

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
TRANSPORTE (FURGONETAS C2 VIP) UBICADA EN LA CIUDAD DE
QUITO, AÑO 2018.**

Proyecto de tesis previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de
empresas y Negocios

AUTOR:

Guañuna Duque Amanda Elizabeth

DIRECTOR:

Econ., Miguel Zambonino Ordoñez MBA

QUITO – ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE (FURGONETAS C2 VIP) UBICADA EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018.**, presentado por el Srta. Guañuna Duque Amanda Elizabeth, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, mayo del 2019

TUTOR:

.

Econ. Miguel Zambonino Ordóñez MBA
DIRECTOR

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DLA AUTORA PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Guañuna Duque Amanda Elizabeth, declaro ser autor del Plan de Negocios titulado **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE (FURGONETAS C2 VIP) UBICADA EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018.**, como requisito para optar por el grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 22 días del mes de mayo del 2019, firmo conforme:

Autor: Guañuna Duque Amanda Elizabeth

Firma.....

Número de Cédula: 172286662-9

Dirección: Calderón

Teléfono: 0983835082

Correo Electrónico: a-myandysely@outlook.com

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos, personales de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Quito, Julio del 2019

AUTORA:

Guañuna Duque Amanda Elizabeth
CI: 172286662-9

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de las Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,..... 2019

Para constancia firman

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por bendecirme, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad. Gracias a mi enamorado, a mis padres, y hermanas por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por la Fe y la confianza que me han brindado.

Gracias

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados dedico a mis Padres, Hermanas y mi enamorado, por apoyo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí.

La Autora

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DLA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
SUMARIO INVESTIGATIVO.....	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
ÁREA DE MARKETING	3
1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	3
1.1.1 Especificación del servicio o producto	3
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.	4
1.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO.....	5
1.2.1 Qué mercado se va tocar en general.....	5
1.2.1.1 Categorización de sujetos	5
1.2.1.2 Estudio de Segmentación.....	6
1.2.1.3 Plan de muestreo	7
1.2.1.4 Diseño y recolección de información.....	10
1.2.1.5 Análisis e interpretación.....	13

1.2.2	Demanda Potencial.....	25
1.3	ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE.....	26
1.3.1	Análisis del microambiente.....	26
1.3.2	Análisis del macro ambiente.....	29
1.3.3	Proyección de la oferta.....	32
1.4	Demanda Potencial Insatisfecha.....	34
1.5	Promoción y publicidad que se realizará (Canales de comunicación).....	34
1.6	Sistemas de distribución a utilizar. (Canales de distribución).....	35
1.7	Seguimiento de clientes.....	35
1.8	Especificar mercados alternativos.....	36
CAPÍTULO II		37
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)		37
2.1	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	37
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	41
2.1.3	Tecnología a aplicar.....	44
2.2	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....	44
2.2.1	Ritmo de producción.....	44
2.2.2	Nivel de inventario promedio.....	45
2.2.3	Número de trabajadores.....	45
2.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	47
2.4	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	47
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	47
2.5	CALIDAD.....	48

2.5.1 Método de control de calidad.....	48
2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	49
2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.....	49
CAPÍTULO III	50
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	50
3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	50
3.1.2 Misión de la Empresa.....	50
3.1.3 Análisis F.O.D.A.....	51
3.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	51
3.2.1. Organigrama de la empresa.....	51
3.2.2 Descripción de puestos.....	53
3.3 CONTROL DE GESTIÓN.....	60
3.3.1 Listado de indicadores de gestión	60
3.4 NECESIDADES DE PERSONA.....	61
3.4.1 Especificar cuánto personal necesitará en el horizonte del proyecto.	61
CAPÍTULO IV	62
ÁREA JURIDICO LEGAL.....	62
4.1 Determinación de la forma jurídica.....	62
Gráfico N.- 21 Logotipo.....	64
4.2 Patentes y Marcas.....	64
4.3 Detalle todo tipo de licencia necesaria para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades).....	66
CAPÍTULO V	69
ÁREA FINANCIERA.....	69

5.1 PLAN DE INVERSIONES.....	69
5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO	72
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	73
5.4 CÁLCULO DE INGRESOS	83
5.5 FLUJO DE CAJA	85
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	86
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	87
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA	88
BIBLIOGRAFÍA.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.- 1 Categorización de sujetos	6
Tabla N.- 2 Estudio conductual.....	6
Tabla N.- 3 Dimensión geográfica	6
Tabla N.- 4 Dimensión demográfica.....	7
Tabla N.- 5 Objetivo específico 1	8
Tabla N.- 6 Objetivo específico 2	9
Tabla N.- 7 Edad	13
Tabla N.- 8 Género.....	14
Tabla N.- 9 Cree usted que viajar en una furgoneta es más placentera	15
Tabla N.- 10 Cree usted que alquilar un servicio de transporte de furgoneta es más económico	16
Tabla N.- 11 Le agradaría que exista una nueva empresa.....	17
Tabla N.- 12 Servicios a adquirir	18
Tabla N.- 13 Dispuesto a pagar.....	19
Tabla N.- 14 Con quien utilizaría el servicio	20
Tabla N.- 15 Usted utilizaría para realizar turismo	21
Tabla N.- 16 Qué cualidad usted toma en cuenta.....	22
Tabla N.- 17 Con qué frecuencia usted contraría el servicio	23
Tabla N.- 18 Medios de información	24
Tabla N.- 19 Demanda potencial en número de servicios.....	25
Tabla N.- 20 Proyección de la demanda en número de servicios	26
Tabla N.- 21 Principales competidores.....	28
Tabla N.- 22 Principales proveedores.....	28
Tabla N.- 23 Matriz de evaluación de factores externos	31
Tabla N.- 24 Matriz de evaluación de factores internos.....	32
Tabla N.- 25 Número de servicios que brinda la competencia	33
Tabla N.- 26 Proyección de la oferta en número de servicios	33
Tabla N.- 27 Demanda Potencial Insatisfecha	34

Tabla N.- 28 Plan de medios publicitarios	34
Tabla N.- 29 Descripción de equipos	42
Tabla N.- 30 Descripción de personas	43
Tabla N.- 31 Capacidad de producción.....	45
Tabla N.- 32 Número de trabajadores	46
Tabla N.- 33 Capacidad futura por productos	47
Tabla N.- 34 Especificar materias primas	47
Tabla N.- 35 Análisis F.O.D.A	51
Tabla N.- 36 Funciones administrador.....	54
Tabla N.- 37 Funciones secretaria-contadora.....	55
Tabla N.- 38 Funciones del vendedor	56
Tabla N.- 39 Funciones del chofer	57
Tabla N.- 40 Funciones asistente de servicio	58
Tabla N.- 41 Funciones asistencia de limpieza	59
Tabla N.- 42 Indicadores de gestión	60
Tabla N.- 43 Necesidad de personal	61
Tabla N.- 44 Sociedad anónima	62
Tabla N.- 45 Plan de inversiones	69
Tabla N.- 46 Forma de financiamiento	72
Tabla N.- 47 Condiciones de crédito.....	72
Tabla N.- 48 Tabla de amortización.....	73
Tabla N.- 49 Detalle de costos	74
Tabla N.- 50 Detalle sueldos operativos	75
Tabla N.- 51 Mantenimiento y reparación activos.....	76
Tabla N.- 52 Costo de servicio(transporte)	76
Tabla N.- 53 Proyección de costos.....	78
Tabla N.- 54 Gastos administrativos.....	78
Tabla N.- 55 Gastos de ventas.....	79
Tabla N.- 56 Gastos financieros.....	79
Tabla N.- 57 Proyección de gastos.....	80

Tabla N.- 58 Mano de obra	81
Tabla N.- 59 Depreciación	82
Tabla N.- 60 Proyección de depreciaciones	82
Tabla N.- 61 Cálculo de ingresos	83
Tabla N.- 62 Proyección de ingresos	84
Tabla N.- 63 Flujo de caja.....	85
Tabla N.- 64 Estado de resultados.....	88
Tabla N.- 65 TMAR.....	89
Tabla N.- 66 Valor Actual Neto (VAN).....	89
Tabla N.- 67 Beneficio Costo	91
Tabla N.- 68 Periodo de recuperación.....	92
Tabla N.- 69 Liquidez	92
Tabla N.- 70 Rentabilidad	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.- 1 Edad	13
Gráfico N.- 2 Género.....	14
Gráfico N.- 3 Cree usted que viajar en una furgoneta es más placentera	15
Gráfico N.- 4 Cree usted que alquilar un servicio de transporte de furgoneta es más económico	16
Gráfico N.- 5 Le agradaría que exista una nueva empresa	17
Gráfico N.- 6 Servicios a adquirir	18
Gráfico N.- 7 Dispuesto a pagar.....	19
Gráfico N.- 8 Con quien utilizaría el servicio	20
Gráfico N.- 9 Usted utilizaría para realizar turismo	21
Gráfico N.- 10 Qué cualidad usted toma en cuenta	22
Gráfico N.- 11 Con qué frecuencia usted contraría el servicio	23
Gráfico N.- 12 Medios de información	24
Gráfico N.- 13 Fuerzas de Porter	26
Gráfico N.- 14 Sistema de distribución.....	35
Gráfico N.- 15 Flujograma de proceso de servicio	39
Gráfico N.- 16 Mapa de procesos	40
Gráfico N.- 17 Distribución de planta.....	41
Gráfico N.- 18 Método de Control de Calidad de Pareto.....	48
Gráfico N.- 19 Organigrama de la empresa	52
Gráfico N.- 20 Organigrama funcional de la empresa	53
Gráfico N.- 21 Logotipo.....	64
Gráfico N.- 22 Punto de equilibrio.....	87

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE (FURGONETAS C2 VIP) UBICADA EN LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2018.

AUTOR: Guañuna Duque Amanda Elizabeth

TUTOR: Econ. Miguel Zambonino Ordóñez MBA.

El presente proyecto tuvo como objetivo conocer la factibilidad del plan de negocios para la creación de una empresa de transporte (furgonetas c2 vip) ubicada en la ciudad de Quito, brindando los siguientes paquetes Furgonetas C2 VIP un día, Furgonetas C2 VIP dos días, Furgoneta C2 VIP tres días, mismos que permitirán cubrir la necesidad del mercado. Por ende, se realizó una investigación de mercado a través de la aplicación de la herramienta de encuestas la cual estuvo enfocado a los hogares de la ciudad de Quito, determinando así la demanda, oferta y demanda insatisfecha alta por cubrir dentro del mercado objetivo, se determina también la acogida por parte de los hogares y en base a ello se plantea estrategias de publicidad y promoción para dar a conocer dicho servicio. De la misma manera dentro del área de producción se define los procesos de transformación, como es el proceso de servicio, así como el mapa de procesos, también se detalló la infraestructura de la nueva organización y, los equipos necesarios para el funcionamiento. Se desarrollo también el estudio de la organización y gestión donde se detalla la filosofía empresarial como la misión y visión, la matriz FODA, donde se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afrontará la empresa, otro estudio que se realizó es el jurídica legal donde se define la constitución como compañía anónima bajo la razón social **FURGOVIP S.A**, posterior a ello se realizó un estudio financiero que a través de sus indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), y la Tasa Interna de Retorno se define que el proyecto es factible para la puesta en marcha dentro del mercado objetivo.

Palabras claves: Demanda, mercado, negocios, oferta, transporte.

ABSTRACT

TOPIC: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A TRANSPORTATION COMPANY (C2 VIP VANS) LOCATED IN THE CITY OF QUITO, YEAR 2018.

AUTOR: Guañuna Duque Amanda Elizabeth

TUTOR: Eco. Miguel Zambonino Ordóñez MBA.

The objective of this project was to know the feasibility of the business plan for the creation of a transport company (c2 vip vans) located in the city of Quito, offering the following packages C2 VIP Vans one day, C2 VIP Vans two days, Vans C2 VIP three days, which will cover the need of the market. Therefore, a market investigation was carried out through the application of the survey tool which was focused on the households of the city of Quito, thus determining the demand, supply and high unsatisfied demand to be covered within the target market, It also determines the reception by households and based on this, advertising and promotion strategies are proposed to publicize this service. In the same way within the production area, the transformation processes are defined, such as the service process, as well as the process map, the infrastructure of the new organization and the necessary equipment for operation are also detailed. The study of the organization and management was also developed where the business philosophy is detailed as the mission and vision, the SWOT matrix, where the strengths, opportunities, weaknesses and threats that the company will face are identified, another study that is conducted is the legal where the constitution is defined as a public company under the company name FURGOVIP SA, after that a financial study was carried out that through its financial indicators such as the Net Present Value (NPV), and the Internal Rate of Return it is defined that the Project is feasible for start-up within the target market.

Keywords: Demand, market, business, supply, transport.

INTRODUCCIÓN

El nuevo plan de negocios, surge bajo la necesidad de cubrir una demanda insatisfecha, de esta manera se crea un servicio de transporte, (FURGONETAS C2 VIP) ubicada en la ciudad de Quito, para cual presentará un servicio diferenciador para poder posicionarse dentro de un mercado altamente competitivo.

Capítulo I Área de marketing. - Permite determinar el tipo de servicio que brindará la nueva empresa, mismo que se enfoca al transporte Vip (Furgonetas C2), que presentará los siguientes paquetes Furgonetas C2 VIP un día, Furgonetas C2 VIP dos días, Furgoneta C2 VIP tres días, con el objetivo de cubrir las necesidades del mercado.

Capítulo II Área de producción. - Se determina los procesos de transformación, como es el proceso de servicio, el mismo que permitirá evitar tiempos muertos por parte de los trabajadores, misma que facilitará brindar un servicio de calidad también de define las instalaciones y los equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Capítulo III Área de organización y gestión. - Mediante este estudio se determina la filosofía empresarial como es la misión y visión que alcanzará la organización también se detalla la matriz FODA, en la que se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afrontará la empresa, así como el recurso humano necesario para un funcionamiento eficiente.

Capítulo IV Área jurídico legal. - Se define que la empresa se constituirá como compañía regida por la Superintendencia de Compañías, la cual presentará como

razón social **FURGOVIP S.A**, así como los permisos necesarios que le permitirán poner en marcha la nueva empresa dentro de un mercado altamente competitivo.

Capítulo V Área financiera. - El estudio que permite conocer si el proyecto es factible, en la que se realiza el análisis de sus indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), mismo que es un valor positivo en dólares de \$66.857,93 y una Tasa Interna de Retorno en porcentaje de 43,76%, determinando que la puesta en marcha es viable dentro del mercado objetivo.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1.1 Especificación del servicio o producto

Se define al servicio como la “actividad económica intangible que se brinda al cliente para satisfacer sus necesidades y expectativas, a cambio de un valor monetario por la adquisición de un bien o servicio” (Belío, 2014, pág. 15).

De esta manera se presenta la iniciativa de crear un plan de negocios que brindará un servicio de Vip (Furgonetas C2), brindado la máxima seguridad y comodidad para los viajeros en el Ecuador, y lo más importante contar con un recurso humano calificado para cubrir las expectativas de los futuros clientes. De esta manera se detalla los servicios con los que contará la organización, para satisfacer las exigencias de los clientes.

- ❖ Furgonetas C2 VIP un día
- ❖ Furgonetas C2 VIP dos días
- ❖ Furgoneta C2 VIP tres días

Transporte turístico

Por la necesidad de trasladar a los turistas, surgió el servicio del transporte turístico, que son empresas con sentido de servicio de calidad, es decir que siempre se busca combinar y mejorar todos los detalles necesarios de seguridad y confort para en base a ello poder cubrir las necesidades de los turistas, que disfrutan las maravillas existentes dentro del país de Ecuador. En la actualidad se disponen de unidades modernas y confiables, con un mantenimiento adecuado y especialmente equipadas para viajar en rutas especiales de la ciudad de Quito.

1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

- ❖ El servicio de transporte furgonetas C2 VIP ofrece los siguientes beneficios, al momento de transportarse en el viaje la empresa busca dar la mayor comodidad a los clientes: asientos reclinables para que puedan ir con comodidad y descanso, además se les dará una almohada de cuello para proteger su fisonomía, la geografía del Ecuador permite que se obtengan diferentes climas y para los lugares fríos se les dará una cobija térmica y en los lugares tropicales la furgonetas cuentan con aire acondicionado además que se les otorgara como entrada bebidas calientes y frías.
- ❖ Brindar una guía de vías y rutas turísticas del trayecto a seguir en cada servicio que brinda la organización.
- ❖ Los clientes tendrán al momento de transportarse un ambiente de entretenimiento como es proyección de películas, música al gusto, y wifi para que se puedan navegar y comunicarse.

