



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “ISRAEL”

**TRABAJO DE TITULACION EN OPCION AL GRADO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.**

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
PARQUEADERO PÚBLICO EN LA AV. SHYRIS Y PORTUGAL EN EL
SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.**

AUTOR:

ALEXANDER GIOVANNY MORILLO CHAMBA

TUTOR:

MG. EDUARDO RAMIRO PASTAS GUTIERREZ

AÑO

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de DIRECTOR del Proyecto: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUEADERO PÚBLICO EN LA AV. SHYRIS Y PORTUGAL EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”. Presentado por el ciudadano Alexander Giovanni Morillo Chamba estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 05 octubre de 2017

EL TUTOR

Mg. Eduardo Pastas

CERTIFICADO DE AUTENCIDAD

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Alexander Giovanni Morillo Chamba

CI. 1714352828

APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito, 05 de octubre de 2017

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a la Institución Académica y a mi Director que ha dado todo su esfuerzo para que yo culmine esta etapa de mi vida ya que ellos me enseñaron valorar los estudios y a superarme cada día.

Alexander Morillo

DEDICATORIA

Dedico esto a Dios, a mis padres, a mi princesa e hija Marie Emilia y a todos aquellos que creyeron en mí, gracias por enseñarme la perseverancia por conseguir las metas hacia la culminación de mis estudios. Este es un sueño alcanzado.

Alexander Morillo

INDICE GENERAL

Portada.....	i
Aprobación del tutor	ii
Certificado de autenticidad.....	iii
Aprobacion del tribunal de grado.....	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Indice general	vii
Índice de gráficos	x
Índice de tablas.....	xi
Índice de cuadros.....	xiii
Resumen ejecutivo	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
MARCO TEÓRICO.....	2
1.1. ANTECEDENTES.....	2
1.2. La empresa	3
1.3. Diferentes tipos de empresas.....	6
1.3.1. Según el sector de la actividad que realizan	6
1.3.2. Según el tamaño.....	7
1.3.3. Según el ámbito de actividad	8
1.3.4. Según el destino de los beneficios	9
1.3.5. Según su forma jurídica	9
1.3.6. Otra categorización de las empresas	12
1.4. La motivación.....	13
1.5. La competencia	13
1.6. El Marketing.....	14
1.7. Políticas de precio	15
1.8. Estrategias competitivas del marketing.....	16
1.9. Marco Conceptual	17
CAPITULO II	19
DIAGNÓSTICO	19
2.1. Análisis Externo.....	19
2.1.1. Macro Ambiente	19
2.1.2. Micro Ambiente.....	27
2.1.3. Diagnóstico Externo de Oportunidades y amenazas.....	29
2.2. ESTUDIO DE MERCADO	32
2.2.1. El Producto: Características y funciones	34
2.2.2. Población y Muestra	36

2.2.3.	Investigación de campo	38
2.2.4.	Recolección de la información mediante la encuesta	41
2.2.5.	Demanda	52
2.2.6.	Proyección de la Demanda	53
2.2.7.	Análisis de la oferta	53
2.2.8.	Proyección de la Oferta.....	54
2.2.9.	Demanda insatisfecha	55
2.3.	Marketing Mix	55
2.3.1.	Producto	55
2.3.2.	Precio	56
2.3.3.	Plaza.....	56
2.3.4.	Promoción.....	56
CAPITULO III		57
PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUEADERO PÚBLICO EN LA AV. SHYRIS Y PORTUGAL EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO		57
3.1.	ESTUDIO TÉCNICO	57
3.1.1.	Localización del Proyecto.....	57
3.1.2.	Tamaño del Proyecto	60
3.1.3.	Capacidad Instalada	62
3.1.4.	Capacidad Utilizada.....	62
3.1.5.	Proceso de Prestación del Servicio	64
3.1.6.	Diagrama de Flujo	66
SIMBOLO.....		68
3.1.7.	Requerimiento de Recursos	69
3.1.8.	Organización del Proyecto.....	74
3.2.	ESTUDIO FINANCIERO	78
3.2.1.	Presupuesto de Inversiones.....	78
3.2.2.	Activos Fijos.....	78
3.2.3.	Activos Diferidos.....	80
3.2.4.	Inversión en Capital de Trabajo.....	81
3.2.5.	Financiamiento de la Inversión.....	82
3.2.6.	Costos y Gastos Totales Año 1	83
3.2.7.	Costos Directos	83
3.2.8.	Costos Indirectos.....	84
3.2.9.	Gastos Administrativos.....	87
3.2.10.	Gastos de Ventas.....	91
3.2.11.	Proyección de Costos y Gastos.....	92
3.2.12.	Presupuesto de Ingresos.....	94
3.2.13.	Estados Financieros	95
3.2.14.	Evaluación Financiera.....	98
3.2.15.	Cálculo de la Tasa de Descuento	99
3.2.16.	Valor Actual Neto.....	100
3.2.17.	Tasa Interna de Retorno.....	102

3.2.18. Período de Recuperación de la Inversión	103
3.2.19. Relación Beneficio Costo	104
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	105
2.3. Conclusiones	105
2.4. Recomendaciones.....	106
Bibliografía	107
ANEXOS	112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Macro Ambiente	19
Gráfico N° 2 Tasa de Interés	23
Gráfico N° 3 Microambiente	27
Gráfico N° 4 Usted dispone de auto propio para movilizarse de su casa hasta su lugar de trabajo.....	41
Gráfico N° 5 Usted utiliza el servicio de parqueadero privado o público para su auto	42
Gráfico N° 6 Cuántos días de la semana usted utiliza el servicio de parqueadero.....	43
Gráfico N° 7 A cuántos metros de distancia queda el parqueadero donde deja usted su auto	44
Gráfico N° 8 Cuánto paga usted mensualmente por el parqueadero.....	45
Gráfico N° 9 Usted considera de su plena satisfacción al parqueadero donde deja su auto	46
Gráfico N° 10 Cuantos parqueaderos conoce usted en el sector donde usted deja su auto	47
Gráfico N° 11Cuál es la característica que usted considera relevante de su satisfacción de un parqueadero	48
Gráfico N° 12 Le gustaría disponer de un servicio de parqueadero a un menor precio cerca del lugar de su trabajo.....	49
Gráfico N° 13 Le gustaría que en el sector de Iñaquito se implemente un parqueadero	50
Gráfico N° 14 Si se creara el parqueadero en la Av. Shirys y Portugal que le brinde mejores garantías de seguridad y atención de su auto, haría uso de sus servicios.....	51
Gráfico N° 15 Macro Localización del Proyecto	58
Gráfico N° 16 Micro Localización del Proyecto.....	59
Gráfico N° 17 Distribución de la Planta.....	73
Gráfico N° 18 Organigrama Estructural y Posicional	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Evolución del PIB	20
Tabla N° 2 Evolución de la Inflación	21
Tabla N° 3 Demografía	24
Tabla N° 4 Empleo y Desempleo	25
Tabla N° 5 Matriz Externa OA.....	30
Tabla N° 6 Hoja de Trabajo.....	31
Tabla N° 7 Capacidad Utilizada en la Noche	63
Tabla N° 8 Capacidad Utilizada en el Día.....	63
Tabla N° 9 Diagrama de Flujo	67
Tabla N° 10 Diagrama de Flujo del Parqueadero.....	68
Tabla N° 11 Requerimiento de Muebles y Enseres.....	69
Tabla N° 12 Requerimiento de Equipo de Oficina.....	70
Tabla N° 13 Requerimiento de Equipo de Computación	70
Tabla N° 14 Requerimiento de Personal	71
Tabla N° 15 Distribución de la Planta.....	72
Tabla N° 16 Presupuesto de Inversiones	78
Tabla N° 17 Muebles y Enseres	79
Tabla N° 18 Equipo de Oficina	80
Tabla N° 19 Equipo de Computación.....	80
Tabla N° 20 Activos Diferidos	81
Tabla N° 21 Capital de Trabajo.....	82
Tabla N° 22 Financiamiento de la Inversión.....	83
Tabla N° 23 Mano de Obra Directa.....	84
Tabla N° 24 Suministros de Oficina.....	85
Tabla N° 25 Depreciación Operativa	86
Tabla N° 26 Útiles de Aseo y Limpieza	86
Tabla N° 27 Servicios Básicos	87
Tabla N° 28 Equipo de Seguridad Industrial.....	87
Tabla N° 29 Suministros de Oficina.....	88
Tabla N° 30 Sueldos Administrativos	88
Tabla N° 31 Depreciaciones Administrativas	89
Tabla N° 32 Amortizaciones	89
Tabla N° 33 Gasto de Arriendo Local.....	90
Tabla N° 34 Mantenimiento	90
Tabla N° 35 Servicios Básicos	90
Tabla N° 36 Útiles de Aseo y Limpieza	91
Tabla N° 37 Publicidad	91
Tabla N° 38 Evolución de la Inflación	92
Tabla N° 39 Evolución Salarial.....	93
Tabla N° 40 Proyección de Costos y Gastos	94
Tabla N° 41 Presupuesto de ingresos en la noche.....	95

Tabla N° 42 Presupuesto de ingresos en el día.....	95
Tabla N° 43 Balance General	96
Tabla N° 44 Estado de Resultados	97
Tabla N° 45 Flujo de Efectivo.....	98
Tabla N° 46 Cálculo de la Tasa de Descuento	100
Tabla N° 47 Valor Actual Neto	101
Tabla N° 48 Tasa Interna de Retorno	103
Tabla N° 49 Período de Recuperación de la Inversión.....	103
Tabla N° 50 Relación Beneficio Costo	104

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Usted dispone de auto propio para movilizarse de su casa hasta su lugar de trabajo.....	41
Cuadro N° 2 Usted utiliza el servicio de parqueadero privado o público para su auto.....	42
Cuadro N° 3 Cuántos días de la semana usted utiliza el servicio de parqueadero	43
Cuadro N° 4 A cuántos metros de distancia queda el parqueadero donde deja usted su auto	44
Cuadro N° 5 Cuánto paga usted mensualmente por el parqueadero	45
Cuadro N° 6 Usted considera de su plena satisfacción al parqueadero donde deja su auto.....	46
Cuadro N° 7 Cuantos parqueaderos conoce usted en el sector donde usted deja su auto.....	47
Cuadro N° 8Cuál es la característica que usted considera relevante de su satisfacción de un parqueadero	48
Cuadro N° 9 Le gustaría disponer de un servicio de parqueadero a un menor precio cerca del lugar de su trabajo.....	49
Cuadro N° 10 Le gustaría que en el sector de Iñaquito se implemente un parqueadero	50
Cuadro N° 11 Si se creara el parqueadero en la Av. Shirys y Portugal que le brinde mejores garantías de seguridad y atención de su auto, haría uso de sus servicios.....	51

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUEADERO PÚBLICO EN LA AV. SHYRIS Y PORTUGAL EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

AUTOR: ALEXANDER GIOVANNY MORILLO CHAMBA

TUTOR: MG. EDUARDO PASTAS

Los parqueaderos públicos son espacios físicos en los cuales los usuarios dejan sus vehículos por periodos de tiempos establecidos o no. En el presente trabajo de investigación se busca reducir la congestión vehicular en la Av. Shyris y Portugal al norte de la ciudad de Quito, a través de la implementación de un parqueadero público en el año 2016, para brindar mayor seguridad y comodidad a la población de dicho sector. Este estudio se realizó bajo una investigación de campo, en la que la población estuvo conformada por 7.394 habitantes que poseen vehículos y a través de cálculos matemáticos, se obtuvo como la muestra de la investigación a 366 personas. Para recolectar la mayor cantidad de información se aplicaron encuesta a estas personas. Una vez edificado el parqueadero público, éste tendrá un área total de 820 m² dividido en tres niveles para poder ser usados de manera ordenada y con capacidad total de parqueo para 82 vehículos. Cada usuario dispondrá de una tarjeta adhesiva que los distinguirá en el momento de entrar al parqueadero. A manera de conclusión se puede decir que la propuesta enfocada a la descongestión vehicular y sobre todo al cubrimiento de una necesidad básica automovilística, es bastante amplia y por ello se estableció el estudio técnico determinando el tamaño óptimo del proyecto en base a la disponibilidad del espacio en la ubicación idónea donde existe la necesidad de la población que tiene un auto. Por otro lado, se ha identificado el proceso idóneo de prestación del servicio y los requerimientos de equipos para prestar un servicio de calidad a los conductores y dueños de sus autos.

Palabras Clave: Parqueadero Público, Servicio, Descongestión Vehicula.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

EXECUTIVE SUMMARY

THEME: FEASIBILITY PROJECT FOR THE CREATION OF A PUBLIC PARK IN AV. SHYRIS AND PORTUGAL IN THE NORTHERN SECTOR OF THE CITY OF QUITO

AUTHOR: ALEXANDER GIOVANNY MORILLO CHAMBA

TUTOR: MG. EDUARDO PASTAS

Public parking spaces are physical spaces in which users leave their vehicles for periods of time established or not. In the present work of research is aimed at reducing vehicular congestion at Av. Shyrís and Portugal at north of the city of Quito, through the implementation of a public parking lot in 2016, in order to provide greater security and comfort to the population of sector. This study was conducted under field research, in which the population was formed by 7,394 inhabitants who own vehicles and through calculations mathematical, was obtained as the research sample to 366 people. For collect the most information was applied survey to these people.

Once the public parking lot is built, it will have a total area of 820 square meters divided into three levels to be used in an orderly and total parking for 82 vehicles. Each user will have a sticker which will distinguish them at the time of entering the parking lot. In conclusion it can be said that the proposal focused on vehicular decongestion and, above all, covering a basic automotive need, is quite broad and therefore established the technical study determining the optimal size of the project based on the availability of space in the ideal location where there is a need for population that has a car. On the other hand, the provision of the service and the requirements of equipment to provide a service of drivers and owners of their cars.

Keywords: Public Parking, Service, Vehicular Decongestion

INTRODUCCIÓN

En los países donde los habitantes usan habitualmente sus vehículos, se hace necesario la construcción y mantenimiento de ciertas instalaciones en donde los mismos puedan dejar sus automóviles para dirigirse a hacer diferentes actividades, ya sea personales, de recreación, de trabajo, entre otras. De modo que surgen los parqueaderos, siendo estos lugares públicos o privados. Los parqueaderos públicos son los lugares destinados a la recepción, guarda temporal, protección y devolución de vehículos a cambio del pago señalado en las tarifas correspondientes. El servicio prestado en los parqueaderos públicos es fijado por horas y períodos preestablecidos, de forma que los propietarios o administradores de estos lugares deberán capacitar a su personal para ofrecer atención adecuada al público y para resguardar los vehículos que quedan a su cuidado; justo aquí radica la importancia que tienen los parqueaderos públicos en una ciudad.

Por consiguiente, es fundamental mantener en buen estado la construcción, instalación y señalización de los parqueaderos públicos, en función de brindar un servicio de calidad en donde los usuarios se sientan satisfechos ante la necesidad de guardar sus vehículos en un lugar que sea seguro, confiable, limpio y sobre todo donde sepa que, al regresar de sus actividades, su vehículo se encontrará en perfectas condiciones. Cuando el usuario no puede satisfacer esa necesidad, expone de muchas formas su bien al dejarlo en lugares no aptos o prohibidos en los cuales se conseguirá con multas, o peor aún con el robo de éste.

Ante esta situación se hace importante elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de un parqueadero público en la Av. Shyris y Portugal en el sector norte de la ciudad de Quito, la cual sin duda presenta una gran afluencia de vehículos y así se podrá evitar el caos vehicular en parte de la ciudad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES

El Distrito Metropolitano de Quito es la cabecera cantonal de la provincia de Pichincha y es el cantón con mayor número de población según el último censo poblacional del INEC (2010) cuenta con 2'239.191 habitantes. Quito es una de las ciudades más importantes del Ecuador ya que alberga los principales organismos gubernamentales, culturales y comerciales del país, también es la segunda ciudad que más aporta al PIB nacional y el mayor grado de recaudación de impuestos en el Ecuador por concepto de gravámenes según el S.R.I. (Servicio de Rentas Internas).

Durante estos últimos 5 años en la ciudad de Quito el incremento del parque automotor ha aumentado un 13,31% según datos de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), ya que en el año 2008 la cifra de automotores registrados era de 414.788, pero en lo que va del 2012 el total era de 470.000, la ciudad de Quito concentra el 45% del parque automotor del país (automóviles, camionetas, todo terreno, Vans, camiones y buses).

Según la Secretaría de Movilidad el crecimiento estimado de autos particulares, motos y taxis del Distrito durante los últimos 13 meses. Se observa que existe un crecimiento de 29 411 vehículos que representa el 6,52% de incremento para el periodo abril 2010-abril 2011. (Noticias Quito, 2011)

Quito posee 4 mil kilómetros cuadrados para el tránsito automotor normal, a pesar de esto la ciudad posee grandes problemas de tránsito que son ocasionados por diferentes motivos entre los más relevantes están: pocos estacionamientos públicos, calles angostas de circulación, semáforos en mal estados, aumento de automotores en la ciudad y la gran cantidad de peatones, es por esta razón que se ha propuesto implementar un parqueadero vehicular en la Av. Shyris y Portugal con el propósito de aminorar la terrible congestión de tránsito y brindar mayor comodidad y seguridad a los dueños de los automotores que circulan o se encuentran a un radio de 500 m2 de dichas avenidas.

(...) la Asociación Ecuatoriana de Empresa Automotrices del Ecuador (AEADE) informa que la venta de autos nuevos a nivel nacional en el 2010 fue de 132 172 de esos en Pichincha fueron 53 394 vehículos. La participación de Pichincha en el mercado nacional en este año es de un 40,40% y fue la más baja en comparación con los seis años anteriores. (Noticias Quito, 2011).

La información presentada demuestra el problema vehicular que enfrentan los quiteños, pues esto ha ocasionado que la congestión vehicular en las calles aumente, provocando problemas económicos y sociales. Por ello, se han implementado una serie de medidas que permita mantener un orden y el tráfico mejore, como el pico y placa, instaurado por el ex alcalde Barrera.

1.2. La empresa

La empresa constituye una realidad que comprende diferentes ámbitos. Desde el punto de vista económico la empresa se plantea como la organización humana encargada de realizar el proceso productivo para obtener algunos bienes y servicios,

con la finalidad de lograr la satisfacción los requerimientos, necesidades y los fines humanos.

Gómez, A. & Suárez, J. (2007) manifiesta que:

La acción del colectivo laboral dirigida a garantizar las actividades de diseño y dirección de los flujos material, informativo y financiero, desde sus fuentes de origen hasta sus destinos finales, que deben ejecutarse de forma racional y coordinada con el objetivo de proveer al cliente los productos y servicios en la cantidad, calidad, plazos y lugar demandados con elevada competitividad y garantizando la preservación del medio ambiente. (p. 95)

Es importante tener presente, que mientras más crece una empresa, también lo hace la necesidad de capital financiero, pues son necesarios nuevos equipos y el circuito de producción resulta más complejo. En este orden de ideas, entre los más destacados problemas presentes en una empresa es no poder contar con recursos suficientes para su desenvolvimiento. Las empresas no pueden descuidar o improvisar su estabilidad financiera, por lo cual deben diseñar un plan financiero para coordinar las necesidades de capital y las fuentes de financiación.

