demandantes del servicio de más de 2 veces al mes, podemos decir que tenemos un requerimiento de 4,48 unidades Autos, sin embargo se ha proyectado la empresa trabajar con 5 vehículos.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción de servicios que la empresa Rentauto & Asociados o volumen máximo de que una empresa en particular, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

Cuadro Nro.17

Tamaño y Capacidad Instalada

Denominación	2016
Demanda del proyecto	1623,52
Días del año	365
Unidades requeridas	4,448
Número de unidades Autos	5
Capacidad instalada	1825

Fuente: Tabulación encuestas

Elaborado: El Autor

Como se puede ver la empresa que se cree para el alquiler de vehículos tendrá una capacidad instalada para cubrir la demanda de 1825 personas.

Capacidad utilizada

La empresa al adquirir 5 Autos, desde el primer día trabajara el 100% de su capacidad de operaciones.

Cuadro Nro.18

Tamaño y Capacidad utilizada

Denominación	%	año 2016	Descripción
Capacidad Instalada	100	5	vehículos
Capacidad utilizada		1825	servicios

Fuente: Calculo capacidad instalada

Elaborado: El Autor

Localización

Macro Localización.- La presente investigación se lo realizo en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Zamora, tiene una población Económicamente Activa proyectada al año 2016 de 40588 habitantes, ha crecido en el último período interesal a un ritmo del 2 % promedio anual.

Gráfico N° 12



Mapa de la provincia de Zamora Chinchipe

Fuente: www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion

Elaborado por: El Autor

Micro Localización.- La micro localización debe asegurar un espacio adecuado para la cobertura del servicio, tomando en cuenta los servicios básicos que debe contar un inmueble, una adecuada zona que tenga inmuebles con parqueadero de vehículos, con el fin de brindar un buen servicio y cumplir con parámetros legales vigentes.

Lo primero que se tuvo en cuenta para la micro localización es encontrar la mejor ubicación en la ciudad de Zamora, para definir la ubicación correcta se consideró varias alternativas, distribuyó el caso urbano en cinco zonas, de las cuales se tomó en cuenta las calles cuentan con inmuebles que presten mejores condiciones, de la siguiente manera:

A= Zona 1.- calle 10 de noviembre

B = Zona 2.- Avda. Héroes de Paquisha.

C= Zona 3.- calle Juan de Salinas

D= Zona 4.- calle Francisco de las Montañas

E= Zona 5.- calle Diego de Vaca

Las variables de evaluación que se emplea son las siguientes:

- 1.- Servicios básicos,
- 2.- Zona de circulación peatonal y comercial.
- 3.- Facilidad de acceso y Parqueadero para los vehículos a alquilar
- 4.- Disponibilidad de locales de arriendo.

5.- Infraestructura interna y externa

6.- Seguridad

Gráfico N° 13

Distribución del caso urbano en cinco zonas



Fuente: www.google.com.ec/webhp?sourceid=chrome-instant&ion

Elaborado por: El Autor

Además se realizó una revisión del entorno para comprobar que la zona elegida cumpla con cada uno de estos parámetros y así no afectar al servicio que ofrecemos en el presente proyecto.

El porcentaje de calificación por cada servicio se lo considera de acuerdo a las necesidades que tiene el cliente; para ofrecerle un mejor servicio estas variables serán calificadas tomando en cuenta el siguiente rango:

(-) 1	2	3	(+) 4
REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

Cuadro N° 19

Variables que definen la ubicación más adecuada.

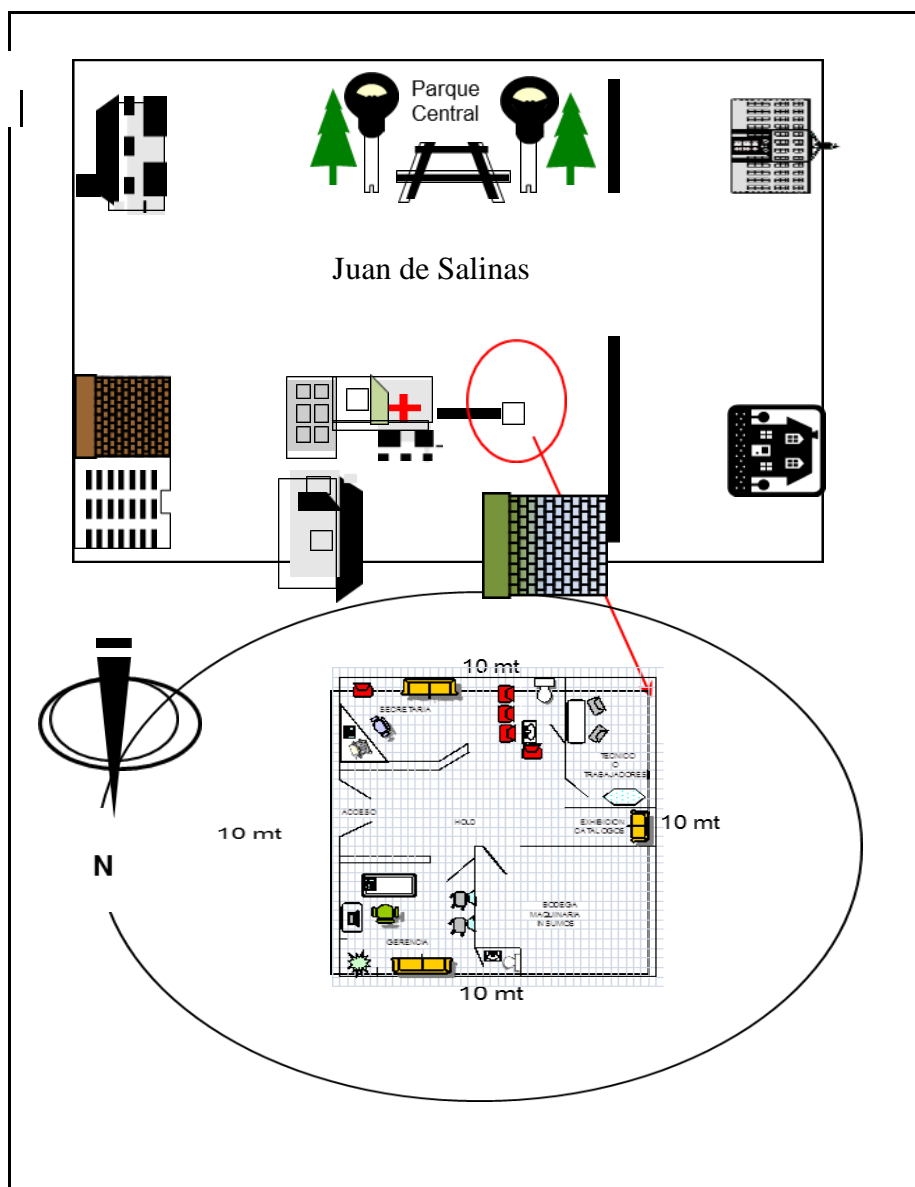
FACTORES	% DE VALORACION	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4		ZONA 5	
		VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Servicios básicos	20%	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80
Zona de circulación peatonal y comercial	14%	2	0,28	3	0,42	4	0,56	3	0,42	2	0,28
Facilidad de acceso y Parqueadero	17%	4	0,68	4	0,68	4	0,68	4	0,68	4	0,68
Disponibilidad de locales de arriendo	20%	2	0,40	2	0,40	4	0,80	3	0,60	2	0,40
Infraestructura interna y externa	14%	2	0,28	3	0,42	4	0,56	1	0,14	2	0,28
Seguridad	15%	3	0,45	3	0,45	4	0,60	3	0,45	3	0,45
TOTAL	100%		2,89		3,17		4,00		3,09		2,89

Fuente: observación en el lugar

Elaborado por: El Autor

Análisis: como se observa en el cuadro 18, la ubicación más adecuada es la variable de la Zona tres, que reúne un mayor porcentaje de los requerimientos de este proyecto, corresponde al barrio Alonso de mercadillo, a Juan de Salinas de la ciudad de Zamora, con una valoración esperada de 4, que corresponde según la escala empleada a excelente.