- ❖ Se entregará para cada viaje un recuerdo acorde al lugar visitado para cada cliente.
- ❖ La empresa contara con colaboradores profesionales tanto chofer y guiador que domine el idioma ingles y quechua, además se tendrá un contrato de seguro de vida para cada uno de los miembros que se transporten en los vehículos de la entidad.
- ❖ Se realizará paradas exclusivas para que las personas puedan apreciar la naturaleza.

1.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO

Se determina que el mercado “es conjunto de una población que se denomina como compradores, mismos que están dispuestos a consumidor las diferentes ofertas que existe dentro de un mercado objetivo” (Ávila, 2012, pág. 41).

1.2.1 Qué mercado se va tocar en general.

El nuevo servicio esta direccionado para el mercado objetivo de la ciudad de Quito.

1.2.1.1 Categorización de sujetos

La categorización de sujetos, permitirá tener un panorama claro sobre el mercado objetivo al que estará direccionado el nuevo servicio de transporte (furgonetas c2 vip).

Tabla N.- 1 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Jefe de hogar
¿Quién usa?	Grupos familiares, amigos y compañeros
¿Quién decide?	Jefe de hogar
¿Qué influye?	Servicio de calidad.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.2.1.2 Estudio de Segmentación

Dimensión Conductual

Tabla N.- 2 Estudio conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Social
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA:	NO
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	positiva

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

DIMENSIÓN GEOGRAFICA

Tabla N.- 3 Dimensión geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad	Quito
Tamaño (hogares de la ciudad de Quito)	683.997 (hogares)

Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019)

Elaborado por: La Autora

DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA

Tabla N.- 4 Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Edad	Indiferente	683.997 (hogares)
Sexo	Mujer/hombre	
Socioeconómico	Nivel general	683.997 (hogares)
Ocupación	Indiferente	683.997 (hogares)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.2.1.3 Plan de muestreo

Una vez determinado el mercado objetivo, misma que equivale al número de hogares de la ciudad de Quito que corresponde a 683.997, al no poder realizar la investigación de campo a la totalidad, se procede a realizar el cálculo del tamaño de la muestra, para lo cual se emplea la siguiente fórmula.

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

(Martínez, 2012, pág. 360)

Detalle;

n= muestra

z= nivel de confiabilidad (1,96)

p= probabilidad de éxito (50%) (si no existe, datos relacionados al estudio de determina de manera estadística un 50% dentro de la probabilidad de éxito).

q= probabilidad de fracaso (50%) (si no existe, datos relacionados al estudio de determina de manera estadística un 50% dentro de la probabilidad de fracaso).

N= población de hogares de la ciudad de Quito que corresponde a 683.997 hogares

e= error de la muestra (5%).

Desarrollo de la fórmula de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(683.997)}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (683.997)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{656.910,70}{1.710,95}$$

$$n=383,94$$

$$n = 384// \text{ hogares}$$

De esta manera se determina una muestra de 384 hogares, a realizar dentro del mercado de la ciudad de Quito direccionado a los hogares.

Cuadro de necesidades

Dentro del cuadro de necesidades, se determina los objetivos específicos del plan de negocios, como se aprecia en la siguiente tabla.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Determinar los parámetros para conocer la factibilidad del servicio, en base a los siguientes objetivos.

Tabla N.- 5 Objetivo específico 1

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos	Detalle de instrumento
¿Modelos de furgonetas?	Secundaria	Página web/ forma directa concesionarios	Base de datos	Información que presta las concesionarias en relación a los modelos de furgonetas, y sus características de cada una de ellas.
¿Certificación y licencias?	Secundaria	Agencia Nacional de Transito	Base de datos	Información de cada uno de los conductores de acuerdo a la base de datos de la AMT

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos	Detalle de instrumento
¿Lugares turísticos?	Secundaria	Ministerio de turismo / página web	Base de datos	Información obtenida del Ministerio de Turismo, sobre los lugares más visitados.
¿Reglamento de Agencia Nacional de tránsito?	Secundaria	Agencia Nacional de Tránsito	Base de datos	Obtener documentación de los reglamentos.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Objetivo Específico 2

Es importante determinar, los objetivos que permitirán obtener información relevante para el estudio.

Tabla N.- 6 Objetivo específico 2

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos	Detalle de instrumento
Competencia en el sector.	Secundaria	Investigación de campo	Descripción	Se investigo el sector.
Determinar el mercado potencial.	Secundaria	INEC	Información	Se obtiene datos del INEC, en relación a la población.
Preferencias del mercado objetivo.	Primaria	Mercado objetivo	Encuesta	Se realiza dentro del mercado objetivo.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Observación: En la tabla anterior, se determina las fuentes o instrumentos que se utilizará para conocer datos valederos que servirán para la puesta en marcha de la nueva empresa de transporte de (FURGONETAS C2 VIP), y contar con un panorama claro sobre el mercado objetivo.

1.2.1.4 Diseño y recolección de información

Una vez determinado el mercado objetivo, para conocer la perspectiva del mismo se realiza el diseño de una encuesta, la cual permitirá conocer información relevante para la puesta en marcha del plan de negocios.



CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA, DIRECCIONADA AL MERCADO OBJETIVO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE (FURGONETAS C2 VIP)

Objetivo: Conocer por parte del mercado objetivo, si están dispuestos a utilizar el servicio de la nueva empresa de transporte furgonetas C2 VIP, de igual manera definir las características que les gustaría que presente del servicio y el precio que estarían dispuestos a pagar.

I. Información general

1. ¿Datos generales?

a) Edad:

b) Género

Masculino ☐

Femenino ☐

2. ¿Cree usted que viajar en una furgoneta con una cierta cantidad personas es más placentera?

Sí ☐

No ☐

3. ¿Cree usted que alquilar un servicio de transporte de furgoneta es más económico que utilizar el transporte público considerando los beneficios que le ofrece?

Sí ☐

No ☐

4. ¿Le agradaría que exista una nueva empresa de alquiler de transporte turístico VIP, dentro de la ciudad de Quito, misma que tendrá un chofer y un ayudante guía?

Sí ☐

No ☐

5. ¿Cuál de los siguientes servicios estaría dispuesto adquirir?

Furgonetas C2 VIP un día ☐

Furgonetas C2 VIP dos días ☐

Furgoneta C2 VIP tres días ☐

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios Furgonetas C2 VIP para quince personas?

Furgonetas C2 VIP un día \$150,00 a \$180,00 ☐

Furgonetas C2 VIP dos días \$300,00 a \$350,00 ☐

Furgoneta C2 VIP tres días \$ 500,00-\$600,00 ☐

7. ¿Al adquirir el servicio de Furgonetas C2 VIP, usted la utilizaría con?

Familiar ☐

Empresarial ☐

Amistades o amigos ☐

8. ¿Al contratar el servicio de Furgonetas C2 VIP, usted utilizaría para realizar turismo en la región?

Sierra ☐

Costa ☐

Oriente ☐

9. ¿Qué cualidad usted, toma en cuenta al solicitar un servicio de Furgonetas C2 VIP?

Calidad ☐

Tiempo ☐

Precio ☐

10. ¿Con que frecuencia usted contraria el servicio de Furgonetas C2 VIP?

Trimestral ☐

Semestral ☐

Anual ☐

11. ¿La nueva empresa bajo que medios de comunicación le gustaría que se informe sobre sus servicios?

Redes sociales ☐

Página web ☐

Publicidad tradicional (trípticos, vallas publicitarias) ☐

Gracias por la atención

Observación: Las encuestas están realizadas en relación a las cuatro p de marketing, como es el producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

1.2.1.5 Análisis e interpretación

1. ¿Datos generales?

a) Edad

Tabla N.- 7 Edad

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
22-30	15	4
31-40	201	52
41-50	102	27
51 en adelante	66	17
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

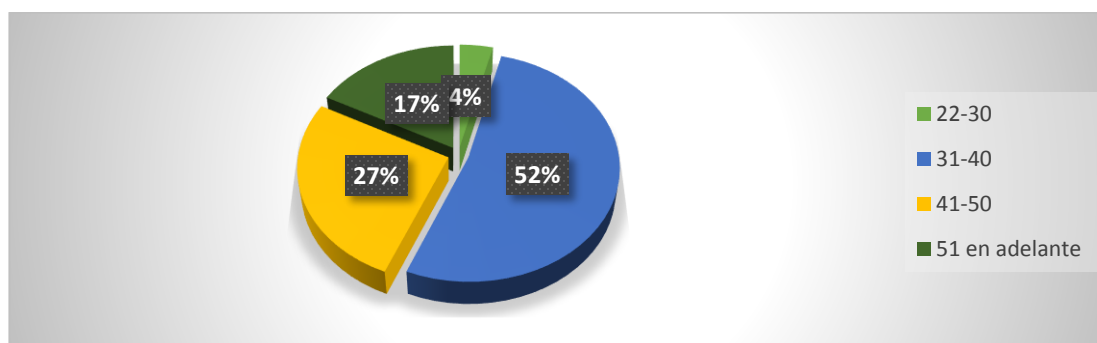


Gráfico N.- 1 Edad

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

La edad del público encuestado oscila entre los 31 a los 40 años. De acuerdo a los resultados, se puede observar que la población económicamente activa fluctúa en ese rango de edades, debido a que en esa etapa empieza a manifestarse el auge del ciclo productivo del hombre.

Interpretación

Se puede observar que la población económicamente activa fluctúa en ese rango de edades, debido a que en esa etapa empieza a manifestarse el auge del ciclo productivo del hombre.

b) Género

Tabla N.- 8 Género

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	69	18
Masculino	315	82
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

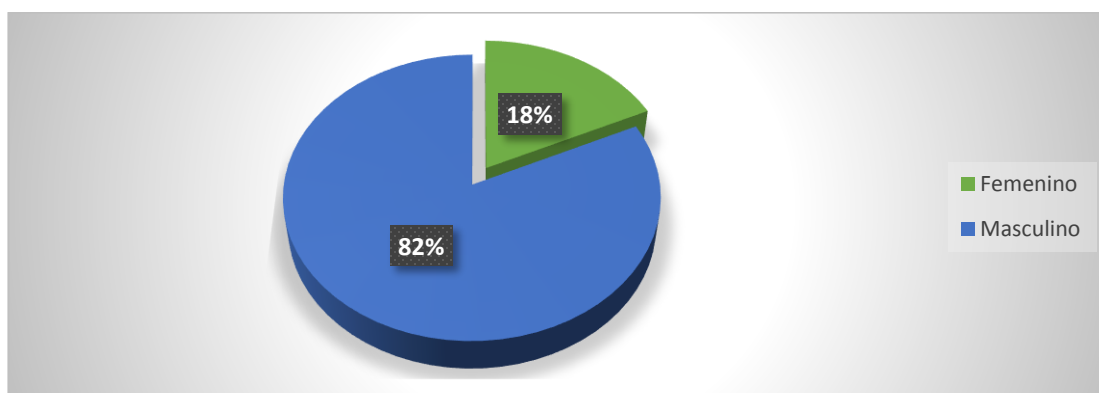


Gráfico N.- 2 Género

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

En esta pregunta se puede observar que un contundente porcentaje de 82% lo integra el género masculino, mientras que un reducido margen lo conforma el género femenino. De acuerdo con estos resultados, se puede inducir que existe todavía una brecha intergeneracional que es muy necesario reducirla al máximo posible.

Interpretación

A pesar de que el género femenino ha logrado escalar muy altas posiciones en la sociedad actual, aún está relegada su participación. Se reitera que es urgente reducir estas brechas ofreciendo y promoviendo igualdad de oportunidades.

2. ¿Cree usted que viajar en una furgoneta con una cierta cantidad personas es más placentera?

Tabla N.- 9 Cree usted que viajar en una furgoneta es más placentera

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	320	83
No	64	17
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

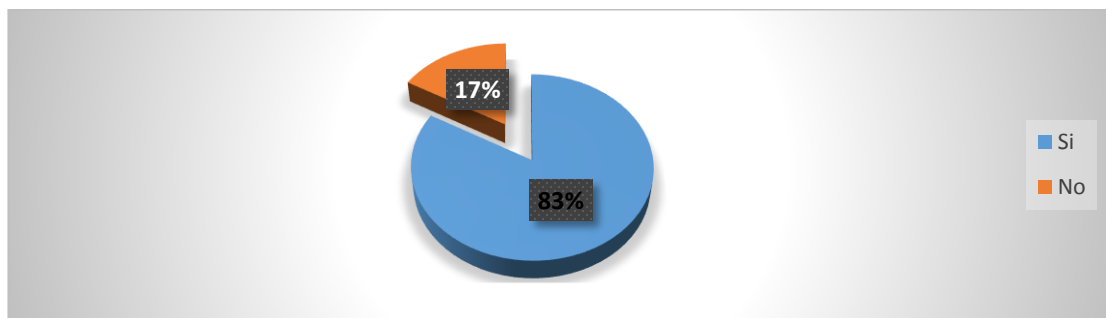


Gráfico N.- 3 Cree usted que viajar en una furgoneta es más placentera

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

Una muy considerable cifra con el 83% está de acuerdo en que los viajes en furgoneta son cómodos y agradables, además que viajar en grupo es mejor que hacerlo solo. De acuerdo con este resultado, entonces, se puede inducir que la furgoneta es un medio de transporte que tiene mayor preferencia por sobre el bus, el taxi y el propio transporte privado.

Interpretación

Este es un detalle muy importante, puesto que el público que fluctúa entre los 30 a los 40 años de edad, está en la plenitud de sus facultades para conducir y efectuar largos viajes por esta forma, sin embargo, esta cifra prefiere transportarse sin conducir un automotor independiente.

3. ¿Cree usted que alquilar un servicio de transporte de furgoneta es más económico que utilizar el transporte público considerando los beneficios que le ofrece?

Tabla N.- 10 Cree usted que alquilar un servicio de transporte de furgoneta es más económico

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	354	92
No	30	8
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

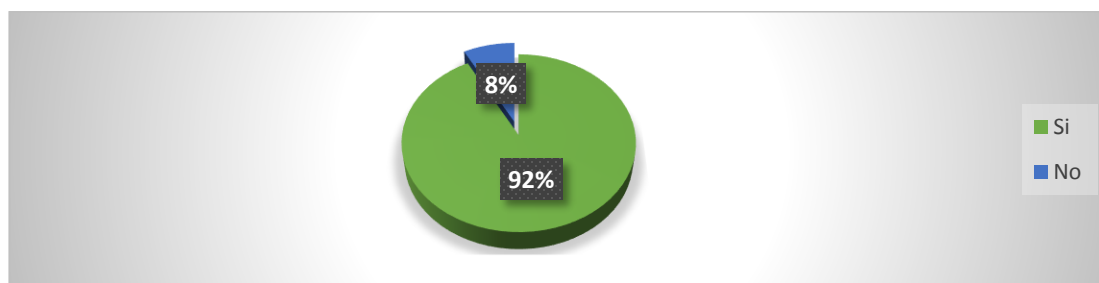


Gráfico N.- 4 Cree usted que alquilar un servicio de transporte de furgoneta es más económico

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

Prácticamente la totalidad de los encuestados manifestó estar de acuerdo con los beneficios que ofrece transportarse en furgoneta en un 92%; comodidad y economía. Este grupo manifiesta que el transporte en furgoneta es una muy buena alternativa, tanto dentro como fuera de la ciudad.

Interpretación

En todo medio de transporte el usuario busca los factores anteriormente señalados, añadiéndose además la seguridad y la rapidez, todos estos aspectos se integran para que el servicio de furgonetas sea ampliamente demandado.

4. ¿Le agradaría que exista una nueva empresa de alquiler de transporte turístico VIP, dentro de la ciudad de Quito, misma que tendrá un chofer y un ayudante guía? Si su respuesta es SI, continúe con la encuesta, caso contrario se agradece por la información brindada.

Tabla N.- 11 Le agradaría que exista una nueva empresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	333	87
No	51	13
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

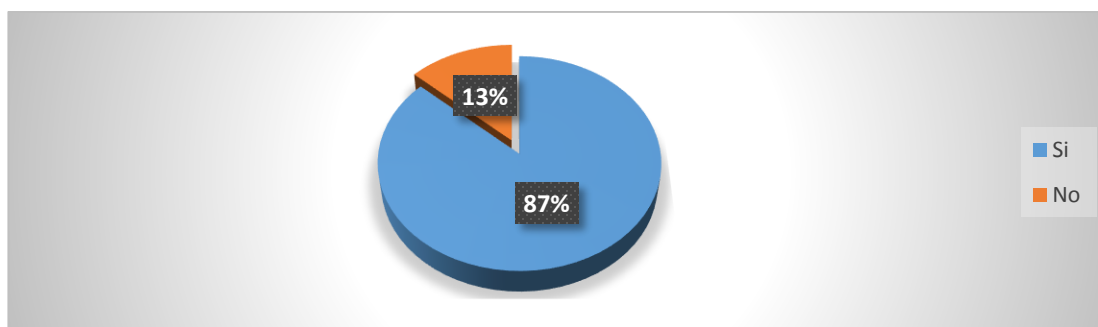


Gráfico N.- 5 Le agradaría que exista una nueva empresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Al igual que las respuestas anteriores, los entrevistados expresaron en un 87% su aprobación de la apertura de una empresa de transporte conformada únicamente por furgonetas, la misma que será de categoría VIP. Al contar con un chofer y con un ayudante guía.