A la hora de establecer una definición de empresa, se presentan algunas complicaciones pues ésta puede ser estudiada desde diferentes puntos de vista o perspectivas. De acuerdo a Llinares, Montañana y Navarro (2009), para definir el concepto de empresa tomando en cuenta el punto de vista económico, es importante tener presente los factores comunes que se presentan en todas las empresas, entre estos se cuentan los siguientes:

- Toda empresa definir con claridad sus objetivos, es decir lo que desea realizar y para ellos determina una serie de objetivos y metas para lograr.

- Un conjunto de factores de producción o una serie de recursos indispensables para la obtención y/o distribución de bienes y servicios. Para obtener tales factores es necesario contar con el financiamiento apropiado.
- Una directiva que establezca cuales son los objetivos a alcanzar, que se encargue de organizar los factores de producción y de esta manera logre impulsar a la organización para la consecución de las metas y objetivos planteados.

Tomando en cuenta estos elementos se puede definir a la empresa según Llinares, Montañana, & Navarro, (2009) “un conjunto de factores humanos, materiales, financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección, que trata de alcanzar unos objetivos acordes con la finalidad asignada de forma previa” (p. 181).

La empresa es el puntal básico de la economía, pues en ella se origina la oferta de bienes en el mercado, la cual se relaciona con la demanda existente. Esto supone una orientación determinada de los recursos productivos utilizados por las empresas, de acuerdo con los requerimientos de los consumidores.

También se puede decir, que la empresa se determina como una realidad social, en virtud de que en ella se encuentran grupos de personas organizadas para lograr realizar todo el proceso productivo, las cuales reciben ganancias por su trabajo. Esas ganancias son utilizadas para comprar los bienes y servicios que ofrecen las empresas, lo que hace posible el desarrollo social deseado.

1.3. Diferentes tipos de empresas

1.3.1. Según el sector de la actividad que realizan

Fernández, Junquera, & Del Brío (2008). Las empresas dependiendo del sector de actividad que realizan se pueden clasificar en: empresas del sector primario, empresas del sector secundario o industrial y empresas del sector terciario o de servicios.

Las empresas pertenecientes al sector primario: también son conocidas como empresas extractivas. A este sector corresponden las empresas dedicadas a la explotación de recursos naturales y a ubicarlos en el sector de mercadeo para que puedan ser utilizados o consumidos por la población. Es decir, su función principal consiste en extraer las materias primas que brinda la naturaleza. Dentro de este grupo se encuentran las empresas agrícolas, pesqueras, ganaderas, mineras y forestales.

Respecto a las empresas del sector secundario o industrial: su actividad consiste en transformar materia prima para convertirla en productos terminados y aptos para el uso o consumo, mediante un proceso productivo en el que interviene la maquinaria como eje del proceso. Dentro de este grupo se encuentran las empresas de construcción, de vehículos, de fabricación de muebles, de calzado, industria alimentaria, etc.

Escudero, (2011) en referencia las empresas del sector terciario: su actividad consiste en ofrecer a los consumidores o a otras empresas un servicio. “Su misión es poner al alcance del público los bienes y servicios que proceden de los sectores primario y secundario” (p. 3). Las empresas de servicios pueden dedicarse a las

siguientes actividades: comercio, comunicación, transporte, hostelería, turismo, espectáculos, asesoramiento y asistencia especializada, sanidad y enseñanza.

1.3.2. Según el tamaño

Fernández, Junquera, & Del Brío, (2008) Las empresas según el tamaño se logran clasificar de acuerdo al número de trabajadores y el volumen de facturación o ventas anuales. Se dividen en grandes, medianas, pequeñas y microempresas.

Grandes empresas: manejan grandes capitales y financiamiento, generalmente poseen instalaciones de su propiedad, manejan ventas de muchos millones de dólares, manejan miles de empleados de confianza que se encuentran sindicalizados, además, disponen de un sistema de administración y operación generalmente muy avanzado.

Medianas empresas: en este tipo de empresas laboran cientos de trabajadores, por lo general poseen sindicato, sus áreas se encuentran bien delimitadas y son específicas en sus responsabilidades y funciones, además poseen unos sistemas y procedimientos más automatizados.

Pequeñas empresas: se trata de entidades independientes, que se crean para ser rentables, generalmente no predominan en la industria a la cual forman parte, y sus ventas por año no sobrepasan de un determinado límite, por otra parte, el número de trabajadores que la tienen también un determinado límite.

Microempresas: generalmente, tanto la empresa como las instalaciones pertenecen a una propiedad individual, sus sistemas de fábrica son principalmente

artesanales, su maquinaria y equipamiento suelen ser básicos y reducidos, los elementos que se relacionan con la parte administrativa, la producción, así como las ventas y las finanzas son muy elementales de tal manera que el propietario logra atenderlos personalmente.

1.1.1. Según la propiedad del capital

Según Editorial Vértice, (2008). La titularidad del capital, las empresas suelen dividirse en tres grupos: empresas privadas, empresas públicas y empresas mixtas.

Empresas privadas: la propiedad y el control de la empresa está en manos privadas, de particulares. Cuentan con un capital exclusivamente privado.

Empresas públicas: se caracteriza porque el capital y control de la empresa está en manos del Estado o alguno de sus organismos.

Empresas mixtas: estas empresas se caracterizan porque parte del capital pertenece a un organismo público y otra parte es de capital privado.

1.3.3. Según el ámbito de actividad

De acuerdo a Díaz (2010) esta clasificación se hace en función del lugar o espacio geográfico donde la empresa puede ejercer su actividad comercial. Se dividen en: empresas locales, empresas regionales, empresas nacionales y empresas multinacionales.

Empresas locales: se encuentran ubicadas en un pueblo, ciudad o en un municipio. Pueden tener más de un establecimiento, pero solo pueden tener un domicilio fiscal o sede de la empresa.

Empresas regionales: son aquellas cuyas ventas se llevan a cabo en varias provincias o regiones.

Empresas nacionales: son aquellas empresas que realizan sus ventas principalmente en todo el territorio de un país o nación.

Empresas multinacionales: son aquellas cuya actividad se desarrolla en varios países y el destino final de cada uno de sus recursos puede ser cualquier país.

1.3.4. Según el destino de los beneficios

Las empresas según el tipo de beneficios se clasifican en dos grupos: empresas con fines de lucro y empresas sin fines de lucro.

Empresas con fines de lucro: en estas empresas, los excedentes obtenidos luego de la venta de un bien, producto o servicio, pasan a manos de los propietarios o accionistas.

Empresas sin fines de lucro: a diferencia de las empresas con fines de lucro, los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

1.3.5. Según su forma jurídica

Editorial Vértice, (2008). Las empresas según su forma jurídica se clasifican en: empresas individuales y empresas societarias.

Empresas individuales: generalmente, este tipo de empresa se encuentra constituida por el profesional, el artesano o el comerciante que opera por su cuenta un

despacho, un taller o una tienda; no obstante, actualmente también se debe tener presente a los trabajadores que han iniciado y mantienen un negocio en la web. Suele tratarse de pymes de tipo familiar.

Uno de los inconvenientes que presentan las empresas individuales, es que normalmente pueden extenderse únicamente hasta un cierto límite, debido a que dependen de una sola persona; si esta fallece, envejece o llega a enfermar, la empresa pudiera desaparecer aun cuando su continuidad pudiera haber sido beneficiosa para la comunidad y también a sus servidores.

Empresas societarias: Editorial Vértice, (2008) “son sociedades constituidas por grupo de personas que se identifican como propietarios. La responsabilidad y, por tanto, las posibles deudas recaen en la sociedad, y no en cada uno de sus dueños” (p. 9). Esta sociedad, a su vez puede adoptar diferentes formas: sociedad anónima, sociedad limitada, sociedad comanditaria y sociedad cooperativa.

Sociedad anónima: según la Ley de compañías, Art. 143. La sociedad anónima es una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de —compañía anónima o — “sociedad anónima“, o las correspondientes siglas.

Esta sociedad anónima se caracteriza principalmente por reunir a varios socios accionistas los cuales aportan dinero para establecer un capital social y el monto permite llevar a cabo operaciones que son imposibles de organizar de manera

individual. Entre las características más resaltantes de la sociedad anónima se encuentran:

- Su capital se encuentra representado por acciones.
- Los accionistas o socios que la constituyen, ante las obligaciones contraídas poseen responsabilidad limitada.
- Se trata de estrictamente sociedades de capitales; su número de accionistas es ilimitado, y esto le permite reunir y utilizar los capitales de varias personas.
- Poseen existencia ilimitada, la muerte, así como la incapacidad de algunos de sus socios no determinan la disolución de la sociedad.
- La razón social que las determina debe ser adecuada al objeto para el cual se ha constituido y no se designa a través del nombre de los socios.

Sociedad limitada: los socios propietarios de este tipo de empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

Sociedad comanditaria: poseen dos tipos de socios: los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.

Cooperativas: La Constitución del Ecuador, en sus artículos 245 y 246, consagra el carácter de Empresas Económicas que tienen las Cooperativas y su forma de propiedad, como comunitaria o de autogestión, es decir que, pertenecen a las personas que trabajan permanentemente en ellas, usan sus servicios o consumen sus productos.

Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

El artículo 1 de la Ley de Cooperativas, define a estas organizaciones como las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto, planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una Empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

1.3.6. Otra categorización de las empresas

De acuerdo a Díaz (2010) se puede clasificar a las empresas de acuerdo a la cuota de mercado que posean. Estas empresas pueden ser: empresa aspirante, empresa especialista, empresa líder y empresa seguidora.

Empresa aspirante: su estrategia se destina a aumentar su cuota frente al líder y demás empresas competidoras.

Empresa especialista: es la que responde a necesidades concretas, en el segmento de mercado, sin apenas competidores, por lo que puede incluso actuar en condiciones de monopolio.

Empresa líder: aquella que marca la pauta en cuanto a un producto, precio, publicidad, etc. Generalmente, es imitada por el resto de las empresas del mercado.

Empresa seguidora: estas empresas no disponen de una cuota lo suficientemente grande que le permita inquietar al líder, pero no debe perderla de vista, porque algún producto, o una campaña de publicidad importante puede ponerla en la situación de líder.

1.4. La motivación

Fernández, Junquera, & Del Brío, (2008). La motivación es un proceso psicológico que permite la aparición, continuidad y persistencia de decisiones voluntarias, orientadas a determinados objetivos, los cuales deben entender los directivos de una empresa para dirigir a sus subordinados. Por este motivo, cuando se habla de motivar a los subordinados implica:

- Saber qué quieren las personas, es decir, qué necesidades tratan de satisfacer.
- Ofrecer a cada persona la posibilidad de satisfacer sus necesidades en el trabajo.

La motivación promueve el esfuerzo que debe dirigirse hacia y ser consistente con las metas de la empresa. Sin embargo, para que esto se plasme en un desempeño adecuado, debe encaminarse en una dirección que favorezca a la organización. Además, es importante no solo considera la intensidad del esfuerzo, sino también su calidad. Es decir, que los trabajadores podrán realizar su trabajo de manera eficiente y satisfactoria.

1.5. La competencia

La oferta en el mercado puede estar representada por un número de empresas que van desde una a muchas y, en igual medida, la demanda procede de una o varias personas o empresas. Escudero, (2011). En función del número de vendedores y compradores en el mercado se pueden dar las siguientes situaciones: “monopolio (en el mercado existe un solo oferente); oligopolio (en el mercado existen unos pocos

oferentes) y competencia perfecta (en el mercado existen muchos oferentes/demandantes)” (p. 112).

Sin embargo, es muy raro que cada una de las situaciones mencionadas se presente en estado puro. El mercado único o área total se fracciona en muchos mercados particulares, para cada producto diferenciado, en parte, por la influencia que ejercen los empresarios en la determinación del precio del producto.

1.6. El Marketing

Escudero, (2011) “El marketing es el conjunto de actividades y recursos puestos en práctica para detectar una necesidad, desarrollar el producto que la satisface y hacerlo llegar hasta el consumidor” (p. 70). También puede ser definido como el conjunto de medidas organizadas para servir mejor al cliente estudiando continuamente sus necesidades cambiantes.

El objetivo más importante del marketing es conocer y entender al cliente, para que el producto o servicio se pueda desarrollar y ajustar a sus necesidades, de tal forma que se venda solo. Solo al descubrir los motivos y deseos del comprador, la empresa podrá alcanzar sus propios objetivos.

Por otra parte, se deben tener en cuenta los elementos básicos del marketing que son los siguientes:

- Orientación hacia el consumidor.
- Esfuerzo integrado del plan de marketing.
- Dirección por objetivos resultados.

- Empleo de métodos científicos y planificación.
- Solución de problemas.

En base a lo mencionado, se puede decir que, para una empresa con mentalidad innovadora, el marketing constituye un elemento importante, pues abarca la necesidad de integrar y coordinar las diversas funciones que han sido asignadas al departamento de marketing, cuyo objetivo principal es guiar a los demás departamentos a producir, desarrollar, incentivar y servir productos o servicios a todos los clientes.

1.7. Políticas de precio

Mercado, (2004) “La política de precios es un conjunto de normas fijadas por el productor, afectan el precio neto de los bienes ofrecidos por éste y recibidos por el comprador” (p. 277). En otras palabras, la política de precios obliga a que el productor establezca una relación de precios y un desglose de posibles descuentos e incentivos que resulten justos y suficientes para los intermediarios.

Un comerciante debe comprender la relación entre el precio de un producto y las compras y percepciones de la demanda respecto a dicho producto. De acuerdo a Burruezo (2003) existen dos grandes principios económicos que explican la relación:

- La ley de la demanda
- La elasticidad del precio a la demanda

La ley de la demanda establece que precio y cantidad demandada son siempre inversamente proporcionales, es decir, un consumidor comprará más unidades cuanto menor sea el precio de un producto y viceversa

La elasticidad de la demanda hace referencia a la sensibilidad de los compradores a cambios de precios en términos de la cantidad que comprarían. Si un porcentaje relativamente pequeño de variación en el precio conduce a variaciones substanciales en el número de unidades compradas, se dirá que la elasticidad de la demanda para un producto es alta.

1.8. Estrategias competitivas del marketing

Alfredo S. (2010). Indica que la estrategia de posicionamiento competitivo se refiere a la manera en que los clientes definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, que se refiere al lugar que un producto ocupa en la mente de los clientes en relación con los productos de la competencia.

Para que una empresa tenga un buen posicionamiento en el mercado y sea competitiva o mantenga su posición actual o la mejore puede aplicar una de las diferentes estrategias ante las cuales se encuentran inmersas en el mercado, estas son:

- El líder tiene como estrategia dirigir e influir en las actitudes laborales de los miembros de un grupo.
- El retador tiene dos alternativas: atacar o cohabitar, es decir, puede procurar ser líder, o también alinearse con las decisiones tomadas por aquél.
- El seguidor normalmente presenta una estrategia basada en la no agresión al líder.

- El especialista persigue liderar un nicho del mercado que se encuentra bien definido.

En este orden de ideas, se puede desarrollar la demanda global, respecto a la tasa de consumidores, así como en la tasa de consumo, también puede aumentar, mantener y hasta reducir su cuota de mercado, de esta manera lograr evitar ser acusado de monopolio.

1.9. Marco Conceptual

ACTIVIDAD ECONÓMICA. Conjunto de actividades y esfuerzos realizados por los seres humanos con el objeto de satisfacer sus necesidades materiales y espirituales, mediante la producción e intercambio de toda clase de bienes y servicios.

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA. Aptitud de la dirección de una empresa para alcanzar los objetivos y metas establecidos en las diferentes áreas de la empresa.

DEMANDA. Son las diferentes cantidades de un bien o servicio que los consumidores estarían dispuestos y en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en un determinado período de tiempo.

EMPRESA. Unidad económica organizada para alcanzar uno o varios objetivos relacionados con la producción y/o distribución de bienes y servicios. Por la calidad de sus propietarios, las empresas pueden clasificarse como individuales, sociedades de hecho y sociedades de derecho.

ESTUDIO DE MERCADO. Es el estudio de la demanda y oferta de uno o varios productos, con el propósito de establecer los volúmenes con que podría participar el

proyecto; así como el análisis de sus características, precios, comercialización y otros aspectos de dichos productos.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD. Es aquel que establece la viabilidad o no de un proyecto, desde el punto de vista técnico, económico, financiero, legal, político y social.

PATRIMONIO. Cantidad invertida o aportaciones de los accionistas, asignada a la cuenta de capital social por el consejo de administración, por los estatutos o por la escritura de constitución de la sociedad o por un convenio con los accionistas; más las utilidades retenidas o pendientes de aplicación (o superávit ganado).

PUNTO DE EQUILIBRIO. Es aquel nivel de venta de una empresa en el que no se obtienen ni utilidades ni pérdidas, es decir, cuando los ingresos totales son exactamente iguales a los costos totales de la empresa.

PRODUCTO TERMINADO. Son aquellos bienes que después de haber completado su proceso de fabricación, pasan a constituir un inventario disponible para su comercialización.

PROYECTO. Es una inversión planeada de una actividad económica con el propósito de establecer una nueva empresa; o ampliar, modernizar o adecuar una ya existente.

UTILIDAD NETA DE OPERACIÓN. Es el excedente que obtiene la empresa como resultado de sus operaciones, sin considerar el costo de los recursos financieros utilizados.

VALÚO. Opinión calificada sobre el valor de un bien, en un momento dado.

CAPITULO II DIAGNÓSTICO

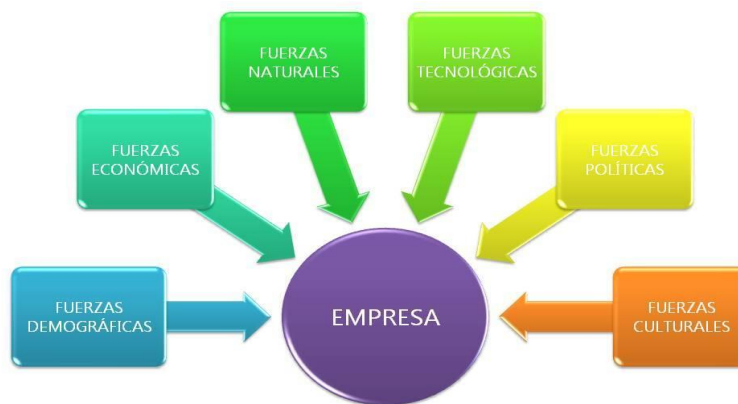
Es el análisis cualitativo y cuantitativo de todos los factores que influyen directa e indirectamente al desempeño de la empresa; todos estos factores pueden ser analizados desde el entorno externo cuando la empresa exista o no aún en el mercado y también como la segunda parte es el entorno interno que se realiza este estudio cuando una empresa existe en el mercado. (Espinosa Roberto, 2013).

