



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE MENSAJERÍA (COURIER) PARA EL CANTÓN
CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”

TESIS PREVIA LA
OBTENCIÓN DEL GRADO
DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

Wilmer Ramiro Encarnación Espinoza

DIRECTOR DE TESIS:

Mg. Víctor Anguisaca Guerrero

Loja- Ecuador
2015

CERTIFICACION.

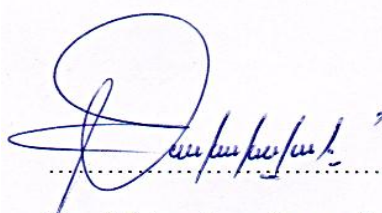
Mg. Víctor Anguisaca Guerrero

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la presente tesis intitulada: “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA (COURIER) PARA EL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**”, presentada por el aspirante **Encarnación Espinoza Wilmer Ramiro**, previo a optar el grado de Ingeniero Comercial, ha sido estrictamente revisada tanto en su presentación y contenido por lo que autorizo su presentación y defensa ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, Octubre del 2015



.....

Mg. Víctor Anguisaca Guerrero

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Wilmer Ramiro Encarnación Espinoza, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Wilmer Ramiro Encarnación Espinoza

Firma: 

Cédula: 2100414016

Fecha: Loja, Octubre del 2015

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

Yo, Wilmer Ramiro Encarnación Espinoza, declaro ser autor de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA (COURIER) PARA EL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**, como requisito para optar al Grado de: **INGENIERO COMERCIAL**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 19 días del mes de Octubre del dos mil quince, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTOR: Wilmer Ramiro Encarnación Espinoza

CÉDULA: 2100414016

DIRECCIÓN: Nueva Loja, Barrio Central, Vía a Quito

CORREO ELECTRÓNICO: encwilram@gmail.com

TELÉFONO: 0969524219

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Mg. Víctor Anguisaca Guerrero

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc. (Presidente)

Ing. Miguel Soto Carrión Mg. Sc. (Vocal)

Ing. Carlos Roberto Carpio Mg. Sc. (Vocal)

DEDICATORIA.

El presente trabajo de investigación lo dedico primeramente a Dios quien es nuestro Padre y mejor amigo, por darme la vida.

A mis padres, hermanos amigos y familiares, de manera especial a mi esposa e hijos; por su apoyo incondicional, por sus sabios consejos, por ser la fuente de inspiración en mis acciones diarias su constante apoyo hicieron que lleve a feliz término mis estudios universitarios.

Wilmer Encarnación

AGRADECIMIENTO.

Gratitud a DIOS, por ser nuestro guía inmanente en cada etapa de la vida.

A la Universidad Nacional de Loja; Modalidad de Estudios a Distancia que con su excelente personal docente permitieron realizar mis estudios para formarme como un profesional.

Mi reconocimiento a mi Director de Tesis Mg. Víctor Anguisaca Guerrero, A mi esposa y mis dos hijos, A mis padres y hermanos por su apoyo incondicional.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron hasta la culminación del presente trabajo.

Wilmer Encarnación

a. TÍTULO.

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA (COURIER) PARA EL
CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**

b. RESUMEN.

El presente trabajo investigativo, tiene como objeto la elaboración de un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA (COURIER) PARA EL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**, y así mismo la proporción un servicio de mensajería para beneficio de las personas que quieran hacer envíos a todas partes. Se pretende con este estudio incrementar una empresa que preste servicios de calidad y a un buen precio que puedan contribuir con el desarrollo social, político y económico del Cantón Cuyabeno.

La presente investigación hace relación a lo siguiente:

Se realiza el **resumen** se detallas los principales pasos a seguir del proyecto en la creación de un servicio de mensajería que contribuirá a consolidar el tejido económico de este sector, primero porque habrá apertura de fuentes de trabajo, lo que le permitirá al empleado cubrir su canasta básica; y segundo porque se da la oportunidad a los inversionistas en ejecutar este proyecto que les generará rentabilidad.

En la **introducción** se presenta un breve análisis de la situación económica de nuestro país con respecto a la mensajería a nivel local y nacional y por ende de nuestra provincia en cuento se refiere a la implementación de esta nueva empresa. La metodología utilizada presenta las técnicas de

recolección de información y los métodos de investigación que se utilizaron para presentar los resultados de este trabajo.

El **estudio de mercado** inicio con la aplicación de 380 encuestas a la Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Cuyabeno, lográndose determinar que si existe demanda de este servicio, lo cual permitió establecer los parámetros necesarios para efectuar el análisis. El Estudio de Mercado determina que la empresa es factible ponerla en marcha de acuerdo a los datos obtenidos de la demanda insatisfecha de \$ 29.242 servicios a ofrecer.

En cuanto al **estudio técnico**, al tamaño se lo considero los factores condicionantes para una adecuada infraestructura como son la demanda, la disponibilidad de insumos, tomando en cuenta estos antecedentes la capacidad instalada será de \$ 15.576 servicios de mensajería a ofrecer y la capacidad utilizada para el primer año será del 80% con un incremento del 5% anual, culminando en los dos últimos 2 años con un 99%, también se analizó la capacidad financiera de la empresa y un espacio físico que permita realizar los procesos de producción y comercialización del producto terminado. En cuanto a la ingeniería del proyecto se presenta el proceso productivo con todas las fases.

De acuerdo al **estudio de la organización**, se ha propuesto una compañía limitada, por las condiciones favorables que presenta este tipo de compañía.

La empresa tendrá la razón social de EMPRESA DE MENSAJERIA COURIER “CUYABENO CIA. LTDA.”, representada por los niveles jerárquicos para obtener os organigramas que regirá la vida orgánica de la empresa.

El **estudio financiero** presenta a más de los presupuestos necesarios para establecer la inversión y posible financiamiento que será de \$ 39.621,02 dólares, la evaluación del proyecto con todos y cada uno de los indicadores financieros como el VAN que es de \$ 68.103,70 el periodo de recuperación de capital de 3 años, 0 meses y 29 días, la relación beneficio costo de \$ 1,47, en donde por cada dólar se generará 47 centavos de ganancia, la TIR será del 40,81 % y el análisis de sensibilidad con un aumento en los costos del 23 % y una disminución de los ingreso del 12 %, que determinan que si es aconsejable llevar a cabo la inversión y ejecución del siguiente proyecto.

ABSTRACT.

The present investigative work, has like object the elaboration of a "PROJECT OF FEASIBILITY FOR IMPLEMENTATION OF A COMPANY OF SERVICES OF MESSAGING (COURIER) FOR THE CANTON CUYABENO, COUNTY DE SUCUMBIOS", and likewise the proportion a messaging service for people's that want to make shippings to all parts benefit. It is sought with this study to increase a company that he/she lends services of quality and to a good price that you/they can contribute with the social, political and economic development of the Canton Cuyabeno.

The present investigation makes relationship to the following thing:

He/she is carried out the summary you details the main steps to continue of the project in the creation of a messaging service that will contribute to consolidate the economic fabric of this sector, first because there will be opening of work sources, what will allow the employee to cover their basic basket; and second because one gives the opportunity to the investors in executing this project that it will generate them profitability.

In the introduction a brief analysis of the economic situation of our country is presented with regard to the messaging at local and national level and for ende of our county in story refers to the implementation of this new company. The used methodology presents the techniques of gathering of information

and the investigation methods that were used to present the results of this work.

The study of market beginning with the application of 380 surveys to the Economically Active Population (he/she BREAKS WIND) of the Canton Cuyabeno, achieving you to determine that if demand of this service exists, that which allowed to establish the necessary parameters to make the analysis. The Study of Market determines that the company is feasible to start it according to the obtained data of the unsatisfied demand of \$ 29.242 services to offer.

As for the technical study, to the size I consider it to him the conditioning factors for an appropriate infrastructure like they are the demand, the readiness of inputs, taking into account these antecedents the installed capacity will be from \$ 15.576 messaging services to offer and the capacity used for the first year will be of 80% with an increment of 5 annual%, culminating in the last two 2 years with 99%, it was also analyzed the financial capacity of the company and a physical space that he/she allows to carry out the production processes and commercialization of the finished product. As for the engineering of the project the productive process is presented with all the phases.

According to the study of the organization, he/she has intended a limited company, for the favorable conditions that it presents this company type. The

company will have the social reason of COMPANY OF MESSAGING COURIER "CUYABENO CO. LTDA", represented by the hierarchical levels to obtain you flowcharts that it will govern the organic life of the company.

The financial study presents to more than the necessary budgets to establish the investment and possible financing that it will be of \$ 39.621,02 dollars, the evaluation of the project with all and each one of the financial indicators as the VAN that is of \$ 68.103,70 the period of recovery of 3 year-old capital, 0 months and 29 days, the relationship benefits cost of \$ 1,47, where will be generated 47 cents of gain by each dollar, the TIR it will be of 40,81% and the analysis of sensibility with an increase in the costs of 23% and a decrease of the entrance of 12% that determine that if it is advisable to carry out the investment and execution of the following project.

c. INTRODUCCIÓN.

En la actualidad el área de servicios de mensajería y paquetería (correo paralelo) se está desarrollando rápidamente debido a la creciente necesidad de comunicación e interdependencia que se maneja a diario de persona a persona o entre las distintas organizaciones.

Las nuevas tecnologías no dejan de sorprendernos y de cambiarnos la vida. Y lo que hasta hace un par de décadas era un acto complejo como enviar una carta al otro lado del mundo, hoy es una actividad cotidiana que se reduce a dar un clic en la opción “SEND” de cualquier cuenta de correo en la web.

El Internet, el correo electrónico, la mensajería instantánea y las redes sociales han revolucionado las comunicaciones, de eso no hay duda. Han burlado las distancias geográficas y fomentado una capacidad de interacción a escala global. Pero, como toda buena revolución trae consigo un cambio paradigma, la extensión de las maneras en que los seres humanos nos comunicamos devino, por lo menos en lo que concierne a servicios postales, en dos opciones: reinventarse o desaparecer.

Con ese antecedente sobre la mesa se han complejizado cada vez más los servicios de las organizaciones dedicadas a lo que se conoce como Courier. Y lo que era concebido como un negocio de correspondencia o encomiendas

ha diversificado ampliamente su oferta, por lo que no es de extrañarse que en la actualidad posibilite acciones como comprar por Internet, hacer giros internacionales de dinero, emprender importaciones o exportaciones, solicitar mudanzas al extranjero, alquilar el servicio de almacenamiento y distribución de correspondencia masiva, etc.

El presente trabajo se encuentra estructurado de acuerdo a lo que estipula el Régimen Académico de Universidad Nacional de Loja y sus Normas Reglamentarias, orientada a interrelacionar al estudiante con la sociedad, con el propósito de dar alternativas de solución a los problemas de la actualidad y de manera especial en el ámbito empresarial.

El contenido del presente trabajo está estructurado de la siguiente manera: el **Título** que se describe el tema de desarrollo de la Tesis; **Resumen en Castellano** en el cual se refiere sintéticamente al objetivo general y específicos; seguido de la **Introducción**, donde se presenta la importancia del tema, el aporte a la empresa y la estructura del trabajo; la **Revisión de Literatura**, contiene todos los fundamentos teóricos más relevante sobre al Estudio de Factibilidad de la temática a tratarse los **Materiales y Métodos** donde se describen los métodos y técnicas utilizados para el desarrollo del presente trabajo; **los Resultados**, que es la parte más importante del trabajo; aquí se partirá con la entrevista al estudio de factibilidad en el cual se presenta la aplicación de la información obtenida; **la Discusión**, que está conformada de un breve diagnóstico de la situación del estudio del producto

a producirse; posteriormente presentamos las **Conclusiones y Recomendaciones** obtenidas del presente trabajo, las cuales coadyuvan al mejoramiento de la estabilidad económica y sociedad en general y en toma de decisiones por parte de la propietaria.

Adicionalmente se presenta la **Bibliografía** en donde se detallan los libros, internet y otros utilizados en la investigación; que sirvieron de referencia; y, como parte final del trabajo se presentan los **Anexos**.

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL.

SERVICIO DE MENSAJERÍA.

Los servicios de mensajería ayudan a las empresas y a las personas a transportar documentos importantes, paquetes y otros artículos. Un servicio de mensajería se caracteriza por la entrega rápida, el rastreo y la seguridad de los artículos que son entregados.¹

Existen empresas que se dedica al prestar servicios de mensajería para transportar rápidamente paquetes, mercancía, etc.

HISTORIA.

Los servicios de mensajería se han utilizado durante siglos. En sus inicios, un servicio de mensajería dependía de mensajeros que entregaban telegramas y otros mensajes a pie, a caballo, o en bicicleta. UPS es el servicio de mensajería más antiguo de su tipo. Fue fundada en 1907. Los servicios de mensajería se convirtieron en una necesidad creciente, debido a que las empresas necesitaban enviar artículos de un lugar a otro. Otras compañías como FedEx se fundaron en la década de 1970. El crecimiento

¹ JARRIN, Edgar, Ediciones Especiales, Mensajería en el Ecuador, 2011. Pág. 3.

de los negocios internacionales ha aumentado la competencia entre los servicios de mensajería. Actualmente las grandes empresas de servicios de mensajería a menudo utilizan una sofisticada red de sistemas para entregar los artículos.

COURIER.

El servicio de Courier consiste en el envío de documentos o paquetes de un tamaño y/o peso limitado a un determinado costo, que puede ser distribuido a nivel nacional e internacional según lo requiera el cliente.²

El servicio de Courier se caracteriza por tener la velocidad, seguridad, especialización y personalización de los servicios valorados en el proceso y ejecución del reparto. El servicio de Courier opera bajo el estándar premium en servicios de correo postal o paquetería, el cual es usado por las empresas que consideran de suma importancia el transporte de sus envíos justificando el costo a pagar por el servicio.

El servicio de Courier va dirigido no solo al público en general, sino también a las entidades financieras, instituciones del Estado y entidades privadas que quieran realizar envíos de forma rápida y segura; y quienes busquen en una empresa Courier 100% calidad en el servicio y efectividad en sus funciones.

² JARRIN, Edgar, Ediciones Especiales, Mensajería en el Ecuador, 2011. Pág. 5.

Con el objetivo de facilitarle los diferentes envíos de Courier, las empresas que brindan este servicio cuentan con varias oficinas a nivel nacional; las cuales se encuentran totalmente habilitadas y cuentan con personal totalmente capacitado para asistirles en cualquier trámite vinculado al servicio Courier. Esta se distingue de los “servicios postales básicos”, por la rapidez del envío y en las prestaciones ofrecidas: una mayor rapidez y seguridad en la recogida, distribución y entrega de los envíos, y en algunas de las siguientes modalidades: recogida en el punto de origen, entrega en mano al destinatario, prueba de entrega, seguimiento y localización de los envíos, lo que implica un mayor precio en relación el correo básico que el usuario está dispuesto a pagar si recibe algunos de esos beneficios.³

Así mismo, las empresas de Courier les brinda de forma gratuita el embalaje de sus envíos por vía Courier protegiendo al máximo la mercancía que va a enviar. Cada paquete o mensaje enviado cuenta con una identificación de código de barras personalizada, el cual facilita la identificación rápida del envío en nuestro sistema. El peso máximo para cada envío en este servicio es de 50 kilogramos.

Es importante destacar, que las empresas que ofrecen el servicio de Courier al encontrarse con la necesidad que tenía el mercado y el público en general de realizar envíos o recibir un determinado producto vía Courier,

³ PROPUESTA DE UN SERVICIO DE MENSAJERÍA EXTERNA, 2013, Pág. 34.

implementaron este servicio de Courier local y nacional y manejar adecuadamente la gran demanda que hasta el momento tiene este servicio de Courier.

Las personas o empresas que adquieren productos por vía Courier ya son parte de toda una amplia cadena de suministros, trabajado en un conjunto de actividades que comprende la admisión, clasificación despacho, transporte y entrega de los envíos.

Courier se distinguen de los servicios de correo ordinario por características como la velocidad, la seguridad, el seguimiento , la firma , la especialización y la individualización de los servicios urgentes , y los plazos de entrega rápidos , que son opcionales para la mayoría de servicios de correo de todos los días . Como un servicio de alta calidad, los correos son generalmente más caros que los servicios de correo estándar, y su uso se limitan normalmente a los paquetes de los que uno o más de estas características se consideran lo suficientemente importante como para justificar el costo.

Los servicios de mensajería operan en todas las escalas, desde el interior de los pueblos o ciudades específicas, a los servicios regionales, nacionales y mundiales.⁴

⁴ JARRIN, Edgar, Ediciones Especiales, Mensajería en el Ecuador, 2011. Pág. 5-6.

MARCO CONCEPTUAL.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD.

Conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.⁵

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas necesarias para la toma de decisiones en la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio.⁶

DEMANDA.

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores

⁵FERNÁNDEZ ESPINOZA, Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera, 2007. Edición Tecnológica de Costa Rica, Pág. 5-8

⁶ GISPERT, Carlos, Enciclopedia Practica de la Pequeña y Mediana Empresa, Pág. 11

(demanda total o de mercado), en un momento determinado. La demanda es una función matemática.⁷

Dónde:

- Q = es la cantidad demandada del bien o servicio.
- P = precio del bien o servicio.
- I = ingreso del consumidor.
- G = gustos y preferencias.
- N = números de consumidores.
- P_s = precios de bienes sustitutivos.
- P_c = precio de bienes complementarios.

Además, existe una demanda que siempre es exógena en los modelos ya que no está determinada por ninguna circunstancia estudiada (endógena) en el modelo, tal es el caso de productos que son consumidos indiferentemente a ciertos factores económicos como lo son las vacunas que necesariamente tienen que comprar los Estados por determinadas leyes o condiciones sociales.

La demanda puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la

⁷ FERNÁNDEZ ESPINOZA, Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera, 2007. Edición Tecnológica de Costa Rica, Pág. 26

demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda.⁸

En relación con la elasticidad, la demanda se divide en tres tipos:

- **Elástica**, cuando la elasticidad de la demanda es mayor que 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente superior a la del precio.
- **Inelástica**, cuando la elasticidad de la demanda es menor que 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente inferior a la del precio.
- **Elasticidad unitaria**, cuando la elasticidad de la demanda es 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente igual a la del precio.

OFERTA.

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

⁸ FERNÁNDEZ ESPINOZA, Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera, 2007. Edición Tecnológica de Costa Rica. Pág. 26-28.

El sistema de economía de mercado, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda. Centrándonos en el estudio de la oferta y la demanda en un mercado de un determinado bien. Supongamos que los planes de cada comprador y cada vendedor son totalmente independientes de los de cualquier otro comprador o vendedor. De esta forma nos aseguramos que cada uno de los planes de los vendedores dependa de las propiedades objetivas del mercado y no de conjeturas sobre posibles comportamientos. De los demás. Con estas características tendremos un mercado perfecto, en el sentido de que hay un número muy grande de compradores y vendedores, de forma que cada uno realiza transacciones que son pequeñas en relación con el volumen total de las transacciones.⁹

La cantidad ofrecida por los fabricantes o productores de un determinado bien depende de varios factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el oferente. Estos factores son el precio del producto, el precio de los factores que intervienen en la producción de ese bien, el estado de la tecnología existente para producir ese producto y las expectativas que tengan los empresarios acerca del futuro del producto y del mercado.¹⁰

⁹ FERNÁNDEZ ESPINOZA, Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera, 2007. Edición Tecnológica de Costa Rica. Pág. 27-30.

¹⁰ MANKIW, N GREGORY, Principios de Economía, Mc Graw Hill, Pág.48.

DEMANDA INSATISFECHA.

Es aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.¹¹

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. Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada. Demanda Insatisfecha: aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte por el proyecto.

FÓRMULA:

Demanda Efectiva – Oferta Efectiva = Demanda Insatisfecha.

USO PER CÁPITA.

Per cápita es una locución de origen latina de uso actual que significa literalmente 'por cada cabeza' (está formada por la preposición per y el acusativo plural decaput, capitis 'cabeza'), esto es, 'por persona' o 'por

¹¹ Gestión de proyectos: identificación, formulación Financiera, Página 102.

individuo'. Al estar castellanizada la expresión se grafíe de redonda, sin cursivas ni comillas y según las normas de acentuación del español.¹²

Generalmente se utiliza para indicar la media por persona en una estadística social determinada. El uso más común es en el área de los ingresos. Así, existen índices de renta per cápita, ingresos familiares per cápita, renta familiar disponible per cápita. También se elaboran índices de consumo de productos per cápita, como energía, alimentos y medios de comunicación, así como sus funciones (también se refiere al ingreso por persona en un determinado país para lograr saber su nivel de productividad en dicho sector).¹³

ESTUDIO TÉCNICO.

TAMAÑO.

El tamaño de mercado es el segmento de clientes que hay. Se toma tomando una muestra, O sea un porcentaje del mercado total, luego se hacen encuestas y después de lo que resulte y de ahí se toma como el 100% el porcentaje elegido.

¹² **Fundación del Español Urgente**, Consultado el 15 de marzo de 2014.

¹³ MANKIW, N GREGORY, Principios de Economía, Mc Graw Hill, Pág. 54-55.

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", el tamaño del Mercado depende de:

1. La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
2. La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
3. La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos.

Para Kotler, depende de que el número de personas que manifiesten la necesidad, tengan los recursos que interesan a otros y estén dispuestas a ofrecerlos en intercambio por lo que ellos desean.

Sin embargo para otros autores el tamaño y valor del mercado se refiere al total de productos o servicios que se demandan por toda la población o región en la que nos encontramos, y claro dependerá del perfil del consumidor, y cuanta población exista con este perfil en la región. En conjunto con estas definiciones se puede definir que uno de los factores de la segmentación del mercado son el tamaño y el valor, por tanto cada empresa debe definir cuál es su tipo de mercado y saber de cuanto es su población.¹⁴

¹⁴MANKIW, N GREGORY, Principios de Economía, Mc Graw Hill, Pág. 55.

LOCALIZACIÓN.

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, vital para la viabilidad de la misma. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región.

La elección del local para instalar el negocio es una decisión básica. Piense si puede plantear impedimentos para la ampliación de la empresa y examine detenidamente su superficie, su distribución en planta, su coste y forma de adquisición (alquiler, compra, leasing), la reglamentación que puede afectarle, etc.

MACROLOCALIZACIÓN.

Macro localización: también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de

distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.¹⁵

Micro localización: Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

INGENIERÍA DE PROYECTO.

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.¹⁶

En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

-Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo.

¹⁵ RAMÍREZ, Almaguer, MARRERO, Vidal Y RODRÍGUEZ, Domínguez, "Etapas del Análisis de Factibilidad, Compendio Bibliográfico" Contribuciones a la Economía, Marzo 2009. Pág 95.

¹⁶ RAMÍREZ, Almaguer, MARRERO, Vidal Y RODRÍGUEZ, Domínguez, "Etapas del Análisis de Factibilidad, Compendio Bibliográfico" Contribuciones a la Economía, Marzo 2009. Pág. 99.

- Lugar de implantación del proyecto
- Las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los productos
- Los requerimientos de recursos humanos.
- Las cantidades requeridas de insumos y productos.
- Diseñar el plano funcional y material de la planta productora.
- Determinar las obras complementarias de servicios públicos.
- Definir los dispositivos de protección ambiental.
- Determinar gastos de inversión y costos durante la operación.
- Planear el desarrollo del proyecto durante la instalación y operación. Es importante definir algunos conceptos básicos para poder realizar la ingeniería de proyecto.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

ORGANIZACIÓN.

La organización es la parte de la administración que supone es establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa. La estructura es intencionada en el sentido de que debe garantizar la asignación de todas las

tareas necesarias para los cumplimientos de las metas, asignación que debe hacerse a las personas mejor capacitadas para realizar esa tarea.¹⁷

Significa integrar y coordinar los recursos humanos, materiales y financieros de que se dispone, con la finalidad de cumplimentar un objetivo dado con la máxima eficiencia, considerando como sus elementos esenciales:

- 1.- Meta o finalidad
- 2.- Programa o método para alcanzar las metas
- 3.- Recursos necesarios para conseguir esas metas (lo máspreciado los Recursos Humanos)
- 4.- Entorno o ambiente (la responsabilidad y la ética social)
- 5.- Administradores (lideres)

Organizar no es más que identificar y clasificar las actividades requeridas de manera que se agrupen para dar respuesta a los objetivos, así como coordinar en forma horizontal y vertical la estructura de la organización asignando a cada grupo un directivo con autoridad necesaria para supervisarlos.

