



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE COURIER EN
LA PROVINCIA DE EL ORO”**

AUTORES:

*Tesis previa a optar el Grado
de Ingeniero Comercial.*

Karla Jassmin León Campoverde

Cristian Enrique Castro Campoverde

DIRECTOR

Ing. LEONSO PALADINES RAMÍREZ

Loja - Ecuador

2012

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Leonso Paladines Ramírez Mg. Sc.

Certifica.-

Haber dirigido la presente Tesis de Grado titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE COURIER EN LA PROVINCIA DE EL ORO”** realizada por los aspirantes **Karla Jassmin León Campoverde y Cristian Enrique Castro Campoverde** previa la obtención del título de **Ingenieros Comerciales** la cual ha sido analizada y revisada en todas sus partes. Por lo que autorizo su presentación.

Loja, 28 Febrero del 2012.

Ing. Com. Leonso Paladines Ramírez Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Todos los conceptos, análisis, definiciones conclusiones y recomendaciones vertidos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

.....

Karla Jassmin León Campoverde

.....

Cristian Enrique Castro Campoverde

AGRADECIMIENTO

Al llegar a la finalización de este trabajo investigativo, el mismo que ha sido producto de dedicación y esfuerzo, agradecemos especialmente a la Universidad Nacional de Loja, por habernos permitido a través de su Sistema Académico SAMOT, formarnos como profesionales en Ingeniería Comercial, a la Autoridades del Área Jurídica Social y Administrativa, a la Coordinadora de la Carrera de Administración de Empresas, a nuestros Docentes quienes impartieron conocimientos en cada uno de los módulos; y, a todos quienes han participado en nuestro proceso de formación.

Un agradecimiento especial a nuestro Director de Tesis Ing. Com. Leonso Paladines Ramírez Mg. Sc., quién constantemente nos ha ilustrado con sus conocimientos para el desarrollo del presente trabajo.

A nuestra familia por habernos brindado su apoyo y a la vez su comprensión en todo el tiempo de nuestros estudios.

Los Autores.

DEDICATORIA.

Con el profundo sentimiento de gratitud para mis padres, Enrique y Teresita, a mi tía Carmita y mi primo Mauricio por el apoyo brindado en mis estudios y en especial a esas tres personitas que ahora son parte importante de mi vida Jassmin, Jahir y Samantha, va dedicado éste trabajo investigativo el mismo que fue realizado con mucho empeño y esfuerzo, para ellos con mucho cariño.

Cristian Castro C.

A mis padres César y Lupe, por todo el amor y el apoyo que siempre me brindan, quienes me inculcaron el valor del estudio, siempre creyeron en mi y que siempre han sido ejemplo de vida.

A mis hermanos, por confiar en mí y por darme aliento para la ardua tarea de caminar hacia la perspectiva de cumplir todas mis metas, a mi esposo Cristian por el apoyo brindado y sobre todo a mis hijos Jahir y Samantha que son la razón de mi existencia.

Jassmin León C..

TEMA

a. TEMA.

***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE COURIER EN
LA PROVINCIA DE EL ORO”***

RESUMEN

b. RESUMEN

La nueva posibilidad de invertir en un proyecto rentable es un atractivo para los inversionistas y visionarios empresarios orenses quienes van a coadyuvar la reactivación del aparato productivo de la Provincia de El Oro especialmente en la ciudad de Huaquillas. Por lo tanto este trabajo de investigación se desarrolló en la ciudad de Huaquillas con el objetivo de implementar una empresa de servicio de Courier en la Provincia de El Oro.

El Presente proyecto de factibilidad ha requerido de mucho esfuerzo y dedicación de sus autores y el apoyo del director de tesis, así como el estudio adecuado de cada una de las fases que componen la presente investigación.

En el desarrollo de la presente tesis tenemos cuatro puntos: primero hacemos referencia a la introducción general del proyecto, segundo se escribe la metodología utilizada, tercero se exponen y se discuten los resultados obtenidos; y, por último se realiza las conclusiones y recomendaciones para un mejor funcionamiento de la empresa.

La metodología elaborada en la presente tesis, explica las técnicas de información y métodos de investigación que evidentemente han sido de gran ayuda para lograr obtener los resultados esperados.

En el estudio de mercado se ha realizado 399 encuestas en los ocho cantones principales de la provincia orense, Machala, Arenillas, Sta.

Rosa, Huaquillas, etc, las cuales nos ha permitido determinar la demanda y oferta; por lo tanto:

La Demanda Potencial es: sobres: 37207; paquetes: 88151; y, bultos: 102639.

La Demanda Real es: sobres: 34899; paquetes: 106807; y, bultos: 64039.

La Demanda Efectiva es: sobres: 22895; paquetes: 56360; y, bultos: 64942.

La Oferta del servicio es: sobres: 62455; paquetes: 414639; y, bultos: 2452135.

La proyección de la demanda a atender para el primer año:

Sobres: 48727; paquetes: 1647789; y, bultos: 13570380.

Tenemos el 53.93% de aceptación de una población económicamente activa en familias.

En el estudio técnico se determinó la capacidad a cubrir de nuestro proyecto, el cual está diseñado para cinco años de vida útil, por lo que la empresa utilizará 259.200.000 gramos de la capacidad instalada para el primer año.

La empresa estará ubicada en el parque industrial de la ciudad de Huaquillas sitio que tiene todos los componentes necesarios para el éxito del funcionamiento de la empresa.

Con respecto al tamaño, localización de la planta se adjunta un plano de la distribución física de la empresa.

En cuanto al estudio financiero se presenta la inversión (USD.\$76.760,64) y financiamiento en el cual se estableció los costos, ingresos distribución de utilidades, uso de fondos y el punto de equilibrio; a más de ello se realiza la evaluación financiera que permite determinar si es aconsejable o no la implementación de la empresa.

Dentro de la Evaluación Financiera se ha obtenido una tasa de Inflación del 3.23%, con una Tasa Interna de Retorno del 66,14% dando una Relación Beneficio Costo de 0.34 centavos, por cada dólar.

En cuanto al periodo de recuperación del capital es de 3 años, 10 meses.

El análisis de sensibilidad se lo realizó con la disminución de 5.26% en los ingresos obteniendo como resultado un 0.079% a la disminución de los ingresos no es sensible; y, en el incremento de los costos con un 7% ya que como resultado se obtuvo 0,327 % lo que significa que el proyecto es sensible a los cambios y el proyecto es viable y factible.

Seguidamente se desarrolla la organización legal, administrativa y estructural en la cual se recalcan los niveles jerárquicos como:

El nivel legislativo, nivel ejecutivo, nivel asesor, nivel auxiliar, nivel operativo.

Dentro de la distribución del personal estará de acuerdo a sus responsabilidades y requisitos de ingreso ya que seguidamente se incluye el manual de funciones de cada uno.

Finalmente se llega a establecer las conclusiones y recomendaciones ya que esta coinciden en la factibilidad del proyecto que se espera ejecutarlo a corto plazo y profesionalmente.

SUMMARY

The new possibility of investing in a profitable project is attractive to investors and business visionaries who will contribute Orenses the reactivation of the productive apparatus of the province of El Oro especially the city of Huaquillas. Therefore this research was conducted in the city of Huaquillas in order to implement a courier service company in the province of El Oro.

Present feasibility project has required much effort and dedication of its authors and supervisor support, and adequate study of each of the phases in this investigation.

In developing this thesis we have four points: first we refer to the introduction of the project, second to write the methodology used, third presents and discusses the results, finally we conclude and recommend it for the better functioning of the company.

The methodology developed in this thesis, explains the techniques of information and research methods that have obviously been of great help to meet the outcomes expected.

In the study of market surveys conducted in 399 different counties in the province Orense, Machala, Arenillas, Sta. Rosa, Huaquillas which allowed us to determine the demand and supply, therefore;

The potential demand is: envelopes: 37207; packages: 88151; and bulk: 102639.

The Real demand is: envelopes: 34899; packages: 106807; and bulk: 64039.

The Effective demand is: envelopes: 22895; packages: 56360; and bulk: 64942.

The supply of the service is: envelopes: 62455; packages: 414639; and bulk: 2452135.

The projection of demand to meet for the first year: envelopes: 48727; packages: 1647789; and bulk: 13570380.

We have the 53.93% of acceptance of a population economically active families.

The technical study identified capacity to cover our project, which is designed for five years of life, so the company will use 259.200.000 grams of capacity installed for the first year.

The technical study investigated the ability to meet our project, which is designed for five-year lifespan, so the company used 259.200.000 grams installed capacity for the first year.

The company will be located in the industrial park of the city of Huaquillas site that has all the components necessary for the successful operation of the company.

With respect to size, location of the plant is attached a map of the physical distribution of the company

Regarding the study presents financial investment (USD. \$ 76.760,64) and funding which established the costs, income distribution of profits, use of funds and the balance point, over this financial assessment is done for determining whether it is advisable or not the implementation of the company.

Within the Financial Assessment have an inflation rate of 3.23%, with an

internal rate of return of 66.14% giving a benefit cost of 0.34 cents for every dollar.

As for the capital recovery period is 3 years 10 months.

The sensitivity analysis was performed with the decrease of 5.26% in revenues which resulted in a 0.079% decrease in income is not sensitive and the cost increases with 7% and as a result was obtained 0.327% meaning that the project is sensitive to changes and the project is viable and feasible.

Then the organization develops legal, administrative and structural stress in which the hierarchy as:

The executive level, level advisor, aux level, operational level.

Within the distribution of staff will agree to their responsibilities and admission requirements and which then included the operating functions of each staff.

Finally you get to establish findings and recommendations and agree that the feasibility of the project is expected to run short-term and professionally.

INTRODUCCION

c. INTRODUCCIÓN

La política comercial del Ecuador está normada por la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -Lexi- aprobada por el Congreso Nacional el 22 de mayo de 1997, que promueve y permite la inversión con responsabilidad social, llevando un mecanismo colectivo orientado a transformar recursos en acciones y aportes en empresas seleccionadas que ofrezcan la expectativa de altos rendimientos y que se desenvuelvan en sectores con potencial de desarrollo económico.

Las empresas ecuatorianas y oreñenses han tenido que enfrentarse a varios obstáculos en su esfuerzo de desarrollar los emprendimientos en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) como en las industrias.

Estas empresas han sorteado algunos obstáculos como la falta de acceso a facilidades de crédito para las PYMES, la falta de políticas claras de comercio exterior, la carencia de acuerdos bilaterales de comercialización, la inestabilidad económica, política interna y social han creado un riesgo más alto para las inversiones y la rentabilidad, disminuyendo aun más la falta de oportunidades de desarrollo sostenible de las empresas como los pequeños negocios en nuestro entorno oreño.

En vista de esta situación, y con el objetivo de cambiar este panorama pesimista para los empresarios de la Provincia de El Oro, se ha considerado la innovación, la creatividad y el conocimiento, como herramientas estratégicas empresariales que deban aceptarse como premisa para modificar principios y lineamientos administrativos que

respondan a una renovación indispensable que en base de una visión, estrategias, tácticas y la operatividad se puedan posicionar con sus productos y servicios en los mercados locales de modo que promueva nuevas oportunidades de crecimiento sostenible.

En la actualidad el fomento de la creación de nuevas empresas en la región costera orense es indispensable, pues el sector empresarial y especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresa, contribuye de manera significativa en la absorción de empleo, innovación tecnológica, ampliación de mercados, etc.

El presente trabajo investigativo está sujeto a las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo que contiene: Resumen, Introducción, Revisión de Literatura, Materiales, Métodos, Resultados, Discusión, Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía, Anexos y el Índice.

Con el proyecto de crear una empresa de Courier constituye un aporte y beneficio para la ciudadanía orense; por ello el tema de estudio que se ha planteado es:

“Proyecto de factibilidad para la Creación de una Empresa de Servicios de Courier en la Provincia de El Oro”

Para este trabajo se ha realizado un Estudio de Mercado que permite identificar la oferta y la demanda del servicio a ofrecerse para luego poder encontrar la demanda insatisfecha y los comportamientos del mercado.

Dentro del Estudio Técnico está fundamentado con la recolección de información de campo y examinando por medio de modelos matemáticos, el cual nos ha permitido determinar el tamaño y la ubicación de la empresa, su capacidad y su proceso productivo así como los suministros requeridos.

En la organización legal administrativa y estructural se indica los niveles jerárquicos necesarios para este proyecto además de la distribución del personal dejando bien claro las responsabilidades y requisitos de cada puesto.

Se hace referencia a las inversiones y financiamiento estableciendo los costos, ingresos, distribución de utilidades, fuente y uso de fondos, estados financieros flujo de caja entre otros cálculos necesarios.

Con estos antecedentes se ha procedido a realizar la evaluación financiera de proyecto mediante la utilización de algunos indicadores financieros como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo, recuperación del capital y el análisis de sensibilidad que se hace constar dentro de la evaluación financiera.

Una vez aplicados los instrumentos de investigación y realizados los estudios de viabilidad de proyecto se determinó la factibilidad del mismo.

Finalmente se presentan las conclusiones a las que se llegó a definir dentro del análisis del grupo de investigación para luego establecer algunas recomendaciones que se hacen a las personas que estén interesadas en este tema de investigación.

REVISIÓN DE LITERATURA

d.- REVISION DE LITERATURA

1 Reseña del Servicio de Courier o Mensajería en el Ecuador.

La actividad se inicia a principios de los setenta, con tres o cuatro compañías dedicadas al servicio postal a nivel regional, provincial y nacional y de carga aérea, al no haber legislación específica, realizaban sus operaciones solo bajo la legislación aduanera de la época, que no estaba muy clara ni reconocía esta actividad.

Desde el punto de vista aduanero, la Ley de Aduanas aplicable en ese momento era la aprobada mediante el decreto Ley 20165 del 2 de octubre de 1972 y que se debía entrar en vigencia el 1ro. de julio de 1974, sin embargo mediante el Decreto Ley 20747 se postergo la entrada en vigencia hasta el 1ro. de enero de 1975.

Ni en las definiciones contenidas en el Art. 1ro. ni en ninguna otra parte se menciona siquiera la modalidad del transporte, ni ningún tratamiento preferencial por la naturaleza urgente del contenido, lo que más se acercaba eran: que su Art. No. 66 decía: El tráfico Postal se regirá por las disposiciones del Convenio Postal Universal y los reglamentos respectivos.

El Art. No. 84 decía:

No será necesaria la presentación de factura comercial ni la intervención de agente de aduana, en las importaciones que no tengan carácter mercantil, tales como muestras en cantidad reducida y otras que señale el Reglamento.

En la actualidad se cuenta con su propio ordenamiento legal.

1.1. Definición del Servicio

Concesión del servicio postal y Courier, es el acto jurídico mediante el cual el estado otorga a una persona natural o jurídica, nacional o extranjera la facultad de prestar servicio postal, en un área determinada. Es aquel que comprende la admisión, transporte y entrega de envíos postales así como la prestación de otros servicios calificados como postales.

Como se puede apreciar las definiciones se basan en que es un servicio postal y específicamente: Tipos de correspondencia desde el punto de vista postal:

1.2. Clasificación.

Cartas. Impresos, Cecogramas, Pequeños Paquetes Encomiendas
Descripción Comunicación actual entre dos personas es secreta e inviolable Reproducciones o documentos impresos en sobre o envoltura con peso de 5 Kg, carta con símbolos leídos para personas no videntes Paquetes de bienes cuyo peso no debe exceder de 2 Kg.

Envío postal cuyo peso unitario no debe ser menor de 2 Kg. ni mayor de 30 Kg.

1.3. Decreto Legislativo 685 y la Ley General de Aduanas.

El servicio postal comprende la admisión, transporte y entrega de los envíos de correspondencia tales como: cartas, tarjetas postales,

impresos, cecogramas, pequeños paquetes y encomiendas, así como las prestación de servicios postales de valores y otros calificados como postales por las normas pertinentes, con sujeción a los dispositivos vigentes y a lo establecido en los Convenios y Acuerdos Internacionales que El Ecuador haya ratificado.

Las empresas Courier, conjuntamente con la empresa nacional de Correos se definen como un régimen aduanero particular o de excepción. Se dedican al transporte de paquetería, bultos, y mercancías que no sean de prohibida transportación. El monto máximo es USD 4000.

Son una modalidad de correos rápidos de bienes y deben sujetarse a la de control de la Superintendencia de Compañías. No tienen capacidad reglamentaria para transportar dinero físico.

1.4. Marco legal Convenio Postal Universal.

Envío de cartas, tarjetas postales, diarios, publicaciones periódicas, libros, folletos, otros impresos, cecogramas y pequeños paquetes de hasta 7 kg; y, sacas especiales que contengan esos mismos bienes de Hasta 30 kg.

a. Ley Orgánica de Transporte de encomiendas y valores declarados, respecto al Tráfico Postal y Correo Rápidos:

Los envíos o paquetes postales, cuyo valor no exceda el límite que se establece en el Reglamento de la LOA, transportados por cualquier clase de correo, incluidos los denominados correos rápidos, se despacharán por las empresas estatales como privadas mediante formalidades simplificadas.

Marco legal

Reglamento General a la LOA.

Restricción: no debe implicar el transporte de mercaderías de prohibida importación.

La CAE llevará registro de las empresas dedicadas al tráfico postal internacional y correos rápidos y exigirá cumplimiento de los trámites aduaneros.

b.- Reglamento CAE (Reglamento Específico sobre las Regulaciones Aduaneras

Estarán sujetas las Empresas de Tráfico Postal Internacional y Correos rápidos o Courier):

Garantía por USD 30.000 a favor de la CAE

Prohibición de importar o exportar mercancías expresamente prohibidas por la legislación vigente.

Prohibición de transportar dinero en efectivo. Se informará al CONSEP

c.- Marco legal Ley de Compañías.

Las empresas Courier domiciliadas en el país deben constituirse al amparo de esta Ley y presentar sus balances de situación a la Superintendencia de Compañías. Estas están explícitamente autorizadas para realizar transferencias y giros, además de transportar mercancías, lo que les habilita para realizar actividades de recepción y envío de dinero hacia y desde el Ecuador. Desarrollo de la actividad Courier en el país.

- **Registros de la Superintendencia de Compañías:**

232 empresas Courier legalmente constituidas en el país; 140 activas

- Registros de Correos nacionales.

La Super-intendencia de Compañías con una lista actualizada con 62 empresas Courier.

Solo dispone de información del número de paquetes ingresados, no del número de paquetes Courier enviados al exterior (exportación).

La mayoría de los paquetes no estarían valorados, (no siempre se declara el valor del contenido de los paquetes.

CAE: está desarrollando un Proyecto Piloto a nivel nacional para mejorar la eficiencia de los procedimientos aduaneros y obtener estadísticas más completas de esta actividad.

1.4.1 Clasificación de las actividades actuales Postal y de Courier, Mensajería.

En nuestro país Ecuador se sigue la clasificación que hace el CIIU y por formar parte de la legislación nacional se ajusta a Ley, sería una contravención a la ley, clasificarlo en otro lugar, primero porque no existe y segundo porque aun no hay una política para clasificarla como una actividad específica, pues según el concepto moderno incluye a una serie de servicios conexos ,que pueden ser considerados como un nuevo servicio o como un clúster de servicios, que tampoco está reconocido por el CIIU.

1.5. La Provincia de El Oro.

Se encuentra ubicada en el extremo sur occidental del Ecuador tiene una superficie de 5791.85 km² que representa el 2.15% de la superficie nacional.

Una parte del territorio provincial se localiza en las faldas de las estribaciones de la cordillera Occidental de los Andes y la otra mayoritaria en la Región Costa y una tercera en la Región Costa.

La capital provincial es Machala conocida a nivel mundial como *LA CAPITAL BANANERA DEL MUNDO*, con un enorme potencial turístico de relieve mundial que tiene una diversidad ecológica, cultural, producción, playas y manglares exuberantes como también minas de oro y plata, sus milenarios recursos arqueológico permiten considerar a esta provincia con capacidad de impulsar el crecimiento económico y el desarrollo provincial en condiciones más ventajosas y equilibradas.

La provincia de El Oro mantiene un intenso movimiento comercial, económico y financiero producido por sus transacciones bananeras, agrícolas, industriales, mineras y turísticas.

El primer asentamiento humano fue conocido como los Machals o los Machala es de allí proviene su nombre.

Su cantonización es el 25 de Junio de 1824, la fiesta patronal se rinde homenaje a La Virgen de las Mercedes el 24 de Septiembre.

Tiene una superficie de 2.400 Hectáreas, su Altura es de 6msnm, el Clima 22 a 30 grados, su Población es de 230.784 habitantes aproximadamente.

- **Actividades Económicas:** Agricultura, Acuicultura, Exportación y Comercio.

Puerto Bolívar es su atractivo turístico como el puerto más importante del Ecuador, de su puerto salen embarcaciones llevando miles de toneladas de fruta, especialmente banano, con destino a diferentes continentes.

Se realiza la Feria Mundial del Banano en nuestra ciudad debido a que se nos conoce como la Capital Bananera del Mundo en esta famosa feria participan las candidatas al Reinado de países productores y/o compradores de la fruta como Perú, Costa Rica, Colombia, Venezuela, México, Paraguay, Uruguay, Bolivia, Brasil, Argentina, Guatemala, Panamá, República Dominicana, El Salvador, Honduras, Ecuador.

Recordar es tener presente las vivencias de un proceso histórico, pequeños fragmentos del tiempo vividos por los pueblos junto a sus habitantes, recogidos y seleccionados cuidadosamente en la memoria para utilizarlos como fuente de motivación afectiva o sentimental. Machala es la ciudad más activa, dinámica y progresista de El Oro, concentra el 40% de la población y provincial y la fluidez del comercio y de las principales actividades productivas y culturales.

Tiene orígenes mayas y registra una ejemplar participación en la trayectoria del país, desde las épocas del antiguo reino de Quito; por las oscuras noches del colonialismo español, a través de las jornadas independentistas y en el desenvolvimiento republicano; hasta las jornadas contemporáneas orientadas a defender la soberanía y consolidar la democracia.

Es cabecera del cantón que lleva su mismo nombre, por mandato de la primera Ley de División Territorial de lo hoy es República del Ecuador, promulgada el 25 de Junio de 1824 por Francisco de Paula Santander, cuando ya libres de España, la heredad quiteña formaba parte de la gran Colombia Luego a partir del 23 de abril de 1884, adquiere la jerarquía político-administrativa de capital provincial, cuando se crea la jurisdicción de El Oro.

El 24 de Septiembre de todos los años, celebra la Feria del principal producto de exportación, en cuyo contexto se elige la Reina Mundial del Banano, evento que atrae hermosas participantes de las naciones de América y de otros Continentes que cultivan y venden esa exquisita fruta de alto valor nutricional, la infraestructura hotelera es moderna, cómoda y suficiente para albergar a los turistas y visitantes que llegan desde diferentes puntos del orbe.

Cerca de Puerto Bolívar, a quince minutos de navegación, se hallan las playas de Jambelí, uno de los más atractivos y seguros balnearios de la Costa Ecuatoriana, por su gran movimiento económico Machala es también sede de una red de instituciones financieras en representación de casi todos los bancos privados del País.

MACHALA, capital de la provincia de El Oro, con una extensión territorial de 349.9 Km². sus actividades económicas más importantes se desarrollan alrededor de la producción, mercadeo y exportación de banano, cacao y camarón.

La ciudad de Machala, concentra el mayor movimiento monetario del sur occidente del Ecuador, esta actividad ha permitido el rápido crecimiento bancario privado, basado en la exportación de banano que representa el mayor porcentaje del comercio internacional de productos primarios del Ecuador.

Las empresas de transportación y recepción de encomiendas, paqueterías y valores están ubicadas en Machala por sus características geográficas, comerciales, turísticas, financieras, burocráticas y sociales.

Las pocas empresas de correo privado en la Provincia de El Oro asentada mayoritariamente en la capital Machala son: Correos de el Ecuador, Sevientrega D.H.L, Money- Money Courier, Flash-Entrega entre las más importantes, que lamentablemente no tienen cobertura en Huaquillas por lo tanto no cubren la demanda y las diversas necesidades a satisfacción de los clientes y usuarios de esta población.

El Cantón Huaquillas se constituye en una zona con mucho potencial turístico exuberante, y su actividad comercial es una característica muy singular pues la mayoría de su desarrollo se debe al intercambio comercial binacional como la relación mercantil provincial.

Como es de conocimiento el transporte de encomiendas, paquetería y de valores en su contexto general cumple con un rol sumamente importante en el desarrollo del cordón fronterizo apoyando a los sectores productivos en sus diferentes actividades dando alterabilidad a su desarrollo en toda la provincia

Las empresas de transportación de encomiendas, valores y servicio de correo postal que llegan a Huaquillas tienen innumerables deficiencias marcadas dado a los altos costos en la entrega y difícil manejo de la cartera de clientes y cobertura del sector.

1.6. PROYECTO DE FACTIBILIDAD

El proyecto es el camino o mecanismo para lograr los objetivos y propósitos generales, las políticas y planes.

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos, la búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recurso que la empresa no es capaz de dar.

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser imitativos.

Un proyecto se lo debe considerar como un factor fundamental para la adopción de las políticas de desarrollo ya que éste forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global de desarrollo.

En la actualidad los habitantes de esta ciudad se dedican al comercio y al intercambio de bienes y servicios con el Perú; así mismo la ciudad tiene gran afluencia de turistas, comerciantes, empresarios camaroneros y

bananeros motivo por el cual su población como iniciativa propia crean empresas para satisfacer ciertas necesidades insatisfechas.

La pujanza de Huaquillas radica en crear negocios y pequeñas empresas a pesar de experimentar ganancias en su diario trajinar, es claro la falta de conocimientos administrativos y financieros,

En los proyectos de inversión es de suma importancia realizar un estudio previo del mercado para conocer si existe oferta y demanda del servicio, para ello se realizan los proyectos de factibilidad, los mismo que nos ayudaran a determinar si es factible la implementación de una nueva empresa o no.

En la ciudad de Huaquillas existen algunas empresas de transporte provincial e interprovincial que se dedican a brindar el servicio de encomiendas aprovechando su servicio principal como es la movilidad y traslado de personas de un lugar a otro como son:

Cifa, Zaracay, Cooperativa Piñas, Cooperativa Nambija, Cooperativa Loja, Servi-Entrega entre otros; las mismas que no satisfacen todos los requerimientos del usuario ya que este solicita mejorar este servicio; motivo por el cual creemos conveniente la creación de una empresa de servicios de recepción y entrega de documentación y paquetería a domicilio desde la ciudad de Huaquillas a las ciudades más importantes y comerciales de la provincia de El Oro para poder satisfacer las necesidades de los clientes con la entrega de paquetería y encomiendas de forma inmediata, segura y oportuna.

1.6.1. ESTUDIO DE MERCADO.

Este estudio determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad, obligando a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar a quien, como y donde se venderá el producto o servicio, de esta manera determinar el comportamiento de la población conociendo cuales son las necesidades, exigencias y preferencias de la comunidad, para posteriormente brindar un servicio eficiente que cubra con todos los requerimientos y exigencias del usuario.

• OBJETIVOS

- Determinar la correcta segmentación a fin de establecer nuestra área de mercado para así poder identificar las necesidades y exigencias de los usuarios brindándoles un servicio eficiente.
- Establecer la Demanda, oferta, demanda Insatisfecha procurando utilizar los recursos necesarios y así brindar un mejor servicio.
- Identificar las necesidades y exigencias de los usuarios con la finalidad de brindar el servicio acorde a sus requerimientos.
- Realizar un estudio detallado de las características del mercado.
- Diseñar estrategias de mercado relacionada a precio, plaza, producto, promoción, publicidad, posicionamiento y post-venta con el fin de lograr un buen posicionamiento en el mercado.

En términos generales el estudio de mercado debe contener los siguientes elementos.

1.6.2 PRODUCTO O SERVICIO PRINCIPAL

Es la descripción detallada del producto o servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características.

Traslado y entrega de encomiendas y paquetería desde Huaquillas.

Este servicio tienen como finalidad satisfacer las necesidades y exigencias relacionadas a la entrega y recepción de encomiendas de forma segura y oportuna logrando así obtener una mayor satisfacción a los usuarios.

Entre los principales sistemas de seguridad tenemos: alarmas, puertas eléctricas, circuito cerrado de TV, etc., los mismos que brindan una mayor protección y tranquilidad a los usuarios. Así mismo tenemos los sistemas de comunicación como son: porteros y centrales telefónicas que permiten que la comunicación sea más rápida y eficiente.

1.6.3 SERVICIOS SUSTITUTOS.

En esta parte debe hacerse una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de las necesidades. Dentro de los servicios sustitutos tenemos las empresas que

brindan los servicios eléctricos (Sistemas de seguridad y comunicación) los cuales no cubren con todos los requerimientos de los usuarios.

1.6.4 SERVICIO COMPLEMENTARIO

Se describe en este punto a los productos que hacen posible que se pueda utilizar el producto principal. Debe considerarse que no todo producto principal necesita de un producto complementario para la satisfacción de las necesidades. Dentro de estos servicios consideramos como complementarios a las herramientas y equipos que se necesitan para poder brindar el servicio eléctrico (sistema de seguridad y Comunicación).

1.6.5 MERCADO.

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto o servicio. Nuestro servicio está dirigido a la ciudadanía de Huaquillas.

1.6.6 DEMANDANTE

Se refiere a quienes van a consumir o utilizar los productos o servicios, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado. Son todos los ciudadanos de Huaquillas que requieren de estos servicios para su necesidad y su seguridad.

2. ESTUDIO DE LA DEMANDA

Es la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado, además nos permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

Para realizar el siguiente estudio tomamos en consideración las necesidades y exigencias de los usuarios para conocer si el servicio ofertado tiene acogida en el mercado

- **INFORMACIÓN BASE.-** Constituye los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recolectados mediante los instrumentos de investigación (encuestas, entrevista, guías de observación, etc.) y con diferentes técnicas (muestreo, constatación física, observación, etc.)

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar la siguiente formulas:

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

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

Donde:

n= Tamaño de Muestra.

N= Población Total.

E= Error experimental.

P= Probabilidad de éxito.

Q= Probabilidad de Fracaso.

Z= Nivel de Confianza.

3 CARACTERISITICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO.- Es el detalle de todas las características del producto o servicio requerido por los usuarios.

3.1 PRESENTACIÓN.- Es la forma de cómo se va a presentar el producto o servicio.

3.2 MARCA: Es un nombre, un sonido, un diseño o un símbolo o toda una combinación de esos tres elementos que sirven para identificar los bienes o servicios de la empresa y lo diferencian de sus competidores.

3.3 LOGOTIPO: Es la parte de la marca que no necesariamente es localizable, en algunos casos puede ser más importante que el nombre de la marca.

4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

4.1. DEMANDA POTENCIAL.- Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real, por ejemplo, para los que ofrecen pañales descartables, las

mujeres embarazadas constituyen una demanda potencial (por el niño que está por venir).

4.2 DEMANDA REAL.- Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque quedaste conforme y a la vez accedisteis al producto) .

4.3 DEMANDA EFECTIVA.- Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esa sería la demanda real.

2.4.4 DEMANDA INSATISFECHA.- Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos comprado una hoja de afeitar y al momento de utilizarla pareciera que hubiese sido reciclado y por consiguiente nos hemos sentido estafados (bueno esta es una demanda insatisfecha).

4.5 ESTUDIO DE LA OFERTA.- Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado y a un precio determinado. Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender (o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida.

4.6 BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA.- La demanda insatisfecha constituye la diferencia entre la oferta y la demanda.

2.5. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Toda estrategia de mercado debe disponer de una mezcla comercial así como de un mercado que se propone conquistar.

5.1 PRODUCTO O SERVICIO.- El primer paso que tenemos que dar, una vez que tenemos nuestra idea de negocio, es definir con exactitud qué tipo de producto o servicio queremos ofrecer. La definición en profundidad de este elemento es esencial ya que a partir de ella se desarrollará el resto de nuestro proyecto.

Podemos decir que, desde el punto de vista del mercado, el producto o servicio es aquello que comprará nuestro cliente.

5.2 PRECIO.- Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

5.3 PLAZA.- En este caso se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

5.4 PROMOCIÓN.- Es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o

recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

5.5 PUBLICIDAD.- Es el recurso más utilizado por las empresas para comercializar sus productos o servicios; es una comunicación masiva, sus mensajes llegan al público de forma rápida y generalizada, permite aunque no de forma inmediata, obtener información que envía al público sobre sus gustos y necesidades, y además la característica de que la publicidad no vende el producto sino que venden las connotaciones del producto.