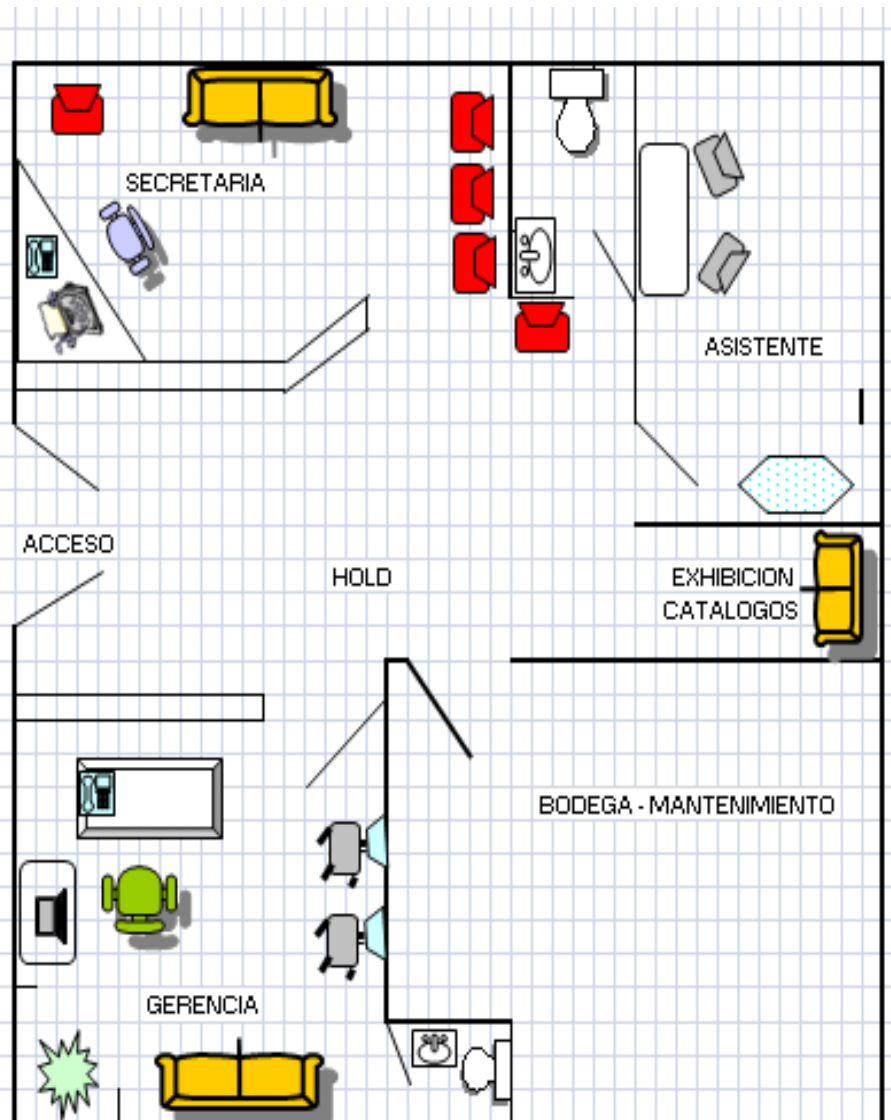
Croquis de la ubicación



Fuente: observación en el lugar

Elaborado por: El Autor

Distribución interna de la oficina



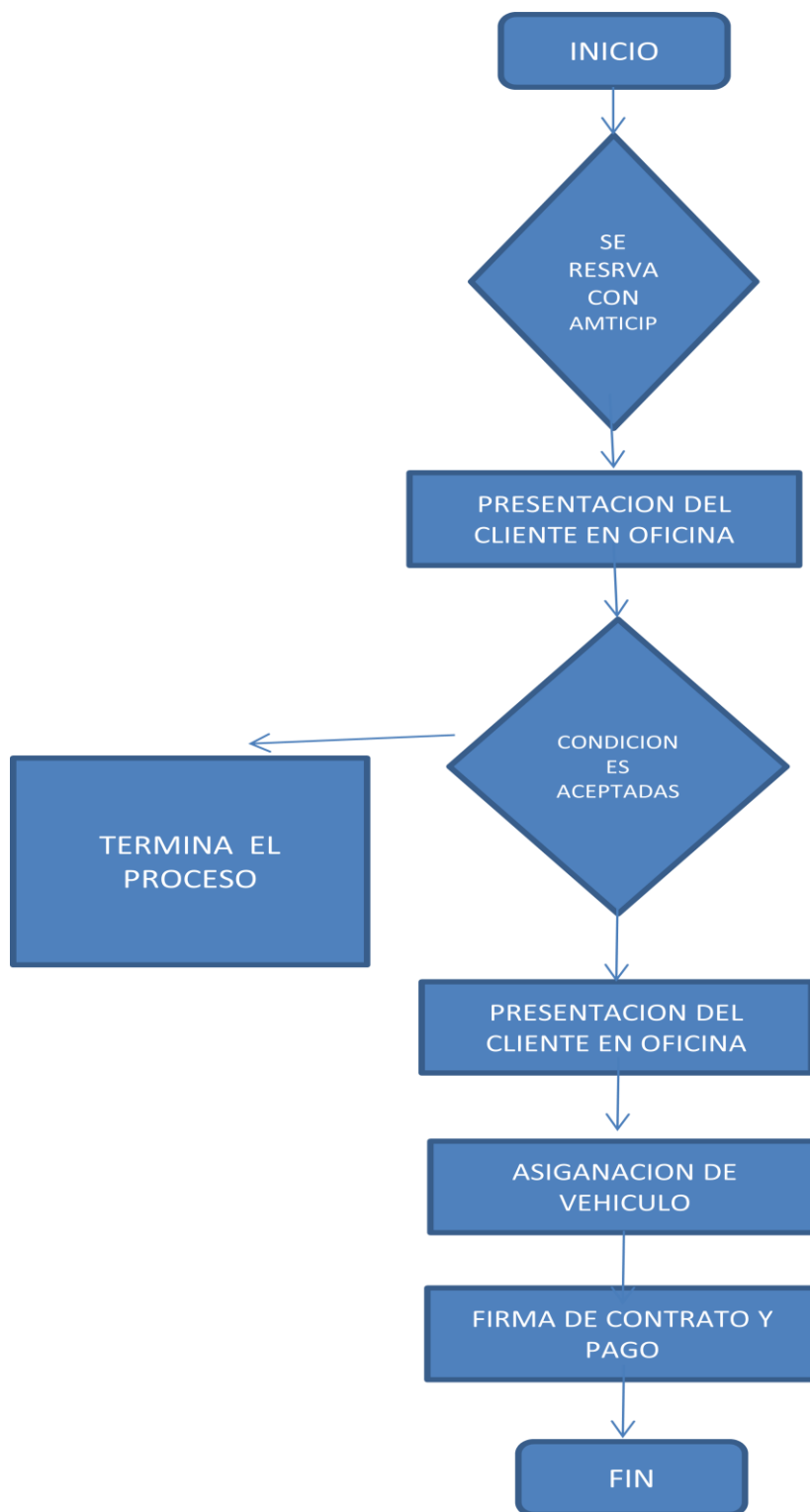
Fuente: observación en el lugar

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 y proceso necesarios para llevar a cabo el proyecto

Diagrama de flujo del proceso de alquiler de vehículos



Detalle del flujo grama.

- Se reservará con anticipación el automóvil.- Esta decisión corresponde al cliente, quien tiene la opción de hacer la reservación con anticipación, o bien presentarse directamente en la Empresa.
- Presentación del cliente. El cliente, sin previa reservación, se presenta en la Empresa, el mismo día de su estancia.
- Condiciones Aceptadas.- En caso de que las condiciones sean las pactadas en la reservación se procederá a registrar al cliente, en caso contrario termina el proceso.
- Registro del cliente.- Se registra al cliente, quien llena el registro correspondiente, con sus datos señalando los días de estancia, garantiza el pago de su estancia mediante un depósito en efectivo, con la firma de un baucher de tarjeta de crédito, o bien liquidando completamente el cargo por la estancia. Además de lo anterior deja otro depósito o baucher firmado por los daños que pudiera causar a las instalaciones del camper durante su estancia, devolviendo la Empresa dicho depósito al término de la estancia, en caso de que no se hayan cometido daños.

- Asignación de Vehículo y entrega de llaves. Se asigna la unidad al cliente y se le entregan las llaves al empleado encargado, quien conduce al cliente, procurando dar la ayuda adecuada con la movilización del equipaje del cliente.
- Monitoreo. Durante el tiempo de alquiler se atenderán los requerimientos de ayuda y asistencia al cliente

Estudio administrativo

En un entorno tan competitivo y que cambia a cada momento se hace cada vez más esencial que los directores de empresas y microempresas pongan un adecuado interés en la organización, ya que si bien es cierto que existen empresas que a pesar de ser bien organizadas, fracasan, también es cierto que sin una acertada organización, es casi nula la oportunidad de sobrevivir. Es por este razonamiento que en este estudio se plantea la siguiente organización empresarial.

Titularidad de Propiedad de la Empresa

La presente investigación dará la factibilidad a la creación de una compañía de responsabilidad limitada, la misma que como requisito principal se contrae entre dos o más personas que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y

realizan actividades de comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán las palabras “Compañía Limitada”

El capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a USD. \$600,00 dólares de los Estados Unidos de América. Estará dividido en 600 participaciones de USD. \$1,00 dólares de los Estados Unidos de América.

Actividad de Empresa

La actividad que llevará a cabo “RentautoG & Asociados tiene como finalidad la prestar el servicio de alquiler de vehículos, por lo que realizará todas las estrategias con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y a su vez generar un rédito económico para el accionista, constituyendo además con la generación de empleo y progreso del sector

Organización de la Empresa

Nombre o Razón Social de la empresa

La empresa dedicada al alquiler de vehículos se denominara **“RentautoG & Asociados”**

Objeto Social

Ofrecer Servicios de calidad en alquiler de vehículos, sin conductor con fines turísticos, políticos, religiosos, culturales y mas, para mejorar el nivel económico y social de los zamoranos y la región.

El logotipo

El eslogan

RENTAUTOG & ASOCIADOS



“En todo el camino a tu lado”

El slogan refleja el compromiso asumido por la empresa desde el momento que firma el contrato de alquiler de vehículo hasta su devolución.

Misión

Dar el mejor de los servicios en renta de vehículos altamente calificados con el mayor respaldo, respeto, amabilidad y por su puesto con la mayor

transparencia, para que nuestros clientes zamoranos queden 100% satisfechos.

Visión

Nuestra Visión es llegar a ser una empresa de alquiler de vehículos sólida y eficaz, de renombre nacional, donde la sociedad encuentre confianza y bienestar.

Principios.- Los principios que utiliza “RentautoG & Asociados ” se encontraran plasmados en el accionar diario al entregar el servicios:

Valores.-Los valores son quienes distinguen de mejor manera la imagen.

Ética.- Es la parte Individual y corporativa nos identificamos por un proceder digno y honorable, establecido por nuestras propias convicciones y demostrado a conciencia con la equidad, justicia y rectitud.

Lealtad.-Sentimos honor de trabajar en nuestra organización, donde nos consideramos socios operacionales y estamos decididos a retribuirle con el máximo de nuestras capacidades.

Compromiso.-Lo distingue el desempeño dinámico, creativo de respuestas rápidas y efectivas para hacer que las cosas sucedan en coherencia con nuestros principios y de la empresa.

Respeto.-En la convivencia laboral prevalece el respeto a la dignidad humana y complementariamente el respeto a las normas y reglas establecidas por la empresa.

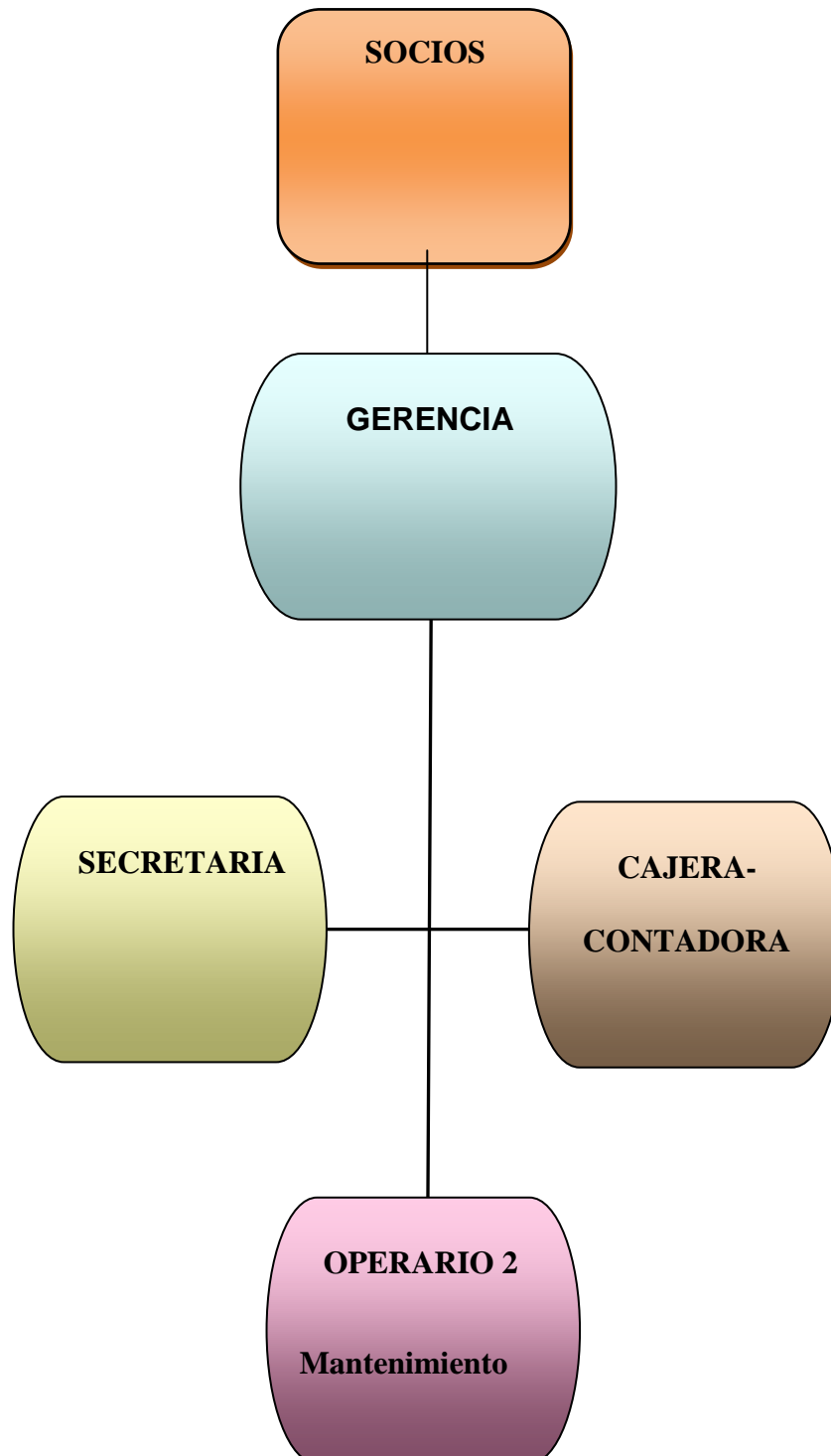
La Organización Administrativa

Se considero que la organización administrativa es el eje principal en el funcionamiento de empresas como partes de un todo, orientándose hacia la consecución de la meta trazada.