Interpretación

La empresa tendrá absoluta confianza debido a que contará con un personal estricta y altamente capacitado, el mismo que brindará una atención personalizada al pasajero haciendo que su viaje sea cómodo, rápido y seguro.

5. ¿Cuál de los siguientes servicios estaría dispuesto adquirir?

Tabla N.- 12 Servicios a adquirir

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Furgonetas C2 VIP un día	120	36
Furgonetas C2 VIP dos días	180	54
Furgoneta C2 VIP tres días	33	10
TOTAL	333	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

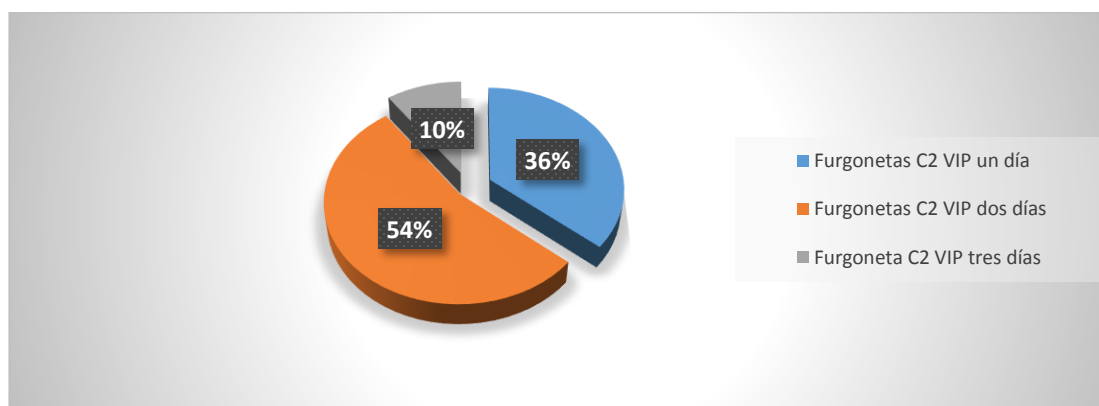


Gráfico N.- 6 Servicios a adquirir

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

Una aceptable mayoría de entrevistados con el 54%, respondió que les gustaría acogerse al servicio de furgonetas C2 VIP por dos días. Lo interesante de esta pregunta radica en que el menor porcentaje de los entrevistados optaría por contratar la misma furgoneta por un lapso de tiempo de tres días.

Interpretación

Si es un servicio de categoría VIP, entonces es altamente costoso y sin embargo, existen personas que están dispuestas a pagar a cambio de recibir un excelente servicio y siempre o casi siempre este grupo es muy minoritario.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios Furgonetas C2 VIP para quince personas?

Tabla N.- 13 Dispuesto a pagar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Furgonetas C2 VIP un día, entre \$150,00 a \$180,00	100	30
Furgonetas C2 VIP dos días, entre \$300,00 a \$350,00	168	50
Furgoneta C2 VIP tres días, entre \$ 500,00-\$600,00	65	20
TOTAL	333	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

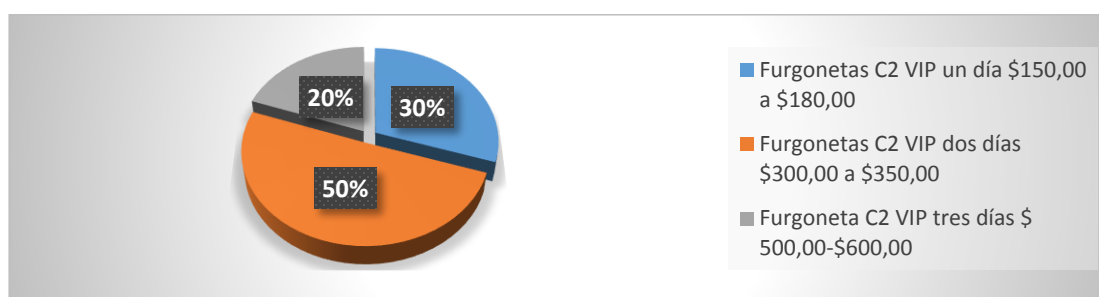


Gráfico N.- 7 Dispuesto a pagar

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

Las cifras de estos resultados son bastante análogas a las de la pregunta anterior. Las tarifas por el servicio de mayor preferencia son relativamente altas, sin embargo, hay mucha gente que está dispuesta a pagar esas tarifas a cambio de que la empresa les garantice un excelente y seguro servicio en un 50%.

Interpretación

Existe conciencia de que lo bueno efectivamente cuesta y en consecuencia vale la pena efectuar un desembolso al saber que a cambio se está adquiriendo seguridad, comodidad y calidad. Con respecto al grupo que está dispuesto a efectuar una inversión más alta, se puede observar que este ha aumentado el doble, sin embargo, sigue siendo una minoría que está en condiciones de pagar un alto valor a cambio de un servicio excelente.

7. ¿Al adquirir el servicio de Furgonetas C2 VIP, usted la utilizaría con?

Tabla N.- 14 Con quien utilizaría el servicio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familiar	258	77
Empresarial	60	18
Amistades o amigos	15	5
TOTAL	333	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

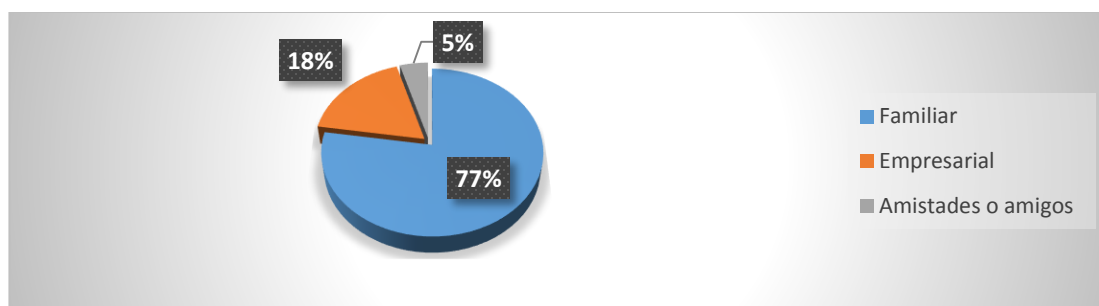


Gráfico N.- 8 Con quien utilizaría el servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayor parte de los entrevistados contestó que el servicio lo destinaría al uso familiar en un 77%, mientras que una cifra mucho menor la destinaría al uso empresarial y apenas una muy pequeña cifra lo usaría para encuentros y excursiones con amistades. Los resultados de esta pregunta revelan datos muy interesantes: Al ser la mayoría de encuestadas personas cuya edad fluctúa entre los 30 y los 40 años, es este un período en el que se hace responsable de la carga familiar a un nivel intenso, y, por lo tanto, es un período enteramente dedicado a la familia.

Interpretación

Además de lo anterior, la gente ya no tiene una alta carga familiar y comparte su tiempo con amistades cercanas y afines. En lo que respecta al uso “empresarial”, resulta raro que haya una cifra considerablemente menor que está dispuesta a efectuar un gasto relativamente alto, cuando por la categoría misma de “empresarial”, se está en capacidad de efectuar altas inversiones.

8. ¿Al contratar el servicio de Furgonetas C2 VIP, usted utilizaría para realizar turismo en la región?

Tabla N.- 15 Usted utilizaría para realizar turismo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sierra	102	31
Costa	160	48
Oriente	71	21
TOTAL	333	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

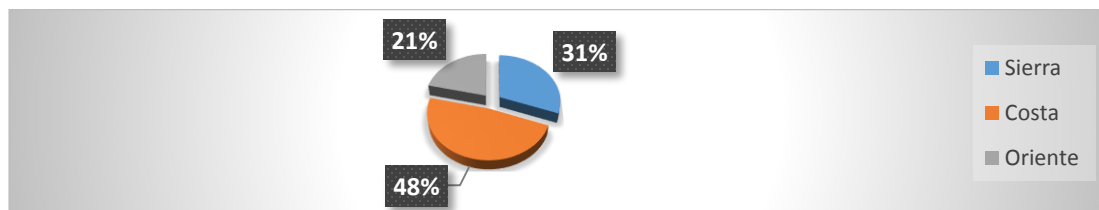


Gráfico N.- 9 Usted utilizaría para realizar turismo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

Una alta cifra de encuestados ha manifestado que el 48% le gustaría alquilar los servicios de furgonetas VIP para desplazamientos en la región Costa, mientras que los desplazamientos a la región Sierra y a la Amazonía, son relativamente menores mas no menos importantes. La razón de las respuestas puede radicar en que siendo la región costa una zona de alta atracción turística y como la gran mayoría de encuestados prefiere darle al servicio un uso familiar, entonces la respuesta es concordante.

Interpretación

Se puede observar que las preferencias por la región Amazónica coinciden con las opciones que prefieren el uso “empresarial”, algo lógico sería el asumir que son empresas petroleras. El grupo que prefiere la región Sierra podría estar repartido entre quienes prefieren hacer un uso “familiar” y entre quienes prefieren compartir con sus amigos.

9. ¿Qué cualidad usted, toma en cuenta al solicitar un servicio de Furgonetas C2 VIP?

Tabla N.- 16 Qué cualidad usted toma en cuenta

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	155	47
Tiempo	120	36
Precio	58	17
TOTAL	333	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

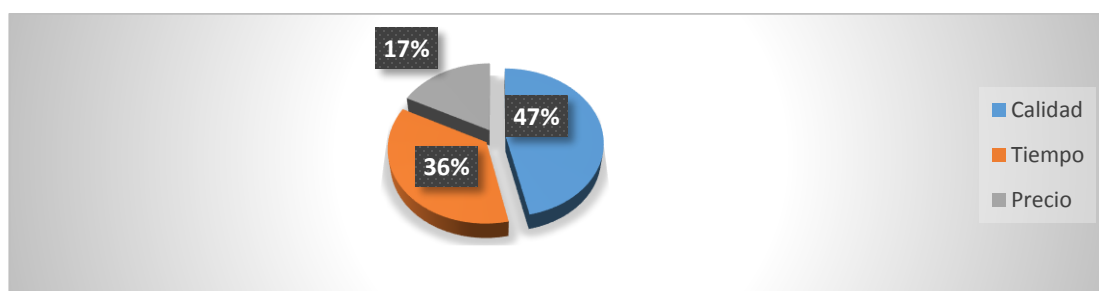


Gráfico N.- 10 Qué cualidad usted toma en cuenta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

La mayoría de los encuestados afirma que el factor que más exigen de las furgonetas VIP es “calidad” en un 47%, un porcentaje medianamente lejano considera que es el “tiempo”. Lo interesante de esta pregunta es que la menor cifra se pronuncia por el factor “precio” y los que dan prioridad al tiempo son igualmente menores.

Interpretación

De acuerdo con ello, lo que el usuario elige es calidad y no le importaría pagar un precio relativamente alto por un servicio de estas características, así como tampoco el tiempo es un factor primordial.

10. ¿Con que frecuencia usted contraria el servicio de Furgonetas C2 VIP?

Tabla N.- 17 Con qué frecuencia usted contraria el servicio

PERIODO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestral	10	3
Semestral	53	16
Anual	270	81
TOTAL	333	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

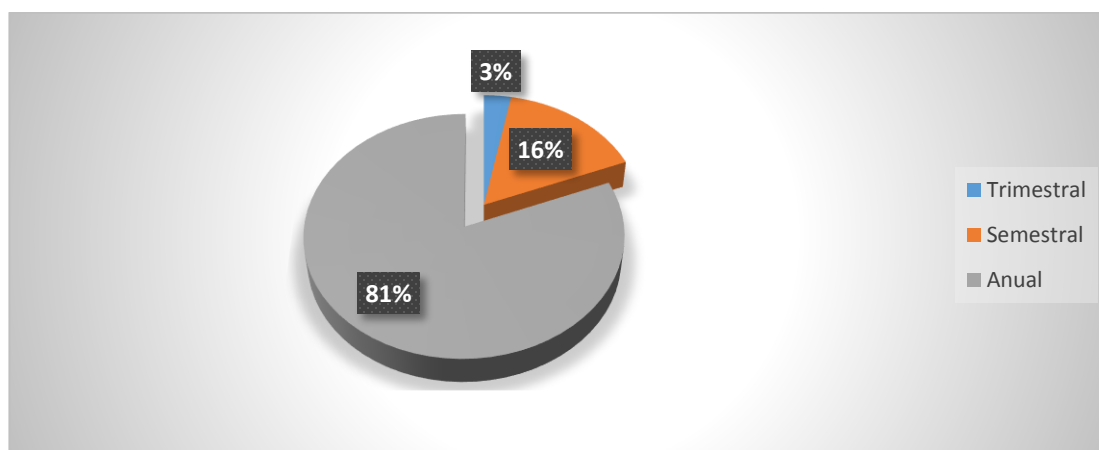


Gráfico N.- 11 Con qué frecuencia usted contraria el servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Casi la mayoría absoluta contesta que contrataría el servicio de furgonetas C2 VIP en un 81% con una frecuencia anual de tiempo, mientras que un muy bajo porcentaje contestó que lo alquilaría “trimestralmente” y el porcentaje restante opta por el alquiler “semestral”.

Interpretación

Como puede verse, se induce que la mayoría de usuarios ven en este servicio un uso de carácter suntuario.

11. ¿La nueva empresa bajo que medios de comunicación le gustaría que se informe sobre sus servicios?

Tabla N.- 18 Medios de información

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	202	61
Página web	72	22
Publicidad tradicional (trípticos, vallas publicitarias)	59	18
TOTAL	333	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

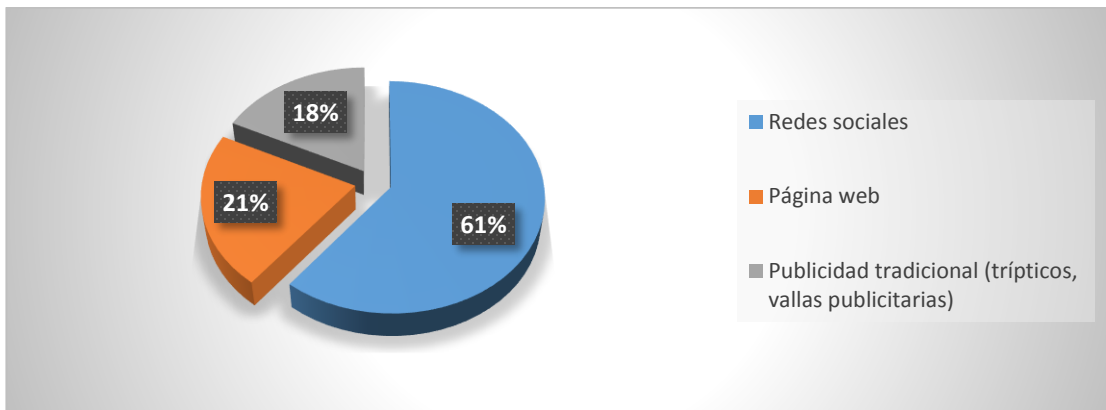


Gráfico N.- 12 Medios de información

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Análisis

De acuerdo con la encuesta realizada se determina que el 61% de las personas dan a conocer que prefieren que se informe sobre el servicio mediante redes sociales, seguido por el 21% página web y, en menor porcentaje con el 18% llamada publicidad tradicional como es trípticos, vallas publicitarias.

Interpretación

La mayoría de usuarios se inclina por las redes sociales, resaltándose la prevalencia de este medio por sobre los convencionales., por lo que es importante determinar esta herramienta para dar a conocer el servicio o producto.

1.2.2 Demanda Potencial

Con los datos obtenidos de la investigación de campo, se puede determinar la demanda potencial para lo cual se toma en cuenta la pregunta N° 4. ¿Le agradaría que exista una nueva empresa de alquiler de transporte turístico VIP, dentro de la ciudad de Quito, misma que tendrá un chofer y un ayudante guía? De esta manera para determinar el cálculo se toma en cuenta los siguientes datos.

Población: 683.997

Aceptación del mercado: 87%

De esta manera se determina que 595.077 hogares están dispuestos a utilizar el servicio.

Demanda potencial en número de servicios

Para el cálculo en número de servicio se toma en cuenta la pregunta N° 10. ¿Con que frecuencia usted contraria el servicio de Furgonetas C2 VIP?, obteniendo así los siguientes resultados.