5.6 POST-VENTA.- Consiste en todos aquellos esfuerzos después de la venta para satisfacer al cliente y, si es posible, asegurar una compra regular o repetida. Una venta no concluye nunca porque la meta es tener siempre al cliente completamente satisfecho. Este es uno de los puntos diferenciales respecto a la competencia.

Un servicio postventa es el último proceso de la espiral de la calidad y garantiza el paso a un nivel superior en cuanto a la calidad.

5.7 POSICIONAMIENTO.- es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

6. COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO O SERVICIO.- La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de una unidad productiva al

consumidor o usuario en condiciones optimas del lugar y tiempo. Es importante conocer que para realizar la comercialización se utilizan los canales de comercialización o distribución que son el camino que siguen los productos de manos del productor al consumidor o usuario final y en función del cual se puede incrementar su valor. Existen varios canales de comercialización que se aplica para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor.

6.1 CANAL DE COMERCIALIZACION.

Productor-Mayorista-Minorista-Consumidor.- Se utiliza este canal cuando se trata de productos de mucha especialización y en donde el mayorista cumple el papel de auxiliar directo de la empresa.

MATERIALES Y METODOS

e) MATERIALES Y MÉTODOS

1 MATERIALES.

En todo el trabajo Investigativo los materiales juegan un papel primordial ya que los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la investigación.

Para la realización del presente trabajo se utilizó lo siguiente:

- Equipos De Oficina
- Calculadora
- Perforadora
- Grapadora.
- Cds.
- *Computadora. *Software Sps.
- *Flash Memory

SUMINISTROS:

- Papel
- Carpetas
- Escritorio
- Esferos
- Borradores.

2 MÉTODOS.

2.1 Método Científico

El método científico es el conjunto de procedimientos y procesos lógicos que sigue la investigación para descubrir las relaciones internas y externas de los procesos de la realidad natural y social.

Este método nos ha permitido determinar la secuencia de los procedimientos del proyecto de tesis y la evaluación de cada uno de los procesos investigados.

2.2 Método Deductivo.

Sirvió para realizar la descripción de los antecedentes generales del servicio a ofrecer y el mercado al que se va a cubrir.

Nos ha ayudado a determinar la problemática y la necesidad de la implementación de la empresa de Courier.

2.3 Método Inductivo.

Permitió conocer cuáles son las causas de mejorar el servicio del courier y de esta forma explicar el porqué del problema a través de una revisión bibliográfica que nos ha servido de base para fundamentar el problema y los objetivos que nos hemos planteado, para después determinar si el proyecto es factible realizarlo.

2.4 Método Analítico - Sintético.

Sirvió para analizar los conceptos expresados, así como también a sintetizar y aclarar estos conceptos para así dar afirmaciones claras y precisas de los temas tratados.

Este método se lo realizó una vez recopilada la información como son:

El estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio financiero y el aspecto administrativo y legal para realizar el análisis de todo lo estructurado anteriormente para proponer alternativas de inversión.

2.5 Método Matemático.

Este método fue empleado exclusivamente en los diferentes cálculos para la obtención de los resultados.

3 TÉCNICAS

3.1 Observación

Este procedimiento fue utilizado para obtener información acerca del comportamiento de la oferta y la demanda del servicio de Courier en los principales cantones de la Provincia de El Oro.

3.2 La Encuesta

Se aplicó 399 encuestas a la población económicamente activa de los cantones más representativos de la Provincia de El Oro, las mismas que permitieron obtener información real sobre la acogida del servicio del courier, además conocer los gustos y preferencias de los encuestados.

3.3 Tamaño de la Muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra se realizó la proyección de la Provincia de El Oro con una tasa del 2.2% en la Provincia de El Oro el cual nos permitió proyectar la población para el 2016 con un resultado de 242.463,27 personas, aclarando que la proyección del PEA de la Provincia de El Oro, se la ha realizado según los Datos del 2001 del INEC, porque aún No tienen los resultados definitivos del último censo realizado en el 2010 por el INEC; y, manifestaron que posiblemente se obtendrán los resultados definitivos a fines del presente año.

Con los datos que se obtuvo de la aplicación de encuestas se procedió a tabular mediante técnicas matemáticas y estadísticas, todos estos datos que permitió determinar un estudio concreto de aceptación de la empresa en creación en la Provincia de El Oro, todos estos datos permitió determinar un estudio de mercado para el Courier.

Además se ha determinado el tamaño de la muestra utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)}$$

En donde:

n= tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población.

1= constante.

$(e)^2$ = margen de error al cuadrado.

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

$$n = \frac{227.996}{1 + (227.996)(0.05)^2}$$

$$n = 399.3$$

n= 399

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

La Empresa de Servicios de Courier en la Provincia de El Oro que se pretende crear, está destinada a satisfacer la demanda a atender de la Provincia de El Oro, esta área de influencia comprende específicamente a la población económicamente activa. Se considera encomienda todo lo que se refiere a cartas, sobres, paquetes, envío de dinero, compras por internet, etc.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA PROVINCIA DE EL ORO

CUADRO Nº 1

CANTONES	PEA 2011	PEA 2012	PEA 2013	PEA 2014	PEA 2015	PEA 2016	# Encuestas
Machala	102324	104575	106876	109227	111630	114086	179
Arenillas	10568	10800	11038	11281	11529	11782	19
El Guabo	19683	2011	205589	21011	21474	21946	34
Huaquillas	18295	18697	19109	19529	19959	20398	32
Pasaje	29233	29876	30533	31205	31892	32593	51
Piñas	9988	10208	10433	10662	10897	11137	18
Sta Rosa	27601	28208	28829	29463	301101	30773	48
Zaruma	10304	10531	10762	10999	11241	11489	18
TOTAL	227996						399

Elaborado: Los Autores

RESULTADOS

f. RESULTADOS

1 Tabulación, Análisis e Interpretación de Resultados

1. ¿Envía Ud. Encomiendas a nivel provincial?.

Cuadro # 2

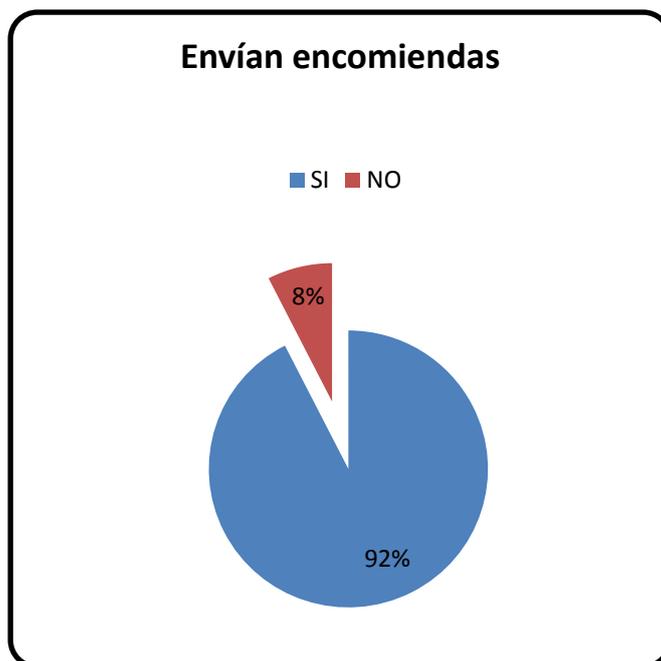
Cantones	Si		No		TOTAL	%
	F	%	F	%		
Machala	170	94,97	9	5,03	179	100,00
Arenillas	15	78,95	4	21,05	19	100,00
El Guabo	30	88,24	4	11,76	34	100,00
Huaquillas	31	96,88	1	3,13	32	100,00
Pasaje	49	96,08	2	3,92	51	100,00
Piñas	17	94,44	1	5,56	18	100,00
Sta Rosa	42	87,50	6	12,50	48	100,00
Zaruma	15	83,33	3	16,67	18	100,00
TOTAL	369	92,48	30	7,52	399	100,00

Fuente: Investigación de Mercados

Elaboración: Autores.

RESUMEN		
Variables	F	%
SI	369	92,48
NO	30	7,52
Total	399	100,00

Gráfico # 1



Para la interpretación de la información, se considera lo siguiente, existe en el cuadro las informaciones específicas sobre cada cantón seleccionado y en la última fila se observa la información general de todos los cantones, entonces, si se quiere conocer la información del cantón Machala por ejemplo, el 94,97% de la población económicamente activa del cantón Machala si envía encomiendas a nivel provincial; en cambio, si se desea saber la información general se tiene que el 92,48% de la población económicamente activa de los cantones (Machala, Arenillas, El Guabo, Huaquillas, Pasaje, Piñas, Santa Rosa y Zaruma) si envía encomiendas a nivel provincial; mientras que el 7,52% no lo hace porque no tiene la necesidad de enviar encomiendas hacia los otros cantones de la provincia.

2. ¿Señale por qué medios realiza el envío de sus encomiendas?

Cuadro # 3

Cantones	Coop de Transporte		Correos Nacionales		Correos Privados		Otros		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	74	43,53	30	17,65	52	30,59	14	8,24	170	100,00
Arenillas	6	40,00	2	13,33	4	26,67	3	20,00	15	100,00
El Guabo	11	36,67	1	3,33	12	40,00	6	20,00	30	100,00
Huaquillas	15	48,39	2	6,45	7	22,58	7	22,58	31	100,00
Pasaje	37	75,51	1	2,04	8	16,33	3	6,12	49	100,00
Piñas	8	47,06	1	5,88	4	23,53	4	23,53	17	100,00
Sta Rosa	21	50,00	5	11,90	9	21,43	7	16,67	42	100,00
Zaruma	5	33,33	4	26,67	2	13,33	4	26,67	15	100,00
TOTAL	177	47,97	46	12,47	98	26,56	48	13,01	369	100,00

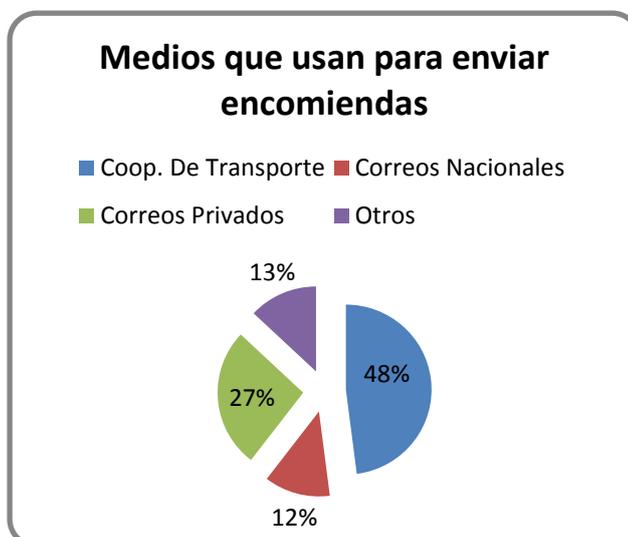
Fuente: Investigación de Mercado

Elaboración: Los autores

RESUMEN

VARIABLES	F	%
Coop. De Transporte	177	47,97
Correos Privados	98	26,56
Otros	48	13,01
Correo Nacional	46	12,47
Total	369	100,00

Grafico Nº 2



Entre los medios que utiliza la población económicamente activa indican: Del cantón Arenillas el 40% utiliza las cooperativas de transporte intercantonal para enviar sus encomiendas hacia los lugares de destino (otros cantones de la provincia), el 13,33% envía a través de correos nacionales porque sus oficinas están en todos los lugares, el 26,67% señala que hace uso de las empresas de correos privados y el 20% indica que para enviar sus encomiendas utiliza otros medios como las amistades, o los usuarios de las cooperativas que les hacen el servicio de llevar las encomiendas.

A nivel de los 7 cantones, en cambio el 47,97% envía a través de las cooperativas de transporte intercantonal, interprovincial porque es cómodo, tiene algunos turnos, porque no cobran mucho, porque existen oficinas en los lugares principales.

El 12,47% prefiere el correo nacional porque está en todas los lugares, porque se dedica sólo a esta actividad y como es empresa pública sus costos son mínimos. El 26,56 % prefiere hacerlo en las empresas privadas porque hay la ventaja que son serias, responsables y también se dedican sólo a esa actividad, por último el 13,01% prefiere en envío a través de amigos, familiares, o pasajeros que se trasladan hacia el lugar que necesitan enviar por ahorrarse el costo del envío.

Como se observa la población económicamente activa tiene preferencias por los distintos medios de envío, y la que mayor preferencia tiene es la de las cooperativas de transporte.

3. ¿Qué tipo de encomiendas envía?

Cuadro # 4

Cantones	Sobres		Paquetes		Bultos		Otros		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	34	20,00	108	63,53	26	15,29	2	1,18	170	100,00
Arenillas	2	13,33	8	53,33	4	26,67	1	6,67	15	100,00
El Guabo	8	26,67	8	26,67	13	43,33	1	3,33	30	100,00
Huaquillas	1	3,23	16	51,61	13	41,94	1	3,23	31	100,00
Pasaje	4	8,16	17	34,69	27	55,10	1	2,04	49	100,00
Piñas	2	11,76	7	41,18	7	41,18	1	5,88	17	100,00
Sta Rosa	8	19,05	18	42,86	15	35,71	1	2,38	42	100,00
Zaruma	2	13,33	5	33,33	7	46,67	1	6,67	15	100,00
TOTAL	61	16,53	187	50,68	112	30,35	9	2,44	369	100,00

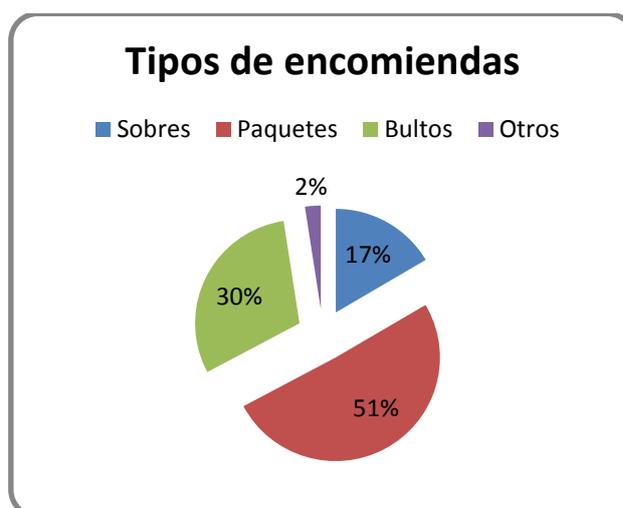
Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: los autores

RESUMEN

VARIABLES	F	%
Paquetes	187	50,68
Bultos	112	30,35
Sobres	61	16,53
Otros	9	2,44
Total	369	100,00

Gráfico # 3



El 50,68% de la PEA manifiesta enviar paquetes (cartones), en cambio el 30,35% indica que envía bultos (sacos), el 16,53% dice enviar sobres, y el 2,44% suele enviar otras encomiendas como: muebles, objetos de decoración, bicicletas, herramientas entre otros.

4. Qué cantidad de sobres envía en el año?

Cuadro # 5

Cantidad de sobres que envían en el año										
Cantones	1 a 10		11 a 20		21 a 30		Más de 30		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	25	73,53	5	14,71	4	11,76	0	0,00	34	100,00
Arenillas	2	100,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	100,00
El Guabo	5	62,50	2	25,00	1	12,50	0	0,00	8	100,00
Huaquillas	0	0,00	1	100,00	0	0,00	0	0,00	1	100,00
Pasaje	2	50,00	2	50,00	0	0,00	0	0,00	4	100,00
Piñas	1	50,00	1	50,00	0	0,00	0	0,00	2	100,00
Sta Rosa	4	50,00	3	37,50	1	12,50	0	0,00	8	100,00
Zaruma	0	0,00	2	100,00	0	0,00	0	0,00	2	100,00
TOTAL	39	63,93	16	26,23	6	9,84	0	0,00	61	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

PROMEDIO CANTIDAD DE SOBRES				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
1 a 10	6	39	234,00	63,93
11 a 20	16	16	256,00	26,23
21 a 30	26	6	490,00	9,84
TOTAL		61	980,00	

$$\bar{x} = \frac{\sum x.f}{n}$$

$$\bar{x} = \frac{980}{61} \quad \bar{x} = 16,07 = 16 \text{ sobres al año}$$

Gráfico # 4



El 63,93% de la PEA envía de 1 a 10 sobres en el año, el 26,23% en cambio envía de 11 a 20 sobres en el año, y el 9,84% envía de 21 a 30 sobres en el año, luego se procedido a calcular el promedio de sobres que envían en el año, cuyo valor es de 16 sobres.

5. Qué peso tienen los sobres que con mayor frecuencia envía?

Cuadro # 6

Peso de sobres que envían en el año										
Cantones	0,001 Kg a 0,1 Kg		0,11 Kg a 0,2 Kg		0,21 Kg a 0,3 Kg		0,31 a 0,4 Kg		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	3	8,82	5	14,71	12	35,29	14	41,18	34	100,00
Arenillas	0	0,00	0	0,00	1	50,00	1	50,00	2	100,00
El Guabo	0	0,00	1	12,50	3	37,50	4	50,00	8	100,00
Huaquillas	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	100,00	1	100,00
Pasaje	0	0,00	1	25,00	2	50,00	1	25,00	4	100,00
Piñas	0	0,00	0	0,00	1	50,00	1	50,00	2	100,00
Sta Rosa	1	12,50	1	12,50	2	25,00	4	50,00	8	100,00
Zaruma	0	0,00	0	0,00	1	50,00	1	50,00	2	100,00
TOTAL	4	6,56	8	13,11	22	36,07	27	44,26	61	100,00

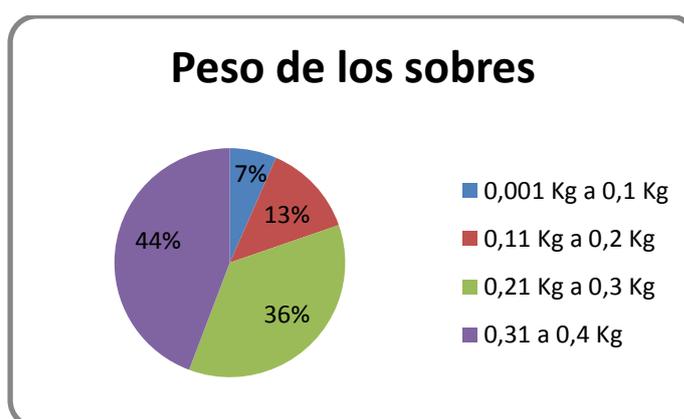
Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

PROMEDIO PESO DE SOBRES				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
0,31 a 0,4 kg	0,355	27	9,59	44,26
0,21 a 0,3 Kg	0,255	22	5,61	36,07
0,11 a 0,2 Kg	0,0031	8	0,02	13,11
0,001 a 0,1Kg	0,0505	4	0,20	6,56
		61	15,42	

$$\bar{x} = \frac{15,42}{61} \quad \bar{x} = 0,25 \text{ Kg}$$

Gráfico # 5



El 44,26% de la PEA envía sobres que pesan entre 0,31 a 0,4 Kg, el 36,07% envía sobres que pesan entre 0,21 a 0,30 Kg; el 13,11% envía sobres con pesos de 0,11 a 0,2 Kg y el 6,56% envían sobres con pesos de 0,001 a 0,1Kg, se ha determinado el promedio de peso cuyo valor es de 0,25 Kg.

6. Cuántos paquetes envía en el año?

Cuadro # 7

Cantidad de paquetes que envían en el año										
Cantones	1 a 5		6 a 10		11 a 15		más de 15		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	27	25,00	54	50,00	27	25,00	0	0,00	108	100,00
Arenillas	3	37,50	4	50,00	1	12,50	0	0,00	8	100,00
El Guabo	2	25,00	5	62,50	1	12,50	0	0,00	8	100,00
Huaquillas	10	62,50	4	25,00	2	12,50	0	0,00	16	100,00
Pasaje	11	64,71	4	23,53	2	11,76	0	0,00	17	100,00
Piñas	4	57,14	2	28,57	1	14,29	0	0,00	7	100,00
Sta Rosa	13	72,22	4	22,22	1	5,56	0	0,00	18	100,00
Zaruma	3	60,00	1	20,00	1	20,00	0	0,00	5	100,00
TOTAL	73	39,04	78	41,71	36	19,25	0	0,00	187	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

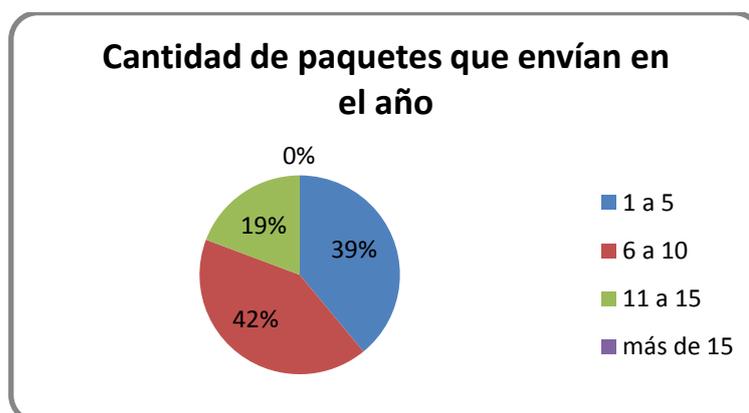
PROMEDIO CANTIDAD DE PAQUETES				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
6 a 10	8	78	624,00	41,71
1 a 5	3	73	219,00	39,04
11 a 15	13	36	843,00	19,25
TOTAL		187	1.686,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{1.686,00}{187}$$

9,02

$$\text{Promedio} = 9,02$$

Gráfico # 6



El 41,71% de la PEA envía de 6 a 10 paquetes en el año, el 39,04% envía de 1 a 5 paquetes; el 19,25% envía de 11 a 15 paquetes en el año, el promedio de paquetes que envían en el año es de 9 paquetes.

7. Qué peso tienen los paquetes que con mayor frecuencia envía?

Cuadro # 8

Peso de paquetes que envían en el año											
Cantones	1Kg a 3 Kg		4 kg a 6 Kg		7 Kg a 9 Kg		Más de 9 Kg		TOTAL	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%			
Machala	52	48,15	33	30,56	23	21,30	0	0,00	108	100,00	
Arenillas	3	37,50	4	50,00	1	12,50	0	0,00	8	100,00	
El Guabo	2	25,00	5	62,50	1	12,50	0	0,00	8	100,00	
Huaquillas	5	31,25	8	50,00	3	18,75	0	0,00	16	100,00	
Pasaje	4	23,53	6	35,29	7	41,18	0	0,00	17	100,00	
Piñas	2	28,57	3	42,86	2	28,57	0	0,00	7	100,00	
Sta Rosa	6	33,33	9	50,00	3	16,67	0	0,00	18	100,00	
Zaruma	3	60,00	1	20,00	1	20,00	0	0,00	5	100,00	
TOTAL	77	41,18	69	36,90	41	21,93	0	0,00	187	100,00	

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

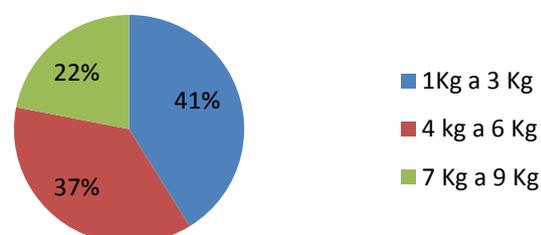
Gráfico # 7

PROMEDIO PESO DE PAQUETES				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
1 a 3 Kg	2	77	154,00	41,18
4 a 6 Kg	5	69	345,00	36,90
7 a 9 Kg	8	41	499,00	21,93
TOTAL		187	998,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{998,00}{187}$$

$$\text{Promedio} = 5,34$$

Peso de los paquetes que envían al año



El 41,18% de la PEA envía paquetes que pesan entre 1 a 3 Kg; el 36,90% envía paquetes cuyo peso está entre 4 a 6 Kg; el 21,93% de la PEA envía paquetes que pesan entre 7 a 9 Kg, el valor promedio del peso de los paquetes es 5 kg.

8. Cuántos bultos envían en el año?

Cuadro # 9

Cantidad de bultos que envían en el año										
Cantones	1 a 5		6 a 10		11 a 15		Más de 15		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	20	76,92	5	19,23	1	3,85	0	0,00	26	100,00
Arenillas	3	75,00	1	25,00	0	0,00	0	0,00	4	100,00
El Guabo	9	69,23	3	23,08	1	7,69	0	0,00	13	100,00
Huaquillas	8	61,54	4	30,77	1	7,69	0	0,00	13	100,00
Pasaje	17	62,96	6	22,22	4	14,81	0	0,00	27	100,00
Piñas	5	71,43	1	14,29	1	14,29	0	0,00	7	100,00
Sta Rosa	11	73,33	3	20,00	1	6,67	0	0,00	15	100,00
Zaruma	3	42,86	2	28,57	2	28,57	0	0,00	7	100,00
TOTAL	76	67,86	25	22,32	11	9,82	0	0,00	112	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

PROMEDIO CANTIDAD DE BULTOS				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
1 a 5	3	76	228,00	67,86
6 a 10	8	25	200,00	22,32
11 a 15	13	11	428,00	9,82
TOTAL		112	856,00	100,00

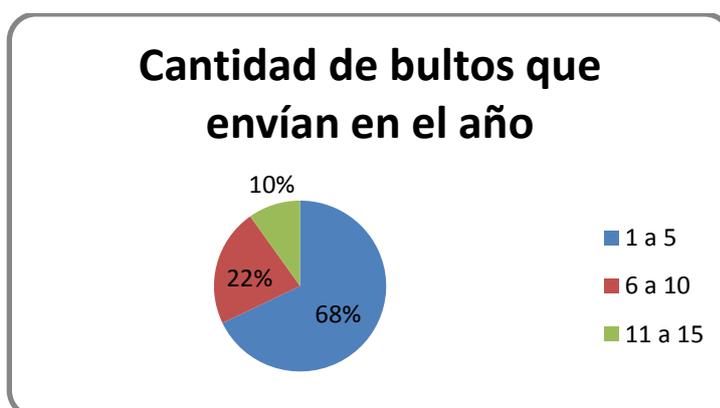
Promedio= $\frac{856,00}{112}$

7,64

Promedio= $\frac{856,00}{112}$

7,64

Gráfico # 8



El 67,86% de la PEA envía de 1 a 5 bultos al año, el 22,32% envía de 6 a 10 bultos durante el año, el 9,82% envía de 11 a 15 bultos cada año, el promedio de bultos que envían en el año es de 8 bultos.

9. ¿Qué peso tienen los bultos que con mayor frecuencia envía?

Cuadro # 10

Peso de los Bultos que envían anualmente										
Cantones	1 a 20 Kg		21 a 40 Kg		41 a 60 Kg		Más de 60 Kg		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	13	50,00	9	34,62	4	15,38	0	0,00	26	100,00
Arenillas	2	50,00	1	25,00	1	25,00	0	0,00	4	100,00
El Guabo	8	61,54	3	23,08	2	15,38	0	0,00	13	100,00
Huaquillas	6	46,15	5	38,46	2	15,38	0	0,00	13	100,00
Pasaje	14	51,85	8	29,63	5	18,52	0	0,00	27	100,00
Piñas	4	57,14	2	28,57	1	14,29	0	0,00	7	100,00
Sta Rosa	6	40,00	7	46,67	2	13,33	0	0,00	15	100,00
Zaruma	4	57,14	2	28,57	1	14,29	0	0,00	7	100,00
TOTAL	57	50,89	37	33,04	18	16,07	0	0,00	112	100,00

Fuente: Encuestas

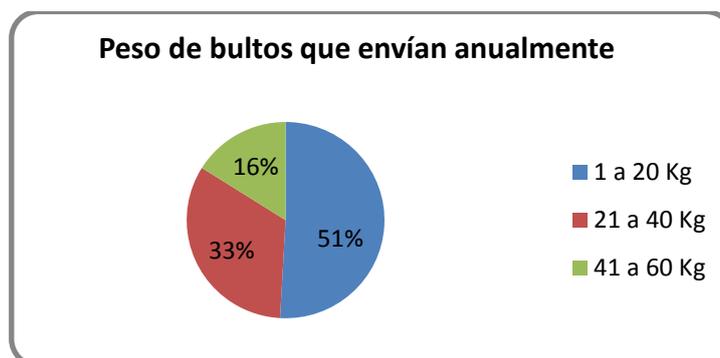
Elaboración: Los Autores

PROMEDIO PESO DE BULTOS				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
1 a 20 Kg	10,5	57	598,50	50,89
21 a 40 Kg	30,5	37	1.128,50	33,04
41 a 60 Kg	50,5	18	1.727,00	16,07
Total		112	3.454,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{3.454,00}{112}$$

$$\text{Promedio} = 30,84 \text{ Kg}$$

Gráfico # 9



El 50,89% de la PEA envía bultos que tiene un peso de 1 a 20 Kg; el 33,04% envía bultos que pesan entre 21 a 40 Kg y el 16,07% indica que envía bultos con pesos entre 41 a 60 kg, el promedio del peso de los bultos es de 30,84 Kg.

10. ¿La empresa que utiliza para el envío de sus encomiendas, satisface plenamente sus necesidades?

Cuadro # 11

Cantones	Si		No		TOTAL	%
	F	%	F	%		
Machala	82	48,24	88	51,76	170	100,00
Arenillas	7	46,67	8	53,33	15	100,00
El Guabo	19	63,33	11	36,67	30	100,00
Huaquillas	7	22,58	24	77,42	31	100,00
Pasaje	19	38,78	30	61,22	49	100,00
Piñas	9	52,94	8	47,06	17	100,00
Sta Rosa	20	47,62	22	52,38	42	100,00
Zaruma	7	46,67	8	53,33	15	100,00
TOTAL	170	46,07	199	53,93	369	100,00

Fuente: Investigación de mercados, cuadro # 6

Elaborado por: Los autores

RESUMEN		
Variables	F	%
NO	199	53,33
SI	170	46,07
Total	369	100,00

Gráfico # 10



El 46,07% del total de la población económicamente activa, dice estar satisfecha con el servicio de las empresas que ofrecen este tipo de servicios de recepción y entrega de encomiendas a nivel provincial (El Oro), mientras el 53,69% indica que no están satisfechos con los servicios y a continuación se presenta los resultados de inconformidad.

11. Si la respuesta es NO, escoja uno de los problemas a los que más se enfrentan al enviar sus encomiendas.

Cuadro # 12

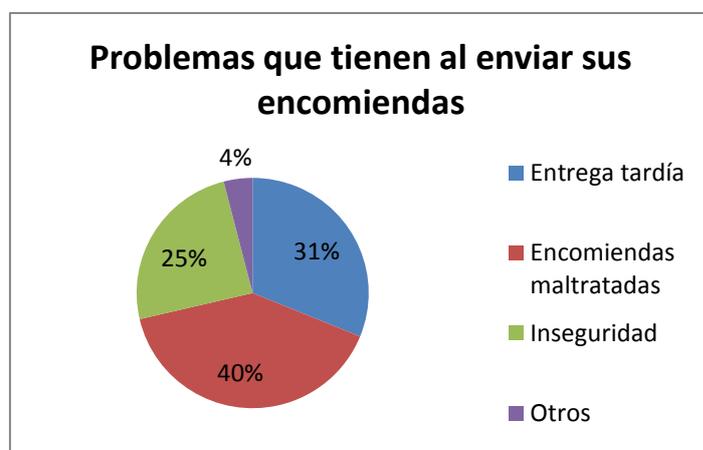
Problemas que tienen al enviar sus encomiendas										
Cantones	Entrega tardía		Encomiendas maltratadas		Inseguridad		Otros		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	22	25,00	34	38,64	27	30,68	5	5,68	88	100,00
Arenillas	2	25,00	4	50,00	2	25,00	0	0,00	8	100,00
El Guabo	5	45,45	3	27,27	2	18,18	1	9,09	11	100,00
Huaquillas	5	20,83	10	41,67	8	33,33	1	4,17	24	100,00
Pasaje	14	46,67	13	43,33	2	6,67	1	3,33	30	100,00
Piñas	3	37,50	3	37,50	2	25,00	0	0,00	8	100,00
Sta Rosa	8	36,36	9	40,91	5	22,73	0	0,00	22	100,00
Zaruma	3	37,50	4	50,00	1	12,50	0	0,00	8	100,00
TOTAL	62	31,16	80	40,20	49	24,62	8	4,02	199	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Gráfico # 11

RESUMEN		
Variables	F	%
Encomiendas maltratadas	80	40,20
Entrega tardía	62	31,16
Inseguridad	49	24,62
Otros	8	4,02
Total	199	100,00



Entre los problemas que se presentan y por lo que hay inconformidad manifiestan los siguientes: el 40,20% señala que maltratan las encomiendas no tienen precaución con las encomiendas que tienden a dañarse; el 31,16% señala que entregan las encomiendas tardíamente, es decir no hay puntualidad en la entrega; el 24,62% indica que no hay seguridad en el envío porque muchas veces se pierde o existe confusión entregan otra mercadería y el 4,02% manifiesta otras causas entre las que se puede citar: pérdidas de la mercadería, alteración es decir no entregan el peso enviado, no entregan al destinatario correcto.