¹⁷KOTLER Philip, BLOOM, Paul y HAYES, Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004.Pág. 78

ORGANIGRAMAS.

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, en la que se detalla la estructura administrativa y técnica, los distintos órganos y funciones de la empresa, la jerarquía y la coordinación entre los distintos departamentos así como los responsables de llevar a cabo cada una de las actividades.¹⁸

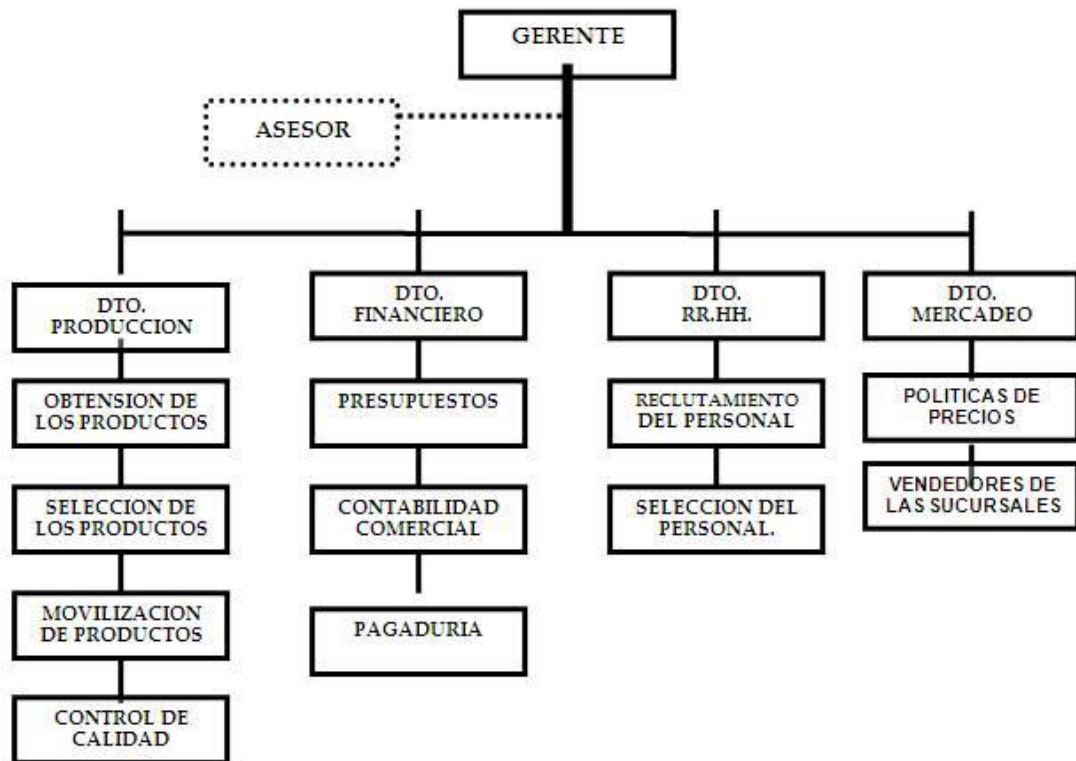
El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización:

- Desempeña un papel informativo.
- Presenta todos los elementos de autoridad, los niveles de jerarquía y la relación entre ellos.

En el organigrama no se tiene que encontrar toda la información para conocer cómo es la estructura total de la empresa.

¹⁸GISPERT, Carlos, Enciclopedia Practica de la Pequeña y Mediana Empresa, Pág. 397-398.

GRÁFICO 1: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Microempresa EXPRESO ORIENTE.

Elaborado por: El Autor

MANUALES.

Los manuales, son un sistema de comunicación, un medio de control, permiten establecer un estándar de trabajo, así como la coordinación y emisión de informaciones asegurando una mejor comprensión en la empresa. Los manuales contienen funciones básicas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones, funciones específicas, características del puesto de trabajo, perfiles y habilidades.¹⁹

¹⁹ GISPERT, Carlos, Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa, Pág. 398-404.

ADMINISTRATIVA.

- La administración como una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas y cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr.²⁰
- La Administración es la gestión que desarrolla el talento humano para facilitar las tareas de un grupo de trabajadores dentro de una organización. Con el objetivo de cumplir las metas generales, tanto institucionales como personales, regularmente va de la mano con la aplicación de técnicas y principios del proceso administrativo, donde este toma un papel preponderante en su desarrollo óptimo y eficaz dentro de las organizaciones, lo que genera certidumbre en el proceder de las personas y en la aplicación de los diferentes recursos.

LEGAL.

El sistema legal puede definirse como el conjunto normativo que rige a una sociedad, obedeciendo a principios y directrices definidos, tales como el sentido jerárquico de las normas. Así, la resolución se atiene al reglamento, éste a la ley y la ley a la constitución.

²⁰KOTLER, Philip, BLOOM, Paul y HAYES, Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004. Pág. 88.

Es obvio señalar que tanto la constitución como una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales, repercuten de alguna manera sobre un proyecto y, por tanto, deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico.²¹

El estudio de factibilidad de un proyecto de inversión debe asignar especial importancia al análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en su implementación y posterior puesta en marcha. Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo si no se encuadra en el marco legal de referencia en el que se encuentran incorporadas las disposiciones particulares que establecen lo que legalmente está aceptado por la sociedad, es decir, lo que se manda, prohíbe o permite. Por ello la preparación y evaluación del proyecto requiere analizar el referido marco legal, el que constituye un condicionamiento cuya importancia no desmerece de la del mercado en lo económico. Efectivamente, el origen, la puesta en marcha, la implementación y el curso o régimen del proyecto, como la forma de liquidarlo, reemplazarlo o modificarlo, precisan atenerse al ordenamiento jurídico, sujeción que obliga a explorar y aprovechar en cada una de estas etapas las opciones más relevantes que el sistema legal ofrece.

²¹KOTLER, Philip, BLOOM, Paul y HAYES, Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004. Pág. 100.

ESTUDIO ECONÓMICO.

PRESUPUESTOS.

Según Cristóbal de Rio Gonzales, el Presupuesto la programación sistematizada de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por la empresa en periodo dado.

Según Jorge Burbano Ruiz,²² es la expresión cuantitativa formal de los objetivos que una administración se proponen alcanzar durante un periodo con la adopción de estrategias necesarias para lograrlo.

Los presupuestos, son un plan expresado a futuro en términos cuantitativos en base a los objetivos planteados y que pueden referirse a unidades de venta, producción, número de empleados, capacidad instalada entre otros.²³

FUNCIONES DE LOS PRESUPUESTOS.

1. La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.
2. El control presupuestario es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos

²² BURBANO RUIZ, Jorge, Barranquilla, Ediciones Uninorte, 2001, Pág. 238.

²³ MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág., 27

presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.

3. Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización.

INVERSIONES.

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

INVERSIONES TEMPORALES.

Generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito, bonos tesorería y documentos negociables), valores negociables de deuda (bonos del gobierno y de compañías) y valores negociables de capital (acciones preferentes y comunes), adquiridos con efectivo que no se necesita de inmediato para las operaciones. Estas inversiones se pueden mantener temporalmente, en vez de tener el efectivo, y se pueden convertir rápidamente en efectivo cuando las necesidades financieras del momento hagan deseable esa conversión.²⁴

²⁴ PASCUAL, Ramón Companys, SUBÍAS, Albert Corominas, PLANIFICACION Y RENTABILIDAD DE PROYECTOS INDUSTRIALES, PAG. 31.

INVERSIONES A LARGO PLAZO.

Son colocaciones de dinero en las cuales una empresa o entidad, decide mantenerlas por un período mayor a un año o al ciclo de operaciones, contando a partir de la fecha de presentación del balance general.

COSTOS.

Es el valor monetario que incurre en materia prima y materiales consumidos, amortizaciones y depreciaciones de equipos y herramientas industriales, salarios y sueldos de personal; capitales ajenos e intereses necesarios en el proceso, impuestos y contribuciones, servicios básicos y demás elementos que son indispensables para producir un bien o servicio.²⁵

Desde un punto de vista más amplio, en la economía del sector público, se habla de costes sociales para recoger aquellos consumos de factores (por ejemplo naturales o ambientales), que no son sufragados por los fabricantes de un bien y por tanto excluidos del cálculo de sus costes económicos, sino que por el contrario son pagados por toda una comunidad o por la sociedad en su conjunto. Un caso típico de coste social es el del deterioro de las aguas de un río derivado de la instalación de una fábrica de un determinado bien. Si no existe una legislación medioambiental que lo recoja, la empresa fabricante no tendrá en cuenta entre sus costes los daños ambientales

²⁵GONXENS. A y M.A. GONXES, Enciclopedia Practico de la Contabilidad, OCEANO, Pág. 573.

provocados por el desarrollo de su actividad y los perjuicios derivados de la disminución de la calidad del agua sería soportado por todos los habitantes de la zona, se habla en estos casos de externalidades negativas a la producción.

INGRESOS.

Cualquier partida u operación que afecte los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas. No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que se afecten sus resultados. Puede haber entrada sin ingreso, como cuando se consigue un préstamo bancario. En tal caso se está recibiendo pasivo y los resultados no se afectan.

Puede haber ingreso sin entrada, como en el caso de una venta a crédito, en donde no se ha recibido aún dinero y consecuentemente sólo se afectan los resultados con el abono a Ventas sin tener entradas, ya que no se ha recibido aún ninguna cantidad. Finalmente, pueden coexistir las entradas con los ingresos como en el caso de una venta al contado. El cargo a Bancos registra la entrada y el abono a Venta registra en Ingreso.²⁶

²⁶MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág. 53.

EGRESOS.

Significa la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización, mientras que por ingresos se entiende el dinero que entra. Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, y siempre supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. El pago de un servicio (por ejemplo, de conexión a Internet) y el arrendamiento de un local comercial son algunos de los gastos habituales que forman parte de los egresos de las empresas.

Las inversiones y los costos, por su parte, también suponen el egreso de dinero; sin embargo, se trata de desembolsos que se concretan con la esperanza de que se traduzcan, en un futuro no muy lejano, en ingresos.

Al comprar una materia prima, una compañía realiza un gasto (el dinero egresa de su caja) pero, al transformar dicha materia, se convierte en un producto terminado que generará ingresos con su venta. La lógica empresarial implica que estos ingresos deben superar los egresos para obtener rentabilidad.²⁷

²⁷MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág. 61.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Del latín **aequilibrium**, es el estado donde dos fuerzas encontradas se compensan y se destruyen mutuamente. Es el punto en el cual cierto volumen de producción o ventas no gana ni pierde.²⁸

En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.²⁹

En este caso, si lo que una empresa quiere conocer es la cantidad de unidades de su producto o productos que debe vender para alcanzar el citado punto de equilibrio, la operación es muy sencilla. Debe dividir lo que son los costes fijos entre el resultado de restar el costo variable unitario al precio de venta por unidad.

Si por otra parte lo que se desea es conocer ese punto de equilibrio mediante el cálculo para ventas la fórmula sería la siguiente: hay que dividir los costos fijos por 1 – el resultado de dividir el costo variable total por las ventas totales.

²⁸ Contabilidad y Finanzas Empresariales, Ecuador 2007, Pág. 180.

²⁹MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág. 64.

Una manera igualmente interesante para calcular y poder ver de manera clara dónde está el punto de equilibrio de una compañía en cuestión es mediante el uso de un gráfico en cuestión. De esta forma, en el eje de abscisas X se establecerían las unidades a producir y a vender mientras que en el eje de coordenadas Y se representarían el valor de los ingresos (las ventas), los costos y los gastos.

Para hallar su punto de equilibrio, la empresa debe conocer cuáles son sus costos. Este cálculo debe considerar todos los desembolsos (es decir, toda la salida de dinero de las arcas de la empresa). Es necesario, además, clasificar los costos en variables (varían de acuerdo al nivel de actividad) y fijos. El paso siguiente es encontrar el costo variable unitario, que es el resultado de la división entre el número de unidades fabricadas y las unidades vendidas. Entonces se podrá aplicar la fórmula del punto de equilibrio, comprobar los resultados y analizarlos.³⁰

En este sentido, es importante, y así lo reconocen los expertos en materia de finanzas, que dentro de lo que son los costos se preste especial atención a los llamados costos indirectos de fabricación. ¿Por qué? Porque posiblemente en ellos habrá una serie de costos variables realmente importantes y fundamentales a la hora de poder encontrar el punto de equilibrio. Aquellos citados costos de fabricación así como la mano de obra y

³⁰MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág. 66.

la materia prima son tres de los elementos vitales a tener muy presente para realizar unos cálculos exactos.³¹

FORMULA:

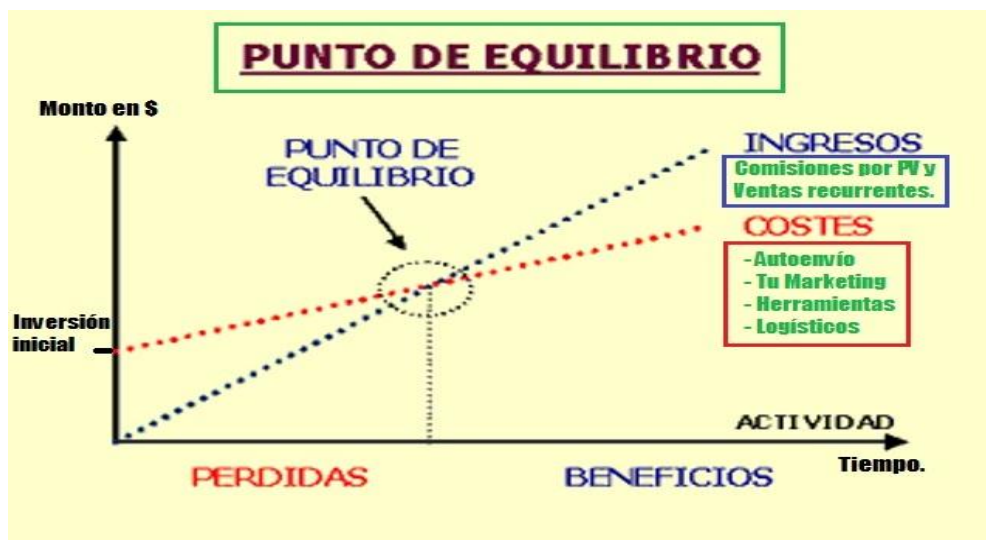
a. En función de la capacidad instalada:

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

b. En función de las Ventas:

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

GRÁFICO 2: PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Marketing Multinivel – Punto de Equilibrio de tu Negocio.

Elaborado por: El autor

³¹MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág. 69.

GASTO DE VENTAS.

Los gastos de venta usualmente comprenden todos los costos asociados o vinculados con las ventas de la compañía. Esto incluye salarios del personal de ventas y de ejecutivos, publicidad y gastos de viaje. En general, los gastos de venta crecen y caen con las ventas de la compañía. En tiempos difíciles, o en un período de crecimiento de ventas lento, una compañía puede cortar gastos de publicidad para ahorrar dinero o despedir a personal de ventas improductivas. Generalmente, los gastos de venta representan costos variables para la compañía.

GASTOS FINANCIEROS.

Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros.³²

FLUJO DE CAJA.

Es el estado financiero básico que muestra cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente del efectivo de la empresa, así como

³²MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, "Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión" Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág. 73.

previa información importante de los ingresos y pagos de efectivo de una empresa durante un determinado periodo de acuerdo, con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.³³

EVALUACION FINANCIERA.

VALOR ACTUAL NETO.

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros den determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Dicha tasa de actualización (k) o de descuento (d) es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital (CMPC) y la tasa de inflación del periodo. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.³⁴

³³ Contabilidad Y finanzas empresariales, 2007, Pág. 185-186.

³⁴ RAMÍREZ, Almaguer, MARRERO, Vidal Y RODRÍGUEZ, Domínguez, "Etapas del Análisis de Factibilidad, Compendio Bibliográfico" Contribuciones a la Economía, Marzo 2009. Pág. 103.

FÓRMULA PARA OBTENER EL VAN:³⁵

$$VAN = \sum \frac{FNC - 1}{(1 + n)^{-1}}$$

$$VAN = (1 + I)$$

VAN= Valor Actual Neto.

FCN= Flujo Neto de Caja

I= Tasa de Interés

N= número de períodos.

FA= Factor de Actualización.

$$1 / (1 + n)^n$$

DE OTRA MANERA

$$VAN = - A + [FC1 / (1+r)^1] + [FC2 / (1+r)^2] + \dots + [FCn / (1+r)^n]$$

Siendo:

A: desembolso inicial

FC: flujos de caja

n: número de años (1,2,...,n)

r: tipo de interés ("la tasa de descuento")

$1/(1+r)^n$: factor de descuento para ese tipo de interés y ese número de años

Si $VAN > 0$: El proyecto es rentable.

Si $VAN = 0$: El proyecto es postergado.

Si $VAN < 0$: El proyecto no es rentable.

³⁵ RAMÍREZ, Almaguer, MARRERO, Vidal Y RODRÍGUEZ, Domínguez, "Etapas del Análisis de Factibilidad, Compendio Bibliográfico" Contribuciones a la Economía, Marzo 2009. Pág. 103.

TASA INTERNA DE RETORNO.

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión.³⁶

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

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

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

³⁶RAMÍREZ, Almaguer, MARRERO, Vidal Y RODRÍGUEZ, Domínguez, "Etapas del Análisis de Factibilidad, Compendio Bibliográfico" Contribuciones a la Economía, Marzo 2009. Pág. 104-107.

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

RELACION BENEFICIO COSTO.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.³⁷

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presente neto se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto.

Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

³⁷ LÓPEZ DUMRAUF, G. (2006), Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires. Pág. 78.

R (B/C) INGRESO ACTUALIZADO

= $\frac{\text{COSTO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$ B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.³⁸

$$\text{PRC} = \frac{\text{FLUJO NETO ACUMULADO} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO ÚLTIMO PERIODO}}$$

ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite conocer su sensibilidad o su resistencia a este tipo de variaciones conocidas como incrementos o decrementos de los costos o los ingresos en función de cómo se prevea esta variación.³⁹

³⁸INFANTE, Arturo. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Norma, 1992. Pág. 107.

³⁹José Didier Vaquero C. 2006 – 2007. Pág. 134.
- Contabilidad y Finanzas Empresariales, Pág. 200.

SE UTILIZAN ESTAS FÓRMULAS.

TIR.

$$NTIR = T_m + Dt \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

DIFERENCIA DE TIR.

$$Dif.Tir = Tir \text{ proy.} - Nueva Tir$$

PORCENTAJE DE VARIACION.

$$\% Var = (Dif. Tir / Tir \text{ del Proy}) * 100$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

MATERIALES.

CUADRO 1: MATERIALES.

CONCEPTO	VALOR
Internet	100,00
Material papelería	70,00
Transporte	500,00
Investigación de campo	600,00
Courier para envío de documentos	110,00
Empastados	80,00
Imprevistos (10.27 %)	150,00
TOTAL	1610,00

MÉTODOS.

La metodología, es la ciencia que se encarga del método utilizado para descubrir, sistematizar o transmitir el saber. Por tanto es el conjunto de técnicas y procedimientos mediante los cuales los docentes hacen que las experiencias se lleven a cabo y resulten realmente vividas por los estudiantes.⁴⁰

⁴⁰ ROMERO G, Tecnología Educativa Prospectiva, Quito 2005, Pág. 40.

MÉTODO INDUCTIVO.

Implica pasar de los resultados obtenidos de observaciones o experimentos al planteamiento de hipótesis, leyes o teorías que abarcan también a otros casos de la misma clase, generaliza los resultados.⁴¹

Este método se lo utilizó en el presente estudio para determinar la factibilidad de la implantación de una empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, provincia de Sucumbíos, se realizó la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación de la información obtenida.

MÉTODO DEDUCTIVO.

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Se puede decir también que el aplicar el resultado de la inducción a casos nuevos es deducción.⁴²

⁴¹ AGUILAR C, Guía Práctica para la Elaboración de Tesis, Edit. 2008. Pág. 29.

⁴² AGUILAR C, Guía Práctica para la Elaboración de Tesis, Edit. 2008. Pág. 29-30.

Este método se lo utilizó en la aplicación de cada uno de los estudios que permitió deducir la factibilidad de la implantación de la empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, provincia de Sucumbíos, específicamente en el estudio de mercado, estudio técnico, el estudio financiero y la evaluación financiera.

MÉTODO ANALÍTICO.

Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. La física, la química y la biología utilizan este método; a partir de la experimentación y el análisis de gran número de casos se establecen leyes universales. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas. Estas operaciones no existen independientes una de la otra.⁴³

Este método se lo utilizó en el análisis de un objeto de estudio que fue en este caso la creación de una empresa de servicios de mensajería (Courier), este análisis servirá para realizar el análisis del estudio de mercado, el estudio de la localización y flujogramas de procesos, en la investigación de los indicadores financieros como el VAN, TIR, Periodo de R/C, Relación B/C y Análisis de Sensibilidad y se realizará a partir de la relación que existe

⁴³ - Paradigmas Y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio, Pág. 65.
- Diccionario Filosófico de ROSENTAL, 1980. Pág. 130

entre los elementos que conforman una empresa de este tipo como un todo; y a su vez la síntesis se produce al analizar la información recopilada.

Así mismo se pudo determinar y analizar aspectos relacionados con la competencia existente en el cantón Cuyabeno. Provincia de Sucumbíos.

EL MÉTODO MATEMÁTICO.

Un modelo matemático se define como una descripción desde el punto de vista de las matemáticas de un hecho o fenómeno del mundo real, desde el tamaño de la población, hasta fenómenos físicos como la velocidad, aceleración o densidad. El objetivo del modelo matemático es entender ampliamente el fenómeno y tal vez predecir su comportamiento en el futuro.⁴⁴

Es importante mencionar que un modelo matemático no es completamente exacto con problemas de la vida real, de hecho, se trata de una idealización. Hay una gran cantidad de funciones que representan relaciones observadas en el mundo real; las cuales se analizaron en los párrafos siguientes, tanto algebraicamente como gráficamente.

Este método se lo utilizó en la empresa objeto de estudio y se pudo analizar variables como la segmentación del mercado, demandas, estudio técnico, análisis financiero y evaluación financiera.

⁴⁴ Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis - Página 84

EL MÉTODO ESTADÍSTICO.

El método estadístico, parte de la observación de un fenómeno, y como no puede siempre mantener las mismas condiciones predeterminadas a voluntad del investigador, deja que actúen libremente, pero se registran las diferentes observaciones y se analizan sus variaciones.⁴⁵

Este método se lo utilizó en el presente proyecto y se analizó la población económicamente activa del cantón Cuyabeno, de la provincia de Sucumbíos, cuya información se tabuló para conocer la demanda existente para el servicio de mensajería (Courier) en el cantón.

TÉCNICAS.

EL CUESTIONARIO.

Constituye una herramienta que permite la recolección de información de información necesaria para la demostración de la hipótesis y el estudio de sus variables. Es el conjunto de preguntas, preparadas cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación para su contestación por la población o la muestra⁴⁶

⁴⁵ Naresh K., Investigación de mercados, Pág. 343-344.

⁴⁶ SIERRA BRAVO, R. Técnicas de Investigación Social. Pág. 305.

En este proyecto permitió conocer realmente la situación actual, en torno a la oferta y la demanda básicamente, del servicio a ofrecer, así mismo poder proyectar la continuidad hacia el total desarrollo del proyecto.

POBLACIÓN Y MUESTRA.

POBLACIÓN.

En matemática y Estadística, se llama población o universo a todo un grupo de elementos, objetos o personas que poseen alguna característica común. La muestra es un subconjunto representativo que se utiliza cuando el Universo es muy grande y difícil de investigar a cada uno de los elementos, esa parte representa un todo y se establece en el principio básico de que las partes contienen las características de la población.⁴⁷

Para conocer cuál es el PEA se ha tomado el 4,042% de la población de la provincia de Sucumbíos, cuya población es 176.472 habitantes.⁴⁸

El análisis de información para el presente estudio o la segmentación de mercado será la población económicamente activa del cantón de Cuyabeno de la provincia de Sucumbíos, que para el año 2010 fue de 7.133 PEA, con

⁴⁷ ENCARNACION W, El ambiente Ecológico Escolar y El Aprendizaje de los Estudiantes, Quito 2012. Pág. 48.