2.1. Análisis Externo

2.1.1. Macro Ambiente

El macro ambiente está definido por Kotler y Armstrong (2008) como un conjunto de fuerzas externas que moldean las oportunidades y llegan a presentar algún tipo de riesgo a la empresa. Estas fuerzas son consideradas dinámicas e incontrolables, aunque no de una forma totalitaria, ya que hasta cierto punto la empresa podría llegar a influir.

Gráfico N° 1 Macro Ambiente



Fuente: <http://territoriomarketing.es/wp-content/uploads/2012/02/macroentorno.jpg>

2.1.1.1. Factores Económicos

Es la situación económica general, reflejada en las grandes magnitudes macroeconómicas, que constituyen el entorno económico en el que se mueve la empresa. Este análisis constituye una de las variables más importantes de macro ambiente ya que va a definir la capacidad adquisitiva del público al que quiere dirigir la empresa. (BCE: Boletín Económico General del Ecuador: 2014).

Producto Interno Bruto

Este factor indica el comportamiento de las relaciones comerciales que ha tenido el país en sus diferentes sectores productivos, comerciales y de servicios.

Tabla N° 1 Evolución del PIB

Año	Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real
2009	6,50%
2010	0,40%
2011	3,70%
2012	4,91%
2013	4,50%
2014	3,99%
2015	0,15%
2016	1,17%

Fuente: BCE, Informe anual económico, 2016

El cuadro estadístico muestra un importante crecimiento en el año 2009 con el 6,50% que a diferencia del año 2010 se ve una reducción muy significativa hasta

0,40% siendo lo más bajo que puede llegar el PIB hasta la fecha. En el año 2011 y 2014 el PIB ha venido creciendo en un 3,70% y 4,91% respectivamente.

CONNOTACIÓN

Actualmente, el PIB muestra mayor desarrollo en los últimos dos años, lo que puede significar que ha existido mayor inversión, mayor control de gastos públicos, mejoramiento de los sectores y el fomento a los mismos a través de políticas gubernamentales, etc. Este factor actúa como una OPORTUNIDAD ALTA ante la propuesta de crear un nuevo parqueadero en la ciudad.

Inflación

La inflación se conoce como la variación porcentual de los precios de los productos y los diferentes servicios, esta inflación en forma creciente indica que los precios se han aumentado, y en el sentido contrario los precios se han disminuido. (Banco Central del Ecuador, Producto Interno Bruto, 2017)

Tabla N° 2 Evolución de la Inflación

Año	Porcentaje
2005	3,14%
2006	2,87%
2007	3,32%
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	4.14%

2015	3,38%
2016	1,12%

Fuente: INEC, Informe económico, 2017

El cuadro de la evolución de la inflación se ve disminuido a partir del año 2011 cuando se tuvo como inflación del 5,41%, en el año 2014 se tuvo una inflación del 4,14%. En el año 2008 fue la inflación más elevada con el 8,83%.

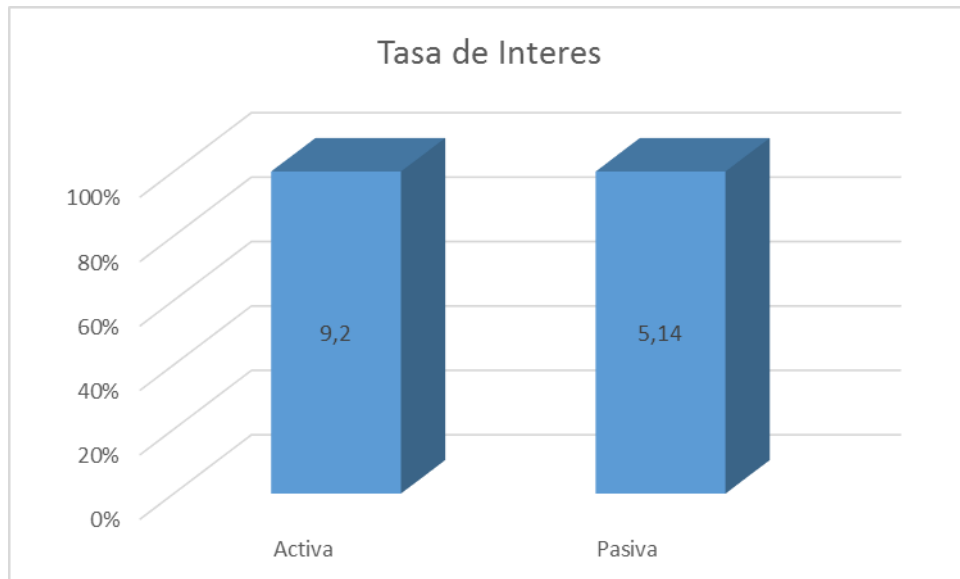
CONNOTACIÓN

Este factor dado que se está disminuyendo año tras año, se puede aducir que los precios se mantienen un tanto rebajados para que la población pueda acceder a la compra de un bien o servicio que puede adquirir la población, por tanto es un factor que actúa como una AMENAZA BAJA ante la presente propuesta ya que los clientes podrían adquirir el servicio de parqueadero a un precio moderado aun cuando se presente variaciones leves.

Tasa de Interés

La tasa de interés se conoce como el costo del dinero, en este caso el dinero en bancos o dinero invertido. La tasa de interés puede ser Activa (cuando se encuentra invertido el dinero y fue financiado) y Pasiva (cuando se encuentra en las entidades bancarias). (Banco Central del Ecuador, Tasa de Interés, 2014)

Gráfico N° 2 Tasa de Interés



Fuente: BCE, Informe económico, 2016

CONNOTACIÓN

La tasa activa presentada en el gráfico anterior es el costo promedio del dinero para las personas o entidades que solicitan un préstamo a las entidades financieras y la tasa pasiva es aquel porcentaje que las personas o entidades están ganando en un banco por sus ahorros realizados. De acuerdo a este factor se puede decir que se tiene una OPORTUNIDAD BAJA ya que el costo del dinero no se ve tan elevado si se decide realizar financiamientos para la propuesta, pero si es muy relevante cuando se ve reflejado en los intereses a pagarse.

2.1.1.2. Factores Sociales

Dentro de estos factores se tiene a la demografía, la cultura de la población, el nivel de pobreza, entre los más relevantes para la factibilidad de la microempresa de reciclaje y comercialización de elementos electrónicos.

Demografía

Este factor se relaciona con el consumo de los bienes y servicios que ofertan las diferentes entidades, si la demografía aumenta también se aumentará el consumo de bienes. De acuerdo al INEC, 2010 la población de la ciudad de Quito tiene un total de 1.782.499 habitantes de los cuales el 49% son hombres y el 51% son mujeres.

Tabla N° 3 Demografía

TOTAL	TOTAL	HOMBRE	MUJER
De 0 a 14 años	490.202	248.672	241.529
De 15 a 64 años	1.179.849	567.991	611.857
De 65 años y más	112.449	50.002	62.447
TOTAL	1.782.499	866.666	915.833
%	100%	49%	51%

Fuente: INEC, 2010

CONNOTACIÓN

La población hasta el momento ha sido creciente en un 2,67% de acuerdo al INEC, esta población actúa como un factor que brinda una OPORTUNIDAD ALTA a la presente propuesta ya que al incrementarse la población puede haber mayor consumo del servicio de parqueadero y en este sentido se tendría una mayor acogida el proyecto a implementarse.

Empleo y Desempleo

La población de la ciudad de Quito asciende a un total de 1.782.499 habitantes, de los cuales el 25% es menor de los 15 años, el 44% se encuentra ocupado o tiene un trabajo actualmente, el 2% se encuentra desocupado aun cuando se encuentran en condiciones de trabajar y el 29% es la población completamente inactiva. A continuación, se presenta la población en cuanto al empleo y desempleo

Tabla N° 4 Empleo y Desempleo

CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	QUITO		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
POBLACION TOTAL	1.782.499	875.023	907.476
Población Menor de 15 años	490.202	248.672	241.529
Población en Edad de Trabajar (PET)	1.179.849	567.991	611.857
Población Económicamente Activa (PEA)	824.690	465.335	359.354
Ocupados	791.381	448.877	342.504
Ocupados Plenos	538.446	328.056	210.391
Subempleados	246.851	117.079	129.772
Visibles	36.174	13.976	22.198
Otras formas	210.678	103.103	107.574
Ocupados No clasificados	6.083	3.742	2.341
Desocupados	33.309	16.458	16.850
Desempleo Abierto	27.900	13.739	14.160
Desempleo Oculto	5.409	2.719	2.690
Cesantes (*)	21.582	10.643	10.938
Trabajadores Nuevos (*)	11.727	5.815	5.912
Población Económicamente Inactiva (PEI)	112.449	50.002	62.447

Fuente: INEC, Diciembre 2010

Como se puede analizar en la información proporcionada por el INEC, el 2% de la población total se encuentra sin trabajo, lo que significa que es una pequeña parte de la misma que por algún motivo no podría acceder a un bien o servicio.

CONNOTACIÓN

Este factor actúa como una OPORTUNIDAD ALTA para el análisis de factibilidad para la creación de un parqueadero ya que el 44% de la población de Quito que trabaja y al contar con recursos pueden acceder al servicio de un parqueadero, buscando un sitio seguro para su vehículo.

2.1.1.3. Factores Tecnológicos

El factor tecnológico se centra en el uso de los equipos electrónicos como son televisión, radio, celulares, maquinaria, etc. El factor tecnológico es muy importante en toda empresa ya que es este factor el que puede dar funcionalidad a la misma, por ejemplo se tiene una industria envasadora donde el equipo es el que da vida a la industria para producir y brindar un bien a la población.

Para la presente propuesta, la tecnología es la materia prima que dará funcionalidad a la misma al contar con elementos seguridad y vigilancia para confianza del usuario y su vehículo.

CONNOTACIÓN

La tecnología es un factor que actúa como una OPORTUNIDAD ALTA para la propuesta ya que actualmente todo se maneja con equipos electrónicos y se puede ver la seguridad del vehículo y su usuario; por lo que se puede decir que la propuesta es ideal para dar este servicio.

2.1.2. Micro Ambiente

El micro ambiente según Van Hoof (2007). Está compuesto por fuerzas cercanas a la empresa en inciden en su capacidad de servir al cliente. Tienen efectos sobre la compañía, pero no son tan incontrolables como las fuerzas anteriores. El microambiente está conformado por el mercado de la empresa, proveedores, intermediarios de marketing, competidores, agentes públicos.

Gráfico N° 3 Microambiente



Elaborado por: El autor

2.1.2.1. Clientes

Los clientes son la parte consumidora de un producto o servicio, que ofrece la empresa puesta en marcha en el mercado, los clientes son parte esencial para el crecimiento de una empresa ya que de esta depende su estabilidad y solides en el mismo.

POBLACIÓN	CIUDAD
1.782.499	QUITO

Fuente: INEC, Diciembre 2010

CONNOTACIÓN

Los clientes son un factor importante en la presente propuesta ya que en la actualidad existen algunas compañías que se dediquen a este servicio; por esta parte se aduce tener una OPORTUNIDAD MEDIA en cuanto al factor clientes.

2.1.2.2. Competencia

La competencia es la oferta de un bien o servicio similar o igual al que ofrece otra empresa, la competencia es la otra parte del mercado que a diferencia de la demanda o clientes, son aquellos que captan los clientes en el mercado, quitándole a otra empresa la facilidad de ventas de sus productos.

CONNOTACIÓN

La competencia es elevada en el ámbito de parqueaderos puesto que son muchas las personas que buscan parqueadero, a, por esta parte se puede decir que la competencia actúa como una AMENAZA ALTA para la presente propuesta.

2.1.2.3. Proveedores

Los proveedores son parte esencial para toda empresa ya que son quienes ponen a disposición de otra empresa o entidad, los insumos o materia prima a ser transformada, en el caso de empresas productoras, en el caso de comercializadoras los proveedores intervienen con la mercadería para poder venderla a los consumidores.

CONNOTACIÓN

Los proveedores para el caso del proyecto son todas las instituciones privadas que venden tecnología para seguridad del servicio de parqueadero. Por este lado se puede decir que este factor actúa como una OPORTUNIDAD ALTA ya que existe una gran cantidad de proveedores que pueden unirse a la propuesta.

2.1.3. Diagnóstico Externo de Oportunidades y amenazas

Las oportunidades y amenazas en el entorno externo que deben ser analizadas cuando la empresa ya existe en el mercado y también cuando se va a crear; y las debilidades y fortalezas cuando la empresa únicamente existe en el mercado y no cuando es una propuesta de creación. A continuación, se detalla la matriz OA en su análisis externo.

Tabla N° 5 Matriz Externa OA

Concepto	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	5	3	1
MACRO ENTORNO									
Factores Económicos									
PIB	X						50		
Inflación						X			1A
Tasa de Interés			X						10
Factor Social									
Demografía	X						50		
Empleo y Desempleo		X						30	
Factor Tecnológico									
Recursos Tecnológicos	X						50		
MICRO ENTORNO									
Clientes	X						50		
Competencia				X			5A		
Proveedores	X						50		

Elaborado por: El autor

Como diagnóstico OA en su análisis externo macro y micro entorno se puede decir que existen un mayor número de oportunidades que amenazas, incluso desde el punto de vista del factor político que promueve la creación del parqueadero para las iniciativas propuestas. Las oportunidades encontradas son de un alto impacto en la matriz OA y las amenazas son de un muy bajo impacto. A continuación, se detallan las oportunidades y amenazas resultantes del análisis.

Tabla N° 6 Hoja de Trabajo

Oportunidades		Amenazas	
1	Crecimiento del consumo del servicio de parqueaderos.	1	Crecimiento de la competencia en el mercado.
2	Tecnología y seguridad adecuada para ofertar el servicio.		
3	Apoyo a la iniciativa a través de financiamientos moderados de la inversión.		
4	Fácil entrada de la iniciativa en el mercado.		

Elaborado por: El autor

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado consiste en establecer la cantidad de bienes y servicios que proceden de una nueva unidad de producción y que en un determinado espacio geográfico y sobre ciertas condiciones de venta, la comunidad está dispuesta a obtener.

Cuando se realiza un estudio de mercado es importante responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué comprará la comunidad?
- ¿Cuándo comprará?
- ¿A qué precios obtendrá el producto o servicio?

A la hora de responder las mencionadas interrogantes, se debe tener en cuenta una metodología bastante extensa, la cual se aplicará en el presente estudio. Esta metodología demanda mucha imaginación, capaz de ajustar técnicas aplicables al estudio en cuestión (Sapag, 2002).

Por este motivo, en el estudio de mercado se presentan dos aspectos que guardan relación entre sí. Por una parte, se encuentra el aspecto cuantitativo, que hace referencia al tamaño de la demanda actual y a sus proyecciones futuras. Por otra parte, se encuentra el enfoque cualitativo, que toma en cuenta las diferentes variables que determina la demanda, además de abordar todo lo relacionado con la comercialización, es decir, al movimiento entre productores y usuarios. Cuando se habla de mercado, se hace referencia al área geográfica a la cual acuden intermediarios y consumidores, con el objetivo de comprar y vender un producto o servicio, es decir, llevar a cabo acuerdos comerciales a un determinado precio.

El estudio de mercados se basa en acontecimientos del pasado y en sus efectos, con la finalidad de resolver problemas actuales y proyectar determinados comportamientos hacia el futuro. También se debe tener en cuenta que el análisis de la capacidad empresarial de quienes van a liderar la empresa y el análisis sectorial, cada día adquieren mayor importancia en el estudio de proyectos de pequeñas empresas (Meneses, 2002).

Es necesario aclarar que, aunque se ha procurado precisar una diferenciación entre las distintas etapas del estudio de proyectos, esto no ha tenido éxito, pues existe una fuerte interrelación entre ellas. Desde la perspectiva del empresario privado, el análisis de mercado le permite conocer si es o no rentable invertir en un determinado campo. En cambio, desde la perspectiva del país se presenta otro enfoque, debido a que existen proyectos que, aunque no tengan ventaja comercial, pueden tener ventaja a nivel social.

Al realizar el presente análisis se pretende que el riesgo de la inversión sea un riesgo calculado. Se debe tener en cuenta que toda inversión entraña un riesgo, por lo cual no se trata de eliminar el riesgo implícito. El estudio de mercado no debe enfocarse únicamente a la demanda y al precio del producto o servicio a ofertarse, sino también a la competencia existente y potencial.

En esta medida, un proyecto puede cambiar el equilibrio, en el supuesto que podría modificar los precios tanto de materiales como de mano de obra que emplan los productos y servicios, tanto de productores como de competidores.

2.2.1. El Producto: Características y funciones

Según Thompson, (2001) se puede definir el producto como un conjunto de atributos que el consumidor considera tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades. Desde el punto de vista de un fabricante, el producto constituye un conjunto de elementos físicos y químicos acoplados de tal forma que le brinda al consumidor la posibilidad de utilizarlo.

A la mencionada definición de producto, el marketing le añadió una segunda dimensión, basada en la existencia de una función genérica de la satisfacción. El interés de construir un estacionamiento público en el norte de Quito, se origina porque es una zona estratégica para la implementación de este proyecto, ya que en el sector existe una concentración importante de actividades económicas y públicas las cuales son las principales generadoras de viajes.

Características

Luego de realizar el análisis de las encuestas se ha determinado que en el sector de la Av. Shirys y Av. Portugal, y sus calles aledañas, no existen suficientes espacios para el estacionamiento de automóviles, es decir que un gran número de conductores que se ven obligados a estacionar sus vehículos sobre las aceras y en muchas ocasiones tienen temor de dejar sus autos en estos lugares.

En base a los resultados de las encuestas, las características del servicio serán las siguientes:

- Una de las características principales que debe presentar un parqueadero público, es la seguridad. El parqueadero debe contar con las suficientes garantías para que los usuarios tengan la seguridad que su automóvil queda en buenas manos y no sufrirá ningún daño.

- Otra de las características será el fácil acceso de los vehículos, es decir que el espacio del estacionamiento está diseñado para que los vehículos puedan entrar y salir sin ningún inconveniente. De esta manera, se evitará que se produzca congestión vehicular sobre todo en horas pico.
- El parqueadero contará con una adecuada iluminación, lo cual permitirá que los usuarios no tengan inconvenientes a la hora de estacionar sus vehículos y también se evitará que choquen con otros.
- El parqueadero contará con un amplio espacio físico, por lo cual aproximadamente 50 automóviles podrán hacer uso del servicio al mismo tiempo. Además, cabe mencionar que se tendrán en cuenta todas las normas relacionadas con la limpieza y la buena atención.
- El adecuado servicio al cliente debe ser permanente, pues con esto se obtendrá la fidelidad de los usuarios y se ganará un porcentaje de preferencia en el mercado.

Función

La función principal del parqueadero beneficiar al público que transita por el sector de la Av. Shirys y Av. Portugal, ya sea por motivos laborales o turísticos, brindándoles un servicio para estacionar sus vehículos.