12. ¿Si se implementaría una empresa de Courier, enviaría sus encomiendas?

Cuadro # 13

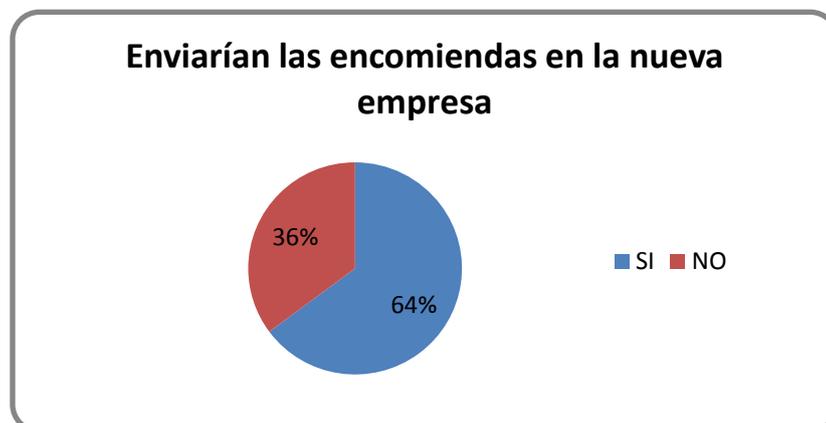
Enviarían sus encomiendas en la nueva empresa						
Cantones	Si		No		TOTAL	%
	F	%	F	%		
Machala	116	68,24	54	31,76	170	100,00
Arenillas	9	60,00	6	40,00	15	100,00
El Guabo	14	46,67	16	53,33	30	100,00
Huaquillas	23	74,19	8	25,81	31	100,00
Pasaje	34	69,39	15	30,61	49	100,00
Piñas	13	76,47	4	23,53	17	100,00
Sta. Rosa	17	40,48	25	59,52	42	100,00
Zaruma	9	60,00	6	40,00	15	100,00
TOTAL	235	63,69	134	36,31	369	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

RESUMEN		
Variables	F	%
SI	235	63,69
NO	134	36,31
Total	369	100,00

Gráfico # 12



Esta información empieza a determinar la demanda efectiva del proyecto, nuevamente se escoge a toda la población, de esta el 63,69% señala que si enviaría sus encomiendas a través de la nueva empresa si se implementara. Pero el 36,31% indica que No lo haría porque si existen otras empresas en el medio y que esperarían cuando se lleve a efecto para conocer como es el servicio.

13. ¿Qué características de servicio desea que tenga la nueva empresa?

Cuadro # 14

Que desean de la nueva empresa												
Cantones	Agilidad		Seguridad		Puntualidad		Servicio a domicilio		Todos los anteriores		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	43	37,07	19	16,38	17	14,66	6	5,17	31	26,72	116	100
Arenillas	2	22,22	2	22,22	2	22,22	0	0,00	3	33,33	9	100
El Guabo	3	21,43	0	0,00	0	0,00	0	0,00	11	78,57	14	100
Huaquillas	1	4,35	1	4,35	1	4,35	5	21,74	15	65,22	23	100
Pasaje	6	17,65	5	14,71	3	8,82	5	14,71	15	44,12	34	100
Piñas	2	15,38	0	0,00	0	0,00	0	0,00	11	84,62	13	100
Sta Rosa	2	11,76	4	23,53	2	11,76	2	11,76	7	41,18	17	100
Zaruma	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	9	100,00	9	100
TOTAL	59	25,11	31	13,19	25	10,64	18	7,66	102	43,40	235	100

Fuente: Encuestas

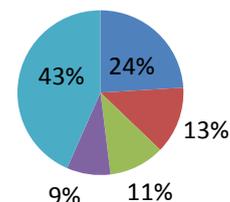
Elaboración: Los Autores

Gráfico # 13

RESUMEN		
VARIABLES	F	%
Todas las alternativas	102	43,40
Agilidad	59	25,11
Seguridad	31	13,19
Puntualidad	25	10,64
Servicio a domicilio	18	7,66
Total	235	100,00

Características de la nueva empresa

- Agilidad
- Seguridad
- Puntualidad
- Servicio a domicilio
- Todos los anteriores



De la población económicamente activa que aceptó la implementación de otra empresa de Courier indica las características que desearían del servicio, entonces, el 43,40% indica que desea que sea ágil, puntual, segura, y que entregue a domicilio las encomiendas, el 25,11% señala que debe haber agilidad para que las encomiendas lleguen al lugar deseado en el tiempo requerido, el 13,19% indica que la seguridad es importante para que no exista insatisfacción por parte de los usuarios, el 10,64% manifiesta que desea puntualidad porque se requiere que las encomiendas y el servicio se cumpla en el tiempo que se requiere que lleguen a su destino, porque se dan situaciones incluso en la apertura de las oficinas, que abren o cierran cuando se les antoja; el 7,66% desearía que la nueva empresa entregue a domicilio las encomiendas.

14. Qué tipo de encomiendas enviaría a través de la nueva empresa?

Cuadro # 15

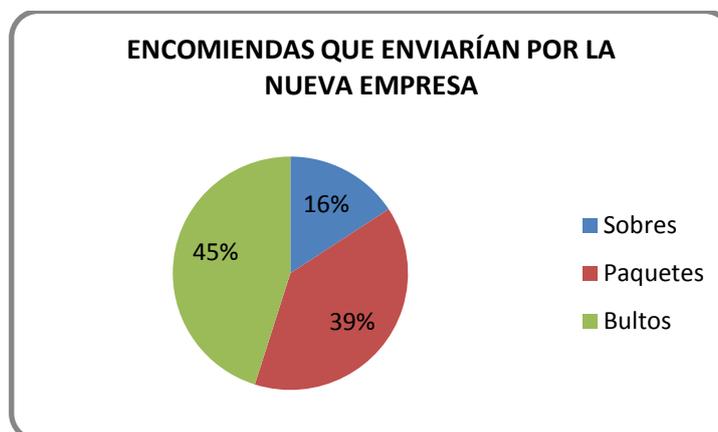
Tipo de encomiendas enviarían por la nueva empresa								
Cantones	Sobres		Paquetes		Bultos		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%		
Machala	19	16,38	41	35,34	56	48,28	116	100,00
Arenillas	2	22,22	4	44,44	3	33,33	9	100,00
El Guabo	2	14,29	6	42,86	6	42,86	14	100,00
Huaquillas	3	13,04	11	47,83	9	39,13	23	100,00
Pasaje	3	8,82	18	52,94	13	38,24	34	100,00
Piñas	2	15,38	4	30,77	7	53,85	13	100,00
Sta Rosa	4	23,53	5	29,41	8	47,06	17	100,00
Zaruma	2	22,22	3	33,33	4	44,44	9	100,00
TOTAL	37	15,74	92	39,15	106	45,11	235	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

RESUMEN		
Variables	F	%
Bultos	106	45,11
Paquetes	92	39,15
Sobres	37	15,74
Total	235	100,00

Gráfico # 14



El 45% de la PEA que si desea enviar en la nueva empresa enviaría bultos, el 39,15% enviaría paquetes y el 15,74% enviaría sobres hacia los cantones de la provincia del Oro.

15. Cuántos sobres enviaría en el año?

Cuadro # 16

Cantidad de sobres que enviarían en el año										
Cantones	1 a 10		11 a 20		21 a 30		Más de 30		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	2	10,53	6	31,58	11	57,89	0	0,00	19	100,00
Arenillas	0	0,00	0	0,00	2	100,00	0	0,00	2	100,00
El Guabo	0	0,00	2	100,00	0	0,00	0	0,00	2	100,00
Huaquillas	1	33,33	2	66,67	0	0,00	0	0,00	3	100,00
Pasaje	0	0,00	3	100,00	0	0,00	0	0,00	3	100,00
Piñas	0	0,00	2	100,00	0	0,00	0	0,00	2	100,00
Sta Rosa	0	0,00	2	50,00	2	50,00	0	0,00	4	100,00
Zaruma	0	0,00	2	100,00	0	0,00	0	0,00	2	100,00
TOTAL	3	8,11	19	51,35	15	40,54	0	0,00	37	100,00

Fuente: Encuestas

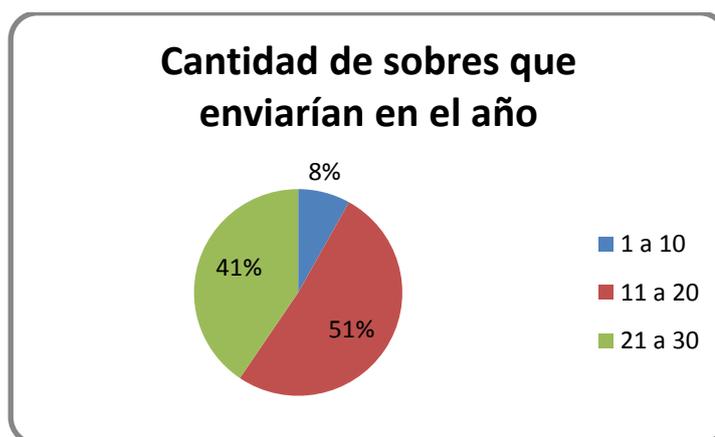
Elaboración: Los Autores

PROMEDIO CANTIDAD DE SOBRES QUE ENVIARÍAN				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
11 a 20	16	19	304,00	51,35
21 a 30	26	15	322,00	40,54
1 a 10	6	3	18,00	8,11
Total		37	644,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{644,00}{37}$$

$$\text{Promedio} = 17,41 = 17 \text{ sobres}$$

Gráfico # 15



El 51,35% de la PEA enviaría entre 11 a 20 sobres en el año; mientras que el 40,54% enviaría de 21 a 30 sobres durante el año y el 8,11% enviaría de 1 a 10 sobres en el año, el promedio de sobres en el año es de 17 sobres.

16. ¿Qué peso tendrían aproximadamente los sobres que con mayor frecuencia enviaría?

Cuadro # 17

Peso de sobres que enviarían en el año										
Cantones	0,001 Kg a 0,1 Kg		0,11 Kg a 0,2 Kg		0,21 Kg a 0,3 Kg		0,31 a 0,4 Kg		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	1	5,26	2	10,53	4	21,05	12	63,16	19	100,00
Arenillas	0	0,00	0	0,00	1	50,00	1	50,00	2	100,00
El Guabo	0	0,00	0	0,00	1	50,00	1	50,00	2	100,00
Huaquillas	0	0,00	0	0,00	1	33,33	2	66,67	3	100,00
Pasaje	0	0,00	1	33,33	1	33,33	1	33,33	3	100,00
Piñas	0	0,00	0	0,00	1	50,00	1	50,00	2	100,00
Sta Rosa	0	0,00	1	25,00	1	25,00	2	50,00	4	100,00
Zaruma	0	0,00	0	0,00	1	50,00	1	50,00	2	100,00
TOTAL	1	2,70	4	10,81	11	29,73	21	56,76	37	100,00

Fuente: Encuestas

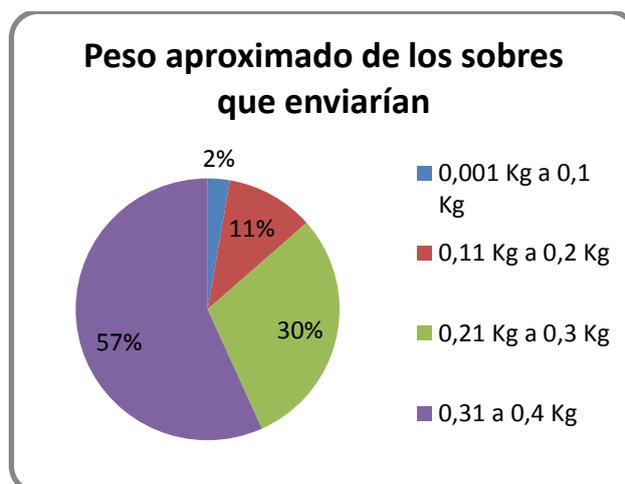
Elaboración: Los Autores

Gráfico # 16

PROMEDIO PESO DE SOBRES QUE ENVIARÍAN				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
0,31 a 0,4 Kg	0,355	21	7,46	56,76
0,21 Kg a 0,3 Kg	0,255	11	2,81	29,73
0,11 Kg a 0,2 Kg	0,0031	4	0,01	10,81
0,001 Kg a 0,1 Kg	0,0505	1	0,05	2,70
Total		37	10,32	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{10,32}{37}$$

$$\text{Promedio} = 0,28 \text{ Kg}$$



El 56,76% de la PEA enviarían sobres que pesarían de 0,31 a 0,4 Kg; el 29,73% en cambio enviaría sobres que pesan entre 0,21 a 0,3 Kg; el 10,81% enviaría sobres que pesan entre 0,11 a 0,2 Kg y el 2,70% indica que enviarían sobres que pesan entre 0,001 a 0,1 Kg. El promedio del peso de los sobres es de 0,28 Kg.

17. Cuántos paquetes enviarían al año?

Cuadro # 18

Cantidad de paquetes que enviarían en el año										
Cantones	1 a 5		6 a 10		11 a 15		Más de 15		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	13	31,71	16	39,02	12	29,27	0	0,00	41	100,00
Arenillas	2	50,00	2	50,00	0	0,00	0	0,00	4	100,00
El Guabo	0	0,00	6	100,00	0	0,00	0	0,00	6	100,00
Huaquillas	9	81,82	1	9,09	1	9,09	0	0,00	11	100,00
Pasaje	6	33,33	5	27,78	7	38,89	0	0,00	18	100,00
Piñas	2	50,00	2	50,00	0	0,00	0	0,00	4	100,00
Sta Rosa	1	20,00	2	40,00	2	40,00	0	0,00	5	100,00
Zaruma	0	0,00	1	33,33	2	66,67	0	0,00	3	100,00
TOTAL	33	35,87	35	38,04	24	26,09	0	0,00	92	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

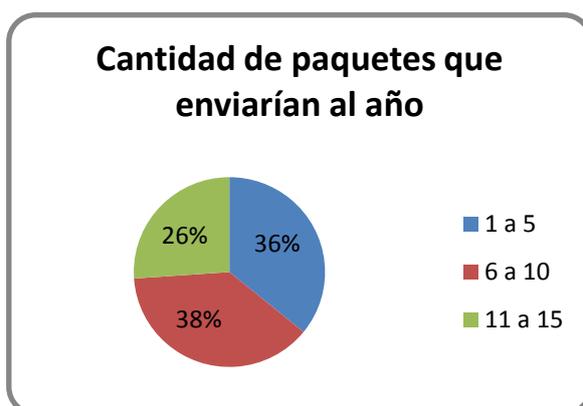
PROMEDIO CANTIDAD DE PAQUETES				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
6 a 10	8	35	280,00	38,04
1 a 5	3	33	99,00	35,87
11 a 15	13	24	280,00	26,09
Total		92	659,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{659,00}{92}$$

92

$$\text{Promedio} = 7,16$$

Gráfico # 17



El 38,04% de la PEA enviaría en el año de 6 a 10 paquetes; mientras que el 35,87% enviaría de 1 a 5 paquetes durante el año y el 26,09% enviaría de 11 a 15 paquetes en el año, el promedio es de 7 paquetes en el año.

18. Cuál es el peso de los paquetes que enviarían con mayor frecuencia?

Cuadro # 19

Peso de paquetes que enviarían en el año										
Cantones	1 a 3 Kg		4 a 6 Kg		7 a 9 Kg		Más de 9 Kg		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	11	26,83	14	34,15	16	39,02	0	0,00	41	100
Arenillas	2	50,00	2	50,00	0	0,00	0	0,00	4	100
El Guabo	0	0,00	6	100,00	0	0,00	0	0,00	6	100
Huaquillas	1	9,09	4	36,36	6	54,55	0	0,00	11	100
Pasaje	3	16,67	13	72,22	2	11,11	0	0,00	18	100
Piñas	0	0,00	4	100,00	0	0,00	0	0,00	4	100
Sta Rosa	2	40,00	3	60,00	0	0,00	0	0,00	5	100
Zaruma	0	0,00	1	33,33	2	66,67	0	0,00	3	100
TOTAL	19	20,65	47	51,09	26	28,26	0	0,00	92	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

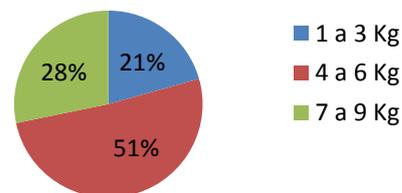
Gráfico # 18

PROMEDIO PESO DE PAQUETES QUE ENVIARÍAN				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
4 a 6 Kg	5	47	235,00	51,09
7 a 9 Kg	8	26	235,00	28,26
1 a 3 Kg	2	19	38,00	20,65
TOTAL		92	470,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{470,00}{92}$$

$$\text{Promedio} = 5,11 \text{ Kg}$$

Peso de los paquetes que enviarían a través de la nueva empresa



El 51,09% de la PEA enviaría los paquetes que tienen un peso entre 4 a 6 Kg; el 28,26% enviaría paquetes que pesan entre 7 a 9 Kg y el 20,65% enviaría paquetes de 1 a 3 Kg, el promedio del peso de los paquetes que enviarían al año es de 5 paquetes.

19. Cuántos bultos enviaría en el año?

Cuadro # 20

Cantidad de bultos que enviarían en el año										
Cantones	1 a 5		6 a 10		11 a 15		Más de 15		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	14	25,00	17	30,36	25	44,64	0	0,00	56	100,00
Arenillas	0	0,00	2	50,00	2	50,00	0	0,00	4	100,00
El Guabo	0	0,00	3	50,00	3	50,00	0	0,00	6	100,00
Huaquillas	0	0,00	4	44,44	5	55,56	0	0,00	9	100,00
Pasaje	2	15,38	6	46,15	5	38,46	0	0,00	13	100,00
Piñas	2	28,57	2	28,57	3	42,86	0	0,00	7	100,00
Sta Rosa	2	25,00	4	50,00	2	25,00	0	0,00	8	100,00
Zaruma	1	33,33	2	66,67	0	0,00	0	0,00	3	100,00
TOTAL	21	19,81	40	37,74	45	42,45	0	0,00	106	100,00

Fuente: Encuestas

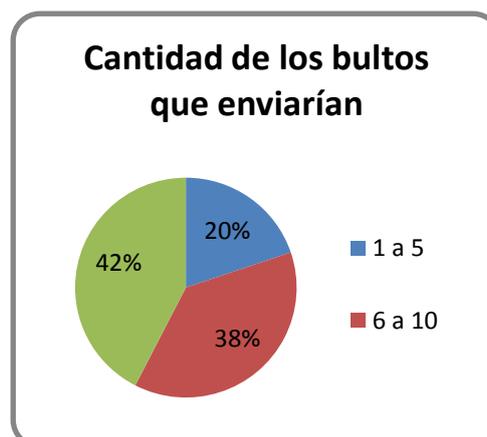
Elaboración: Los Autores

PROMEDIO CANTIDAD DE BULTOS QUE ENVIARÍAN				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
11 a 15	13	45	320,00	42,45
6 a 10	8	40	320,00	37,74
1 a 5	3	21	63,00	19,81
Total		106	766,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{766,00}{106}$$

$$\text{Promedio} = 7,23 \text{ bultos}$$

Gráfico # 19



El 42,45% de la PEA enviaría en el año de 11 a 15 bultos hacia los cantones de la provincia de El Oro; el 37,74% en cambio enviaría de 6 a 10 bultos y el 19,81% enviaría de 1 a 5 bultos en el año, obteniendo un promedio de 7 bultos anuales.

20. Cuál es el peso de los bultos que enviaría con mayor frecuencia?

Cuadro # 21

Peso de los bultos que enviarían en el año										
Cantones	1 a 20		21 a 40		41 a 60		Más de 60 Kg		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	17	30,91	23	41,82	15	27,27	0	0,00	55	100,00
Arenillas	2	50,00	2	50,00	0	0,00	0	0,00	4	100,00
El Guabo	3	50,00	3	50,00	0	0,00	0	0,00	6	100,00
Huaquillas	3	33,33	5	55,56	1	11,11	0	0,00	9	100,00
Pasaje	3	23,08	5	38,46	5	38,46	0	0,00	13	100,00
Piñas	0	0,00	5	71,43	2	28,57	0	0,00	7	100,00
Sta Rosa	2	25,00	4	50,00	2	25,00	0	0,00	8	100,00
Zaruma	0	0,00	2	50,00	2	50,00	0	0,00	4	100,00
TOTAL	30	28,30	49	46,23	27	25,47	0	0,00	106	100,00

Fuente: Encuestas

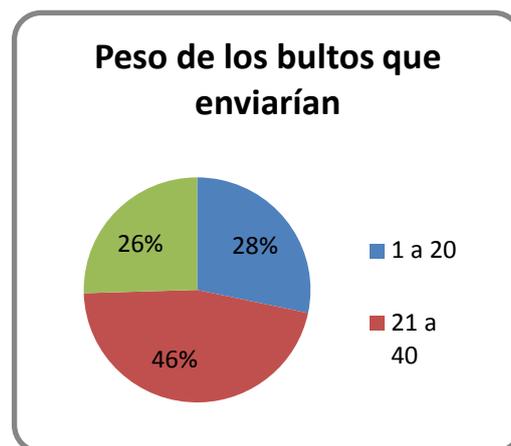
Elaboración: Los Autores

Gráfico # 20

PROMEDIO PESO DE BULTOS QUE ENVIARÍAN				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
21 a 40	30,5	49	1.494,50	46,23
1 a 20	10,5	30	315,00	28,30
41 a 60	50,5	27	1.494,50	25,47
TOTAL		106	3.304,00	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{3.304,00}{106}$$

$$\text{Promedio} = 31,17 \text{ kg}$$



El 46,23 % de la PEA, enviaría bultos que pesarían entre 21 a 40 Kg; el 28,30% indica que enviaría bultos que tendrían un peso entre 1 a 20 Kg; y el 25,47% enviaría bultos con un peso entre 41 a 60 kg, el promedio del peso de los bultos es 31,17 Kg.

21. Cuál es el destino al que envía sus encomiendas con mayor frecuencia?

Cuadro # 22

Destino al que enviarían las encomiendas																		
Cantones	Machala		Arenillas		El Guabo		Huaquillas		Pasaje		Piñas		Santa Rosa		Zaruma		TOTAL	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Machala	0	0,00	23	19,83	12	10,34	44	37,93	6	5,17	4	3,45	23	19,83	4	3,45	116	100,00
Arenillas	2	22,22	0	0,00	0	0,00	5	55,56	0	0,00	0	0,00	2	22,22	0	0,00	9	100,00
El Guabo	2	14,29	0	0,00	0	0,00	6	42,86	0	0,00	3	21,43	3	21,43	0	0,00	14	100,00
Huaquillas	8	34,78	4	17,39	1	4,35	0	0,00	3	13,04	3	13,04	4	17,39	0	0,00	23	100,00
Pasaje	6	17,65	5	14,71	3	8,82	8	23,53	0	0,00	4	11,76	6	17,65	2	5,88	34	100,00
Piñas	2	15,38	2	15,38	0	0,00	7	53,85	2	15,38	0	0,00	0	0,00	0	0,00	13	100,00
Sta Rosa	4	23,53	2	11,76	2	11,76	6	35,29	2	11,76	1	5,88	0	0,00	0	0,00	17	100,00
Zaruma	2	22,22	0	0,00	0	0,00	5	55,56	0	0,00	0	0,00	2	22,22	0	0,00	9	100,00
TOTAL	26	11,06	36	15,32	18	7,66	81	34,47	13	5,53	15	6,38	40	17,02	6	2,55	235	100,00

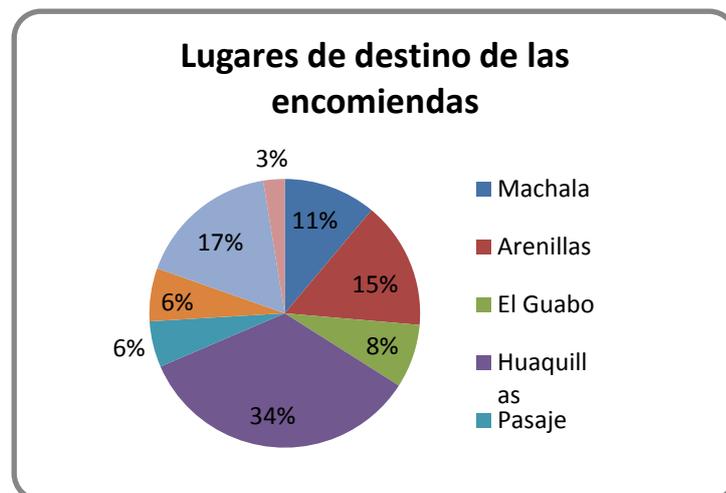
Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

RESUMEN

VARIABLES	F	%
Huaquillas	81	34,47
Santa Rosa	40	17,02
Arenillas	36	15,32
Machala	26	11,06
El Guabo	18	7,66
Piñas	15	6,38
Pasaje	13	5,53
Zaruma	6	2,55
Total	235	100,00

Gráfico # 21



El 34,47% de la PEA envía sus encomiendas hacia Huaquillas, el 17,02% lo hace hacia Santa Rosa, el 15,32% envía a Arenillas, el 11,06% envía sus encomiendas hacia la capital Orense Machala, el 7,66% envía hacia el Guabo; el 6,38% de la población envía a Piñas; el 5,53% envía con destino a Pasaje y el 2,55% envía sus encomiendas hacia Zaruma, esta información será valiosa para escoger los lugares a los que servirá la nueva empresa el servicio de encomiendas.

22. Cuál fue el último valor que pagó por enviar sus encomiendas?

Cuadro # 23

Cantones	Sobres					
	\$1 a \$1,50		\$1,6 a \$ 2,00		Total	
	F	%	F	%	F	%
Machala	68	58,33	48	41,67	116	100
Arenillas	4	40,00	5	60,00	9	100
El Guabo	8	60,00	6	40,00	14	100
Huaquillas	8	33,33	15	66,67	23	100
Pasaje	16	47,62	18	52,38	34	100
Piñas	4	33,33	9	66,67	13	100
Sta Rosa	6	33,33	11	66,67	17	100
Zaruma	5	60,00	4	40,00	9	100
TOTAL	119	50,60	116	49,40	235	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los autores

Gráfico # 22

PROMEDIO DE LOS VALORES QUE PAGAN POR EL ENVÍO DE SOBRES				
Variabes	Xm	F	Xm.F	%
1 - 1,5	1,25	119	148,65	50,60
1,51 - 2	1,75	116	203,14	49,40
TOTAL		235	351,79	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{351,79}{235}$$

$$\text{Promedio} = \$ 1,50$$



El 50,60% de la PEA asegura haber pagado por enviar un sobre entre \$1 y \$1,50; mientras que el 49,40% indica que ha cancelado entre \$1,60 a \$2,00 por enviar un sobre, lo que se puede rescatar de estos valores que no varían según el destino, es decir el valor es el mismo sea cual sea el destino. El valor promedio es de \$1,50.

Cuadro # 24

Paquetes								
Cantones	\$ 1,50 a \$ 2		\$2,01 a \$ 2,50		\$2,51 a \$ 3		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Machala	39	33,33	29	25,00	48	41,67	116	100,00
Arenillas	2	20,00	4	40,00	4	40,00	9	100,00
El Guabo	3	20,00	8	60,00	3	20,00	14	100,00
Huaquillas	5	22,22	8	33,33	10	44,44	23	100,00
Pasaje	10	28,57	11	33,33	13	38,10	34	100,00
Piñas	4	33,33	4	33,33	5	33,33	13	100,00
Sta Rosa	4	22,22	8	44,44	6	33,33	17	100,00
Zaruma	2	20,00	2	20,00	5	60,00	9	100,00
TOTAL	68	28,94	74	31,36	94	39,99	235	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los autores

Gráfico # 23

Promedio del valor pagado por envío de paquetes				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
3,01 - 3,50	3,25	94	305,43	39,99
2,51 - 3	2,75	74	202,64	31,36
2 - 2,5	2,25	68	152,99	28,94
TOTAL		235	508,07	100,00

Promedio= $\frac{508,07}{168}$

168

Promedio= \$ 2,17



El 40% de la PEA afirma que el último valor que canceló por el envío de los paquetes es \$2,51 a \$3; el 31,36% en cambio asegura que pagó entre \$2,01 a \$2,50 por el envío de paquetes y el 28,94% manifiesta que canceló de \$1,50 a \$2,00, aclarando que los costos del envío de los paquetes también varían de acuerdo al peso, pero no de acuerdo al lugar de destino. El valor promedio es de \$2,17.

Cuadro # 25

Bultos								
Cantones	\$ 2 a \$ 2,5		\$2,51 a 3		\$3,01 a \$3,50		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Machala	35	30,00	37	31,67	44	38,33	116	100,00
Arenillas	2	20,00	2	20,00	5	60,00	9	100,00
El Guabo	3	20,00	3	20,00	8	60,00	14	100,00
Huaquillas	4	16,67	8	33,33	12	50,00	23	100,00
Pasaje	6	19,05	13	38,10	15	42,86	34	100,00
Piñas	2	16,67	7	50,00	5	33,33	13	100,00
Sta Rosa	2	11,11	6	33,33	9	55,56	17	100,00
Zaruma	4	40,00	2	20,00	4	40,00	9	100,00
TOTAL	57	24,41	76	32,31	102	43,57	235	100,00

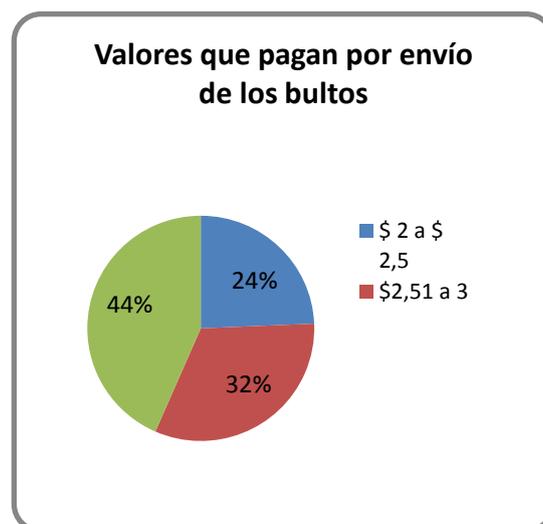
Fuente: Encuestas

Elaboración: Los autores

Promedio de los valores pagados por el envío de bultos				
Variables	Xm	F	Xm.F	%
3,01 - 3,50	3,25	102	332,74	43,57
2,51 - 3	2,75	76	208,79	32,31
2 - 2,5	2,25	57	129,08	24,41
TOTAL		235	541,53	100,00

$$\text{Promedio} = \frac{541,53}{178}$$

$$\text{Promedio} = \$2,30$$



El 43,57% de la PEA indica que el último valor que canceló por enviar un bulto fue de \$3,01 a \$3,50; el 32,31% asegura haber pagado \$2,51 a \$3,00 por el envío de un bulto y el 24,41% señala que pagó de \$2 a \$2,50 por enviar un bulto, así mismo los precios varían de acuerdo al peso más no al destino. El valor promedio es de \$ 2,30.