Organigramas

Organigrama Funcional.- RentautoG & Asociados plantea un organigrama en el cual establece funciones fijas, por las que responderán cada funcionario de la cooperativa de la siguiente manera:

Organigrama Funcional



Socios.- Son quienes dirigen, controlan, realizan las inversiones, ahorro de dinero y resuelven solicitar créditos para la empresa.

Gerente.-Es quien planifica, organiza, dirige y controla las actividades de la Agencia, además administra todos los departamentos, convoca a reuniones, aprueba el presupuesto, y realiza planes estratégicos de ventas de servicios.

También tiene como funciones:

- Delegar funciones a su subalterno capaz que cumplan sus funciones con esmero y responsabilidad.
- Mantener la buena imagen y prestigio de la cooperativa.
- Supervisar las actividades y manejo adecuado de los recursos de la compañía.
- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía.

Secretaria.- Su función es elaborar y procesar toda la documentación, como la de llevar las transacciones que se realizan dentro de la empresa.

También tiene como funciones:

- Ejecutar las órdenes del Gerente

- Llevar el registro comunicaciones enviadas, recibidas, libros de actas.
- Realizar los pedidos de insumos.
- Manejo adecuado del archivo.
- Presentar las mejores normas de relaciones humanas en el servicio a los clientes, personalizada, como telefónicamente.
- Coordinar las actividades con sus compañeros.
- Realizar pagos de sueldos y proveedores.
- Responsable de los enseres de la empresa.

Cajera-Contadora.- Es la persona encargada de realizar las transacciones diarias de dinero, ya sea por ahorro, pago de cuotas de créditos, cuadre de caja, con la finalidad de garantizar un trabajo de calidad.

También tiene como funciones:

- Será la encargada de custodiar el dinero conjuntamente con el resto de personal.
- Hacer llegar las sugerencias y quejas de los clientes.
- Realizar un trabajo con eficiencia y eficacia.
- Demostrar honradez y puntualidad en el trabajo.
- Acatar las órdenes de los superiores.
- Dejar bien en alto el nombre de la compañía

- Cuidar el medio ambiente.
- Compromiso y lealtad a la empresa.

Operario- Mantenimiento.- Se seleccionara a una persona que tenga experiencia, disciplina y sea confiable, con el fin de colaborar en el mantenimiento de los vehículos y su custodia.

Tiene como funciones:

- Cumplir con las órdenes impuestas.
- Cursos de manejo de mantenimiento de vehículos.
- Conservación del medio ambiente.
- Normas de seguridad y control.
- Manejo de equipos de seguridad.
- Informar de cualquier anomalía en la Compañía.
- Llevar un libro de control de lo actuado, diariamente

Perfil del personal para Gerente

Título del puesto:

Gerente

Naturaleza del trabajo:

Dirigir, organizar y coordinar actividades de la Agencia.

Requisitos mínimos:

Currículo Vitae

Ingeniero en Administración de empresas,

Ingeniero en Empresas Comerciales,

Economista

Licenciado en Contabilidad y Auditoría,

Ingeniero Comercial,

Experiencia mínima de 2 años, en un puesto similar,

Excelentes Relaciones Personales,

No requiere sexo específico,

Edad de 23 a 35 años.

Residente en la ciudad de Zamora

Título del puesto:

Secretaria

Naturaleza del trabajo:

Coordinación el Gerente y organización de la documentación

Requisitos mínimos:

Currículo Vitae

Secretaria Ejecutiva,

Experiencia mínima de 1 año, en un puesto similar,

Conocimiento utilitario,

Manejo e programas de computación básicos

Excelentes Relaciones Personales,

Sexo Femenino

Edad de 23 a 30 años.

Residente en la ciudad de Zamora

Cajera - Contadora

Asisten de cajera contadora

Naturaleza del trabajo:

Ejecutar transacciones de pago de alquiler de vehículos, información de los servicios de la cooperativa.

Requisitos mínimos:

Currículo Vitae

Licenciada en contabilidad

Experiencia 2 años

Ganas de superación

Conocimientos de cultura general

Excelentes Relaciones Personales,

Edad de 18 a 26 años de edad,

Estudio financiero

El análisis de los proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión; en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones. La evaluación de proyectos implica demostrar teóricamente que el proyecto es factible, para lo cual se aplica diferentes métodos de evaluación:

- Flujo de Caja.
- Periodo de recuperación del capital.
- Valor actual neto (VAN).
- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Cuadro Nº 20

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS				
	Valor	Cantidad	Subtotal	Total
Adecuaciones y Mobiliario				
Escritorios modulares	162	4	648	1011,00
Mampara de división	137	1	137	
Archivador modular	113	2	226	
Equipo y maquinaria	Valor	Cantidad	Subtotal	Total
Vehículos	14580	5	72900,00	73840
Cámaras de seguridad	940	1	940,00	
Equipos tecnológicos oficina	Valor	Cantidad	Subtotal	Total
Impresora	65	1	65,00	2315,00
Computadora de escritorio	850	1	850,00	
Computador lapton	1120	1	1120,00	
Cámara fotográfica	280	1	280,00	
telefax				
Útiles y suministros de oficina	Valor	Cantidad	Subtotal	Total
Carpetas	0,4	100	40,00	214,30
Archivadores	0,8	50	40,00	
Cinta adhesiva	0,95	3	2,85	
Papelera	3	2	6,00	
Gomeros	1,25	5	6,25	
Perforadora	4,5	2	9,00	
Grapadora	3,5	2	7,00	
Grapas	1,45	10	14,50	
Cuadernos	0,6	4	2,40	
Esferográficos	0,55	50	27,50	
Regla	0,9	2	1,80	
Resma de papel bon	4,5	10	45,00	
tijeras	4,8	2,5	12,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS				

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro Nº 21
Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
CUENTA	VALOR	CANTIDAD	TOTAL
Gastos de Constitución	1	540,00	3584,00
Patente Municipal	1	232,00	
Permiso Cuerpo Bomberos	1	45,00	
Permiso de Operación	1	167,00	
Plan de Negocios	1	2429,00	
Imprevistos 5%	1	170,65	

Fuente: Proformas Locales
Elaboración: El Autor

Cuadro Nº 22
Rol De Pagos

ROL DE PAGOS						
CARGO	SBU	Décimo tercero	Décimo cuarto	IESS (11,15)	IECE-SECAP(1%)	Total Ingreso Mensual
GERENTE	550,00	45,83	45,83	61,33	5,50	708,49
SECRETARIA	366,00	30,50	30,50	40,81	3,66	471,47
CAJERA-CONTADORA	366,00	30,50	30,50	40,81	3,66	471,47
OPERARIO MANTENIMIENTO	366,00	30,50	30,50	40,81	3,66	471,47
TOTAL						2122,90

Fuente: Proformas Locales
Elaboración: El Autor

Cuadro Nº 23
Arriendo

Local de Arriendo mes	
Cantidad	1
Costo Unitario	400
Valor Mensual	400,00
Valor Anual	4800,00

Fuente: Proformas Locales
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 24
Energía Eléctrica

Servicio Energía Eléctrica kw/h	
Cantidad	120
Costo Unitario	0,12
Valor Mensual	14,40
Valor Anual	172,80

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 25
Agua Potable

Servicio Agua Potable m3	
Cantidad	20
Costo Unitario	0,56
Valor Mensual	11,20
Valor Anual	134,40

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 26
Teléfono

Servicio Telefónico minutos	
Cantidad	230
Costo Unitario	0,08
Valor Mensual	18,40
Valor Anual	220,80

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 27
Internet

Servicio de Internet mes	
Cantidad	1
Costo Unitario	20,10
Valor Mensual	20,10
Valor Anual	241,20

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 28
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL				
CUENTA	VALOR	CANTIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
Sueldos	2122,90	1	2122,90	2587,00
Local de Arriendo	400,00	1	400,00	
Servicio de Energía Eléctrica	14,40	1	14,40	
Servicio de Agua Potable	11,20	1	11,20	
Servicio Telefónico	18,40	1	18,40	
Servicios Internet	20,10	1	20,10	

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 29
Presupuesto de inversión del Proyecto

PRESUPUESTO DE INVERSION DEL PROYECTO		
ACTIVOS FIJOS	DOLARES	PORCENTAJE
TOTAL ACTIVOS FIJOS	77380,30	88%
ACTIVOS DIFERIDOS		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3584,00	4%
CAPITAL DE TRABAJO		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2587,00	3%
SUBTOTAL	83551,30	
IMPREVISTOS 5%	4177,57	5%
TOTAL INVERSIONES	87728,87	100%

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 30
Accionistas del Proyecto

VALOR PROYECTO PURO		
ACCIONISTAS	%	VALOR
1	25	21932,22
2	25	21932,22
3	25	21932,22
4	25	21932,22
TOTAL INVERSION		87728,87

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 31
Publicidad

Servicio de Publicidad mes	
Cantidad	1
Costo Unitario	90
Valor Mensual	90,00
Valor Anual	1080,00

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 32
Mantenimiento Vehículos

Mantenimiento mes	
Cantidad	1
Costo Unitario	70
Imprevistos	7
	77
Vehículos cantidad	5
Valor Mensual	385,00
Valor Anual	4620,00

Fuente: Proformas Locales

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 33
Activos a depreciarse

Depreciaciones Activos					
ACTIVOS FIJOS	% Depreciación anual	Monto	Valor Residual	Nro. Años vida	Depreciación anual
Adecuaciones y Mobiliario	10%	1011	101,10	5	181,98
Equipos y maquinaria	20%	73840	7384,00	10	6645,60
Equipos tecnológicos	10%	2315	231,50	5	416,70
TOTAL DEPRECIACIONES		77166	7716,60		7244,28

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 34
Depreciaciones Anuales

DEPRECIACIONES ANUALES											
ACTIVO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
Adecuaciones y Mobiliario	181,98	181,98	181,98	181,98	181,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	909,90
Equipos y maquinaria	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	66.456,00
Equipos tecnológicos	416,70	416,70	416,70	416,70	416,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.083,50
TOTAL	7.244,28	7.244,28	7.244,28	7.244,28	7.244,28	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	69.449,40

Fuente: Estudio financiero
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 35
Ingresos anuales

INGRESOS ANUALES DEL PROYECTO											
Incremento anual artículos		1,59									
RUBRO	AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas		81176,00	82442,35	83728,45	85034,61	86361,15	87708,38	89076,63	90466,23	91877,50	93310,79
TOTAL INGRESOS POR VENTAS		81176,00	82442,35	83728,45	85034,61	86361,15	87708,38	89076,63	90466,23	91877,50	93310,79