De esta manera, los propietarios de los vehículos se evitarán sanciones por parte de los agentes de tránsito, al no dejar estacionados sus autos en cualquier lugar. Además, se evitarán que sus autos y los accesorios del mismo sean objeto de robo.

Por este motivo, el estacionamiento contará con todas las garantías necesarias, para que el cliente se sienta satisfecho del servicio y pueda realizar con total tranquilidad sus actividades por el sector.

2.2.2. Población y Muestra

El universo que va a tener la presente investigación lo constituyen el número de personas seleccionadas para obtener la información mediante las encuestas respectivas.

Mediante la siguiente formula se obtendrá el número de personas que serán encuestadas:

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

15.391. Población a 500 m2 de radio de la ciudad de Quito

(21%) de la población residen en la zona en mención y poseen vehículos, es decir 3.232 personases la población de la investigación.

Datos:

N= Tamaño de la población 3.232 personas poseen vehículo

Z = Nivel de confianza (96%) 1.96

P= Proporción real estimada de éxito	50%
Q= Proporción real estimada de fracaso	50%
e= Error	5%

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.96^2)(0,50)(0,50)(3.232)}{(0,05)^2 (3.232 - 1) + (1.96^2)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{0,9604(3.232)}{(0,0025)(3.231) + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{3.104}{(8,078) + (0,96)}$$

$$n = \frac{3.104}{9,038}$$

N = 366 personas encuestadas

2.2.3. Investigación de campo

Objetivo:

Instrucciones:

Edad:

Género:

Sector de residencia:

Sector de su trabajo:

1. ¿Usted dispone de auto propio para movilizarse de su casa hasta su lugar de trabajo?

Propio

Público

Alquilado

2. ¿Usted utiliza el servicio de parqueadero privado o público para su auto?

Privado

(propio)

Público

3. ¿Cuántos días de la semana usted utiliza el servicio de parqueadero?

1 día a la semana

2 días a la semana

3 días a la semana

4 días a la semana

5 días a la semana

7 días a la semana

4. ¿A cuántos metros de distancia queda el parqueadero donde deja usted su auto?

A 100 metros

A 200 metros

A 300 metros

A 400 metros

A 500 metros

5. ¿Cuánto paga usted mensualmente por el parqueadero?

Hasta 40 dólares

Hasta 50 dólares

Hasta 60 dólares

Hasta 70 dólares

Más de 70 dólares

6. ¿Usted considera de su plena satisfacción al parqueadero donde deja su auto?

Si

No

7. ¿Cuántos parqueaderos conoce usted en el sector donde usted deja su auto?

De 3 a 5

De 6 a 8

De 9 a 11

Más de 11

8. ¿Cuál es la característica que usted considera relevante de su satisfacción de un parqueadero?

Seguridad
Atención
Precio del servicio
Cercanía a su trabajo
Otra. Cuál? _____

9. ¿Le gustaría disponer de un servicio de parqueadero a un menor precio cerca del lugar de su trabajo?

Si
No

10. ¿Le gustaría que en el sector de Ñaquito se implemente un parqueadero?

Si
No

11. Si se creara el parqueadero en la Av. Shirys y Portugal que le brinde mejores garantías de seguridad y atención de su auto, haría uso de sus servicios?

Si
No

GRACIAS A SU AMABLE ATENCIÓN

2.2.4. Recolección de la información mediante la encuesta

1. ¿Usted dispone de auto propio para movilizarse de su casa hasta su lugar de trabajo?

Cuadro N° 1 Usted dispone de auto propio para movilizarse de su casa hasta su lugar de trabajo

INDICADOR	FRECUENCIA	%
PROPIO	242	66
PUBLICO	120	33
ALQUILADO	4	1
TOTAL	366	100

Gráfico N° 4 Usted dispone de auto propio para movilizarse de su casa hasta su lugar de trabajo



Elaborado por: El autor

Más de la mitad de los consultados poseen vehículos propios.

2. ¿Usted utiliza el servicio de parqueadero privado o público para su auto?

Cuadro N° 2 Usted utiliza el servicio de parqueadero privado o público para su auto

INDICADOR	FRECUENCIA	%
PÚBLICO	172	47
PRIVADO	194	53
TOTAL	366	100

Gráfico N° 5 Usted utiliza el servicio de parqueadero privado o público para su auto



Elaborado por: El autor

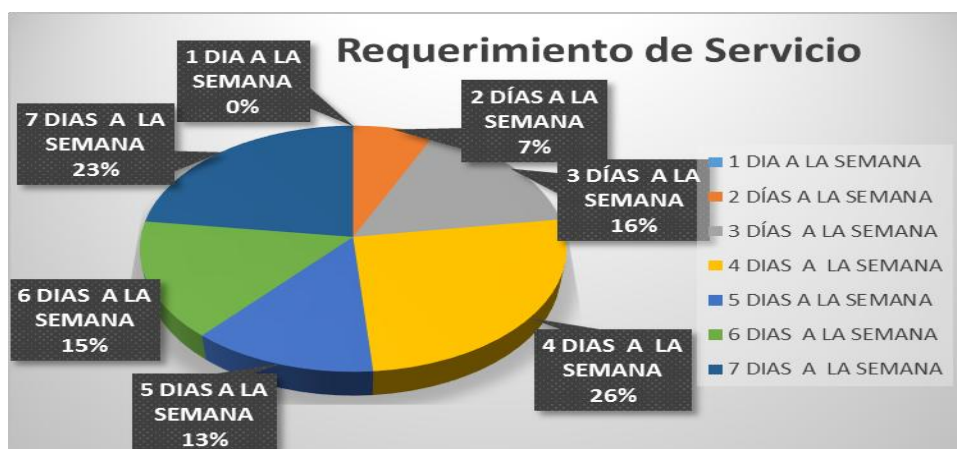
Un poco más de la mitad de los encuestados utilizan el servicio de parqueadero privado.

3. ¿Cuántos días de la semana usted utiliza el servicio de parqueadero?

Cuadro N° 3 Cuántos días de la semana usted utiliza el servicio de parqueadero

INDICADOR	FRECUENCIA	%
1 DIA A LA SEMANA	0	0
2 DÍAS A LA SEMANA	25	7
3 DÍAS A LA SEMANA	58	16
4 DIAS A LA SEMANA	95	26
5 DIAS A LA SEMANA	47	13
6 DIAS A LA SEMANA	57	15
7 DIAS A LA SEMANA	84	23
TOTAL	366	100

Gráfico N° 6 Cuántos días de la semana usted utiliza el servicio de parqueadero



Elaborado por: El autor

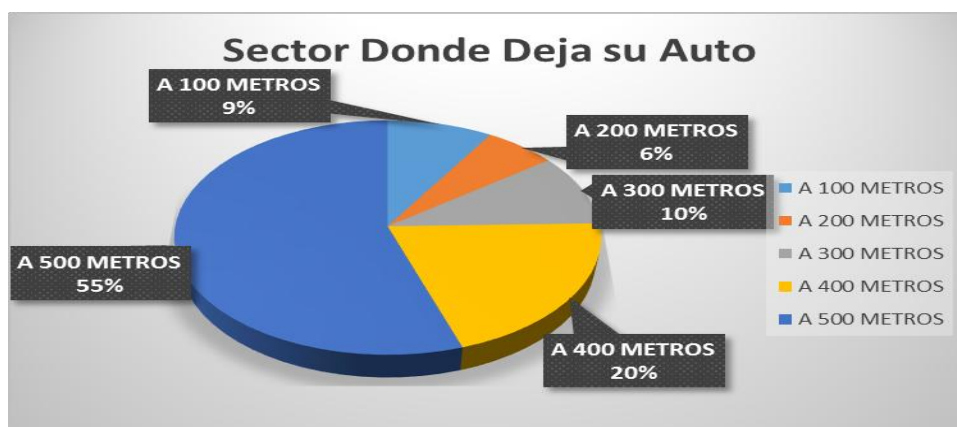
La creación de un parqueadero público es relevante y necesaria para que los usuarios pueden estacionar correctamente sus vehículos y así acomodarse en un determinado espacio en un tiempo más rápido, evitando problemas de tráfico.

4. ¿A cuántos metros de distancia queda el parqueadero donde deja usted su auto?

Cuadro N° 4 A cuántos metros de distancia queda el parqueadero donde deja usted su auto

INDICADOR	FRECUENCIA	%
A 100 METROS	32	9
A 200 METROS	22	6
A 300 METROS	36	10
A 400 METROS	74	20
A 500 METROS	202	55
TOTAL	366	100

Gráfico N° 7 A cuántos metros de distancia queda el parqueadero donde deja usted su auto



Elaborado por: El autor

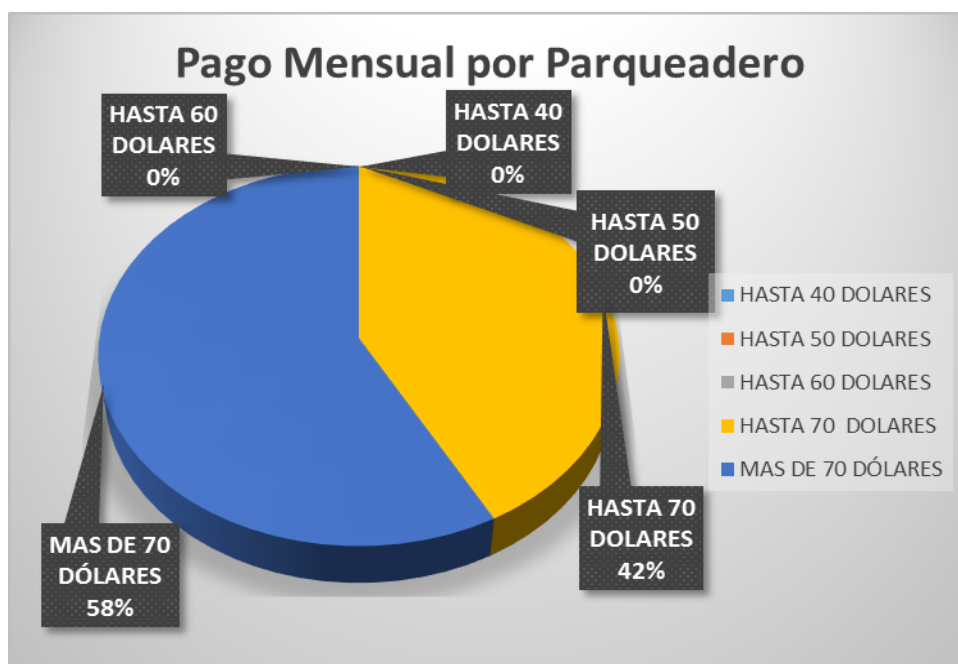
Más de la mitad de las personas consultadas deben caminar un aproximado medio kilómetro para buscar sus vehículos en el parqueadero, esta situación sustenta más la propuesta de crear un lugar para estacionar los vehículos en una zona bastante transitada.

5. ¿Cuánto paga usted mensualmente por el parqueadero?

Cuadro N° 5 Cuánto paga usted mensualmente por el parqueadero

INDICADOR	FRECUENCIA	%
HASTA 40 DOLARES	0	0
HASTA 50 DOLARES	0	0
HASTA 60 DOLARES	0	0
HASTA 70 DOLARES	154	42
MAS DE 70 DÓLARES	212	58
TOTAL	366	100

Gráfico N° 8 Cuánto paga usted mensualmente por el parqueadero



Elaborado por: El autor

La mayoría de los usuarios están dispuestos a pagar para recibir un beneficio, en este caso, un buen servicio en donde se les asegure en su totalidad la integridad física de sus vehículos.

6. ¿Usted considera de su plena satisfacción al parqueadero donde deja su auto?

Cuadro N° 6 Usted considera de su plena satisfacción al parqueadero donde deja su auto

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	135	37
NO	231	63
TOTAL	366	100

Gráfico N° 9 Usted considera de su plena satisfacción al parqueadero donde deja su auto



Elaborado por: El autor

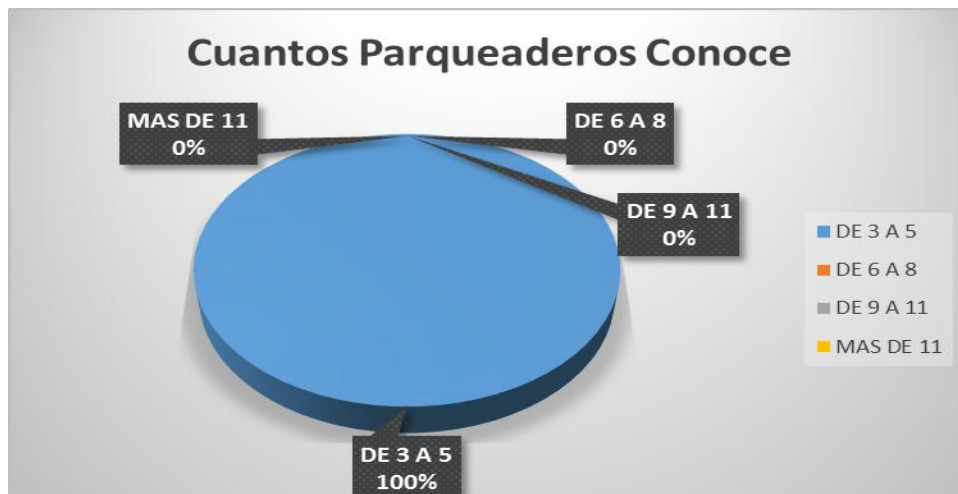
Importante considerar elementos como son el costo por hora en los parqueaderos, las condiciones ambientales y de infraestructura de éstos y por último, no menos importante, la seguridad cuando se está estacionando el vehículo y cuando se deja por un largo período de tiempo.

7. ¿Cuántos parqueaderos conoce usted en el sector donde usted deja su auto?

Cuadro N° 7 Cuantos parqueaderos conoce usted en el sector donde usted deja su auto

INDICADOR	FRECUENCIA	%
DE 3 A 5	366	100
DE 6 A 8	0	0
DE 9 A 11	0	0
MAS DE 11	0	0
TOTAL	366	100

Gráfico N° 10 Cuántos parqueaderos conoce usted en el sector donde usted deja su auto



Elaborado por: El autor

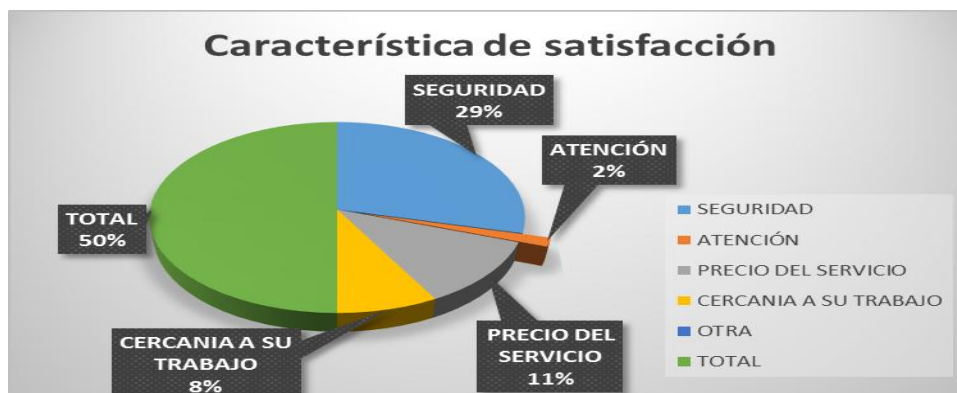
La ubicación de los parqueaderos es fundamental, sobre todo cuando se desea dejar el carro cuando se realizan salidas familiares por un largo período de tiempo en un lugar seguro.

8. ¿Cuál es la característica que usted considera relevante de su satisfacción de un parqueadero?

Cuadro N° 8Cuál es la característica que usted considera relevante de su satisfacción de un parqueadero

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SEGURIDAD	212	58
ATENCIÓN	11	3
PRECIO DEL SERVICIO	84	23
CERCANIA A SU TRABAJO	59	16
OTRA		0
TOTAL	366	100

Gráfico N° 11Cuál es la característica que usted considera relevante de su satisfacción de un parqueadero



Elaborado por: El autor

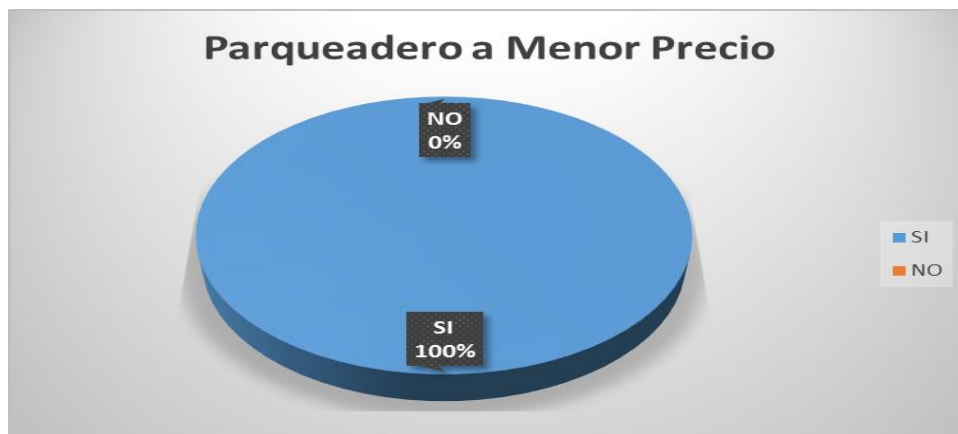
La seguridad que le proporcione al vehículo el parqueadero es uno de los más importantes aspectos que toma en cuenta el usuario; con esto el usuario siente que su vehículo puede sufrir algún tipo de daño, bajo ninguna circunstancia lo deja estacionado en ese lugar inseguro.

9. ¿Le gustaría disponer de un servicio de parqueadero a un menor precio cerca del lugar de su trabajo?

Cuadro N° 9 Le gustaría disponer de un servicio de parqueadero a un menor precio cerca del lugar de su trabajo

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	366	100
NO	0	0
TOTAL	366	100

Gráfico N° 12 Le gustaría disponer de un servicio de parqueadero a un menor precio cerca del lugar de su trabajo



Elaborado por: El autor

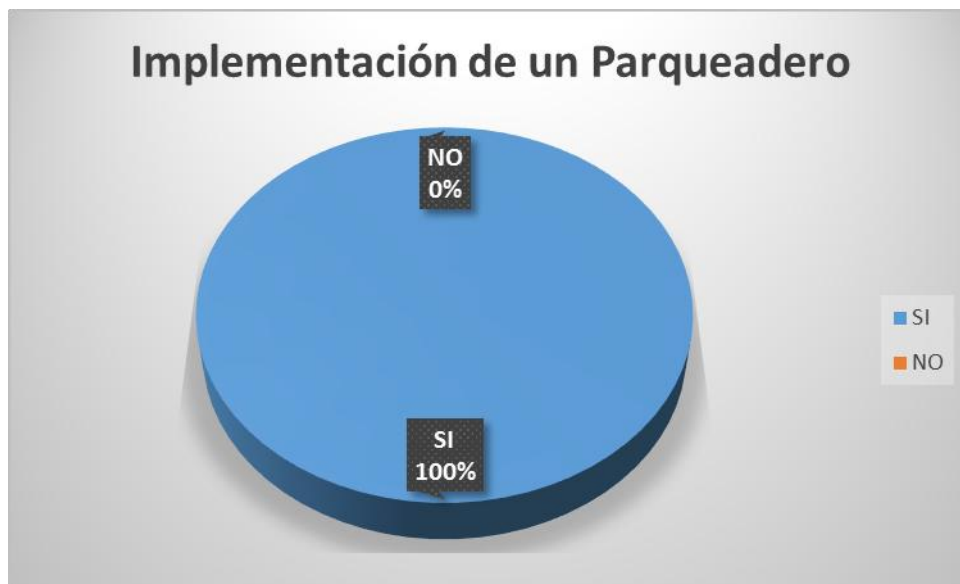
El segundo elemento que considera el usuario al momento de decidir si deja su vehículo en un parqueadero es el precio que debe pagar por recibir ese servicio. Generalmente, este costo está calculado en función del tiempo que pase el vehículo estacionado, así se tiene previamente establecido el valor por horas.