⁴⁸; SENPLADES - Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, DIRECCIÓN DE MÉTODOS, ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN, 25 de Febrero de 2014; Resultados del Censo 2010 - Fascículo Provincial Sucumbíos.

una tasa de crecimiento poblacional del 2.39%⁴⁹, cuya población para el 2014 es de 7.840 PEA.

Formula:

$$Pf = P^a(1+i)^a$$

$$Pf = 7.133^a(1+0.239)^4$$

$$Pf = 7.840$$

CUADRO 2: POBLACIÓN.

AÑOS	POBLACION	% POR AÑO
2010	7.133	170,48
2011	7.303	174,55
2012	7.478	178,72
2013	7.657	183,00
2014	7.840	187,37

Fuente: INEC.

Elaborado por: Autor

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

En dónde:

n= tamaño de la muestra

e= margen de error

N= Población

FÓRMULA:

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

DATOS:

n=?

e=5%

⁴⁹INEC 2010.

N= 7.840 PEA.

MUESTRA

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

$$n = \frac{7.840}{1 + (0.05)^2 * 7.840}$$

$$n = \frac{7.840}{1 + 0.0025 * 7.840}$$

$$n = \frac{7.840}{1 + 19,60}$$

N = 380 Encuestas.

Las encuestas estarán distribuidas para la población económicamente activa del Cantón Cuyabeno:

CUADRO N° 3: DISTRIBUCIÓN MUESTRAL			
N°	PARROQUIAS	%	N° ENCUESTAS
1	TARAPOA	63,68	242
2	CUYABENO	17,37	66
3	AGUAS NEGRAS	18,95	72
		100,00	380

Fuente: % PEA POR PARROQUIA-INEC

Elaborado por: El autor.

f. RESULTADOS.

ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES.

1. ¿Cuáles son los ingresos promedio que usted percibe al mes?

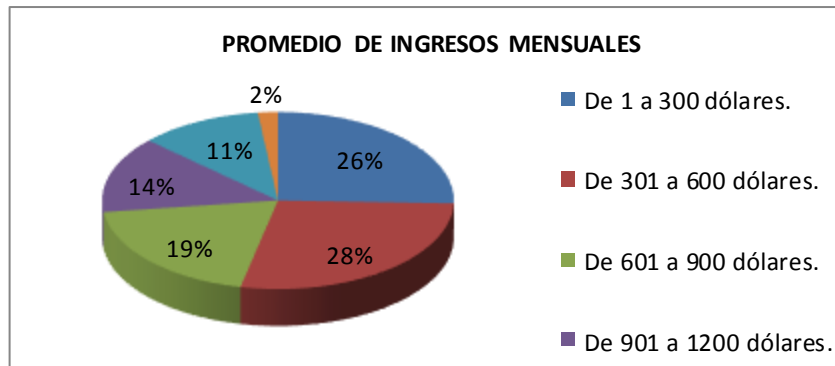
CUADRO 4: PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 300 dólares.	97	26%
De 301 a 600 dólares.	106	28%
De 601 a 900 dólares.	74	19%
De 901 a 1200 dólares.	53	14%
De 1201 a 1500 dólares.	43	11%
Más de 1500 dólares.	7	2%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 3: PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 26% de los encuestados manifestaron que sus ingresos van desde 1 a 300 dólares, el 28% de 301 a 600, el 19% de 601 a 900, el 14% de 901 a 1.200, el 11% de 1201 a 1500 y solamente el 2% de ellos más de 1.500 dólares mensuales, lo que quiere decir que la mayoría de encuestados tiene ingresos de 301 a 600 dólares al mes.

2. ¿Conoce la existencia de una empresa que ofrezca servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos?

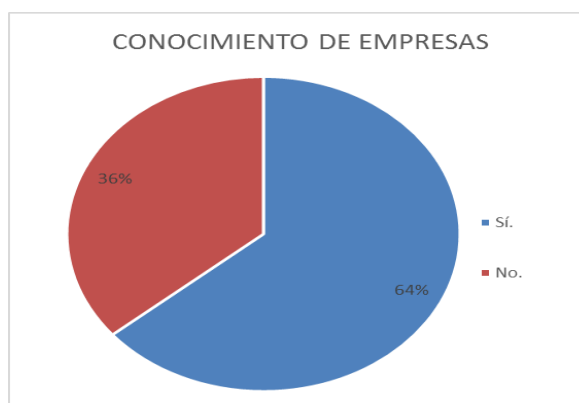
CUADRO 5: CONOCIMIENTO DE EMPRESA.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	243	64%
No.	137	36%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 4: CONOCIMIENTO DE EMPRESA.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 64% de los encuestados manifestaron que sí conoce de la existencia de una empresa que ofrece servicios de mensajería en forma de Courier en el cantón, mientras que el 36% de los encuestados manifestaron que no conocen de una empresa de esas características, teniendo en cuenta que si hay personas encuestadas que tiene el conocimiento e incluso hacen uso de este tipo de empresas en el cantón para sus actividades que tienen que desarrollar como mensajería.

3. ¿Utiliza una empresa que ofrece servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, para realizar un contrato de mensajería con esa empresa? (Demanda Real)

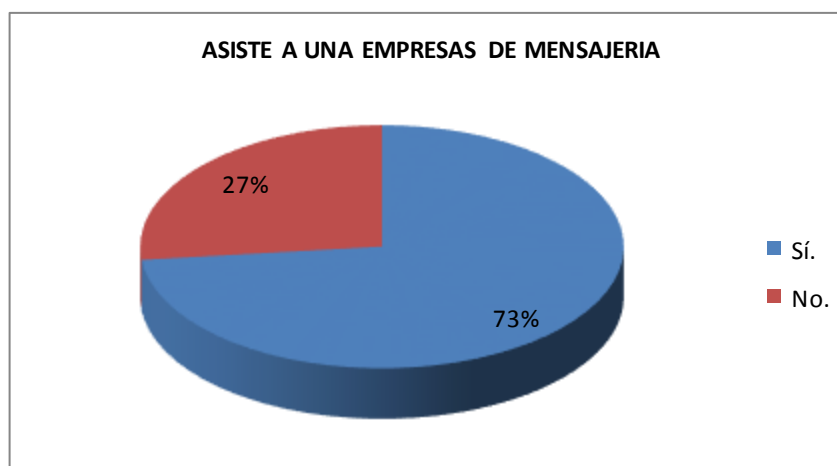
CUADRO 6: ASISTE A UNA EMPRESA DE MENSAJERIA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	178	73%
No.	65	27%
TOTAL	243	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 5: ASISTE A UNA EMPRESA DE MENSAJERIA



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 73% de los encuestados manifestaron que si asisten a realizar un contrato de mensajería en una empresa que ofrece este tipo de servicios de Courier, mientras que el 27% de los encuestados manifestaron que no lo hacen, esto quiere decir que la mayoría de las personas encuestadas utilizan este tipo de empresa para realizar sus actividades de mensajería en el cantón y que es de gran ayuda para ellos.

4. ¿Qué opina de la calidad de los servicios que ofrece la empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno?

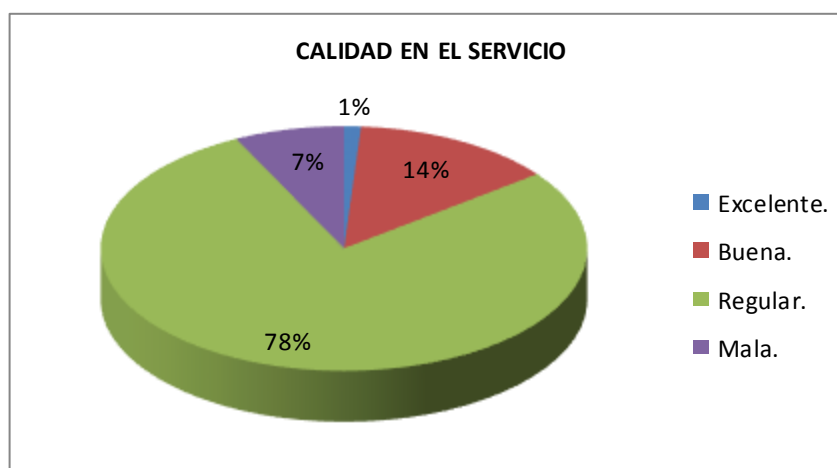
CUADRO 7: CALIDAD EN EL SERVICIO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente.	2	1%
Buena.	24	14%
Regular.	139	78%
Mala.	13	7%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 6: CALIDAD EN EL SERVICIO



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 1% de los encuestados manifestaron que la calidad en el servicio de estas empresas es excelente, el 14% de ellos manifestaron que la calidad es buena, el 78% de las personas encuestadas manifestaron que la calidad es regular y el 7% de ellas manifestaron que es mala la calidad de servicio, esto evidencia que la mayoría de los encuestados quisieran que la calidad de este servicio mejore para poder utilizar la mensajería que ellos ofrecen.

5. ¿Al acudir a la empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, que le gustaría que le ofrezcan?

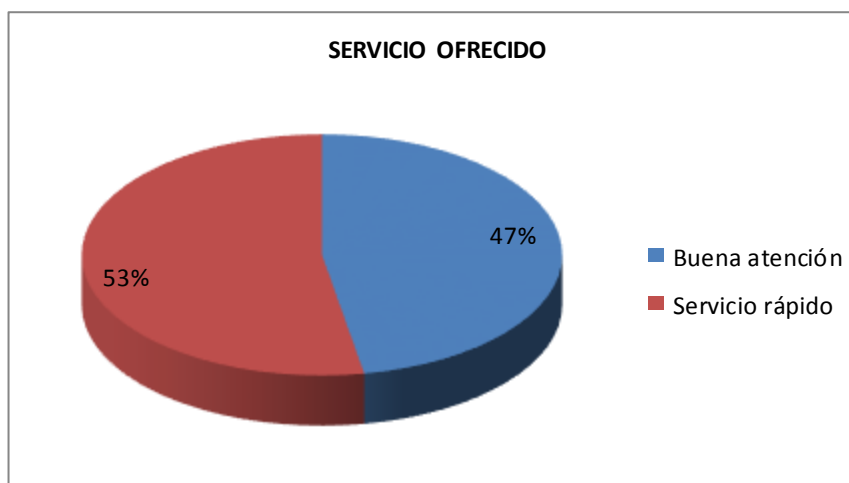
CUADRO 8: SERVICIO OFRECIDO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena atención	84	47%
Servicio rápido	94	53%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 7: SERVICIO OFRECIDO



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 47% de los encuestados manifestaron que les gustaría que les ofrezcan una buena atención, puesto que la que ofrecen no es la más adecuada, y el 53% de ellos manifestaron que les gustaría que les ofrezcan un servicio más rápido por cuanto al momento de acudir a una empresa el servicio no es tan eficiente en lo que respecta a atenderlos de una manera más rápida que les facilite poder salir mejor atendidos.

6. ¿Está usted de acuerdo con los precios que se cobra por los servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, que ofrecen las demás empresas?

CUADRO 9: PRECIOS OFRECIDOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	32	18%
No.	146	82%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 8: PRECIOS OFRECIDOS



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 18% de los encuestados manifestaron que si están de acuerdo con el precio que cobran por servicio de mensajería Courier, mientras que el 82% de las personas que fueron encuestadas manifestaron que no están de acuerdo demostrando que los precios están alto en comparación con el servicio que estas empresas ofrecen.

7. ¿Cuánto servicios mensajería (Courier) requiere usted al año de una empresa que ofrece este tipo de servicios en el cantón Cuyabeno?

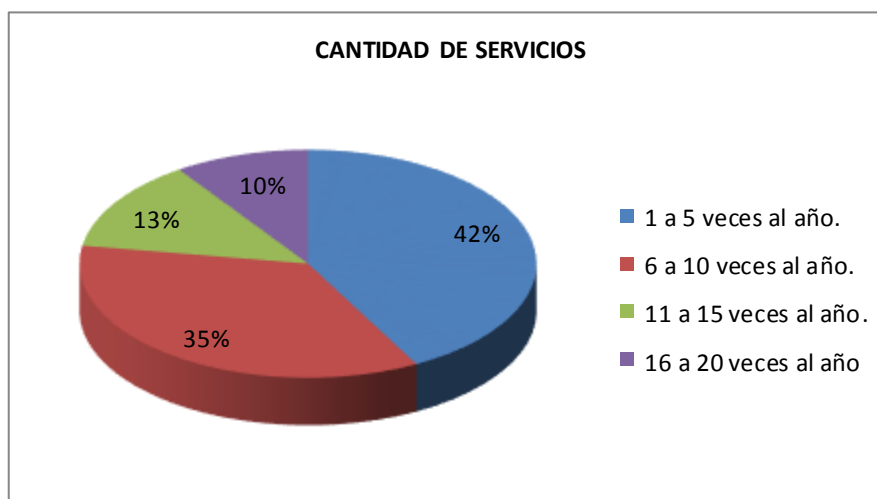
CUADRO 10: CANTIDAD DE SERVICIOS.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 veces al año.	75	42%
6 a 10 veces al año.	63	35%
11 a 15 veces al año.	23	13%
16 a 20 veces al año	17	10%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 9: CANTIDAD DE SERVICIOS.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 42% de los encuestados manifestaron que requieren del servicio de entre 1 a 5 veces al año, el 35% de las personas encuestadas manifestaron que requieren de entre 6 a 10 veces de este tipo de servicio de mensajería al año, el 13% de las personas encuestadas manifestaron que requieren de este tipo de servicio de entre 11 a 15 veces en el año y el 10% de ellos manifestaron que requieren de este tipo de servicio de entre 16 a 20 veces en el año.

8. ¿Las empresas de servicios mensajería (Courier) donde usted asiste satisface completamente sus necesidades?

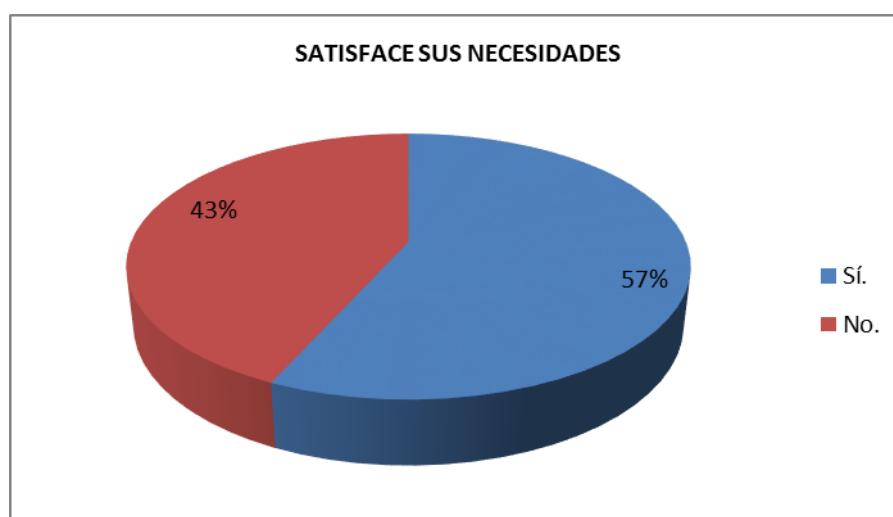
CUADRO 11: SATISFACE SUS NECESIDADES.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	101	57%
No.	77	43%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 10: SATISFACE SUS NECESIDADES.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 57% de los encuestados manifestaron que estas empresas de mensajería si satisfacen sus necesidades al momento de asistir a realizar un contrato para la entrega de sus paquetes a otras partes en donde las requieran, mientras que el 43% de ellas manifestaron que no satisfacen sus necesidades por algunas falencias que tiene esas empresa en particular.

9. ¿Si se creara una empresa nueva que ofrezca servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, usted estaría dispuesto a acudir a adquirir sus servicios?

CUADRO 12: SI SE CREARA UNA NUEVA EMPRESA.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	178	100%
No.	0	0%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 11: SI SE CREARA UNA NUEVA EMPRESA.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 100% de los encuestados manifestaron que si se creara una nueva empresa que ofrezca los servicios de mensajería como Courier en el Cantón Cuyabeno, ellos si harían el uso de esta nueva empresa por cuanto si se les ofrece servicio de calidad y rapidez, ellos preferirían esta nueva opción para mejorar sustancialmente sus necesidades de enviar con rapidez sus paquetes a otras partes como ellos los necesiten.

10.- ¿Qué medio de comunicación usted preferiría para hacer publicidad por parte de la nueva empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno?

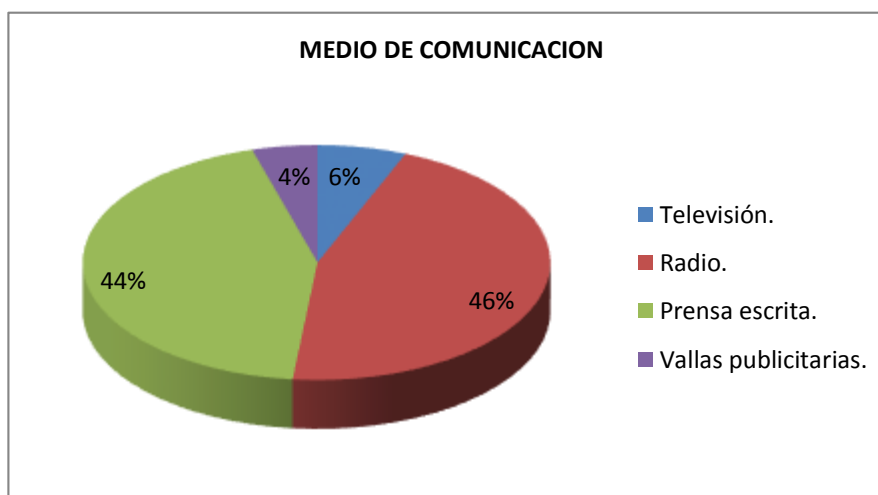
CUADRO 13: MEDIO DE COMUNICACIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión.	11	6%
Radio.	81	46%
Prensa escrita.	78	44%
Vallas publicitarias.	8	4%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 12: MEDIO DE COMUNICACIÓN



INTERPRETACIÓN.

De los encuestados, el 6% de los encuestados manifestaron que prefieren a la televisión como medio de comunicación para que la empresa la utilice, el 46% de las personas encuestadas manifestaron que prefieren la radio, el 44% de ellos manifestaron que prefieren la prensa escrita y el 4% prefieren las vallas publicitarias, demostrando que los medios más preferidos son la radio y la prensa escrita.

11. ¿Le gustaría que la nueva empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, ofrezca promociones a sus clientes?

CUADRO 14: OFREZCA PROMOCIONES.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	178	100%
No.	0	0%
TOTAL	178	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: El Autor.

GRÁFICO 13: OFREZCA PROMOCIONES.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 100% de los encuestados manifestaron que si les gustaría que la nueva empresa de mensajería les ofrezca promociones, por cuanto al incentivar al cliente por medio de promociones, como descuentos en los precios, o por cada cantidad de envíos uno de los envíos sea gratis, les beneficiaría y la empresa tendría más clientes en el futuro.

ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERENTES.

1. ¿En su empresa ofrecen todo tipo de servicios de mensajería (Courier)?

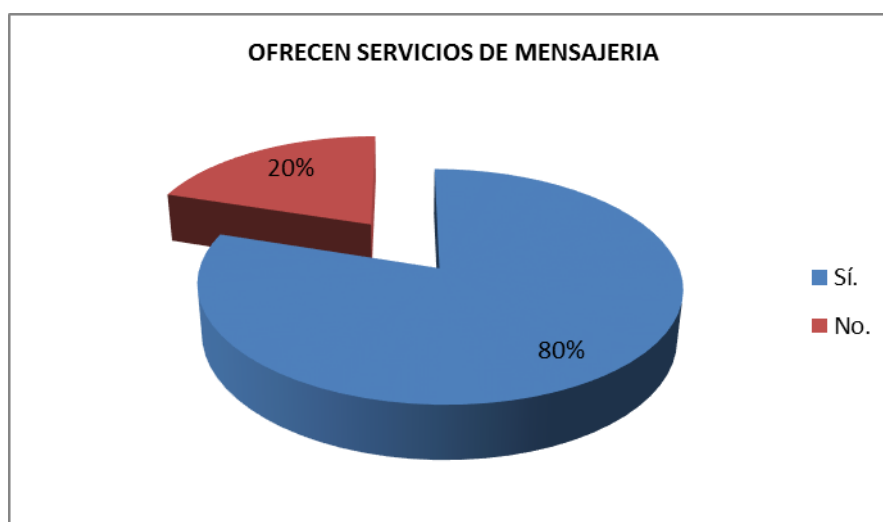
CUADRO 15: OFRECEN SERVICIOS DE MENSAJERIA.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	4	80%
No.	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuestas a los Oferentes.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 14: OFRECEN SERVICIOS DE MENSAJERIA.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 80% de las empresas de mensajería en Courier que hay en el Cantón sí ofrecen todo tipo de mensajería en su empresa, mientras que el 20% de ellos manifestaron que no lo hacen, que se dedican a mensajería especial que no tienen todos los servicios que podrían ofrecer en el futuro y así mejorar su empresa.

2. ¿Cuántos son los servicios de mensajería (Courier) que usted realiza en el año?

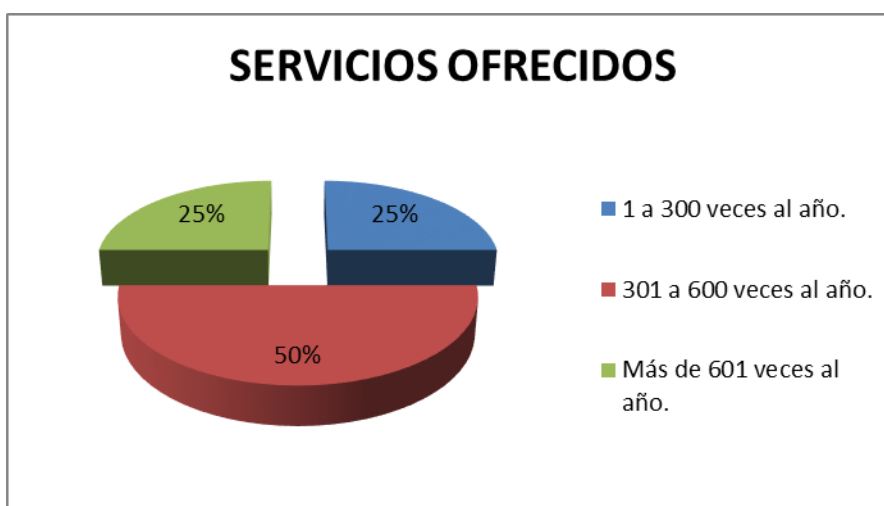
CUADRO 16: SERVICIOS OFRECIDOS.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 300 veces al año.	1	25%
301 a 600 veces al año.	2	50%
Más de 601 veces al año.	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas a los Oferentes.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 15: SERVICIOS OFRECIDOS.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 25% de las empresas de mensajería en Courier del Cantón ofrecen de entre 1 a 300 servicios al año, el 50% de ellas manifestaron que los servicios ofrecidos van de entre los 301 a los 600 servicios al año y el otro 25% de las empresas ofrecen más de 601 servicios de mensajería tipo Courier al año, esto quiere decir que existe gran cantidad de servicios ofrecidos por parte de estas empresas.

3. ¿Por qué medios de comunicación usted oferta su empresa?

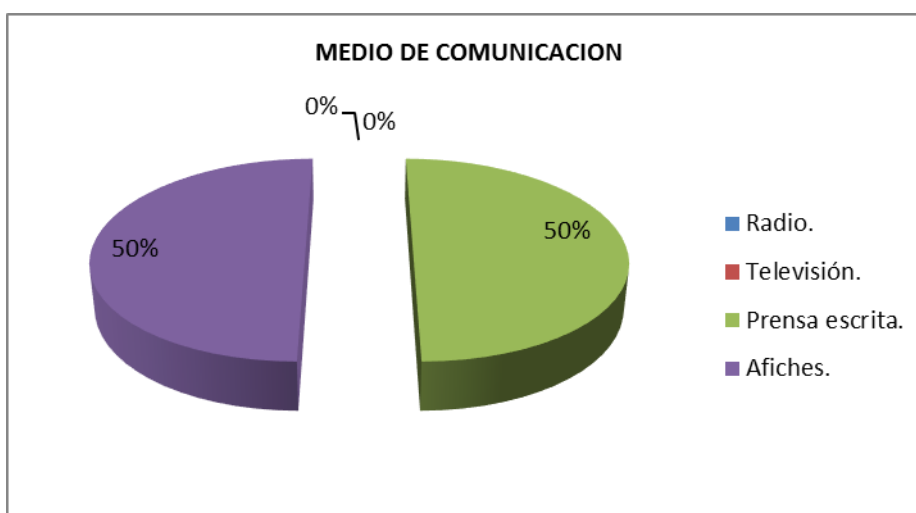
CUADRO 17: MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

REFERENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio.	0	0%
Televisión.	0	0%
Prensa escrita.	2	50%
Afiches.	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Encuestas a los Oferentes.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO 16: MEDIOS DE COMUNICACIÓN.