23. ¿Para informarse qué medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

Cuadro # 26

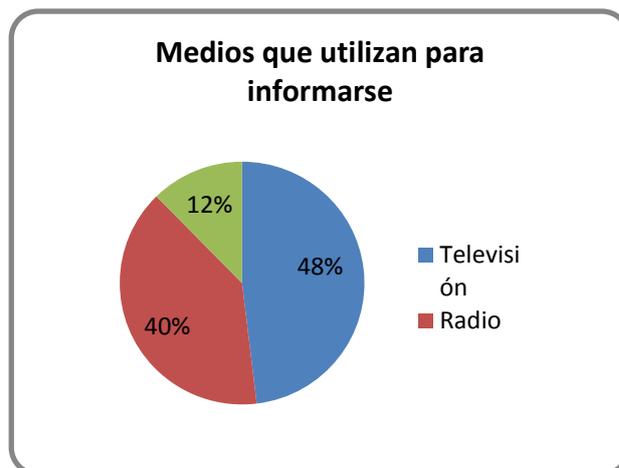
Cantones	Medios que utilizan para informarse						TOTAL	%
	Radio		Televisión		Prensa			
	F	%	F	%	F	%		
Machala	44	37,93	48	41,38	24	20,69	116	100,00
Arenillas	4	44,44	5	55,56	0	0,00	9	100,00
El Guabo	3	21,43	11	78,57	0	0,00	14	100,00
Huaquillas	8	34,78	15	65,22	0	0,00	23	100,00
Pasaje	13	38,24	18	52,94	3	8,82	34	100,00
Piñas	11	84,62	2	15,38	0	0,00	13	100,00
Sta Rosa	6	35,29	9	52,94	2	11,76	17	100,00
Zaruma	4	44,44	5	55,56	0	0,00	9	100,00
TOTAL	93	39,57	113	48,09	29	12,34	235	100,00

Fuente: Encuestas

Elaboración: Los Autores

Gráfico # 25

RESUMEN		
VARIABLES	F	%
Televisión	113	48,09
Radio	93	39,57
Prensa	29	12,34
Total	235	100,00



Para conocer los medios que permitirán dar a conocer la empresa y el servicio es importante auscultar el medio que con más frecuencia utilizan, entonces, se obtuvo lo siguiente: el 48,09% señala que se informa a través de la televisión; el 39,57% en cambio prefiere informarse a través de la radio porque es el medio que acompaña al usuario desde que se levanta hasta al acostarse, además en cualquier lugar puede acceder a este medio, a través del celular, en el transporte, en los locales en fin en todos los lugares. El 12,34% indica que prefiere enterarse de los acontecimientos a través de la prensa, cada vez es más notoria la falta de lectura en la población.

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

1 ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de mercado tiene como finalidad conocer la demanda, la oferta y los aspectos más importantes dentro del marketing.

Para ello utiliza una valiosa herramienta que es la investigación de mercado, la misma que a través de las técnicas de la encuesta, entrevista y la observación se puede determinar las necesidades insatisfechas en la ciudadanía de un lugar.

1.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado seleccionado es la población económicamente activa de los ocho cantones de la provincia de El Oro que tienen mayor población: Machala, Arenillas, Huaquillas, El Guabo, Pasaje, Piñas, Santa Rosa y Zaruma. A continuación se presenta el número de la población económicamente activa por cantón, esta población ha sido proyectada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la que se presenta es del año 2011, el que está siendo objeto de estudio.

Cuadro # 27
SEGMENTO DE MERCADO

CANTONES	PEA 2011
Machala	102.324
Arenillas	10.568
El Guabo	19.683
Huaquillas	18.295
Pasaje	29.233
Piñas	9.988
Sta Rosa	27.601
Zaruma	10.304
TOTAL	227.996

Fuente: INEC

1.2 SERVICIO A OFRECER

El servicio que se pretende ofrecer es el de envío de encomiendas (sobres, paquetes y bultos) hacia los ocho cantones de la provincia de El Oro, porque existe insatisfacción en el 53,93% de la población económicamente activa como lo establece la investigación de mercado (fuente: cuadro # 11). Se tomará en cuenta las características que debe tener la nueva empresa que ofrezca este servicio tal como lo establece en el cuadro # 14 de la investigación de mercado, en el que manifiestan que la empresa sea ágil, puntual, segura y que ofrezca servicio de entrega a domicilio.

1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es importante determinar la cantidad de kilogramos en encomiendas que la población económicamente activa necesita enviar a los distintos cantones de la provincia de El Oro. Y también es importante conocer una demanda futura o potencial, la demanda existente o real y la demanda de la empresa a implementarse o demanda efectiva.

1.3.1 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial es la cantidad de kilogramos en encomiendas (sobres, paquetes y bultos) que enviaría la población económicamente activa en un futuro por la empresa que se pretende implementar a un precio fijado y aceptado.

Para el cálculo de la demanda potencial se consideró la población económicamente activa total de la provincia, no solo el segmento que

envía las encomiendas actualmente porque la nueva empresa con esfuerzos de marketing y con un servicio de calidad atraerá a toda la población.

Entonces, se multiplicó la población proyectada por el INEC al año 2011, por los porcentajes de aceptación de los servicios de la empresa a implementar (ver cuadro # 15), en el que se indica que el 16,38% de la PEA en Machala enviaría sobres, el 35,34% de la PEA enviaría paquetes y el 48,28% de la PEA enviaría bultos, la opción Otros no se escogió porque no tuvo respuestas de aceptación.

DEMANDANTES POTENCIALES POR SERVICIOS DE ENCOMIENDAS									
Cuadro # 28									
Población	2011	% de Población que envía encomiendas	Población de demandantes potenciales	% de población que enviaría sobres	Población potencial que enviaría sobres	% de población que enviaría paquetes	Población potencial que enviaría paquetes	% de población que enviaría bultos	Población potencial que enviaría bultos
Machala	102.324	100,00	102.324	16,38	16.760	35,34	36.166	48,28	49.398
Arenillas	10.568	100,00	10.568	22,22	2.348	44,44	4.697	33,33	3.523
El Guabo	19.683	100,00	19.683	14,29	2.812	42,86	8.436	42,86	8.436
Huaquillas	18.295	100,00	18.295	13,04	2.386	47,83	8.750	39,13	7.159
Pasaje	29.233	100,00	29.233	8,82	2.579	52,94	15.476	38,24	11.177
Piñas	9.988	100,00	9.988	15,38	1.537	30,77	3.073	53,85	5.378
Sta Rosa	27.601	100,00	27.601	23,53	6.494	29,41	8.118	47,06	12.989
Zaruma	10.304	100,00	10.304	22,22	2.290	33,33	3.435	44,44	4.580
TOTAL	227.996		227.996		37.207		88.151		102.639

Fuente: Cuadro # 1 y 15

Elaborado por: Los autores

Luego a la información de demandantes potenciales se le multiplica por la cantidad promedio anual de sobres, luego por el peso promedio de sobres, dando como resultado la cantidad anual en kg de sobres. El mismo procedimiento se hace con los paquetes y los bultos, a continuación los cuadros donde se establecen las operaciones y se obtienen los resultados de la demanda potencial de encomiendas.

Cuadro # 29

DEMANDA POTENCIAL DE SOBRES					
Cantones	Población potencial que enviaría sobres	Cantidad promedio de sobres	Demanda potencial en sobres	Cantidad promedio de peso de los sobres	Demanda potencial en Kg de sobres
Machala	16.760	17	291.714	0,28	81.387,39
Arenillas	2.348	17	40.874	0,28	11.403,82
El Guabo	2.812	17	48.942	0,28	13.654,81
Huaquillas	2.386	17	41.534	0,28	11.587,93
Pasaje	2.579	17	44.895	0,28	12.525,61
Piñas	1.537	17	26.746	0,28	7.462,18
Sta Rosa	6.494	17	113.036	0,28	31.536,67
Zaruma	2.290	17	39.855	0,28	11.119,43
TOTAL			647.597		180.677,84

Fuente: Cuadro # 3, 19,20 y 21

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 30

DEMANDA POTENCIAL DE PAQUETES					
Cantones	Población potencial que enviaría sobres	Cantidad promedio de PAQUETES	Demanda potencial en paquetes	Cantidad promedio de peso de los paquetes	Demanda potencial en Kg de paquetes
Machala	36.166	7	259.060	5,11	1.323.460,14
Arenillas	4.697	7	33.643	5,11	171.871,53
El Guabo	8.436	7	60.426	5,11	308.695,65
Huaquillas	8.750	7	62.674	5,11	320.184,72
Pasaje	15.476	7	110.857	5,11	566.335,20
Piñas	3.073	7	22.015	5,11	112.465,50
Sta. Rosa	8.118	7	58.149	5,11	297.063,48
Zaruma	3.435	7	24.603	5,11	125.689,00
TOTAL			631.426		3.225.765,22

Fuente: Cuadro # 1,12,18 y 19

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 31

DEMANDA POTENCIAL DE BULTOS					
Cantones	Población potencial que enviaría BULTOS	Cantidad promedio de bultos	Demanda potencial en bultos	Cantidad promedio de peso de los bultos	Demanda potencial en Kg de bultos
Machala	49.398	7	356.969	31,17	12.187.455,46
Arenillas	3.523	7	25.455	31,17	869.086,89
El Guabo	8.436	7	60.960	31,17	2.081.270,43
Huaquillas	7.159	7	51.733	31,17	1.766.234,80
Pasaje	11.177	7	80.772	31,17	2.757.670,70
Piñas	5.378	7	38.866	31,17	1.326.952,47
Sta Rosa	12.989	7	93.861	31,17	3.204.551,51
Zaruma	4.580	7	33.094	31,17	1.129.884,40
TOTAL			741.710		25.323.106,65

Fuente: Cuadro # 1,12, 20 y 21

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 32

Cantones	Demanda Potencial en Kg			
	Sobres	Paquetes	Bultos	Total por cantones
Machala	81.387,39	1.323.460,14	12.187.455,46	13.592.303,00
Arenillas	11.403,82	171.871,53	869.086,89	1.052.362,24
El Guabo	13.654,81	308.695,65	2.081.270,43	2.403.620,89
Huaquillas	11.587,93	320.184,72	1.766.234,80	2.098.007,45
Pasaje	12.525,61	566.335,20	2.757.670,70	3.336.531,50
Piñas	7.462,18	112.465,50	1.326.952,47	1.446.880,15
Sta Rosa	31.536,67	297.063,48	3.204.551,51	3.533.151,66
Zaruma	11.119,43	125.689,00	1.129.884,40	1.266.692,83
Total	180.677,84	3.225.765,22	25.323.106,65	28.729.549,71

Fuente: Cuadro # 28,29 y 30

Elaborado por: Los autores

Como se observa entonces, en el cuadro # 31, la demanda potencial de envíos de sobres es de 180.677,84 Kg; 3'225.765,22 Kg de paquetes y 25'323.106,65 Kg de bultos.

1.3.2. DEMANDA REAL

Es la cantidad de kilogramos en encomiendas (sobres, paquetes, bultos y otros) que envían actualmente la población económicamente activa a través de las otras empresas que ofrecen este servicio en los cantones seleccionados.

Para su cálculo también se tomó los datos de la investigación de mercado el porcentaje del 94,97% en el cantón de Machala de la PEA que envía las encomiendas (ver cuadro # 2), luego a esta población se determinó los porcentajes del tipo de encomiendas que envía (ver cuadro # 4), luego a este resultado se multiplica por la cantidad promedio anual de sobres, paquetes y bultos, obteniendo así la demanda en encomiendas, finalmente a esta cantidad se le multiplica por la cantidad promedio de peso de los sobres, paquetes y bultos obteniendo como resultado la demanda real en Kg de sobres, de paquetes y bultos.

DEMANDANTES REALES POR SERVICIOS DE ENCOMIENDAS

Cuadro # 33

Población	2011	% de Población que envía encomiendas	Población de demandantes REALES	% de población que envía sobres	Población real que envía sobres	% de población que envía paquetes	Población real que envía paquetes	% de población que envía bultos	Población real que envía bultos	% de población que envía otros	Población real que envía Otros
Machala	102.324	94,97	97.179	20,00	19.436	63,53	61.737	15,29	14.863	1,18	1.143
Arenillas	10.568	78,95	8.343	13,33	1.112	53,33	4.450	26,67	2.225	6,67	556
El Guabo	19.683	88,24	17.368	26,67	4.631	26,67	4.631	43,33	7.526	3,33	579
Huaquillas	18.295	96,88	17.723	3,23	572	51,61	9.147	41,94	7.432	3,23	572
Pasaje	29.233	96,08	28.087	8,16	2.293	34,69	9.744	55,10	15.476	2,04	573
Piñas	9.988	94,44	9.433	11,76	1.110	41,18	3.884	41,18	3.884	5,88	555
Sta Rosa	27.601	87,50	24.151	19,05	4.600	42,86	10.350	35,71	8.625	2,38	575
Zaruma	10.304	83,33	8.587	13,33	1.145	33,33	2.862	46,67	4.007	6,67	572
TOTAL	227.996		210.870		34.899		106.807		64.039		5.126

Fuente: Cuadro # 2,4,27

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 34

DEMANDA REAL DE SOBRES					
Cantones	Población real que envía sobres	Cantidad promedio de sobres	Demanda real en sobres	Cantidad promedio de peso de los sobres	Demanda real en Kg de sobres
Machala	19.436	16	312.248	0,25	78.941,38
Arenillas	1.112	16	17.871	0,25	4.518,11
El Guabo	4.631	16	74.406	0,25	18.811,01
Huaquillas	572	16	9.185	0,25	2.322,09
Pasaje	2.293	16	36.835	0,25	9.312,44
Piñas	1.110	16	17.830	0,25	4.507,69
Sta Rosa	4.600	16	73.904	0,25	18.684,04
Zaruma	1.145	16	18.394	0,25	4.650,18
TOTAL			560.672		141.746,96

Fuente: Cuadro # 28,5 y 6

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 35

DEMANDA REAL DE PAQUETES					
Cantones	Población real que envía paquetes	Cantidad promedio de paquetes	Demanda real en paquetes	Cantidad promedio de peso de los paquetes	Demanda real en Kg de paquetes
Machala	61.737	9	556.627	5,34	2.970.660,38
Arenillas	4.450	9	40.117	5,34	214.101,70
El Guabo	4.631	9	41.757	5,34	222.851,54
Huaquillas	9.147	9	82.473	5,34	440.152,37
Pasaje	9.744	9	87.855	5,34	468.873,83
Piñas	3.884	9	35.022	5,34	186.906,97
Sta Rosa	10.350	9	93.319	5,34	498.031,41
Zaruma	2.862	9	25.806	5,34	137.725,17
TOTAL			962.976		5.139.303,37

Fuente: Cuadro # 28,7 y 8

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 36					
DEMANDA REAL DE BULTOS					
Cantones	Población real que envía bultos	Cantidad promedio de bultos	Demanda real en bultos	Cantidad promedio de peso de los bultos	Demanda real en Kg de bultos
Machala	14.863	8	113.593	30,84	3.503.142,08
Arenillas	2.225	8	17.004	30,84	524.378,98
El Guabo	7.526	8	57.520	30,84	1.773.879,70
Huaquillas	7.432	8	56.804	30,84	1.751.788,08
Pasaje	15.476	8	118.283	30,84	3.647.757,74
Piñas	3.884	8	29.688	30,84	915.547,00
Sta Rosa	8.625	8	65.921	30,84	2.032.968,47
Zaruma	4.007	8	30.626	30,84	944.488,11
TOTAL			489.439		15.093.950,16

Fuente: Cuadro # 28, 9 y 10

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 37				
Demanda Real en Kg				
Cantones	Sobres	Paquetes	Bultos	Total por cantones
Machala	78.941,38	2.970.660,38	3.503.142,08	6.552.743,85
Arenillas	4.518,11	214.101,70	524.378,98	742.998,79
El Guabo	18.811,01	222.851,54	1.773.879,70	2.015.542,26
Huaquillas	2.322,09	440.152,37	1.751.788,08	2.194.262,54
Pasaje	9.312,44	468.873,83	3.647.757,74	4.125.944,01
Piñas	4.507,69	186.906,97	915.547,00	1.106.961,66
Sta Rosa	18.684,04	498.031,41	2.032.968,47	2.549.683,92
Zaruma	4.650,18	137.725,17	944.488,11	1.086.863,46
TOTAL	141.746,96	5.139.303,37	15.093.950,16	20.375.000,48

Fuente: Cuadro # 33,34,35

Elaborado por: Los autores

Entonces la demanda real es: 141.746,96 Kg de sobres, 5'139,303,37 Kg de paquetes y 15'093.950,16 Kg de bultos. Cabe indicar que para el envío de estas encomiendas se hace uso de cooperativas de transporte, de correos del Ecuador, de otras empresas privadas de courier, y también envíos a través de familiares, amigos y conocidos hacia los lugares deseados.

1.3.3. DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de encomiendas que van a enviar a través de la empresa que se implementará está dada en kg de sobres, kg de paquetes y kg de bultos anuales, las mismas que enviarán por un precio fijado.

Para su cálculo se siguió el mismo procedimiento que las demandas anteriores, lo que cambia son los porcentajes, y los datos.

Aquí se muestra la población económicamente activa (demandante efectivo) por los servicios de encomiendas, datos que sirven de base para el cálculo de las cantidades de encomiendas (Kg de sobres, Kg de paquetes y Kg de bultos).

DEMANDANTES EFECTIVOS POR SERVICIOS DE ENCOMIENDAS									
Cuadro # 38									
Población	2011	% de Población que enviaría encomiendas	Población de demandantes EFECTIVOS	% de población que enviaría sobres	Población efectiva que enviaría sobres	% de población que enviaría paquetes	Población efectiva que enviaría paquetes	% de población que enviaría bultos	Población efectiva que enviaría bultos
Machala	102.324	68,24	69.821	16,38	11.436	35,34	24.678	48,28	33.707
Arenillas	10.568	60,00	6.341	22,22	1.409	44,44	2.818	33,33	2.114
El Guabo	19.683	46,67	9.186	14,29	1.312	42,86	3.937	42,86	3.937
Huaquillas	18.295	74,19	13.574	13,04	1.770	47,83	6.492	39,13	5.311
Pasaje	29.233	69,39	20.284	8,82	1.790	52,94	10.739	38,24	7.756
Piñas	9.988	76,47	7.638	15,38	1.175	30,77	2.350	53,85	4.113
Sta Rosa	27.601	40,48	11.172	23,53	2.629	29,41	3.286	47,06	5.257
Zaruma	10.304	60,00	6.182	22,22	1.374	33,33	2.061	44,44	2.748
TOTAL	227.996		144.197		22.895		56.360		64.942

Fuente: Cuadro # 13, 15

Elaborado por: Los autores

En este cuadro se obtienen los demandantes efectivos (PEA)

Cuadro # 39					
DEMANDA EFECTIVA DE SOBRES					
Cantones	Población efectiva que envía sobres	Cantidad promedio de sobres	Demanda efectiva de sobres	Cantidad promedio de peso de los sobres	Demanda efectiva en Kg de sobres
Machala	11.436	17	199.052	0,28	55.534,93
Arenillas	1.409	17	24.525	0,28	6.842,29
El Guabo	1.312	17	22.840	0,28	6.372,25
Huaquillas	1.770	17	30.816	0,28	8.597,49
Pasaje	1.790	17	31.152	0,28	8.691,24
Piñas	1.175	17	20.453	0,28	5.706,37
Sta Rosa	2.629	17	45.753	0,28	12.764,84
Zaruma	1.374	17	23.913	0,28	6.671,66
TOTAL			398.502		111.181,07

Fuente: Cuadro # 37, 20 Y 21

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 40					
DEMANDA EFECTIVA DE PAQUETES					
Cantones	Población efectiva que envía paquetes	Cantidad promedio de paquetes	Demanda efectiva en paquetes	Cantidad promedio de peso de los paquetes	Demanda efectiva en Kg de paquetes
Machala	24.678	7	176.771	5,11	903.066,92
Arenillas	2.818	7	20.186	5,11	103.122,92
El Guabo	3.937	7	28.199	5,11	144.057,97
Huaquillas	6.492	7	46.500	5,11	237.556,41
Pasaje	10.739	7	76.921	5,11	392.967,28
Piñas	2.350	7	16.835	5,11	86.003,03
Sta Rosa	3.286	7	23.536	5,11	120.239,98
Zaruma	2.061	7	14.762	5,11	75.413,40
TOTAL			403.709		2.062.427,90

Fuente: Cuadro # 37 ,22,23

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 41					
DEMANDA EFECTIVA DE BULTOS					
Cantones	Población efectiva que envía bultos	Cantidad promedio de bultos	Demanda efectiva en bultos	Cantidad promedio de peso de los bultos	Demanda efectiva en Kg de bultos
Machala	33.707	7	243.579	31,17	8.316.146,08
Arenillas	2.114	7	15.273	31,17	521.452,13
El Guabo	3.937	7	28.448	31,17	971.259,53
Huaquillas	5.311	7	38.382	31,17	1.310.432,27
Pasaje	7.756	7	56.046	31,17	1.913.485,79
Piñas	4.113	7	29.721	31,17	1.014.728,36
Sta Rosa	5.257	7	37.991	31,17	1.297.080,37
Zaruma	2.748	7	19.856	31,17	677.930,64
TOTAL			469.297		16.022.515,18

Fuente: Cuadro # 37,24,25

Elaborado por: Los autores

Cuadro # 42				
Demanda Efectiva en Kg				
Cantones	Sobres	Paquetes	Bultos	Total por cantones
Machala	55.534,93	903.066,92	8.316.146,08	9.274.747,93
Arenillas	6.842,29	103.122,92	521.452,13	631.417,34
El Guabo	6.372,25	144.057,97	971.259,53	1.121.689,75
Huaquillas	8.597,49	237.556,41	1.310.432,27	1.556.586,17
Pasaje	8.691,24	392.967,28	1.913.485,79	2.315.144,31
Piñas	5.706,37	86.003,03	1.014.728,36	1.106.437,76
Sta Rosa	12.764,84	120.239,98	1.297.080,37	1.430.085,19
Zaruma	6.671,66	75.413,40	677.930,64	760.015,70
TOTAL	111.181,07	2.062.427,90	16.022.515,18	18.196.124,15

Fuente: Cuadro # 38,39 y40

Elaborado por: Los autores

Entonces la demanda efectiva anual en Kg de sobres es de 111.181,07; 2'062.427,90 kg de paquetes y 16'022.515,18 Kg.

1.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se entiende por oferta a la cantidad de encomiendas en kilogramos, que se envían en el mercado actual por parte de otras empresas. En este caso se conoce que en cada cantón existe el servicio de las cooperativas de transporte, como CIFA, la cooperativa LOJA, NAMBIJA, TUNGURAHUA y AZUAY, que hacen el recorrido inter-cantonal, las últimas el servicio interprovincial pero entran a las poblaciones de las cabeceras cantonales, también las cooperativas de taxis y furgonetas o camionetas, así mismo el servicio de Correos del Ecuador y sólo en Machala, Santa Rosa y Huaquillas existen empresas de Courier privada, como SERVIENTREGA y LAAR Cía Ltda.

Entre los problemas a los que uno se enfrenta cuando se investiga es la falta de información, cuando se necesita de las empresas, son muy celosas con la información y la entregan pero no con datos estadísticos registrados sino lo dicen en promedios, o más o menos. Se ha investigado en la fuente de cada uno de los medios utilizados, aunque no se ha tenido respuesta favorable pero con lo que se pudo recabar se ha establecido los siguientes cuadros.

Fue imposible extraer información de medios como: los taxis piratas, camionetas privadas que sin estar asociados realizan el servicio de encomiendas, aunque no prestan seguridades, la población las utiliza porque muchas veces no existe otro transporte o ya se perdió el turno de

las cooperativas o de las empresas que ofrecen el servicio de encomiendas. Además se recalca que la población utiliza otros medios como enviar con amigos, familiares, conocidos sin tener ninguna constancia que se envió dicha encomienda.

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (Machala)

Cuadro # 43

Medios	N° de medios	N° de frecuencias	Promedio de sobres diarios	N° de sobres	Peso promedio de los sobres Kg	Sobres en Kg al año	Promedio de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso promedio de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Promedio de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso promedio de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	3	3	8	72	0,30	7.884	6	54	4	78.840	5	45	25	410.625
Taxis (cooperativas)	2	2	4	16	0,30	1.680	3	12	4	16.800	3	12	25	105.000
Furgonetas	3	2	3	18	0,30	1.453	7	42	4	45.192	6	36	25	315.000
Correos del Ecuador	1	2	4	8	0,30	646	6	12	4	12.912	7	14	25	94.150
SERVIENTREGA	1	2	9	18	0,30	1.712	5	10	4	12.680	4	8	25	63.400
LAAR Cía Ltda.	3	2	4	24	0,30	2.282	2	12	4	15.216	3	18	25	142.650
TOTAL	13	13	32	156	0,30	15.656				181.640				1.130.825

Fuente: Empresas que ofrecen los servicios de encomiendas

Elaboración: Los autores

Para obtener la cantidad de encomiendas que transportan las distintas empresas que ofrecen este servicio se hizo lo siguiente: en la segunda columna está el número de medios o cooperativas o medios, en la tercera columna el número de frecuencias o viajes que realizan, luego la cantidad promedio de sobres, paquetes y bultos que envían a diario, estas cantidades se multiplican y se obtienen el total de sobres diarios, luego se multiplica por la cantidad de peso promedio de sobres y obtenemos la cantidad de sobres en kilogramos, luego a esta cantidad se la multiplica por el número de días que trabajan las empresas, en el caso de las coop de transporte trabajan los 365 días, los taxis 350 días, furgonetas 269 días, Correos del Ecuador trabaja 269 días (lunes a viernes), Servientrega y otras empresas de Courier privados trabajan 317 días, de esa misma forma se calcula los cuadros siguientes:

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (Arenillas)														
Cuadro # 44														
Medios	N° de medios	N° de frec.	Prom de sobres	N° de sobres	Peso prom de sobres	Sobres en Kg al año	Prom de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso prom de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Prom de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso prom de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	2	1	4	8	0,30	876	9	18	4	26.280	8	16	25	146.000
Taxis (cooperativas)	2	1	2	4	0,30	420	3	6	4	8.400	3	6	25	52.500
Furgonetas	1	1	3	3	0,30	242	5	5	4	5.380	4	4	25	35.000
TOTAL	5	3	9	15		1.538				40.060				233.500

Fuente: Empresas que ofrecen los servicios de encomiendas

Elaboración: Los autores

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (El Guabo)														
Cuadro # 45														
Medios	N° de medio	N° de frecu	Prom de sobres	N° de sobres	Peso prom de sobres	Sobres en Kg al año	Prom de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso prom de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Prom de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso prom de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	2	2	1	4	0,30	438	4	16	4	23.360	5	20	25	182.500
Taxis (cooperativas)	1	1	1	1	0,30	105	2	2	4	2.800	4	4	25	35.000
Furgonetas	1	1	1	1	0,30	81	4	4	4	4.304	4	4	25	26.900
TOTAL	4	4	3	6		2.190				30.464				244.400

Fuente: Empresas que ofrecen los servicios de encomiendas

Elaboración: Los autores

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (Huaquillas)

Cuadro # 46

Medios	N° de medios	N° de frecuencias	Promedio de sobres	N° de sobres	Peso promedio de sobres	Sobres en Kg al año	Promedio de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso promedio de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Promedio de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso promedio de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	2	3	3	18	0,30	1.971	2	12	4	17.520	4	24	25	219.000
Taxis (cooperativas)	1	2	2	4	0,30	420	1	2	4	2.800	2	4	25	35.000
Furgonetas	2	2	1	4	0,30	323	2	8	4	8.608	3	12	25	80.700
Correos del Ecuador	1	1	3	3	0,30	242	4	4	4	4.304	5	5	25	33.625
SERVIENTREGA	1	1	3	3	0,30	285	5	5	4	6.340	6	6	25	47.550
LAAR Cía Ltda.	1	1	2	2	0,30	190	3	3	4	3.804	3	3	25	23.775
TOTAL	8	10	14	34		12.410				43.376				439.650

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (Pasaje)

Cuadro # 47

Medios	N° de medios	N° de frecuencias	Promedio de sobres	N° de sobres	Peso promedio de sobres	Sobres en Kg al año	Promedio de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso promedio de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Promedio de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso promedio de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	2	2	2	8	0,30	876	4	16	4	23.360	4	16	25	146.000
Taxis (cooperativas)	2	2	1	4	0,30	420	3	12	4	16.800	3	12	25	105.000
Furgonetas	2	1	1	2	0,30	161	4	8	4	8.608	3	6	25	40.350
Correos del Ecuador	1	1	1	1	0,30	81	4	4	4	4.304	5	5	25	33.625
SERVIENTREGA	1	1	1	1	0,30	95	4	4	4	5.072	4	4	25	31.700
TOTAL	8	7	6	16		5.840				58.144				356.675

Fuente: Empresas que ofrecen los servicios de encomiendas

Elaboración: Los autores

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (Piñas)														
Cuadro # 48														
Medios	N° de medios	N° de frecuencias	Promedio de sobres	N° de sobres	Peso promedio de sobres	Sobres en Kg al año	Promedio de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso promedio de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Promedio de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso promedio de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	2	2	1	4	0,30	1.460	6	24	4	8.760	5	20	25	7.300
Furgonetas	1	2	1	2	0,30	730	5	10	4	3.650	4	8	25	2.920
Camionetas	1	3	1	3	0,30	1.095	4	12	4	4.380	4	12	25	4.380
TOTAL	4	7	3	9		3.285				16.790				14.600

Fuente: Empresas que ofrecen los servicios de encomiendas

Elaboración: Los autores

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (Santa Rosa)														
Cuadro # 49														
Medios	N° de medios	N° de frecuencias	Promedio de sobres	N° de sobres	Peso promedio de sobres	Sobres en Kg al año	Promedio de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso promedio de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Promedio de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso promedio de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	2	3	3	18	0,30	6.570	6	36	4	13.140	6	36	25	13.140
Taxis (cooperativas)	2	2	2	8	0,30	2.920	4	16	4	5.840	3	12	25	4.380
Furgonetas	1	2	4	8	0,30	2.920	5	10	4	3.650	4	8	25	2.920
Otras	2	2	2	8	0,30	2.920	3	12	4	4.380	2	8	25	2.920
TOTAL	7	9	11	42		15.330				27.010				23.360

Fuente: Empresas que ofrecen los servicios de encomiendas

Elaboración: Los autores

OFERTA DEL SERVICIO DE ENCOMIENDAS (Zaruma)														
Cuadro # 50														
Medios	N° de medios	N° de frecuencias	Promedio de sobres	N° de sobres	Peso promedio de sobres	Sobres en Kg al año	Promedio de paquetes diarios	N° de paquetes	Peso promedio de los paquetes Kg	Paquetes en Kg al año	Promedio de bultos diarios	N° de envíos de bultos	Peso promedio de los bultos Kg	Bultos en Kg al año
Coop. De Transporte	2	2	2	8	0,30	2.920	5	20	4	7.300	4	16	25	5.840
Furgonetas	2	1	1	2	0,30	730	3	6	4	2.190	3	6	25	2.190
SERVIENTREGA	1	1	1	1	0,30	365	3	3	4	1.095	3	3	25	1.095
Camionetas	2	3	1	6	0,30	2.190	3	18	4	6.570	3	18	25	6.570
TOTAL	7	7	5	11		6.205				17.155				9.125

Fuente: Empresas que ofrecen los servicios de encomiendas

Elaboración: Los autores

Cuadro N° 51

Cantones	Oferta en Kg			
	Sobres	Paquetes	Bultos	TOTAL
Machala	15.656	181.640	1.130.825	1.328.121
Arenillas	1.538	40.060	233.500	275.098
El Guabo	2.190	30.464	244.400	277.054
Huaquillas	12.410	43.376	439.650	495.436
Pasaje	5.840	58.144	356.675	420.659
Piñas	3.285	16.790	14.600	34.675
Sta Rosa	15.330	27.010	23.360	65.700
Zaruma	6.205	17.155	9.125	32.485
TOTAL	62.455	414.639	2.452.135	2.929.229

Fuente: 42,43,44,45,46,47,48 y 49

Elaboración: Los autores

La oferta de las empresas que ofrecen el servicio de encomiendas es de 62.455 Kg de sobres, 414.639 kilogramos de paquetes y 2'452.135 kilogramos de bultos.

1.5 BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Es necesario establecer la diferencia entre la oferta y la demanda para conocer el espacio, o la parte de mercado que podría entrar a satisfacer la nueva empresa. Para ello se considerará la demanda efectiva general de los ocho cantones de la provincia de El Oro, y la oferta de los servicios de encomiendas actual.