Fuente: Estudio financiero
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 36
Costos anuales

COSTOS ANUALES DEL PROYECTO										
Incremento anual articulos	1,59									
RUBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS OPERACIONALES										
Salarios del personal	25474,78	25879,83	26291,32	26709,35	27134,03	27565,46	28003,76	28449,01	28901,35	29360,89
Local de Arriendo	4800,00	4876,32	4953,85	5032,62	5112,64	5193,93	5276,51	5360,41	5445,64	5532,23
Servicio de Energía Eléctrica	172,80	175,55	178,34	181,17	184,05	186,98	189,95	192,97	196,04	199,16
Servicio de Agua Potable	134,40	136,54	138,71	140,91	143,15	145,43	147,74	150,09	152,48	154,90
Servicio Telefónico	220,80	224,31	227,88	231,50	235,18	238,92	242,72	246,58	250,50	254,48
Servicios Internet	241,20	245,04	248,93	252,89	256,91	260,99	265,14	269,36	273,64	277,99
Depreciaciones Adecuaciones y Mob	181,98	181,98	181,98	181,98	181,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones Equipos Tecnológicos	416,70	416,70	416,70	416,70	416,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Imprevistos 5%	1552,20	1576,88	1601,95	1627,42	1653,30	1679,59	1706,29	1733,42	1760,98	1788,98
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	33194,86	33713,14	34239,66	34774,55	35317,95	35271,31	35832,12	36401,85	36980,64	37568,63
COSTOS ADMINISTRATIVOS										
Patente Municipal	2784,00	2828,27	2873,24	2918,92	2965,33	3012,48	3060,38	3109,04	3158,47	3208,69
Permiso Cuerpo Bomberos	540,00	548,59	557,31	566,17	575,17	584,32	593,61	603,05	612,63	622,38
Permiso de Operación	2004,00	2035,86	2068,23	2101,12	2134,53	2168,47	2202,94	2237,97	2273,55	2309,70
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	5328,00	5412,72	5498,78	5586,21	5675,03	5765,26	5856,93	5950,05	6044,66	6140,77
COSTO VENTAS Y PUBLICIDAD										
Servicio de Publicidad	1080,00	1097,17	1114,62	1132,34	1150,34	1168,63	1187,22	1206,09	1225,27	1244,75
Mantenimiento	4620,00	4693,46	4768,08	4843,90	4920,91	4999,16	5078,64	5159,39	5241,43	5324,77
Depreciacion vehiculos	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60
Imprevistos	617,28	621,81	626,42	631,09	635,84	640,67	645,57	650,55	655,61	660,76
TOTAL COSTOS VENTA Y PUBLICIDAD	12962,88	13058,04	13154,72	13252,93	13352,70	13454,06	13557,03	13661,64	13767,91	13875,87
COSTOS TOTALES	51485,74	52183,90	52893,16	53613,69	54345,68	54490,63	55246,08	56013,55	56793,21	57585,28

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: El Autor

**Cuadro N°
ESTRUCTURA DE COSTOS**

DETALLE	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	COS FIJO	COS VARI	COS FIJO	COS VARI	COS FIJO	COS VARI
COSTOS OPERACIONALES						
Salario del personal		25,474.78		27,134.03		29,360.89
Local de Arriendo	4,800.00		5,112.64		5,532.23	
Servicio de Energía Eléctrica	172.80		184.05		199.16	
Servicio de Agua Potable	134.40		143.15		154.90	
Servicio Telefónico	220.80		235.18		254.48	
Servicio de Internet	241.20		256.91		277.99	
Depreciaciones Adecuaciones y Mob	189.98		181.98		0.00	
Depreciaciones Equipos Tecnológicos	416.70		416.70		0.00	
Imprevistos 5%	1,552.20		1,653.30		1,788.98	
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	7,728.08	25,474.78	8,183.92	27,134.03	8,207.74	29,360.89
COSTOS DE ADMINISTRATIVOS						
Patente Municipal	2,784.00		2,965.33		3,208.69	
Permiso Cuerpo Bomberos	540.00		575.17		622.38	
Permiso de Operación	2,004.00		2,134.53		2,309.70	
TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN	5,328.00		5,675.03		6,140.77	
COSTO DE VENTA Y PUBLICIDAD						
Servicio de Publicidad	1,080.00		1,150.34		1,244.75	
Mantenimiento	4,620.00		4,920.91		5,324.77	
Depreciación vehículos	6,645.60		6,645.60		6,645.60	
Imprevistos	617.28		635.84		660.76	
TOTAL COSTOS VENTA Y PUBLICIDAD	12,962.88		13,352.70		13,875.88	
TOTAL	26,018.96	25,474.78	27,211.65	27,134.03	28,224.39	29,360.89

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos Autores como **Punto Muerto**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias. Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables.

PRIMER AÑO a) EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTAL

$$PE \frac{COST. FIJO TOTAL}{VENT TOTA \quad COST VAR T} \quad 100\%$$

$$PE \frac{26018.96}{81176.00 \quad 25474.78} \quad 100\%$$

$$PE \frac{26018.96}{55701.22} \quad 100\%$$

$$PE \quad 0.47 \quad 100\%$$

$$PE \quad 46.71\%$$

ANALISIS: Este porcentaje significa que la empresa al utilizar el 46,71% de la capacidad instalada no tiene ni pérdidas ni ganancias.

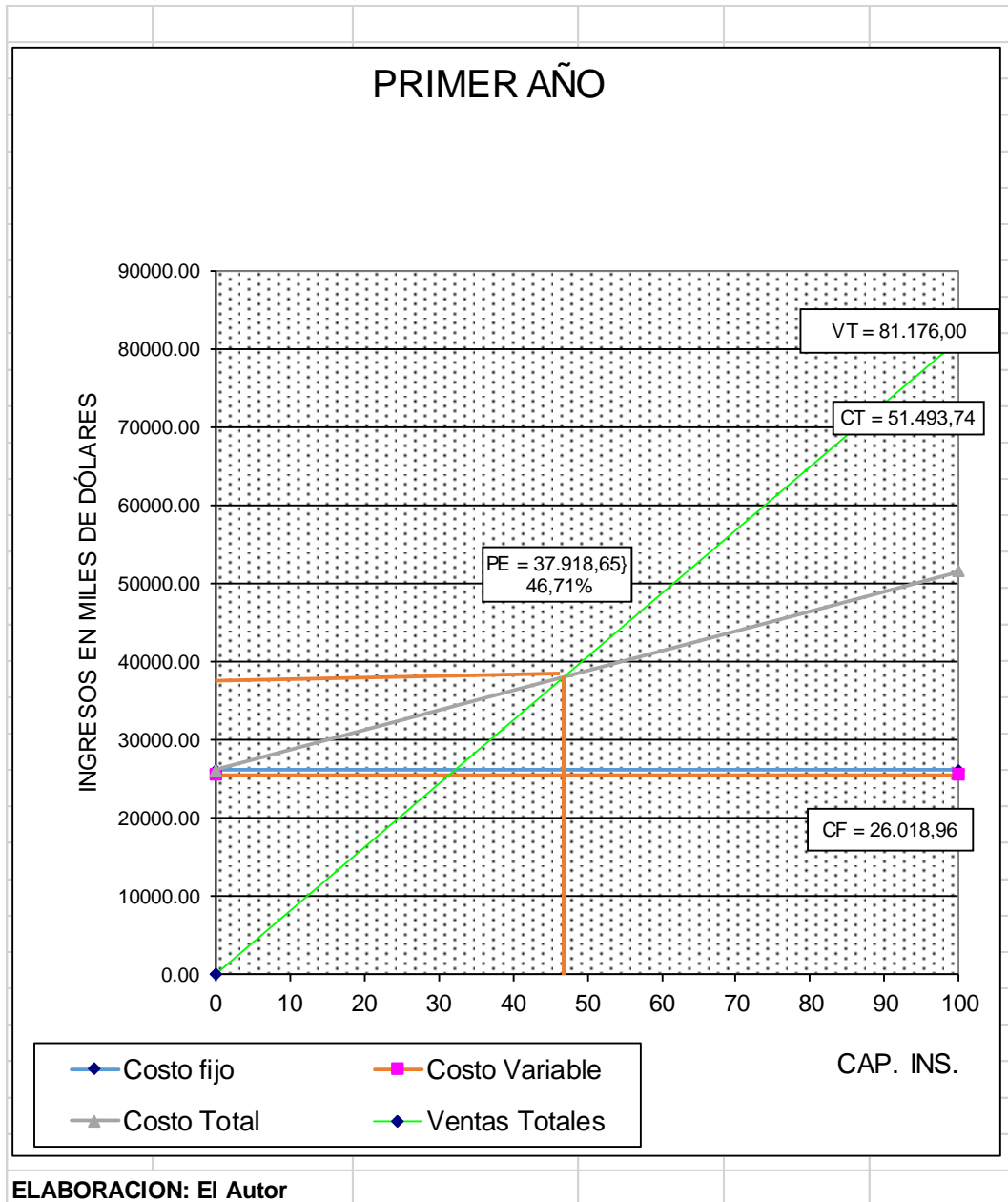
b) EN FUNCIÓN DE VENTAS O INGRESOS

<i>PE</i>	<i>COSTO FIJOS TOTALES</i>	
<i>PE</i>	<i>1</i>	$\frac{CVT}{VT}$
	26018.96	
<i>PE</i>	<i>1</i>	$\frac{25474.78}{81176.00}$
	26018.96	
<i>PE</i>	<i>1</i>	0.31
	26018.96	
<i>PE</i>	0.69	
<i>PE</i>	37918.65	

ANALISIS: Si los porcentajes por venta alcanzan una cantidad de \$ 37.918,65 dólares, la empresa estará en equilibrio.