INTERPRETACIÓN.

De acuerdo al cuadro anterior, el 50% de las empresas de mensajería en Courier del Cantón realizan su publicidad por medio de la prensa escrita y el otro 50% de las empresas realizan su publicidad por medio de afiches, no hay empresas de mensajería que oferten sus servicios por medio de la radio y la televisión.

g. DISCUSIÓN.

ESTUDIO DE MERCADO.

Dentro de los objetivos principales que persigue el estudio de mercado es, conocer y establecer los posibles demandantes del servicio e Identificar los hábitos de consumidores potenciales, brindar un servicio personalizado y capaz de satisfacer las necesidades y expectativas y determinar el nivel de ingresos de los potenciales clientes para definir qué precio estarían dispuestos a pagar por el servicio a ofertar, crear una imagen de marca del servicio con la finalidad de captar mercado frente a la competencia.

En resumen el estudio de mercado realizado permitió, determinar si hay suficiente demanda del servicio, la oferta, conocer el perfil de los consumidores potenciales, identificar cuáles son nuestros competidores, para crear estrategias competitivas y definir un modelo de comercialización a considerar tomando en cuenta el Marketing Mix conocido como las **Cuatro P (precio, producto, plaza y promoción).**

Al ser la propuesta actual la elaboración de un servicio y trabajar para determinar las estrategias adecuadas al momento de comercializar.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda se corresponde con deseos humanos respaldados por el poder adquisitivo. Así pues, existirá demanda del servicio de mensajería (Courier) si hay personas que lo deseen y estén dispuestas a pagar por él servicio.

Para analizar la demanda, se recopila toda la información posible sobre:

- La clientela, en concreto sobre el segmento específico del mercado al que se va a atender.
- Las características globales del mercado en relación con ese servicio.

DEMANDA POTENCIAL.

Para el objetivo de este estudio se ha tomado en cuenta la población económicamente activa del cantón de Cuyabeno de la provincia de Sucumbíos, que para el año 2010 fue de 7.133 PEA, con una tasa de crecimiento poblacional del 2.39%⁵⁰, cuya población para el 2014 es de 7.840 PEA.

La demanda potencial son los potenciales demandantes del servicio de mensajería (Courier), en este caso se refiere al 100% PEA del cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos:

⁵⁰ INEC 2010.

CUADRO 18: DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	Población del Cantón Cuyabeno	100% de conocimiento	DEMANDA POTENCIAL
0	7.133	100%	7.133
1	7.303	100%	7.303
2	7.478	100%	7.478
3	7.657	100%	7.657
4	7.840	100%	7.840
5	8.027	100%	8.027

FUENTE: Cuadro 2

ELABORACIÓN: El Autor.

DEMANDA REAL.

La demanda real se establece mediante la pregunta 3 de la encuesta a los demandantes, en este caso se determina por el número de personas que si utilizan a una empresa que preste este servicio y que se realizó de acuerdo a la siguiente pregunta: **¿Utiliza una empresa que ofrece servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, para realizar un contrato de mensajería con esa empresa?** con una aceptación del 73%. Para efectuar el cálculo se toma como base la demanda potencial y el resultado de las encuestas de la pregunta 3, así:

CUADRO 19: DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	73% de personas que utilizan el servicio	DEMANDA REAL
0	7.133	73%	5.207
1	7.303	73%	5.332
2	7.478	73%	5.459
3	7.657	73%	5.589
4	7.840	73%	5.723
5	8.027	73%	5.860

FUENTE: CUADRO 6 y 18

ELABORACIÓN: El Autor.

CONSUMO PER CÁPITA.

Para determinar el promedio de consumo de servicios de mensajerías de la población se hace referencia a la pregunta 7 de la encuesta a los demandantes donde se establece el número de veces que los encuestados hacen uso del servicio de mensajería, y luego se calculará un promedio anual, como se muestra en el cuadro siguiente.

CUADRO 20: PROMEDIO DE CONSUMO

Frecuencia anual de la contratación del servicio	Frecuencia	Xm	XmF
1 a 5	75	3	225
6 a 10	63	8	504
11 a 15	23	13	299
16 a 20	17	18	306
TOTAL	178		1.334

FUENTE: CUADRO 10

ELABORACIÓN: El Autor.

$$\text{Promedio de consumo} = \frac{XmF}{\text{Total frecuencia}}$$

$$\text{Promedio de consumo} = \frac{1.334}{178} = 7.49 \text{ Servicios anuales}$$

Una vez que se ha determinado el promedio de consumo de mensajerías que realizan en el año, se estima que es de 7 servicios al año y se debe calcular la demanda real en servicios, como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO 21: DEMANDA REAL EN SERVICIOS

AÑOS	DEMANDA REAL	PROMEDIO DE CONSUMO	DEMANDA REAL EN SERVICIOS
0	5.207	7	36.450
1	5.332	7	37.321
2	5.459	7	38.213
3	5.589	7	39.126
4	5.723	7	40.061
5	5.860	7	41.019

FUENTE: CUADROS 19 y 20

ELABORACIÓN: El Autor.

DEMANDA EFECTIVA.

La demanda efectiva se determina mediante la pregunta 9 en la cual se establece el porcentaje de encuestados que si se creara una empresa nueva que ofrezca servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, si apoyarían a esta nueva empresa con el 100% de aceptación. Se lo demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 22: DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL EN SERVICIOS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA	DEMANDA EFECTIVA EN SERVICIOS
0	36.450	100%	36.450
1	37.321	100%	37.321
2	38.213	100%	38.213
3	39.126	100%	39.126
4	40.061	100%	40.061
5	41.019	100%	41.019

FUENTE: CUADRO 12 y 21

ELABORACIÓN: El Autor.

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Es necesario que parte de las encuestas se enfocaran al estudio de la oferta, a los representantes y propietarios de establecimientos que ofrecen servicios de mensajerías en el Cantón Cuyabeno.

Para determinar la oferta se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a las empresas de servicios de mensajería (Courier).

CUADRO 23: ANÁLISIS DE LA OFERTA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	xm	f.xm
1 a 300 veces al año.	1	25%	150,5	150,5
301 a 600 veces al año.	2	50%	450,5	901
601 a 900 veces al año.	1	25%	750,5	750,5
TOTAL	4	100%		1.802

FUENTE: CUADRO 16

ELABORACIÓN: El Autor.

Conforme al promedio anual de servicios de mensajería, que se indica en el cuadro 23, podemos darnos cuenta que existe un servicio anual de 1.802, esto lo multiplicamos por las 4 empresas, dando un valor total de 7.208 servicios de mensajería anual.

Para proyectar la oferta se ha tomado el dato del Servicio de Rentas Internas, en el cual estos establecimientos crecen en un porcentaje del 1,2% anual.

CUADRO 24: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA TOTAL	1,2 % NCREMENTO
0	7.208	86
1	7.294	88
2	7.382	89
3	7.471	90
4	7.560	91
5	7.651	

FUENTE: CUADRO 23, S.R.I.

ELABORACIÓN: El Autor.

DEMANDA INSATISFECHA.

Para determinar la demanda insatisfecha se tomará en cuenta la demanda efectiva y la oferta real, como se muestra en el cuadro siguiente.

CUADRO 25: DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	36.450	7.208	29.242
1	37.321	7.294	30.026
2	38.213	7.382	30.831
3	39.126	7.471	31.655
4	40.061	7.560	32.501
5	41.019	7.651	33.368

FUENTE: CUADRO 24

ELABORACIÓN: El Autor.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Después de establecer la demanda insatisfecha, es importante definir el plan de comercialización, en lo que respecta al producto, precio, plaza y promoción.

SERVICIO.

El proyecto busca ofrecer servicios de mensajería (Courier), basándose en los gustos y preferencias de los clientes y de esta forma satisfacer sus necesidades, con calidad del servicio ofrecido, que será un servicio personalizado y de calidad, generando una interacción con el cliente, realizando constantemente estudios y evaluaciones de su satisfacción con relación a los paquetes de mensajerías que se puedan enviar por parte del cliente. El servicio de mensajería (Courier), se dedicara al manejo exclusivo de mensajería para los habitantes del Cantón Cuyabeno en la Provincia de Sucumbíos. Para satisfacer las necesidades de sector público y privado, ya sea personas naturales, empresas públicas y privadas del cantón Cuyabeno.

GRÁFICO 17: SERVICIO DE MENSAJERÍA.



Fuente: Investigación directa.

Elaborado: Autor

Slogan:

Servicio de Mensajería Courier Cuyabeno. **"Garantía, eficiencia y puntualidad"**

PRECIO.

Los interesados en hacer uso del servicio de mensajería Courier en el Cantón Cuyabeno pagarían un precio del servicio que ofrecerá la nueva empresa de acuerdo a los costos del servicio y sobre todo de acuerdo a la distancia en que se vaya a entregar su paquete o encomienda. A sí mismo es necesario tomar en cuenta algunos factores determinantes del precio como son: las políticas de gobierno, los impuestos y tasas, la competencia, la oferta y demanda.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN.

La empresa con el fin de ofrecer un mejor servicio a los clientes tendrá una oficina establecida en el Cantón Cuyabeno para realizar los contratos del servicio. La empresa es la encargada directamente de ofrecer el servicio a sus clientes por lo que no necesita intermediarios.

GRÁFICO 18: CANAL DE COMERCIALIZACIÓN



FUENTE: Investigación Directa.

ELABORACIÓN: El autor.

PUBLICIDAD.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación de mercados se pudo determinar que el medio de mayor sintonía en el sector es la radio, a cualquier horario.

PROMOCIÓN

La empresa ofrecerá promociones como llaveros y esferos para sus clientes.

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico que a continuación se expone, representa lo relacionado con las características de la planta, tamaño, procesos, análisis de los implementos necesarios para adecuar las instalaciones y equipamiento es decir los aspectos que intervienen para el proceso de atención del servicio a ofertar para así satisfacer la necesidad específica de los usuarios, además el presente estudio estructura la determinación del tamaño y localización del presente proyecto.

Aquí se consideran los datos obtenidos por el estudio de mercado para determinar los recursos tecnológicos de acuerdo al espacio físico, los recursos materiales y humanos, además se describe el tamaño que tendrá la instalación a implantarse, la localización, diseño óptimo del área administrativa y la presentación del servicio de mensajería Courier.

FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño y la tecnología son determinantes que tienen relación directa con la inversión y costo de producir, así dentro de los límites de operación, a mayor escala de actividad operacional, menor costo de inversión por servicio de la capacidad instalada obteniendo siempre un mayor rendimiento del personal utilizado; todo este proceso contribuye a minimizar el costo de

producir y elevar la rentabilidad al tiempo que disminuye la inversión e incrementa al máximo las utilidades que ha previsto el presente proyecto.

Este estudio comprende los siguientes aspectos:

- ✓ Tamaño del Proyecto.
- ✓ Localización de la empresa.
- ✓ Ingeniería del Proyecto
- ✓ Ingeniería de la Planta

TAMAÑO DEL PROYECTO.

En lo que tiene que ver al tamaño del proyecto, es necesario establecer la capacidad de atención durante un tiempo determinado de su puesta en marcha.

Es importante además tener en cuenta las unidades de reserva o de proveer los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, esto tomando en cuenta la relatividad de la demanda, esto hace ver que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de atención que se plantea, ahora hay que tomar en cuenta que la capacidad depende de la naturaleza del presente proyecto.

El tamaño de la planta se determina tomando como referencia los resultados que arroja el estudio de mercado, principalmente la oferta y demanda insatisfecha.

Finalmente con referencia a la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas-días por 264 días- año, con el mismo planteamiento se utilizará los servicios.

CAPACIDAD INSTALADA.

A través del estudio de mercado, se ha determinado que el potencial consumidor, está conformado por los clientes que requieren los servicios de mensajería Courier a diferentes destinos del país. La demanda da servicios de mensajería Courier definida en base a los resultados de la investigación de mercado realizada, con lo cual se ha establecido una demanda efectiva de 36.450 servicios de mensajería en el año base, de los cuales el nuevo negocio espera cubrir el 53%, a razón de 59 servicios de mensajería al día, esto sería por los 264 días del año a razón de 8 horas diarias de trabajo, dando un total de 15.576 servicios de mensajería Courier en el año.

En base a lo expuesto, a continuación se detalla la capacidad instalada del proyecto:

CUADRO 26: CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO							
SERVICIOS DE MENSajería COURIER	HORAS TRABAJO	DIAS AL MES	TOTAL HORAS MES	TOTAL HORAS AÑO	TOTAL DIAS AÑO	SERVICIOS	
						DIARIO	ANUAL
	8	22	176	2112	264	59	15.576

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: El Autor

Atención en el mercado de acuerdo a la demanda insatisfecha.

CUADRO 27: PORCENTAJE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

DEMANDA INSATISFECHA	Nº SERVICIOS	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN MERCADO
29.242	15.576	53%

Fuente: cuadro 25 y 26.

Elaborado por : El Autor

CAPACIDAD UTILIZADA.

La capacidad utilizada está determinada por el nivel de demanda que se desea atender o cubrir durante un periodo determinado. Consecuentemente el nivel de utilización, es el porcentaje de uso efectivo de la capacidad instalada. Considerando el concepto, el porcentaje de la capacidad instalada, que constituye la capacidad utilizada, se calcula tomando en consideración ciertos factores condicionantes, como: introducción del servicio, contratación de mano de obra calificada, los días que se van a trabajar en el año, adquisición de materia prima, entre otros.

Tomando en cuenta todos estos factores la mayoría de empresarios, al iniciar las operaciones nunca producen al ciento por ciento de la capacidad instalada, adoptan la política de utilizar un porcentaje de la capacidad instalada para cada año de vida útil de la empresa, teniendo de esta manera espacios que permitirán corregir problemas propiciados en el primer año de vida útil del proyecto, para luego seguir subiendo progresivamente según el período planificado.

Para estimar la capacidad utilizada se toma como información de la capacidad instalada, por lo que como capacidad utilizada tomaremos únicamente el 80% de la capacidad máxima instalada, con un incremento anual del 5%, llegando al 99% en los últimos años de vida útil del proyecto.

CUADRO 28: CAPACIDAD UTILIZADA.

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD INSTALADA %	CAPACIDAD UTILIZADA
0	15.576	80%	12.461
1	15.576	85%	13.240
2	15.576	90%	14.018
3	15.576	95%	14.797
4	15.576	99%	15.420
5	15.576	99%	15.420

Fuente: Cuadro 27

Elaboración: El Autor

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La toma de decisiones sobre la localización del proyecto es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que el proyecto pretende alcanzar, de ahí que se debe encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para el buen funcionamiento de sus actividades productivas y administrativas. Para poder determinar la localización más adecuada del proyecto, se han analizado algunos factores que inciden directamente en la decisión de la ubicación de la empresa.

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN.

- ✚ Disponibilidad de Mano de Obra.
- ✚ Vías de comunicación.
- ✚ Disponibilidad de servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, telefonía fija y móvil, internet, etc.

MACROLOCALIZACIÓN.

La compañía de transporte se implantará en el sector urbano del cantón; este lugar es accesible al transporte, por lo tanto no se va a tener ningún tipo de inconveniente con la implementación del servicio en la localidad.

Por tanto la compañía estará ubicada:

- País: Ecuador - Provincia: Sucumbíos. - Cantón: Cuyabeno.

GRÁFICO 19: MACROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Google Maps.
Elaborado por: El Autor

MICROLOCALIZACIÓN.

ASPECTOS MICROLOCALIZACIONALES.

Los factores que determinan la localización, constituyen todos los aspectos que permitirán que el proyecto de implementación de la nueva empresa, funcione con total normalidad, siendo las más importantes los siguientes:

a) TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD.

Constituye la factibilidad que tendría la empresa para la prestación del servicio. Es por tanto muy importante planificar donde se va a realizar la apertura del local en donde funcionara la empresa para facilitar el acceso, si logramos este objetivo podremos considerar óptima la micro localización del proyecto.

b) DISPONIBILIDAD DE RECURSOS.

Se relaciona con la distancia del mismo al radio urbano además el transporte y otros servicios, sin embargo la localización del proyecto no tendría mayor problema ya que no está ubicado en aéreas alejadas de la población al contrario está ubicado en la parte central del Cantón Cuyabeno, esto se lo planificó inclusive para evitar traslados e incomodidades para el personal de la empresa y de los futuros usuarios.

c) MANO DE OBRA

En este aspecto es importante manifestar que el proyecto necesita de mano de obra especializada o no especializada, pero con capacitaciones.

d) ENERGÍA ELÉCTRICA Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS.

Es uno de los factores que inciden en la localización del proyecto, en éste caso al estar ubicados en el sitio céntrico del Cantón Cuyabeno que es una población donde existe la energía eléctrica, agua, telefonía fija, móvil e internet, resulta muy favorable para la empresa al no existir escases de éstos servicios.

CUADRO 29: FACTORES DE MICRO LOCALIZACIÓN

Alternativa. Criterio	Sector Central			Sector Urbano		Sector Periférico	
	Factor	Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Infraestructura	0,15	7	1,05	6	0,9	5	0,75
Servicios básicos	0,21	10	2,1	7	1,47	7	1,47
Parqueadero	0,15	7	1,05	2	0,3	8	1,2
Vías de acceso	0,15	7	1,05	4	0,6	7	1,05
Cercanía a clientes	0,06	3	0,18	8	0,48	4	0,24
Acceso al mercado	0,13	6	0,78	8	1,04	3	0,39
Precio de arriendo	0,15	7	1,05	3	0,45	9	1,35
TOTAL	1	47	7,26	38	5,24	43	6,45

Fuente: Investigación Directa

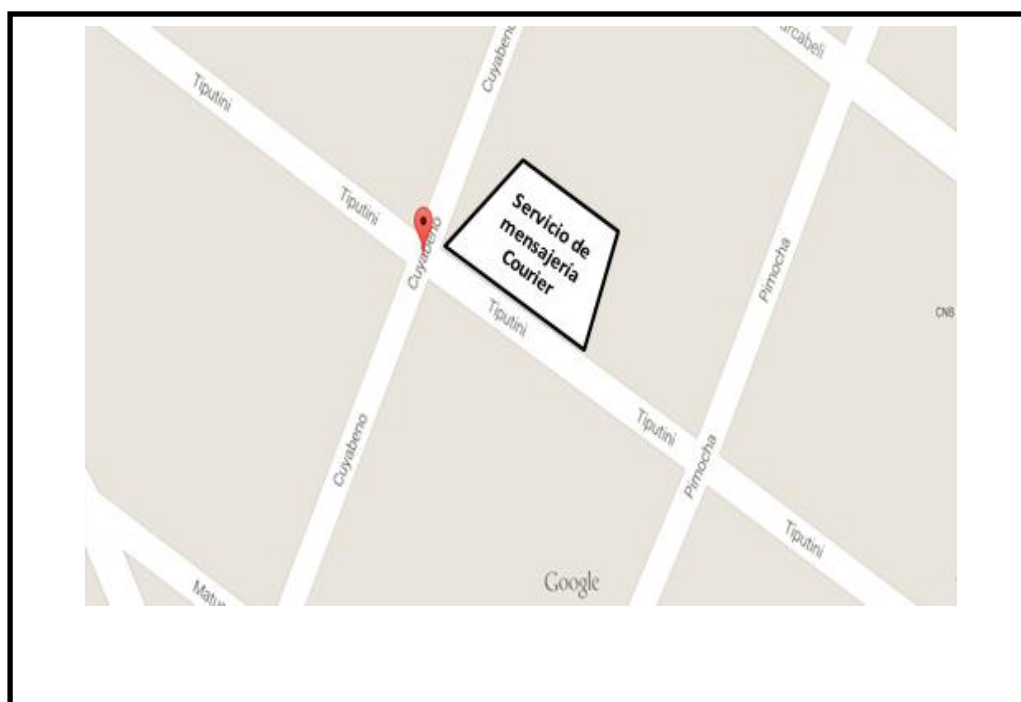
Elaboración: El Autor

Según los criterios expuestos. Se selecciona la alternativa 1 que corresponde al Sector Central del Cantón Cuyabeno, para ubicar la empresa del servicio de mensajería Courier.

Por cuanto contiene el mejor puntaje respecto a las otras alternativas de selección.

La compañía estará ubicada en el sector Central del Cantón Cuyabeno y su ubicación exacta es en la calle Tiputini entre Calle Cuyabeno y Calle Marcabeli.

GRÁFICO 20: MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.



Fuente: Google Maps
Elaboración: El Autor

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

La estructura de la presente ingeniería, brindará la factibilidad de planificar aspectos fundamentales como: la instalación del equipo, su funcionamiento, secuencia de procesos, la distribución de la planta para de esta manera poder determinar el personal a utilizar.

Es necesario manifestar que el presente estudio de ingeniería será diseñado con carácter flexible y relativo. Es decir, con capacidad para realizar correcciones en cualquier reingeniería dentro de los aspectos mencionados siendo por tanto sensible a cambios que tenga como finalidad mejorar procesos en si la producción del servicio.

PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE MENSAJERIA.

El proceso de prestación del servicio de mensajería Courier, para el Cantón de Cuyabeno, se lo realizara de la siguiente manera:

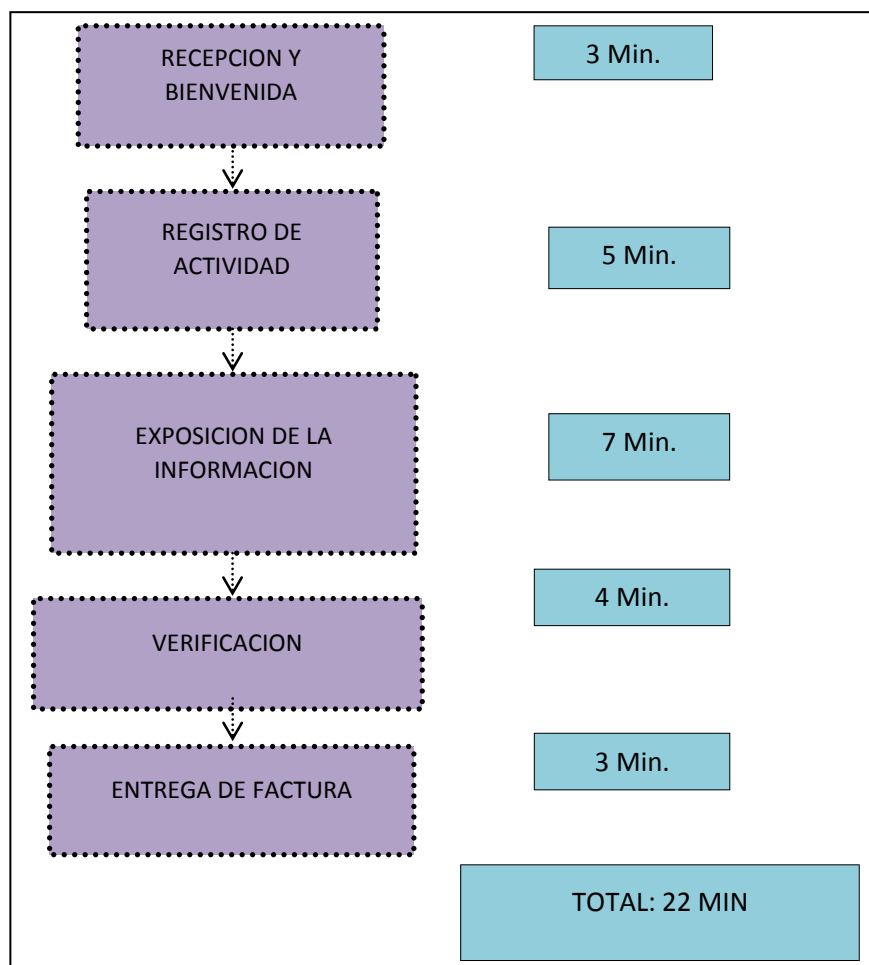
- 1.- Recepción y Bienvenida.- Se realiza la recepción y bienvenida del cliente, quien va a realizar el servicio de envío de encomienda o mensajería Courier a otra parte del cantón o del país, saliendo la encomienda o mensajería desde el Centro poblado del cantón Cuyabeno.
- 2.- Registro de actividad y verificación de encomienda.- Se realiza el registro de la mensajería entregada por el cliente a la secretaria encargada de la oficina de Courier, además que se verifica lo que se pretende enviar.