DEMANDA INSATISFECHA SOBRES Kg			
Cuadro # 52			
Cantones	OFERTA	DEMANDA EFECTIVA	Demanda insatisfecha
Machala	15.656	55.535	39.879
Arenillas	1.538	6.842	5.304
El Guabo	2.190	6.372	4.182
Huaquillas	12.410	8.597	3.813
Pasaje	5.840	8.691	2.851
Piñas	3.285	5.706	2.421
Sta Rosa	15.330	12.765	2.565
Zaruma	6.205	6.672	467
TOTAL	62.455	111.181	48.726

Fuente: Cuadro # 41 y 50

Elaboración: Los autores

DEMANDA INSATISFECHA PAQUETES Kg			
Cuadro # 53			
Cantones	OFERTA	DEMANDA EFECTIVA	Demanda insatisfecha
Machala	181.640	903.067	-721.427
Arenillas	40.060	103.123	-63.063
El Guabo	30.464	144.058	-113.594
Huaquillas	43.376	237.556	-194.180
Pasaje	58.144	392.967	-334.823
Piñas	16.790	86.003	-69.213
Sta Rosa	27.010	120.240	-93.230
Zaruma	17.155	75.413	-58.25
TOTAL	414.639	2.062.428	-1.647.789

Fuente: Cuadro # 41 y 50

Elaboración: Los autores

DEMANDA INSATISFECHA BULTOS kg			
Cuadro # 54			
Cantones	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	Demanda insatisfecha
Machala	8.316.146	1.130.825	7.185.321
Arenillas	521.452	233.500	287.952
El Guabo	971.259	244.400	726.859
Huaquillas	1.310.432	439.650	870.782
Pasaje	1.913.486	356.675	1.556.811
Piñas	1.014.728	14.600	1.000.128
Sta Rosa	1.297.080	23.360	1.273.720
Zaruma	677.931	9.125	668.806
TOTAL	16.022.515	2.452.135	13.570.380

Fuente: Cuadro # 41 y 50

Elaboración: Los autores

DEMANDA INSATISFECHA Kg			
Cuadro # 55			
PRODUCTOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	Mercado insatisfecho
Sobres	111.181	62.455	48.727
Paquetes	2.062.428	414.639	1.647.789
Bultos	16.022.515	2.452.135	13.570.380
TOTAL	18.196.124	2.929.229	15.266.896

Fuente: Cuadro # 51, 52 y 53

Elaboración: Los autores

1.6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para la proyección de la demanda insatisfecha se considera la tasa de crecimiento de la PEA establecida por el INEC, que es de 2.2% porque se piensa que en el ritmo que crece la población crecen también las necesidades insatisfechas y esta es una de ellas (el envío de encomiendas).

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Cuadro # 55

PRODUCTOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sobres	48.727	49.799	50.894	52.014	53.158	54.328
Paquetes	1.647.789	1.684.040	1.721.089	1.758.953	1.797.650	1.837.198
Bultos	13.570.380	13.868.929	14.174.045	14.485.874	14.804.563	15.130.264
TOTAL Kg	15.266.896	15.602.767	15.946.028	16.296.841	16.655.371	17.021.790

Fuente: Cuadro 54 y el 2,2 % tasa de crecimiento según el INEC

Elaboración: Los Autores

Esta información es la que servirá para determinar el tamaño de la empresa, para conocer cuál será la participación de mercado que tendrá la nueva empresa.

5 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización sirve para definir las estrategias de introducirse al mercado a la nueva empresa, en este se describe el tipo de servicio, el precio, la seguridad, la eficiencia y calidad de la empresa de courier.

5.1 El Servicio

La empresa prestará los servicios de Courier, o mensajería pero de cantón a cantón en la provincia de El Oro, entre los productos que receptorá y entregará están los sobres, paquetes y bultos que son lo que con mayor frecuencia la población económicamente activa envía de un lugar a otro.

El propósito es de servir a la Comunidad de Huaquillas con la implementación de una empresa de Courier para la provincia de El Oro , este servicio contara con personal calificado, con seguridad y reserva en

sus contenidos, con transporte adecuado, los cuales nos permitirá servir de forma adecuada acorde a los gustos y preferencias del consumidor y de esta manera tendremos la seguridad de obtener la fidelidad de nuestros clientes, además se contará con el servicio de entrega inmediata a domicilio demostrando así la capacidad y eficiencia de la empresa.

Los servicios que ofrece esta empresa de Courier son:

- Entrega y recepción de cartas o sobres, paquetes y bultos.
- Atención al cliente personalizada.
- Horarios de atención acorde establecido por la empresa
- Precios bajos a la competencia.
- Aceptamos tarjetas de crédito

El servicio que se ofrecerá tendrá el **sello de seguridad**, es decir se prestará todas las facilidades para que las encomiendas vayan seguras en la transportación, se colocará un cinta en los sobres, paquetes y bultos que no permita la infracción por parte del personal u otras personas que intenten abrir.

También se exigirá **agilidad y puntualidad** porque el tiempo es el recurso que no se recupera, por tanto se tratará de llegar en el menor tiempo posible hacia el destino escogido por el usuario.

Se ofrecerá el **servicio a domicilio** a través de motos de entrega-recepción y una mini van vehículo que permitan llegar hasta el destinatario.

El servicio tendrá por nombre **“La Encomienda”**

5.2 Slogan

Es muy importante que el servicio tenga un slogan que lo identifique y le asegure el posicionamiento en la mente de los usuarios y la ciudadanía en general.

“Seguro y veloz hacia tu destino voy”

5.3 Etiqueta

La etiqueta estará impresa en la cinta de embalaje de seguridad, la misma que contendrá los datos de la empresa para que se informe la ciudadanía.



5.4 El Precio

El precio juega un papel muy importante dentro de una empresa puesto que es el único elemento que le permite obtener los ingresos para cubrir con todos los desembolsos de dinero que se debe hacer en cada ejercicio económico.

Los precios de las encomiendas en el mercado están establecidos o normados bajo la ley de la oferta y la demanda en un mercado competitivo en donde existen ofertantes y demandantes.

Para la fijación del precio de los tres tipos de productos que se encomendarán se tendrá en cuenta el costo total que produce la generación del servicio y el número de encomiendas que se den, así se obtendrá el costo unitario y luego se le agregará un margen de utilidad para finalmente establecer el precio por el servicio. No dejando de lado la referencia de los precios de los competidores que por ejemplo está así:

El precio del envío del sobre está entre 1,00 y 1,50 dólares.

El precio del envío de los paquetes se determina según el peso, pero está entre 2,00 y 4,00 dólares.

El precio del envío de los bultos también está relacionado con el peso del bulto pero sus precios oscilan entre 2,50 hasta 5,00 dólares, sin importar la distancia a la que se envía.

5.5 Canal de Comercialización

Es el canal que permite llegar con las encomiendas hasta el destinatario, indica el camino que hay que recorrer para satisfacer a los clientes.



En el canal se ve a tres elementos, el primero, el usuario que va a enviar la encomienda, luego la empresa recibe y ordena el envío, en cambio el tercer elemento es el receptor o destinatario que recibirá la encomienda, pudiendo invertirse los elementos remitente y destinatario; el primero puede pasar a ser el destinatario y el remitente puede ser destinatario.

5.6 Comunicación

La comunicación permite que la empresa y el servicio se posicionen en la mente de la población económicamente activa, que aunque no usen los servicios si la conozcan o al menos escuchen sobre su servicio.

Para comunicarse hay muchos medios, entre los más utilizados están: la publicidad, la promoción.

En la investigación de mercado se conoció la preferencia, aunque la preferencia se da por los canales a nivel nacional, y el tv cable, la publicidad se la hará a través de los medios que más sintonía tienen en la provincia de El Oro, por lo que el medio que se utilizará será la radio **Génesis** que tiene alcance provincial, luego el diario **El Nacional** en el que se publicará sólo los días domingos, así mismo se entregará hojas volantes en las diferentes calles de las agencias del Courier.

La promoción es un regalo o producto adicional que se ofrece para atraer o fidelizar a los clientes.

Entre las estrategias están:

- Se entregará a las empresas o clientes suscriptos una gorra con el logotipo de la empresa.

- Los clientes que aumenten sus envíos quincenal recibirán un ticket por envío adicional de las encomiendas, a los primeros 5 participantes que junte 20 tickets se harán acreedor a 5 boletos para la rifa de fin de año, en la que se sorteará un celular de la telefonía de preferencia del ganador como primer premio, en segundo lugar el uniforme original del equipo futbol preferido del ganador, en tercer lugar 5 órdenes para envío de encomiendas.

Cuadro # 56

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
90	Cuñas (Radio Génesis) duración 40 segundos 3 diarias	3,4	306	12	3672
4	1/4 página periódico El Nacional (sólo domingos)	22	88	12	1056
400	Volantes	0,15	60	12	720
1	Impresión de boletos para rifa anual (1000)	25	25	1	25
8	gorras	3	24	12	288
1	celular Samsung	120	120	1	120
1	uniforme deportivo (camiseta, pantaloneta, medias)	100	100	1	100
5	órdenes de envío por \$ 3	15	75	1	75
TOTALES			798		6056

Fuente: Radio Génesis, Imprenta Internacional, Marathon Sport, GAMACEL.

Elaboración: Los Autores

5.1 MERCADO

El mercado es la ciudad de Huaquillas y su área de influencia como es Arenillas Sta. Rosa y Machala ya que dentro de ella se encuentra el mercado Objetivo y Demanda Efectiva que son los empresarios comerciantes y público en general, , los cuales serán los clientes potenciales y ayudaran a que el proyecto pueda desarrollarse.

Nuestro canal de distribución será de forma directa:



Elaboración: Los Autores.

5.2 PUBLICIDAD

La publicidad se realizará a través de los medios de comunicación de mayor sintonía en la ciudad de Huaquillas y en la provincia de El Oro

Los medios de difusión son los siguientes: Radio Génesis, periódico El nacional. Imprenta Huaquillas

- Hojas volantes.
- Tarjetas de presentación.
- Cuñas radiales.
- Diario de mayor circulación en la provincia.

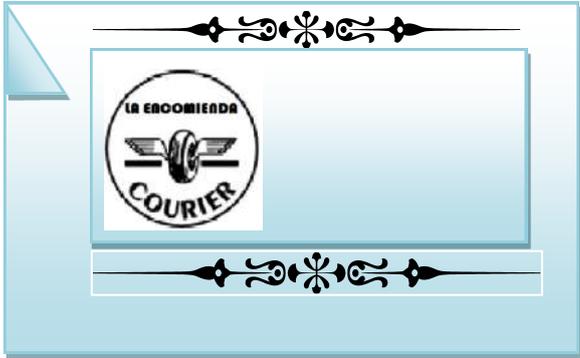
5.2 .1 HOJA VOLANTE

Realizaremos 5000 hojas volantes de nuestra empresa de courier las mismas que serán repartidas en cada una de las de las principales calles de las ciudades en donde se encuentran las agencias del Courier.

TARJETA DE PRESENTACIÓN



Seguro y veloz hacia tu destino voy
La Encomienda



Ofrecemos:
Servicio de puerta a puerta, con seguridad y rapidez en los envíos y recepción de sus encomiendas
Administradores:
Jassmín León y Cristian Castro

Dirección: Av. República y Sta. Rosa
Correo: laencomienda@gmail.com
Teléfono: 084550672 o al 084810040

5.2.2 CUÑAS RADIALES

Para realizar las cuñas acudiremos a la radio Génesis donde se transmitirán tres cuñas radiales en el día en el siguiente horario: en la mañana a las 7hoo am, al medio día a las 12:30 pm y en la noche a las 19hoo pm con una duración de 40 segundos cada uno.

El contenido de la cuña radial es el siguiente:

TÍTULO DE LA PUBLICIDAD

“Envía tu encomienda seguro y veloz”

Somos el operador de Courier líder en Huaquillas y su área de influencia en la provincia de El Oro orientando al cliente en la decisión de envío, con servicio personalizado, lo que día a día permiten que su encomienda lleguen siempre a tiempo y a los mejores precios.

No te olvides somos “La Encomienda” 084550672 o al 084810040.

Elaboración: Los Autores.

DIARIO EL NACIONAL

Se publicará en el diario El Nacional todos los domingos del año un cuarto de página sobre publicidad de la empresa a un valor de \$ 24.00

Contenido de la publicidad del diario.



Ofrecemos:

Envío y recepción de documentos y paquetería

- Entrega urbana directo de primer orden
- Es el punto de encuentro de nuestros clientes con sus clientes.
- Damos la más amplia cobertura en Huaquillas y su área de influencia
- en la provincia de El Oro, como Arenillas, Sta.Rosa. Machala
- cambiamos el concepto del manejo de correspondencia
- y la logística en la provincia de El Oro
- Influenciamos diariamente el mercado corporativo, bancario
- y comercial generando un alto estándar de calidad
- y eficiencia abriendo las comunicaciones a doble vía.

Dirección:

Correo: laencomienda@gmail.com

Teléfono: 084550672 o al 084810040

Elaboración: Los Autores.



6 ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio técnico determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

6.1 Tamaño de la Planta.

El tamaño de la planta estará dado por la capacidad de carga que tiene el vehículo (la mini buseta), porque el vehículo llevará las encomiendas de cantón en cantón, y no podría subutilizarse o superutilizarse la capacidad del vehículo.

Según información del fabricante del vehículo tiene como capacidad de carga 450 kilogramos, luego se multiplica por 2 debido a que se comprarán dos vehículos para que puedan salir el uno de la ciudad de Huaquillas; y, el otro de la ciudad de Zaruma, realizarán un solo viaje en el día entrando por los ocho cantones de la Provincia de El Oro.

Si los dos vehículos hacen un viaje cada uno, entonces podría cargar 900 kg entre los dos, a esta cantidad la multiplicamos por 365 días que se trabajará en el año, el tamaño de la planta anual es de 328.500 kg.

El mismo tamaño sería para toda la vida útil del proyecto.

Cuadro # 57				
TAMAÑO				
PERIODOS	Capacidad del vehículo (kg)	Capacidad de 2 vehículos Kg	Capacidad mensual	Capacidad anual
1	450	900	21.600,00	328.500,00
2	450	900	21.600,00	328.500,00
3	450	900	21.600,00	328.500,00
4	450	900	21.600,00	328.500,00
5	450	900	21.600,00	328.500,00

Fuente: Ochoa Car Huaquillas

Elaboración: Los autores

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Es importante conocer la participación del mercado que tendrá la nueva empresa, para cuyo cálculo se procedió de la siguiente manera: Se calculó la demanda insatisfecha diaria de las encomiendas (sobres, paquetes y bultos) por peso para luego compararla con el peso máximo de carga que tiene el vehículo y se obtiene la participación diaria en el mercado, según el resultado obtenido señala que se tendrá una participación de 2,11% en el mercado, teniendo la oportunidad de ampliar la cobertura de mercado adquiriendo más vehículos.

Cuadro # 58			
PARTICIPACIÓN DEL MERCADO			
PERIODOS	DEMANDA A ATENDER Kg	CAPACIDAD UTILIZADA Kg	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
1	15.602.767	328.500,00	2,11
2	15.946.028	328.500,00	2,06
3	16.296.841	328.500,00	2,02
4	16.655.371	328.500,00	1,97
5	17.021.790	328.500,00	1,93

Fuente: Cuadros #60 y 62

Elaboración: Los autores

6.3 Localización de la Empresa

Constituye el punto clave dentro del estudio del proyecto, ya que nos permite elegir el lugar más apropiado para la instalación del edificio siendo fundamental para el éxito de la misma a través de un análisis macroeconómico y microeconómica.

6.3.1 Macro localización.

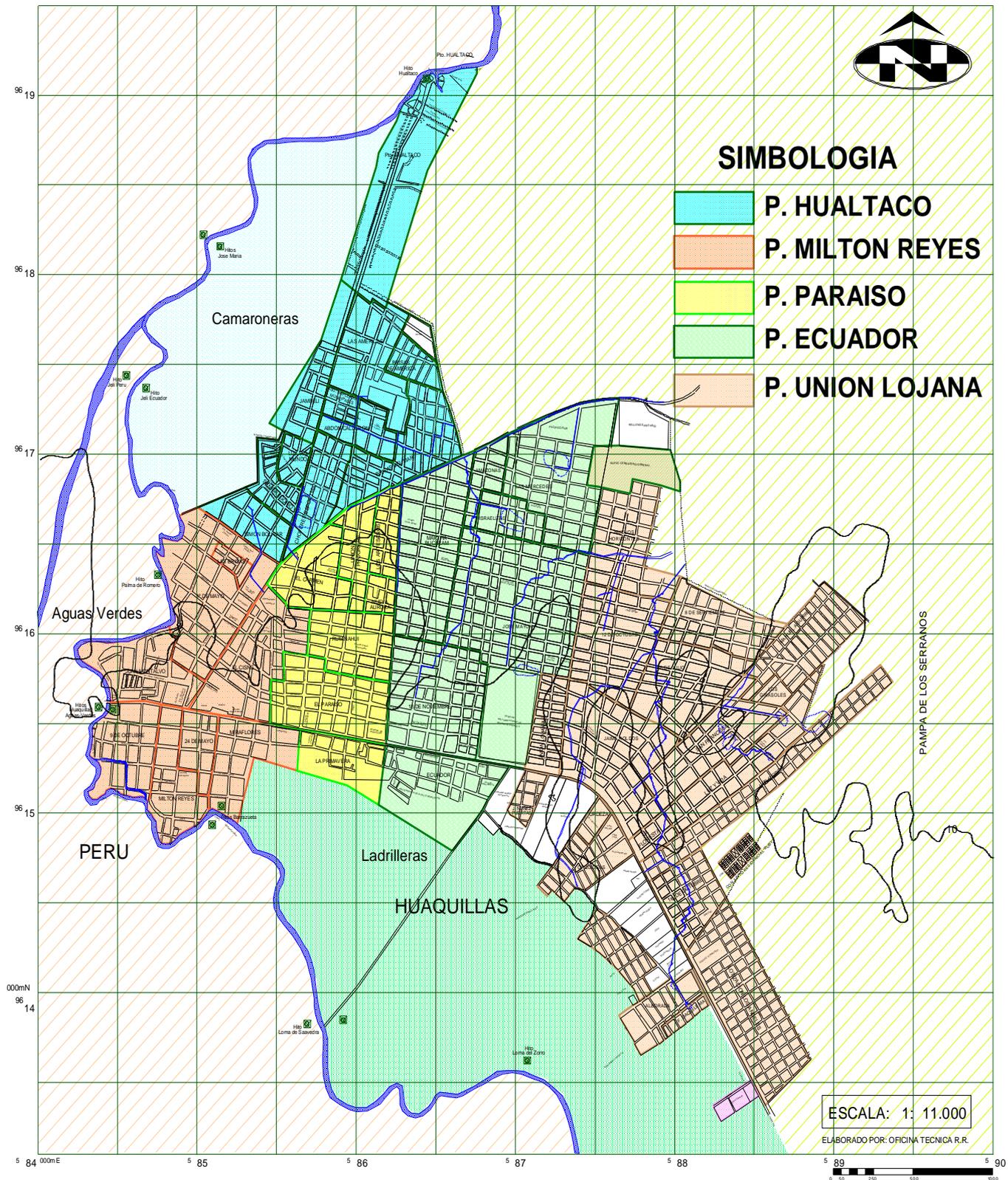
Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de la influencia del proyecto. Es decir se refiere al área o lugar donde se ubicará el proyecto que será la provincia de El Oro.

Para la implementación de la empresa de envíos de paquetería Courier el cual llevará por nombre “La encomienda” se tomó en cuenta factores como son:

La empresa de Courier estará ubicado en:

- República de Ecuador
- Región Costa
- Provincia El Oro
- Cantón Huaquillas

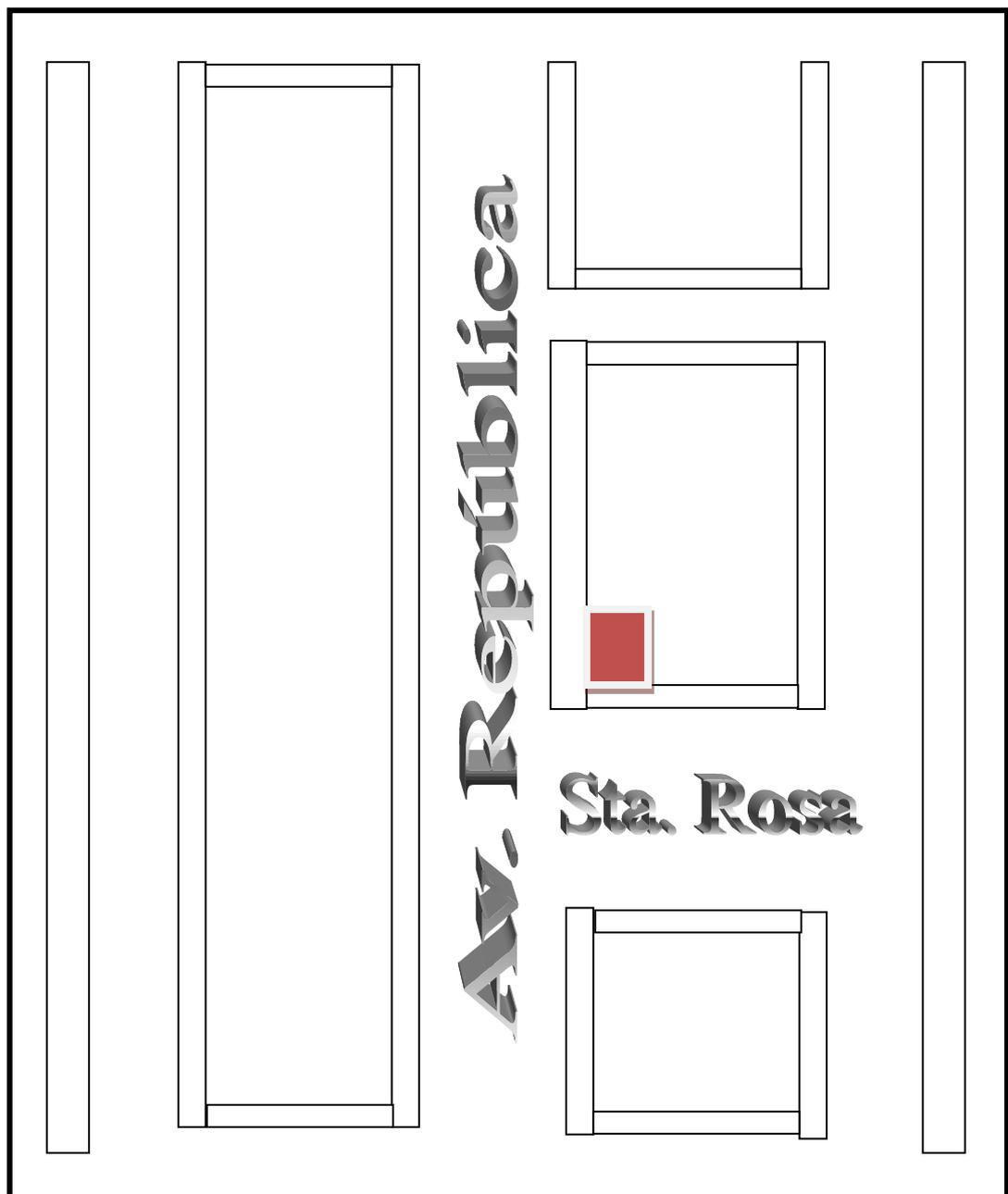
Grafico # 26 de la Macro localización
PLANO DEL CANTON HUAQUILLAS



6.3.2 Micro localización

La empresa estará ubicada en la parroquia Milton Reyes en la zona céntrica de Huaquillas en las calles Av. República y Sta. Rosa el mismo que cuenta con todas las condiciones básicas para el funcionamiento de la empresa.

Grafico #27 de la Micro localización



7 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto nos permite acoplar los recursos físicos para relacionarlos con la parte técnica, es decir tiene que ver con la construcción de la planta, su equipamiento y características del servicio del Courier, el objetivo principal del estudio es dar solución a las necesidades que tienen la clientela para que sus envíos sean seguros y lleguen a tiempo.

7.1 Infraestructura Física

Se relaciona con la parte física de la empresa, en donde determinamos las áreas requeridas para el cumplimiento de cada actividad,

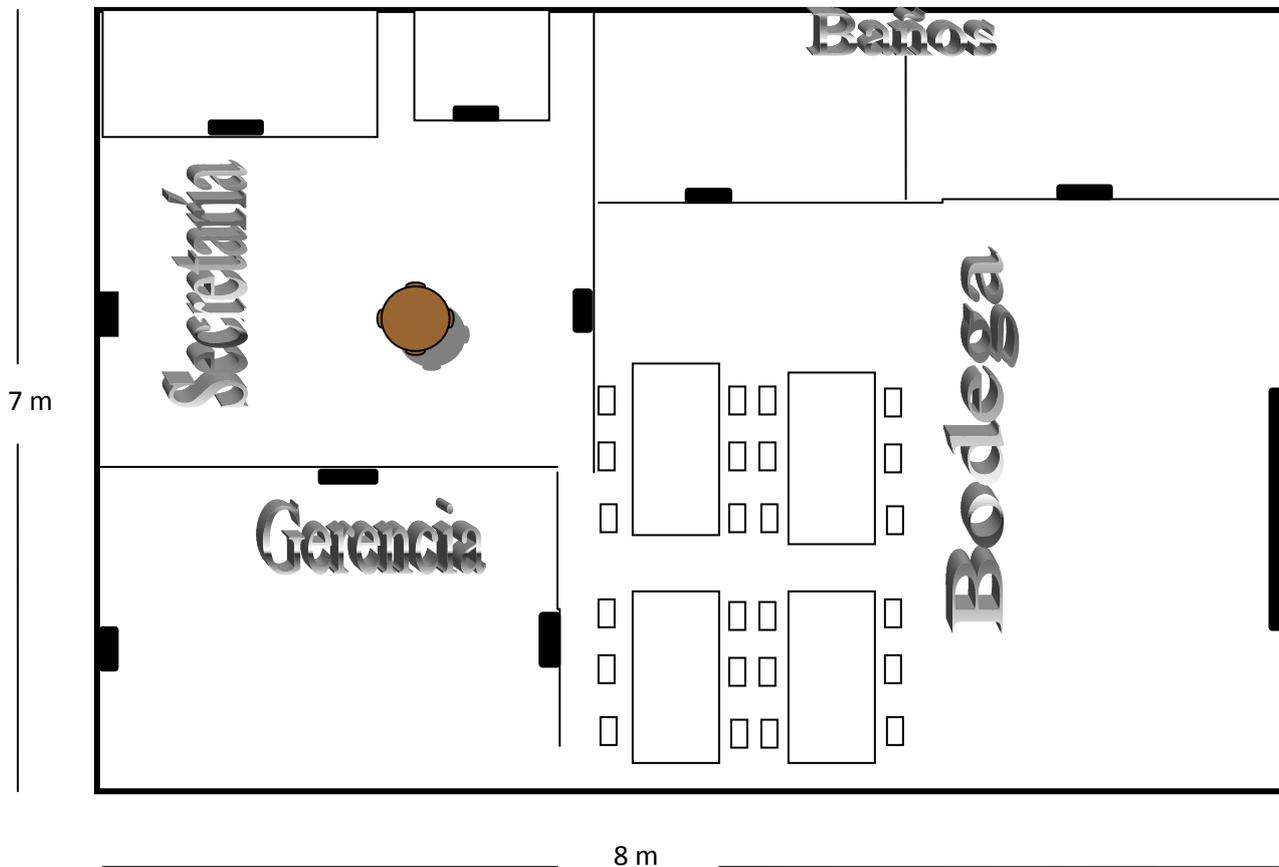
7.2 Distribución física de la planta

La oficina que arrendaremos para la instalación de la empresa estará ubicada en las calles Av. República y Sta. Rosa en la ciudad de Huaquillas tendrá una área administrativa en donde constaran la gerencia, secretaria más una bodega, también consta con un garaje, y las agencias serán similares.

Las oficinas tienen las siguientes medidas:

- Gerencia: 3.00m x 3.00m
- Secretaría, área de recepción y entrega de paquetería y documentación a los clientes 4.00metros por 4.00metros
- Baño : 2.5m x 3.6m
- Bodega :5.00m x 5.00m

Grafico # 28 de la distribución Física



7.3 Logotipo



Elaboración: Los autores

7.4 Descripción del servicio

Este servicio pretende satisfacer las necesidades de los clientes y ciudadanía en general mediante la recepción y el envío de las encomiendas de manera que sea seguro, confiable y a tiempo.

7.5 Proceso del Servicio

- 1.- Recepción del Pedido del servicio (telefónico o personal)
- 2.- Elección del destino de la encomienda
- 3.- Facturación y cancelación
- 4.- Ingreso a bodega
- 3.- Clasificación de las encomiendas (sobres, paquetes y bultos)

4.- Elaboración de la Hoja de ruta diaria para encomiendas locales y para agencias.

5.- Distribución y entrega de las encomiendas

7.6 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DE COURIER

Cuadro N° 59

N.-	DESCRIPCIÓN						TIEMPO	
		OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN		
1	Recepción del Pedido del servicio	X					10 min	
						x	1min	
2	Elección del destino de la encomienda	X					3 min	
3	Facturación y cancelación	X					5 min	
						x		
4	Ingreso a bodega	X					3 min	
15	Elaboración de la Hoja de ruta diaria para encomiendas locales y para agencias	X					10 min	
						X		
6	Clasificación de las encomiendas sobres, paquetes y bultos)	X					30min	
						X	1 min	
7	Inspección	X					30 min	
8	Distribución y entrega de las encomiendas.	X					5 min	
			X				1 min	
TOTAL DE TIEMPO								98 min

Elaboración: los autores

8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

8.1. BASE LEGAL

En lo que se refiere a la organización jurídica hemos previsto implementar una Compañía de Responsabilidad Limitada en conformidad como lo estipula el Art. 92 de la Ley de Compañías en la cual su parte pertinente dice “La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas que solamente responde por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva , a la que se añadirá en todo caso las palabras “Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura”

Entonces, por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa y por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías, hemos decidido por implantarla en nuestro proyecto.

Esta compañía no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

La Junta General es el ente regulador de este tipo de compañía y está constituida por todos los socios, con derecho a intervenir a través de asambleas en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía. Para efectos de votación cada participación dará a un socio el derecho al voto.

La compañía de Responsabilidad Limitada es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías.

Una compañía de Responsabilidad Limitada puede constituirse para cualquier tipo de negocio o profesión, con excepción de la banca, los seguros y las finanzas.

La razón social o denominación.- Para efectos del presente proyecto la razón social de la empresa será **"LA ENCOMIENDA" CIA. LTDA..**

Domicilio.- La empresa a instalarse se ubicará en la provincia de El Oro, cantón Huaquillas, parroquia Milton Reyes, específicamente en la avenida La República y Santa Rosa esquina.

Socios.- Estará integrada por dos socios con capacidad civil para contratar, los que realizarán aportes individuales de capital.

Integrantes:

Sr. Cristian Enrique Castro Campoverde

Sra. Karla Jassmin León Campoverde

El representante legal o administrador de la empresa será elegido por La Junta General de Socios que es el órgano superior de la compañía, cuyas decisiones se tomarán por mayoría absoluta de votos.

Su constitución será por parte de la Superintendencia de Compañías así como también su respectiva inscripción en el Registro Mercantil .La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción y publicación con un anuncio al respecto en el periódico local de mayor circulación.

Los requisitos principales para la constitución de la compañía son:

Escrito previo solicitando la constitución de la compañía a cargo de un abogado en libre ejercicio profesional.

Celebración de la Escritura Pública que se realiza en una Notaria Pública del cantón Huaquillas.

Aprobación de la Superintendencia de Compañías.

Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo

Inscripción en el Registro Mercantil.

Obtención del Registro único de Contribuyentes

Registro y permiso de funcionamiento de la Cámara de la Pequeña Industria.

Obtención de la Patente de Producción.

8.2. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Para que la empresa funcione adecuadamente es necesario determinar una estructura administrativa que vaya de acuerdo a la actividad comercial.

8.3. Determinación de Niveles

Los niveles jerárquicos lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posee independiente de las funciones que realizan.

8.3.1 Nivel Legislativo.- Constituido por la Junta General de Socios. Es el órgano supremo de la compañía, está formado por los socios legalmente convocados y reunidos.

8.3.2 Nivel ejecutivo.- Es el segundo nivel de autoridad y lo constituye el gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

8.3.3 Nivel auxiliar.- El nivel auxiliar aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad, en el caso de la empresa de courier el nivel auxiliar lo constituye la secretaria.

8.3.4 Nivel operativo.- Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de producción de la empresa, mismo que está

integrado por los tres operarios que trabajan en la producción del servicio a ofrecer de manera rotativa y serán los encargados de los departamentos de caja y de servicio al cliente, es decir en este nivel se describe todos los departamentos que se encargan de la marcha operacional de la empresa.