Tabla N.- 19 Demanda potencial en número de servicios

POBLACIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA	POBLACIÓN OBTENIDA	CANTIDAD DE CONSUMO	DEMANDA N° DE PRODUCTOS
595.077	Trimestral	3,00%	17.852	4	71.409
595.077	Semestral	16,00%	95.212	2	190.425
595.077	Anual	81,00%	482.012	1	482.012
TOTAL		100,00 %	595.077		743.846

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Determinada, la demanda en número de servicios se ejecutará la proyección tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Quito, misma que corresponde al 1,7% anual (Banco Central del Ecuador, 2018). Su cálculo se realiza en base a la siguiente fórmula.

$$Cn = Co (1 + i)^n$$

Tabla N.- 20 Proyección de la demanda en número de servicios

PROYECCION	
AÑO	NÚMERO DE SERVICIOS
2019	743.846
2020	756.491
2021	782.431
2022	823.017
2023	880.425

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.3 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

1.3.1 Análisis del microambiente



Gráfico N.- 13 Fuerzas de Porter

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

En el análisis del microambiente, se define los factores que involucran de manera directa en el desarrollo de la nueva empresa, en relación a las cinco fuerzas de Porter.

❖ **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Dentro de la entrada de nuevos competidores, hace relación al análisis de la competitividad dentro del mercado objetivo que pueden afectar al desarrollo de la empresa. Dentro del plan de negocios, que se dedicará al servicio de transporte (furgonetas C2 VIP), al hablar de la amenaza de entrada de nuevos competidores, se considera como una oportunidad baja, al ingresar nuevas empresas en el mercado, se buscará nuevas alternativas para poder diferenciar y, lo más importante cubrir las expectativas de los clientes potenciales, para lograr una fidelización.

❖ **La rivalidad entre competidores**

La rivalidad entre competidores, se hace la relación de la lucha de las empresas por poder posicionarse dentro del mercado. La rivalidad entre competidores, dentro de la creación de una empresa de transporte (furgonetas C2 VIP), es considerada como una amenaza baja, muchas empresas se encuentran posicionadas dentro del mercado objetivo, sin embargo, al brindar un servicio diferente permitirá que se ingrese dentro de un mercado altamente competitivo, en la siguiente tabla se detalla los principales competidores dentro de la ciudad de Quito.

Tabla N.- 21 Principales competidores

N°	EMPRESAS
1	TRANS MAGIC
2	CARSON RENTACAR
3	LA TOLITA EXPRESS
4	TOUR ECUADOR

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

❖ Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores dentro del desarrollo de una organización son arte fundamental en la entrega de materias primas de calidad. Es importante determinar las empresas competidoras que permitirán brindar un servicio de calidad, de esta manera al brindar un servicio de transporte de (FURGONETAS C2 VIP), se contará con los siguientes proveedores que permitirán contar con unidades modernas, que faciliten cubrir las expectativas de los clientes potenciales.

Tabla N.- 22 Principales proveedores

N°	CONCESIONARIA
1	HYUNDAI
2	CHERY
3	CHANGAN ECUADOR
4	CHEVROLET

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

❖ Poder de negociación de los compradores

Los clientes son parte esencial para el desarrollo de la organización. Dentro del análisis del poder de negociación de los compradores, para brindar el servicio de transporte (FURGONETAS C2 VIP), es considerado como una amenaza baja, al

existir varias empresas ya posicionadas dentro del mercado los compradores ya tienen un lugar donde adquirir un servicio, sin embargo, se puede influir sobre ellos mediante un servicio diferenciador que cubra sus expectativas.

❖ **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

La amenaza de ingresos de productos sustitutos dentro del servicio de furgonetas C2 VIP, es considerado como una amenaza baja, ya que existe varias alternativas para poder transportar y realizar turismo dentro del país, como es mediante, su propio vehículo, transporte público, motocicletas, o cualquier otro medio de transporte.

1.3.2 Análisis del macro ambiente

Dentro del estudio del macro ambiente permitirá determinar los factores, económicos, sociales, legal y tecnológico que afrontará la nueva empresa dentro del mercado objetivo.

❖ **Factor económico**

Dentro del factor económico, se analizará la inflación siendo uno de los principales factores que puede afectar a la nueva empresa, de esta manera la inflación anual en el año 2018 cerró en 0,27% si comparamos con el año 2017 termino en un 10% (Banco Central del Ecuador , 2019). Bajo esta perspectiva se considera como una amenaza baja por no poder controlar al ser un factor externo, puede ocasionar que el precio de los bienes y servicio se incremente afectando de esta manera al consumidor de este tipo de servicios.

❖ **Factor social**

El aspecto social influye en la manera de actuar de cada individuo, por lo que ya tiene un lugar donde desean adquirir un servicio, bajo esta perspectiva se considera como una amenaza baja, sin embargo, al brindar un servicio diferenciador se puede lograr ingresar en la mente de los consumidores, ofertando algo diferente que cubra sus expectativas.

❖ **Factor legal**

Al crear una empresa de transporte (furgonetas C2 VIP), al hablar del factor legal se considera como una oportunidad, se contará con los permisos necesarios para el funcionamiento de la organización, misma que permitirá brindar un servicio de calidad, para lograr un posicionamiento dentro de un mercado altamente competitivo.

También es importante recalcar que existe un apoyo de la entidad financiera pública como es las Corporación Financiera Nacional, que otorga créditos a una tasa accesible para proyectos innovadores.

❖ **Factor tecnológico**

En la actualidad el aspecto tecnológico ha permitido que las empresas mejoren su producción y servicio, con la implementación de nuevas maquinarias y equipos que facilita en el tiempo de procesos, de esta manera al brindar un servicio de transporte (furgonetas c2 VIP), se convierte en una oportunidad media, por la existencia de nuevos vehículos que cuenta con un estilo avanzado, para la mejor comodidad de los pasajeros.

Análisis de la matriz Evaluación Factores Externos

Dentro de la matriz de evaluación de factores externos, se puede conocer las oportunidades y amenazas que afrontará la nueva organización, dentro del mercado de la ciudad de Quito.

Tabla N.- 23 Matriz de evaluación de factores externos

FACTOR EXTERNO	Ponderación	Calificación	Total, Ponderado
OPORTUNIDAD			
Variedad de proveedores.	15%	3	0,45
Contar con los permisos de funcionamiento.	20%	4	0,8
Tecnología avanzada para brindar el servicio.	20%	4	0,8
Brindar un servicio de calidad.	15%	3	0,45
AMENAZA			
Competencia alta del mercado objetivo.	5%	1	0,05
Negociación con los compradores.	10%	2	0,2
Productos sustitutos alta .	5%	1	0,05
Crecimiento del índice inflacionario.	10%	2	0,2
TOTAL	100%	20	3,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se obtiene una calificación más alta de la media misma que corresponde a 3 determinado que existe mayores factores de oportunidad que amenaza, para el funcionamiento de la organización.

Análisis de la matriz Evaluación Factores Internos

La matriz de evaluación de factores internos se podrá determinar las fortalezas y debilidades, que tendrá la organización.

Tabla N.- 24 Matriz de evaluación de factores internos

FACTOR INTERNO	Ponderación	Calificación	Total, Ponderado
FORTALEZAS			
Brindar un producto de calidad y personalizado.	21%	4	0,84
Contar con una filosofía empresarial.	16%	3	0,47
Presentar un personal capacitado	21%	4	0,84
Alternativas de servicio	16%	3	0,47
DEBILIDADES			
Ser una empresa nueva en el mercado.	5%	1	0,05
No realizar una publicidad adecuada.	11%	2	0,21
No presentar una aceptación por parte del mercado objetivo.	11%	2	0,21
TOTAL	100%	19	3,11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Se obtuvo una calificación ponderado de 3,11 encontrándose por encima de la media que equivale a 2,5 determinando de esta manera que se presenta mayores fortalezas que debilidades, factores a tomar en cuenta para mejorar ciertos procesos de servicio.

1.3.3 Proyección de la oferta

El cálculo de la oferta se realiza en relación a la competencia en relación al número de servicio que brindan de manera anual, obteniendo así los siguientes resultados.

Tabla N.- 25 Número de servicios que brinda la competencia

N°	EMPRESAS	N° DE SERVICIOS
1	TRANS MAGIC	8.000
2	CARSON RENTACAR	7.500
3	LA TOLITA EXPRESS	6.500
4	TOUR ECUADOR	10.200
	TOTAL	32.200

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Observación: La oferta esta calcula en relación a la competencia, es decir al número de servicios que brindan de manera anual, información que se obtuvo utilizando el método de observación.

De esta manera se determina que la competencia brinda de forma anual 32.200 servicios, para la proyección se toma en cuenta la tasa de crecimiento del sector de transporte que corresponde al 5,1% de manera anual, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula. Banco Central del Ecuador, 2018.

Tabla N.- 26 Proyección de la oferta en número de servicios

PROYECCION	
AÑO	NÚMERO DE SERVICIOS
2019	32.200
2020	33.842
2021	37.382
2022	43.398
2023	52.952

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.4 Demanda Potencial Insatisfecha

Una vez determinado las proyecciones de mercado como es la demanda y la oferta, se determina la demanda insatisfecha existente dentro del mercado objetivo que pretende atacar la nueva empresa.

Tabla N.- 27 Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI/AÑO	DPI/DÍA
2019	743.846	32.200	711.646	1.977
2020	756.491	33.842	722.649	2.007
2021	782.431	37.382	745.049	2.070
2022	823.017	43.398	779.619	2.166
2023	880.425	52.952	827.473	2.299

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.5 Promoción y publicidad que se realizará (Canales de comunicación).

Para dar a conocer el servicio de transporte de furgonetas c2 VIP, empleará el siguiente plan de medios. donde se detalla las herramientas de publicidad que se manejará.

Tabla N.- 28 Plan de medios publicitarios

Etapas	Presupuesto
Diseño de la página web y mantenimiento.	1.500,00
Sistema de manejo redes sociales.	1.200,00
Publicidad tradicional (trípticos, vallas publicitarias).	1.200,00
TOTAL	\$3.900,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.6 Sistemas de distribución a utilizar. (Canales de distribución)

El nuevo servicio que se dedicará a brindar un servicio de transporte, furgonetas c2 VIP, utilizará el canal directo, es decir empresa – cliente o consumidor, como se refleja en la siguiente figura.



Gráfico N.- 14 Sistema de distribución

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.7 Seguimiento de clientes

El cliente es parte principal para el desarrollo y la sostenibilidad de la nueva organización, para la cual se basará en los siguientes parámetros.

- ❖ Se dará un seguimiento al cliente, mediante un buzón electrónico, donde se podrá ingresar sus sugerencias para mejorar el servicio.
- ❖ Se realizará una encuesta de manera física, para conocer sobre la aceptación de nuevos servicios.
- ❖ Se brindará ofertas especiales mediante el análisis de la frecuencia del uso del servicio.
- ❖ Se entregará material POP, como una forma de fidelización y reconocimiento del servicio que presta la organización.

1.8 Especificar mercados alternativos

Una vez que la organización presente la acogida por parte del mercado objetivo logrando un posicionamiento, se buscará implementar dicho producto en otras ciudades del Ecuador, para la cual se realizará en primera instancia un estudio de mercado para conocer si tendrá la acogida respectiva.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio

Dentro de la descripción del proceso, se realiza en relación al servicio que brindará la organización como es el proceso de servicio.

Proceso de servicio

- ❖ **Cliente.** – El cliente, solicita información sobre el servicio de transporte de furgonetas C2 VIP.
- ❖ **Atención al cliente.** - Es la persona encarga de informar los servicios que brinda la organización, así como los valores y la forma de pago, al que puede acceder el cliente.
- ❖ **Cliente.** - El cliente decide, si desea el servicio, si su respuesta es negativa, se da conocer varias alternativas y, se agradece por acudir a la organización.
- ❖ **Atención al cliente.** -Una vez que el cliente decide por el servicio, se firma un contrato donde se detalla los días de alquiler, así como la hora de salida, dependiendo el lugar al qué va visitar.

- ❖ **Cliente.** - Cliente firma el contrato y realiza el pago, mismo que es estipulado al momento de firmar el contrato.
- ❖ **Atención al cliente.** – Emite la factura respectiva del servicio, así como archivar el contrato.
- ❖ **Cliente.** – Recibe la factura, así como el cronograma de salida del viaje.
- ❖ **Atención al cliente.** - Archiva el documento, y coordinada de manera interna la salida del transporte C2 VIP.

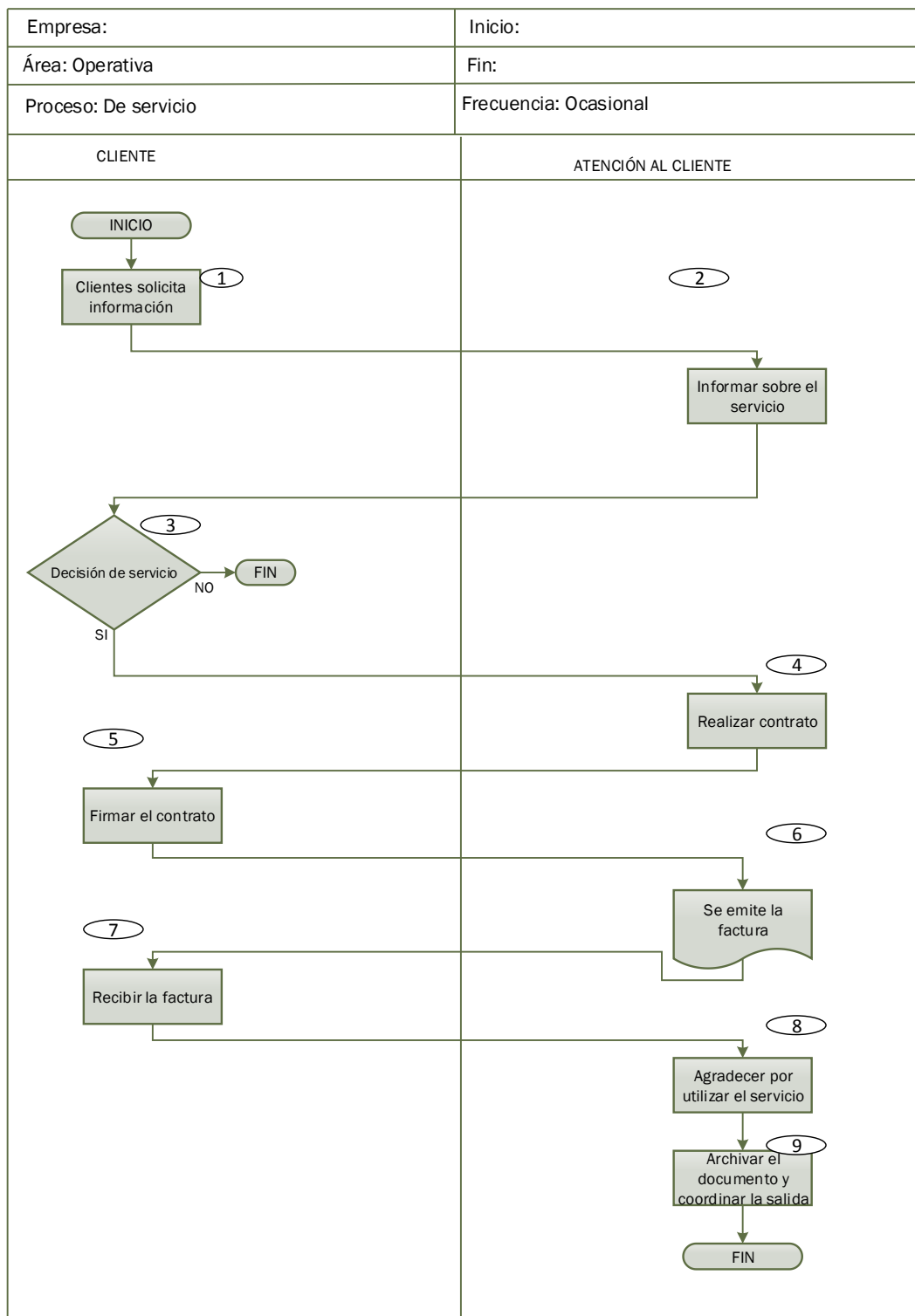


Gráfico N.- 15 Flujograma de proceso de servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