3.- Exposición de información.- se realiza esta exposición de la información por ambas partes, una entregando la dirección en donde va a ser entregado el paquete de mensajería o Courier y la otra parte la demora en la entrega del mismo.

4.- Verificación.- es el proceso de verificación tanto de la entrega como de la recepción por parte del cliente.

5.- Entrega de factura.- es el último paso en la entrega de la factura por parte de la secretaria de la empresa y el pago por parte del cliente.

GRÁFICO 21: FLUJOGRAMA DE PROCESO DEL SERVICIO.



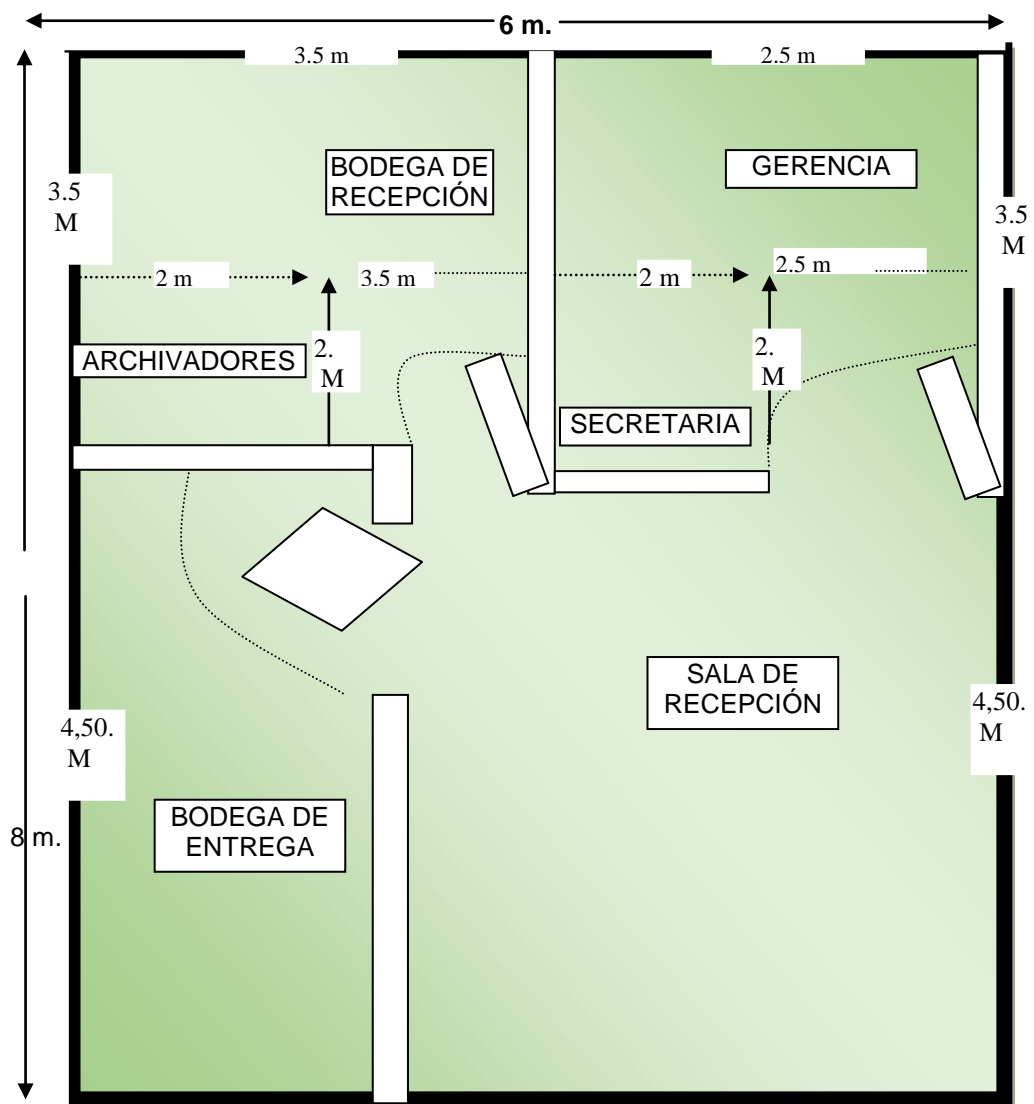
Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

Se divide en cuatro áreas, en la primera se consideró lo relacionado al flujo de procesos administrativos y en la segunda y tercera la ubicación de la bodega y en la cuarta sala de recepción. La distribución del espacio, que cuenta con un área de 48 m², se ha diseñado como lo indica el gráfico siguiente.

GRÁFICO 22: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.

Herramientas Menores.

- 1 Plasma Panasonic SDR H1o1

Equipo de Cómputo.

- 1 computadora de escritorio
- 1 software contable
- 1 Impresora Canon 280 MP

Muebles y Enseres de Administración.

- 2 Estación de trabajo modular personal
- 6 Sillas giratorias
- 1 Silla giratoria tipo gerente
- 4 Archivadores metálicos de 4 gavetas
- 3 mesas auxiliar
- 1 mesa de reuniones

Equipos de Oficina.

- 2 Teléfono convencional Panasonic
- 1 Telefax Panasonic

Talento Humano de Administración y Ventas.

- 1 Gerente
- 1 Jefe de Publicidad - 1 Publicistas

- 1 Secretaria
- 1 Jefe de Ventas y Marketing
- 1 conserje

Como se puede observar, se ha realizado la descripción de los componentes más relevantes del estudio técnico.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

La organización y constitución legal permite a la compañía ser un organismo que ofrece garantía y seguridad, la empresa contará con personal administrativo como operativo que colaboren con el cumplimiento de los objetivos, reglamentos y normas para realizar con normalidad las actividades.

Cabe señalar que el talento humano es fundamental dentro de la compañía que son todas las personas que integran una empresa, los mismos tienen experiencias, habilidades, aptitudes, conocimientos, voluntades, etc., para llevar a cabo una actividad con el propósito de alcanzar un objetivo común para el crecimiento organizacional.

ORGANIZACIÓN LEGAL.

La administración es fundamental para el buen funcionamiento de toda la empresa, es así que su objetivo es la coordinación eficaz y eficiente del talento humano, recursos materiales y financieros de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad.

Concluyéndose que la forma jurídico-administrativa más conveniente dada la naturaleza de la empresa a formarse y tomando en consideración las ventajas que presenta en relación con otro tipo de organizaciones, es el de conformar una Compañía **de Responsabilidad Limitada**.

Según el artículo 92 de la Ley de Compañías: “La Compañía de Responsabilidad Limitada” es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden 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. La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince. Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada. El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el 50% y el saldo en el plazo de un año.

MINUTA.

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERIA COURIER “CUYABENO CIA. LTDA.”.

SEÑOR NOTARIO:

En el registro de Escritura Pública a su cargo, sírvase insertar la siguiente minuta de: constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERIA COURIER “CUYABENO CIA. LTDA.”, bajo el imperio de las siguientes cláusulas.- **PRIMERA:** COMPARECIENTES:- Comparecen al otorgamiento de esta escritura los señores: Wilmer Encarnación, Héctor Campoverde y Wilson Jaramillo, todos de nacionalidad Ecuatoriana domiciliados en el Cantón Cuyabeno de la Provincia de Sucumbíos; con capacidad legal para contratar y obligarse, sin prohibición para establecer esta Compañía quienes comparecen con sus propios derechos.

SEGUNDA.- Los comparecientes convienen en constituir la Compañía de Responsabilidad. Ltda., EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA COURIER “CUYABENO CIA. LTDA.”,- CAPITULO PRIMERO.- NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.-

ARTICULO UNO.- La compañía llevará el nombre de “CUYABENO CIA. LTDA.”.

ARTÍCULO DOS.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la Compañía es el Cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos.

ARTÍCULO TRES.- OBJETIVO.- La compañía tiene como objetivo principal prestar el servicio de mensajería Courier del cantón Cuyabeno hacia otros lugares del país.

ARTICULO CUATRO.- DURACIÓN.- El plazo de duración de la Compañía, es de 05 años contados a partir de la fecha de inscripción de la Compañía en el Registro Mercantil del domicilio principal de la Compañía, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviere la Junta General de Accionistas en forma prevista en el Estatuto y en la ley.- **CAPÍTULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SUSCRITO, DEL AUMENTO, RESPONSABILIDAD.**

ARTÍCULO CINCO.- DEL CAPITAL.- El capital suscrito es de MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA dividido en mil acciones ordinarias por un valor de un dólar de los Estados Unidos de América cada una. Las acciones restantes estarán representadas por títulos que serán firmadas por el Presidente y por el Gerente General de la Compañía.

ARTÍCULO SEIS.- AUMENTO DE CAPITAL SUSCRITO.- El capital de la Compañía podrá ser aumentado en cualquier momento por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecidos por la Ley de Compañías.- Los accionistas tendrán derecho preferente en la

suscripción de las nuevas acciones, en proporción a las que tuvieron pagadas al momento de pagar dicho aumento.

ARTÍCULO SIETE.- RESPONSABILIDADES.- Las responsabilidades de los accionistas por las obligaciones sociales se limitan al monto de sus acciones.- La acción con derecho al voto lo tendrá con relación a su valor pagado.- Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO OCHO.- LIBRO DE ACCIONES.- La compañía llevará el libro de acciones y accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran con respecto del derecho sobre las acciones.- La propiedad de las acciones se probará con la inscripción en el Libro de Acciones y Accionistas.- El derecho de negociar las acciones y transferencias se sujetan a lo dispuesto por la Ley de Compañías.- **CAPÍTULO TERCERO.- EJERCICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES, Y RESERVAS.-** **ARTÍCULO NUEVE.- EJERCICIO ECONÓMICO.-** El ejercicio económico será anual y terminará el 31 de diciembre de cada año.- Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el Gerente General someterá a consideración a la Junta General de Accionistas el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, de distribución de beneficios y demás informes necesarios.- El Comisario igualmente presentará su informe durante los quince días anteriores a la sesión de la Junta, tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la compañía.

ARTÍCULO DIEZ.- UTILIDADES Y RESERVAS.- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones.-De las utilidades líquidas se agregará por lo menos el 10% anual para la formación e incremento del fondo de reserva legal de la compañía hasta cuando este alcance por lo menos que, el 50% del capital suscrito.- Además la Junta General de Accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.- **CAPÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.**

ARTÍCULO ONCE.- GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.- La Compañía estará gobernada por la Junta General de Accionistas y administrada, por el Presidente y por el Gerente General: cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que le concede la Ley de Compañías y estos estatutos.- **SECCIÓN PRIMERA.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.**

ARTÍCULO DOCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- Es el organismo supremo de la Compañía, se reunirá ordinariamente una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuera convocada para tratar asuntos puntualizados en la convocatoria.- La Junta estará Afiliada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

ARTÍCULO TRECE.- CONVOCATORIA.- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Presidente de la Compañía mediante comunicación por la prensa en uno de los periódicos de circulación en el domicilio de la

Compañía, cuando menos en ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse, igualmente el Presidente convocará a la Junta General a pedido del o de accionistas que representen por lo menos el veinticinco por ciento del capital suscrito, para tratar los puntos que se identifiquen en su petición, de conformidad a lo establecido en la Ley de Compañías.

ARTÍCULO CATORCE.- QUÓRUM.- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas en primera convocatoria se requerirá la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado.- Si no hubiere quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión, y la Junta General se reunirá o instalará con el número de accionistas presentes o que concurren cualquiera que sea el capital que represente, particular que se expresará en la convocatoria.- Para el caso contemplado en el artículo doscientos cuarenta de la Ley de Compañías, se hará conforme al procedimiento allí señalado.

ARTÍCULO QUINCE.- DE LA PRESIDENCIA.- Presidirá la Junta de Accionistas el Presidente de la Compañía, actuará como Secretario el Gerente General, a falta de Presidente actuará quién lo subrogue, que será uno de los vocales del Directorio, en orden de sus nombramientos; y a falta del Gerente General actuará la persona que designe la Junta como Secretario Ad-Hoc.

ARTÍCULO DIECISÉIS.- DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta General, legalmente convocada y reunida es el órgano supremo de la Compañía; y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos

relacionados con los negocios sociales así como el desarrollo de la Empresa que no se hallaren atributos a otros órganos de la Compañía, siendo de su competencia los siguientes: a) Nombrar al Presidente, al Gerente General, Comisario Principal y suplentes, así como los Vocales principales y alternos del Directorio; b) Conocer y resolver sobre los informes que presenten los órganos de Administración y Fiscalización, así como los balances, estados financieros, reparto de utilidades, formación de reservas; c) Resolver sobre el aumento y disminución de capital, prórroga del plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas del Estatuto, de conformidad con la Ley de Compañías; d) Aprobar anualmente el presupuesto de la Compañía; e) Fijar las remuneraciones que recibirá el Presidente, los Vocales del Directorio, el Gerente General y el Comisario; f) Resolver acerca de la disolución de la Compañía, señalar a los liquidadores, señalar las remuneraciones de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; g) Fijar la cuantía de los actos y contratos para cuyo otorgamiento o celebración del Gerente General requiere autorización de la Junta General de Accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías; h) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la Ley; i) Interpretar obligatoriamente el presente Estatuto y dictar los Reglamentos de la Compañía; j) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fueren atributos de otros órganos de la Compañía; k) Los demás que contemplen la Ley y Estatutos.

ARTÍCULO DIECISIETE.-JUNTA UNIVERSAL:- La Compañía puede celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de la Junta Universal, de conformidad con lo dispuesto en el **Artículo doscientos treinta y ocho** de la Ley de Compañías; esto es que, la Junta puede construirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepte por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

SECCIÓN DOS.- DEL DIRECTORIO:

ARTÍCULO DIECIOCHO.- El Directorio estará integrado por el Presidente de la Compañía y dos Vocales.- Los vocales tendrán alternos.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- PERÍODO DE LOS VOCALES.- Los vocales del Directorio durarán dos años en sus funciones podrán ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados.- para ser vocal del Directorio no se requiere la calidad de accionista.

ARTÍCULO VEINTE.- LA PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO.- Presidirá las sesiones del Directorio el Presidente de la Compañía y actuará como Secretario el Gerente General, a falta del Presidente, lo reemplazará su subrogante en este uno de los vocales principales en orden de su elección; debiéndose en este caso principalizar al respectivo suplente.- Y a la falta del Gerente General se nominará un Secretario Ad-Hoc.-

ARTÍCULO VEINTIUNO:- CONVOCATORIA.- La convocatoria a sesión del Directorio lo hará el Presidente de la Compañía mediante comunicación

escrita a cada uno de los miembros con ocho días de anticipación a la fecha señalada.- el quórum se establece con la presencia de la mayoría de sus integrantes.-

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO:.- Son atribuciones y deberes del Directorio las siguientes.- a) Sesionar ordinariamente cada trimestre, y extraordinariamente cuando fuere necesario.- b) Someter a consideración de la Junta General de Accionistas el presupuesto en el mes de enero de cada año.- c) Autorizar la compra de inmuebles a favor de la Compañía, así como la celebración de contratos de hipoteca de cualquier otro gravamen que limite el dominio o posesión de los inmuebles de propiedad de la Compañía.- d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos y contratos para los que se requiere tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General.- e) Controlar el movimiento económico de la Compañía y dirigir las políticas de los negocios de la misma.- f) Contratar los servicios de Auditoría interna de acuerdo a la Ley.- g) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones legales del estatuto y reglamentos.- h) Presentar a conocimiento y resolución de la Junta General de Accionistas, Proyectos de creación e incrementos de reservas legales, facultativas o especiales.- i) Determinar las características y condiciones que deben cumplir los vehículos que se pongan al servicio de la empresa, de acuerdo a la autorización de los correspondientes Organismos de Tránsito y Transporte Terrestre.- j) Resolver sobre la adjudicación de puestos, para los vehículos de acuerdo al Reglamento.- k) Resolver sobre la suspensión y pérdida del derecho al puesto para el

vehículo de acuerdo al Reglamento pertinente.- I) Sancionar a los propietarios y conductores de vehículos de acuerdo al Reglamento.- II) Las demás que establezca el Estatuto y los Reglamentos de la Compañía.-

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- RESOLUCIONES.- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por la mayoría de votos; y, votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- ACTAS.- De cada sesión de Directorio se levantará actas correspondientes, las que serán firmadas por el Presidente y el Secretario que actuaron en la sesión.- **SECCIÓN TRES.- DEL PRESIDENTE.-**

ARTÍCULO VEINTICINCO.- DEL PRESIDENTE.- El Presidente de la Compañía será elegido por la Junta General de Accionistas, para un período de dos años, puede ser reelegido y podrá tener o no calidad de accionista ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado.-

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- ATRIBUCIONES y DEBERES DEL PRESIDENTE:.- a) Convocar y presidir las sesiones de la Junta General y el Directorio.- b) Legalizar con su firma los certificados provisionales y las acciones.- c) Vigilar la marcha general de la Compañía y el desempeño de las funciones de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la Junta General de Accionistas.- d) Velar por el cumplimiento del objeto social de la Compañía y por la aplicación de las políticas de la Entidad.- e) Firmar el nombramiento del Gerente General y conferir copias debidamente certificadas.- f) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia temporal o definitiva.- g) Las demás que le señale la Ley de Compañías, el Estatuto y el

Reglamento de la Compañía; y la Junta General de Accionistas.- SECCIÓN CUARTA:- DEL GERENTE GENERAL:- **ARTÍCULO VEINTICETE:-** El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un período de dos años.- Puede ser reelegido y podrá tener o no calidad de accionista.- Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado.- El Gerente General será el representante legal de la Compañía.

ARTÍCULO VEINTIOCHO:- ATRIBUCIONES y DEBERES DEL GERENTE GENERAL:- Son a) Representar legalmente a la Compañía, en forma judicial y extrajudicial.- b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la Compañía.- c) Dirigir la gestión económica, financiera de la Compañía.- d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la Compañía.- e) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado.- f) Suscribir el nombramiento del Presidente, y conferir las copias del mismo.- g) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil.- h) Presentar anualmente el informe de labores ante la Junta General de Accionistas.- i) Conferir Poderes Especiales y Generales de acuerdo a lo dispuesto en el Estatuto y en la Ley.- j) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones.- k) Cuidar de que lleven de acuerdo con la Ley los libros de contabilidad, el de acciones y Accionistas, y las actas de la Junta General de Accionistas.- l) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas.- ll) Presentar a la Junta General de Accionistas el balance, el estado de pérdidas y ganancias de la propuesta de distribución de beneficio

dentro de los tres meses subsiguientes al cierre del ejercicio económico.- m) Subrogar al Presidente en caso de ausencia temporal o definitiva.- n) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, el presente Estatuto y Reglamento de la Compañía, así como las que señala la Junta General de Accionistas.- **CAPÍTULO QUINTO:.- DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL:.-**

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL COMISARIO.- La Junta General de Accionistas nombrará un Comisario Principal y un Suplente, accionista o no, quienes durarán dos años en sus funciones; estos pueden ser reelegidos.

ARTÍCULO TREINTA:.- ATRIBUCIONES y DEBERES DEL COMISARIO:.- Son atribuciones y deberes del Comisario, los que consten en la Ley, este Estatuto y su Reglamento; y, la que determine la Junta General de Accionistas.- En general el Comisario tiene derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en intereses de la Compañía. **“CAPÍTULO SEXTO.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA.**

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN.- La Liquidación y Disolución de la Compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección Doce de esta Ley, así como el Reglamento sobre la disolución, liquidación de Compañías y por lo previsto en el presente Estatuto.- **CAPÍTULO SÉPTIMO.- DISPOSICIONES GENERALES.-** En todo lo no previsto en este Estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de

Compañías y su Reglamento, así como los Reglamentos de la Compañía y a los que resuelva la Junta General de Accionistas.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- AUDITORÍA: .- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

ARTÍCULO TREINTA Y TRES.- AUDITORÍA EXTERNA.- En todo lo que se refiere la auditoría externa se estará a lo que dispone la Ley.

ARTÍCULO TREINTA Y CUATRO.- OBSERVACIONES DE LEYES Y REGLAMENTOS DE TRÁNSITO y TRANSPORTE TERRESTRE.- La Compañía en todo lo relativo al transporte de pasajeros se someterá a las normas legales y reglamentarias de Tránsito y Transporte Terrestre, y las resoluciones que sobre esta materia o actividad dictaren los organismos de Tránsito y Transporte Terrestre.

ARTÍCULO TREINTA Y CINCO.- PERMISOS DE OPERACIÓN.- Los permisos de operación que reciba la Compañía, autorizados por los organismos de Tránsito y Transporte Terrestre, no constituyen títulos de propiedad y por lo consiguiente no son susceptibles de negación.

ARTÍCULO TREINTA Y SEIS.- MODIFICACIONES.- El incremento y cambio de unidades, variación de servicios y más actividades de tránsito, efectuará la Compañía de acuerdo a la Ley y Reglamentos pertinentes y con autorización del Consejo Provincial de Tránsito de Sucumbíos.

ARTÍCULO TREINTA Y SIETE.- La Compañía prestará en forma pertinente el servicio para la cual sea autorizada y en los lugares determinados por la autoridad competente.

ARTÍCULO TREINTA Y OCHO.- Las reformas y aplicaciones, modificaciones a la escritura constitutiva, aumento o cambio de unidades, variación de servicio y más actividades de transporte efectuará la Compañía previo informe favorable del Organismo de Transporte competente.-

CLÁUSULA TERCERA.-DECLARACIONES.-El capital suscrito por los accionistas es de MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA dineros depositados en la cuenta denominada Integración de capital a nombre de la Compañía de SERVICIOS DE MENSAJERIA COURIER “CUYABENO CIA. LTDA.”, en el Banco del Pichincha sucursal Cuyabeno, cuyo certificado de depósito se protocolizará con la presente escritura, y correspondiente a: cuatrocientos dólares, al accionista Wilmer Encarnación, trescientos dólares, al accionista Héctor Campoverde y trescientos dólares al accionista Wilson Jaramillo.- Hasta aquí la minuta.- Usted, señor Notario sírvase agregar todas las cláusulas de estilo para la plena validez del presente instrumento público., y

Atentamente,

(f) El Abogado

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.

La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

DOCUMENTO HABILITANTE.

Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta “Integración de Capital” de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, para la constitución de una compañía con domicilio en el Cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos; deberá enviarse la escritura a la Intendencia de Compañías de Quito, para su aprobación; la que, al aprobar la constitución dispone lo siguiente:

1. Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza;
2. La publicación de un extracto de la escritura de

constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía; y, 3. La inscripción en el Registro Mercantil.

LA MINUTA.

Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública, incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

NIVELES ADMINISTRATIVOS.

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. Existen en la presente entidad los siguientes niveles administrativos.

- **NIVEL LEGISLATIVO.**

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la empresa, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este

órgano representa el primer y máximo nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas. Este nivel en el caso de una empresa lo constituye la Junta General de Accionistas, que son los dueños de la misma.

- **NIVEL EJECUTIVO.**

Está representado por el Gerente, que es nombrado por el nivel Legislativo; está encargado de gestionar, planificar, organizar y coordinar todas las actividades de la compañía y será el responsable de la gestión operativa.

- **NIVEL ASESOR.**

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa.

Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica. Por ejemplo el Asesor Jurídico.

- **NIVEL AUXILIAR O DE APOYO.**

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Se le conoce como nivel administrativo complementario.

Las actividades de este nivel tiene que ver con secretaría, archivo, biblioteca, contabilidad, finanzas, estadística, pagaduría, suministros, transportes y más servicios generales; que hacen fluida la vida administrativa de la entidad.

Su grado de autoridad es mínimo, así como también su responsabilidad, se limita a cumplir órdenes del nivel ejecutivo y operacional o ejecutar actividades administrativas de rutina.