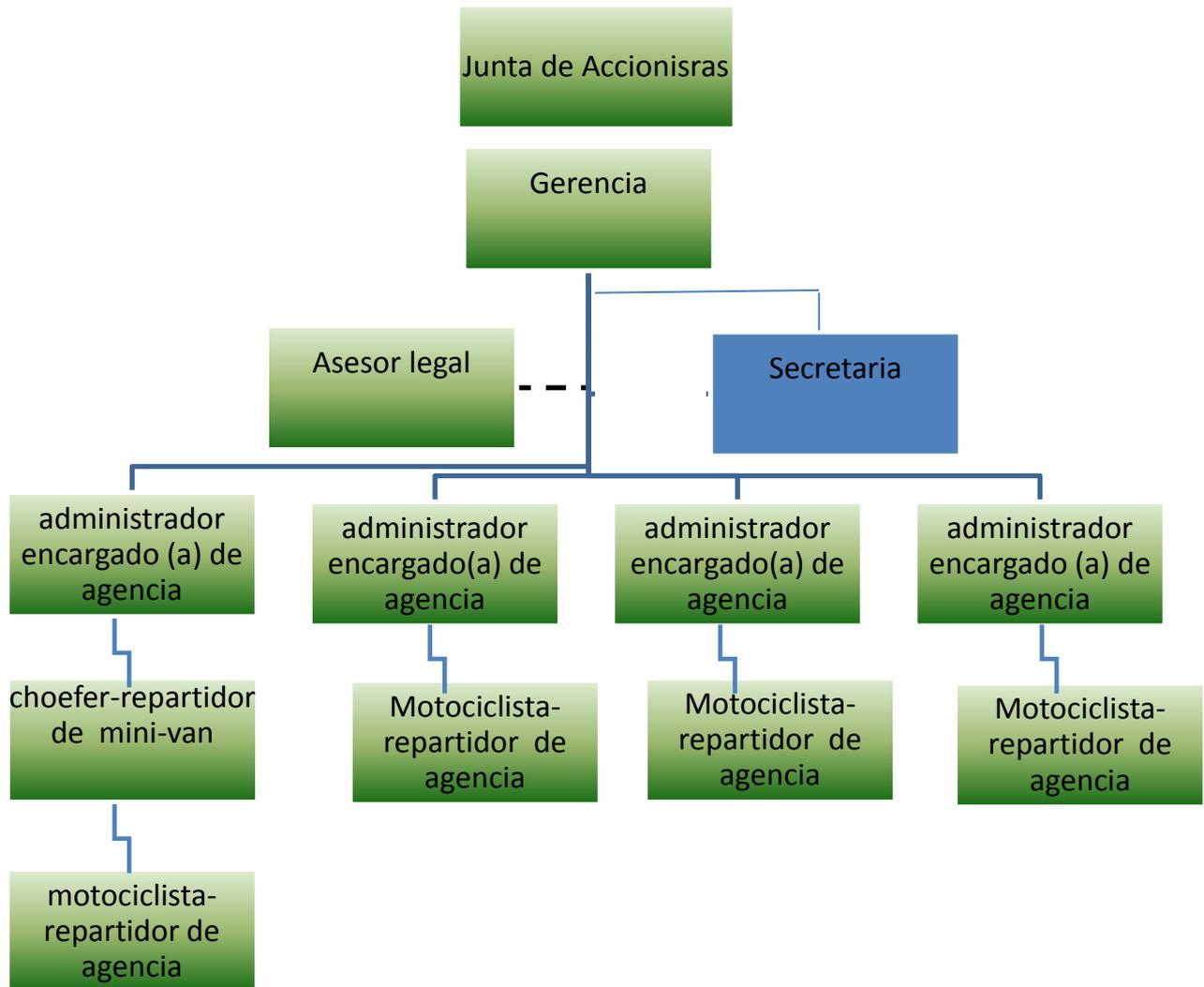
8.4. ORGANIGRAMAS

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

8.4.1 Organigrama Estructural

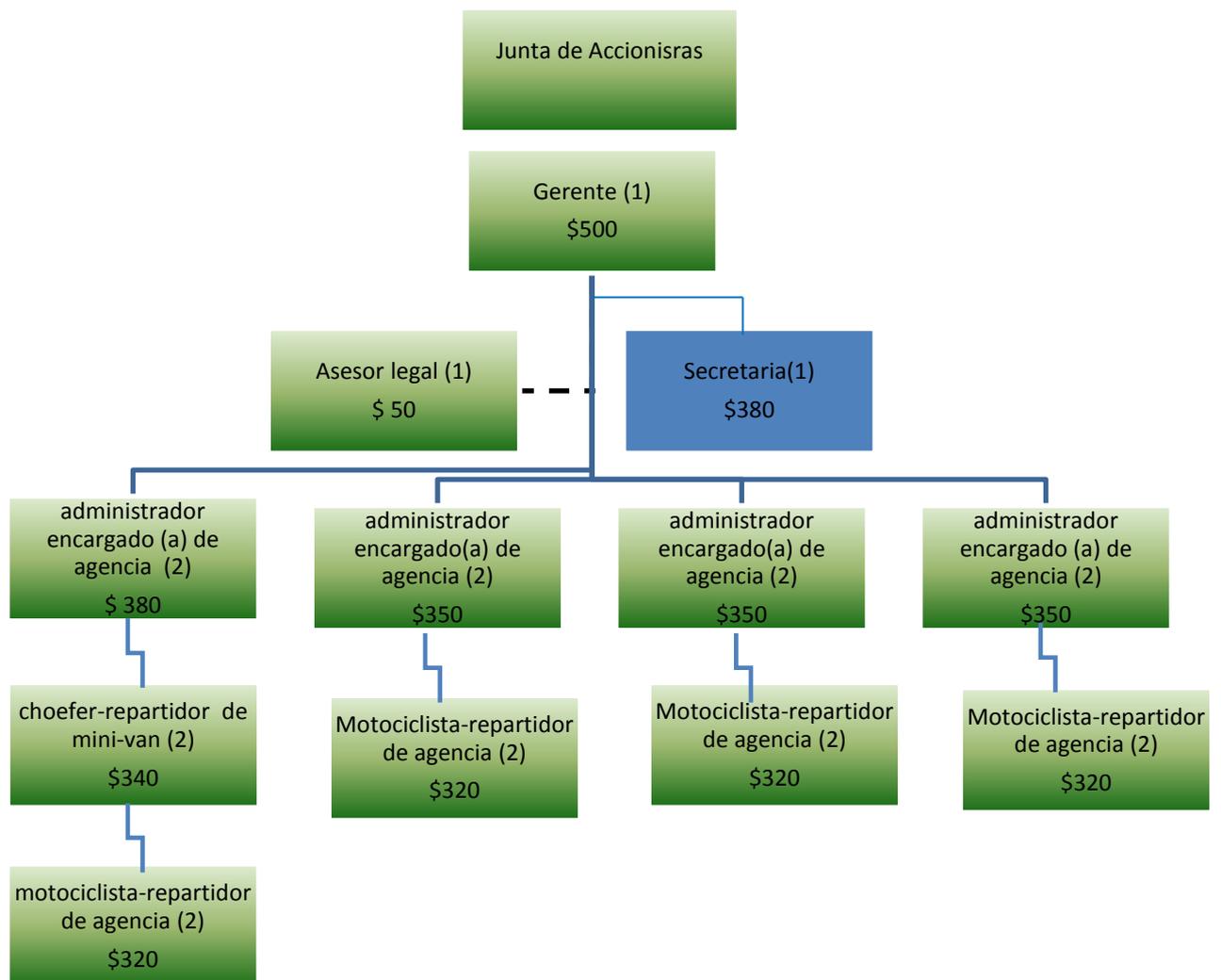
El organigrama estructural representa la estructura organizativa básica con la que cuenta la empresa, mismo que nos permite conocer de una forma objetiva sus unidades o departamentos y las relaciones que las ligan entre sí.

Organigrama Estructural de la Empresa “La Encomienda”

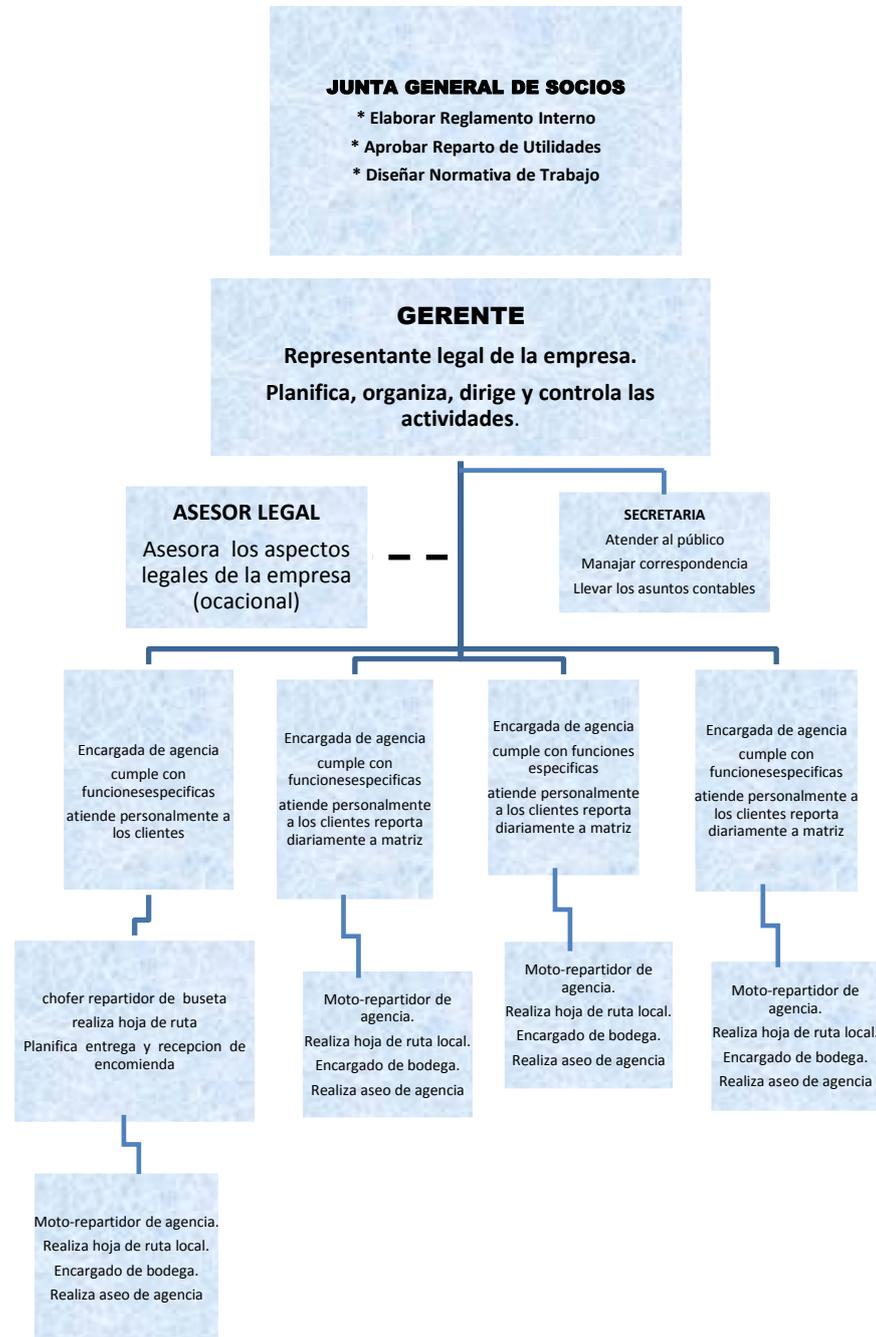


8.4.2 Organigrama Funcional

Este organigrama Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.



Organigrama Funcional de la Empresa “La Encomienda”

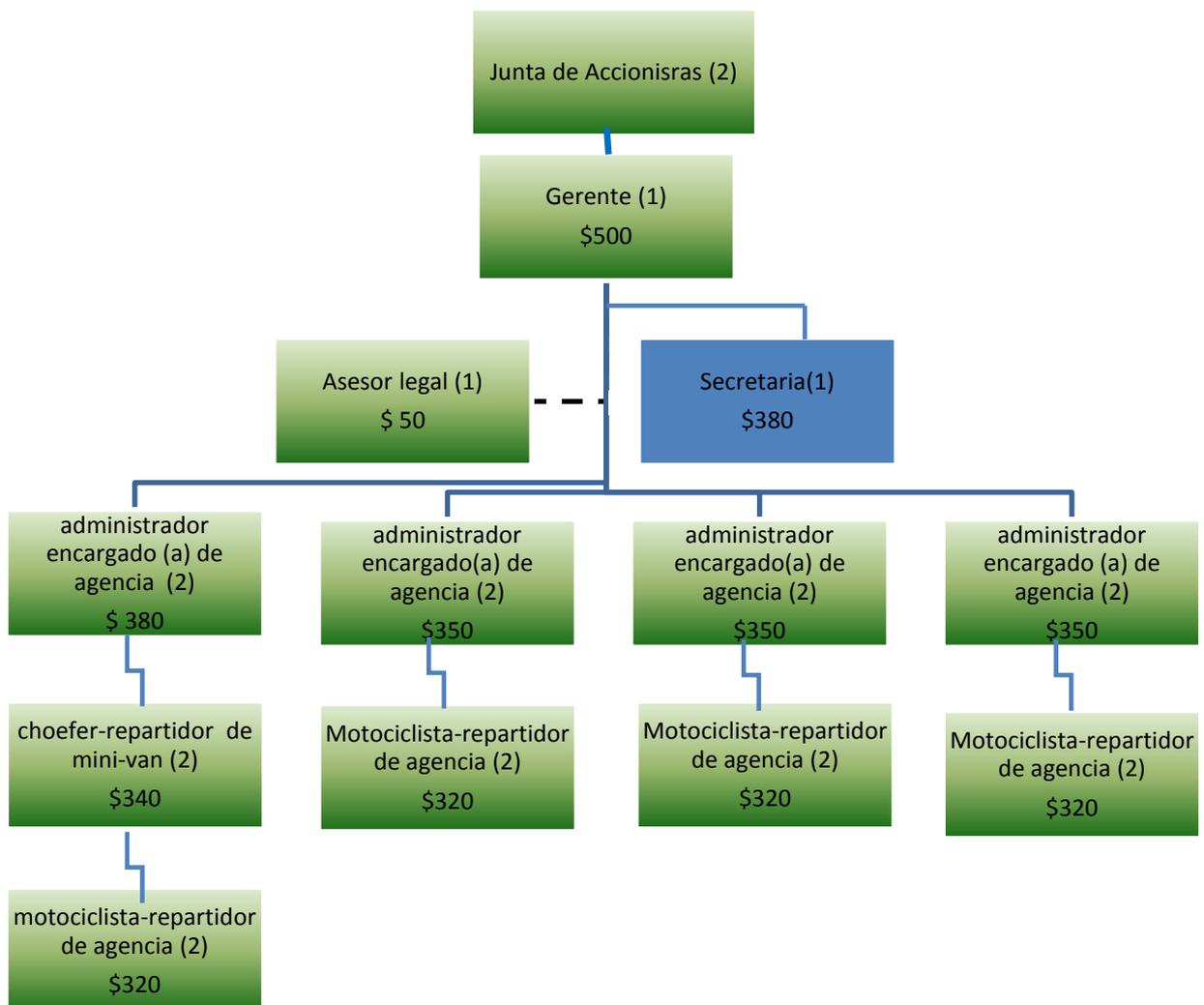


8.4.3 Organigrama Posicional

Enfoca aspectos como distribución de personal, cargo que ejerce y remuneración que percibe.

Uno de los aspectos fundamentales para implementar el proyecto es su organización el cual debe constar con los procesos legales y administrativos.

Organigrama Posicional de la Empresa “La Encomienda”



	Courier” La Encomienda”		FECHA:30 - 10 – 2011		
			PÁGINA:1	DE:	12
	MANUAL DE FUNCIONES		SUSTITUYE A:		
			PÁGINA:	DE:	
			FECHA:		
NOMBRE DEL PUESTO:	Gerente				
CÓDIGO:	001				
JEFE INMEDIATO:					
NATURALEZA DEL PUESTO:	Es responsable por la planificación, organización, dirección, evaluación y control de la Administración total de la empresa, creando y desarrollando estrategias para mantener una organización estable y competitiva en el ámbito laboral y de mercado.				
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS					
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, coordinar y controlar los trabajos de organización y métodos; de realizar tareas de análisis y diseño. • Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía. • Dirigir la marcha administrativa de la compañía, nombrando, removiendo y señalando la remuneración del personal. • Designar Jefes departamentales. • Organizar, delegar funciones y supervisar el trabajo asignado al personal de cada área. • Evaluar la productividad y la gestión de la empresa. • Mantener reuniones periódicas o emergentes con las áreas operativas y administrativas, para el análisis y solución de problemas. • Atender requerimientos y necesidades del personal administrativo y operativo. • Negociar con el cliente en cuenta a precio y crédito de los productos. • Contratar personal necesario. • Contratar y entregar obras. 					
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL CARGO					
REQUISITOS: Ingeniero Comercial y afines. CONOCIMIENTOS: Tener conocimientos en administración. EXPERIENCIA: En funciones similares mínima tres años. APTITUDES: Poder de negociación. EDAD: 25-35 SEXO: M - F					

HORARIO :9h-13h 14h-18h según contrato establecido

	Courier” La Encomienda”		FECHA:30 - 10 – 2011		
			PÁGINA:2	DE:	12
	MANUAL DE FUNCIONES		SUSTITUYE A:		
			PÁGINA:	DE:	
		FECHA:			
NOMBRE DEL PUESTO:	Asesor Legal				
CÓDIGO:	002				
JEFE INMEDIATO:	Gerente				
NATURALEZA DEL PUESTO:	Asesoramiento e intervención en asuntos legales y jurídicos de la empresa.				
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS					
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar jurídicamente a nivel ejecutivo, asesor, apoyo y operativo de la empresa. • Patrocinar a la empresa de los procesos de carácter laboral, penal, asuntos civiles y mercantiles que tengan que afrontar. • Absolver consultas relacionadas con su especialidad. • Revisar y/o estudiar documentos administrativos y emitir informes técnicos especializados. • Participar en comisiones y reuniones de trabajo. • Intervenir en asesoría de los juicios y más acciones legales que la empresa tenga que asumir. • Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por la Gerencia General. 					
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL CARGO					
<p>REQUISITOS: Abogado o Doctor en Jurisprudencia.</p> <p>CONOCIMIENTOS: En la ley orgánica de la contraloría general del estado, código del trabajo, ley de servicio civil y carrera administrativa, ordenamiento jurídico.</p> <p>EXPERIENCIA: En funciones similares mínima tres años.</p> <p>APTITUDES: Facilidad de expresión.</p> <p>EDAD: 30 - 45</p> <p>SEXO: M</p> <p>HORARIO :9h-13h 14h-18h según contrato establecido</p>					

	Courier” La encomienda”	FECHA: 30 - 10 – 2011		
		PÁGINA: 3	DE:	12
	SUSTITUYE A:			
	MANUAL DE FUNCIONES	PÁGINA:	DE:	
FECHA:				

NOMBRE DEL PUESTO:	SECRETARIA CONTADORA
CÓDIGO:	003
JEFE INMEDIATO:	Gerente
NATURALEZA DEL PUESTO:	Realizar labores propias de secretaria y brindar asistencia directa al gerente, además diseñar, ejecutar y mantener los sistemas de contabilidad de la empresa.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS

Manejar la correspondencia.

Atender al público y proporcionarle información.

Llevar y controlar la contabilidad general y de costos.

Evitar provisiones de pago.

Validar documentos de soporte para transacciones.

Elaborar los estados financieros de la empresa.

Manejar adecuadamente los registros contables.

Diseñar y aplicar los métodos adecuados de manejo de inventario.

Elaborar roles de pago.

REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL CARGO

REQUISITOS: Título de licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor, Ser afiliado al Colegio de Contadores.

CONOCIMIENTOS: En declaraciones tributarias, Impuestos a la renta y Ley laboral y tributaria.

EXPERIENCIA: En funciones similares mínima 2 años.

APTITUDES: Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa, público en general y además, debe ser una persona honesta y honrada.

EDAD: 26 - 35

SEXO: M – F

HORARIO :9h-13h 14h-18h según contrato establecido

	Courier” La encomienda”		FECHA:30 - 10 – 2011		
			PÁGINA: 4	DE:	12
	MANUAL DE FUNCIONES		SUSTITUYE A:		
			PÁGINA:	DE:	
			FECHA:		
NOMBRE DEL PUESTO:	Administradora - Secretaria de agencia				
CÓDIGO:	004				
JEFE INMEDIATO:	Gerente				
NATURALEZA DEL PUESTO:	Ejecutar actividades de apoyo secretarial y administrativas que conlleven un grado de responsabilidad y confiabilidad, requeridos por la Gerencia.				
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS					
<ul style="list-style-type: none"> • Recepar, clasificar, registrar y distribuir las encomiendas y paquetería de su localidad, así como cautelar y mantener actualizado el archivo general y confidencial correspondiente. • Preparar el despacho de la documentación para atención y/o respuesta, efectuando el seguimiento pertinente, coordinando las reuniones y citas respectivas. • Llevar el manejo y efectuar la rendición de fondos de la Caja Chica de la agencia. • Efectuar el requerimiento y distribuir los útiles de oficina de la Agencia, efectuando el control de los mismos. • Elaborar documentos tales como facturas, registros, certificados, expedientes y demás documentos necesarios para el desarrollo de la agencia de Courier- • Atender al cliente brindándole la información que requiera para la recepción y envío de encomiendas • Hacer y recibir llamadas telefónicas. así como mantener actualizada la agenda diaria de la Agencia. • Realiza la limpieza de su área de trabajo • Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el Gerente General. 					
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL CARGO					
REQUISITOS: Título en secretariado ejecutivo o carrera afines. CONOCIMIENTOS: En relaciones humanas, computación, redacción y presentación de oficios. RESPONSABILIDAD: por personal a su cargo SUPERVISA: a personal de agencia EXPERIENCIA: Mínima un año. APTITUDES: Digitación de textos. EDAD: 20 - 30 SEXO: F HORARIO :9h-13h 14h-18h según contrato establecido					

	Courier” La encomienda”		FECHA:30 - 10 – 2011		
			PÁGINA:8	DE:	12
	MANUAL DE FUNCIONES		SUSTITUYE A:		
			PÁGINA:	DE:	
		FECHA:			
NOMBRE DEL PUESTO:	Chofer-Repartidor				
CÓDIGO:	005				
JEFE INMEDIATO:	Secretaria encargada de agencia				
NATURALEZA DEL PUESTO:	Coordinar las actividades de entrega de las encomiendas y paqueterías de la agencia en referencia al recorrido y recepción.				
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS					
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar y archivar facturas de entrega de las encomiendas. • Ofrecer Planificar actividades de en bodegaje , entrega y recepción de paquetería • Atender al público que requiera información en el área de bodega • Da una buena y adecuada atención a los clientes. • Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el Gerente o encargado de la Agencia • Tratar de llegar a los clientes con un servicio eficiente y eficaz • Presentar informes de rutas a su inmediato superior. • Llevar control escrito y documentada de la existencia de encomienda en la agencia • Informar al encargado de la agencia de las existencias de las encomiendas y paquetería • Mantener en condiciones optimas la herramienta de trabajo ya sea la moto o la furgoneta • Limpiar y mantener presentable el puesto de trabajo 					
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL CARGO					
REQUISITOS: chofer profesión. CONOCIMIENTOS: En ventas. EXPERIENCIA: Mínima un año en labores de ventas. APTITUDES: Poder de convencimiento con una gran iniciativa y creatividad. EDAD: 20 - 30 HORARIO : 9h-13h 14h-18h según contrato establecido SEXO: M – F					

	Courier” La encomienda”	FECHA: 30 - 10 – 2011		
		PÁGINA: 8	DE:	12
	MANUAL DE FUNCIONES	SUSTITUYE A:		
		PÁGINA:	DE:	
				FECHA:
NOMBRE DEL PUESTO:	Motorizados			
CÓDIGO:	006			
JEFE INMEDIATO:	Secretaria encargada de agencia			
NATURALEZA DEL PUESTO:	Coordinar las actividades de entrega de las encomiendas y paqueterías de la agencia donde pertenecen en referencia al recorrido y recepción.			
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS				
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar y archivar facturas de entrega de las encomiendas. • Diseñar las rutas de movilización en la ciudad según necesidad de entrega- recepción • Planificar la entrega y recepción de paquetería • Atender al público que requiera información en el área de bodega • Dar adecuada y excelente atención a los clientes. • Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el Gerente o encargado de la Agencia • Tratar de llegar a los clientes con un servicio eficiente y eficaz • Presentar informes de rutas a su inmediato superior. • Llevar control escrito y documentada de la existencia de encomienda en la agencia • Informar al encargado de la agencia de las existencias de las encomiendas y paquetería • Mantener en condiciones optimas la herramienta de trabajo , la moto • Limpiar y mantener presentable el puesto de trabajo 				
REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL CARGO				
REQUISITOS: chofer profesión. CONOCIMIENTOS: En ventas. EXPERIENCIA: Mínima un año en labores de ventas. APTITUDES: Poder de convencimiento con una gran iniciativa y creatividad. EDAD: 20 - 30 HORARIO : 9h-13h 14h-18h según contrato establecido SEXO: M – F				

8.5 SERVICIO

El propósito es de servir a la Comunidad de Huaquillas con la implementación de una empresa de Courier para la provincia de El Oro , este servicio contara con personal calificado, con seguridad y reserva en sus contenidos, con transporte adecuado, los cuales nos permitirá servir de forma adecuada acorde a los gustos y preferencias del consumidor y de esta manera tendremos la seguridad de obtener la fidelidad de nuestros clientes, además se contará con el servicio de entrega inmediata a domicilio demostrando así la capacidad y eficiencia de la empresa.

Los servicios que ofrece esta empresa de Courier son:

- Entrega y recepción de cartas o sobres, paquetes y bultos.
- Atención al cliente personalizada.
- Horarios de atención acorde establecido por la empresa
- Precios bajos a la competencia.
- Aceptamos tarjetas de crédito.

8.6 MERCADO

El mercado es la ciudad de Huaquillas y su área de influencia como es Arenillas, Sta. Rosa y Machala ya que dentro de ella se encuentra el mercado Objetivo y Demanda Efectiva que son los empresarios comerciantes y público en general, , los cuales serán los clientes potenciales y ayudaran a que el proyecto pueda desarrollarse.

Nuestro canal de distribución será de forma directa:

8.7 PUBLICIDAD

La publicidad se realizará a través de los medios de comunicación de mayor sintonía en la ciudad de Huaquillas y en la provincia de El Oro

Los medios de difusión son los siguientes: Radio Génesis, periódico El Nacional y la Imprenta Huaquillas

- Hojas volantes.
- Tarjetas de presentación.
- Cuñas radiales.
- Diario de mayor circulación en la provincia.

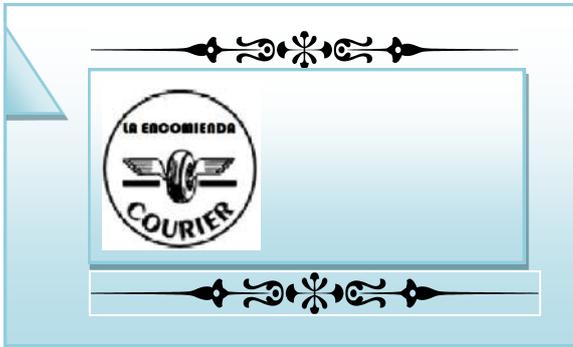
8.7.1 HOJA VOLANTE

Realizaremos 5000 hojas volantes de nuestra empresa de courier las mismas que serán repartidas en cada una de las de las principales calles de las ciudades en donde se encuentran las agencias del Courier.



La encomienda
Seguro y veloz hacia tu destino voy

TARJETA DE PRESENTACIÓN



Ofrecemos:

Servicio de puerta a puerta, con seguridad y rapidez en los envíos y recepción de sus encomiendas

Administradores:

Dirección:

Correo: laencomienda@gmail.com

Teléfono : 550672 o al

8.7.2 CUÑAS RADIALES

Para realizar las cuñas acudiremos a la radio Génesis donde se transmitirán tres cuñas radiales en el día en el siguiente horario: en la mañana a las 7hoo am, al medio día a las 12:30 pm y en la noche a las 19hoo pm con una duración de 40 segundos cada uno.

El contenido de la cuña radial es el siguiente:

TÍTULO DE LA PUBLICIDAD

“Envía tu encomienda seguro y veloz”

Somos el operador de Courier líder en Huaquillas y su área de influencia en la provincia de El Oro orientando al cliente en la decisión de envió, con servicio personalizado, lo que día a día permiten que su encomienda lleguen siempre a tiempo y a los mejores precios.

No te olvides somos “ La Encomienda” 084550672 o al 084810040.

Elaboración: Los Autores.

DIARIO EL NACIONAL

Se publicará en el diario El Nacional todos los domingos del año un cuarto de página sobre publicidad de la empresa a un valor de \$ 24.00

Contenido de la publicidad del diario:



Ofrecemos

Envío y recepción de documentos y paquetería

- Entrega urbana directo de primer orden
- Es el punto de encuentro de nuestros clientes con sus clientes.
- Damos la más amplia cobertura en Huaquillas y su área de influencia
- en la provincia de El Oro, como Arenillas, Sta.Rosa. Machala
- cambiamos el concepto del manejo de correspondencia
- y la logística en la provincia de El Oro
- Influenciamos diariamente el mercado corporativo, bancario
- y comercial generando un alto estándar de calidad
- y eficiencia abriendo las comunicaciones a doble vía.
- **Elaboración:** Los Autores

Dirección:

Correo: laencomienda@gmail.com

Teléfono: 084550672 o al 084810040

9 EL ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero es el que indica a los inversionistas luego que ya se conoció la factibilidad de mercado, y técnica, cuánto o qué cantidad de dinero debe invertir para poner en ejecución la nueva empresa de Courier, así mismo se requiere conocer cuáles son las fuentes de financiamiento, permite conocer los egresos e ingresos y los resultados económicos y financieros que tendrá la empresa.

9.1 INVERSIÓN

Para conocer cuánto es la inversión que se requiere, se realiza la clasificación de las cuentas en **ACTIVOS FIJOS**, **ACTIVOS CIRCULANTES** Y **CAPITAL DE TRABAJO**.

Activos Fijos.- Son los bienes tangibles de propiedad de la empresa, tienen la particularidad de desgastarse o sufrir una depreciación en su valor, con excepción del terreno.

Para el funcionamiento la empresa requerirá muebles que se han dividido en muebles para la administración y muebles para el servicio; Los equipos de computación para el servicio y para administración y Vehículos, la furgoneta que entregará las encomiendas de cantón en cantón y las motos que prestaran el servicio a domicilio.

Cabe señalar que los costos de los bienes han sido consultados en las casas comerciales del cantón Huaquillas y se ha optado por los más económicos pero de calidad.

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos se utilizará el método de regresión lineal cuya fórmula es la siguiente:

$$Dep.anual = \frac{Costodelbien - Valorresidual}{Añosdevidaútil}$$

El valor residual se toma en cuenta en la elaboración del Flujo de Caja.

Cuadro # 60

Muebles y Enseres para Administración			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
2	Escritorios	120,00	240,00
2	sillas giratorias	75,00	150,00
2	Archivadores	60,00	120,00
2	Papeleras	32,00	64,00
2	Teléfonos inalámbricos	25,00	50,00
TOTAL			624,00

Fuente: Mueblería El Roble

Elaboración: Los autores

Cuadro N° 61

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES PARA ADMINISTRACIÓN

VALOR DEL ACTIVO	624		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	10	VALOR RESIDUAL	62,40
DEPRECIACIÓN	10%		
DA	56,16		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	624	62,40		561,6
1	561,6		56,16	505
2	505		56,16	449
3	449		56,16	393
4	393		56,16	337
5	337		56,16	281
6	281		56,16	225
7	225		56,16	168
8	168		56,16	112
9	112		56,16	56
10	56		56,16	0

Cuadro # 62

Muebles y Enseres Operativos			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
8	Escritorios	85,00	680,00
8	Sillas giratorias	45,00	360,00
8	Estantes de madera	140,00	1.120,00
8	Módulos para ventanillas	180,00	1.440,00
8	Sillas modulares 5 puestos	230,00	1.840,00
TOTAL			5.440,00

Fuente: Mueblería El Roble

Elaboración: Los autores

Cuadro N° 63

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES (OPERATIVOS)

VALOR DEL ACTIVO	5440		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	10	VALOR RESIDUAL	544,00
DEPRECIACIÓN	10%		
DA	489,60		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	5440	544,00		4896
1	4896		489,60	4406
2	4406		489,60	3917
3	3917		489,60	3427
4	3427		489,60	2938
5	2938		489,60	2448
6	2448		489,60	1958
7	1958		489,60	1469
8	1469		489,60	979
9	979		489,60	490
10	490		489,60	0

Cuadro # 64

VEHICULO			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
2	Mini buseta	12.000,00	24.000,00
8	motonetas	1.200,00	9.600,00
TOTAL			33.600,00

Fuente: Ochoa Car Huaquillas y Motos shopping

Elaboración: Los autores

Cuadro Nº 65

DEPRECIACIÓN DE VEHICULO

VALOR DEL ACTIVO	33600		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	5	VALOR RESIDUAL	6720,00
DEPRECIACIÓN	20%		
DA	5376,00		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	33600	6720,00		26880
1	26880		5376,00	21504
2	21504		5376,00	16128
3	16128		5376,00	10752
4	10752		5376,00	5376
5	5376		5376,00	0

Cuadro # 66

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN OPERATIVO			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
8	Equipos de computación	650,00	5.200,00
8	impresoras multiuso	320,00	2.560,00
TOTAL			7.760,00

Fuente: ELTECOMPU

Elaboración: Los autores

Los equipos de computación tienen una vida útil de 3 años, por tanto para el cuarto año de vida útil del proyecto se debe reponer este activo, para lo cual se ha considerado la inflación de tres años para determinar el costo del bien en el cuarto año.