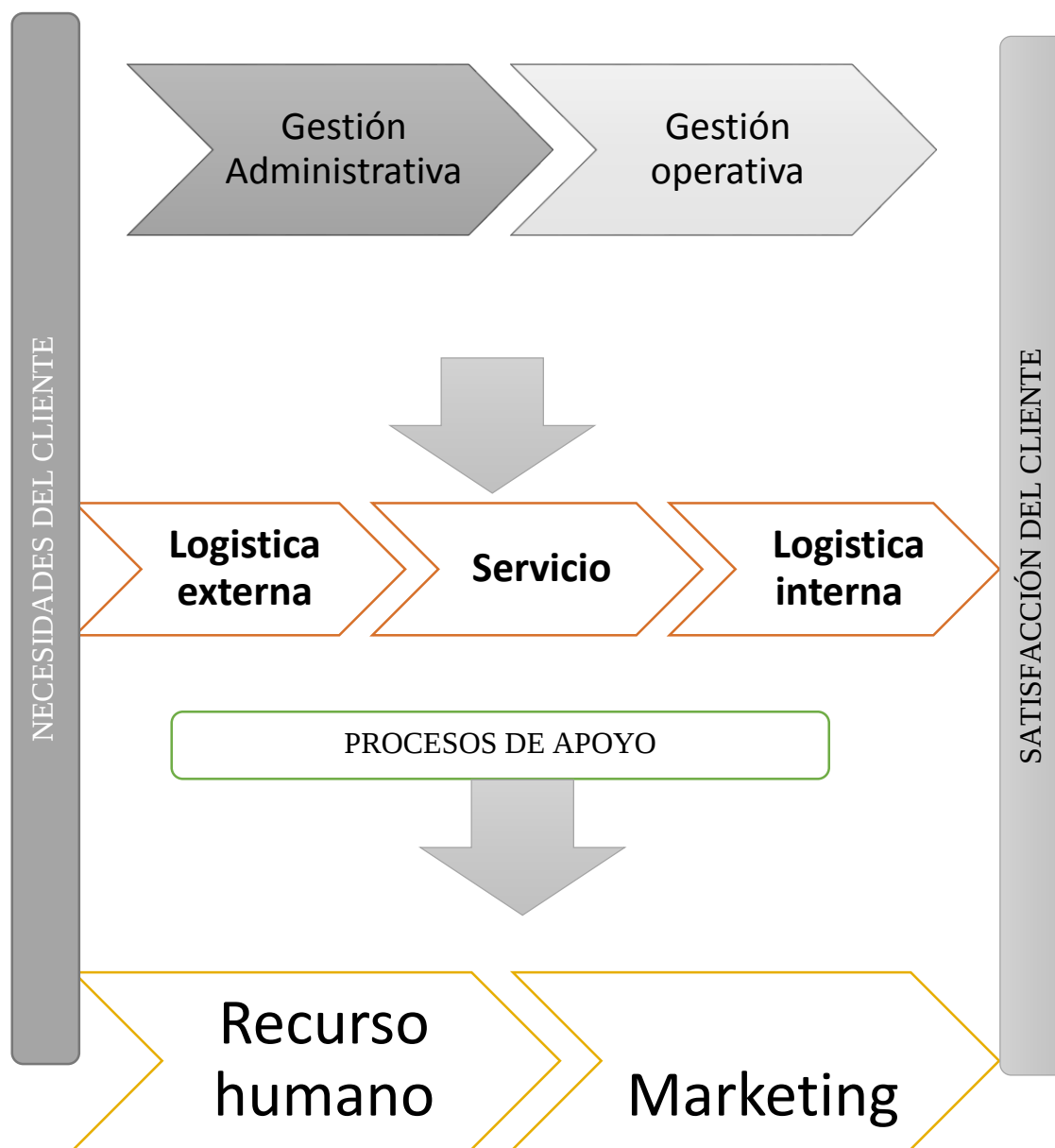


Gráfico N.- 16 Mapa de procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

Instalaciones

Es importante detallar las instalaciones con las que contará la nueva empresa, misma que se dedicará a brindar un servicio de transporte de furgonetas C2 VIP, misma que corresponde a 800 metros cuadrados, divididos en área administrativa, área de ventas, atención al cliente, sala de estar y, el parqueadero para las furgonetas C2 VIP.

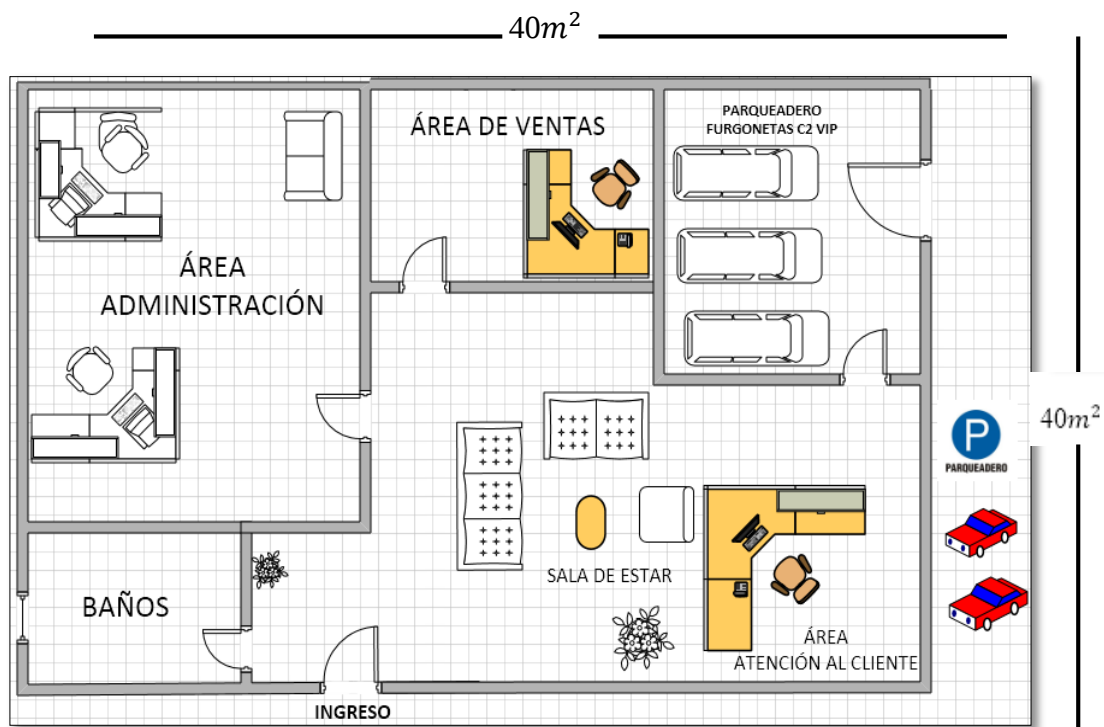


Gráfico N.- 17 Distribución de planta

Fuente: (García, 2012, pág. 22)

Elaborado por: La Autora

Descripción de equipos

Se detalla la descripción de los equipos necesarios que permitirá brindar un servicio de calidad, cubriendo las expectativas de los clientes potenciales.

Tabla N.- 29 Descripción de equipos

EQUIPOS	ACTIVIDAD/USO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora de escritorio.	Permite realizar la actividad administrativa.	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Computadora laptop.	Permite realizar las diferentes actividades del área de ventas	2	\$600,00	\$1.800,00
Impresora Samsung	Facilitará para la impresión de documentos de facturación.	1	\$ 420,00	\$400,00
Impresora Samsung	Facilitará para la impresión de documentos del área administrativa y de ventas	1	\$420,00	\$400.,00
TOTAL				\$ 3.500,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Observación: Es necesario contar con dos impresoras para poder brindar un servicio de calidad, la cual permitirá realizar el proceso en menor tiempo tanto en el área de facturación y en el área administrativa y de ventas.

Descripción de personas

Es importante determinar el recurso humano necesario, que permitirá brindar un servicio de calidad.

Tabla N.- 30 Descripción de personas

ACTIVIDAD	TIEMPO (HORAS)	N° PERSONAS	HORAS /HOMBRE
ÁREA ADMINISTRATIVA		2	
• Administrador • Representante legal de la empresa. • Plantear estrategias para el surgimiento, de la organización. • Hacer cumplir las políticas de la organización.	8	1	8
• Secretaria/ contadora • Apoyar al departamento administrativo. • Facturar el servicio. • Llevar el manejo contable de la organización.	8	1	8
ÁREA OPERATIVA		23	
• Vendedor • Ser imagen de la empresa. • Dar a conocer el servicio. • Cerrar la negociación. • Informar las formas de pago con las que cuenta la organización.	8	2	8
• Chofer • Perona encargada de conducir el transporte furgonetas VIP. • Ser responsable en su labor. • Mostrar respeto hacia los clientes, • Verificar el mantenimiento de la unidad.	8	10	8
• Asistente de servicio • Dar la bienvenida al cliente. • Guardar los equipajes. • Brindar un servicio de alimentación.	8	10	8

ACTIVIDAD	TIEMPO (HORAS)	Nº PERSONAS	HORAS /HOMBRE
Asistencia de limpieza - Mantener las instalaciones de la empresa limpia. - Verificar los puestos de trabajo que se encuentren limpios	8	1	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.1.3 Tecnología a aplicar

Dentro de la tecnología aplicar para el servicio de transporte (furgonetas C2 VIP), dentro de la ciudad de Quito, se implementará un software o paquete administrativa que permita llegar un control eficiente de los procesos administrativos de ventas y facturación.

2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.2.1 Ritmo de producción

El ritmo de producción permitirá validar cuantos servicios podría brindar la organización, misma que contará con 10 unidades de furgonetas C2 VIP, como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla N.- 31 Capacidad de producción

ACTIVIDAD	N° DE FURGONETAS	CARGO	No. PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	RITMO DE TRABAJO
Servicio de furgonetas C2 VIP un día.	4	Chofer/asistente de servicio.	8	1 día	Moderado
Servicio de furgonetas C2 VIP dos días	5	Chofer/asistente de servicio.	10	2 días	Moderado
Servicios de furgoneta C2 VIP tres días	1	Chofer/asistente de servicio.	2	3 días	Moderado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar se brindarán, el servicio de Furgonetas C2 VIP un día, furgonetas C2 VIP dos días y furgoneta C2 VIP tres días, contando con el recurso humano suficiente para brindar un servicio de calidad.

2.2.2 Nivel de inventario promedio

Para la nueva organización, que brindará un servicio de transporte (furgonetas C2 VIP), no es necesario contar con un inventario promedio, por ser una actividad de servicios.

2.2.3 Número de trabajadores

En la siguiente tabla se detalla el número de trabajador por cada área como es la administrativa y operativa como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla N.- 32 Número de trabajadores

CARGO	Nº RECURSO HUMANO	FUNCIONES	COSTO FIJO	COSTO VARIBALE
Administrador	1	- Representante legal de la empresa. - Plantear estrategias para el surgimiento, de la organización. - Hacer cumplir las políticas de la organización.	✓	
Secretaria/ contadora	1	- Apoyar al departamento administrativo. - Facturar el servicio. - Llevar el manejo contable de la organización. .	✓	
Vendedor	2	- Ser imagen de la empresa. - Dar a conocer el servicio. - Cerrar la negociación. - Informar las formas de pago con las que cuenta la organización.	✓	
Chofer	10	- Perona encargada de conducir el transporte furgonetas VIP. - Ser responsable en su labor. - Mostrar respeto hacia los clientes, - Verificar el mantenimiento de la unidad.	✓	
Asistente de servicio	10	- Dar la bienvenida al cliente. - Guardar los equipajes. - Brindar un servicio de alimentación	✓	
Asistencia de limpieza		- Mantener las instalaciones de la empresa limpia. - Verificar los puestos de trabajo que se encuentren limpios	✓	
Total	24			

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.3.1 Capacidad de Producción Futura

La capacidad de producción permitirá, validar el número de servicios que se podrá brindar cada año del proyecto, para la cual se detalla la siguiente tabla, de acuerdo al recurso humano y los vehículos disponibles.

Tabla N.- 33 Capacidad futura por productos

PORCENTAJES DE SERVICIO	NÚMERO DE VEHÍCULOS	SERVICIOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
				80%	85%	90%	95%	100%
36%	4	Furgonetas C2 VIP un día	1.056	845	898	950	1003	1056
54%	5	Furgonetas C2 VIP dos días	480	384	408	432	456	480
10%	1	Furgoneta C2 VIP tres días	60	48	51	54	57	60
100%	10	N° de servicios	1.596	1.277	1.357	1.436	1.516	1.596

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

El plan de negocios al dedicarse a brindar un servicio de transporte (furgonetas C2 VIP), no es necesario presentar materia prima ni grado de sustitución, sin embargo, es necesario detallar el número de vehículos.

Tabla N.- 34 Especificar materias primas

N°	DETALLE	GRADO DE SUSTITUCIÓN ALTA
1	Vehículos furgonetas	Remplazo de vehículos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.5 CALIDAD

2.5.1 Método de control de calidad

Dentro del control de calidad para el nuevo servicio de transporte (furgonetas C2 VIP), se implementará un software administrativo, misma que facilitará para brindar un servicio de calidad, a través del manejo eficiente del área administrativa y operativa.

Aplicación Método de Control de Calidad de Pareto

Dentro del plan de negocios para la creación de una empresa de transporte (furgonetas c2 vip), para mantener la calidad en el servicio se manejará el método de control de calidad de Pareto, es decir es un recurso que es utilizado para establecer una ordenación de las causas de pérdidas que deben ser sanadas para la cual se empleará la siguiente grafica que servirá para la toma de decisiones.

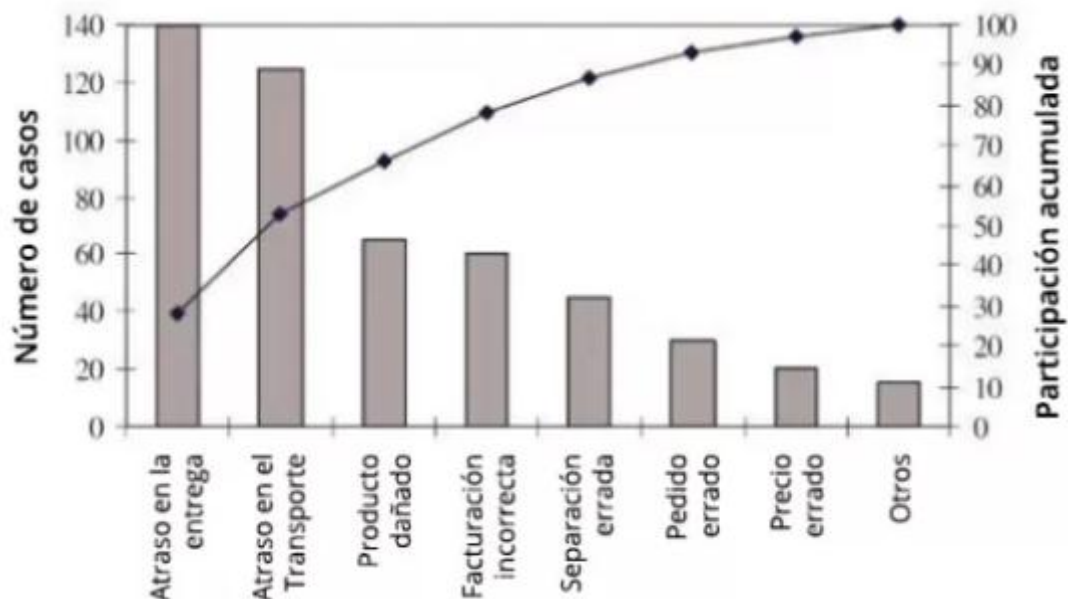


Gráfico N.- 18 Método de Control de Calidad de Pareto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

2.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Es importante detallar las normas de seguridad e higiene ocupacional, que deberá implementar la nueva organización, misma que busca el bienestar del recurso humano que es parte clave para la sostenibilidad de la organización.

“La seguridad ocupacional está regida por el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, cuya finalidad es de prevenir accidentes en las instalaciones de la nueva organización” (Decreto Ejecutivo , 2003). Bajo este parámetro es importante que la infraestructura de la organización este normada con la señalética adecuada para no causar daño al cliente interno y externo.

Al brindar un servicio vehicular, es importante que cuente con todos los permisos de funcionamiento, y lo más importante es que presente las revisiones vehiculares que exigen la Agencia Metropolitana de Transito, cada cierto periodo, para de esta manera salvaguardar las vidas humanas, para de esta manera garantizar un servicio de calidad.

La norma ISO 45001

Las normas ISO 45001, hace referencia a mejorar el desempeño en materia de seguridad y Salud en el trabajo, es decir que ayuda a mitigar los riesgos permitiendo seguridad para el recurso humano de las organizaciones, es decir que se exige estándares de seguridad avanzadas, para que el personal cuente con toda la seguridad y pueda maximizar su productividad con el objetivo de mantener el crecimiento de la empresa.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.1.1 Visión de la Empresa

“Se determina como visión a la imagen de la organización en el futuro, que tiene como objetivo posicionarse dentro de un mercado altamente competitivo” (Matilla, 2013, pág. 81).