Método Gráfico

En función de las Ventas y la Capacidad Instalada



QUINTO AÑO

a) EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTAL

$$PE \frac{COST. FIJO TOTAL}{VENT TOTA \quad COST VAR T} = 100\%$$

$$PE \frac{27211.65}{86361.15 \quad 27134.03} = 100\%$$

$$PE \frac{27211.65}{59227.12} = 100\%$$

$$PE \quad 0.46 \quad 100\%$$

$$PE \quad 45.94\%$$

ANALISIS: Este porcentaje significa que la empresa al utilizar el 45,94% de la capacidad instalada no tiene ni perdidas ni ganancias.

b) EN FUNCIÓN DE VENTAS O INGRESOS

$$PE \frac{COSTO FIJOS TOTALES}{1} = \frac{CVT}{VT}$$

$$PE \frac{27211.65}{1} = \frac{27134.03}{86361.15}$$

$$PE \frac{27211.65}{1} = 0.31$$

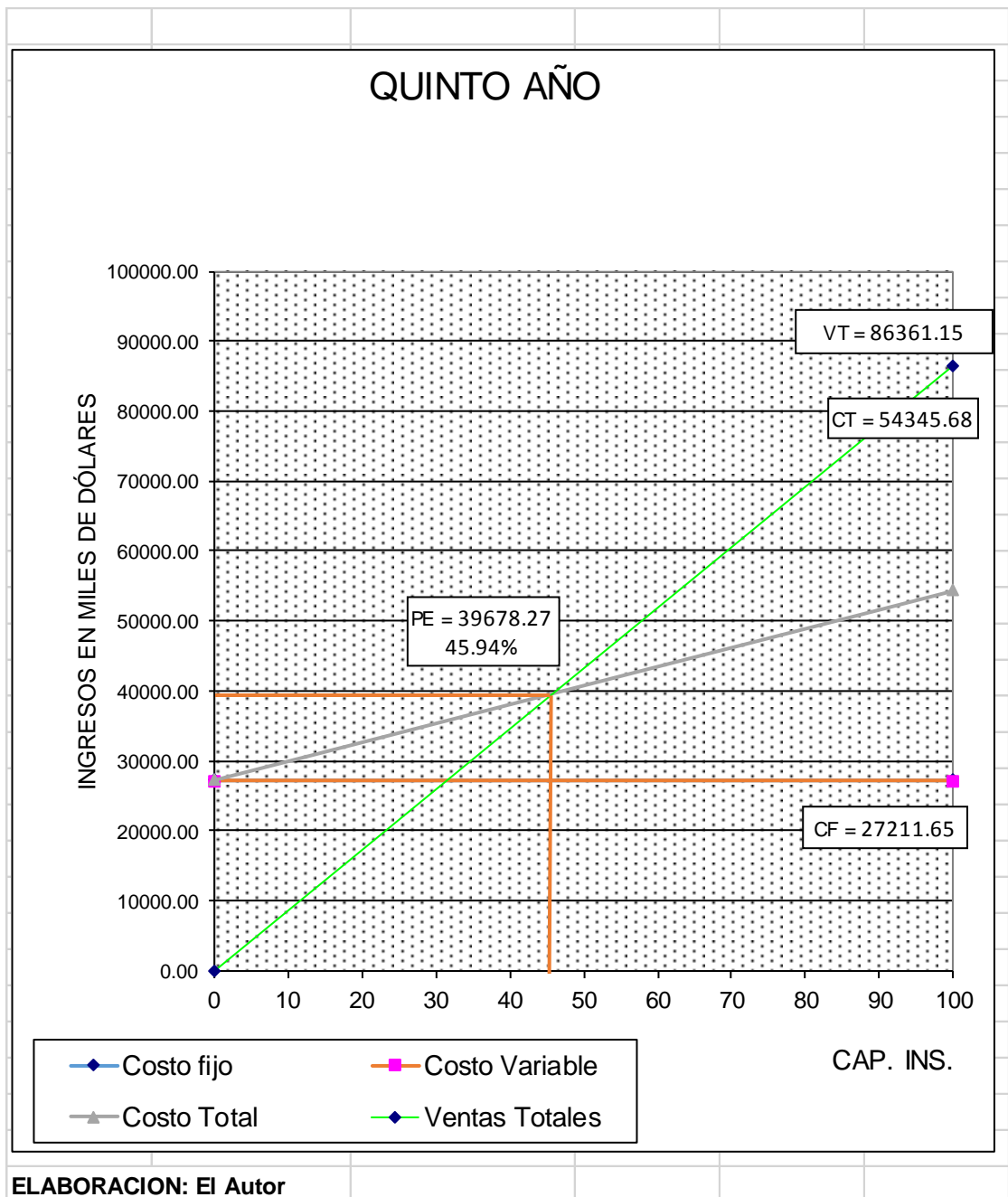
$$PE \frac{27211.65}{0.69}$$

$$PE \quad 39678.27$$

ANALISIS: Si los porcentajes por venta alcanzan una cantidad de \$ 36.678,27 dólares, la empresa estará en equilibrio.

Método Gráfico

En función de las Ventas y la Capacidad Instalada



DECIMO AÑO

a) EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTAL

$$PE \frac{COST. FIJO TOTAL}{VENT TOTA \quad COST VAR T} \quad 100\%$$

$$PE \frac{28224.39}{93310.79 \quad 29360.89} \quad 100\%$$

$$PE \frac{28224.39}{63949.90} \quad 100\%$$

$$PE \quad 0.44 \quad 100\%$$

$$PE \quad 44.14\%$$

ANALISIS: Este porcentaje significa que la empresa al utilizar el 44,14% de la capacidad instalada no tiene ni perdidas ni ganancias.

b) EN FUNCIÓN DE VENTAS O INGRESOS

$$PE \frac{COSTO FIJOS TOTALES}{1} \frac{CVT}{VT}$$

$$PE \frac{28224.39}{1} \frac{29360.89}{93310.79}$$

$$PE \frac{28224.39}{1} \quad 0.31$$

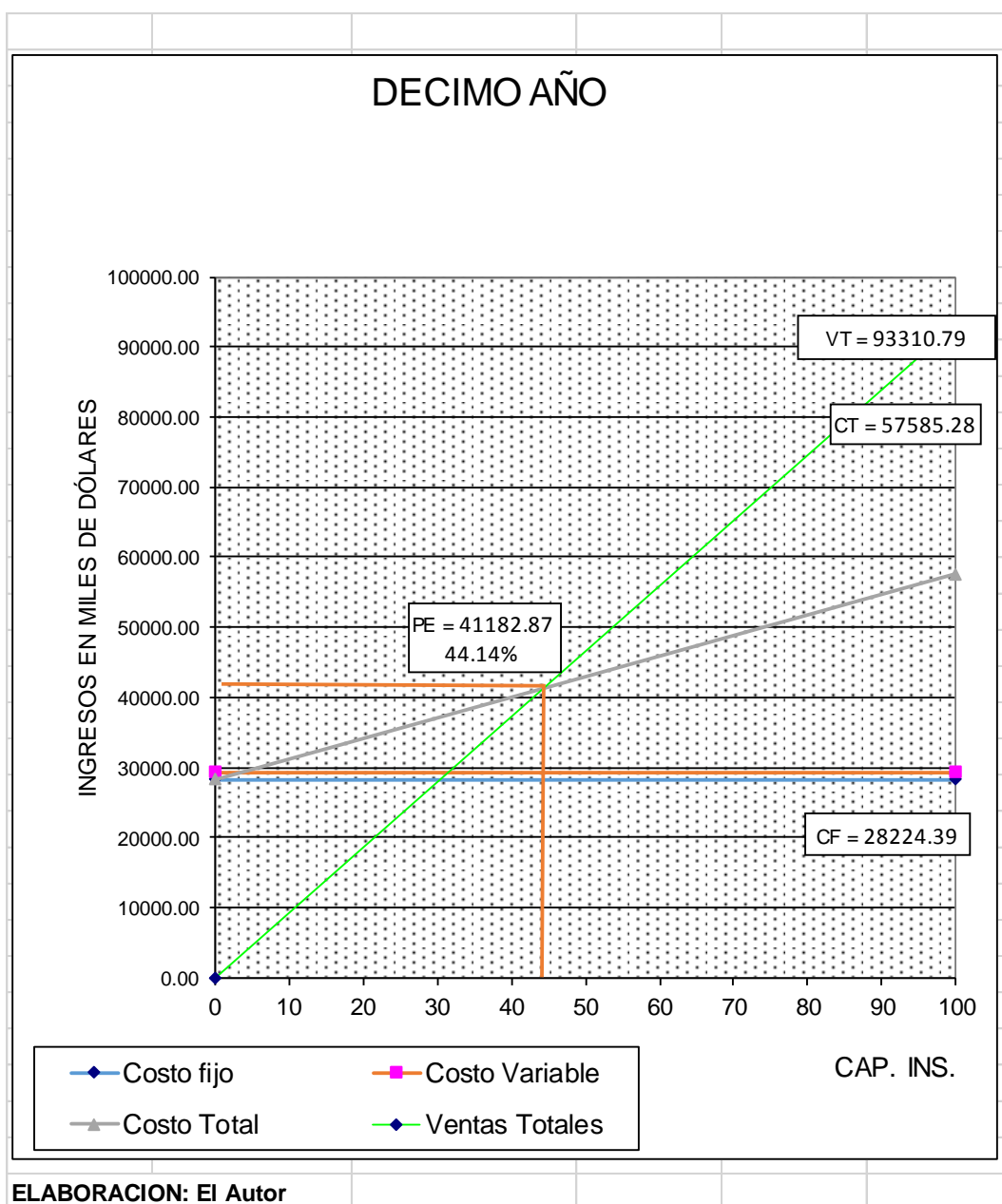
$$PE \frac{28224.39}{0.69}$$

$$PE \quad 41182.87$$

ANALISIS: Si los porcentajes por venta alcanzan una cantidad de \$ 41.182,87 dólares, la empresa estará en equilibrio.

Método Gráfico

En función de las Ventas y la Capacidad Instalada



Cuadro N° 37
Flujo de Caja

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
+ Ingresos		81176,00	82442,35	83728,45	85034,61	86361,15	87708,38	89076,63	90466,23	91877,50	93310,79
- Costos Totales		51485,74	52183,90	52893,16	53613,69	54345,68	54490,63	55246,08	56013,55	56793,21	57585,28
- Depreciación		7.244,28	7.244,28	7.244,28	7.244,28	7.244,28	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60	6.645,60
= Útil. Antes de part.lab. e imp.		22445,98	23014,17	23591,01	24176,64	24771,19	26572,15	27184,95	27807,08	28438,69	29079,91
- 15% Participación Laboral		-3366,90	-3452,12	-3538,65	-3626,50	-3715,68	-3985,82	-4077,74	-4171,06	-4265,80	-4361,99
= Utilidad antes de impuestos		19079,08	19562,04	20052,36	20550,14	21055,51	22586,33	23107,21	23636,02	24172,89	24717,93
- 25% Impuesto		-4769,77	-4890,51	-5013,09	-5137,54	-5263,88	-5646,58	-5776,80	-5909,01	-6043,22	-6179,48
= Utilidad Neta		14309,31	14671,53	15039,27	15412,61	15791,63	16939,75	17330,41	17727,02	18129,66	18538,45
+ Depreciación		51485,74	52183,90	52893,16	53613,69	54345,68	54490,63	55246,08	56013,55	56793,21	57585,28
+ Valor de Residual											7716,6
- Inversión	87728,87										
FLUJO DE FONDOS NETO		65795,05	66855,43	67932,43	69026,30	70137,31	71430,38	72576,49	73740,56	74922,88	83840,32

Fuente: Estudio financiero
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 38
Calculo del VAN

Año	Inversión	Flujo de Caja Neto	Factor de actualización 8,21%	Valor Actualizado
0	87728,87			
1		65.795,05	0,924	60.803,12
2		66.855,43	0,854	57.095,50
3		67.932,43	0,789	53.613,59
4		69.026,30	0,729	50.343,68
5		70.137,31	0,674	47.272,89
6		71.430,38	0,623	44.491,66
7		72.576,49	0,576	41.775,74
8		73.740,56	0,532	39.225,39
9		74.922,88	0,492	36.830,52
10		83.840,32	0,454	38.087,19
Σ Total de Flujo Neto de Caja				469.539,29
VAN				381.810,43

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: El Autor

$$\begin{aligned}
 & \text{VAN} \quad \text{SUM FLUJ NETOS} \quad \text{INVERSIÓN} \\
 \text{VAN} &= \quad \quad \quad 469.563,29 - 87.728,87 \\
 \text{VAN} &= \quad \quad \quad 381.810,43
 \end{aligned}$$