Cuadro # 67

Reposición de Equipos de computación Operativo			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
8	Equipos de computación	871,08	6.968,64
8	impresoras multiuso	428,84	3.430,71
TOTAL			10.399,35

Fuente: ELTECOMPU

Elaboración: Los autores

Cuadro Nº 68

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN (OPERATIVO)

VALOR DEL ACTIVO	7760		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	3	VALOR RESIDUAL	2560,80
DEPRECIACIÓN	33,00%		
DA	1733,07		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	7760	2560,80		5199
1	5199		1733,07	3466
2	3466		1733,07	1733
3	1733		1733,07	0

Cuadro Nº 69
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE REPOSICION (OPERATIVO)

VALOR DEL ACTIVO	8010,65		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	3	VALOR RESIDUAL	2643,51
DEPRECIACIÓN	33,00%		
DA	1789,05		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	8010,65	2643,51		5367
1	5367		1789,05	3578
2	3578		1789,05	1789
3	1789		1789,05	0

Cuadro # 70
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN PARA ADMINISTRACIÓN

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
2	Equipos de computación	650,00	1.300,00
2	impresora multiuso	320,00	640,00
TOTAL			1.940,00

Fuente: ELTECOMPU

Elaboración: Los autores

Cuadro # 71
Reposición de Equipos de computación Administrativo

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
2	Equipos de computación	871,08	1.742,16
2	impresoras multiuso	428,84	857,68
TOTAL			2.599,84

Fuente: ELTECOMPU

Elaboración: Los autores

Cuadro Nº 72
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN (ADMINISTRATIVO)

VALOR DEL ACTIVO	1940		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	3	VALOR RESIDUAL	640,20
DEPRECIACIÓN	33,00%		
DA	433,27		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	1940	640,20		1300
1	1300		433,27	867
2	867		433,27	433
3	433		433,27	0

Cuadro Nº 73
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE REPOSICION (ADMINISTRATIVO)

VALOR DEL ACTIVO	2599,84		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	3	VALOR RESIDUAL	857,95
DEPRECIACIÓN	33,00%		
DA	580,63		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	2599,84	857,95		1742
1	1742		580,63	1161
2	1161		580,63	581
3	581		580,63	0

Cuadro # 74
HERRAMIENTAS

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
8	Balanzas romanas cap 150 Kg	300,00	2.400,00
8	Balanzas digital hasta 1 kilo	60,00	480,00
TOTAL			2.880,00

Fuente: Ferretería Timón

Elaboración: Los autores

Cuadro Nº 75
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

VALOR DEL ACTIVO	2880		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	10	VALOR RESIDUAL	288,00
DEPRECIACIÓN	10%		
DA	259,20		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	2880	288,00		2592
1	2592		259,20	2333
2	2333		259,20	2074
3	2074		259,20	1814
4	1814		259,20	1555
5	1555		259,20	1296
6	1296		259,20	1037
7	1037		259,20	778
8	778		259,20	518
9	518		259,20	259
10	259		259,20	0

Cuadro # 76

Equipos de Oficina (Operativo)			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
8	Líneas Telefónicas	90,00	720,00
8	Teléfonos inalámbricos	25,00	200,00
8	Sumadoras	16,00	128,00
TOTAL			920

Fuente: CNT y LA GANGA

Elaboración: Los autores

Cuadro N° 77
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO	920		
VIDA ÚTIL (AÑOS)	10	VALOR RESIDUAL	92,00
DEPRECIACIÓN	10%		
DA	82,80		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTU
0	920	92,00		828
1	828		82,80	745
2	745		82,80	662
3	662		82,80	580
4	580		82,80	497
5	497		82,80	414
6	414		82,80	331
7	331		82,80	248
8	248		82,80	166
9	166		82,80	83
10	83		82,80	0

Activos Diferidos.- Son los bienes intangibles de propiedad de la empresa, en cuyos activos se tiene que invertir para que pueda entrar en funcionamiento, a este rubro pertenecen: el estudio de factibilidad, la constitución legal de la empresa, el permiso de funcionamiento, adecuación de locales, equipos de comunicación. El valor total de estos bienes se amortiza para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro # 78

ACTIVOS DIFERIDOS			
Cantidad	DESCRIPCIÓN	Costo Unitario	Costo Total
1	Constitución de la empresa	1.000,00	1.000,00
1	Permiso de funcionamiento	230,00	230,00
1	Estudio de pre factibilidad	950,00	950,00
8	Adecuación de locales	450,00	3.600,00
1	Adecuación de oficina Administrativa	350,00	350,00
8	equipo (radio comunicador)	300,00	2.400,00
TOTAL			8.530,00

Fuente: Superintendencia de Compañías, Arq. José Arellano, Frecuencias Orensés

Elaboración: Los autores

Cuadro # 79

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS			
Período	Amortización	Amortización Acumulada	Valor en libros
0			8530
1	1706	1706	6824
2	1706	3412	5118
3	1706	5118	3412
4	1706	6824	1706
5	1706	8530	0

Activos Circulantes.- Son los bienes y egresos que requiere la empresa para su normal funcionamiento entre estos están: materiales directos, indirectos, mano de obra directa, los sueldos del personal administrativo, los servicios básicos, entre otros, rubros que se requieren para empezar a trabajar, se hace conocer los costos totales para el primer mes de funcionamiento para determinar la inversión necesaria, y también el costo total para el primer año que se lo puede ver en la columna N°6, cantidad que sirve para el presupuesto de costos.

Cuadro # 80

Materiales Directos para el servicio					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
80	rollos de cinta de embalaje	0,56	44,8	12	537,6
24	cajas de grapas	0,3	7,2	12	86,4
32	bloques guías de remisión (mil)	7,69	246,08	12	2952,96
8	cajas de esferográficos	3	24	12	288
8	cajas de correctores	10,8	86,4	6	518,4
8	Grapadoras	3,75	30	1	30
8	Perforadoras	4,56	36,48	1	36,48
32	bloques de factura	7,69	246,08	12	2952,96
8	cuadernos de cuadros (100 hojas)	2,5	20	6	120
TOTALES			741,04		7522,8

Fuente: Papelería El Estudiante y la imprenta GRAFICS

Elaboración: Los autores

Cuadro # 81

COMBUSTIBLE, MANTENIMIENTO Y LUBRICANTES					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
300	Galones de gasolina (furgoneta)	1,5	450	12	5400
480	galones de gasolina (motoneta)	1,5	720	12	8640
2	mantenimiento de furgoneta	100	200	12	2400
8	mantenimiento de motos	10	80	12	960
TOTALES			1450		17400

Fuente: Gasolinera Aponte y Mecánica El Duro

Elaboración: Los autores

Cuadro # 82

Suministros de oficina					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
1	resma de papel bond	3,6	3,6	5	18
1	cajas de grapas	0,3	0,3	2	0,6
20	carpetas colgantes	0,4	8	6	48
1	caja de esferográficos	3	3	6	18
1	caja de correctores	10,8	10,8	1	10,8
2	Grapadoras	3,75	7,5	1	7,5
2	Perforadoras	4,56	9,12	1	9,12
2	cuadernos de cuadros (100 hojas)	2,5	5	6	30
TOTALES			47,32		142,02

Fuente: Papelería El Estudiante y la imprenta GRAFICS

Elaboración: Los autores

Cuadro # 83

Útiles de limpieza					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
8	Escobas	3,6	28,8	2	57,6
8	Trapeadores	4,2	33,6	2	67,2
8	Recogedores	2,8	22,4	2	44,8
14	Basureros	2,5	35	1	35
8	pacas de papel higiénico Familia	2,56	20,48	6	122,88
14	toallas de mano	3,2	44,8	2	89,6
9	jaboncillos líquidos para manos	3,75	33,75	6	202,5
9	galones de desinfectante	6	54	12	648
TOTALES			272,83		1267,58

Fuente: Autoservicio Ganahorro

Elaboración: Los autores

Cuadro # 84

Indumentaria para el servicio					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
8	Ternos para recepcionistas	35	280	2	560
10	Overol para los motorizados(chofer y motos)	42	420	2	840
8	cascos para motorizados	76	608	1	608
10	pares de guantes de conducir	5,6	56	4	224
8	mochilas	37	296	2	592
TOTALES			1660		2824

Fuente: REPMAORO

Elaboración: Los autores

Cuadro # 85

Seguridad					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
1	Monitoreo y Vigilancia	15	15	12	180
TOTALES			15		180

Fuente: Propietarios de Locales

Elaboración: Los autores

Cuadro # 86

SERVICIOS DE FRECUENCIA					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
8	frecuencia para radio	35	280	12	3360
TOTALES			280		3360

Fuente: Frecuencia Orense

Elaboración: Los autores

Arriendo de Locales.- los cuatro locales para ofrecer el servicio serán arrendados y estarán ubicados en sitios estratégicos en los cantones en los que se prestará el servicio, el costo del arriendo incluye servicios básicos de energía eléctrica y agua.

Cuadro # 87

ARRIENDO LOCALES PARA EL SERVICIO					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
8	Locales	250	2000	12	24000
TOTALES			2000		24000

Fuente: Propietarios de Locales

Elaboración: Los autores

Cuadro # 88

ARRIENDO LOCALES PARA OFICINA ADMINISTRATIVA					
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cantidad Anual	Total Anual
1	Oficina	50	50	12	600
TOTALES			50		600

Fuente: Propietarios de Locales

Elaboración: Los autores

Sueldos del Personal.- se ha separado el personal administrativo del personal operativo para el cálculo del costo.

Cuadro # 89

PERSONAL ADMINISTRATIVO

N°	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	IEE 0,5%	SECAP 0,5%	Total Mensual	Total Anual
1	Gerente	500,00	41,67	22,00	41,67	20,83	55,75	2,50	2,50	686,92	8.243,00
1	Secretaria - Contadora	380,00	31,67	22,00	31,67	15,83	42,37	1,90	1,90	527,34	6.328,04
TOTAL										1.214,25	14.571,04

Cuadro # 90

PERSONAL OPERATIVO

N°	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	FONDO DE RESERVAS	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15%	IEE 0,5%	SECAP 0,5%	Total Mensual	Total Anual
8	Encargadas de Agencias	350	29,17	22,00	29,17	14,58	39,03	1,75	1,75	3.899,53	46.794,40
8	Motorizados	320	26,67	22,00	26,67	13,33	35,68	1,60	1,60	3.580,37	42.964,48
2	Chofer	340	28,33	22,00	28,33	14,17	37,91	1,70	1,70	948,29	11.379,44
TOTAL										8.428,19	101.138,32

Cuadro # 91

PERSONAL ADMINISTRATIVO OCASIONAL

N°	PUESTO	HONORARIOS	HONORARIOS ANUALES
1	Asesor Jurídico	50	600,00
TOTAL		50	600,00

**Cuadro # 92
RESUMEN DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Vehículos	33.600,00	
Muebles y Enseres para el Servicio	5.440,00	
Muebles y Enseres para Administración	624,00	
Equipos de computación	7.760,00	
Herramientas	2.880,00	
Equipos de oficina	920,00	
Total de activos fijos		51.224,00
ACTIVOS DIFERIDOS		
Constitución de la empresa	1.000,00	
Permiso de funcionamiento	230,00	
Estudio de prefactibilidad	950,00	
Adecuacion de locales	3.600,00	
Adecuación de ofi. Administrativa	350,00	
Equipo radiocomunicador	2.400,00	
Total de activos diferidos		8.530,00
ACTIVOS CIRCULANTES		
Materia Prima Directa	741,04	
COMBUSTIBLE, MANTENIMIENTO Y LUBRICANTES	1.450,00	
Suministros de oficina (para Administración)	47,32	
PUBLICIDAD	798,00	
ARRIENDO LOCALES PARA EL SERVICIO	2.000,00	
ARRIENDO LOCALES PARA OFICINA ADMINISTRATIVA	50,00	
Sueldos de personal administrativo	1.214,25	
Sueldos de personal operativo	8.428,19	
Honorarios de personal	50,00	
Útiles de limpieza	272,83	
Indumentaria para el servicio	1.660,00	
Seguridad	15,00	
Servicio de frecuencia	280,00	
Total de activos circulantes		17.006,64
TOTAL DE LA INVERSIÓN		76.760,64

4.2 FINANCIAMIENTO

Una vez que se ha conocido el capital necesario para emprender en la nueva empresa se debe entonces decidir cuáles son las fuentes de dinero que financiarán la inversión, a saber existen dos tipos de fuentes: las propias y las externas. Se decide que el capital propio financiará el 46,12% de la inversión y el capital externo el 53,88%, y la institución financiera seleccionada es el Banco Pichincha C.A el plazo al que se prestará el dinero es para tres años y se pagará un interés de 22% anual.

Cuadro # 93		
FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	CAPITAL PROPIO	CAPITAL FINANCIADO
ACTIVOS FIJOS		
Vehiculos	33.600,00	33.600,00
Muebles y Enseres para el Servicio	5.440,00	
Muebles y Enseres para Administración	624,00	
Equipos de computación		7.760,00
Herramientas	2.880,00	
Equipos de oficina	920,00	
ACTIVOS DIFERIDOS		
Constitución de la empresa	1.000,00	
Permiso de funcionamiento	230,00	
Estudio de prefactibilidad	950,00	
Adecuacion de locales	3.600,00	
Adecuación de ofi. Administrativa	350,00	
Equipo radiocomunicador	2.400,00	
ACTIVOS CIRCULANTES		
Materia Prima Directa	741,04	
COMBUSTBLE, MANTENIMIENTO Y LUBRICANTES	1.450,00	
Suministros de oficina (para Administración)	47,32	
PUBLICIDAD	798,00	
ARRIENDO LOCALES PARA EL SERVICIO	2.000,00	
ARRIENDO LOCALES PARA OFICINA ADMINISTRATIVA	50,00	
Sueldos de personal administrativo	1.214,25	
Sueldos de personal operativo	8.428,19	
Honorarios de personal	50,00	
Útiles de limpieza	272,83	
Indumentaria para el servicio	1.660,00	
Seguridad	15,00	
Servicio de frecuencia	280,00	
TOTAL DE LA INVERSIÓN	35.400,64	41.360,00
% de capitales	46,12	53,88

Cuadro # 94
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Periodo	Dividendo	Interés	Capital	Saldo Capital
0				41360
1	1579,56	758,27	821,29	40538,71
2	1579,56	743,21	836,35	39702,36
3	1579,56	727,88	851,68	38850,68
4	1579,56	712,26	867,29	37983,39
5	1579,56	696,36	883,20	37100,19
6	1579,56	680,17	899,39	36200,80
7	1579,56	663,68	915,88	35284,93
8	1579,56	646,89	932,67	34352,26
9	1579,56	629,79	949,77	33402,50
10	1579,56	612,38	967,18	32435,32
11	1579,56	594,65	984,91	31450,41
12	1579,56	576,59	1002,97	30447,44
13	1579,56	558,20	1021,35	29426,09
14	1579,56	539,48	1040,08	28386,01
15	1579,56	520,41	1059,15	27326,86
16	1579,56	500,99	1078,56	26248,30
17	1579,56	481,22	1098,34	25149,96
18	1579,56	461,08	1118,47	24031,49
19	1579,56	440,58	1138,98	22892,51
20	1579,56	419,70	1159,86	21732,64
21	1579,56	398,43	1181,13	20551,52
22	1579,56	376,78	1202,78	19348,74
23	1579,56	354,73	1224,83	18123,91
24	1579,56	332,27	1247,29	16876,62
25	1579,56	309,40	1270,15	15606,47
26	1579,56	286,12	1293,44	14313,03
27	1579,56	262,41	1317,15	12995,88
28	1579,56	238,26	1341,30	11654,58
29	1579,56	213,67	1365,89	10288,69
30	1579,56	188,63	1390,93	8897,76
31	1579,56	163,13	1416,43	7481,33
32	1579,56	137,16	1442,40	6038,93
33	1579,56	110,71	1468,84	4570,09
34	1579,56	83,78	1495,77	3074,31
35	1579,56	56,36	1523,19	1551,12
36	1579,56	28,44	1551,12	0,00

4.3 PRESUPUESTO DE COSTOS

El presupuesto de costos informa los egresos que se generan para el desenvolvimiento normal de sus actividades, es necesario proyectar los gastos para la vida útil del proyecto, se ha proyectado los costos de acuerdo a la inflación que es del 3,23% (inflación del 2011 a Mayo según el Banco Central del Ecuador), excepto los sueldos y salarios que fueron proyectados de acuerdo al incremento salarial que es de 10%.

Entonces para el primer año de vida del proyecto el costo total es de \$ 208.752,55

Cuadro Nr. 95
PRESUPUESTO DE COSTOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO DEL SERVICIO					
Materia Prima Directa	7.522,80	7.765,79	8.016,62	8.275,56	8.542,86
Combustible, Mantenimiento y Lubricantes	17.400,00	17.962,02	18.542,19	19.141,11	19.759,36
Sueldos de Personal Operativo	101.138,32	104.405,09	107.777,37	111.258,58	114.852,23
Total Costo Primo del Servicio	126.061,12	130.132,89	134.336,19	138.675,25	143.154,46
COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO					
Depreciación de Activos para el Servicio	7.857,87	7.857,87	7.857,87	7.913,85	7.913,85
Indumentaria para el Servicio	2.824,00	2.915,22	3.009,38	3.106,58	3.206,92
Seguridad	180,00	185,81	191,82	198,01	204,41
Arriendo de Locales	24.000,00	24.775,20	25.575,44	26.401,53	27.254,29
Servicio de Frecuencia	3.360,00	3.468,53	3.580,56	3.696,21	3.815,60
Total Costo Indirecto del Servicio	38.221,87	39.202,63	40.215,06	41.316,18	42.395,08
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos del Personal	14.571,04	15.041,68	15.527,53	16.029,07	16.546,81
Honorarios Profesionales	600,00	619,38	639,39	660,04	681,36
Arriendo de la Plante Administrativa	600,00	619,38	639,39	660,04	681,36
Suministros de Oficina	142,02	146,61	151,34	156,23	161,28
Útiles le limpieza	1.267,58	1.308,52	1.350,79	1.394,42	1.439,46
Depreciación de Activos para Administración	572,23	572,23	572,23	719,59	719,59
Total Gastos Administrativos	17.752,87	18.307,80	18.880,66	19.619,39	20.229,85
OTROS GASTOS					
Amortización de Diferidos	1.706,00	1.706,00	1.706,00	1.706,00	1.706,00
Amortización de Capital	10.912,56	13.570,82	16.872,62		
Total Otros Gastos	12.618,56	15.276,82	18.578,62	1.706,00	1.706,00
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad y Promoción	6.056,00	6.251,61	6.453,54	6.661,98	6.877,17
Total Gastos de Venta	6.056,00	6.251,61	6.453,54	6.661,98	6.877,17
GASTOS FINANCIEROS					
Interés	8.042,13	5.283,87	2.078,67		
Total Gastos Financieros	8.042,13	5.283,87	2.078,67		
COSTO TOTAL	208.752,55	214.455,62	220.542,74	207.978,80	214.362,55

Fuente: Cuadros de las depreciaciones, del 78 al 94

Elabopración: Los autores

4.3.1 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos son aquellos gastos que incurre la empresa independientemente de que si esta ofrezca o no los servicios de Courier,

mientras que los costos variables son aquellas erogaciones de dinero que dependen de los servicios que ofrece la empresa de Courier.

Los costos fijos del primer año es de \$ 82.691,43; los costos variables es de \$126.061,12

CUADRO Nro. 96

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 01		AÑO 2		AÑO 03		AÑO 04		AÑO 05	
	C. F.	C.V.	C.F	C.V.	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.
COSTO PRIMO DEL SERVICIO										
Materia Prima Directa		7.522,80		7.765,79		8.016,62		8.275,56		8.542,86
Combustible, Mantenimiento y Lubricantes		17.400,00		17.962,02		18.542,19		19.141,11		19.759,36
Sueldos de Personal Operativo		101.138,32		104.405,09		107.777,37		111.258,58		114.852,23
COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO										
Dpreciación de Activos para el Servicio	7.857,87		7.857,87		7.857,87		7.913,85		7.913,85	
Indumentaria para el Servicio	2.824,00		2.915,22		3.009,38		3.106,58		3.206,92	
Seguridad	180,00		185,81		191,82		198,01		204,41	
Arriendo de Locales	24.000,00		24.775,20		25.575,44		26.401,53		27.254,29	
Servicio de Frecuencia	3.360,00		3.468,53		3.580,56		3.696,21		3.815,60	
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos del Personal	14.571,04		15.041,68		15.527,53		16.029,07		16.546,81	
Honorarios Profesionales	600,00		619,38		639,39		660,04		681,36	
Arriendo de la Plante Administrativa	600,00		619,38		639,39		660,04		681,36	
Suministros de Oficina	142,02		146,61		151,34		156,23		161,28	
Útiles le limpieza	1.267,58		1.308,52		1.350,79		1.394,42		1.439,46	
Depreciación de Activos para Administración	572,23		572,23		572,23		719,59		719,59	
OTROS GASTOS										
Amortización de Diferidos	1.706,00		1.706,00		1.706,00		1.706,00		1.706,00	
Amortización de Capital	10.912,56		13.570,82		16.872,62					
GASTOS DE VENTAS										
Publicidad y Promoción	6.056,00		6.251,61		6.453,54		6.661,98		6.877,17	
GASTOS FINANCIEROS										
Interés	8.042,13		5.283,87		2.078,67					
TOTAL COSTOS	82.691,43	126.061,12	84.322,73	130.132,89	86.206,55	134.336,19	69.303,55	138.675,25	71.208,09	143.154,46

FUENTE: Cuadro N°

4.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Una vez determinados los costos totales del servicio se calcula los costos unitarios, para lo cual se tomó en cuenta la capacidad utilizada que en este caso es la capacidad máxima de carga del vehículo, expresada en gramos, entonces el costo es por gramo enviado. Luego de determinado el costo unitario se aplica la utilidad y se estima el precio unitario. El cálculo de los ingresos entonces se fija multiplicando el precio unitario por los gramos totales que el vehículo carga en el año.

Cuadro Nro. 97
COSTO UNITARIO

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO TOTAL CAPACIDAD UTILIZADA (gr)	208.752,55	214.455,62	220.542,74	207.978,80	214.362,55
COSTO TOTAL CAPACIDAD UTILIZADA (gr)	328500	328500	328500	328500	328500
COSTO UNITARIO	0,64	0,65	0,67	0,63	0,65

Cuadro Nro. 98
PRESUPUESTO DE INGRESOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO UNITARIO	0,64	0,65	0,67	0,63	0,65
MARGEN DE UTILIDAD %	35%	35%	35%	35%	35%
PRECIO UNITARIO	0,86	0,88	0,91	0,85	0,88
GRAMOS ENVIADOS	328.500,00	328.500,00	328.500,00	328.500,00	328.500,00
TOTAL INGRESOS	281.815,94	289.515,09	297.732,70	280.771,38	289.389,44

Para el primer año el costo unitario por gramo enviado será de 0,64, el precio por gramo será de 0,86, y el ingreso total para el primer año es de \$ 281.815,94.

4.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta de planificación y control, este determina el estado de la empresa en donde no hay pérdidas ni ganancias, se debe considerar este cálculo para tomar decisiones. El cálculo del punto de equilibrio se lo ha realizado en función de las ventas y la capacidad instalada, también se muestra los gráficos de los años: uno, tres y cinco.

RUBROS	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 5
En función de las ventas	149.618,46	157.081,90	140.916,26
En función de la capacidad instalada	53,09%	52,75%	48,69%

● PRIMER AÑO:

Punto de Equilibrio en Función de las Ventas.

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales}}} \\
 &= \frac{82.691,43}{1 - \frac{126.061,12}{281.815,94}} \\
 &= \frac{82.691,43}{1 - 0,447317} \\
 &= \frac{82.691,43}{0,552682} \\
 &= \mathbf{149.618,46}
 \end{aligned}$$

Punto de Equilibrio en Función de la capacidad instalada

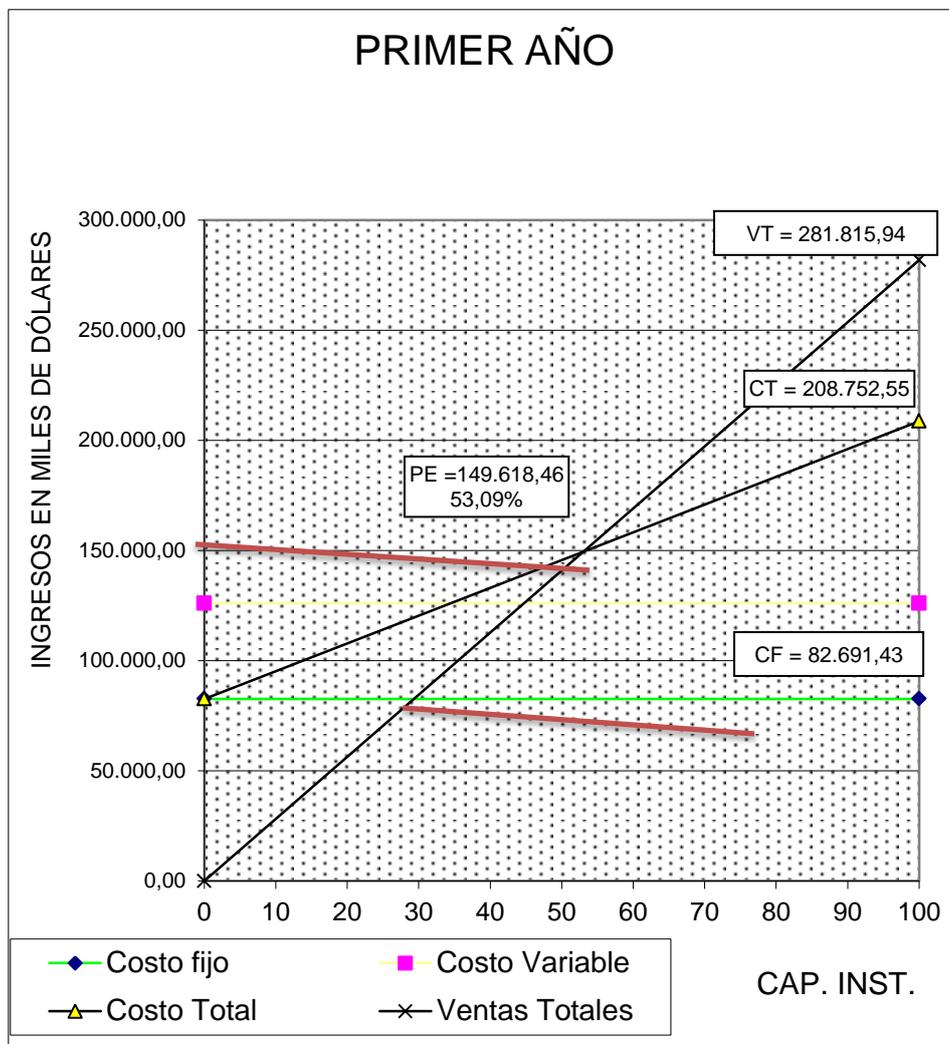
$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{\text{COSTOFIJOTOTAL}}{\text{VENTASTOTALES} - \text{COSTOVARIABLETOTAL}} \times 100 \\
 &= \frac{82.691,43}{281.815,94 - 126.061,12} \times 100
 \end{aligned}$$

$$= \frac{82.691,43}{155.754,83} \times 100$$

$$= 0,5309 \quad \times 100$$

$$= \mathbf{53,09}$$

GRAFICO N° 63
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: Los Autores

● **TERCER AÑO:**

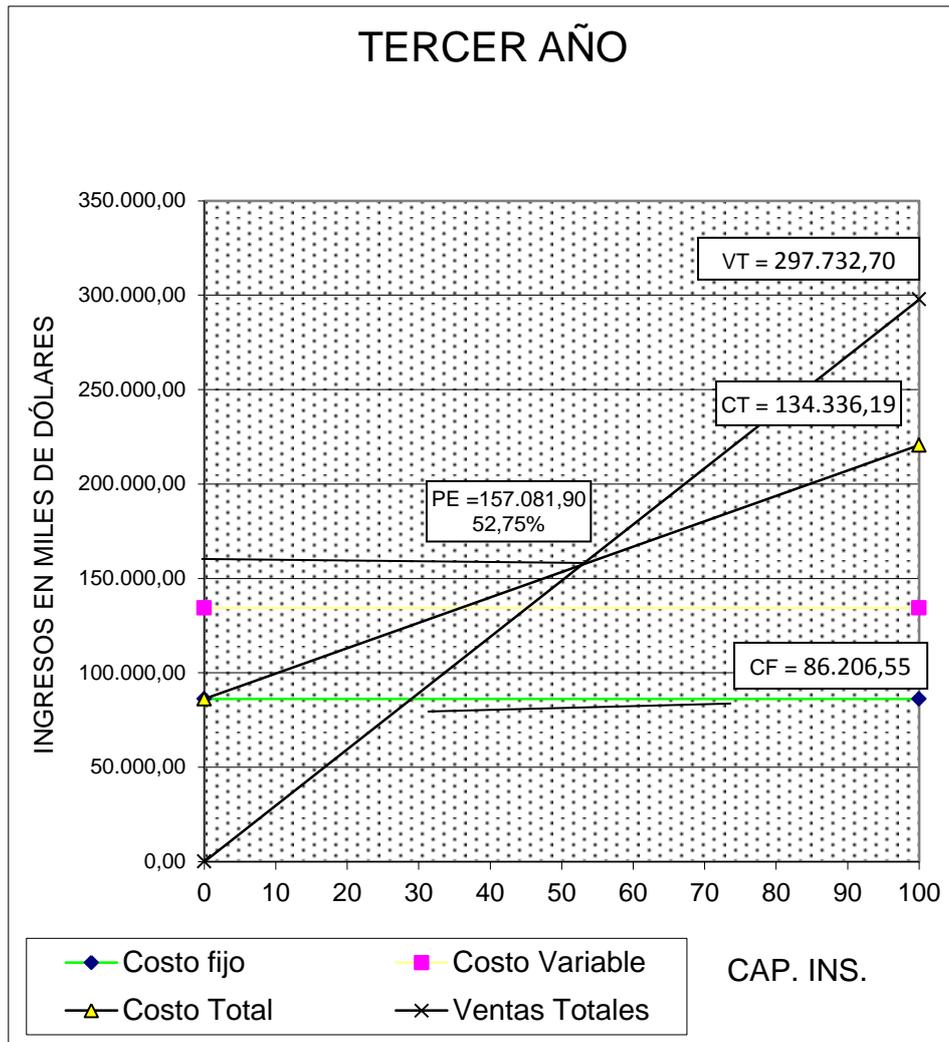
Punto de Equilibrio en Función de las Ventas.