10. ¿Le gustaría que en el sector de Iñaquito se implemente un parqueadero?

Cuadro N° 10 Le gustaría que en el sector de Iñaquito se implemente un parqueadero

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	366	100
NO	0	0
TOTAL	366	100

Gráfico N° 13 Le gustaría que en el sector de Iñaquito se implemente un parqueadero



Elaborado por: El autor

Debido a sus ventajas comerciales, bancarias, financieras, entre otras, los usuarios pueden caminar y encontrar gran cantidad de bancos o entidades bancarias, mercados, supermercados y entidades gubernamentales.

11. ¿Si se creara el parqueadero en la Av. Shirys y Portugal que le brinde mejores garantías de seguridad y atención de su auto, haría uso de sus servicios?

Cuadro N° 11 Si se creara el parqueadero en la Av. Shirys y Portugal que le brinde mejores garantías de seguridad y atención de su auto, haría uso de sus servicios

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	231	63
NO	135	37
TOTAL	366	100

Gráfico N° 14 Si se creara el parqueadero en la Av. Shirys y Portugal que le brinde mejores garantías de seguridad y atención de su auto, haría uso de sus servicios



Elaborado por: El autor

Se justifica plenamente la creación de este parqueadero, el cual traerá consigo grandes beneficios para la comunidad, en primer lugar y, en segundo lugar, se podrá tomar de referencia debido a su modernidad e ingenio en relación a la estructura y a los espacios adecuados para estacionar los vehículos.

2.2.5. Demanda

La demanda es la cantidad de clientes que están en capacidad de adquirir el servicio de parqueadero del proyecto, esta población a la cual se dirige el proyecto es a quienes poseen un auto propio para movilizarse hasta el lugar de sus trabajos; por otro lado se considerará también a la población que utiliza parqueaderos públicos para dejar sus carros ya que el privado se entiende aquellos que disponen de su propio parqueadero. A continuación, se presenta una tabla de la demanda actual.

CONCEPTO	VALOR
Población Total	3.232
Auto Propio	66%
Parqueadero Público	47%
Demanda Actual	1.003

Elaborado por: El autor

La población que dispone de auto propio para movilizarse es del 66% y la población que requiere de un parqueadero público es del 47%, quedando una demanda de 1.003 autos para prestarse el servicio en el mercado tanto en el día como en la noche. De los cuales se ha investigado que en el porcentaje que se moviliza en el día es del 40% y en la noche es del 60%, lo que significa que el servicio puede darse en el día y en la noche ya que existe una gran cantidad de autos que requieren del servicio para parquear su auto durante el día que se movilizan a sus oficinas, y en la noche porque existen autos que regresan de sus labores diarias y requieren de un parqueadero para guardar sus autos.

2.2.6. Proyección de la Demanda

La base de datos que se utiliza en esta investigación es del año 2010 porque es la fecha en la cual el Instituto Nacional de estadísticas y Censos realizo el último censo poblacional.

Según el INEC (2016) en un estudio realizado al parque automotor, indica que en los últimos cinco años el mismo ha crecido en un 3.8% anual promedio. El método de proyección utilizado es el de crecimiento exponencial en el cual se aplica la siguiente formula:

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

$$\text{Demanda actual (2010)} = 2.514 \text{ Personas}$$

$$\text{Demanda (2011)} = 1.003 * (3.8\%)^1 = 1.041 \Rightarrow \text{Clientes}$$

$$\text{Demanda (2012)} = 1.003 * (3.8\%)^2 = 1.080 \Rightarrow \text{Clientes}$$

$$\text{Demanda (2013)} = 1.003 * (3.8\%)^3 = 1.121 \Rightarrow \text{Clientes}$$

$$\text{Demanda (2014)} = 1.003 * (3.8\%)^4 = 1.164 \Rightarrow \text{Clientes}$$

$$\text{Demanda (2015)} = 1.003 * (3.8\%)^5 = 1.208 \Rightarrow \text{Clientes}$$

2.2.7. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se brindan en el mercado y trata de cubrir la demanda a un determinado precio y en un momento establecido. En este caso la oferta es la cantidad de parqueaderos que se encuentran en el mercado y la cantidad de vehículos que actualmente se está cubriendo con la oferta.

Realizando la investigación se llegó a determinar que en la parroquia Benalcazar, existen 5 parqueaderos que cubren una cantidad de vehículos de acuerdo al siguiente detalle:

PARQUEADERO	CLIENTES
Parqueadero 1	38
Parqueadero 2	20
Parqueadero 3	32
Parqueadero 4	33
Parqueadero 5	41
TOTAL	164

Elaborado por: El autor

El parqueadero más grande y que oferta mayor servicio de parqueadero es el número cinco que cubre a 41 clientes únicamente en el día. En la noche no prestan el servicio por cuestiones de seguridad que no la tienen para brindar a sus clientes. Mediante el cuadro anterior se concluye que la oferta es de 164 clientes. Es importante mencionar que la oferta presentada en el cuadro anterior es de clientes atendidos en forma mensual: no se ha presentado la oferta anual dado que es el mismo cliente el que alquila el parqueadero durante los 12 meses del año.

2.2.8. Proyección de la Oferta

En cuanto a la oferta, esta se ha mantenido casi quieta, creciendo a un 1,02% de acuerdo a los parqueaderos ubicados en el sector de Ñaquito, lo que significa que la demanda insatisfecha va a ir incrementándose significativamente.

AÑO	OFERTA
0	164
1	166
2	167
3	169
4	171
5	173

Elaborado por: El autor

2.2.9. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella que de determina restando de la demanda la oferta, la demanda insatisfecha es la cantidad de usuarios que no pueden ser atendidos en el mercado.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	1003	164	839
1	1041	166	875
2	1080	167	913
3	1121	169	952
4	1164	171	993
5	1208	173	1035

De esta demanda insatisfecha se cubrirá un porcentaje mínimo de acuerdo a la disponibilidad del parqueadero. En este caso se cubrirá en el día y noche a una demanda que representa un 5,70% para el primer año y del 6,50% para el quinto año.

2.3. Marketing Mix

2.3.1. Producto

El parqueadero público estará edificado en un área total de 820 m² dividido en tres niveles para poder ser usados de manera ordenada y con capacidad total de parqueo para 82 vehículos, es decir en cada planta podrán ingresar un máximo de 27 vehículos y una planta para 28 vehículos. Cada usuario dispondrá de una tarjeta adhesiva que los distinguirá en el momento de entrar al parqueadero.

2.3.2. Precio

Las tarifas o valor a cancelar de los parqueaderos públicos varían de acuerdo al número de horas que se deje el vehículo. Por lo tanto, la fijación del precio de parqueo es un elemento importante en la mezcla del marketing, el mismo que debe tener una planificación para que se ajuste a las características del parqueadero.

Se ha determinado que el precio mensual del parqueadero sea de 62 dólares, un precio menor al del mercado ya que en el sector de ubicación del proyecto se encuentra la competencia con un precio mensual de 70 dólares en adelante.

2.3.3. Plaza

Para el presente proyecto no hay canales de distribución, ya que los usuarios son quienes van a ir al lugar donde se encuentra situado el parqueadero público.

2.3.4. Promoción

Permite alcanzar uno de los objetivos primordiales del parqueadero que es que el usuario utilice el parqueadero, a través de la comunicación, información y persuasión al mismo y a otros interesados.

CAPITULO III

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUEADERO PÚBLICO EN LA AV. SHYRIS Y PORTUGAL EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene la finalidad de determinar tres factores enfocados a la localización, el tamaño y el proceso ideal para poder producir un bien o prestar de la mejor manera un servicio. Dentro del estudio técnico debe analizarse aspectos de abastecimiento de recursos tanto materiales como financieros para poder establecer la viabilidad técnica de la presente propuesta.

3.1.1. Localización del Proyecto

La localización hace referencia al lugar donde el proyecto va a desarrollarse produciendo y brindando el producto, bien o servicio, de acuerdo al análisis correcto de aspectos relevantes que contribuyen a la rentabilidad y por ende viabilidad del proyecto; en este factor debe analizarse el macro y micro localización.

BACA Urbina Gabriel, (2006) “La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”. (p. 107)

3.1.1.1. Macro Localización

Deben analizarse aspectos como la demanda, la necesidad de la población, el poder adquisitivo del consumidor, etc., es decir en forma macro en qué país se va a ubicar, en qué región, provincia, ciudad, etc.

En el caso de la presente propuesta, al contar que la ciudad de Quito tiene una gran densidad de población y que al igual que esta, se tiene una gran cantidad de autos los cuales a través de la movilización han llegado a ser necesarios y que dada las circunstancias de trabajo la población requiere de un lugar donde parquear o dejar su automóvil en seguridad, es por esta razón por la que se ha previsto aptar el mercado de la ciudad de Quito de la provincia de Pichincha.

Gráfico N° 15 Macro Localización del Proyecto



Fuente: Google Map, Ecuador 2014

3.1.1.2. Micro Localización

En el nivel micro se analizan aspectos como servicios básicos, vías de comunicación, costos de infraestructura, cercanía de proveedores, etc., En el caso del presente proyecto como es el parqueadero se ha analizado que la población que trabaja en la cercanía de la Av. Shirys y Portugal, no cuenta con un parqueadero a las afueras de su trabajo por lo que tienen que trasladarse a lugares alejados donde dejan sus autos en las aceras, o parqueaderos con poca seguridad, es esta la razón por la que se ha previsto ubicar de manera estratégica al parqueadero en tal dirección para captar a la población tanto que viven en este sector y también prestar el servicio a quienes llegan a trabajar y necesitan de un parqueadero muy cercano.

No se analizan muchos factores ya que el lugar se ha seleccionado por la necesidad y de manera estratégica lograr la mayor rentabilidad del proyecto, en el caso de aspectos como servicios básicos si se los tiene dentro del lugar y las vías de comunicación también se han considerado, existiendo una Avenida de mayor circulación vehicular.

Gráfico N° 16 Micro Localización del Proyecto



Fuente: Google Map, Ecuador, Quito, 2014

3.1.2. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad que tiene este para producir o brindar el servicio una determinada cantidad de un bien en una determinada unidad de tiempo. Dentro del tamaño del proyecto es necesario analizar aspectos como tecnología, mano de obra, financiamiento, la demanda, entre otros importantes. A continuación, el análisis:

3.1.2.1. Tamaño del Proyecto y la Demanda

En cuanto a la demanda, este aspecto no limita el tamaño del proyecto ya que es bastante representativa y que de esta demanda se tiene previsto captar un porcentaje. La demanda es demasiado alta esto debido a que existen muchas empresas por el sector que ocupan a una gran cantidad de trabajadores que se movilizan con sus autos.

3.1.2.2. Tamaño del Proyecto y la Tecnología

La tecnología tampoco es un aspecto que limita el tamaño del proyecto puesto que el parqueadero no implementará infraestructura de alta tecnología sino únicamente el espacio físico, iluminaciones, sistema de seguridad, etc., que se lo puede encontrar en el mercado tecnológico.

3.1.2.3. Tamaño del Proyecto y la Mano de Obra

En cuanto a la mano de obra, es un aspecto que tampoco limita al tamaño del proyecto ya que no se requiere de personal especializado para prestar el servicio del

parqueadero, únicamente se necesita de dos personas para inducir a los choferes hasta el lugar donde dejarán su auto. Por otro lado está el personal administrativo que tampoco debe ser especializado para cumplir con la gestión del proyecto y el servicio prestado.

3.1.2.4. Tamaño del Proyecto y el Financiamiento

Para poder emprender toda empresa, es necesario que cuente con el capital necesario para cumplir con su funcionalidad y brindar un servicio o transformar un producto. El financiamiento es importante para determinar el tamaño del proyecto ya que si existen las entidades financiadoras en un país este aspecto no limitará al proyecto, caso contrario si el proyecto implica un monto demasiado elevado y no existen fuentes de financiamiento si se vería limitado. En el caso del parqueadero, la propuesta no implica una inversión elevada y de ser así, existen las fuentes de financiamiento que prestan el capital hasta un 70% para proyectos nuevos, lo que significa que este aspecto no limita la puesta en marcha del proyecto.

Con estos antecedentes, se puede determinar el tamaño del parqueadero de acuerdo al número de autos que puede parquear o guardar tanto en la noche como en el día.

3.1.2.5. Servicio y Unidad de Medida

El servicio que brinda el proyecto es el de parquear automóviles que llegan a contratar el servicio por el hecho de trabajar en las empresas cercanas a la Av. Shirys y Portugal y que quieren salvaguardar su auto. La unidad de medida es el auto y el tiempo al cual se prestará el servicio es mensual.

3.1.3. Capacidad Instalada

La capacidad instalada hace referencia a la ocupación máxima que el proyecto puede dar a su demanda. En este caso el parqueadero contará con el servicio para prestarlo en el día y en la noche. En el día se enfoca a la población que llega a laborar a sus oficinas y en la noche quienes llegan de laborar de sus oficinas. Para determinar la capacidad instalada del proyecto se considera lo siguiente:

- Se cuenta con el área de cada auto que es de 10 m².
- Se cuenta con un área de espacio en parqueadero de 800 m² (20 metros de ancho por 40 metros de largo) para el servicio y 20 m² adicionales para prevenir imprevistos.

Lo que significa que el parqueadero tiene una capacidad instalada para parquear a 82 autos al mismo tiempo en el día y la misma cantidad por la noche (820 m² de espacio / 10 m² auto).

3.1.4. Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada es aquella que realmente se va a ocupar durante la vida útil del proyecto, en este caso de acuerdo al servicio, se debe contemplar que un espacio va a ser ocupado por los directivos de la empresa por lo que se estaría disminuyendo el espacio para vender el servicio, de esta manera se puede establecer el siguiente programa de prestación del servicio.

Tabla N° 7 Capacidad Utilizada en la Noche

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	%
1	82	45	55%
2	82	50	61%
3	82	55	67%
4	82	60	73%
5	82	65	79%

Elaborado por: El Autor

La capacidad utilizada en la noche inicia desde el 55% y asciende al quinto año hasta el 79%.

Tabla N° 8 Capacidad Utilizada en el Día

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	%
1	82	50	61%
2	82	55	67%
3	82	60	73%
4	82	65	79%
5	82	70	85%

Elaborado por: El Autor

La capacidad utilizada en el día empieza desde el 61% y llega hasta el 85% en el quinto año de funcionamiento.

3.1.5. Proceso de Prestación del Servicio

También llamado ingeniería del proyecto, este tema presenta el desarrollo de cómo va a ser transformado el bien o cómo va a ser brindado el servicio al cliente o consumidor final, de la manera óptima. Este proceso comprende el desarrollo de varias etapas que inician desde la recepción de la llamada hasta cuando el servicio ha sido brindado. A continuación, se describen las etapas de la prestación del servicio de parqueadero.

- Recepción de la Llamada y Bienvenida
- Información sobre el servicio y condiciones
- Elaboración del Contrato
- Firma y Legalización del Contrato
- Prestación del Servicio
- Despedida

Recepción de la Llamada y Bienvenida

En esta etapa el cliente se pone en contacto con el parqueadero con la finalidad de adquirir el servicio, esta recepción se ha logrado por la publicidad que se ha difundido en el mercado. La bienvenida se la realizará a todo usuario que pida información sobre el servicio sea o no un cliente. La recepción de la llamada no tardará un tiempo de 5 minutos por cliente.

Información y condiciones sobre el servicio

En esta etapa el parqueadero informa a los usuarios cuales son las formas de pago, cuáles son las garantías del servicio, el horario de atención, etc., y el usuario o cliente manifiesta también sus formas de uso, que días llega al parqueadero, si el pago

va a ser por un solo auto o por dos, o si existe algún cambio de auto algunos días, las horas pico, etc. y se asignan cupos para tramitar el contrato de alquiler del parqueo. Esta actividad no tardará más de 20 minutos.

Elaboración del Contrato

Cuando ya se hayan pactado todo requerimiento considerado por el cliente y el parqueadero, se procederá a la elaboración del contrato; en el contrato se redactarán todas las cláusulas previstas y la conformidad tanto del cliente del parqueadero. La elaboración del contrato no tardará un tiempo máximo de 10 minutos mientras se redacta, se imprime.

Firma y Legalización del Contrato

Cuando ya se haya impreso el contrato las partes proceden a la firma y legalización del mismo, archivando copias de cédula, copias de licencias y matrículas, copias de modelo y todo lo referente al auto como color, marca, etc. Esta etapa no tardará más de 10 minutos para legalizar el contrato.

Prestación del Servicio

Esta etapa se refiere a cuando el cliente hace uso del servicio, es decir, todas las mañanas llega hasta el parqueadero y deja su auto estacionado; y en la tarde, el cliente llega al parqueadero y guarda el auto hasta el próximo día. El horario de atención del día es desde las 7:45 horas hasta las 17:45 horas; y en las noches el horario de atención es desde las 18:00 hasta las 7:30 de la mañana. En esta etapa el parqueadero cuenta con el personal de seguridad y personal para parquear los autos, resguardando la integridad del auto de cada uno de los clientes.

Despedida






Esta etapa es la última del proceso de la prestación del servicio de parqueadero donde el cliente se despide en la puerta de la institución al igual que la bienvenida al inicio cuando llega el cliente. Cuando se haya completado el tiempo en el cual se ha acordado el contrato, el cliente puede seguir haciendo uso del servicio o de igual forma puede despedirse.