“Para el año 2023 ser una empresa líder en servicios de transporte (furgonetas C2 VIP) dentro del mercado objetivo de la ciudad de Quito contando con unidades de primera para cubrir las expectativas de los clientes”

3.1.2 Misión de la Empresa

“La misión como la descripción de la actividad a la que se dedica una organización con el objetivo de cubrir una necesidad dentro del mercado” (Etzel, 2013, pág. 31).

“Somos una empresa que presta el servicio de transporte (Furgonetas C2 VIP), con unidades modernas y recurso humano calificado a las exigencias de los clientes”

3.1.3 Análisis F.O.D.A

El FODA, es una matriz que permitirá determinar, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con los que contará la nueva organización dentro de su mercado objetivo que es altamente competitivo.

Tabla N.- 35 Análisis F.O.D.A

	POSITIVAS	NEGATIVAS
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNAS	❖ Brindar un producto de calidad y personalizado. ❖ Contar con una filosofía empresarial. ❖ Presentar un personal capacitado ❖ Alternativas de servicio	❖ Ser una empresa nueva en el mercado. ❖ Problemas al realizar una publicidad. ❖ Poca aceptación por parte del mercado objetivo.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNAS	❖ Variedad de proveedores. ❖ Contar con los permisos de funcionamiento. ❖ Tecnología avanzada para brindar el servicio. ❖ Brindar un servicio de calidad.	❖ Competencia alta del mercado objetivo. ❖ Negociación con los compradores. ❖ Productos sustitutos alta. ❖ Crecimiento del índice inflacionario.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.2.1. Organigrama de la empresa

Se define al organigrama de la nueva empresa misma que brindará un servicio de transporte (Furgonetas C2 VIP).

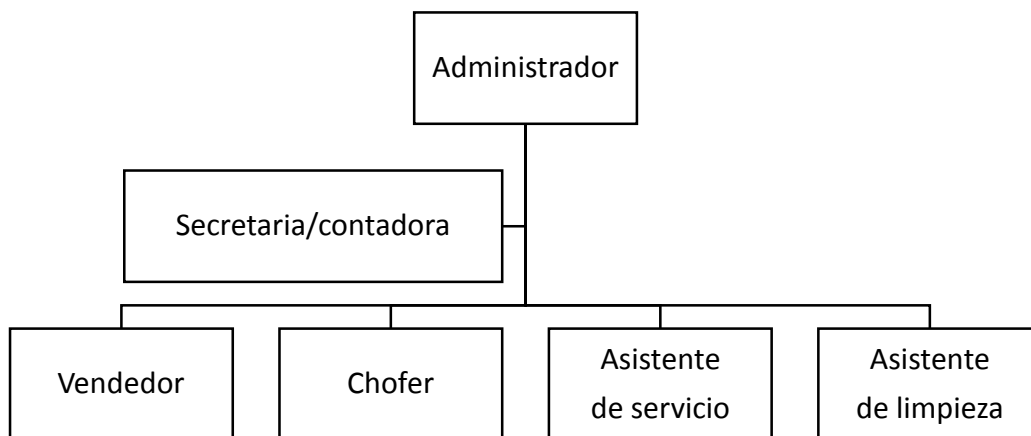


Gráfico N.- 19 Organigrama de la empresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

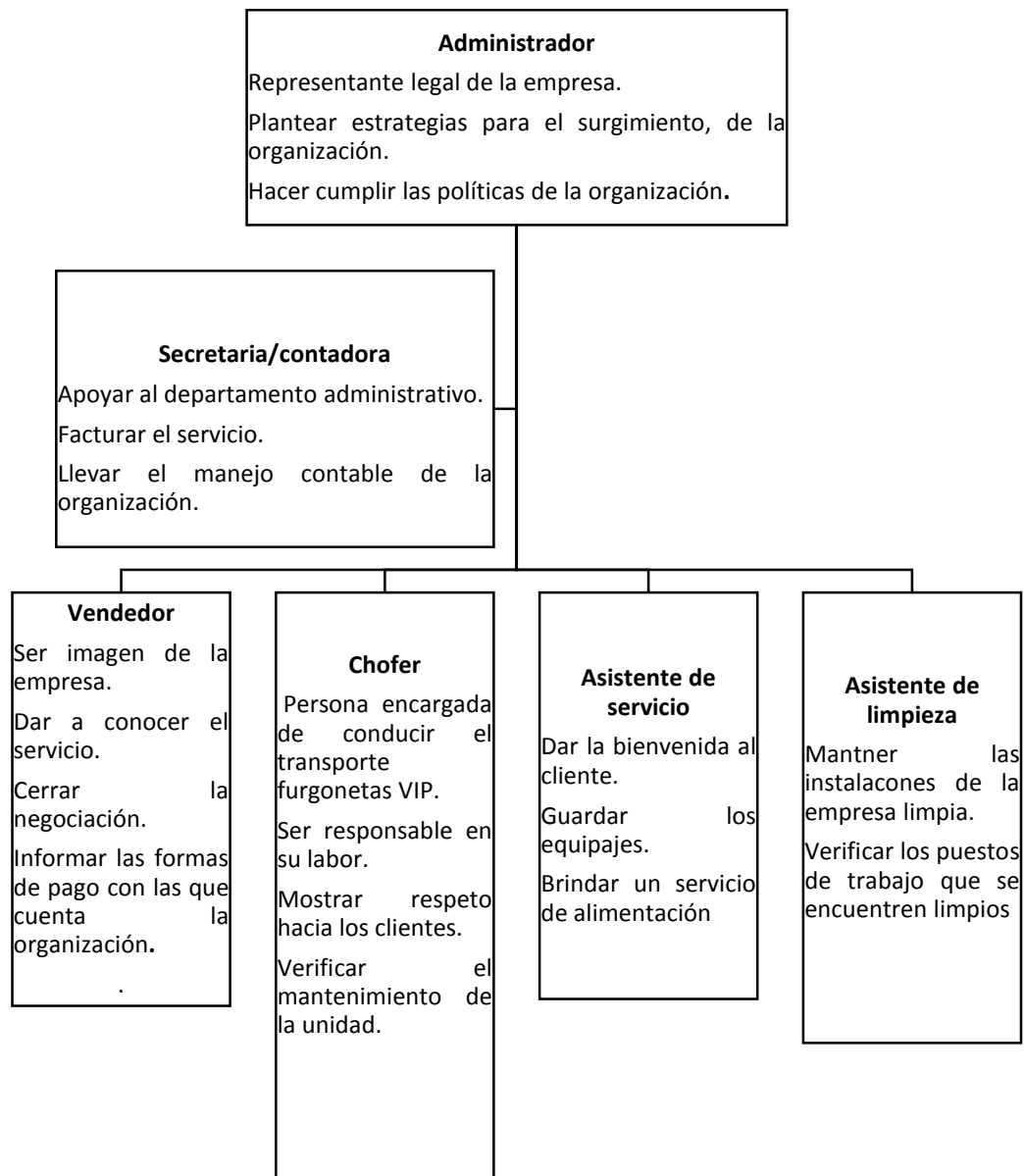


Gráfico N.- 20 Organigrama funcional de la empresa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.2.2 Descripción de puestos

Se detalla las funciones de cada uno de los puestos de trabajo necesarios para brindar un servicio de calidad.

Tabla N.- 36 Funciones administrador

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Administrador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Junta de accionistas
SUPERVISA A	Área operativa
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
El administrador es la persona encargada de lograr que la organización pueda posicionamiento dentro de un mercado altamente competitivo.	
III FUNCIONES	
• Representante legal de la empresa. • Plantear estrategias para el surgimiento, de la organización. • Hacer cumplir las políticas de la organización. • Negociar de manera directa con los proveedores. • Realizar los análisis financieros de la organización, para poder implementar estrategias en son de la mejora.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Gestión empresarial
EXPERIENCIA	De tres o más años de experiencia.
HABILIDADES	Proactiva, trabajo en Quito.
FORMACIÓN	Mínimo, tercer nivel.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 37 Funciones secretaria-contadora

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Secretaria- Contadora
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguna
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
La secretaria/ contadora, es la persona encarga del manejo de la tributación, así como estará pendiente de las actividades del administrador.	
III FUNCIONES	
❖ Apoyar al departamento administrativo. ❖ Facturar el servicio. ❖ Llevar el manejo contable de la organización. ❖ Realizar los roles de pago de la organización. ❖ Estar pendiente del pago a proveedores.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	En contabilidad o afines.
EXPERIENCIA	Dos años en cargos similares.
HABILIDADES	Comunicativa, trabajo en equipo.
FORMACIÓN	Tercer nivel.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 38 Funciones del vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguna
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es la persona encargada, de dar a conocer los servicios que presta la nueva organización.	
III FUNCIONES	
❖ Ser imagen de la empresa. ❖ Dar a conocer el servicio. ❖ Cerrar la negociación. ❖ Informar las formas de pago con las que cuenta la organización. ❖ Brindar diferentes opciones de negociación.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Administración de empresas o afines
EXPERIENCIA	1 año en cargos similares
HABILIDADES	Facilidad de palabra, proactivo.
FORMACIÓN	Tercer nivel.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 39 Funciones del chofer

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Chofer
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguna
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es la persona de conducir las unidades, brindando un servicio de calidad y, esta manera cubrir las exigencias de los clientes.	
III FUNCIONES	
• Perona encargada de conducir el transporte furgonetas VIP. • Ser responsable en su labor. • Mostrar respeto hacia los clientes, • Verificar el mantenimiento de la unidad.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Chofer profesional
EXPERIENCIA	2 años de experiencia.
HABILIDADES	Facilidad de palabra, trabajo en quipo
FORMACIÓN	Licencia profesional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 40 Funciones asistente de servicio

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Asistente de servicio
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguna
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
El asistente de servicio, es la persona que se encarga de brindar la bienvenida a los clientes, así como apoyar en lo que fuere necesario con el conductor de la unidad.	
III FUNCIONES	
❖ Dar la bienvenida al cliente. ❖ Guardar los equipajes. ❖ Brindar un servicio de alimentación ❖ Estar pendiente de las necesidades del cliente. ❖ Ser cortés ante las solicitudes de los clientes.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	En turismo
EXPERIENCIA	1 año de experiencia.

HABILIDADES	Fácil comunicación
FORMACIÓN	Tecnología.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N.- 41 Funciones asistencia de limpieza

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Asistencia de limpieza
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguna
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
El asistente de limpieza, es la persona encargada de mantener limpio las instalaciones de la empresa, así como cada puesto de trabajo.	
III FUNCIONES	
❖ Mantener las instalaciones de la empresa limpia. ❖ Verificar los puestos de trabajo que se encuentren limpios. ❖ Solicitar los útiles de aseo (cuándo presente un stock mínimo de artículos de limpieza). ❖ Prestar ayuda al área administrativa cuando lo necesita. ❖ Estar pendiente de la limpieza de la sala de estar.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Bachiller

EXPERIENCIA	1 año de experiencia.
HABILIDADES	Fácil comunicación
FORMACIÓN	Bachiller

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.3 CONTROL DE GESTIÓN

3.3.1 Listado de indicadores de gestión

Es importante que la organización, mantenga indicadores de gestión, con el objetivo de analizar el desarrollo.

Tabla N.- 42 Indicadores de gestión

ÁREAS	INDICADORES	FÓRMULA	RESPONSABLE	META
Administración	❖ Índice de rotación de personal.	$\% = \frac{\text{Rotación personal actual}}{\text{Rotación personal anterior}}$	Administrador	80%
	❖ Crecimiento de la rentabilidad.	$\% = \frac{\text{Rentabilidad actual}}{\text{Rentabilidad anterior}}$	Administrador	70%
	❖ Negociación con los proveedores.	$\% = \frac{\text{Proveedor actual}}{\text{Proveedor anterior}}$	Administrador	80%
	❖ Porcentaje de crédito de terceros.	$\% = \frac{\text{Crédito de terceros}}{\text{Creditos anterior}}$	Administrador	60%

ÁREAS	INDICADORES	FÓRMULA	RESPONSABLE	META
	❖ Cumplimiento tributario.	$\% = \frac{\text{Cumpl. tributario actual}}{\text{Cumpl. tributario anterior}}$	Administrador	60%
Servicio	❖ Satisfacción del cliente.	$\% = \frac{\text{Satisfacción actual}}{\text{Satisfacción anterior}}$	Administrador	8/0%
	❖ Índice de ventas de manera anual.	$\% = \frac{\text{Ventas actual}}{\text{Ventas anterior}}$	Administrador	60%
	❖ Incremento de la cartera de clientes	$\% = \frac{\text{Cartera actual}}{\text{Cartera anterior}}$	Administrador	60%
	❖ Clientes insatisfechos.	$\% = \frac{\text{Insatisfacción actual}}{\text{Insatisfacción anterior}}$	Administrador	15%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.4 NECESIDADES DE PERSONAL

3.4.1 Especificar cuánto personal necesitará en el horizonte del proyecto.

Se detalla la necesidad de personal que pueda presentar la nueva empresa en un horizonte de cinco años de actividad, de esta manera se aprecia el número de trabajadores por cada periodo.

Tabla N.- 43 Necesidad de personal

	N° DE PERSONAL POR AÑOS				
RECURSO HUMANO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5

Administrador	1	✓	✓	✓	✓
Secretaria/ contadora		✓	✓	✓	✓
Vendedor	2	✓	✓	✓	✓
Chófer	10	✓	✓	✓	12
Asistente de servicio	10	✓	✓	✓	12
Asistente de limpieza	1	✓	✓	✓	1
TOTAL, RECURSO HUMANO	25	25	25	25	29

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

ÁREA JURIDICO LEGAL

4.1 Determinación de la forma jurídica

Se determinar la forma jurídica, de esta manera la nueva empresa que se dedicará a brindar un servicio de transporte (Furgonetas C2 VIP), se registrará bajo la Superintendencia de compañías formado como sociedad anónima, cumpliendo con los siguientes parámetros.

Tabla N.- 44 Sociedad anónima

CONSTITUCIÓN	CAPITAL MÍNIMO	SOCIOS	CAPACIDAD
Es necesario que la constitución de la empresa se realice por escritura pública.	El monto mínimo para la constitución es	Es necesario que al menos se cuente con dos socios.	Es necesario tener la capacidad civil para poder contratar (administrador).

	de. (800,00 USD,		
--	---------------------	--	--

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2019)

Elaborado por: El Autor

Razón social

Dentro de cualquier actividad empresarial, es importante definir la razón social, por lo que es necesario buscar un nombre que la identifique a la actividad que va realizar de esta manera se denominara como **FURGOVIP S.A**

Diseño de la marca

El branding de la marca

El branding “como la acción de colocarles un nombre a un servicio o producto, es decir definir un símbolo que represente el cual es utilizada para dar a conocer al consumidor la actividad de la empresa” (Hoyos, 2017, pág. 42).

Marca

De esta manera la marca está relacionada con el logotipo, el cual identifica el servicio o producto que brindará la nueva empresa, como se aprecia se conforma por una furgoneta y presenta el nombre comercial FURGOVIP, es decir es un servicio de transporte de furgonetas C2 vip.



Gráfico N.- 21 Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

4.2 Patentes y Marcas

Es primordial patentar el logotipo de la empresa, misma que facilitará a la organización posicionarse dentro de un mercado altamente competitivo, para la cual es importante contar con los siguientes requisitos.

- ❖ Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- ❖ Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, hacer click en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”, descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- ❖ Adjuntar a la solicitud tres fotocopias en blanco y negro de la solicitud, original y dos fotocopias de la papeleta del depósito realizado.
- ❖ Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos fotocopias en blanco y negro de la cédula de identidad.
- ❖ Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Nacional, 2014).

4.3 Detalle todo tipo de licencia necesaria para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades).

Para la puesta en marcha del plan de negocios es importante, que se cuente con el permiso de Registro Único de Contribuyentes (SRI), el permiso del cuerpo de bomberos, La Licencia Única de Actividades Económicas y el registro turístico.

Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes).

Los requisitos (SRI, 2019) que se exigen para obtener el RUC.

- ❖ Original y fotocopia de la cédula de identidad, pasaporte (extranjero residente) o credencial de refugiado (extranjero no residente).
- ❖ Original y fotocopia del certificado o papeleta de votación.
- ❖ Original de la factura, planilla y comprobante de pago de servicios básicos.
- ❖ Fotocopia de la factura o estados de cuenta de otros servicios como telefonía fija o móvil, televisión pagada o internet.
- ❖ Fotocopia del comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural.
- ❖ Fotocopia del contrato o factura de arrendamiento.
- ❖ Fotocopia de la Patente Municipal.

Permiso de cuerpo de bomberos

Para el permiso del cuerpo de bomberos, es importante que la instalación cuente con todas las señaléticas, y los extintores, y las seguridades de las conexiones eléctricas en beneficio de la seguridad del cliente interno y externo.