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales}}} \\
 &= \frac{86.206,55}{1 - \frac{134.336,19}{297.732,70}} \\
 &= \frac{86.206,55}{0,54880} \\
 &= \mathbf{157.081,90}
 \end{aligned}$$

Punto de Equilibrio en Función de la capacidad instalada

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{\text{COSTOFIJOTOTAL}}{\text{VENTASTOTALES} - \text{COSTOVARIABLETOTAL}} \times 100 \\
 &= \frac{82.691,43}{297.732,70 - 134.336,19} \times 100 \\
 &= 0,5275 \quad \times 100 \\
 &= \mathbf{52,75}
 \end{aligned}$$

GRAFICO N° 64
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: Los Autores

● **QUINTO AÑO:**

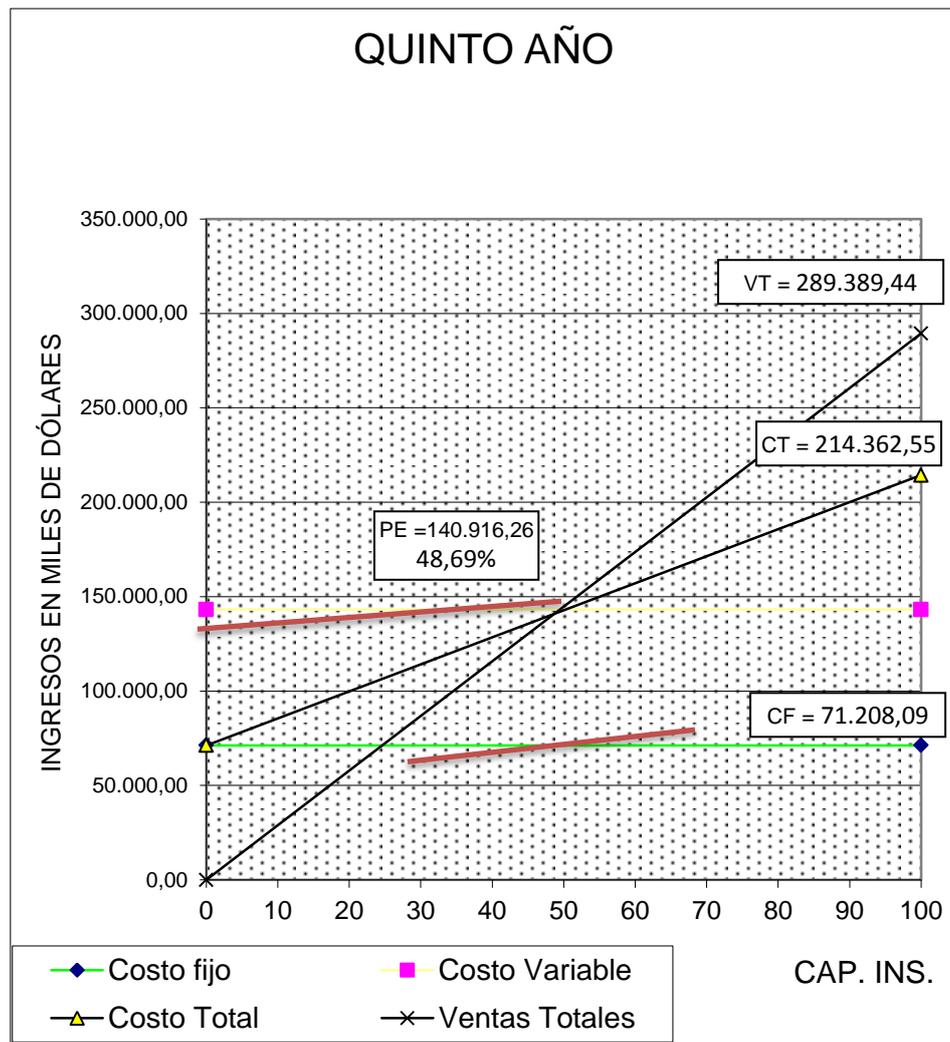
Punto de Equilibrio en Función de las Ventas.

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales}}} \\
 &= \frac{71.208,09}{1 - \frac{143.154,46}{289.389,44}} \\
 &= \frac{71.208,09}{0,505322} \\
 &= \mathbf{140.916,26}
 \end{aligned}$$

Punto de Equilibrio en Función de la capacidad instalada

$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{\text{COSTOFIJOTOTAL}}{\text{VENTASTOTALES} - \text{COSTOVARIABLETOTAL}} \times 100 \\
 &= \frac{71.208,09}{289.389,44 - 143.154,46} \times 100 \\
 &= 0,4869 \quad \times 100 \\
 &= \mathbf{48,69}
 \end{aligned}$$

GRAFICO N° 65 PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: Los Autores

4.6 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son herramientas que nos muestran la información económica de la empresa es entregada por el contador para

que el administrador sea quien tome las mejores decisiones. Los estados que se elaboran son: el estado de resultados y el flujo de caja.

4.6.1 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados muestra la situación económica de la empresa, en este estado se presentan los ingresos que se van deduciendo los egresos hasta obtener el resultado final del ejercicio económico, el que puede ser utilidad o pérdida.

Cuadro Nro. 100
ESTADO DE RESULTADOS

ROBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Envíos	281.815,94	289.515,09	297.732,70	280.771,38	289.389,44
(-) Costo del Servicio	164.282,99	169.335,52	174.551,25	179.991,43	185.549,53
(=) Utilidad Bruta en Ventas	117.532,95	120.179,57	123.181,45	100.779,95	103.839,91
(-) Gastos Administrativos	17.752,87	18.307,80	18.880,66	19.619,39	20.229,85
(-) Gastos de Venta	6.056,00	6.251,61	6.453,54	6.661,98	6.877,17
(-) Otros Gastos	12.618,56	15.276,82	18.578,62	1.706,00	1.706,00
(=) Utilidad Antes de Interés	81.105,52	80.343,34	79.268,63	72.792,58	75.026,89
(-) Gasto Financiero	8.042,13	5.283,87	2.078,67		
(=) Utilidad Antes de Dividendo	73.063,39	75.059,47	77.189,96	72.792,58	75.026,89
(-) 15% DE Dividendo a trabajadores	10959,51	11258,92	11578,49	10918,89	11254,03
(=) Utilidad Antes de Impuesto	62.103,88	63.800,55	65.611,46	61.873,69	63.772,86
(-) 25% De Impuesto a la Renta	15.525,97	15.950,14	16.402,87	15.468,42	15.943,21
(=) Utilidad para los Accionistas	46.577,91	47.850,41	49.208,60	46.405,27	47.829,64
(-) 10% De Reserva Legal	4657,79127	4785,04113	4920,85986	4640,5269	4782,96435
(=) Utilidad Liquididad	41.920,12	43.065,37	44.287,74	41.764,74	43.046,68

4.6.2 FLUJO DE CAJA

El Flujo de caja muestra también los ingresos y egresos que tiene la empresa con la diferencia del estado de resultados que aquí se muestran los ingresos y egresos de dinero en efectivo, por lo que al final se le suma al flujo neto de caja las depreciaciones de los activos fijos y las amortizaciones de los activos diferidos que no representan salidas de dinero. Los dividendos a los trabajadores y el impuesto a la renta del primer año se los considera en el segundo año puesto que es en este año que se hace efectiva la salida de dinero.

**CUADRO Nro. 101
FLUJO DE CAJA**

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS						
Ingresos por envíos		281.815,94	289.515,09	297.732,70	280.771,38	289.389,44
Crédito	41.360,00					
Capital propio	35.400,64			3.201,00		11.207,86
Valor residual						
Total de Ingresos	76.760,64	281.815,94	289.515,09	300.933,70	280.771,38	300.597,30
2. EGRESOS						
Activo fijo	51.224,00					
Activo diferido	8.530,00					
Activo circulante	17.006,64					
Costo del Servicio		164.282,99	169.335,52	174.551,25	179.991,43	185.549,53
Gastos de Administración		17.752,87	18.307,80	18.880,66	19.619,39	20.229,85
Otros Gastos		12.618,56	15.276,82	18.578,62	1.706,00	1.706,00
Gastos de Venta		6.056,00	6.251,61	6.453,54	6.661,98	6.877,17
Gastos financieros						
Interés		8.042,13	5.283,87	2.078,67		
Otros Gastos						
Amortización de Capital		10.912,56	13.570,82	16.872,62		
Reposición de activos					10.610,49	
Total de Egresos	76.760,64	219.665,11	228.026,44	237.415,36	218.589,29	214.362,55
Utilidad bruta		62.150,83	61.488,65	63.518,34	62.182,09	86.234,75
Dividendo a los trabajadores		10.959,51	11.258,92	11.578,49	10.918,89	11.254,03
Utilidad antes de impuestos		51.191,32	50.229,73	51.939,84	51.263,20	74.980,72
25 % impuesto a la renta		15.525,97	15.950,14	16.402,87	15.468,42	15.943,21
Utilidad líquida		35.665,35	34.279,59	35.536,98	35.794,78	59.037,51
Depr. y amort. Diferidos		10.136,10	10.136,10	10.136,10	10.339,44	10.339,44
FLUJO DE CAJA	0,00	45.801,45	44.415,69	45.673,08	46.134,22	69.376,95

5 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite conocer la factibilidad económica del proyecto, esta información sirve para los inversionistas y las instituciones financieras para que midan la rentabilidad real del negocio. Para cuyos cálculos se hace necesaria la información que presentan los presupuestos de costos e ingresos y los estados financieros, esta información que es proyectada se la actualiza utilizando el factor de actualización que se calcula así:

$$fa = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

En donde: i = tasa de costo de capital (tasa que se paga por el préstamo obtenido)

5.1 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto devuelve el valor futuro del proyecto al valor actual o presente, su cálculo es igual a:

Sumatoria de los flujos actualizados – Inversión

**CUADRO N° 102
VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 22,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	76.760,64		
1	45.801,45	0,819672	37.542,17
2	44.415,69	0,671862	29.841,23
3	45.673,08	0,550707	25.152,48
4	46.134,22	0,451399	20.824,94
5	69.376,95	0,369999	25.669,42
			139.030,25
			76.760,640
			62.269,61

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto - Inversión

V.A.N. = 139.030,25 - 76.760,64

V.A.N. = 62.269,61

5.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno indica la tasa máxima que el inversionista gana por colocar su dinero en este negocio, la regla de este indicador dice que si este resultado es mayor a la tasa de costo de capital, entonces se debe aceptar el proyecto.

CUADRO N° 103
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		54,30%		54,40%	
0	-76.760,64		-76.760,64		-76.760,64
1	45.801,45	0,648088	29.683,38	0,647668	29.664,15
2	44.415,69	0,420018	18.655,40	0,419474	18.631,24
3	45.673,08	0,272209	12.432,62	0,271680	12.408,47
4	46.134,22	0,176415	8.138,78	0,175959	8.117,72
5	69.376,95	0,114333	7.932,05	0,113963	7.906,40
			81,59		-32,65

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

$$TIR = 54,3 + 0,1 \left(\frac{81,59}{81,59 - (-32,65)} \right)$$

$$TIR = 54,47\%$$

5.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El período de recuperación del capital indica el tiempo exacto en que los inversionistas recuperarán su dinero.

**CUADRO N° 104
PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 22,00%	VALOR ACTUALIZADO	FLUJOS ACUMULADOS
0	76.760,64			
1	45.801,45	0,819672	37.542,17	37.542,17
2	44.415,69	0,671862	29.841,23	67.383,41
3	45.673,08	0,550707	25.152,48	92.535,89
4	46.134,22	0,451399	20.824,94	113.360,83
5	69.376,95	0,369999	25.669,42	139.030,25
TOTAL:			139.030,25	

ELABORACIÓN: Los Autores

$$\text{P.R.C.} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$\text{P.R.C.} = 3 + \frac{76.760,64 - 92.535,89}{25.152,48}$$

$$\text{P.R.C.} = 3 + (-0.6272) \quad \text{años}$$

$$\text{P.R.C.} = 3.37$$

$$2 \text{ años} \quad 4 \text{ meses} \quad 13 \text{ días}$$

$$0.37 * 12 = 4,44 \quad 0.44 * 30 = 13,2$$

La inversión se recuperará en 2 años, 4 meses y 13 días.

5.4 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación beneficio costo indica cuánto va a ganar el inversionista por cada dólar invertido.

CUADRO N° 110
RELACION BENEFICIO/COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		22,00%			22,00%	
1	208.752,55	0,819672	171.108,65	281.815,94	0,819672	230.996,67
2	214.455,62	0,671862	144.084,67	289.515,09	0,671862	194.514,31
3	220.542,74	0,550707	121.454,41	297.732,70	0,550707	163.963,45
4	207.978,80	0,451399	93.881,44	280.771,38	0,451399	126.739,94
5	214.362,55	0,369999	79.313,98	289.389,44	0,369999	107.073,88
			609.843,15			823.288,25

ELABORACION: Las Autoras

$$\frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}} = \frac{823.288,25}{609.843,15} = 1,35$$

El inversionista ganará 0,35 centavos de dólar por cada dólar invertido, según la regla indica que si el resultado es mayor a 1 el proyecto es aceptable.

10.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es necesario conocer cómo cambian los resultados económicos si existieran cambios en el futuro, es decir en un escenario pesimista si las condiciones no se dieran como se planifican, y los cambios generalmente están en dos factores claves: los ingresos (disminución) y los egresos (incremento).

CUADRO N° 111
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 13,83% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			13,83%		35,00%		35,50%	
						-76.760,64		-76.760,64
1	208.752,55	281.815,94	242.840,80	34.088,25	0,740741	25.250,55	0,738007	25.157,38
2	214.455,62	289.515,09	249.475,16	35.019,53	0,548697	19.215,11	0,544655	19.073,56
3	220.542,74	297.732,70	256.556,27	36.013,53	0,406442	14.637,41	0,401959	14.475,97
4	207.978,80	280.771,38	241.940,69	33.961,90	0,301068	10.224,85	0,296649	10.074,76
5	214.362,55	289.389,44	249.366,88	35.004,33	0,223014	7.806,44	0,218929	7.663,47
						373,72		-315,50

$$\text{NTIR} = 35 + 0.5 \left(\frac{373,72}{\dots} \right)$$

$$373,72 + 315,50$$

NTIR = 35,27%

TIR DEL PROYECTO = 54,47%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **19,20%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **35,25%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9993079**

CUADRO Nº 112
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 18,64% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 18,64%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
					35,00%		35,50%	
						-76.760,64		-76.760,64
1	208.752,55	247.664,03	281.815,94	34.151,92	0,74074	25.297,72	0,73801	25.204,37
2	214.455,62	254.430,15	289.515,09	35.084,94	0,54870	19.251,00	0,54465	19.109,18
3	220.542,74	261.651,91	297.732,70	36.080,79	0,40644	14.664,75	0,40196	14.503,01
4	207.978,80	246.746,04	280.771,38	34.025,33	0,30107	10.243,95	0,29665	10.093,58
5	214.362,55	254.319,73	289.389,44	35.069,71	0,22301	7.821,02	0,21893	7.677,78
						517,79		-172,72

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

$$NTIR = 35 + 0.5 \left(\frac{517,79}{517,79 + 172,72} \right)$$

NTIR = 35,37%

TIR DEL PROYECTO = 54,47%

1) DIFERENCIA DE TIR
 Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif.Tir. = **19,10%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **35,06%**

3) SENSIBILIDAD
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir
 Sensibilidad = **0,9909874**

$$\text{NTIR} = \text{Tirmenor} + \text{Diferencia de tasas} \frac{\text{VANtasamenor}}{\text{VANtasamenor} - \text{VANtasamayor}}$$

$$\text{NTIR} = 0,65 + 0,01 * \frac{1099,60}{1099,60 - (-9,24)}$$

$$\text{NTIR} = 0,65 + 0,01 * \frac{1099,60}{1108,84}$$

$$\text{NTIR} = 0,65 + 0,01 * 0,9916$$

$$\text{NTIR} = 0,659916$$

$$\text{NTIR} = 65,99\%$$

B)	Diferencia de tasas	TIR - NTIR
	Df de tasas=	66,13% - 65,99%
	Df de tasas=	0,001

C)	% VARIACIÓN=	$\frac{\text{Dif de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \times 100$
	% VARIACIÓN=	$\frac{0,001}{66,13\%} \times 100$
	% VARIACIÓN=	0,22

D) SENSIBILIDAD=	$\frac{\% \text{ de Variación}}{\text{NTIR}}$
SENSIBILIDAD=	$\frac{0,22}{65,99\%}$
SENSIBILIDAD=	0,3278

El proyecto acepta hasta un 7% de incremento en los costos porque el indicador de la sensibilidad es igual a 0,327 menor que uno, por lo tanto el proyecto es viable y factible.

CONCLUSIONES

h. CONCLUSIONES

1 CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Después de haber realizado el Estudio de Mercado, podemos comprobar que nuestro servicio de Courier tiene gran acogida en la ciudad de Huaquillas y en su área de influencia en los diferentes cantones de la provincia de El Oro.
- La capacidad instalada estará dado por la capacidad de carga que tienen los vehículos (dos mini busetas), porque los vehículos llevará las encomiendas de cantón en cantón, y no podría sub-utilizarse o súper-utilizarse la capacidad de los mismos.
- Según información del fabricante del vehículo tiene como capacidad de carga 450 kilogramos, luego se multiplica por 2 debido a que se compraran dos vehículos para que puedan salir el uno de la ciudad de Huaquillas y el otro de la ciudad de Zaruma, realizarán un solo viaje en el día entrando por los ocho cantones de la provincia de El Oro.
- Si los dos vehículos hacen un viaje cada uno, entonces podría cargar 900 kg entre los dos, a esta cantidad la multiplicamos por 24 días que se trabajará en el mes, incluyendo los días sábados, se obtiene 21.600 kg y multiplicados por 12 que son los meses del año, el

- Para la realización del presente proyecto se requiere una inversión \$41360
- Al establecer el VAN, el presente proyecto nos da un valor positivo de 93.449.75 lo que nos permite interpretar que es conveniente la realización del mismo.
- Al invertir la empresa un dólar se espera una rentabilidad de \$0.34centavos de dólar.
- El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original es de 3 años, 10 meses.
- La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 66.13% la cual nos indica que el proyecto es factible.
- Al disminuir los ingresos en un 5.26% y aumentar los costos en un 7% aun así el proyecto sigue siendo rentable, puesto que la sensibilidad es menor que uno.

RECOMENDACIONES

2 RECOMENDACIONES

Una vez de realizado las respectivas conclusiones se procede a recomendar lo siguiente:

- Este proyecto sea utilizado como fuente de información para trabajos venideros o futuros.
- Apoyar al desarrollo de proyectos de manera que se incentive la creación de nuevas microempresas de servicio y se aproveche el potencial existente de talento humano, ya que así se lograría crear fuentes de trabajo y a la vez lograr una reactivación en el desarrollo tanto económico como social de la ciudad de Huaquillas y la provincia de El Oro
- Que las Autoridades Universitarias realicen convenios y alianzas estratégicas con instituciones oreenses para que los futuros profesionales de Huaquillas puedan desenvolverse dentro de su profesión.
- Es recomendable que para la creación de una empresa de cualquier tipo se realice un adecuado estudio de mercado, estudio técnico, económico y evaluaciones financieras; los mismos que nos permitirán conocer con anticipación si el proyecto es factible o no ya que así evitan gastos innecesarios.
- El servicio de Courier que ofrece la empresa “ La encomienda” tiene una fuerte competencia con oferta de correos paralelos, por la empresa nacional de correos y el servicio de encomiendas de algunas

empresas de transporte interprovincial, por lo que se recomienda realizar una campaña publicitaria permanente para así llegar a los consumidores de la ciudad de Huaquillas y la provincia orense

- Mantener una excelente relación entre la empresa, los clientes y la sociedad en general.
- Debe existir una organización eficiente acorde a los requerimientos empresariales con el personal calificado y empoderado con los objetivos de la organización
- Fomentar una buena gestión organizacional con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus áreas.
- Puesto que existe una gran demanda se recomienda aumentar su capacidad de servicio, esto es ampliando el número de vehículos
- Tomar en cuenta los estudios realizados en este trabajo por cuanto se lo ha realizado con mucho esfuerzo y dedicación.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- SAPAG CHAING, Nassir y Reinaldo, 1997, **“Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos”**, Tercera Edición, Mc Graw-Hill/Interamericana, S.A, 399 páginas.
- BACA, Gabriel, 2001. **Evaluación de Proyectos**, cuarta edición, pág. 33
- CORDOBA, P, Marcel, **“Formulación y Evaluación de Proyectos”**
- MIRANDA, M, Juan, 2003. **“Gestión de Proyectos”** Edición 4.
- NASSIR, Sapag, Chain, 1988. **Preparación y Evaluación de Proyectos**, tercera edición, pág. 49
- FLOREZ, U. Juan, 1996. **Elaboración de proyectos para las PYME**, segunda edición .pág. 27
- MARCIAL CÓRDOBA PADILLA. **Formulación y Evaluación de Proyectos.**
- VARELA, Rodrigo, 1982, Bogotá- Colombia, **“Evaluación Económica y de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión”**, Editorial Norma, 377 páginas.
- PASACA MORA MANUEL ENRIQUE. **Formulación y evaluación de proyectos de inversión.**
- MODULO 10 DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. **Elaboración y evaluación de proyectos de inversión.**
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administración de Recursos Humanos. Editorial McGraw Hill, México 1995.**

- JONSON W. Robert. **Administración Financiera. Editorial, Continental. Mexico1994.**

BIBLIOGRAFÍA EN INTERNET.

- <http://www.Wikipedia.org/wiki/Ley/de/la/oferta/y/la/demanda>
- <http://www.promonegocios.net/producto/concepto-consumopromedio.html>
- http://www.articulosinformativos.com/Concepto_de_Producto-a1024222.htm
- <http://www.elergonomista.com/marketing/preciodeventa.html>
- <http://www.diariolosandes.com.ec/>
- <http://wikipedia, la enciclopedia libre.htm>
- <http://www.fao.org.docrep/>
- <http://www.inec.gob.ec/>
- <http://www.politecnica.org.com/>

ANEXOS

i. ANEXOS

Anexo 1

Encuesta

Estimado Señor (Srta.) nos dirigimos a Ud. muy respetuosamente con la finalidad de obtener información necesaria que nos ayudara a realizar un estudio de mercado para la implementación de una Empresa de Courier en la provincia de El Oro, investigación que servirá para optar el Título de Ingeniero Comercial.

Cantón.....

1. **¿Envía Ud. Encomiendas a nivel provincial?**

Si () No ()

2. **¿Señale por qué medios realiza el envío de sus encomiendas?**

Coop. de transporte() Correos Nacionales () Correos Privados ()
Otros ()

3.- **¿Qué tipo de encomiendas envía?**

Sobres () paquetes () bultos () Otros (), cuáles.....

4.- **¿Qué cantidad de sobres envía en el año?**

1 a 10 () 11 a 20 () 21 a 30 () más de 30 ()

5.- **Qué peso tienen los sobres que con mayor frecuencia envía?**

0,001 a 0,1 kg () 0,11 a 0,2 Kg () 0,21 a 0,3Kg () 0,31a 0,4Kg ()

6.- **Cuántos paquetes envía en el año?**

1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () Más de 15 ()

7.- **¿Qué peso tienen los paquetes que con mayor frecuencia envía?**

1 a 3kg () 4 a 6 kg () 7 a 9Kg() Más de 9 Kg ()

8.- **Cuántos bultos envían en el año?**

1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () Más de 15 ()

9.- Qué peso tienen los bultos que con mayor frecuencia envía?

1 a 20 Kg () 21 a 40kg () 41 a 60 Kg () Más de 60 Kg
.....

10.- ¿La empresa que utiliza para el envío de sus encomiendas satisface plenamente sus necesidades?

Si () No ()

11.- ¿Si la respuesta es NO Señale en orden de importancia los problemas que tiene al enviar sus encomiendas?

Entrega tardía () Encomiendas maltratadas() Inseguridad() Otros ()
).....

12.- ¿Si se implementaría una empresa de Courier enviaría sus encomiendas?

Si () No ()

13.- ¿Qué características de servicio desea que tenga la nueva empresa?

Agilidad () Seguridad () Puntualidad () Servicio a domicilio ()
Otros

14.- ¿Qué tipo de encomiendas enviaría a través de la nueva empresa?

sobres () paquetes () bultos () otros ().....

15.- ¿Cuántos sobres enviaría en el año?

1 a 10 () 11 a 20 () 21 a 30 () Más de 30

16.- ¿Qué peso tendrían aproximadamente los sobres que con mayor frecuencia enviaría?

0,001 a 0,1 Kg () 0,11 a 0,2 Kg () 0,21 a 0,30 kg () 0,31 a 0,4Kg ()

17.- ¿Cuántos paquetes enviarían al año?

1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () Más de 15

18.- ¿Cuál es el peso de los paquetes que enviaría con mayor frecuencia?

1 a 3Kg () 4 a 6 Kg () 7 a 9 Kg () Más de 9 Kg

19.- ¿Cuántos bultos enviaría en el año ?

1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () Más de 15

20.- ¿Cuál es el peso de los bultos que enviaría con mayor frecuencia?

1 a 20 Kg () 21 a 40 Kg() 41 a 60 Kg () Más de 60 Kg.....

21.- ¿Cuál es el lugar de destino que con mayor frecuencia enviaría sus encomiendas?

Encomiendas Machala Arenillas Zaruma Sta Rosa El Guabo Portovelo Piñas Pasaje Huaquillas

Sobres

Paquetes

Bultos

22.- ¿Cuál fue el último valor que pagó por enviar sus encomiendas?

Sobres: \$ 1 a 1,50 () \$1,6 a 2,00 ()

Paquetes: \$ 1,5 a 2 () \$2,01 a 2,50 () \$2,51 a 3 ()

Bultos: \$ 2 a 2,5 () \$2,51 a 3 () \$ 3,01, a 3,50 ()

23.- ¿Para informarse qué medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

Radio () Televisión () Prensa ()

GRACIAS POR COLABORACIÓN

Anexo 3

Demanda a atender de paquetes en Kg								
Cuadro # A 2.1								
Cantones	PAQUETES SEGÚN EL PESO						Total peso de los paquetes	Total peso de los paquetes
	1 Kg	Kg	2 Kg	Kg	3 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	28,57	4.948	33,33	5.773	38,10	6.597	17.318	17.318.000
Arenillas	50,00	782	50,00	782		0	1.564	1.563.909
Huaquillas	11,11	1.620	33,33	4.861	55,56	8.102	14.584	14.584.329
Sta. Rosa	33,33	315	66,67	630		0	945	944.794
TOTAL		7.665		12.046		14.700	34.411	34.411.031

Demanda A atender AÑO 2								
Cuadro # A 2.2								
Cantones	PAQUETES SEGÚN EL PESO						Total peso de los paquetes	Total peso de los paquetes
	1 Kg	Kg	2 Kg	Kg	3 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	28,57	5.057	33,33	5.900	38,10	6.742	17.699	17.698.996
Arenillas	50,00	799	50,00	799		0	1.598	1.598.315
Huaquillas	11,11	1.656	33,33	4.968	55,56	8.281	14.905	14.905.184
Sta. Rosa	33,33	322	66,67	644		0	966	965.579
TOTAL		7.834		12.311		15.023	35.168	35.168.074

Demanda a atender AÑO 3								
Cuadro # A 2.3								
Cantones	PAQUETES SEGÚN EL PESO						Total peso de los paquetes	Total peso de los paquetes
	1 Kg	Kg	2 Kg	Kg	3 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	28,57	5.168	33,33	6.029	38,10	689.081	700.278	700.278.460
Arenillas	50,00	817	50,00	817	0,00	0	1.633	1.633.478
Huaquillas	11,11	1.693	33,33	5.078	55,56	846.283	853.053	853.053.476
Sta. Rosa	33,33	329	66,67	658	0,00	0	987	986.822
TOTAL		8.006		12.582		1.535.364	1.555.952	1.555.952.236

Demanda a atender AÑO 4								
Cuadro # A 2.4								
Cantones	PAQUETES SEGÚN EL PESO						Total peso de los paquetes	Total peso de los paquetes
	1 Kg	Kg	2 Kg	Kg	3 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	28,57	5.282	33,33	6.162	38,10	7.042	18.486	18.486.318
Arenillas	50,00	817	50,00	817	0,00	0	1.633	1.633.478
Huaquillas	11,11	1.693	33,33	5.078	55,56	8.463	15.233	15.233.098
Sta. Rosa	33,33	329	66,67	658	0,00	0	987	986.822
TOTAL		8.120		12.714		15.505	36.340	36.339.716

Demanda a atender AÑO 5								
Cuadro # A 2.5								
Cantones	PAQUETES SEGÚN EL PESO						Total peso de los paquetes	Total peso de los paquetes
	1 Kg	Kg	2 Kg	Kg	3 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	28,57	5.398	33,33	6.298	38,10	7.197	18.893	18.893.017
Arenillas	50,00	835	50,00	835	0,00	0	1.669	1.669.415
Huaquillas	11,11	1.730	33,33	5.189	55,56	8.649	15.568	15.568.226
Sta. Rosa	33,33	336	66,67	672	0,00	0	1.009	1.008.532
TOTAL		8.299		12.994		15.846	37.139	37.139.189

Demanda a atender de bultos AÑO 1								
Cuadro # A 2.6								
Cantones	BULTOS SEGÚN EL PESO						Total peso de los bultos	Total peso de los bultos
	5 Kg	Kg	10 Kg	Kg	15 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	31,03	7.097	41,38	9.463	27,59	6.308	22.868	22.868.003
Arenillas	50,00	816	50,00	816	0,00	0	1.632	1.631.605
Huaquillas	28,57	1.281	57,14	2.563	14,29	641	4.485	4.484.846
Sta. Rosa	25,00	307	50,00	615	25,00	307	1.230	1.229.790
TOTAL		9.502		13.456		7.257	30.214	30.214.243

Demanda a atender AÑO 2								
Cuadro # A 2.7								
Cantones	BULTOS SEGÚN EL PESO						Total peso de los bultos	Total peso de los bultos
	5 Kg	Kg	10 Kg	Kg	15 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	31,03	7.253	41,38	9.671	27,59	6.447	23.371	23.371.099
Arenillas	50,00	834	50,00	834	0,00	0	1.668	1.667.500
Huaquillas	28,57	1.310	57,14	2.619	14,29	655	4.584	4.583.512
Sta. Rosa	25,00	314	50,00	628	25,00	314	1.257	1.256.845
TOTAL		9.711		13.752		7.416	30.879	30.878.956

Demanda a tender AÑO 3								
Cuadro # A 2.8								
Cantones	BULTOS SEGÚN EL PESO						Total peso de los bultos	Total peso de los bultos
	5 Kg	Kg	10 Kg	Kg	15 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	31,03	7.413	41,38	9.884	27,59	6.589	23.885	23.885.263
Arenillas	50,00	852	50,00	852	0,00	0	1.704	1.704.185
Huaquillas	28,57	1.338	57,14	2.677	14,29	669	4.684	4.684.350
Sta. Rosa	25,00	321	50,00	642	25,00	321	1.284	1.284.496
TOTAL		9.924		14.055		7.579	31.558	31.558.293

Demanda a atender AÑO 4								
Cuadro # A 2.9								
Cantones	BULTOS SEGÚN EL PESO						Total peso de los bultos	Total peso de los bultos
	5 Kg	Kg	10 Kg	Kg	15 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	31,03	7.576	41,38	10.101	27,59	6.734	24.411	24.410.739
Arenillas	50,00	852	50,00	852	0,00	0	1.704	1.704.185
Huaquillas	28,57	1.338	57,14	2.677	14,29	669	4.684	4.684.350
Sta. Rosa	25,00	321	50,00	642	25,00	321	1.284	1.284.496
TOTAL		10.087		14.272		7.724	32.084	32.083.769

Demanda a atender AÑO 5								
Cuadro # A 2.10								
Cantones	BULTOS SEGÚN EL PESO						Total peso de los bultos	Total peso de los bultos
	5 Kg	Kg	10 Kg	Kg	15 Kg	Kg	Kg.	gr
	%		%		%			
Machala	31,03	7.742	41,38	10.323	27,59	6.882	24.948	24.947.775
Arenillas	50,00	871	50,00	871	0,00	0	1.742	1.741.677
Huaquillas	28,57	1.368	57,14	2.736	14,29	684	4.787	4.787.405
Sta. Rosa	25,00	328	50,00	656	25,00	328	1.313	1.312.755
TOTAL		10.309		14.586		7.894	32.790	32.789.612

Cuadro # A.2.11

DEMANDA A atender DE SOBRES SEGÚN SU PESO (20 gr)				
año 1 (diarios)	año 2 (diarios)	año 3 (diarios)	año 4 (diarios)	año 5 (diarios)
17.840	18232,8338	18633,9562	19043,90319	19462,86906
438	447,653905	457,502291	467,5673418	477,8538233
7.748	7918,50676	8092,71391	8270,753614	8452,710194
2.114	2160,23334	2207,75847	2256,329159	2305,968401
28.140	28759,2278	29391,9308	30038,55331	30699,40148

INDICE

INDICE

CONTENIDOS

Pag.

Certificación	II
Autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Tema	6
Resumen	8
Summary	12
Introducción	15
Revisión de Literatura	19
Materiales y Métodos	40

Resultados	46
Discusión	74
Conclusiones	179
Recomendaciones	182
Bibliografía	185
Anexos	188