- **NIVEL OPERATIVO**

Es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

Está integrado por las unidades que tienen a su cargo la producción y explotación de bienes, suministro de servicios al público, atención de trámites, originados por la ley o la costumbre, constituye el nivel técnico responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza y razón de ser.

ORGANIGRAMAS.

Son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

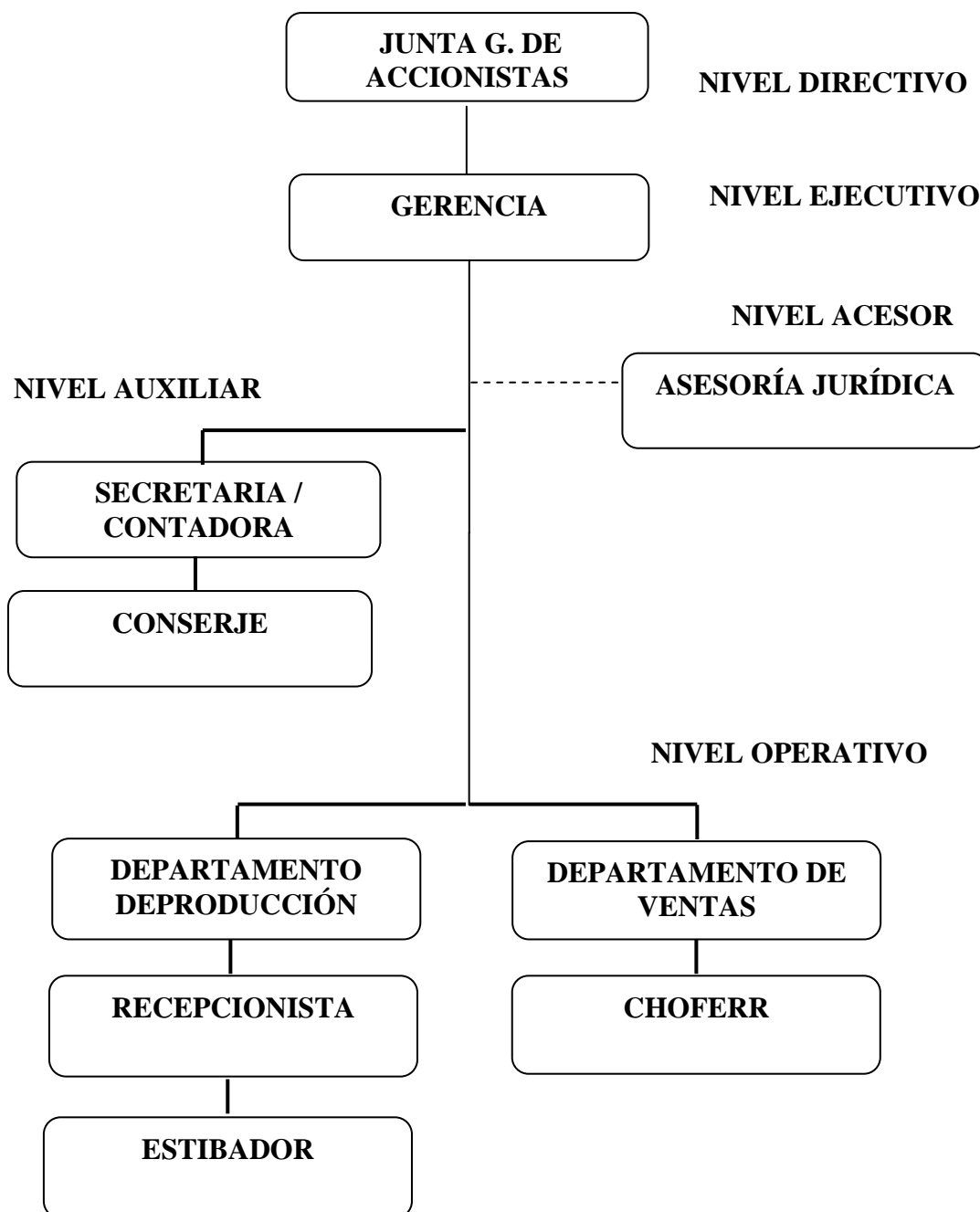
La empresa contará con los departamentos necesarios para su funcionamiento de acuerdo con los requerimientos, por lo tanto, se recurre al uso de organigramas que demuestran la representación gráfica de la estructura organizacional, en la que se indica en forma esquemática la posición de las áreas que la integran, sus líneas de autoridad, relaciones de personal, líneas de comunicación y de asesoría.

Organigrama Estructural. En la empresa, el organigrama utilizando es un modelo vertical, donde la máxima autoridad se encuentra en la parte superior, desde donde descienden los diferentes niveles que tiene la compañía, de acuerdo con el orden de autoridad.

Organigrama funcional. Representa gráficamente las unidades administrativas, detallando cada una de las funciones básicas según el orden de importancia.

Organigrama Posicional. Recopila los nombres de los cargos y determina los niveles a los que pertenecen, de acuerdo a la estructura y función.

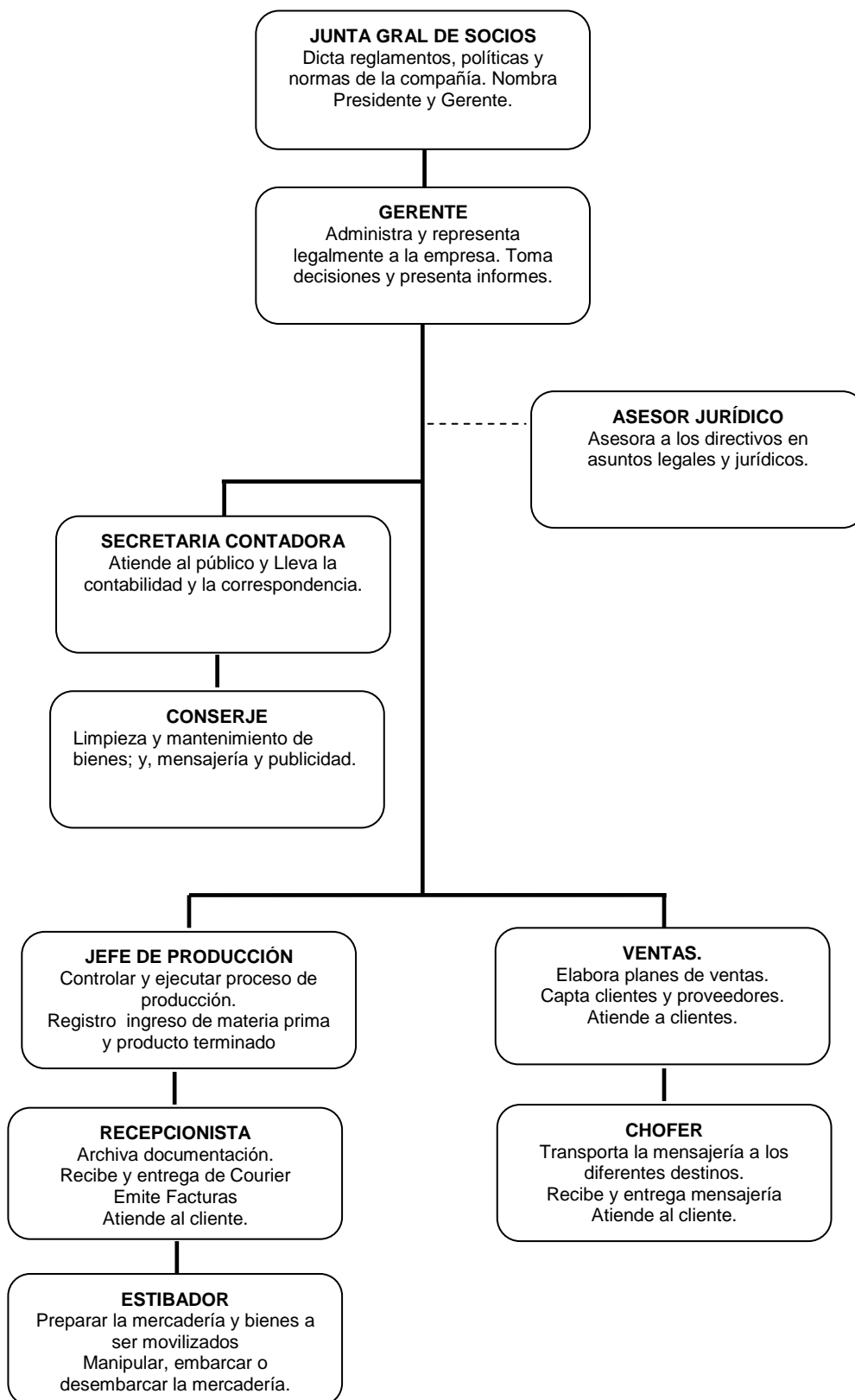
GRÁFICO 23: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Autor.

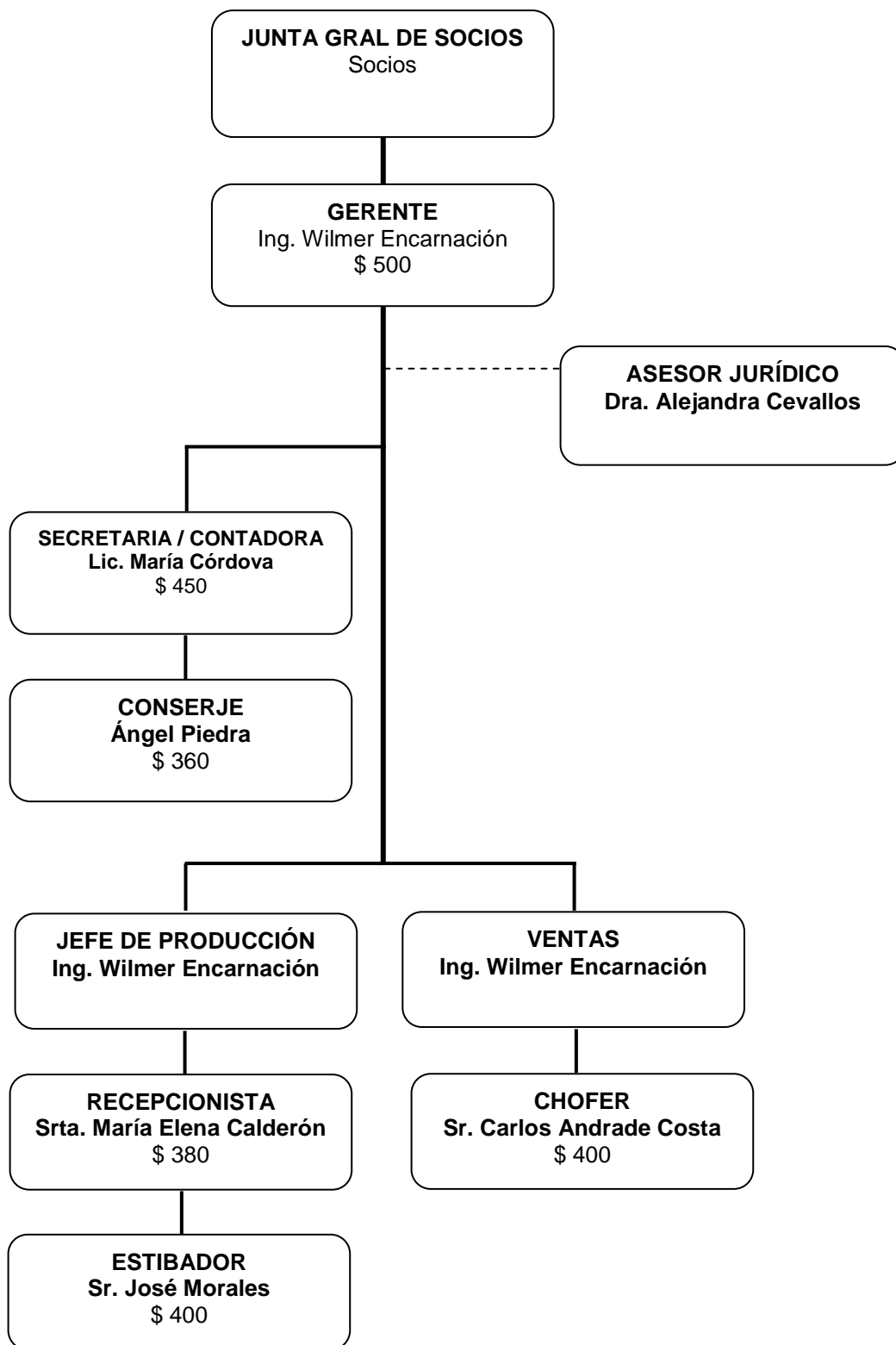
GRÁFICO 24: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Autor.

GRÁFICO 25: ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: Autor.

MANUAL DE FUNCIONES

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe conocer una información clara sobre los siguientes aspectos:

- ✚ Relación de dependencia (Ubicación interna).
- ✚ Dependencia Jerárquica. (Relación de Autoridad).
- ✚ Naturaleza de trabajo.
- ✚ Tareas principales, tareas secundarias.
- ✚ Responsabilidad.
- ✚ Requerimiento para el puesto.

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la compañía.

COMPAÑÍA DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA “CUYABENO CIA. LTDA.”

Título de Puesto: <u>GERENTE GENERAL</u>
Código: 01
Nivel Jerárquico: EJECUTIVO
Inmediato Superior: JUNTA GENERAL DE SOCIOS
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con las disposiciones y atribuciones que le otorgue la Junta General de Socios. ✓ Tramites, ordenes, controles, cheques y más documentos autorizados, aprobando, autorizando y firmando para un buen desenvolvimiento. ✓ Presentar informes en las Juntas Generales de accionistas sobre la marcha de las actividades de la empresa. ✓ Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa. ✓ Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. ✓ Organizar cursos de capacitación del Talento Humano de toda la empresa. ✓ Analizar los informes remitidos sobre la mensajería o Courier realizada por la recepcionista y el chofer de la empresa. ✓ Ejecutar los planes de venta, publicidad y promoción del servicio de mensajería. ✓ Analizar y controlar los informes financieros de la empresa.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal de trabajo bajo su mando, así como de la empresa en general. ✓ Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes al cargo.
REQUISITOS MÍNIMOS:
Formación Académica: Título de Ingeniero Comercial
Experiencia: Dos años en puestos similares
Cursos: Marketing, Servicio al Cliente y Relaciones Humanas.

Título de Puesto: <u>ASESOR JURÍDICO</u>
Nivel Jerárquico: ASESOR
Inmediato Superior: GERENTE
Código: 02
NATURALEZA DEL TRABAJO: Comunicar, aconsejar y asesorar sobre asuntos legales de la empresa.
CARACTERÍSTICA DE CLASE: ✓ El puesto requiere de conocimientos sólidos en el área jurídica, su labor está encaminada a la solución y asesoramiento de trámites legales.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. ✓ Participar en las reuniones de Junta General de Socios y actuar como secretario. ✓ Ejercer la defensa judicial sobre los intereses de la empresa. ✓ Asesorar legalmente a todos los accionistas y niveles jerárquicos de la empresa. ✓ Elaborar contratos. ✓ Revisar que los reglamentos, estatutos y manuales internos estén de acuerdo a lo estipulado por la Ley de Compañías. ✓ Los demás que le asignen por disposición superior.
REQUISITOS MÍNIMOS:
Formación Académica: Doctor en Jurisprudencia.
Experiencia: Un año en ejercer la práctica profesional.

Título de Puesto: <u>SECRETARIA CONTADORA</u>
Nivel Jerárquico: AUXILIAR
Inmediato Superior: GERENTE
Código: 03
NATURALEZA DEL TRABAJO: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar labores propias de la secretaria y contadora, brindar asistencia directa a las autoridades y público en general
CARACTERÍSTICA DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones y de la institución.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar y controlar la contabilidad. ✓ Elaborar los estados financieros de la empresa. ✓ Manejar de correspondencia. ✓ Registrar la asistencia diaria del personal que labora en la empresa. ✓ Atender al público. ✓ Elaborar roles de pago. ✓ Diseñar y aplicar los métodos adecuados para el manejo de inventarios. ✓ Realizar las conciliaciones bancarias. ✓ Coordinar reuniones con el gerente de la empresa. ✓ Las demás que le asigne el jefe inmediato superior.
REQUISITOS MÍNIMOS:
Formación Académica: Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor.
Experiencia: Dos años en puestos similares. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser afiliada al Colegio de Contadores. ✓ Tener buena presencia y don de mando.

Título de Puesto: <u>CHOFER</u>
Nivel Jerárquico: OPERATIVO
Inmediato Superior: GERENTE
Código: 04
NATURALEZA DEL TRABAJO:
Conducir el vehículo de la empresa.
CARACTERÍSTICA DE CLASE:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El puesto requiere de gran eficiencia y responsabilidad en el desarrollo de sus funciones. ✓ Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y usuarios o clientes; y además, debe ser una persona honesta, honrada y responsable.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transportar los paquetes de mensajería o Courier a los lugares de destino con diligencia, eficiencia y responsabilidad. ✓ Ser puntuales en los lugares de contacto con el cliente. ✓ Cumplir a cabalidad con los itinerarios planificados por la empresa e informar de su cumplimiento. ✓ Proporcionar mantenimiento periódico de la unidad de transporte. ✓ Dar a conocer al Gerente de la empresa de los daños que se suscitaren en el vehículo. ✓ Realizar cobro de facturas al cliente cuando se entregue la mensajería. ✓ Efectuar una comunicación ágil sobre los problemas que existen en el mercado al gerente. ✓ Verificar la existencia de mensajería por entregar.
REQUISITOS MINIMOS:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser chofer profesional, Licencia tipo E. ✓ Experiencia de dos años en actividades de esta índole. ✓ Tener conocimientos de la geografía, red vial y lugares representativos y turísticos del cantón

Título de Puesto: <u>RECEPCIONISTA</u>
Nivel Jerárquico: OPERATIVO
Inmediato Superior: GERENTE
Código: 05
NATURALEZA DEL TRABAJO:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar el manejo de la mensajería o paquetería Courier y demás funciones de la empresa.
<u>CARACTERÍSTICA DE CLASE:</u>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El puesto requiere de eficiencia y responsabilidad en el desarrollo de sus funciones. ✓ Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la compañía y usuarios o clientes; y además, debe ser una persona honrada, honesta y responsable.
<u>FUNCIONES:</u>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar la recepción de la mensajería o Courier por parte del cliente. ü Realizar la revisión de la mensajería. ✓ Ejecutar las actividades de ordenamiento de paquetes, sobres, etc., de Courier. ✓ Entrega al chofer para su traslado a las diferentes partes que sea requerido. ✓ Preparar bebidas (café, aromáticas, jugos). ✓ Dar a conocer al Gerente de la empresa de los daños que se suscitaren en los bienes de la entidad. ✓ Cumplir las tareas que le sean asignadas por su jefe inmediato superior y garantizar un trabajo de calidad. ✓ Realizar la debida facturación. ✓ Las demás que sean asignadas.
REQUISITOS MÍNIMOS:
Formación Académica: Bachiller
Experiencia:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un año en puestos similares. ✓ Poseer buenas relaciones interpersonales. ✓ Disponer de buen estado de salud físico y mental.

Título de Puesto: <u>COSERJE</u>
Nivel Jerárquico: OPERATIVO
Inmediato Superior: GERENTE
Código: 06
NATURALEZA DEL TRABAJO: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener en condiciones de higiene y limpieza general las instalaciones del área asignada.
CARACTERÍSTICA DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones y de la institución.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar y mantener, diariamente, la limpieza general del área asignada y del mobiliario y equipo correspondiente. ✓ Realizar, periódicamente, limpieza en ventanas, techos y paredes de las instalaciones del área asignada. ✓ Reportar a su jefe inmediato los desperfectos que detecte dentro de su área asignada. ✓ Solicitar los enseres necesarios para efectuar sus labores mediante el procedimiento correspondiente. ✓ Mantener en buen estado los utensilios necesarios para realizar sus labores. ✓ Permanecer en su área de trabajo durante su jornada y realizar el aseo de emergencia que se presente. ✓ Recolectar la basura colocarla en los depósitos establecidos. ✓ Los asignados por su jefe inmediato superior.
REQUISITOS MÍNIMOS:
Formación Académica: ciclo básico, capacitado en relaciones humanas y atención al cliente.
Experiencia: <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 año. ✓ Tener buena presencia.

Título de Puesto: <u>ESTIBADOR</u>
Nivel Jerárquico: OPERATIVO
Inmediato Superior: GERENTE
Código: 07
<p>NATURALEZA DEL TRABAJO:</p> <p>✓ Preparar y movilizar mercadería y bienes muebles en las condiciones que permitan precautelar su integridad y evitar riesgos de acuerdo con las normas de seguridad y salud en el trabajo, medio ambiente y procedimientos establecidos.</p>
<p>CARACTERÍSTICA DE CLASE:</p> <p>✓ Manejo de recursos materiales, trabajo en equipo, Orientación de servicio, La capacidad de ejercer una fuerza muscular máxima para levantar, empujar, halar, o acarrear objetos.</p>
<p>FUNCIONES:</p> <p>✓ Preparar la mercadería y bienes a ser movilizados, así como el espacio físico destinado.</p> <p>✓ Manipular, embarcar o desembarcar la mercadería o bienes hacia los sitios establecidos, utilizando las herramientas adecuadas, precautelando la integridad física y de los bienes movilizados y el cumplimiento de las normas de seguridad y salud en el trabajo y medio ambiente.</p> <p>✓ Realizar adecuación del equipo utilizado en el proceso de estibaje de acuerdo a procedimientos establecidos, tomando en cuenta normas de seguridad y salud en el trabajo.</p> <p>✓ Los asignados por su jefe inmediato superior.</p>
REQUISITOS MÍNIMOS:
<p>Formación Académica:</p> <p>Ciclo básico, bachiller.</p>
<p>Experiencia:</p> <p>✓ Tener conocimiento en Manipulación de mercadería y bienes. •</p> <p>✓ Levantamiento de pesos y cargas.</p> <p>✓ Especificaciones de productos.</p> <p>✓ Movimientos internos o rutas de movilización de los productos a estibar.</p>

ESTUDIO FINANCIERO.

Se refiere a la factibilidad económica de un proyecto, cuyo objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, así como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y así poder determinar su rentabilidad.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

ACTIVOS FIJOS.

ADECUACIONES.

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la empresa de tecnología necesaria para efectuar el proceso de servicio, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO 30: ADECUACIONES.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Adecuación para instalación (m2)	45	75	3.375,00
Balde para camioneta	1	2000	2.000,00
Total			5.375,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

VEHÍCULO.

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la empresa de un vehículo para movilización y que es necesario para efectuar el proceso de servicio, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO 31: VEHÍCULO.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Camioneta D-Max Gasolina CS 4x2	1	25.000,00	25.000,00
TOTAL			25.000,00

Fuente: Concesionario de vehículos.

Elaboración: El Autor.

MUEBLES Y ENSERES.

Comprenden todos los bienes que son necesarios para la adecuación de las oficinas y demás lugares de trabajo, de acuerdo con la función para la que fueron diseñados.

CUADRO 32: MUEBLES Y ENSERES.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Mueble para recepción	1	230	230,00
sillas giratorias	3	30	90,00
Estantería	3	60	180,00
Escritorios	2	150	300,00
Gavetas	1	165	165,00
TOTAL			965,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

EQUIPOS DE OFICINA.

Comprenden todos los bienes que son necesarios para la adecuación de las oficinas y demás lugares de trabajo, de acuerdo con la función para la que fueron diseñados.

CUADRO 33: EQUIPOS DE OFICINA.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Sumadora	2	31,00	62,00
Teléfono	3	22,00	66,00
Sellos	2	6,00	12,00
Reloj de pared	2	10,00	20,00
Perforadora	2	5,00	10,00
Grapadora	2	5,00	10,00
TOTAL			180,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

Constituyen los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente, estos son:

CUADRO 34: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora de escritorio	3	700,00	2.100,00
Impresora	1	100,00	100,00
TOTAL			2.200,00

Fuente: COMPULAGO.

Elaboración: El Autor.

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS.

A continuación se presenta la información resumida de las inversiones fijas que la empresa realizara:

CUADRO 35: RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS.

COMPONENTES	VALOR TOTAL
Adecuaciones	5.375,00
Vehículos	25.000,00
Muebles y enseres	965
Equipos de Oficina	180
Equipos de computo	2.200,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	33.720,00

Fuente: Cuadro 30 al 34.

Elaboración: El Autor.

REINVERSIONES.