Cuadro N° 39
Calculo de la TIR

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		76.00%		76.50%	
0	- 87,728.87		- 87,728.87		- 87,728.87
1	65,795.05	0.568182	37,383.55	0.566572	37,277.65
2	66,855.43	0.322831	21,582.98	0.321004	21,460.87
3	67,932.43	0.183426	12,460.61	0.181872	12,355.01
4	69,026.30	0.104220	7,193.89	0.103044	7,112.72
5	70,137.31	0.059216	4,153.23	0.058382	4,094.73
6	71,430.38	0.033645	2,403.29	0.033077	2,362.73
7	72,576.49	0.019117	1,387.42	0.018741	1,360.14
8	73,740.56	0.010862	800.95	0.010618	782.98
9	74,922.88	0.006171	462.38	0.006016	450.73
10	83,840.32	0.003506	293.99	0.003408	285.76
			393.41		- 185.56

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: El Autor

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 76 + 0.5 \left(\frac{1,517.84 - 393.41}{1,517.84 - (-185.56)} \right)$$

$$TIR = 76 + 0.5 \left(\frac{1,114.43}{1,703.40} \right)$$

$$TIR = 76 + 0.1464 = 76.34\%$$

Cuadro N° 40
Calculo Relación Beneficio / Costo

AÑO	ACTUALIZACIÓN DEL COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	F. ACTU. 8,21%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	F. ACTU. 8,21%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	51.485,74	0,92	47.579,47	81.176,00	0,92	75.017,10
2	52.183,90	0,85	44.565,80	82.442,35	0,85	70.406,95
3	52.893,16	0,79	41.744,31	83.728,45	0,79	66.080,12
4	53.613,69	0,73	39.102,64	85.034,61	0,73	62.019,20
5	54.345,68	0,67	36.629,25	86.361,15	0,67	58.207,83
6	54.490,63	0,62	33.940,44	87.708,38	0,62	54.630,70
7	55.246,08	0,58	31.800,19	89.076,63	0,58	51.273,39
8	56.013,55	0,53	29.795,72	90.466,23	0,53	48.122,40
9	56.793,21	0,49	27.918,36	91.877,50	0,49	45.165,06
10	57.585,28	0,45	26.159,99	93.310,79	0,45	42.389,46
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			359.236,17	TOTAL INGRESOS ACTUALIZADOS		573.312,21
R B/C = 1,60						

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 41
Calculo de Recuperación de Capital

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	87.728,87		
1		65.795,05	65.795,05
2		66.855,43	132.650,48
3		67.932,43	200.582,91
4		69.026,30	269.609,21
5		70.137,31	339.746,52
6		71.430,38	411.176,90
7		72.576,49	483.753,39
8		73.740,56	557.493,95
9		74.922,88	632.416,83
10		83.840,32	716.257,15
PRC			1,34
Años			1
Meses			4
Días			3

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 42**Resumen de cálculo de Indicadores de la Evaluación Financiera**

TASA DE DESCUENTO	
Tasa Activa del Banco Central	0,0821
TASA	0,0821

VALOR NETO ACTUAL (VNA)	381.810,43	dólares
--------------------------------	-------------------	---------

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	76,34	%
--------------------------------------	--------------	---

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	1,60	(1 á 1)
---------------------------------	-------------	---------

TIEMPO DE RETORNO (PAYBACK)	
Relación	2,48
Años	1
Meses	4
Días	3
TIEMPO	1 años, 4 meses, 3 días

Fuente: Estudio Financiero

Elaboración: El Autor

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Para definir el VAN es la diferencia entre valor actual del monto reinvertido a precios actuales, a una tasa de descuento (tasa activa Banco Central del Ecuador), restada la inversión inicial. La inversión resulta rentable solo si la cantidad de dinero es de signo positivo o mayor a cero. En el proyecto de la creación una empresa dedicada al alquiler de vehículos, da un VAN de 381.810,43 dólares lo cual indica que el proyecto se presenta como rentable por lo que es factible su creación.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Se llama tasa interna de retorno, rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad; es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la cooperativa por medio de la pre inversión. En el trabajo de grado, el TIR arroja un valor del 76,33 %, es decir es mayor que la tasa de descuento que es del 8,21 % según los indicadores del Banco Central del Ecuador, por lo que es factible la inversión del capital.

- **Relación Beneficio Costo**

Para que el proyecto sea rentable, los valores del cálculo en la relación Beneficio Costo deben ser mayor a uno, en este caso obtuvimos 1,60; es decir que por cada dólar invertido nos da una ganancia de 0.60 centavos de dólar lo que significa que tenemos una ganancia considerable.

- **Tiempo de Retorno (Payback)**

La recuperación de la inversión es en 1 años, 4 meses y 3 días, en su totalidad, tendría una pronta recuperación.

Plan de manejo ambiental PMA

Como complemento a la investigación y comprometido con la conservación del el medio ambiente, se estructura un Plan de Manejo

Ambiental en el cual se describirán detalladamente las medidas técnicas y administrativas ambientales a implementarse en función de las no conformidades y hallazgos encontrados para dar cumplimiento a la normativa ambiental legal vigente, con el propósito de prevenir y minimizar los impactos ambientales significativos.

Objetivo.- Identificar y evaluar los efectos ambientales producto de la ejecución de las actividades propias del trabajo que se realizaran, a fin de realizar una evaluación objetiva de los daños que se podrían ocasionar al entorno.

Aplicación.- el alcance está dirigida a todas las actividades emprendidas en la empresa de alquiler de vehículos RentautoG & Asociados Cía. Ltda.

Responsable.- Gerente de la empresa.

En este Plan se evalúan todos los impactos potenciales asociados con la logística, provisión de personal, mantenimiento y alquiler de vehículos.

Ambiente Físico.- Componente aire

Impacto No. 1: Ruido

Las operaciones mantenimiento, cambio de aceite, alineación, balanceo, principalmente pueden causar niveles de ruido que afecten a la población

de Zamora, con el fin de evitar este impacto estos procesos se realizaran en lavadoras, mecánicas autorizadas.

De igualmente el ruido emitido por los vehículos de le empresa RentautoG & Asociados Cía. Ltda. Podrían afectar a los trabajadores y pobladores asentados en las proximidades del las oficinas operativas de la empresa. Sin embargo al ser unidades nuevas se espera que la generación del ruido producido por los vehículos y equipos sea menor a 80 dB, que son permitidos en la ciudad.

Medidas de mitigación

1. Para minimizar la emisión de ruido y evitar que se superen los límites máximos permitidos por el Reglamento en materia de contaminación atmosférica, al ser unidades nuevas y que no pasaran los límites también se colocan silenciadores en los tubos de escape de vehículos.
2. El Reglamento Ambiental para Operaciones del Ecuador, en el cuadro adjunto nro. 43, da a conocer los parámetros técnicos en cuanto a límites máximos permisibles de ruido.

Cuadro N° 43
Límites máximos permisibles de ruido

CATEGORÍA DE VEHÍCULO	DESCRIPCIÓN	NPS MAXIMO (dBA)
Motocicletas:		88
Vehículos Livianos	Livianos con peso bruto menor a 2.500 kg, excepto los de 3 o menos ruedas	88
Vehículos de pasajeros:	Furgoneta con capacidad para 8 a 16 pasajeros	88
	Buseta, con capacidad para 17 a 28 pasajeros.	90
	Bus, con capacidad para 29 a 55 pasajeros	90
Vehículos de Carga:	Peso neto de más de 3.500 kg	90

Fuente: Manual de gestión socio-ambiental para obras en construcción.

Elaboración: El Autor

Impacto No. 2 Calidad del aire

Las actividades de la empresa RentautoG & Asociados Cía. Ltda., tendrán poco impacto sobre la calidad del aire en el área de su funcionamiento. Estas actividades presentan dos fuentes principales de contaminantes: emisiones por los escapes de motores y partículas suspendidas en el aire.

Tomando en cuenta que las fuentes de contaminación son generalmente realizadas por los vehículos en movimiento y no operan por períodos extendidos

Debido a que las calles de la ciudad se encuentran pavimentadas, el movimiento de los vehículos no causará emisiones de polvo en el exterior.

Conclusión.- Se concluye que los impactos para las actividades del campamento serán negativos, directos, temporales, próximos, localizados, reversibles, recuperables y de moderada magnitud, no representando impactos adversos importantes, permanentes o de largo plazo al medioambiente ni a la salud humana.

Medidas de mitigación

1. La emisión de partículas suspendidas podrá evitarse rociando con agua periódicamente el área lastrada.

2. Para evitar problemas de salud al operario de la empresa, encargados del mantenimiento (alineación, balanceo, etc.), se les proveerá de protectores respiratorios, protectores auditivo, guantes, dotación fresca y holgada.

Impacto No. 3 Calidad del suelo

Se identifica un impacto inevitable físicos causados por accidentes, manejo inadecuado de combustibles, aceites, lubricantes, productos químicos, podrán ocasionar derrames que producirían la contaminación de los suelos.

Conclusión.- los impactos ocasionados serán negativos de moderada magnitud, directos, temporales, próximos, localizados, reversibles y recuperables.

Mitigación de impactos

1. El aceite usado y sobrante removido de maquinaria y vehículos se dispone en un recipiente preparado y colocado en un cubeto impermeabilizado, con capacidad de contener el 110% del tanque mayor de almacenamiento de aceites o combustibles desechados o de aprovisionamiento.
2. Se organiza charlas periódicas al personal a cargo del manejo de combustibles y aceites, con el fin de prepararlos para cualquier contingencia y tratamiento de desechos contaminantes o peligrosos.
3. Es aconsejable que el mantenimiento generalmente se realice en un lugar apropiado y autorizado para el cambio de aceites de vehículos.

Plan de contingencias y riesgos

El Plan de Contingencias y Análisis de Riesgos está diseñado para proporcionar una respuesta inmediata y eficaz a cualquier situación de emergencia, con el propósito de prevenir los impactos a la salud humana, a terceros, proteger el entorno, el área de influencia y los bienes materiales, de la empresa RentautoG & Asociados Cía. Ltda, en cumplimiento a las regulaciones ambientales vigentes ha preparado un Plan de Contingencia que contempla los requerimientos específicos de las regulaciones y ordenanzas municipales y ambientales.

El objetivo es minimizar y controlar todos los impactos negativos y riesgos que se generen como producto de las actividades que realicemos, mediante la estricta aplicación de procedimientos y registros de gestión ambiental y de prevención de riesgos, el cumplimiento de las disposiciones legales y contractuales y buscando siempre armonizar y equilibrar los componentes sociales, económicos y ambientales.

Manejo de desechos especiales o peligrosos.- Los desechos especiales o peligrosos representan riesgos para la salud y el ambiente, por definición “Todos aquellos residuos, en cualquier estado físico, que por sus características corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas, inflamables o biológico infecciosas, representen un peligro para el equilibrio ecológico o el ambiente”, se denominan residuos peligrosos.

Las medidas que se adoptan para lograr un manejo seguro y prevenir sus riesgos son la aplicación de las disposiciones regulatorias como leyes, reglamentos y normas, las cuáles establecen pautas de conducta a evitar y medidas a seguir para lograr un manejo seguro, a la vez que fijan límites de exposición o alternativas de tratamiento y disposición final para reducir su volumen y peligrosidad. Complementan las medidas regulatorias, los manuales, las guías, lineamientos, procedimientos y métodos de buenas prácticas de manejo de los residuos peligrosos, así como la divulgación de información, la educación y la capacitación de quienes los manejan.