3.1.6. Diagrama de Flujo

“Es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida, el tiempo empleado, etc.” (Cajas, 1997, pág. 228)



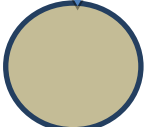

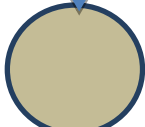

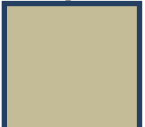

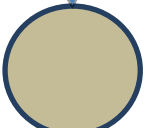

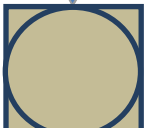




El diagrama de flujo representa gráficamente el proceso de producción o de prestación del servicio a través de una simbología, tal simbología presentada por Baca Urbina Gabriel es la siguiente:

Tabla N° 9 Diagrama de Flujo

GRAFICO.	SIMBOLOGÍA.	CONCEPTOS.
	OPERACIÓN.	Efectuar el cambio o transformación en algún componente del producto, por medios físicos, mecánicos o químicos.
	TRANSPORTE.	Es la acción de movilizar de un sitio a otro, algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de alineamiento o demora.
	DEMORA.	Se representa generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turnos para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una espera.
	ALMACENAJE.	Se almacena materia prima, producto en proceso y producto terminado.
	INSPECCIÓN.	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	OPERACIÓN COMBINADA.	Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Fuente: <https://www.aiteco.com/que-es-un-diagrama-de-flujo/>

Tabla N° 10 Diagrama de Flujo del Parqueadero

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	INICIO	0 minutos
		
	Recepción de la Llamada y Bienvenida	5 minutos
		
	Información sobre el servicio y condiciones	20 minutos
		
	Elaboración del Contrato	10 minutos
		
	Firma y Legalización del Contrato	10 minutos
		
	Prestación del Servicio (PARQUEO)	3 minutos
		
	Despedida	2 minutos
		
	FIN	0 minutos

Elaborado por: El Autor

3.1.7. Requerimiento de Recursos

El requerimiento de recursos se refiere a la adquisición de equipos y maquinaria que deben ser utilizados en la prestación del servicio dentro del parqueadero, estos recursos son los siguientes:

3.1.7.1. Muebles y Enseres

Estos recursos son utilizados en el parqueadero para poder gestionar la empresa en el área administrativa y también en el área operativa del servicio, en este rubro se incluyen escritorios, sillas, archivadores que tienen la finalidad de dar comodidad al trabajador para prestar el servicio.

Tabla N° 11 Requerimiento de Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad
ÁREA OPERATIVA	
Escritorios de Trabajo	2
Sillas ergonómicas de ruedas	4
ÁREA ADMINISTRATIVA	
Escritorio ejecutivo	1
Escritorio modelo secretaria	1
Sillas ergonómicas de ruedas	4
Archivador 4 gavetas	1
juego de muebles recibidor	1
Basureros metálicos	2

Elaborado por: El Autor

3.1.7.2. Equipo de Oficina

El equipo de oficina es aquel que facilita al trabajador a gestionar la documentación física desarrollada por la empresa. Entre el equipo de oficina se puede mencionar a la sumadora y teléfono convencional.

Tabla N° 12 Requerimiento de Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad
Teléfono Convencional	2
Sumadora	2

Elaborado por: El Autor

3.1.7.3. Equipo de Computación

Este Equipo contribuye a la gestión documental digital de la empresa, estos activos son impresoras, computadoras, etc.

Tabla N° 13 Requerimiento de Equipo de Computación

Descripción	Cantidad
Computadora i3	3
Impresora Multiusos EPSON	1

Elaborado por: El Autor

3.1.7.4. Infraestructura

La infraestructura dado el costo de construcción que resulta elevado y por otro lado que no hay espacio donde construir en el lugar indicado del parqueadero, se ha previsto alquilar las instalaciones como son los 800 metros cuadrados, adicionalmente se considera el alquiler de una pequeña oficina para la gestión de la empresa.

3.1.7.5. Requerimiento de Personal

El requerimiento de personal es muy importante para la empresa talvez es el recurso más importante de todos ya que se está hablando de quien va a realizar o brindar el servicio a la población, el personal debe ser requerido tanto en el área operativa como en el área administrativa.

Tabla N° 14 Requerimiento de Personal

Área	Cantidad
OPERATIVA	
Operarios	2 personas
ADMINISTRATIVA	
Administrador	1 persona
Secretaria	1 persona
Contador	1 persona
Guardia	1 persona

Elaborado por: El Autor

3.1.7.6. Distribución de la Planta (LAYOUT)

La distribución de la planta es el área de cómo va a estar conformada tanto el área operativa como el área administrativa, en este caso se cuenta con un total de 820 m² para el área operativa y 42 m² para asignarla al área administrativa. A continuación, la distribución de estas áreas en las siguientes características:

Tabla N° 15 Distribución de la Planta

ÁREA	M2
OPERATIVA	
Parqueadero	810 m ²
Baños	4 m ²
Cabina de Parqueadero	6 m ²
ADMINISTRATIVA	
Administrador	20 m ²
Secretaria	12 m
Contabilidad	8 m ²
Recepción	2 m ²

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 17 Distribución de la Planta



Elaborado por: El Autor

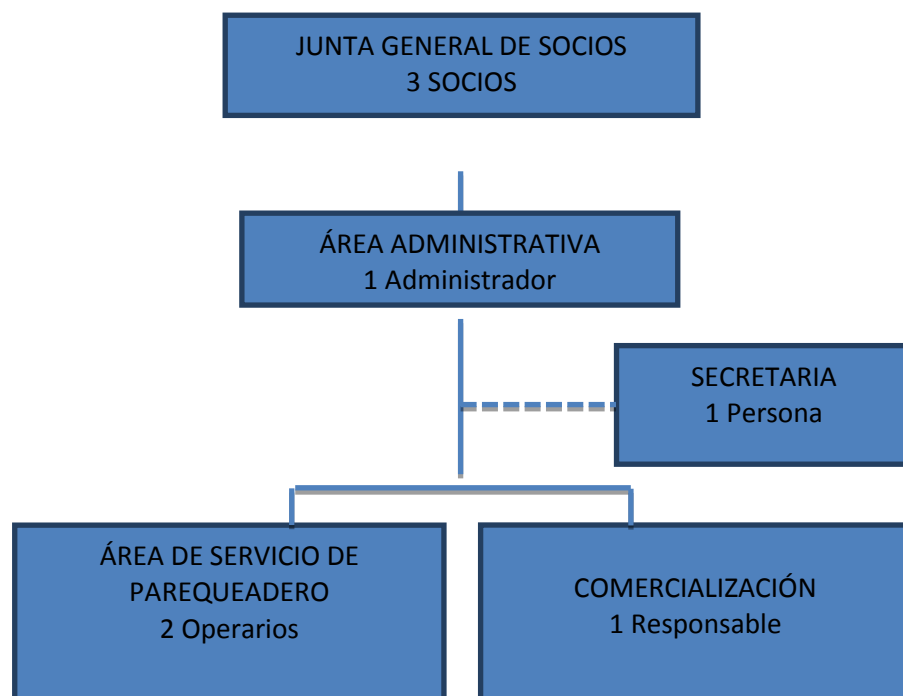
3.1.8. Organización del Proyecto

La organización del proyecto se refiere a cómo se va a estructurar administrativamente como empresa y como se van a distribuir las funciones y responsabilidades con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos. La organización propone las exigencias administrativas y el orden jerárquico de acuerdo al nivel de responsabilidad de cada unidad administrativa.

3.1.8.1. Organigrama Estructural y Posicional

El organigrama es el esquema de cómo está organizada la empresa, este se presenta en forma gráfica y en forma jerárquica que muestra las unidades administrativas de la empresa. A continuación el organigrama del parqueadero.

Gráfico N° 18 Organigrama Estructural y Posicional



Elaborado por: El Autor

El proyecto funcionara legalmente como una Compañía de Responsabilidad Limitada cuyo Nombre Legal es: “AUTO PARK CIA LTDA.”, y su objeto social es el de PRESTAR SERVICIO DE PARQUEADERO a todos los autos que cumplen con sus obligaciones cerca de la Av. Shirys y Portugal.

3.1.8.2. Direccionamiento Estratégico

Al definir la estructura administrativa, debemos tener en cuenta que esta responde a una visión estratégica de la empresa en el mercado y en su propio interior, por lo cual es indispensable definir estratégicamente a la empresa; para ello se deberá desarrollar un proceso de planificación estratégica (PE). (Canelos Ramiro, 2010, pág. 202)

Toda empresa debe contar con un direccionamiento estratégico estructurado con el establecimiento de una misión y una visión empresarial que le dará el enfoque o una guía de lo que quiere alcanzar para convertirse en una empresa sólida en el mercado.

3.1.8.3. Misión

La misión organizacional se entiende como “una declaración duradera de propósitos que distingue a una institución de otras similares”. Es un compendio de la razón de ser de una organización, esencial para determinar los objetivos y formular estrategias. (Canelos Ramiro, 2010, pág. 203)

La misión se define como la razón de existir de la empresa y que es lo que se dedica a hacer durante la vida útil del proyecto. A continuación, se presenta la misión del proyecto.

Misión

AUTO PARK CIA LTDA es una empresa dedicada a prestar servicios de parqueadero a todos los autos que viven o laboran en la cercanía de la Av. Shirys y Portugal, la empresa contando con la gestión necesaria presta el servicio de una manera ideal y sobretodo brindan seguridad y satisfacción al cliente.

3.1.8.4. Visión

“Es la declaración amplia y suficiente de dónde se quiere que la empresa o área, esté dentro de 3 o 5 años. No debe expresarse en números, debe ser comprometedor y motivante de tal manera que estimule y promueva la pertenencia de todos los miembros de la organización”. (Gómez Serna, 2000, pág. 20)

La visión le da a la empresa el lugar donde esta quiere estar en un tiempo comprendido de largo plazo, generalmente de 3 o 5 años en el futuro, a través de la buena gestión y alineados a la misión. A continuación, se redacta la visión de la empresa:

Visión

AUTO PARK CIA LTDA pretende en cinco años, ser un parqueadero líder en el mercado en aspectos de que brinda mayor seguridad a su cliente en cuanto a pérdidas de piezas, rayones, etc., el parqueadero contando con un equipo de trabajo bien consolidado y alineado a principios y valores pretenden brindar un mejor servicio en el sector.

3.1.8.5. Principios y Valores

Dentro del parqueadero se contará con los siguientes principios y valores los cuales deben ser cumplidos por el personal operativo y también el directivo, en este caso los principios y valores son los siguientes:

PRINCIPIOS

- Lealtad
- Servicio de calidad
- Atención al cliente
- Solidaridad
- Equidad
- Respeto
- Responsabilidad

3.2. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene la finalidad de determinar el monto a invertirse en el proyecto considerando todos los requerimientos como activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. El estudio comprende también la evaluación de las inversiones realizadas a través de los diferentes estados financieros como balance general, estado de resultados y el flujo de caja y la aplicación de los diferentes índices financieros como Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Período de Recuperación de la Inversión y Relación Beneficio Costo.

3.2.1. Presupuesto de Inversiones

Este presupuesto refleja la inversión total que los socios deben realizar en el proyecto, se compone con activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo. A continuación, se presenta el presupuesto de inversiones para instalar al parqueadero.

Tabla N° 16 Presupuesto de Inversiones

Detalle	Inversión	Participación
Activos Fijos	3.544,00	31%
Activos Diferidos	4.250,00	37%
Capital de Trabajo	3.584,31	32%
TOTAL	11.378,31	100%

Elaborado por: El Autor

3.2.2. Activos Fijos

Llamados también intangibles, son todos los activos que la empresa adquiere para poder dar el servicio o para fabricar el bien. En el caso del parqueadero al ser un servicio el que va a prestar, no necesita de adquisición de

maquinaria sino únicamente de muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de computación y otros activos a continuación detallados:

3.2.2.1. Muebles y Enseres

El parqueadero utilizará muebles para la gestión administrativa de la empresa como son sillas ergonómicas de ruedas, escritorios, etc.

Tabla N° 17 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio ejecutivo	1	145,00	145,00
Escritorio modelo secretaria	1	110,00	110,00
Escritorios de Trabajo	2	110,00	220,00
Sillas ergonómicas de ruedas	4	68,00	272,00
Archivador 4 gavetas	1	62,00	62,00
juego de muebles recibidor	1	750,00	750,00
Total			1.559,00

Elaborado por: El Autor

3.2.2.2. Equipo de Oficina

El equipo de oficina contribuye en gran medida a gestionar la documentación física de la empresa, entre estos equipos se tiene los teléfonos y las sumadoras.

Tabla N° 18 Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono Convencional	2	55,00	110,00
Sumadora	2	40,00	80,00
Total			190,00

Elaborado por: El Autor

3.2.2.3. Equipo de Computación

Con la finalidad de gestionar y generar la información documental tanto física como digital, es necesario adquirir computadoras y también una impresora.

Tabla N° 19 Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora i3	3	558	1674
Impresora Multiusos EPSON	1	121	121
Total			1795

Elaborado por: El Autor

3.2.3. Activos Diferidos

Estos activos son intangibles y son los bienes con los que la empresa debe contar para poder emprender con su funcionamiento. Entre estos activos están las garantías de arriendos, gastos de constitución, investigaciones y desarrollo, etc. A continuación, se detalla el presupuesto realizado en inversiones intangibles o diferidas.

Tabla N° 20 Activos Diferidos

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gasto de Constitución	1	1.000,00	1.000,00
Investigación y Desarrollo	1	1.200,00	1.200,00
Garantía de Arriendo	1	2.000,00	2.000,00
Registro de Marca	1	50,00	50,00
TOTAL			4.250,00

Elaborado por: El Autor

3.2.4. Inversión en Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la inversión que la empresa realiza en efectivo ya sea que repose en los bancos o en lugares seguros, este efectivo debe estar disponible para poder cubrir costos y gastos o toda obligación que se presente cuando el proyecto no ha registrado algún ingreso por la venta de sus productos o bienes, el método más utilizado para determinar el monto a invertir en capital de trabajo es el de desfase que consiste en asignar un monto para cobertura de costos y gastos desde el inicio del proyecto hasta que este venda su primer surtido y se sostenga el resto de su vida útil, la fórmula es la siguiente:

$$CT = \frac{\text{Costos y Gastos Anuales} - (\text{Depreciaciones} + \text{Amortizaciones}) \times \text{Días de Desfase}}{365 \text{ días al año}}$$

Dada la naturaleza del servicio a venderse en el mercado, los ingresos se obtienen desde el primer día de funcionamiento, pero estos ingresos iniciales no garantizan el pago de todas las obligaciones realizadas en la primera salida que es el mes, es por esta razón por la que es necesario calcular un efectivo que cubra costos y gastos mínimo para un mes.

Tabla N° 21 Capital de Trabajo

Costos y Gastos Totales	Valor	Depreciaciones	Amortizaciones	Costos y Gastos
Mano de Obra	5.984,25			
Costos Indirectos de Producción	879,86	45,10		
Gastos Administrativos	39.768,22	728,13	4.250,00	
Gastos Ventas	2.000,00			
TOTAL	48.632,33	773,23	4.250,00	43.609,10
				3.584,31

Elaborado por: El Autor

$$CT = \frac{48.632,33 - (773,23 + 4250)}{365 \text{ días al año}} \times 30$$

$$CT = \frac{48.632,33 - (5.023,23)}{365 \text{ días al año}} \times 30$$

$$CT = \frac{43.609,10}{365 \text{ días al año}} \times 30$$

$$CT = 119,476 \times 30$$

$$CT = 3.584,31 \text{ Dólares}$$

El efectivo que debe disponer la empresa para poder circular sus actividades cubriendo todas sus obligaciones es de 3.584,31 dólares.

3.2.5. Financiamiento de la Inversión

Una vez determinada la inversión total a realizarse en el proyecto, se procede a financiarla a través de recursos propios dado por los socios y a través de un préstamo en el caso de no cubrir la inversión total y de solicitarlo a las

diferentes entidades financieras. En el caso del parqueadero, se financiará el monto a invertirse a través de recursos propios y de ajenos con préstamo al Banco Nacional de Fomento, este préstamo es de 3.500 dólares, representando el 20% y los recursos propios representan el 80% con un monto a aportar de 7.878,31 dólares.

Tabla N° 22 Financiamiento de la Inversión

FONDOS	VALOR	INVERSION
Socio 1	2.626,10	
Socio 2	2.626,10	
Socio 3	2.626,10	
Recursos Propios		7.878,31
Recursos Ajenos BNF		3.500,00
TPTOAL INVERSION		11.378,31

Elaborado por: El Autor

3.2.6. Costos y Gastos Totales Año 1

Los costos y gastos del proyecto se incurren por la adquisición de artículos como son suministros, insumos, gastos de arriendos, gastos de pago de sueldos y salarios, servicios básicos, entre otros gastos. Los costos pueden ser directos e indirectos, muy aparte de los gastos administrativos y los de ventas.

3.2.7. Costos Directos

En el caso de fabricar un bien, los costos directos son la materia prima y la mano de obra, estos costos son directos debido a que tienen estrecha relación con el bien fabricado como la materia prima que se utiliza siendo transformada en el

producto y la mano de obra se considera la que realiza el producto. En el caso del presente proyecto no existe materia prima ya que es un servicio el que se va a vender; la mano de obra si existe ya que se cuenta con personal (2 personas) para brindar el servicio en el parqueadero uno que se dedique a parquear en el día y otro que brinde el servicio en la noche; el personal cumplirá con la función de guardianía en el parqueadero tanto en el día como en la noche.

Tabla N° 23 Mano de Obra

MANO DE OBRA	
Detalle	AÑO 1
Remuneración Mensual	375,00
Aporte Patronal	45,56
Décimo Tercer Sueldo	31,25
Décimo Cuarto Sueldo	31,25
Vacaciones	15,63
Fondos de Reserva	-
RMU	498,69
Nº Vacantes	1
TOTAL RMU	498,69
TOTAL ANUAL	5.984,25

Elaborado por: El Autor

3.2.8. Costos Indirectos

Los costos indirectos son aquellos que contribuyen a la fabricación del bien o a la prestación del servicio, que ayudan al personal a la estética del bien como puede ser pintura, lavado, secado, etc. A continuación se presentan los costos indirectos del servicio.