Permisos de la Licencia Única de Actividades Económicas

- ❖ Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS).
- ❖ Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
- ❖ Rotulación (Identificación de la actividad económica).
- ❖ Formulario único de solicitud de LUAE
- ❖ Fotocopia del RUC
- ❖ Fotocopia de la cédula de identidad o ciudadanía del representante legal.
- ❖ Fotocopia de la papeleta de votación del representante legal.

Requisitos para obtención de Registro Turístico

- ❖ Fotocopia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto;
- ❖ Fotocopia nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil;
- ❖ Fotocopia del trámite del ingreso para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) del año en curso (trámite otorgado por el

- ❖ Municipio de Quito a través de la Administración Zonal correspondiente a la jurisdicción del establecimiento turístico);
- ❖ Fotocopia a color de cedula de identidad y papeleta de votación, pasaporte (extranjeros) del representante legal;
- ❖ Fotocopia a color del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado; Fotocopia del resultado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI;
- ❖ Nómina del personal administrativo de la empresa, firmada por el representante legal de la empresa (especificar nombres y cargos).

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1 PLAN DE INVERSIONES

Para la creación de una empresa de transporte (FURGONETAS C2 VIP), es necesario contar con una inversión de \$70.537,78, en la que se determina los muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, activos diferidos y capital de trabajo como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla N.- 45 Plan de inversiones

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL, USD
	ACTIVOS FIJOS		4.981,00
	MUEBLES Y ENSERES		2.122,00
3	Escritorios para computadora	250,00	750,00
1	Archivador	85,00	85,00
4	Silla estándar	28,00	112,00
5	Silla ejecutiva	65,00	325,00
1	Sala de estar	850,00	850,00
	EQUIPOS DE OFICINA		219,00
3	Teléfono Inalámbrico	55,00	165,00
3	Calculadora estándar	18,00	54,00
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		2.640,00
3	Computadoras de escritorio	600,00	1.800,00
2	Impresora multifuncional	420,00	840,00

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL, USD
	ACTIVOS DIFERIDOS		1.720,00
	Obtención del Registro Único del Contribuyente (SRI)		120,00
	Permiso de cuerpo de bomberos		200,00
	Derechos en el IEPI		500,00
	Software (manejo administrativo)		900,00
	CAPITAL DE TRABAJO		63.836,78
	CAJA BANCOS		2.492,80
	ÚTILES DE OFICINA		185,60
4	Agendas pequeñas	6,00	24,00
1	Esferos color negro (docena)	5,00	5,00
4	Perforadora	3,50	14,00
4	Grapadora	4,00	16,00
12	Papel bond A4 (resmas)	4,80	57,60
12	Carpetas doble aro	3,25	39,00
12	Clips (caja 100 unidades)	2,50	30,00
	ÚTILES DE ASEO		92,00
4	Líquidos de limpieza presentación galón	7,00	28,00
4	Desinfectantes naturales galón	4,50	18,00
4	Escobas	4,50	18,00
4	Dispensador Jabón Líquido 500ml A. Inox. Lujo rellenable	7,00	28,00
	PUBLICIDAD PREPAGADA		900,00
	Publicidad virtual		900,00
	ARRIENDO PREPAGADO		2.400,00
	Arriendo oficina		2.400,00
	SUELDOS Y SALARIOS PREPAGADOS		14.043,18

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL, USD
	Sueldos y Salarios		14.043,18
	MATERIALES Y INSUMOS		43.723,20
	Costo de producción		43.723,20
	TOTAL		70.537,78

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Observación: Dentro del proyecto es necesario contar con activos fijos como los muebles y enseres, equipos de oficina y equipos de computación, que permitirán contar con una oficina en donde se realizará el servicio de la nueva empresa.

Observación: La cuenta de activos diferidos, hace referencia a los gastos para poder constituir la organización es decir se constituye los permisos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, misma que corresponde a \$1.720,00 valor que constituye parte de la inversión inicial.

Capital de trabajo: El capital de trabajo forma parte de la inversión inicial, y es la capacidad de la nueva empresa para poner en funcionamiento sus actividades con normalidad en un corto plazo, es decir que son las cuentas principales que permitirán brindar un servicio de calidad, con el objetivo de cubrir las expectativas de los clientes, valores que se encuentran calculados de manera contable por el método de desfase que corresponde a 90 días, dichas cuentas son, útiles de oficina, útiles de aseo, publicidad prepagada, arriendo prepagada, sueldos y salarios y costos de producción, siendo las más principales dentro de la actividad a realiza alcanzar un valor de capital de trabajo de \$63.836,78.

Observación: Dentro del capital de trabajado también se toma en cuenta los sueldos del personal operativo por los tres primeros meses, por ser el personal esencial para brindar el servicio.

5.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Una vez determinado el valor de inversión, es necesario buscar un plan de financiamiento el mismo que será a través de los recursos propios y financieros mediante terceros.

a) Forma de financiamiento

Tabla N.- 46 Forma de financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
Recursos propios	28.215,11
Efectivo	28.215,11
Recursos de terceros	42.322,67
Préstamo bancario	42.322,67
TOTAL	70.537,78

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Condiciones de crédito

De esta manera se realizará un crédito de un monto de \$42.322,67, mediante la corporación Financiera Nacional (CFN), condiciones que se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla N.- 47 Condiciones de crédito

1	Monto	42.322,67	
2	Período	anual	semestral
3	Interés	11,83%	5,92%
4	Plazo	5	años
5	Período de pago	Semestral =	10
6	Forma de amortización	Dividendo Constante	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla de amortización

Se determina la tabla de amortización mediante el cálculo de dividendo constante, como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla N.- 48 Tabla de amortización

PERIODO	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				42.322,67
1	3.223,77	2.503,39	5.727,16	39.098,89
2	3.414,46	2.312,70	5.727,16	35.684,43
3	3.616,43	2.110,73	5.727,16	32.068,01
4	3.830,34	1.896,82	5.727,16	28.237,67
5	4.056,90	1.670,26	5.727,16	24.180,77
6	4.296,87	1.430,29	5.727,16	19.883,90
7	4.551,03	1.176,13	5.727,16	15.332,87
8	4.820,22	906,94	5.727,16	10.512,65
9	5.105,34	621,82	5.727,16	5.407,32
10	5.407,32	319,84	5.727,16	0,00
TOTAL	42.322,67	14.948,93	57.271,60	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Es importante detallar los costos y gastos que influyen dentro del plan de negocios para de esta manera conocer si el proyecto es factible para inversión, valores que se refleja en las siguientes tablas.

a) Detalle de costos

Tabla N.- 49 Detalle de costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	AÑO 1
Sueldos operativos	28.460,30
Mantenimiento y reparación activos	633,60
Costo de servicios	174.892,80
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN	203.986,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

De esta manera dentro del detalle de costos, se determina al costo de servicio, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, para lo cual en el primer año debe contar con un desembolso de \$203.986,70

Observación: El detalla de los sueldos operativos se observa en la tabla N°50, de igual manera los costos de servicios en la tabla N° 52.

Tabla N.- 50 Detalle sueldos operativos

				PROVISIONES							
CANT	CARGO	INGRESOS	VALOR A PAGAR	PATRONAL	SEGURO MÉDICO PRIVADO	XIII	XIV	VACACIONES	TOTAL PROVISIONES	COSTO MANO DE OBRA	SUELDOS Y SALARIOS
		SBU		11,15%	1,00%						AÑO 1
3	OPERATIVOS	1.150,00	1.850,00	206,28	18,50	154,17	65,67	77,08	521,69	2.371,69	28.460,30
2	Vendedor	700,00	1.400,00	156,10	14,00	116,67	32,83	58,33	377,93	1.777,93	21.335,20
1	Asistencia de limpieza	450,00	450,00	50,18	4,50	37,50	32,83	18,75	143,76	593,76	7.125,10
	TOTAL	1.150,00	1.850,00	206,28	18,50	154,17	65,67	77,08	521,69	2.371,69	28.460,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla N.- 51 Mantenimiento y reparación activos

CONCEPTO	INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	PORCENTAJE MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2640,00	2,0%	52,80	633,60
TOTAL				633,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Observación: No se considera parte del mantenimiento los vehículos, motivo que no forman parte de los activos de la nueva empresa y, están considerados como costos de servicio de transporte.

Tabla N.- 52 Costo de servicio (transporte)

Costos de servicio					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Furgonetas C2 VIP un día	845	898	950	1.003	1.056
Costo de la producción	96,00	98,05	100,14	102,28	104,46
Total costo de producción	81.100,80	88.008,46	95.174,00	102.605,30	110.310,41
Furgonetas C2 VIP dos días	384	408	432	456	480
Costo de la producción	193,00	197,12	201,33	205,62	210,01
Total costo de producción	74.112,00	80.424,40	86.972,46	93.763,36	100.804,50
Furgoneta C2 VIP tres días	48	51	54	57	60
Costo de la producción	410,00	418,75	427,69	436,81	446,13
Total costo de producción	19.680,00	21.356,22	23.095,02	24.898,30	26.768,03
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	174.892,80	189.789,08	205.241,48	221.266,96	237.882,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Los costos de servicios también se encuentran calculados de manera unitaria como se aprecia en las siguientes tablas, en la que se detalla el servicio VIP un día, VIP dos días, y VIP tres días.

Tabla N.- 53 Costos de servicio unitario furgonetas C2 VIP un día

Furgonetas C2 VIP un día	
DETALLE	COSTO DE SERVICIO
Transporte	34
Sueldo chofer	25
Sueldo operario	17
Refrigerio	20
Total	96,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla N.- 54 Costos de servicio unitario Furgonetas C2 VIP dos días

Furgonetas C2 VIP dos días	
DETALLE	COSTO DE SERVICIO
Transporte	65
Sueldo chofer	54
Sueldo operario	34
Refrigerio	40
Total	193

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Tabla N.- 55 Costos de servicio unitario Furgonetas C2 VIP tres días

Furgoneta C2 VIP tres días	
DETALLE	COSTO DE SERVICIO
Transporte	150
Sueldo chofer	140
Refrigerio	120
Total	410

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

b) Proyección de Costos

En la siguiente tabla se determina la proyección de costos, mismos que permitirán brindar un servicio de calidad de transporte (furgonetas C2 VIP), con el objetivo que cubrir las expectativas de los clientes.

Tabla N.- 56 Proyección de costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos operativos	2.371,69	28.460,30	30.917,64	31.577,43	32.251,29	32.939,53
Mantenimiento y reparación activos	52,80	633,60	647,12	660,93	675,03	689,44
Costo de servicios	14.574,40	174.892,80	189.789,08	205.241,48	221.266,96	237.882,95
TOTAL	16.998,89	203.986,70	221.353,84	237.479,83	254.193,28	271.511,92

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Observación: Los costos están realizados en relación a los costos de sueldos operativos, mantenimiento y, reparación de activos.

c) Detalle de Gastos

A continuación, se detalla los gastos que permitirán brindar un servicio de calidad con lo que respecta a la empresa de transporte (furgonetas C2 VIP), de esta manera se determina los gastos administrativos, ventas y financieros.

Gastos Administrativos

Tabla N.- 57 Gastos administrativos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Depreciación activos fijos	92,84	1.114,10
Gastos sueldos administrativos	2.309,37	27.712,40
Amortización gastos de constitución	28,67	344,00
Gasto Útiles de Oficina	61,87	742,40
Gasto Útiles de Aseo	30,67	368,00
Gasto Arriendo	800,00	9.600,00
Gasto Servicios Básicos	104,00	1.248,00
Gasto Uniformes de Trabajo	53,33	640,00
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.480,74	41.768,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gastos Ventas

Tabla N.- 58 Gastos de ventas

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto Publicidad	300,00	3.600,00
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	300,00	3.600,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Gastos Financieros

Tabla N.- 59 Gastos financieros

DETALLE	VALOR ANUAL
Gastos Interés por pagar	4.816,09
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	4.816,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

d) Proyección Gastos

La proyección de los gastos esta realiza, para los cinco años del proyecto, como son los gastos administrativos, ventas y financieros.

Tabla N.- 60 Proyección de gastos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación activos fijos	1.114,10	1.114,10	1.114,10	234,10	234,10
Gastos sueldos administrativos Trasladar del rol de pagos	27.712,40	30.103,78	30.746,20	31.402,32	32.072,45
Amortización gastos de constitución	344,00	344,00	344,00	344,00	344,00
Gasto Útiles de Oficina	742,40	758,24	774,42	790,95	807,83
Gasto Útiles de Aseo	368,00	375,85	383,87	392,07	400,43
Gasto Arriendo Revisar muy costoso	9.600,00	9804,86	10014,10	10227,80	10446,06
Gasto Servicios Básicos	1.248,00	1274,63	1301,83	1329,61	1357,99
Gasto Uniformes de Trabajo	640,00	653,66	667,61	681,85	696,40
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	41.768,90	44.429,13	45.346,13	45.402,70	46.359,26

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autor

Mano de obra

Se detalla el rol de pagos tanto del área operativa y administrativa valores que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla N.- 61 Mano de obra

CANT.	CARGO	CODIGO	INGRESOS		VALOR A PAGAR
			SBU	TOTAL	
2	Subtotal		1.800,00	1.800,00	1.800,00
1	Administrador		1.200,00	1.200,00	1.200,00
1	Secretaria /contadora		600,00	600,00	600,00
3	Subtotal		1.150,00	1.850,00	1.850,00
2	Vendedor		700,00	1.400,00	1.400,00
1	Asistencia de limpieza		450,00	450,00	450,00
	TOTAL		2.950,00	3.650,00	3.650,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

PATRONAL	SEGURO MÉDICO PRIVADO	XIII	XIV	VACACIONES	TOTAL, PROVISIONES	COSTO MANO DE OBRA
11,15%	1,00%					
200,70	18,00	150,00	65,67	75,00	509,37	2.309,37
133,80	12,00	100,00	32,83	50,00	328,63	1.528,63
66,90	6,00	50,00	32,83	25,00	180,73	780,73
206,28	18,50	154,17	65,67	77,08	521,69	2.371,69
156,10	14,00	116,67	32,83	58,33	377,93	1.777,93
50,18	4,50	37,50	32,83	18,75	143,76	593,76
406,98	36,50	304,17	131,33	152,08	1.031,06	4.681,06

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Depreciación

Se determina la depreciación de los activos fijos, como es muebles y enseres, equipos de oficina y equipos de computación, valores que se refleja en los siguientes datos.

Tabla N.- 62 Depreciación

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL (AÑOS)	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	10	2.122,00	10,00%	212,20
EQUIPOS DE OFICINA	10	219,00	10,00%	21,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	2.640,00	33,33%	880,00
TOTAL		4.981,00		1.114,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Proyección de la depreciación

En la siguiente tabla se detalla la proyección de las depreciaciones, de los muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación.

Tabla N.- 63 Proyección de depreciaciones

DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	212,20	212,20	212,20	212,20	212,20
EQUIPOS DE OFICINA	21,90	21,90	21,90	21,90	21,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	880,00	880,00	880,00	0,00	0,00
TOTAL	1.114,10	1.114,10	1.114,10	234,10	234,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.4 CÁLCULO DE INGRESOS

Los ingresos están realizados en relación a la capacidad instalada y utilizada, el precio se incrementa en relación a la tasa de inflación promedio anual del 2,13%. (INEC 2018)

Tabla N.- 64 Cálculo de ingresos

DETALLE	N° DE SERVICIOS	PRECIO	TOTAL
		VEHICULO POR DIA.	AÑO 2017
Furgonetas C2 VIP un día.	845	185,00	156.288,00
Furgonetas C2 VIP dos días	384	302,00	115.968,00
Furgoneta C2 VIP tres días	48	560,00	26.880,00
INGRESOS TOTALES			299.136,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Observación: Los servicios esta realizado de acuerdo a la capacidad instalada y utilizada, se esta manera se determina el número de servicios.