Plan de capacitación ambiental

Se realizará una capacitación continua a todo el personal involucrado en la operación de la empresa RentautoG & Asociados Cía. Ltda., de acuerdo a la actividad que se le asigne a cada trabajador.

Las charlas versarán sobre salud ocupacional, seguridad industrial y protección del medioambiente, antes de empezar los trabajos diarios, con el fin de identificar, evaluar y prevenir los riesgos en la actividad a realizarse, inspeccionar el equipo de protección personal, estado de herramientas y materiales a usarse, medios de transporte y maquinaria, botiquines de primeros auxilios, etc.

El Gerente mantendrá una reunión corta, de al menos cinco minutos 2 veces a la semana, socializando guías y políticas generales de Salud, Seguridad, Ambiente, Relaciones con la Comunidad y Calidad como:

- Uso adecuado y mantenimiento de equipo de protección individual
- Manejo de extintores y conformación de brigada contra incendios
- Normas de higiene y comportamiento social
- Identificación de riesgos y acciones preventivas
- Manejo y Transporte de Combustibles líquidos. Control de derrames.
- Entrenamiento en primeros auxilios
- Procedimientos de emergencia y simulacros
- Seguridad en el manejo de cargas

- Seguridad eléctrica
- Seguridad en equipos y herramientas
- Difusión de Políticas protección ambiental, seguridad y salud ocupacional.
- Protección auditiva y respiratoria
- Manejo de desechos sólidos
- Reducir, reciclar y reutilizar.

A las personas más calificadas se les impartirá cursillos rápidos de socorrismo y primeros auxilios, de manera que en cualquier frente de trabajo haya por lo menos un socorrista.

h. Conclusiones

- Se determinó que el mayor porcentaje de encuestados no poseen vehículo en la ciudad de Zamora.
- Se observa que el 90% de encuestados alquilaría un vehículo en la ciudad de Zamora.
- Los resultados indican que el 94% de los encuestados alquilan vehículos en la ciudad de Loja, y una de las intenciones de alquiler se basa en el precio.
- El 100% de los encuestados opinan que alquilarían en Zamora su vehículo si existiera o se creara una empresa que brinde el servicio.
- Se determinó que en la ciudad de Zamora no existe una oferta del servicio de alquiler de vehículos directa, por lo cual los demandantes deben viajar a otras ciudades en busca del servicio, o a su vez buscan satisfacer sus necesidades mediante un taxi u otros sistemas de transporte público.
- A través del estudio de mercado se comprobó que existe una demanda actual de 40588 clientes el primer año de vida útil del proyecto, la misma que proyectada a 10 años tendría una demanda

futura al año 2026 de 49.477, para el primer año la diferencia entre la demanda actual y la oferta actual en este caso que es 0, determino la demanda insatisfecha que llego a ser de 40588.

- El estudio técnico determina la capacidad instalada de la empresa, se considera en esta investigación satisfacer al 4% de la demanda que corresponde a 1623,52 personas demandantes del servicio de más de 2 veces al mes, podemos decir que tenemos un requerimiento de 4,48 unidades de Autos para satisfacer esta demanda, por lo cual se ha proyectado la empresa trabajar con 5 vehículos.
- Se determino que el lugar idóneo para ubicar las oficinas seria en la calle Juan de Salinas, Barrio Alonso de Mercadillo, donde cuanta con locales con todos los requerimientos que la ley exige, oficina y parqueadero, servicios básicos.
- Se estableció que para que la empresa rentadora de autos opere, demanda de 4 empleados entre operativos y administrativos.
- La inversión total del proyecto será de 87614,71 dólares de los Estados Unidos de América, la cual asumirán los socios que emprendan en este negocio.

- De acuerdo al estudio financiero también se determino que en la inversión será recuperada en 2 años, 6 meses, que el Valor Actual Neto del presente proyecto es de \$ 51.583,69, mayor a uno y positivo, por lo tanto de acuerdo a esta variable el proyecto es factible; la Tasa Interna de Retorno del presente proyecto es de 39,60, cifra superior a la tasa de descuento que es del 9,46%; por lo tanto de acuerdo a los criterios de evaluación el proyecto dará más rédito invertidos en el proyecto que en un banco; de acuerdo al índice de relación beneficio-costos, la empresa recuperará 0.52 centavos de los Estados Unidos de América por cada dólar invertido en el proyecto.

i. Recomendaciones

- Una vez que se determina que el proyecto es factible, se recomienda su creación jurídica, cumpliendo cada uno de los parámetros que la Ley establece.
- La capacidad instalada se realizó de acuerdo al estudio técnico de 5 unidades, por lo cual se recomienda iniciar las actividades con todas las unidades propuestas en el estudio ya que la ley para dar el permiso de operación exige un mínimo de 5 unidades.
- Al no existir oferta en la ciudad se recomienda aperturar el mercado mediante una campaña de marketing, enfocando los beneficios que brindara la compañía a los clientes en Zamora.
- Ubicar las oficinas en el lugar propuesta en la investigación con el fin de dar un servicio de calidad mediante instalaciones acordes a las necesidades de los clientes.
- Recibir capacitación para las contrataciones correspondientes para el personal administrativo y operativo de la empresa.
- Los indicadores financieros, VAN, TIR, R/C, indican que la propuesta es totalmente factible al mercado de Zamora, por lo que se recomienda realizar la inversión total y operar al 100% desde el primer año, para satisfacer la demanda calculada.

j. Bibliografía

- Amaro Raymundo, “Administración de Empresas I”, Editora Tiempo S:A 1998 Pág. (32-33)
- *Juan Ferrer*, (2006), Gestión del Cambio, Primera Edición, Editorial: LID, Plaza de Edición, Barcelona.
- Baca Urbina, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, cuarta edición, Mac Graw-Interamericana, México, 2006”.(pág. 2)
- Chiavenato Idalberto. “Introducción a la Teoría General de la Administración”. Quinta edición 2000. Pág.(225 a 231)
- Drucker Peter. (1999). “El líder del cambio, incluido en Los Desafíos de la Gerencia para el Siglo XXI”, Grupo Editorial Norma, Barcelona, 1999, págs. 101-132.
- Fernández Saúl. (2009) “Los proyectos de inversión: evaluación financiera”. San José, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica. Tercera Edición.
- Fisher Laura, Espejo, Jorge. “Mercadotecnia”, Sexta Edición, Mac Graw-Interamericana 2000, Pág.(60)
- García Maritza, (1999), “La Educación Ambiental en la Reserva de la Biosfera”. Pinar del Río, Cuba.
- García, Gary, “Guía para Elaborar Planes De Negocios” Primera edición, Graficas Paola 2006, Pág. (70 a 103)
- Sapag Nassir, “Evolución de Proyectos de Inversión de una empresa”, Primera Edición, Impreso en Argentina por Gráfica Pinter S.A, 2001

- Sapag Chain, Nassir, (2007), “Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación” México, Editorial Pearson Educación, Primera Edición.
- Vaca, Leonel. (2009). Producción Avícola. Quito, Ecuador: Editorial Océano. Edición I.
- CarDrive S.A.©, (2014)

k. Anexos

Anexo N° 1

Encuesta a Clientes

Estimada (o) amiga (o)

Esta encuesta tiene como finalidad conocer la posibilidad de conocer la factibilidad para la creación de un micro empresa de servicios de alquiler de vehículos, en la ciudad de Zamora, cantón Zamora de la provincia de Zamora Chinchipe, para el año 2016, para de esta brindar un servicio nuevo a la sociedad zamorana. Esta información será de uso exclusivo del proyecto, guardando la reserva que amerita.

Pregunta 1.- ¿Posee usted o su familia un automóvil??

Si () No ()

Pregunta 2.- ¿Ha alquilado un automóvil u otro medio de transporte en los últimos 3 meses?

Si () No ()

Pregunta 3.- ¿Si en algún momento necesitaría trasportarse usted alquilaría un auto u otro medio de transporte?

Si () No ()

Pregunta 4.- ¿En qué parte de la ciudad vive?

El limón () Zamora ()
Cumbaratza () Tunantza ()
Otros ()

Pregunta 5.- ¿Con que frecuencia a utilizado este servicio de alquiler de vehículos?

Diariamente () 1 vez a la semana ()
2 vez a la semana () Más 2 veces semana ()
Otros ()

Pregunta 6.- ¿Donde usted alquila un vehículo?

Zamora () Loja ()
Cuenca () Otros ()

Pregunta 7.- ¿A que le daría más importancia al momento de elegir una empresa de alquiler de vehículos?

Precios ()

Calidad del servicio ()
Forma de pago ()

Pregunta 8.- ¿Cuánto pagaría por el alquiler de un auto?

\$50 ()
\$70 ()
Más de \$ 70 ()

Pregunta 9.- ¿Si en la ciudad de Zamora se creara una empres de este servicio, usted lo contrataría?

Si () No ()

Pregunta 10.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer el nuevo servicio?

Facebook () La radio () Perifoneo ()
Gigantografias () hojas volante () Prensa escrita ()
Otros ()

Gracias por su colaboración.

Anexo N°2


Proforma de vehículos

Mirasol
LA COMERCIALIZADORA

CHEVROLET  SIEMPRE CONTIGO

FACTURA PROFORMA



SEÑORES: Dario González Novillo
MARCA: CHEVROLET
MODELO: SAIL STD 4P 4X2 TM
COLORES: 

MOTOR: Tipo 4 cilindros en Línea C14 DOHC
 Cilindraje 1400 cc
 Potencia Máxima 105 HP/5000 RPM
 Torque Máximo 131 @ 4200

SISTEMA DE COMBUSTIBLE: Tipo Inyección electrónica multipunto MPFI
 Capacidad de tanque 20,00 galones
 Tracción en las dos ruedas (4x2)

TRANSMISION: DELANTERA
 Manual 5 velocidades
 Frenos Servo asistidos

SUSPENSION: DELANTERA Macpherson
 POSTERIOR Twist

SISTEMA DE FRENOS: POSTERIOR
 Tipo Disco
 Disco ventilado 9 Vias, sensor de oxígeno

EQUIPAMIENTO AROS MAGNECIO RIN14
 NEBLINEROS
 VIDRIOS ELECTRICOS DELANTEROS
 RETROVISORES ELCTRICOS
 DOBLE AIRBAG
 FAROS DE PROYECCION
 TACOMETRO DIGITAL

VALOR VEHICULO	34000	VALOR ENTRADA:	5000
DESCUENTO:	200	CUOTAS 24 MESES	648.20
TOTAL	34000	CUOTAS 36 MESES	478.07
		CUOTAS 48 MESES	395.79
		CUOTAS 60 MESES	347.15

Todos las cuotas están incluidos seguro y rastreo satelital durante todo el tiempo de financiamiento

- Atentamente

JUAN ANTONIO CORDOVA
 ASESOR COMERCIAL MIRASOL LOJA

CIENCA - Av. España 2-114 - Telf: (07) 263-9668 - Fax: (07) 263-9679 - 263-4787 - www.mirasol.com.ec
 LOJA - Av. Iñestro Azate s/n y Juan José Flores - Comercial - (07) 257-1791 - Fax: (07) 257-7149
 AZUAGUAS - Av. 24 de Mayo y Augusto García - (s/n) - Telfs: 294-2754 - 294-2643 - Fax: (07) 294-2985