Los equipos de computación tienen una vida de utilidad de tres años, por lo tanto para el cuarto año de vida útil, serán reemplazados con una reinversión con un incremento anual del 4,16% anual, lo que da un total de 16,64%.

CUADRO 36: REINVERSIONES.

ARTICULO	VALOR ARTICULO	AÑOS DE VIDA UTIL + AÑO REINV.	INFLACION %	REINVERSION
			4,14	
Equipos de computo	2.200,00	4	16,64	2566,08
TOTAL				2566,08

Fuente: Cuadro 34. Tasa de inflación BCE, 31 Agosto 2015. (4,14%)

Elaboración: El Autor.

ACTIVOS DIFERIDOS.

Utilizados e indispensables para la marcha del proyecto, susceptibles a amortización, afectando de manera indirecta el flujo de caja.

CUADRO 37: ACTIVOS DIFERIDOS.

DETALLE	COSTO TOTAL
Permisos de funcionamiento	600,00
Patentes	400,00
Gastos de constitución	700,00
Software	650,00
Total	2.350,00

Fuente: GADC, COMPULAGO.

Elaboración: El Autor.

AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS.

Se calcula el valor del activo y se divide para los años de vida del proyecto.

CUADRO 38: AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS.

AÑOS	VALOR DIFERIDOS	ACT.	AMORTIZACION	V TOTAL
1	2.350,00		470	1.880,00
2	1.880,00		470	1.410,00
3	1.410,00		470	940,00
4	940,00		470	470,00
5	470,00		470	0,00

Fuente: Cuadro 37.

Elaboración: El Autor.

ACTIVOS CIRCULANTES.

En nuestro proyecto el capital de operación corresponderá a la adquisición de materia prima y materiales directos, mano de obra directa, gastos de administración y ventas, gastos de fabricación e imprevistos, gastos financieros y amortizaciones. Para este proyecto se establecerá el capital de operación para un mes, puesto que luego de haber transcurrido este periodo se empezara a generar ingresos por ventas.

COSTOS PRIMOS.

MATERIA PRIMA DIRECTA.

Son todos los materiales que intervienen directamente en la prestación del servicio de mensajería y que son visibles en este.

CUADRO 39: MATERIA PRIMA DIRECTA.

PRODUCTO	CANTIDAD EN UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Facturas	576	0,02	11,52	138,24
Cinta adhesiva	10	0,80	8,00	96,00
Fundas plásticas con logo	576	0,10	57,60	691,20
TOTAL			77,12	925,44

Fuente: Almacenes de la localidad.

Elaboración: El Autor.

MANO DE OBRA DIRECTA.

La constituye la recepcionista que se encargan de todo el proceso de servicio.

CUADRO 40: MANO DE OBRA DIRECTA.

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO (1/12)	10° CUARTO SUELDO (1/12)	VACACIONES (1/24)	IESS APORTE PATRONAL 11,15%; IECE 0,5%; SECAP 0,5%	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
					12,15%		
Recepcionista	354	29,5	29,5	14,75	43,01	470,761	5.649,13
TOTAL						470,761	5.649,13

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaboración: El Autor.

MANO DE OBRA INDIRECTA.

La constituye el Estibador que se encargan de todo el proceso de servicio.

CUADRO 41: MANO DE OBRA INDIRECTA.

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO (1/12)	10° CUARTO SUELDO (1/12)	VACACIONES (1/24)	IESS APORTE PATRONAL 11,15%; IECE 0,5%; SECAP 0,5%	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
					12,15%		
Estibador	354	29,5	29,5	14,75	43,01	470,761	5.649,13
TOTAL						470,761	5.649,13

Fuente: GADC, COMPULAGO.

Elaboración: El Autor.

COMBUSTIBLE.

Constituye el gasto que por concepto de combustible para el vehículo se ocupa en la operación de servicio.

CUADRO 42: COMBUSTIBLE.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Combustible de vehículo	4	10,00	40,00	480,00
TOTAL			40,00	480,00

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: El Autor.

GASTOS ADMINISTRATIVOS.**SUELDOS.**

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará en la parte administrativa, los mismos que se ubican en los puestos que se indican:

CUADRO 43: SUELDOS.

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APOORTE PATRONAL 11,15%; IECE 0,5%; SECAP 0,5%	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
		(1/12)	(1/12)	(1/24)	12,15%		
Gerente	450	37,5	37,5	18,75	54,675	598,425	7.181,10
Secretaria-contadora	354	29,5	29,5	14,75	43,011	470,761	5.649,13
Conserje	354	29,5	29,5	14,75	43,011	470,761	5.649,13
TOTAL						1.539,95	18.479,36

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaboración: El Autor.

SERVICIOS BÁSICOS.

Son aquellos rubros que serán utilizados para las diferentes actividades de la empresa.

CUADRO 44: SERVICIOS BÁSICOS.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Teléfono e internet	1	30	30	360
Agua	1	5	5	60
Arriendo	1	250	250	3000
Total Mensual			285	3.420,00

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: El Autor.

MATERIALES DE OFICINA.

Se estima que para material de oficina, corresponden los siguientes elementos como útiles de oficina varios.

CUADRO 45: MATERIALES DE OFICINA.

DESCRIPCIÓN	TOTAL	TOTAL
	MENSUAL	ANUAL
Papel bond	4,50	54,00
Esferos	2,00	24,00
Total Mensual	6,50	78,00

Fuente: Almacenes de la localidad.

Elaboración: El Autor.

GASTOS DE VENTA.**SUELDO VENTAS.**

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará en la parte de Ventas en este caso el chofer, el mismo que se ubican en los puestos que se indican:

CUADRO 46: SUELDO DE VENTAS.

NÓMINA	BÁSICO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE PATRONAL 11,15%; IECE 0,5%; SECAP 0,5%	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. MENSUAL UNIFIC. ANUAL
		(1/12)	(1/12)	(1/24)	12,15%		
Chofer	400	33,33	28,33	16,67	48,6	526,93	6.323,16

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaboración: El Autor.

PROPAGANDA Y PROMOCIÓN.

Son los gastos que se utilizarán para la publicidad de la empresa.

CUADRO 47: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Publicidad en radio	8,00	10,00	80,00	960,00
Promoción por apertura	15,00	2,00	30,00	360,00
Total Mensual			110,00	1.320,00

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: El Autor.

RESUMEN ACTIVOS CIRCULANTES.

Los requerimientos en el mes inicial, se resumen a continuación.

CUADRO 48: RESUMEN ACTIVOS CIRCULANTES MES INICIAL.

ARTICULO	PARCIAL
Materia prima directa	77,12
Mano de obra directa	470,761
Mano de obra indirecta	470,761
Combustible	40
Sueldos administrativos	1.539,95
Servicios Básicos	285
Materiales de oficina	6,5
Sueldo en ventas	526,93
Publicidad y promoción	110
Mantenimiento de Vehículo	15
Mantenimiento de equipos de computación	9
Total Activos Circulantes	3551,02

Fuente: Cuadros del 39 al 40.

Elaborado por: El Autor.

TOTAL INVERSIÓN.

CUADRO 49: TOTAL INVERSIÓN.

DETALLE	TOTAL VALORES	%
ACTIVO FIJO	33.720,00	85,11
ACTIVO DIFERIDO	2.350,00	5,93
ACTIVO CIRCULANTE	3.551,02	8,96
TOTAL	39.621,02	100,00

Fuente: Total activos fijos, diferidos y circulantes-cuadros 35,37 y 50.

Elaborado por: El Autor.

FINANCIAMIENTO.

El capital de aportación de los socios es de \$24.621,02 que representa el 62,14 % de la aportación.

El Crédito por un valor de \$15.000,00, en la Corporación Financiera Nacional, por un plazo de 3 años al 11% de interés, pagos mensuales, que representa el 37.86 % de la aportación.

CUADRO 50: FINANCIAMIENTO.

<i>TOTAL COSTO</i>	<i>CAPITAL AJENO</i>	<i>CAPITAL PROPIO</i>
39.621,02	15.000,00	24.621,02
100,00%	37,86%	62,14%

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: El Autor.

CUADRO 51: TABLA DE AMORTIZACION.

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA		CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL			
MONTO EN USD		15.000,00			
TASA DE INTERES		11,00%			
PLAZO		3 años			
GRACIA		0 años			
FECHA DE INICIO		14/03/2015			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30 días			
Número de períodos		36 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		15.000,00			
1	13-abr-2015	14.646,42	137,50	353,58	491,08
2	13-may-2015	14.289,60	134,26	356,82	491,08
3	12-jun-2015	13.929,50	130,99	360,09	491,08
4	12-jul-2015	13.566,11	127,69	363,39	491,08
5	11-ago-2015	13.199,39	124,36	366,72	491,08
6	10-sep-2015	12.829,30	120,99	370,09	491,08
7	10-oct-2015	12.455,82	117,60	373,48	491,08
8	09-nov-2015	12.078,92	114,18	376,90	491,08
9	09-dic-2015	11.698,56	110,72	380,36	491,08
10	08-ene-2016	11.314,72	107,24	383,84	491,08
11	07-feb-2016	10.927,35	103,72	387,36	491,08
12	08-mar-2016	10.536,44	100,17	390,91	491,08
13	07-abr-2016	10.141,94	96,58	394,50	491,08
14	07-may-2016	9.743,83	92,97	398,11	491,08
15	06-jun-2016	9.342,07	89,32	401,76	491,08
16	06-jul-2016	8.936,62	85,64	405,45	491,08
17	05-ago-2016	8.527,46	81,92	409,16	491,08
18	04-sep-2016	8.114,55	78,17	412,91	491,08
19	04-oct-2016	7.697,85	74,38	416,70	491,08
20	03-nov-2016	7.277,34	70,56	420,52	491,08
21	03-dic-2016	6.852,96	66,71	424,37	491,08
22	02-ene-2017	6.424,70	62,82	428,26	491,08
23	01-feb-2017	5.992,51	58,89	432,19	491,08
24	03-mar-2017	5.556,37	54,93	436,15	491,08
25	02-abr-2017	5.116,22	50,93	440,15	491,08
26	02-may-2017	4.672,04	46,90	444,18	491,08
27	01-jun-2017	4.223,78	42,83	448,25	491,08
28	01-jul-2017	3.771,42	38,72	452,36	491,08
29	31-jul-2017	3.314,91	34,57	456,51	491,08
30	30-ago-2017	2.854,22	30,39	460,69	491,08
31	29-sep-2017	2.389,30	26,16	464,92	491,08
32	29-oct-2017	1.920,12	21,90	469,18	491,08
33	28-nov-2017	1.446,64	17,60	473,48	491,08
34	28-dic-2017	968,82	13,26	477,82	491,08
35	27-ene-2018	486,62	8,88	482,20	491,08
36	26-feb-2018	0,00	4,46	486,62	491,08
			2.678,91	15.000,00	17.678,91

Fuente: Corporación Financiera Nacional.

Elaborado por: El Autor.

DEPRECIACIONES.**CUADRO 52: DEPRECIACIONES.**

DETALLE	% DEPREC. VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL EN AÑOS	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	REINVERSION (tasa Inflación)
							4,14%
Dep. Adecuaciones	5%	20	5.375,00	268,75	5.106,25	255,31	0,00
Dep. Muebles y Enseres	10%	10	965	96,5	868,50	86,85	0,00
Dep. Vehículos	20%	5	25.000,00	5000	20.000,00	4000	0,00
Dep. Equipos de Oficina	10%	10	180	18	162,00	16,2	0,00
Dep. Equipos de computación	33,33%	3	2.200,00	733,26	1.466,74	488,91	2564,32
TOTAL			33.720,00	6.116,51	27.603,49	4.847,28	2.564,32

Fuente: Cuadros 30 al 34, Tasa de inflación BCE, 31 Agosto 2015. (4,14%), SRI

Elaborado por: El Autor.

DEPRECIACIÓN DE LAS REINVERSIONES.

Se calcula el valor para el siguiente año, con una tasa de inflación de 4,14% como índice de inflación para el siguiente año.

DEPRECIACIÓN DE LAS REINVERSIONES 4to AÑO.

Para el cuarto año es necesario la reinversión del equipo de cómputo.

CUADRO 53: DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES 4to AÑO.

DETALLE	% DEPREC. VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL EN AÑOS	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL
Dep. Equipos de computación	33,33%	3	2.564,32	854,69	1.709,63	569,88
TOTAL			2.564,32	854,69	1.709,63	569,88

Fuente: Cuadros 36, Tasa de inflación BCE, 31 Agosto 2015. (4,14%)

Elaborado por: El Autor.

PRESUPUESTO DE COSTOS.

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable. La cual se calculará estos valores.

CUADRO 54: PRESUPUESTO DE COSTOS.

RUBROS/ PERIODOS	PRESUPUESTO PROFORMARDO DE COSTOS Y GASTOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS PRIMOS					
Materia prima directa	925,44	976,34	1030,04	1086,69	1146,46
Mano de obra directa	5.649,13	5959,83	6287,63	6633,44	6998,28
Mano de obra indirecta	5.649,13	5959,83	6287,63	6633,44	6998,28
SUBTOTAL	12223,704	12896,01	13605,29	14353,58	15143,03
COSTOS INDIRECTOS (DEPRECIACIONES)					
Combustible	480	506,40	534,25	563,64	594,64
Servicios básicos	3.420,00	3608,10	3806,55	4015,91	4236,78
Dep. Adecuaciones	255,31	255,31	255,31	255,31	255,31
Dep. Vehículos	4000,00	4000,00	4000,00	4000,00	4000,00
Amortización de activo diferido	470,00	470,00	470,00	470,00	470,00
SUBTOTAL	4725,31	4725,31	4725,31	4725,31	4725,31
Total Costo De Producción	16.949,02	17.621,32	18.330,60	19.078,89	19.868,34
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos personal administrativo	18.479,36	18.682,64	18.888,15	19.095,92	19.305,97
Materiales de oficina	78	78,86	79,73	80,60	81,49
Mantenimiento de equipos de computo	108,00	109,19	110,39	111,60	112,83
Dep. equipos de oficina	16,20	16,20	16,20	16,20	16,20
Dep. Equipos de computación	488,89	488,89	488,89	569,88	569,88
Dep. Muebles y Enseres	86,85	86,85	86,85	86,85	86,85
Total de Gastos de Administración	19.257,30	19.462,62	19.670,20	19.961,05	20.173,22
GASTOS DE VENTAS					
Sueldo de ventas	6.323,16	6.392,71	6.463,03	6.534,13	6.606,00
Publicidad	1.320,00	1.334,52	1.349,20	1.364,04	1.379,05
Mantenimiento de vehículos	180,00	181,98	183,98	186,01	188,05
Total de Gastos de Ventas	7.823,16	7.909,21	7.996,22	8.084,17	8.173,10
GASTOS FINANCIEROS					
Interés por préstamo	1526,00	914,14	238,77		
Total Gastos Financieros	1526,00	914,14	238,77		
COSTO TOTAL	45.555,48	45.907,30	46.235,79	47.124,11	48.214,66
Imprevistos 5%	2.277,77	2.295,36	2.311,79	2.356,21	2.410,73
TOTAL COSTOS	47.833,25	48.202,66	48.547,58	49.480,32	50.625,39

Fuente: Cuadros 30-53, Tasa de inflación BCE, 31 Agosto 2015. (4,14%)

Elaborado por: El Autor.

COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN.**CUADRO 55: COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN.**

AÑOS	COSTOS DE OPERACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN
1	47.833,25	12.461	3,84
2	48.202,66	13.240	3,64
3	48.547,58	14.018	3,46
4	49.480,32	14.797	3,34
5	50.625,39	15.420	3,28

Fuente: Cuadros 28 y 54

Elaborado por: El Autor

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.**CUADRO 56: PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.**

AÑOS	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	UTILIDAD 30%, 40%,50%, 60% y 60% (años 1 al 5)	PVP (POR BULTO DE 70 LB Y SOBRES CON VALORES DE HASTA 80 \$) \$
1	3,84	1,15	4,99
2	3,64	1,46	5,10
3	3,46	1,73	5,19
4	3,34	2,01	5,35
5	3,28	1,97	5,25

Fuente: Cuadros 55

Elaborado por: El Autor

INGRESOS.**CUADRO 57: INGRESOS.**

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	PVP	INGRESOS POR VENTA
1	12.461	4,99	62.183,23
2	13.240	5,10	67.483,73
3	14.018	5,19	72.821,36
4	14.797	5,35	79.168,51
5	15.420	5,25	81.000,62

Fuente: Cuadros 28 y 56

Elaborado por: El Autor

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

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

COSTOS VARIABLES.- Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

CUADRO 58: COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

RUBROS	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	C. FIJOS	C. VARIABLE	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTOS PRIMOS						
Materia prima directa		925,44		1030,04		1146,46
Mano de obra directa		5.649,13		6287,63		6998,28
Mano de obra indirecta	5.649,13		6.287,63		6.998,28	
Combustible		480		534,25		594,64
Servicios básicos	3.420,00		3.806,55		4.236,78	
Dep. Construcciones y adecuaciones	255,31		255,31		255,31	
Dep. Vehículo	4.000,00		4.000,00		4.000,00	
Amortización de activo diferido	470,00		470,00		470,00	
Subtotal costos de producción	13.794,44	7.054,57	14.819,48	7.851,92	15.960,38	8.739,38
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Sueldos personal administrativo	18.479,36		18.888,15		19.305,97	
Materiales de Oficina	78		79,73		81,49	
Mantenimiento de equipos de computo	108,00		110,39		112,83	
Deprec. equipos de oficina	16,20		16,20		16,20	
Deprec. de equipos computación	488,89		488,89		569,88	
Dep. de muebles y enseres	86,85		86,85		86,85	
Subtotal gastos administrativos	19.257,30		19.670,20		20.173,22	
GASTOS DE VENTAS						
Sueldo de ventas	6.323,16		6.463,03		6.606,00	
Publicidad	1.320,00		1.349,20		1.379,05	
Mantenimiento de vehículos	180,00		183,98		188,05	
Subtotal Gastos de Ventas	7.823,16		7.996,22		8.173,10	
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por préstamo	1526,00		238,77			
Subtotal gastos financieros	1526,00		238,77			
COSTO TOTAL	42.400,91		42.724,67		44.306,70	
Imprevistos 5%	2.120,05		2.136,23		2.215,33	
TOTAL FIJOS Y VARIABLES	44.520,95	7.054,57	44.860,90	7.851,92	46.522,03	8.739,38

Fuente: Cuadros 54

Elaborado por: El Autor.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período. Clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

Llamado también Estado de Resultados, nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

CUADRO 59: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ingresos por ventas	62.183,23	67.483,73	72.821,36	79.168,51	81.000,62
(-) Costo Total	47.833,25	48.202,66	48.547,58	49.480,32	50.625,39
(=) Utilidad Bruta en Ventas	14.349,98	19.281,06	24.273,79	29.688,19	30.375,23
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	2.152,50	2.892,16	3.641,07	4.453,23	4.556,29
(=) Utilidad antes del impuesto a la Renta	12.197,48	16.388,90	20.632,72	25.234,96	25.818,95
(-) 22% Impuesto a la Renta	2.683,45	3.605,56	4.539,20	5.551,69	5.680,17
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	9.514,03	12.783,35	16.093,52	19.683,27	20.138,78
(-) 10% Reserva legal	951,40	1278,33	1609,35	1968,33	2013,88
TOTAL INGRESOS	8.562,63	11.505,01	14.484,17	17.714,94	18.124,90

Fuente: Cuadros 54, 57

Elaborado por: El Autor.

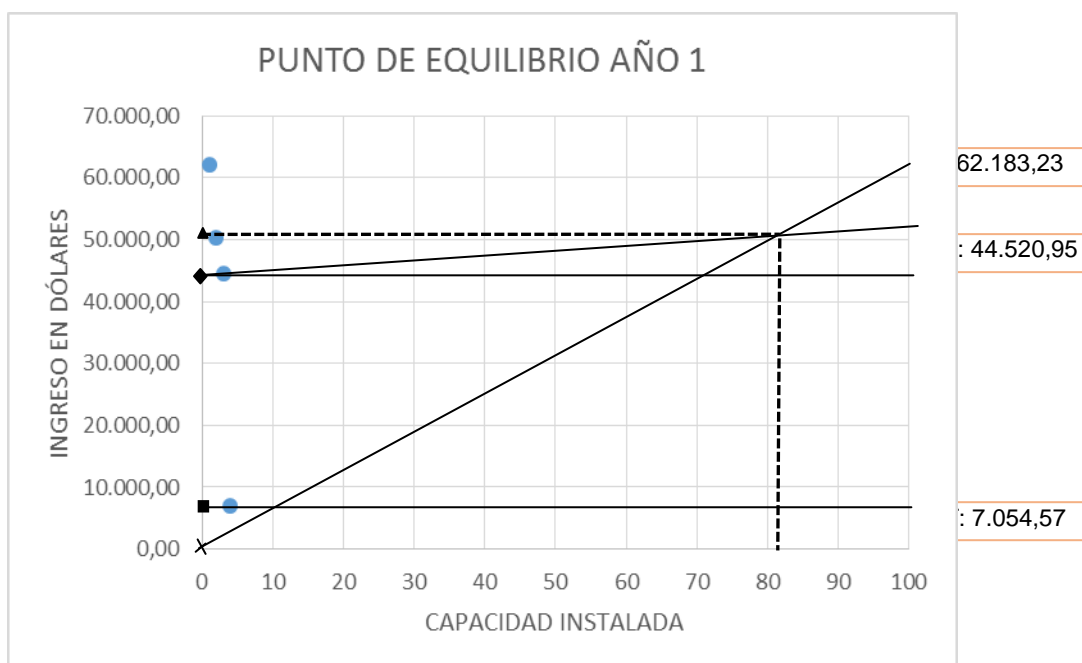
PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

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

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 3 y 5 de vida útil del proyecto.

GRÁFICO 26: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



a. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{44.520,95}{62.183,23 - 7.054,57} \times 100 \quad PE = \frac{44.520,95}{55.128,66} \times 100$$

$$PE = \frac{80,76}{100} \times 100$$

b. Punto de equilibrio en función de las ventas.

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

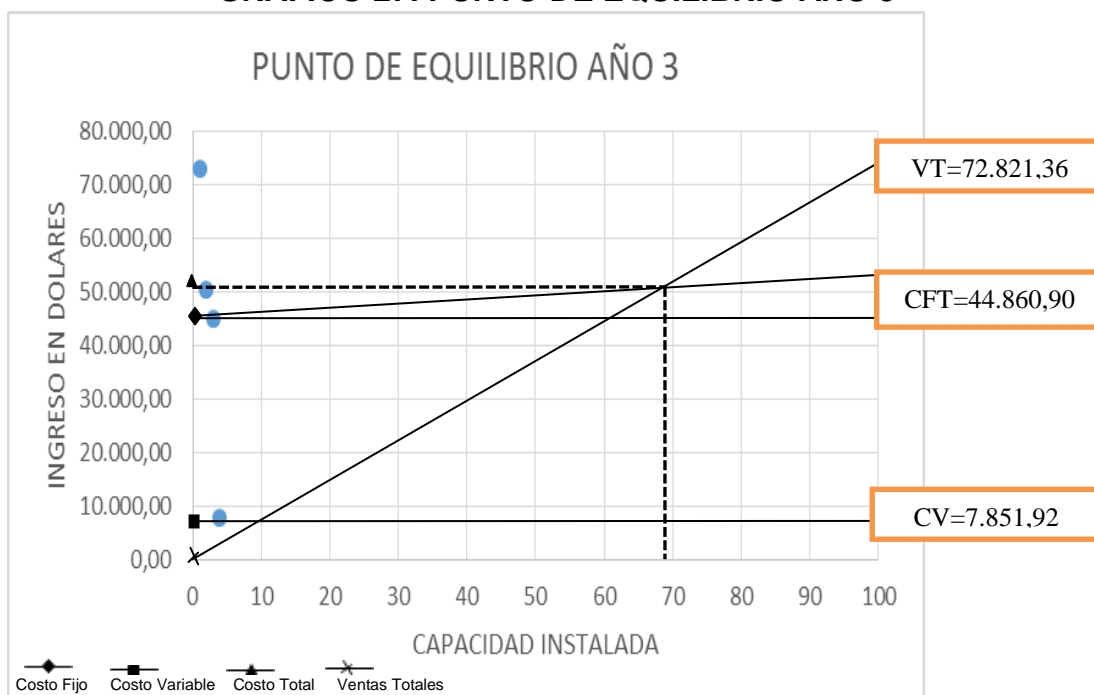
$$PE = \frac{44.520,95}{1,00 - \frac{7.054,57}{62.183,23}} \quad PE = \frac{44.520,95}{1,00 - 0,11}$$

$$PE = \frac{44.520,95}{0,89} \quad PE = 50.218,10 \$$$

Fuente: Cuadros 59 y 60

Elaborado por: El autor.