Proyección de Ingresos

Se determina la proyección de los ingresos de cada año, el número de servicios está determinado con relación a la capacidad utiliza, valores que se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla N.- 65 Proyección de ingresos

DETALLE	CANT.	PRECIO	TOTAL	CANT.	PREC IO	TOTAL	CAN T.	PREC IO	TOTAL	CAN T.	PREC IO	TOTAL	CAN T.	PREC IO	TOTAL
		UNIT.	AÑO 2017		UNIT.	AÑO 2018		UNIT.	AÑO 2019		UNIT.	AÑO 2020		UNIT.	AÑO 2021
Furgonetas C2 VIP un día.	845	185,00	156288,00	898	188,95	169599,64	950	192,98	183408,24	1003	197,10	197728,96	1056	201,30	212577,36
Furgonetas C2 VIP dos días	384	302,00	115968,00	408	308,44	125845,43	432	315,03	136091,62	456	321,75	146717,80	480	328,62	157735,54
Furgoneta C2 VIP tres días	48	560,00	26880,00	51	571,95	29169,47	54	584,16	31544,41	57	596,62	34007,44	60	609,35	36561,22
INGRESOS TOTALES			299.136,00			324.614,53			351.044,27			378.454,19			406.874,11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.5 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un estado financiero que permite determinar el Flujo Neto generado, a través del cual se calcula los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), La Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla N.- 66 Flujo de caja

	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	0,00	299.136,00	324.614,53	351.044,27	378.454,19	406.874,11
	Recuperación por ventas		299.136,00	324.614,53	351.044,27	378.454,19	406.874,11
B	EGRESOS OPERACIONALES	0,00	249.355,60	269.459,80	286.581,26	303.431,41	321.788,45
	Pago a proveedores		203.986,70	221.353,84	237.479,83	254.193,28	271.511,92
	Gastos de ventas		3.600,00	3.676,82	3.755,29	3.835,43	3.917,27
	Gastos de administración		41.768,90	44.429,13	45.346,13	45.402,70	46.359,26
C	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	49.780,40	55.154,74	64.463,01	75.022,78	85.085,66
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	70.537,78	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Créditos a contratarse a largo plazo	42.322,67					
	Aportes de capital	28.215,11					
E	EGRESOS NO OPERACIONALES	70.537,78	11.454,32	26.607,29	28.690,92	32.133,47	36.035,00
	Pago de intereses		4.816,09	4.007,56	3.100,55	2.083,07	941,67
	Pago de créditos a largo plazo		6.638,23	7.446,76	8.353,77	9.371,25	10.512,65
	Pago de participación de utilidades trabajadores			6.744,65	7.672,08	9.204,37	10.940,96
	Pago de impuestos			8.408,33	9.564,52	11.474,78	13.639,73
	Capital de Trabajo	63.836,78					
	Adquisición de activos fijos	4.981,00					
	Otros egresos	1.720,00					
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	0,00	-11.454,32	-26.607,29	-28.690,92	-32.133,47	-36.035,00
G	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	0,00	38.326,08	28.547,45	35.772,09	42.889,31	49.050,66
H	SALDO INICIAL DE CAJA		0,00	38.326,08	66.873,53	102.645,62	145.534,93
I	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	-70.537,78	38.326,08	66.873,53	102.645,62	145.534,93	194.585,59

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se determina el cálculo del punto de equilibrio en dólares, para la cual se utiliza la siguiente fórmula

$$\begin{aligned} & \text{COSTOS FIJOS} \\ \text{PE} &= \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}} \\ & \frac{46.002,50}{1 - \frac{203.353,10}{299.136,00}} \\ & \frac{46.002,50}{0,320198505} \\ \text{PE} &= 143.668,69 \end{aligned}$$

Fórmula para el cálculo del punto de equilibrio en unidades

$$\begin{aligned} \text{PEQ} &= \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVQ} - \text{CVU}} \\ & \frac{46.002,50}{349,00 - 159,76} \\ & \frac{46.002,50}{189,24} \\ \text{PEQ} &= 243 \end{aligned}$$

Una vez realizado el punto de equilibrio tanto en dólares como en unidades se determina que los ingresos deben alcanzar un valor monetario de \$143.668,69, se deben brindar 243 servicios de transporte (furgonetas C2 VIP).

Punto de Equilibrio

Se define el punto de equilibrio determinando así los siguientes valores ingresos del proyecto alcanzan un valor de \$ 143.668,69 se tendrán que haber atendido a 243 unidades.

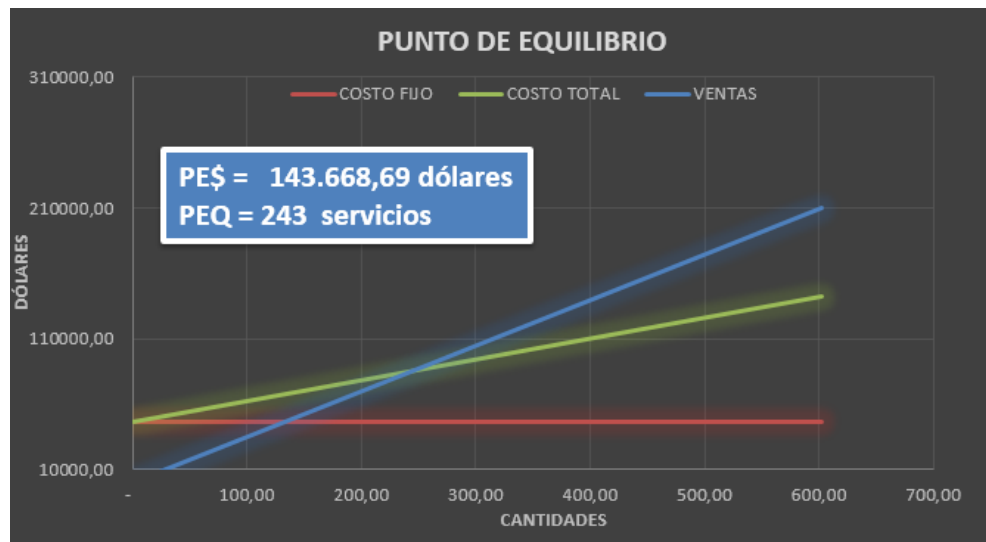


Gráfico N.- 22 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Una vez determinado las proyecciones de las ventas, costos y gastos que están involucrados dentro del proyecto, se determina el estado de resultados donde se identifica su utilidad o pérdida desde el primer año.

Tabla N.- 67 Estado de resultados

	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	299.136,00	324.614,53	351.044,27	378.454,19	406.874,11
(-)	Costos de Ventas	203.986,70	221.353,84	237.479,83	254.193,28	271.511,92
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	95.149,30	103.260,70	113.564,43	124.260,91	135.362,20
(-)	Gastos de Ventas	3.600,00	3.676,82	3.755,29	3.835,43	3.917,27
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	91.549,30	99.583,87	109.809,15	120.425,49	131.444,92
(-)	Gastos Administrativos	41.768,90	44.429,13	45.346,13	45.402,70	46.359,26
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	49.780,40	55.154,74	64.463,01	75.022,78	85.085,66
(-)	Gastos Financieros	4.816,09	4.007,56	3.100,55	2.083,07	941,67
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	44.964,31	51.147,18	61.362,46	72.939,71	84.144,00
(-)	- 15% de Participación Trabajadores	6.744,65	7.672,08	9.204,37	10.940,96	12.621,60
(=)	UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	38.219,67	43.475,10	52.158,09	61.998,75	71.522,40
(-)	22 % Impuesto a la Renta	8.408,33	9.564,52	11.474,78	13.639,73	15.734,93
(=)	= UTILIDAD NETA	29.811,34	33.910,58	40.683,31	48.359,03	55.787,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores

a.1) TMAR

Se realiza el cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento, la cual permitirá calcular los indicadores financieros, para la cual se aplica la siguiente fórmula.

$$TMAR = \%REC.TERCEROS(\%TASA ACTIVA) + \%REC.PROPIOS(\%RIESGO + \%INFLACION + \%RIESGO * \%INFLACION)$$

(Urbina, 2010, pág. 89).

Tabla N.- 68 Dato para el cálculo de la (TMAR)

PRESTAMO	TASA ACTIVA	RECURSOS PROPIOS	RIESGO	INFLACION
60,00%	11,83%	40,00%	10,00%	2,13%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Observación: Se toma las factoras que involucran dentro del desarrollo de la empresa

Desarrollo de cálculo de la TMAR

$$TMAR = 60\%(11,83\%) + 40,00\%(10,00\% + 2,13\% + 10,00\% * 2,13\%)$$

$$TMAR = 12,04\%$$

a.2) Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del indicador del Valor Actual Neto (VAN), se utiliza la siguiente fórmula

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

Tabla N.- 69 Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	FNC	(1+i)^n	VALOR ACTUAL
0	-70.537,78		-70.537,78
1	38.326,08	1,12	34.208,43
2	28.547,45	1,26	22.742,84
3	35.772,09	1,41	25.436,68
4	42.889,31	1,58	27.220,98
5	49.050,66	1,77	27.786,78
TOTAL			66.857,93

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

El resulta del Valor actual Neto (VAN), es positivo con un valor en dólares de \$66.857,93, bajo este parámetro se determina la factibilidad del plan de negocios.

a.3) Tasa Interna de Retorno

Al determinar la Tasa Interna de Retorno (TIR), se demuestra la factibilidad del proyecto, tasa que hace que el Valor Actual Neto (VAN), sea igual na cero.

$$\text{TIR} = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - \text{Inversión Inicial} = 0 \quad (\text{Urbina, 2010, pág. 92})$$

Desarrollo;

$$0 = \frac{38.326,08}{(1+0,4376)^1} + \frac{28.547,45}{(1+0,4376)^2} + \frac{35.772,09}{(1+0,4376)^3} + \frac{42.889,31}{(1+0,4376)^4} + \frac{49.050,66}{(1+0,4376)^5} - 70.537,78$$

$$0 = 0$$

$$\text{TIR} = 43,76\%$$

a.3) Beneficio Costo

Para el cálculo de costo beneficio dentro del proyecto se lo realiza en base a los flujos netos de caja dividido para el total de inversión, para la cual se aplica la siguiente fórmula.

$$\text{BC} = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} / \text{Inversión final}$$

Tabla N.- 70 Datos para el cálculo de beneficio costo

AÑOS	FNC	Inversión
0		-70.537,78
1	38.326,08	
2	28.547,45	
3	35.772,09	
4	42.889,31	
5	49.050,66	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Desarrollo de cálculo costo beneficio

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{38.326,08}{(1+0,1204)^1} + \frac{28.547,45}{(1+0,1204)^2} + \frac{35.772,09}{(1+0,1204)^3} + \frac{42.889,31}{(1+0,1204)^4} + \frac{49.050,66}{(1+0,1204)^5} / 70.537,78$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{137.395,71}{70.537,78}$$

REL B/C	1,95
----------------	-------------

Dentro de la relación costo beneficio se obtiene una respuesta de 1,95 lo que demuestra que por cada dólar invertido se ganará 0,95 centavos.

a.4) Período de recuperación

El periodo de recuperación (PRI), permite conocer el año en el cual se recuperará la inversión, misma que recuperará en un tercer año.

Tabla N.- 71 Periodo de recuperación

AÑOS	FNC	FNC ACTUALIZADO	FNC ACTUALIZADO ACUMULADO
0	-70.537,78	-70.537,78	-70.537,78
1	38.326,08	34.208,43	-36.329,35
2	28.547,45	22.742,84	-13.586,51
3	35.772,09	25.436,68	11.850,17
4	42.889,31	27.220,98	39.071,15
5	49.050,66	27.786,78	66.857,93

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

b) Razones

Las razones financieras como liquidez y rentabilidad, permitirá conocer la situación de la nueva organización al transcurrir el tiempo de funcionamiento dentro de la ciudad de Quito.

b.1) Liquidez

Tabla N.- 72 Liquidez

DESCRIPCIÓN	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ						
PRUEBA ACIDA	(Activos Corrientes - Inventarios) / Pasivo Corriente	6,84	7,75	8,26	8,72	9,31

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

La liquidez, permite determinar la solvencia económica que tendrá la organización para cubrir deudas de tercer alcanzando en el quinto año un porcentaje de 9,31.

b.2) Rentabilidad

Una vez realizado, el cálculo de la rentabilidad, se determina que la nueva organización en un quinto año presentará un margen operacional del 21%, determinando que el proyecto es factible.

Tabla N.- 73 Rentabilidad

RENTABILIDAD		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN OPERACIONAL	Utilidad Operacional / Ventas	17%	17%	18%	20%	21%
RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	Utilidad Neta / Ventas	10%	10%	12%	13%	14%
RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL (ROE)	Utilidad Neta / Patrimonio	51%	37%	31%	27%	24%
RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSION (ACTIVOS) ROI	Utilidad Neta / Activos Totales	27%	25%	23%	22%	21%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

Conclusiones

- ❖ Dentro del área de marketing se determina el servicio que prestar la nueva empresa, misma que se enfoca a brindar un servicio de Vip (Furgonetas C2), que presentará los siguientes paquetes Furgonetas C2 VIP un día, Furgonetas C2 VIP dos días, Furgoneta C2 VIP tres días, para de esta manera cubrir las expectativas del mercado objetivo.
- ❖ En el área de producción se detalla los procesos de transformación, como es el proceso de servicio, así como el mapa de procesos que define la actividad que desempeña cada área de la empresa, también de define las instalaciones y los equipos necesarios para su funcionamiento.
- ❖ Dentro del área de organización y gestión de define la misión y visión que pretende alcanzar la organización, así como la matriz FODA, en la que se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afrontará la empresa, también se define el recurso humano necesario que permitirá brindar un servicio de calidad a través del detalle del organigrama, adicional se determina los indicadores siendo el primordial el incrementar la cartera de clientes alcanzando una meta del 60%.
- ❖ Es importante definir el área jurídico legal, en la que se define que la empresa se constituirá como compañía regida por la Superintendencia de Compañías, así como contar con todos los permisos necesarios la puesta en marcha frente un mercado altamente competitivo.
- ❖ El estudio que permite definir su factibilidad es el financiero, que a través del análisis de sus indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), mismo que es un valor positivo en dólares de \$66.857,93 y una Tasa

Interna de Retorno en porcentaje de 43,76% se define que el proyecto es viable para la puesta en marcha.

Recomendaciones

- ❖ Es recomendable analizar el mercado objetivo, para de esta manera conocer si existe la necesidad que se implemente un producto o un servicio, permitiendo conocer la acogida por parte de la población.
- ❖ Es importante dentro del área de producción determinar los procesos, el cual permitirá evitar tiempos muertos, mismo que facilita brindar un servicio de calidad.
- ❖ Es recomendable dentro del área jurídico legal definir como se constituirá la nueva organización, así como los permisos necesarios que se debe obtener para la puesta en marcha de la empresa.
- ❖ Es recomendable realizar un estudio financiero, que a través del análisis de sus indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y, la Tasa Interna de Retorno (TIR), se determina que el proyecto es factible para su puesta en marcha.
- ❖ Es recomendable de manera semestral, realizar un análisis de las razones financieros para en base a ello conocer el cumplimiento de los objetivos propuestos y, poder tomar una decisión que este en beneficios de los réditos económicos de la organización y, su posicionamiento dentro de un mercado altamente competitivo.
- ❖ Es recomendable realizar una investigación del campo direccionado al mercado objetivo, misma que permitirá conocer si el servicio que se presta cubre sus expectativas en relación a la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, J. (2012). *Economía*. Mexico: Umbral.
- Banco Central del Ecuador . (28 de Enero de 2019). *Inflación*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-inflacion-anual-economia-inec.html>
- Belío, J. (2014). *Claves para gestionar , precio, producto*. Madrid: Edita.
- Decreto Ejecutivo* . (03 de Mayo de 2003). Obtenido de http://www.seguridadysaludocupacionalec.com/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=89
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos*. (25 de Enero de 2019). Obtenido de Población del Distrito Metropolitano de Quito: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/166821-poblaci%C3%B3n-de-quito-ecuador-2019-n%C3%BAmero-actual-de-habitantes-de-quito>
- Eslava, J. (2012). *Gestión empresarial* . España : Esic .
- Etzel, M. (2013). *Marketing 14ta ed*. México: McGraw.
- García, D. (2012). *Distribución de planta* . Madrid : Universidad de Oviedo .
- Hoyos, R. (2017). *Branding*. Bogota: Ecoe.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Nacional*. (29 de septiembre de 2014). Obtenido de Requisitos : <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/requisitos/>
- Madrigal, J. (2012). *Punto de equilibrio* . Costa Rica : Esic .
- Martínez, C. (2012). *Estadística y Muestreo*. Colombia: Eco.
- Matilla, K. (2013). *Conceptos Fundamentales*. España: Esic.
- Miranda, J. (2013). *Gestión de proyectos*. Bogotá : Mm editores .
- SRI. (31 de Enero de 2019). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Requisitos Personal Natural: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>
- Superintendencia de Compañías*. (31 de Enero de 2019). Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalscv/s/>
- Urbina, B. (2010). *Evaluación de Proyectos* . México: Mg Grail .

NETGRAFÍA

Banco Central del Ecuador . (28 de Enero de 2019). *Inflación*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-inflacion-anual-economia-inec.html>

Decreto Ejecutivo . (03 de Mayo de 2003). Obtenido de http://www.seguridadysaludocupacionalec.com/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=89

Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos. (25 de Enero de 2019). Obtenido de Población del Distrito Metropolitano de Quito: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educacion-y-ciencia/166821-poblacion-de-quito-ecuador-2019-n-amero-actual-de-habitantes-de-quito>

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Nacional. (29 de septiembre de 2014). Obtenido de Requisitos : <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/requisitos/>

SRI. (31 de Enero de 2019). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Requisitos Personal Natural: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>

Superintendencia de Compañías. (31 de Enero de 2019). Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portalscv/>