Anexo N°3

Proforma mobiliario

JENARC MUEBLES
Luis Alfredo Morillo Ortiz
C.R. 1000000001
N° 000000377

PROFORMA

Nombre: *Dania Gonzalez Morillo*
C.I.: *020430609*
Dirección: *Zamora* Fecha: *23 de 2016*

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Escritorio Rodulor	225,-	225,-
1	Juego de Sillas Rodular	262,-	262,-
1	Sillas Giratorias	113,-	113,-
2	Sillas de Rodeta y Cuero	95,-	190,-

Total: *403,-*

ICB: *108,-*

Total con ICB: *1011,-*

[Firma]

Anexo N°4

Proforma sistema de seguridad

Jholy Tralda Ocampo Márquez
Laboratorios de Cómputo

RUC: 190029082601
FACTURA
001 - 001 -
000002299
AUTORIZACION S.R.L.
1114396434

DIRECCION: Banco N° de Autorización: 001 - El domicilio de: Oficina y Sede de Or: Cuzco 2000 310
ZAMORA CH - PERU

Dir: **Carlos Gonzalez Haillo**
Tel: **070 43 80609** (línea de atención al cliente)
Dirección: **Zamora**

FECHA DE EMISION: Zam 15 06 2015

CANT	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Sistema camera de Seguridad	840,-	840,-

IMPORTE TOTAL: \$ 840,-
DESCUENTO: \$
V. IVA 2%: \$
V. IVA 10%: \$
IVA 12%: \$ 100,-
TOTAL: \$ 940,-

FECHA DE EMISION: 24 - FEBRERO - 2015

SON:

FIRMA AUTORIZADA:

FIRMA DEL CLIENTE:

Anexo N°4

Proforma equipos de computo

Jholy Tralda Ocampo Márquez
Laboratorios de Cómputo

Dirección Matriz:
 Barrio 10 de Noviembre - Calle Francisco de
 Orellana - Sector de Cr... - Telef 2600 519
 SANORACHA - ECUADOR



RUC 1900292808001
FACTURA
001 - 001 -
000002298
AUTORIZACION S.R.L.
1114398434

Cliente: **Davío González Navillo**
 RUC: **0704380609**
 Dirección: **Zamora**

DIRECCIÓN REGIONAL DE
 CONTROL DE PRECIOS DE BIENES
 CONTROL DE PRECIOS DE BIENES
 CONTROL DE PRECIOS DE BIENES
Zamora 15 06 2016

CANT	DETALLE	V. UNIT	V. TOTAL
1	Impresora Canon 280	58,-	58,-
1	Computador de Escritorio	759,-	759,-
1	Computador laptop	1000,-	1000,-
1	Camara fotografica	250,-	250,-

SUBSECTOR DE PRECIOS DE BIENES
 REGISTRO EN EL SECTOR DE PRECIOS DE BIENES
 Ley Orgánica del 24 de FEBRERO de 2014. Del 0002201 al 0002299
 Válido 24 - FEBRERO - 2015
 SON:

FIRMA AUTORIZADA
 FIRMA CLIENTE

SUBTOTAL \$ **2067,-**
 DESCUENTO \$
 V. IVA 2% \$
 V. IVA 12% \$
 IVA 12% \$ **248,-**
 TOTAL \$ **2315,-**

Anexo N°5

Precio de alquiler del mercado actual

CARACTERÍSTICAS Y PRECIOS

*Economico**



Chevrolet Spark
Diario con kilometraje libre:
\$ 36,81



\$ 34,51

Diario con 120 Kmts
RESERVE YA!



Kia Picanto
Diario con kilometraje libre:
\$ 36,81



\$ 34,51

Diario con 120 Kmts
RESERVE YA!

*Intermedio**



Chevrolet Optra Advance
Diario con kilometraje libre:
\$ 57,51



Diario con 120 Kmts
RESERVE YA!



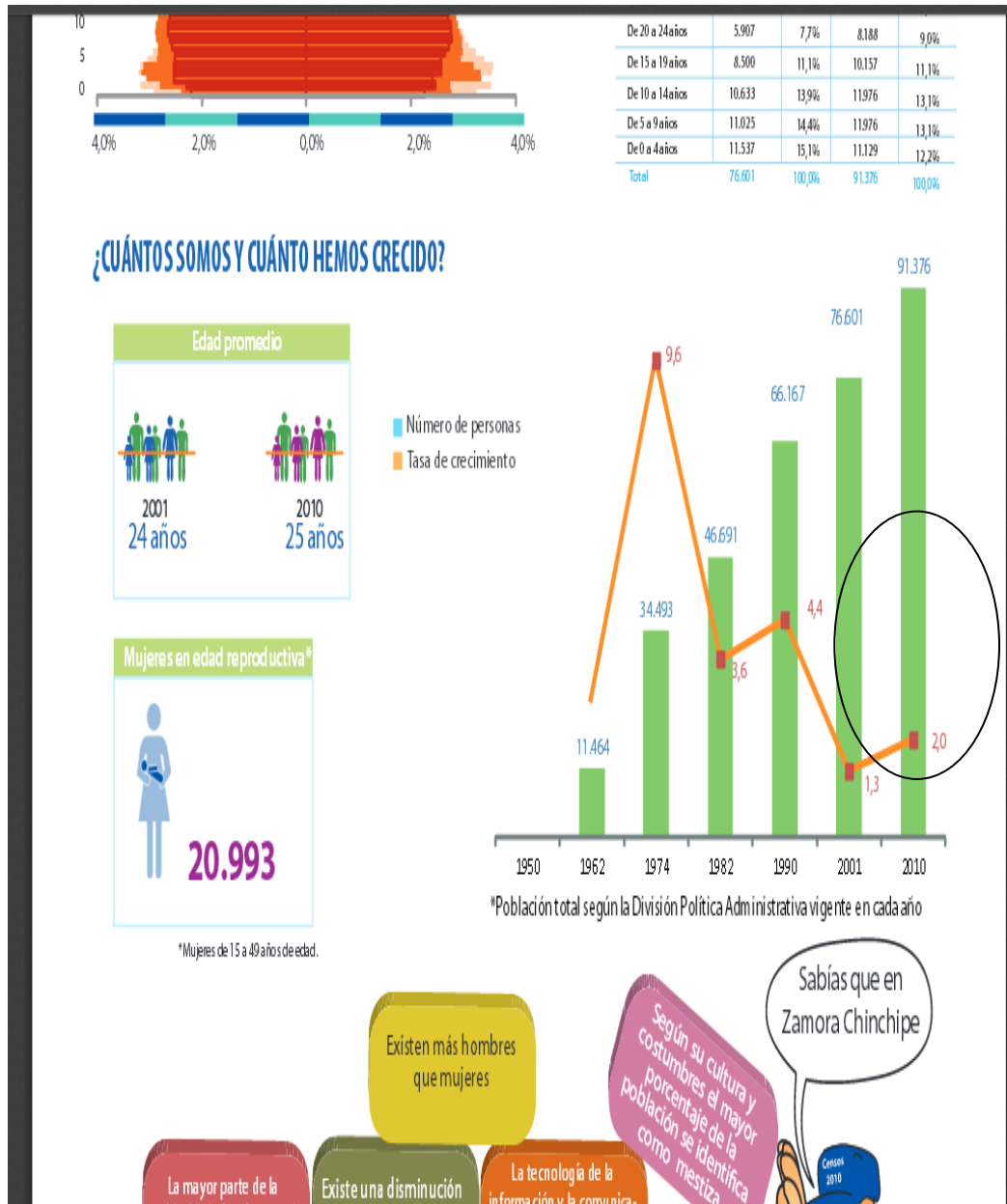
Hyundai Accent
Diario con kilometraje libre:
\$ 51,751



Diario con 120 Kmts
RESERVE YA!

Anexo N°6

Tasa de crecimiento 2%



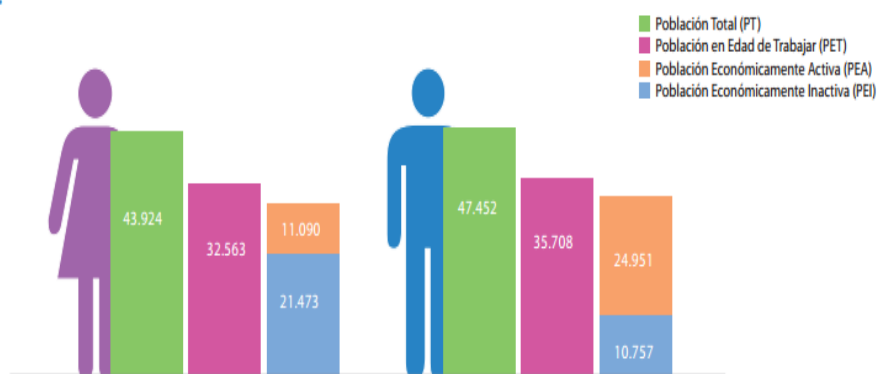
Anexo N°7

Población Económicamente Activa

03

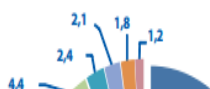
Actividades económicas de la población

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA?



* La Población en Edad de Trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

¿EN QUÉ TRABAJAN LOS HABITANTES DE ZAMORA CHINCHIPE?



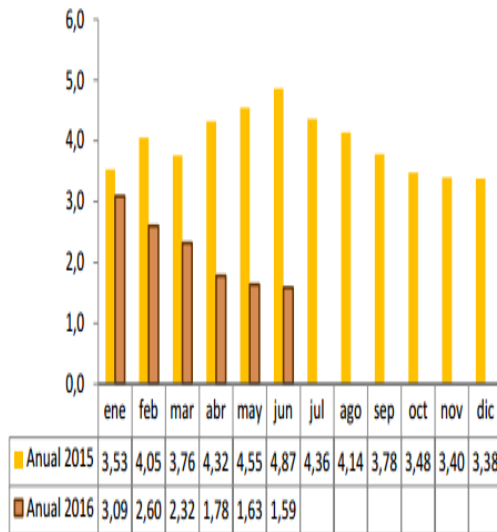
Anexo N°7

INFLACIÓN ANUAL



INFLACIÓN ANUAL DEL IPC Y POR DIVISIONES DE CONSUMO

(Porcentajes, 2015-2016)



La inflación anual de junio de 2016 fue de 1.59%, porcentaje inferior al de igual mes de 2015 (4.87%). Por divisiones de consumo, en 8 agrupaciones se registró inflación siendo el mayor el de *bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes*; de otro lado, en *prendas de vestir y calzado* y en otras 3 agrupaciones se registró deflación (gráfico inferior).

PONDERACIÓN



INFLACIÓN



PAGINA PRINCIPAL » Comparación de Tasa de interés pasiva frente a Encuesta mensual de opinión empresarial (EMOE)

Comparación de Tasa de interés pasiva frente a Encuesta mensual de opinión empresarial (EMOE)



Seleccione otro indicador

	pasiva	emoe
2016-01-31	5.62	
2016-02-29	5.83	
2016-03-31	5.95	
2016-04-30	5.85	
2016-05-31	5.47	

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	46
f. RESULTADOS	51
g DISCUSIÓN	62
h. CONCLUSIONES	125
i. RECOMENDACIONES.....	128
j. BIBLIOGRAFÍA	129
k. ANEXOS	131
INDICE	141g