3.2.8.1. Suministros de Oficina

Tabla N° 24 Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Lámparas	15	Unidades	6,80	102,00
Conos fosforescentes de transito	12	Unidades	15,00	180,00
Rollo papel facturas	24	Rollos	4,00	96,00
Esferos	12	Unidades	0,35	4,20
TOTAL				382,20

Elaborado por: El Autor

3.2.8.2. Depreciaciones

Las depreciaciones son el desgaste que tienen los activos tangibles por el uso que se les da en la producción del bien o servicio. Las depreciaciones no son una salida de efectivo de la empresa, sin embargo, es considerada para efectos de pago de impuestos, el método más utilizado es el de línea recta el cual consiste en considerar un valor depreciado constante durante la vida útil del bien o activo, su fórmula es la siguiente:

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor Activo}}{\text{Años de vida útil}}$$

Tabla N° 25 Depreciación Operativa

Activo	Valor Inicial	Vida Útil	Depreciación Anual
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios de Trabajo	220,00	10	22,00
Sillas ergonómicas de ruedas	136,00	10	13,60
EQUIPO DE OFICINA			
Sumadora facturadora	40,00	10	4,00
Teléfono convencional	55,00	10	5,50
TOTAL ANUAL	451,00		45,10

Elaborado por: El Autor

3.2.8.3. Útiles de Aseo y Limpieza

Tabla N° 26 Útiles de Aseo y Limpieza

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Escobas	2	Unidades	3,00	6,00
Detergentes	12	Unidades	0,78	9,36
Paños de Lavado	12	Unidades	0,50	6,00
TOTAL ANUAL				21,36

Elaborado por: El Autor

3.2.8.4. Servicios Básicos

Tabla N° 27 Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Unidad Medida	Costo	Costo
	Anual		Unitario	Total
Energía Eléctrica	500	KW/H	0,10	50,00
Agua	70	m3	0,66	46,20
TOTAL ANUAL				96,20

Elaborado por: El Autor

3.2.8.5. Equipo de Seguridad Industrial

Tabla N° 28 Equipo de Seguridad Industrial

Detalle	Cantidad	Unidad Medida	Costo	Costo
	Anual		Unitario	Total
Uniformes	4	Unidades	40,00	160,00
Chalecos Refractivos	4	Unidades	20,00	80,00
Zapatos deportivos	2	Pares	25,00	50,00
Extintor	1	Unidades	45,00	45,00
TOTAL ANUAL				335,00

Elaborado por: El Autor

3.2.9. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos se incurren por la adquisición de artículos que contribuyen en la gestión administrativa de la empresa, como son papel bond, servicios básicos, mantenimiento, depreciaciones y amortizaciones, etc.

3.2.9.1. Suministros de Oficina

Tabla N° 29 Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Papel bond resmas	20	Resmas	3,75	75,00
Cartuchos de impresora	6	Unidades	15,00	90,00
Carpetas	50	Unidades	0,23	11,50
Grapas cajas	3	Cajas	3,40	10,20
Esferos	2	Cajas	3,50	7,00
Perforadora y grapadora	2	Unidades	10,00	20,00
Total				213,70

Elaborado por: El Autor

3.2.9.2. Sueldos Administrativos

Tabla N° 30 Sueldos Administrativos

Detalle	Administrador	Secretaria	Contador	Guardia	TOTAL
Remuneración Mensual	650,00	375,00	50,00	375,00	1.450,00
Aporte Patronal	78,98	45,56		45,56	170,10
Décimo Tercer Sueldo	-	31,25		31,25	62,50
Décimo Cuarto Sueldo	-	31,25		31,25	62,50
Vacaciones	27,08	15,63		15,63	58,33
Fondos de Reserva	-	-		-	-
RMU	756,06	498,69	50,00	498,69	1.803,43
N° Vacantes	1	1	1	1	
TOTAL RMU	756,06	498,69	50,00	498,69	1.803,43
TOTAL ANUAL	9.072,70	5.984,25	600,00	5.984,25	21.641,20

Elaborado por: El Autor

3.2.9.3. Depreciaciones

Tabla N° 31 Depreciaciones Administrativas

Activo	Valor Inicial	Vida Útil	Depreciación Anual
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio ejecutivo	145,00	10	14,50
Escritorio modelo secretaria	110,00	10	11,00
Sillas ergonómicas de ruedas	136,00	10	13,60
Archivador 4 gavetas	62,00	10	6,20
juego de muebles recibidor	750,00	10	75,00
	-	-	-
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono Convencional	55,00	10	5,50
Sumadora	40,00	10	4,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadora	1.674,00	3	558,00
Impresora	121,00	3	40,33
TOTAL ANUAL	3.093,00		728,13

Elaborado por: El autor

3.2.9.4. Amortizaciones

La amortización se conoce a la depreciación de intangibles que de acuerdo a las normas NIFF estas se amortizan en el primer año de vida útil del proyecto.

Tabla N° 32 Amortizaciones

Activo	Valor Inicial	Vida Útil	Amortización Anual	Valor Residual
Gasto de Constitución	1.000,00	1	1.000,00	-
Investigación y Desarrollo	1.200,00	1	1.200,00	-
Garantía de Arriendo	2.000,00	1	2.000,00	-
Registro de Marca	50,00	1	50,00	-
				-
TOTAL	4.250,00		4.250,00	-

Elaborado por: El Autor

3.2.9.5. Gasto de Arriendo Local

Tabla N° 33 Gasto de Arriendo Local

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Gasto Arriendo	12	mensual	1.000,00	12.000,00
TOTAL ANUAL				12.000,00

Elaborado por: El Autor

3.2.9.6. Mantenimiento

Tabla N° 34 Mantenimiento

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	2	Veces	25,00	50,00
Impresora	2	Veces	20,00	40,00
TOTAL ANUAL				90,00

Elaborado por: El Autor

3.2.9.7. Servicios Básicos

Tabla N° 35 Servicios Básicos

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Energía Eléctrica	2.500	KW/H	0,10	250,00
Agua	200	m3	0,66	132,00
Servicio de Telefonía Internet	1	Paquete	432,00	432,00
TOTAL ANUAL				814,00

Elaborado por: El Autor

3.2.9.8. Útiles de Aseo y Limpieza

Tabla N° 36 Útiles de Aseo y Limpieza

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Trapeadores	3	Unidades	5,00	15,00
Jabones	6	Unidades	0,60	3,60
Detergentes	3	Unidades	0,78	2,34
Paños de Lavado	3	Unidades	0,50	1,50
Toallas de Secado	5	Unidades	1,75	8,75
TOTAL ANUAL				31,19

Elaborado por: El Autor

3.2.10. Gastos de Ventas

Estos gastos se incurren con el propósito de vender los productos o servicios en el mercado, haciendo efectivas las ventas propuestas. Entre estos gastos están la publicidad como volantes, pago de radio, tv, etc.

Tabla N° 37 Publicidad

Detalle	Cantidad Anual	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total
Volanteo	1	Presupuesto	1.000,00	1.000,00
Radio	1	Presupuesto	5.000,00	5.000,00
TOTAL ANUAL				6.000,00

Elaborado por: El Autor

3.2.11. Proyección de Costos y Gastos

La proyección de costos y gastos se realiza considerando el porcentaje de inflación promedio del 3,88% en el caso de costos y gastos y el 7% en el caso de sueldos y salarios, los porcentajes promedios obtenidos es de la evolución correspondiente a la inflación o incremento salarial.

Tabla N° 38 Evolución de la Inflación

AÑO	%
2006	3,40%
2007	2,30%
2008	8,30%
2009	4,30%
2010	3,30%
2011	4,50%
2012	5,29%
2013	2,72%
2014	4.14%
2015	3,38%
2016	1,12%
PROMEDIO	3,88%

Elaborado por: El Autor

Este porcentaje de incremento se considera en costos y gastos como son: Suministros de oficina, útiles de aseo y limpieza, servicios básicos, mantenimientos, gasto de arriendo, publicidad y equipo de seguridad industrial.

Tabla N° 39 Evolución Salarial

AÑO	R.M.B.	% INCR. ANUAL
2010	240,00	9%
2011	264,00	10%
2012	292,00	11%
2013	318,00	9%
2014	340,00	7%
2015	354,00	4%
2016	366,00	4%
2017	375,00	3%
PROMEDIO =		7%

Elaborado por: El Autor

El porcentaje de crecimiento promedio salarial es utilizado únicamente para la proyección de sueldos y salarios.

En el caso de las depreciaciones y amortizaciones, estas se mantienen constantes durante la vida útil del proyecto, y el gasto de interés se considera lo que la entidad financiera cobre de acuerdo a su tasa impuesta.

Tabla N° 40 Proyección de Costos y Gastos

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	6.864,11	7.438,25	8.062,38	8.740,93	9.478,71
Mano de Obra	5.984,25	6.522,83	7.109,89	7.749,78	8.447,26
Costos Indirectos de Producción	879,86	915,42	952,50	991,15	1.031,45
Suministros	382,2	398,48	415,46	433,16	451,61
Depreciación	45,1	45,10	45,10	45,10	45,10
Útiles de Aseo y Limpieza	21,36	22,27	23,22	24,21	25,24
Servicios Básicos	96,2	100,30	104,57	109,03	113,67
Equipo de Seguridad Industrial	335	349,27	364,15	379,66	395,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS	39.768,22	38.026,07	40.733,08	43.656,04	46.813,20
Suministros	213,70	222,80	232,30	242,19	252,51
Sueldos	21.641,20	23.588,91	25.711,91	28.025,98	30.548,32
Depreciación	728,13	728,13	728,13	728,13	728,13
Amortización	4.250,00	-	-	-	-
Gasto Arriendo	12.000,00	12.511,20	13.044,18	13.599,86	14.179,21
Mantenimiento	90,00	93,83	97,83	102,00	106,34
Servicios Básicos	814,00	848,68	884,83	922,52	961,82
Útiles de Aseo y Limpieza	31,19	32,52	33,90	35,35	36,85
GASTOS DE VENTAS	2.000,00	2.085,20	2.174,03	2.266,64	2.363,20
Publicidad	2.000,00	2.085,20	2.174,03	2.266,64	2.363,20
GASTO FINANCIERO	458,25	297,87	111,71	-	-
Gasto Interés	458,25	297,87	111,71	-	-
TOTAL COSTOS Y GASTOS	49.090,59	47.847,40	51.081,20	54.663,61	58.655,11

Elaborado por: El Autor

3.2.12. Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos se obtiene multiplicando el precio unitario al cual se venderá el servicio mensual por la cantidad de autos que adquieran el servicio. El servicio se presentará en dos turnos, en el día y en la noche, en el día se prestará el servicio a los autos de las personas que trabajan en instituciones cercanas al parqueadero y por las noches se prestará el servicio a las personas que viven en los edificios y casas cercanas al parqueadero y que necesiten un lugar donde dejar o guardar su auto; se considera en el día y la noche ya que por el día quienes viven en el sector salen con sus autos al trabajo y por la noche quienes salen del trabajo pueden llevar sus autos hasta el lugar de sus residencias.

Tabla N° 41 PRESUPUESTO DE INGRESOS EN LA NOCHE

AÑO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	Unidad de Medida	PRECIO UNITARIO MENSUAL	INGRESOS
AÑO 1	50	600	Autos	50,00	30.000,00
AÑO 2	55	660	Autos	52,13	34.405,80
AÑO 3	60	720	Autos	54,35	39.132,53
AÑO 4	65	780	Autos	56,67	44.199,54
AÑO 5	70	840	Autos	59,08	49.627,25

Elaborado por: El Autor

Tabla N° 42 PRESUPUESTO DE INGRESOS EN EL DIA

AÑO	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	Unidad de Medida	PRECIO UNITARIO MENSUAL	INGRESOS
AÑO 1	45	540	Autos	45,00	24.300,00
AÑO 2	50	600	Autos	46,92	28.150,20
AÑO 3	55	660	Autos	48,92	32.284,34
AÑO 4	60	720	Autos	51,00	36.719,62
AÑO 5	65	780	Autos	53,17	41.474,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.2.13. Estados Financieros

Los estados financieros son informes que a partir de los cuales se puede analizar el desarrollo de la actividad económica de la empresa, entre los estados financieros que se utiliza para el análisis del proyecto están el Balance General, el Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo.

3.2.13.1. Balance General

Este estado muestra los activos de la empresa, los pasivos que tiene con terceros y el patrimonio con el que cuenta en un determinado período de tiempo que es generalmente de un año. En este estado debe considerarse que los activos son iguales a los pasivos más el patrimonio.

Tabla N° 43 Balance General

ACTIVOS			PASIVOS	
<i>Circulantes</i>		3.584,31	A Corto Plazo	997,69
Efectivo	<u>3.584,31</u>		Primera Cuota Pagada	<u>997,69</u>
<i>Fijo</i>		3.544,00	A Largo Plazo	<u>2.502,31</u>
Muebles y Enseres	1.559,00		Saldo de Préstamo	<u>2.502,31</u>
Equipo de Oficina	190,00		TOTAL PASIVOS	3.500,00
Equipo de Computación	<u>1795</u>		PATRIMONIO	
<i>Diferido</i>	<u>4.250,00</u>	<u>4.250,00</u>	Capital Social	<u>7.878,31</u>
TOTAL ACTIVOS		<u>11.378,31</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>11.378,31</u>

Elaborado por: El Autor

3.2.13.2. Estado de Resultados

Este estado indica la rentabilidad que la empresa produce al final del año cuando se ha pagado todas las obligaciones incurridas en el período. Los resultados se interpretan como utilidades cuando se tiene un valor positivo al final del año y como pérdida si el resultado es negativo. A continuación, se presenta el estado de resultados que se obtendrá del parqueadero.

Tabla N° 44 Estado de Resultados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	54.300,00	62.556,00	71.416,87	80.919,16	91.101,44
Ventas Servicio Noche	30.000,00	34.405,80	39.132,53	44.199,54	49.627,25
Ventas Servicio Día	24.300,00	28.150,20	32.284,34	36.719,62	41.474,20
(-) Costo de Producción	6.864,11	7.438,25	8.062,38	8.740,93	9.478,71
(=) Utilidad Bruta	47.435,89	55.117,75	63.354,49	72.178,23	81.622,73
(-) Gastos Operacionales	41.768,22	40.111,27	42.907,11	45.922,68	49.176,40
Gastos Administrativos	39.768,22	38.026,07	40.733,08	43.656,04	46.813,20
Gastos de Ventas	2.000,00	2.085,20	2.174,03	2.266,64	2.363,20
(=) Utilidad Operacional	5.667,67	15.006,47	20.447,38	26.255,55	32.446,34
(-) Gastos Financieros	458,25	297,87	111,71	-	-
(=) Utilidad Antes de Part. Trabaj.	5.209,41	14.708,60	20.335,67	26.255,55	32.446,34
(-) 15% Part. Trab.	781,41	2.206,29	3.050,35	3.938,33	4.866,95
(=) Utilidad Antes de Imp. Renta	4.428,00	12.502,31	17.285,32	22.317,22	27.579,38
(-) 22% Imp. Renta	974,16	2.750,51	3.802,77	4.909,79	6.067,46
(=) Utilidad Neta	3.453,84	9.751,80	13.482,55	17.407,43	21.511,92

Elaborado por: El Autor

Al primer año se tiene una pérdida de **-5.715,15** dólares en este año no se considera un pago por impuestos ni del 15% a trabajadores ni del 22% de impuesto a la renta porque la empresa está con pérdidas; a partir del segundo año se empieza a generar ganancias y se va incrementando los siguientes años.

3.2.13.3. Flujo de Efectivo

El flujo de caja o de efectivo mide la liquidez de la empresa en el corto plazo, es decir si al final del año el proyecto cuenta con efectivo para seguir produciendo y si se está generando una ganancia.

Tabla N° 45 Flujo de Efectivo

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(A) FLUJO DE INGRESOS						
Ingresos por Ventas		54.300,00	62.556,00	71.416,87	80.919,16	91.101,44
Valor Residual Activos						-
Recuperación capital de Trabajo						3.584,31
TOTAL FLUJO DE INGRESOS		54.300,00	62.556,00	71.416,87	80.919,16	94.685,75
(B) FLUJO DE COSTOS						
Costos de Producción		6.864,11	7.438,25	8.062,38	8.740,93	9.478,71
Gastos Administrativos		39.768,22	38.026,07	40.733,08	43.656,04	46.813,20
Gastos de Ventas		2.000,00	2.085,20	2.174,03	2.266,64	2.363,20
Gastos Financieros		458,25	297,87	111,71	-	-
(-) Depreciaciones		(773,23)	(773,23)	(773,23)	(773,23)	(773,23)
(-) Amortizaciones		850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Inversiones						
Fijas	3.544,00					
Diferidas	4.250,00					
Capital de Trabajo	3.584,31					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	11.378,31	49.167,35	47.924,17	51.157,97	54.740,37	58.731,88
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICO	(11.378,31)	5.132,65	14.631,83	20.258,90	26.178,79	35.953,88
<i>MAS</i>						
PRÉSTAMO	3.500,00					
<i>MENOS</i>						
Amortización Deuda		997,69	1.158,07	1.344,24	-	-
15% Participación Trabajadores		769,90	2.206,29	3.050,35	3.938,33	4.866,95
22% Impuesto Renta		959,80	2.750,51	3.802,77	4.909,79	6.067,46
FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS	(7.878,31)	2.405,25	8.516,96	12.061,54	17.330,67	25.019,46

Elaborado por: El Autor

El flujo de efectivo resulta ser positivo desde el primer año, esto a diferencia del estado de resultados se considera que se debe a que en el anterior estado se toma en cuenta las depreciaciones y amortizaciones lo que hace que resulte un valor negativo al primer año, en el caso del flujo de efectivo al no tomar en cuenta las depreciaciones y amortizaciones debido a que no son egresos en efectivo, resulta un valor positivo, esto significa que la empresa va a tener dinero para cubrir sus obligaciones en el corto plazo.

3.2.14. Evaluación Financiera

La evaluación financiera se trata de aplicar una serie de indicadores con los cuales se mide la viabilidad del proyecto de realizarse o no la inversión. Los

indicadores que más efectividad darán en la evaluación financiera son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Período de Recuperación de la Inversión y la Relación Beneficio Costo.

3.2.15. Cálculo de la Tasa de Descuento

Para obtener la tasa de descuento es necesario calcular el CPPC que es el costo promedio ponderado de capital, sumado a la tasa de riesgo país y también sumado a la tasa de inflación promedio. El CPPC se obtiene multiplicando la participación de recursos propios y ajenos por los costos de capital correspondientes, se suman las ponderaciones de ambos resultados y se obtiene el CPPC; cabe indicar que al producto de los recursos ajenos hay que restarle la tasa impositiva su fórmula es la siguiente:

FÓRMULA CÁLCULO CPPC

$$CPPC = \frac{\text{Recursos propios}}{\text{Inversión Total}} * C \text{ Capital} + \frac{\text{Recursos Ajenos}}{\text{Inversión Total}} * C \text{ capital} * (1 - Imp)$$

FÓRMULA CÁLCULO TASA DE DESCUENTO

Según el Banco Central del Ecuador, (2011) En el reporte mensual de inflación, indica que Ecuador registró una inflación anual de 4.26%.

$$TD = CPPC + Tasa \text{ Riesgo País} + Tasa \text{ Infl.}$$

Tabla N° 46 Cálculo de la Tasa de Descuento

FUENTE	PERTICIPAC	COSTO CAPITAL	PONDERACION
Recursos Propios	69%	4,53%	0,031
Recursos Ajenos BNF	31%	15,00%	0,036
TOTAL INVERSION	100%		0,067
		CPPC =	0,067%
		RIESGO PAIS	4,35%
		INFLACION	4,26%
		TASA DESC	15,35%

Elaborado por: El Autor

La tasa de descuento es de 15,35% que es el porcentaje al cual se actualizarán los flujos de efectivo para obtener el VAN, y es la tasa referencia para determinar si el proyecto es viable o no a través de la TIR.