GRÁFICO 27: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3



a. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{44.860,90}{72.821,36 - 7.851,92} \times 100 \quad PE = \frac{44.860,90}{64.969,45} \times 100$$

$$PE = \underline{\underline{69,05\%}}$$

b. Punto de equilibrio en función de las ventas.

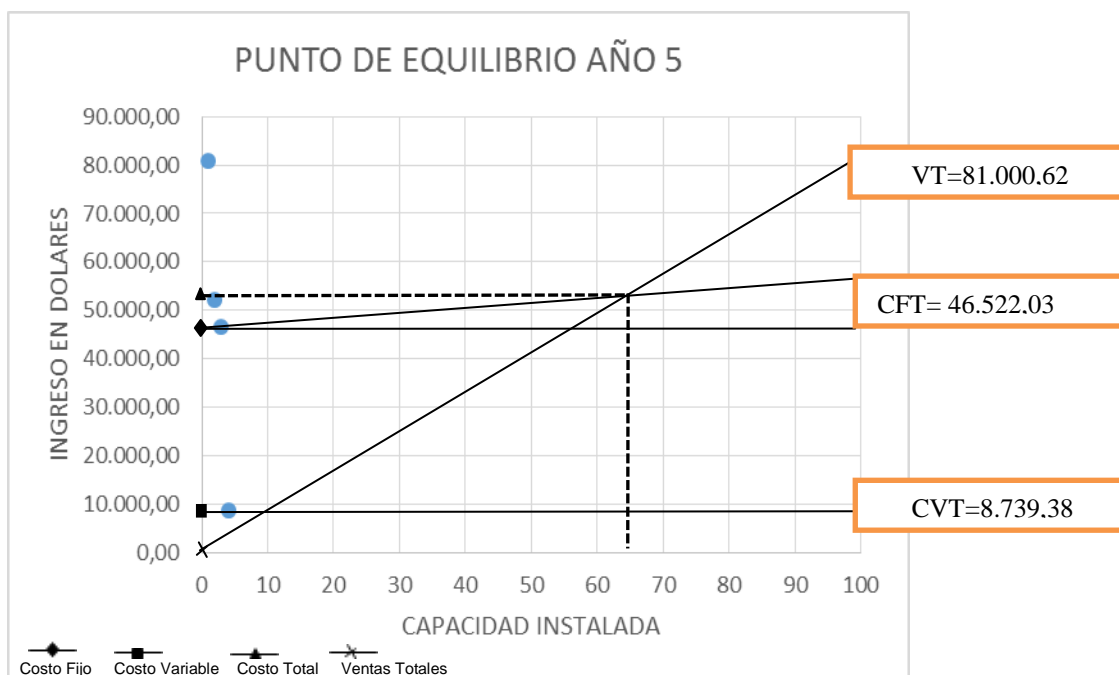
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{44.860,90}{1,00 - \frac{7.851,92}{72.821,36}} \quad PE = \frac{44.860,90}{1,00 - 0,11}$$

$$PE = \frac{44.860,90}{0,89} \quad PE = 50.282,59 \$$$

Fuente: Cuadros 59 y 60

Elaborado por: El autor.

GRÁFICO 28: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5.

a. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{46.522,03}{81.000,62 - 8.739,38} \times 100 \quad PE = \frac{46.522,03}{72.261,25} \times 100$$

$$PE = \underline{\underline{64,38\%}}$$

b. Punto de equilibrio en función de las ventas

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

$$PE = \frac{46.522,03}{1,00 - \frac{8.739,38}{81.000,62}} \quad PE = \frac{46.522,03}{1,00 - 0,11}$$

$$PE = \frac{46.522,03}{0,89} \quad PE = 52.148,47 \$$$

Fuente: Cuadros 59, 60

Elaborado por: El autor.

FLUJO NETO DE CAJA.**CUADRO 60: FLUJO NETO DE CAJA.**

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por ventas		62.183,23	67.483,73	72.821,36	79.168,51	81.000,62
(+) Valor Residual				733,33		6237,94
Capital propio	24.621,02					
Capital ajeno	15.000,00					
Total Ingresos	39.621,02	62.183,23	67.483,73	73.554,70	79.168,51	87.238,56
EGRESOS						
Costo de Producción y operación		47.833,25	48.202,66	48.547,58	49.480,32	50.625,39
Activos fijos	33.720,00					
Activos diferidos	2.350,00					
Activos circulantes	3.551,02					
Reinversión de Activos Fijos				2.564,32		
(-) Costo Total		47.833,25	48.202,66	51.111,90	49.480,32	50.625,39
(=) Utilidad Bruta en Ventas		14.349,98	19.281,06	22.442,80	29.688,19	36.613,17
(-) 15% Utilidad de Trabajadores		2.152,50	2.892,16	3.366,42	4.453,23	5.491,98
(=) Utilidad antes del impuesto a la Renta		12.197,48	16.388,90	19.076,38	25.234,96	31.121,20
(-) 22% Impuesto a la Renta		2.683,45	3.605,56	4.196,80	5.551,69	6.846,66
(=) Utilidad Liquida del ejercicio		9.514,03	12.783,35	14.879,58	19.683,27	24.274,53
(+) Depreciaciones		4.847,25	4.847,25	4.847,25	4.847,25	4.847,25
(+) Amortizaciones		470,00	470,00	470,00	470,00	470,00
FLUJO NETO DE CAJA		14.831,29	18.100,60	20.196,83	25.000,52	29.591,78

Fuente: Cuadros 38, 52, 54, 57

Elaborado por: El autor.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

En el presente proyecto se utiliza el 11% por ser este la tasa de oportunidad al que se obtiene el crédito.

CUADRO 61: VALOR ACTUAL NETO.

PERÍODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZ. 11,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	39.621,02		
1	14.831,29	0,9009	14.832,19
2	18.100,60	0,8116	18.101,41
3	20.196,83	0,7312	20.197,56
4	25.000,52	0,6587	25.001,18
5	29.591,78	0,5935	29.592,38
VALOR TOTAL AC			107.724,71
INV. INICIAL			39.621,02
VAN			68.103,70

Fuente: Cuadros 60

Elaborado por: El autor

VAN	=	SFNA	-	INVERSION INICIAL
	=	107.724,71		39.621,02
	=	68.103,70		

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

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

TASA INTERNA DE RETORNO.

Se interpretar como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

CUADRO 62: TASA INTERNA DE RETORNO.

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		39,40%	MENOR	39,50%	MAYOR
0			-39.621,02		-39.621,02
1	14.831,29	0,71736	10.639,37	0,71685	10.631,75
2	18.100,60	0,51461	9.314,67	0,51387	9.301,32
3	20.196,83	0,36916	7.455,81	0,36836	7.439,79
4	25.000,52	0,26482	6.620,61	0,26406	6.601,65
5	29.591,78	0,18997	5.621,57	0,18929	5.601,45
			31,01		-45,08

Fuente: Cuadros 60
Elaborado por: El autor

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

$$TIR = 39,4 + 1 \left(\frac{31,01}{31,01 - (-45,08)} \right)$$

$$TIR = 40,4 \left(\frac{31,01}{76,08241422} \right)$$

$$TIR = 40,4 \left(0,41 \right)$$

$$TIR = (40,81)$$

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

Por lo tanto el proyecto se acepta por cuanto la TIR. Es mayor que el costo de oportunidad del dinero

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO 63: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO ACUMULADO
0	39.621,02		
1		14.831,29	14.831,29
2		18.100,60	32.931,88
3		20.196,83	53.128,71
4		25.000,52	78.129,23
5		29.591,78	107.721,02
		107.721,02	

Fuente: Cuadros 60
Elaborado por: El autor

$$\begin{array}{l}
 \text{PRC} = 2 \frac{\text{AÑO ANTERIOR } \Sigma \text{ Primeros flujos actualizados - Inversión}}{\text{CUBRIR LA INVERSIÓN} \quad \text{Flujo neto del año que supera la inversión}} \\
 \\
 \text{PRC} = 2 \frac{78.129,23 - 39.621,02}{25.000,52} \\
 \\
 \text{PRC} = 2 \frac{38.508,22}{25.000,52} \quad \frac{77.016,43}{25.000,52} \\
 \\
 \text{PRC} = 3,08059278 \\
 \\
 \text{PRC} = 3,00 \quad \text{3 AÑO} \\
 \quad \quad \quad 0,08 * 12 \quad \quad \quad 0,96 \text{ MESES} \\
 \quad \quad \quad = 0,96 * 30 \quad \quad \quad \quad \quad \quad 29 \text{ DIAS}
 \end{array}$$

Por lo tanto, para recuperar la inversión inicial se requiere de 3 años, 0 meses y 29 días.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto. Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

CUADRO 64: RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTOS			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO
	ORIGINAL	11,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	11,00%	ACTUALIZADO
0						
1	47.833,25	0,9009009	43.093,02	62.183,23	0,9009009	56.020,93
2	48.202,66	0,81162243	39.122,36	67.483,73	0,81162243	54.771,31
3	48.547,58	0,73119138	35.497,57	72.821,36	0,73119138	53.246,35
4	49.480,32	0,6587310	32.594,22	79.168,51	0,65873097	52.150,75
5	50.625,39	0,59345133	30.043,70	81.000,62	0,59345133	48.069,93
			180.350,88			264.259,27

Fuente: Cuadros 54, 57

Elaborado por: El autor

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

$$R(B/C) = \frac{264.259,27}{180.350,88}$$

$$R(B/C) = 1,47 \text{ Dólares}$$

Análisis : Si $R (B/C)$ es mayor a uno se acepta el proyecto
Si $R (B/C)$ es igual a uno el proyecto es indiferente
Si $R (B/C)$ es menor a uno no se acepta el proyecto

El proyecto nos dará una rentabilidad por cada dólar invertido de 0,47.

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

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Determina los cambios que se puedan presentar en la economía del país, por efectos de la inflación, lo que afecta tanto en las compras que tendrá que efectuar la empresa de mensajería, así como los servicios que pueda dar la empresa, estrictamente relacionado con los ingresos, durante los años de vida útil del proyecto. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos incrementados o disminuidos en un 23% y en un 12.00%, respectivamente;

es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

INCREMENTO DE COSTOS 23%

CUADRO 65: INCREMENTO DE COSTOS 23%

PERIODO	COSTO		INGRESO TOTAL	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	COSTO TOTAL ORIGINAL		FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	23,00%			21,90%	MENOR	22,10%	MAYOR
0						-39.621,02		-39.621,02
1	47.833,25	47.943,27	62.183,23	14.239,96	0,82034	11.681,67	0,81900	11.662,54
2	48.202,66	59.289,27	67.483,73	8.194,45	0,67297	5.514,58	0,67076	5.496,53
3	48.547,58	59.713,52	72.821,36	13.107,85	0,55206	7.236,36	0,54935	7.200,86
4	49.480,32	60.860,79	79.168,51	18.307,72	0,45288	8.291,24	0,44992	8.237,05
5	50.625,39	62.269,23	81.000,62	18.731,39	0,37152	6.959,08	0,36849	6.902,27
						61,91		-121,78

Fuente: Cuadros 54, 57

Elaborado por: El autor

$$NTR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{mayor}} \right) = 21,9 + 1 \left(\frac{61,91}{61,91 - (-121,78)} \right)$$

$$= 22,9 \left(\frac{61,91}{183,69} \right) = 22,9 \left(0,34 \right) = 23,24$$

$$\text{Diferencias TIR} = 39,05 - 23,24 = 15,82$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 15,82 / 39,05 = 40,50\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 22,03 / 23,24 = 0,9481$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos de un 23%

DISMINUCIÓN DE INGRESOS DEL 12%.

CUADRO 66: DISMINUCIÓN DE INGRESOS DEL 12%.

AÑO	COSTO	INGRESO	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 20,80%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 20,90%	VAN MAYOR
	ORIGINAL	ORIGINAL	12,00%					
0						-39.621,02		-39.621,02
1	47.833,25	62.183,23	54.721,24	6.887,99	0,82781	5.701,98	0,82713	5.697,26
2	48.202,66	67.483,73	59.385,68	11.183,02	0,68528	7.663,46	0,68414	7.650,79
3	48.547,58	72.821,36	64.082,80	15.535,22	0,56728	8.812,86	0,56588	8.791,01
4	49.480,32	79.168,51	69.668,29	20.187,97	0,46960	9.480,36	0,46805	9.449,04
5	50.625,39	81.000,62	71.280,55	20.655,16	0,38875	8.029,60	0,38714	7.996,45
						67,24		-36,48

Fuente: Cuadros 54,57

Elaborado por: El autor

$$NTR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right) = 20,8 + 1 \left(\frac{67,24}{67,24 - -36,48} \right)$$

$$= 21,8 \left(\frac{67,24}{103,72} \right) = 21,8 \left(0,65 \right) = 22,45$$

$$\text{Diferencias TIR} = 39,05 - 22,45 = 16,61$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 16,61 / 39,05 = 42,52\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 21,12 / 22,45 = 0,9408$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste una disminución en los ingresos de un 12 %.

h. CONCLUSIONES.

De acuerdo al estudio investigativo de la presente tesis, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

-Los resultados obtenidos en el estudio de mercado, muestran una reacción positiva hacia a propuesta de creación de la nueva empresa de servicios de mensajería Courier en el cantón, con una demanda insatisfecha de \$ 29.242.

- Con el Estudio de mercado, se definió los precios que sean accesibles para el cliente, así en el primer año un envío de paquetes de hasta 70 libras y en valores de hasta 80,00 \$ le costar al cliente un total de 5,00 \$ cada uno.

- Para el primer año de vida útil del proyecto se trabajara con una capacidad instalada del 53% que corresponde a \$ 15.576 servicios de mensajería al año.

- La empresa será de responsabilidad limitada y tendrá la razón social de EMPRESA DE MENSAJERIA COURIER “CUYABENO CIA. LTDA.”

- Al realizar el estudio económico, se determina un requerimiento de \$ 39.621,02 dólares, de los cuales el 62,14% que corresponde a \$ 24.621,02 será cubierto por capital propio y el 37,84% que corresponde a \$ 15.000 se hará un crédito en la Corporación Financiera Nacional.

- Se determina que la empresa para llegar al punto de Equilibrio durante el primer año deberá producir el 80,76% y vender un total de \$ 50.218,10 \$.
- El resultado de pérdidas y ganancias reflejan un superávit de \$ 8. 562,63, lo cual dan un indicio positivo para la implementación del proyecto.
- La evaluación financiera arroja resultados positivos para llevar a cabo la implementación del proyecto.
- Se concluye además, que se necesita un tiempo de 2 años, 0 meses y 29 días para recuperar el capital invertido inicialmente.
- Se obtiene un resultado positivo en la relación Beneficio-costos, con una ganancia de 0,47 centavo por cada dólar invertido.
- Finalmente, se determina que el proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos de 23% y un decremento en los ingresos del 12%.

i. RECOMENDACIONES.

Al término del trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Para que el servicio tenga mayor aceptación en el mercado es necesario realizar una buena publicidad y promoción del servicio de mensajería que se va a ofrecer, a fin de lograr difundir las características que lo hacen distinguir de los demás.
- Los Inversionistas que se encuentren interesados en este proyecto realicen su ejecución ya que dará muchos beneficios en el campo social, y por supuesto económico del Cantón Cuyabeno.
- La necesidad de dar el servicio de mensajería en el Cantón Cuyabeno debería ser satisfecha pues no existen otras empresas similares que ofrezcan este tipo de servicios, excepto la competencia indirecta.
- Esta es una oportunidad más dar trabajo a las familias de la localidad y de esta manera reducir en algo el gran problema de desocupación que es un problema eminente en el Cantón.

- La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista económico, tal como se lo demostramos con sus respectivos índices de evaluación financiera.
- El mejoramiento continuo, debe ser un eje transversal en la empresa, puesto que cada día existen nuevas tecnologías o implementos que puedan adelantar el progreso empresarial.

j. BIBLIOGRAFÍA.

- JARRIN, Edgar, Ediciones Especiales, Mensajería en el Ecuador, 2011. Pág. 3, 5-6.
- PROPUESTA DE UN SERVICIO DE MENSAJERÍA EXTERNA, 2013, Pág. 34
- Fundación del Español Urgente, Consultado el 15 de marzo de 2014.
- FERNÁNDEZ ESPINOZA, Saúl. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera, 2007. Edición Tecnológica de Costa Rica, Pág. 5-8; 26-28; 30.
- Gestión de proyectos: identificación, formulación Financiera, Página 102.
- GISPERT, Carlos, Enciclopedia Practica de la Pequeña y Mediana Empresa, Pág. 11; 397-404;
- BURBANO RUIZ, Jorge, Barranquilla, Ediciones Uninorte, 2001, Pág. 238.
- MANKIW, N GREGORY, Principios de Economía, Mc Graw Hill, Pág.48; 54-55.
- RAMÍREZ Almaguer, MARRERO, Vidal Y RODRÍGUEZ, Domínguez, "Etapas del Análisis de Factibilidad, Compendio Bibliográfico" Contribuciones a la Economía, Marzo 2009. Pág 95; 99; 103; 104-107.
- KOTLER Philip, BLOOM, Paul y HAYES, Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004. Pág. 78; 88; 100.

- MELIÁN RODRÍGUEZ, Manuel Ernesto, “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011. Pág., 27; 53; 61; 64.
- PASCUAL, Ramón Companys, SUBÍAS, Albert Corominas, Planificación Y Rentabilidad De Proyectos Industriales, PAG. 31.
- GONXENS. A y M.A. GONXES, Enciclopedia Practico de la Contabilidad, OCEANO, Pág. 573.
- Contabilidad y Finanzas Empresariales, Ecuador 2007, Pág. 134; 180; 185-186; 200
- LÓPEZ DUMRAUF, G. (2006), Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires. Pág. 78.
- INFANTE, Arturo. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Norma, 1992. Pág. 107.
- José Didier Vaquero C. 2006 – 2007. Pág. 134.
- SIERRA BRAVO, R. Técnicas de Investigación Social. Pág. 305.
- INEC 2010.
- ROMERO G, Tecnología Educativa Prospectiva, Quito 2005, Pág. 40.
- AGUILAR C, Guía Práctica para la Elaboración de Tesis, Edit. 2008. Pág. 29.
- Paradigmas Y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio, Pág. 65.
- Diccionario Filosófico de ROSENTAL, 1980. Pág. 130

- Naresh K., Investigación de mercados, Pág. 343-344.
- ENCARNACION W, El ambiente Ecológico Escolar y El Aprendizaje de los Estudiantes, Quito 2012. Pág. 48.
- Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis - Página 84
- Resultados del Censo 2010 - Fascículo Provincial Sucumbíos.
- SENPLADES - Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, DIRECCIÓN DE MÉTODOS, ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN, 25 de Febrero de 2014.

BIBLIOGRAFÍA DE INTERNET

- <http://www.ehowenespanol.com>
- <http://www.wordreference.com>
- <http://courier-pits.blogspot.com>

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

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MENSAJERÍA (COURIER) PARA EL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”

b. PROBLEMÁTICA.

En la actualidad el área de servicios de mensajería y paquetería (correo paralelo) se está desarrollando rápidamente debido a la creciente necesidad de comunicación e interdependencia que se maneja a diario de persona a persona o entre las distintas organizaciones.

Las nuevas tecnologías no dejan de sorprendernos y de cambiarnos la vida. Y lo que hasta hace un par de décadas era un acto complejo como enviar una carta al otro lado del mundo, hoy es una actividad cotidiana que se reduce a dar un clic en la opción “SEND” de cualquier cuenta de correo en la web

El Internet, el correo electrónico, la mensajería instantánea y las redes sociales han revolucionado las comunicaciones, de eso no hay duda. Han burlado las distancias geográficas y fomentado una capacidad de interacción a escala global. Pero, como toda buena revolución trae consigo un cambio paradigma, la extensión de las maneras en que los seres humanos nos comunicamos devino, por lo menos en lo que concierne a servicios postales, en dos opciones: reinventarse o desaparecer.

Con ese antecedente sobre la mesa se han complejizado cada vez más los servicios de las organizaciones dedicadas a lo que se conoce como Courier. Y lo que era concebido como un negocio de correspondencia o encomiendas ha diversificado ampliamente su oferta, por lo que no es de extrañarse que en la actualidad posibilite acciones como comprar por Internet, hacer giros internacionales de dinero, emprender importaciones o exportaciones, solicitar mudanzas al extranjero, alquilar el servicio de almacenamiento y distribución de correspondencia masiva, etc.

La demanda de este tipo de servicio se encuentra en pleno crecimiento ya que revelan que creció, entre el 2011 y el 2013, en un 60,4%. Y al revisar las cifras del primer trimestre del presente año, el crecimiento ha sido del 9,2%, respecto a igual período del año pasado.

En un país como el nuestro con tendencia al desarrollo surgen diversos cambios en la vida de las personas e instituciones, cambios que demanda

tiempo y que requiere la ayuda de otras organizaciones para hacer más fácil nuestra forma de vida.

En la provincia de Sucumbíos, existen muy pocas empresas que presten un servicio Courier, que pretenda solucionar problemas frecuentes, servicios de mensajería, seguros y confiables.

Es por ello que con la elaboración del presente proyecto se pretende crear una empresa de servicios de mensajería y paquetería que permita tener una visión clara del negocio y de las operaciones que se van a desarrollar de manera que se muestre en forma detallada las características del servicio las cuales deben entender e interpretar las necesidades de los consumidores que desean que sus envíos de documentación y paquetes se realicen de forma oportuna y sobre todo segura.

ANEXO 2.**ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES.****1. ¿Cuáles son los ingresos promedio que usted percibe al mes?**

De 1 a 300 dólares.

De 301 a 600 dólares.

De 601 a 900 dólares.

De 901 a 1200 dólares.

De 1201 a 1500 dólares.

Más de 1500 dólares.

2. ¿Conoce la existencia de una empresa que ofrezca servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos?

Sí.

No.

3. ¿Utiliza una empresa que ofrece servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, para realizar un contrato de mensajería con esa empresa? (Demanda Real)

Sí.

No.

4. ¿Qué opina de la calidad de los servicios que ofrece la empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno?

Excelente.

Buena.

Regular.

Mala.

5. ¿Al acudir a la empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, que le gustaría que le ofrezcan?

Buena atención

Servicio rápido

6. ¿Está usted de acuerdo con los precios que se cobra por los servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, que ofrecen las demás empresas?

Sí.

No.

7. ¿Cuánto servicios mensajería (Courier) requiere usted al año de una empresa que ofrece este tipo de servicios en el cantón Cuyabeno?

1 a 5 veces al año.

6 a 10 veces al año.

11 a 15 veces al año.

16 a 20 veces al año

8. ¿Las empresas de servicios mensajería (Courier) donde usted asiste satisface completamente sus necesidades?

Sí.

No.

9. ¿Si se creara una empresa nueva que ofrezca servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, usted estaría dispuesto a acudir a adquirir sus servicios?

Sí.

No.

10.- ¿Qué medio de comunicación usted preferiría para hacer publicidad por parte de la nueva empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno?

Televisión.

Radio.

Prensa escrita.

Vallas publicitarias.

11. ¿Le gustaría que la nueva empresa de servicios de mensajería (Courier) en el cantón Cuyabeno, ofrezca promociones a sus clientes?

Sí.

No.

ANEXO 3.**ENCUESTAS APLICADAS A LOS OFERENTES.**

1. ¿En su empresa ofrecen todo tipo de servicios de mensajería (Courier)?

Sí.

No.

2. ¿Cuántos son los servicios de mensajería (Courier) que usted realiza en el año?

1 a 300 veces al año.

301 a 600 veces al año.

Más de 601 veces al año.

3. ¿Por qué medios de comunicación usted oferta su empresa?

Radio.

Televisión.

Prensa escrita.

Afiches.

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	45
f. RESULTADOS	53
g. DISCUSIÓN	67
h. CONCLUSIONES	153
i. RECOMENDACIONES	155
j. BIBLIOGRAFÍA	157
k. ANEXOS	160
ÍNDICE	166