3.2.16. Valor Actual Neto

El VAN es la suma algebraica de todos los flujos de efectivo actualizados empezando desde el año cero o flujo inicial cero. El VAN es un indicador que se evalúa bajo tres criterios como son: Si el VAN es menor que cero o negativo, la inversión debe ser rechazada; si el VAN es igual a cero, la inversión debe ser considerada y debe ajustarse en sus costos y gastos; si el VAN es positivo, la inversión debe ser aceptada. La fórmula es la siguiente:

$$VAN = \sum_{i=1}^n \frac{valores_i}{(1 + tasa)^i}$$

Dónde:

Valores = Es el flujo de caja

Tasa = 15.35%

Por lo tanto:

$$\text{VAN (0)} = \frac{7.878,31 \$}{(1 + 0.153)^0} \Rightarrow \text{VAN (0)} = 7.878,31 \$$$

$$\text{VAN (1)} = \frac{2.405,25 \$}{(1 + 0.153)^1} \Rightarrow \text{VAN (1)} = 2.085,26 \$$$

$$\text{VAN (2)} = \frac{8.516,96 \$}{(1 + 0.153)^2} \Rightarrow \text{VAN (2)} = 6.401,52 \$$$

$$\text{VAN (3)} = \frac{12.061,54 \$}{(1 + 0.153)^3} \Rightarrow \text{VAN (3)} = 7.859,61 \$$$

$$\text{VAN (4)} = \frac{17.330,67 \$}{(1 + 0.153)^4} \Rightarrow \text{VAN (4)} = 9.790,67 \$$$

$$\text{VAN (5)} = \frac{25.019,46 \$}{(1 + 0.153)^5} \Rightarrow \text{VAN (5)} = 12.253,90 \$$$

Tabla N° 47 Valor Actual Neto

AÑO	FLUJOS	FACTOR ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	(7.878,31)		(7.878,31)
1	2.405,25	0,86696	2.085,26
2	8.516,96	0,75162	6.401,52
3	12.061,54	0,65163	7.859,61
4	17.330,67	0,56493	9.790,67
5	25.019,46	0,48977	12.253,90
(=) VAN TOTAL			30.512,66

Elaborado por: El Autor

El VAN resultante es positivo, lo que significa que el proyecto es viable y si es razonable realizarse la inversión. Los **30.512,66** dólares significan que la empresa está ganando este efectivo al invertir en el proyecto.

3.2.17. Tasa Interna de Retorno

La TIR es el porcentaje real de retorno de la inversión, conceptualmente la TIR es la tasa que vuelve cero al VAN. La TIR se interpreta bajo dos criterios como son: cuando es menor a la tasa de descuento, la inversión no es razonable; si la TIR es mayor a la tasa de descuento, la inversión si es razonable. La fórmula es la siguiente:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \left[\frac{VAN\ positivo}{VAN\ positivo - VAN\ negativo} \right]$$

Dónde:

Ti = es la tasa que vuelve un VANP (positivo)

Ts = es la tasa que vuelve un VANN (negativo)

Considerando estos datos se puede deducir que la Ti ya se la tiene ya que se tiene un VANP (positivo) de 30.512,66 dólares a un porcentaje del 15,35%; es necesario buscar la tasa superior que resulte un VANN (negativo), que después de varias iteraciones se obtuvo que el 45% es la tasa que vuelve un VANN de 154,33 dolares. Con los porcentajes o tasa superior e inferior y los VANP y VANN se procede a aplicar la formula y se calcula la TIR.

Tabla N° 48 Tasa Interna de Retorno

AÑO	FLUJOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN Tasa 1	FLUJOS ACTUALIZADOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN Tasa 2	FLUJOS ACTUALIZADOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN Tasa Interpolada	FLUJOS ACTUALIZADOS
0	(7.878,31)	-	(7.878,31)		(7.878,31)		(7.878,31)
1	2.405,25	0,86696	2.085,26	0,52632	1.265,92	0,53004	1.274,88
2	8.516,96	0,75162	6.401,52	0,27701	2.359,27	0,28094	2.392,77
3	12.061,54	0,65163	7.859,61	0,14579	1.758,50	0,14891	1.796,09
4	17.330,67	0,56493	9.790,67	0,07673	1.329,84	0,07893	1.367,88
5	25.019,46	0,48977	12.253,90	0,04039	1.010,44	0,04184	1.046,69
(=) VAN TOTAL			30.512,66		(154,33)		0,00

Elaborado por: El Autor

3.2.18. Período de Recuperación de la Inversión

Este indicador refleja el tiempo en el cual la empresa va a recuperar la inversión realizada, la fórmula es la siguiente:

$$PRI = a + (b - c)/d$$

Dónde: a es el año donde el flujo acumulado no sobrepasa el flujo inicial o inversión inicial; b es el flujo inicial o inversión inicial; c es el flujo acumulado que no sobrepasa la inversión inicial o flujo inicial y d es el flujo no acumulado que hace que el flujo acumulado sobrepase la inversión.

Tabla N° 49 Período de Recuperación de la Inversión

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	(7.878,31)	
1	2.085,26	2.085,26
2	6.401,52	8.486,78
3	7.859,61	16.346,39
4	9.790,67	26.137,06
5	12.253,90	38.390,97

Elaborado por: El autor

PRI= 1,90

Aplicando la fórmula se obtiene un valor de 1,90 años; esto traduciéndolo es de 1 año, 10 meses y 24 días.

3.2.19. Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo indica el porcentaje en el cual los ingresos son mayores a los egresos o en cuanto los ingresos son menores a los costos, si el resultado es mayor a 1, significa que los beneficios son mayores a los egresos caso contrario hay más egresos que ingresos.

Tabla N° 50 Relación Beneficio Costo

AÑO	FLUJO DE BENEFICIOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN $1/(1+i)^n$	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	FLUJO DE COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0				11.378,31	11.378,31
1	54.300,00	0,86696	47.075,95	49.167,35	42.626,15
2	62.556,00	0,75162	47.018,37	47.924,17	36.020,78
3	71.416,87	0,65163	46.537,03	51.157,97	33.335,82
4	80.919,16	0,56493	45.713,93	54.740,37	30.924,66
5	94.685,75	0,48977	46.374,70	58.731,88	28.765,40
SUMA			232.719,99		183.051,13
R= B/C					1,27

Elaborado por: El Autor

Al actualizar tanto los beneficios como los costos y al hacer la relación entre las sumatorias de los flujos se obtuvo que los ingresos son mayores en un 27% a los costos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.3. Conclusiones

- La propuesta enfocada a la descongestión vehicular y sobre todo al cubrimiento de una necesidad básica automovilística, es bastante amplia en términos de que existe una gran demanda insatisfecha y existe poco espacio en el mercado para cubrir tal requerimiento. En este caso se ha determinado la factibilidad del mercado y que se puede continuar con el desarrollo de la propuesta.
- Se estableció el estudio técnico determinando el tamaño óptimo del proyecto en base a la disponibilidad del espacio en la ubicación idónea donde existe la necesidad de la población que tiene un auto. Por otro lado se ha identificado el proceso idóneo de prestación del servicio y los requerimientos de equipos para prestar un servicio de calidad a los conductores y dueños de sus autos.
- El proyecto es viable económicamente ya que presenta flujos de rentabilidad a partir del segundo año, en el primer año se presentan flujos de rentabilidad negativos por la amortización de intangibles que se considera un valor amortizable de amortización muy elevado, pero en el flujo de caja al no representar la amortización una salida de efectivo se presenta como un valor positivo lo que significa que si hay liquidez para la empresa.
- El proyecto es viable ya que muestra un VAN positivo de 23.164,72 dólares que significa que es el efectivo acumulado de los cinco años actualizado que se va a ganar del proyecto con su inversión. Por otro lado se tiene una TIR de 52,20% que es superior a la tasa de descuento, lo que significa que la inversión se retornará antes del tiempo de cinco años.

2.4. Recomendaciones

- Es recomendable aplicar estudios de mercado constantes para identificar las necesidades y obtener la satisfacción plena de los clientes. Además se busca identificar permanentemente los precios del servicio de parqueadero y como se ven variados frecuentemente.
- Es recomendable continuar con la búsqueda de más ubicaciones del parqueadero para posicionarse como empresa en el mercado y a la vez estar situado estratégicamente y cubrir un número mayor de mercado insatisfecho. En el estudio técnico se establecieron el tamaño y proceso idóneos de prestación del servicio, además de identificar los requerimientos óptimos para su funcionamiento.
- Es importante considerar el préstamo bancario con la finalidad de disminuir el riesgo de inversión. El préstamo se pagará en tres años y el pago de cuota e interés será en forma mensual. El pago de intereses se refleja en el estado de resultados y el del capital amortizado se refleja en el flujo de efectivo, logrando tener un flujo de efectivo positivo desde el primer año, lo que significa que el proyecto va a tener liquidez aun presentando un estado de resultados negativo para el primer año.
- Es recomendable invertir en el proyecto para descongestionar las vías donde se encuentran actualmente cubriéndose de autos en las aceras. Con el proyecto se está cubriendo una necesidad de primer orden y a su vez garantizando la seguridad de cada auto.

Bibliografía

- Abad Baus, F. G. (30 de 08 de 2012). *Ecuador, sin desechos electrónicos*. Obtenido de sitio web de Metro Ecuador: <http://www.metroecuador.com.ec/30739-ecuador-sin-desechos-electronicos.html>
- Alfonso., C. (2009.). *Electrónica*. Barcelona.: Editex.
- Alfredo S. (2010) *La estrategia competitiva y La estrategia de posicionamiento competitivo Parte II*. Obtenido de: <https://alfredosalinas.wordpress.com/2010/10/31/la-estrategia-competitiva-y-la-estrategia-de-posicionamiento-competitivo-parte-ii/>
- Arthur, A. (2005). *Electrónica y dispositivos electrónicos*. Barcelona:: Reverté.
- ASAMBLEA., (15 de Enero de 2008). *CONSTITUCIÓN*., Recuperado el 18 de 12 de 2013
- BACA URBINA. (2006). *Gabriel: Evaluación de Proyectos*; . México: Mc Graw – Hill; cuarta edición;.
- BACA Urbina Gabriel. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyecto*. México: MacGraw.Hil.
- Baca Urbina Gabriel. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos informáticos*. México: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Banco Central del Ecuador, B. (2014). *Producto Interno Bruto*. Quito-Ecuador.
- Banco Central del Ecuador, B. (2014). *Tasa de Interés*. Quito-Ecuador.
- Brigham Eugene. (2005). *Administración Financiera*. Thomson.
- Burruezo, J. (2003). *La gestión moderna del comercio minorista*. Madrid: ESIC Editorial.
- Byron, L. D. (2010). *Cómo Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso*.
- Cabildo, M. y. (2010). *Reciclado y tratamiento de residuos*. Madrid: edicion digital.
- Cajas, G. G. (1997). *Elaboración y Evaluación de Proyectos*. México: MacGraw-Hill.

- Canelos Ramiro. (2010). *Formulación y evaluación de un plan de negocios*. Quito: UIDE.
- Carretero, A. (2009). *Electrónica*. Barcelona: Editex.
- Carrretero, A. (2009). *electronica*. editex.
- Castells, X. E. (2000). *Reciclaje de Residuos*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Catells, X. E. (2000). *Reciclaje de residuos industriales*. Madrid: Ediciones Díaz.
- Chiavenato Idalberto. (2008). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá Colombia,; McGraw-Hill.
- Constitución del Ecuador (2008), *Artículos 245 y 246*. Quito
- Díaz, P. (2010). *Orientación sociolaboral e iniciativa personal*. Madrid: Paraninfo.
- Ecuador, C. d. (2008). *Buen Vivir*. Quito.
- Editorial Vértice. (2008). *La gestión del marketing, producción y calidad en las PYMES*. Madrid: Vértice.
- El Telégrafo. (01 de 10 de 2011). *INEC: parque automotor de Ecuador creció 57% en 5 años*. Obtenido de sitio web de PP El Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/inec-parque-automotor-de-ecuador-crecio-57-en-5-anos>
- El Telégrafo. (09 de 12 de 2016). *En Quito hay 174 vehículos por cada 1.000 personas*. Obtenido de sitio web de PP El Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/caso-odebrecht/etiqueta/11/174%20veh%C3%ADculos>
- El Telégrafo. (19 de 01 de 2013). *Nueva campaña de reciclaje electrónico emprende la CNT*. Obtenido de sitio web de PP El Verdadero: <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/nueva-campana-de-reciclaje-electronico-emprende-la-cnt.html>
- Electronicos online.com Magazine. (23 de 03 de 2009). *Industria y Negocios*. Obtenido de sitio web de electrónicos online.com: <http://www.electronicosonline.com/2009/03/23/Basura-electronica-en-Chile/?pagina=1>

- Escudero, M. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. Madrid: Paraninfo.
- Espinosa Roberto. (2013). *RobertoEspinosa Blog de Marketing y Ventas*. Recuperado el 09 de 01 de 2014, de <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Fernández, E., Junquera, B., & Del Brío, J. (2008). *Iniciación a los negocios para ingenieros. Aspectos funcionales*. Madrid: Paraninfo.
- Gómez, A. & Suárez, J. (2007) *La Logística Moderna en la Empresa*. Volumen I. La Habana
- Gómez Orea, D. (2002). *Evaluación del impacto ambiental*. Madrid: Mundi-Prensa.
- Gómez Serna. (2000). *Planeación Estratégica*. Bogotá Colombia.; McGraw-Hill.
- González, A. C. (2000). *El reciclaje: una aproximación monetaria de sus costos beneficios ambientales*. México: Paídos.
- Hernandez, R., & Fernandez, C. (2012). *Metodología de la Investigación*. Bogota: McGraw Hill.
- La Segunda OnLine. (2008). *Ciencia y Tecnología*. Obtenido de sitio web de La Segunda Internet:
<http://www.lasegunda.com/Noticias/cienciatecnologia/2008/07/420184/que-hace-america-latina-con-su-basura-electronica>
- Ley de compañías, (1999) *Codificación No. 000. RO/ 312. Art. 143*. Quito.
- Lidon, J. (1998). *Concepciones de economía*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Llinares, C., Montañana, A., & Navarro, E. (2009). *Economía y organización de empresas constructoras*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Martínez, A. C. (2000). El reciclaje: una aproximación monetaria de sus costos y beneficios ambientales en México. En A. A. Toledo, M. T. Valdés, & J. R. Santiago, *Economía, sociedad y medio ambiente* (págs. 227-241). México: Instituto Nacional de Ecología.

- Meneses, E. (2002). *Preparación y evaluación de proyectos*. Quito: Quality Print.
- Mercado, S. (2004). *Mercadotecnia programada. Principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado*. México: Noriega Editores.
- Mg Alfaro Emigdio. (2000). *La segmentación de Mercados*, . México.
- Mora, H. (2010). *Manual del vigilante de seguridad*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Nunes, P. (10 de 02 de 2014). *KNOOW. NET*. Obtenido de KNOOW. NET: http://www.knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/estados_financieros.htm
- Padilla Marcial Córdova. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Edición Bogotá D.C.
- Philip K. y Gary A. (2008) *Fundamentos de Marketing*. Ciudad de México
- Portal Educativo. (21 de Enero de 2012). *Tipos de reciclaje*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://www.tiposde.org/cotidianos/490-tipos-de-reciclaje/>
- Prat, L. (1999). *Circuitos y dispositivos electrónicos* . Barcelona:: Universidad Politécnica de Cataluña.
- Prat, L. (1999). *Circuitos y Dispositivos Electrónicos*. Barcelona:: Universidad Politécnica de Cataluña.
- Revista Customer de España. (2010). *Ordenadores y teléfonos móviles también se reciclan*. Obtenido de <http://revista.consumer.es/web/es/20020101/medioambiente>
- Revista Lideres. (19 de 08 de 2013). *La basura electrónica es un reto*. Obtenido de Tecnología: http://www.revistalideres.ec/tecnologia/BASURA-ELECTRONICA-Ecuador-Telefonica_0_977302279.html.
- Sapag, N. (2002). *Evaluación y preparación de proyectos*. Bogotá: Norma.
- SENPLADES. (2010). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 10 de 12 de 2013, de sitio web de SENPLADES: <http://plan.senplades.gov.ec/web/guest/objetivo-4>
- Talaya, Á. (2008). *Principios de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.

- Thomпсо, I. (2001). *Introducción a la macroeconomía*. Gráficas Fuentes.
- Van Hoof (2007). *La evolución y el futuro de la producción más limpia en Colombia*. Bogotá.
- Varela V., R. (2001). *Innovación Empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas* (Segunda edición ed.). Bogotá D.C.: Prentice Hall.
- Vásconez José Vicente. (1997). *Contabilidad Intermedia*. Bogotá: Carvajal S.A.
- Vega, V. H. (2003). *Mercadeo Básico*. Costa Rica: EUNED.
- Webster, A. (2010). *Estadística aplicada para negocios y economía*. Mexico: McGraw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1

TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL DE LA DEUDA

MES	DEUDA	INTERES	CAPITAL	CUOTAS	SALDO
0	3.500,00				3.500,00
1	3.500,00	43,75	77,58	121,33	3.422,42
2	3.422,42	42,78	78,55	121,33	3.343,87
3	3.343,87	41,80	79,53	121,33	3.264,34
4	3.264,34	40,80	80,52	121,33	3.183,82
5	3.183,82	39,80	81,53	121,33	3.102,29
6	3.102,29	38,78	82,55	121,33	3.019,74
7	3.019,74	37,75	83,58	121,33	2.936,16
8	2.936,16	36,70	84,63	121,33	2.851,53
9	2.851,53	35,64	85,68	121,33	2.765,84
10	2.765,84	34,57	86,76	121,33	2.679,09
11	2.679,09	33,49	87,84	121,33	2.591,25
12	2.591,25	32,39	88,94	121,33	2.502,31
13	2.502,31	31,28	90,05	121,33	2.412,26
14	2.412,26	30,15	91,18	121,33	2.321,09
15	2.321,09	29,01	92,32	121,33	2.228,77
16	2.228,77	27,86	93,47	121,33	2.135,30
17	2.135,30	26,69	94,64	121,33	2.040,66
18	2.040,66	25,51	95,82	121,33	1.944,84
19	1.944,84	24,31	97,02	121,33	1.847,83
20	1.847,83	23,10	98,23	121,33	1.749,59
21	1.749,59	21,87	99,46	121,33	1.650,14
22	1.650,14	20,63	100,70	121,33	1.549,43
23	1.549,43	19,37	101,96	121,33	1.447,47
24	1.447,47	18,09	103,24	121,33	1.344,24
25	1.344,24	16,80	104,53	121,33	1.239,71
26	1.239,71	15,50	105,83	121,33	1.133,88
27	1.133,88	14,17	107,16	121,33	1.026,72
28	1.026,72	12,83	108,49	121,33	918,23
29	918,23	11,48	109,85	121,33	808,38
30	808,38	10,10	111,22	121,33	697,16
31	697,16	8,71	112,61	121,33	584,54
32	584,54	7,31	114,02	121,33	470,52
33	470,52	5,88	115,45	121,33	355,07
34	355,07	4,44	116,89	121,33	238,18
35	238,18	2,98	118,35	121,33	119,83
36	119,83	1,50	119,83	121,33	0,00

ANEXO 2. EL TELÉGRAFO

Recibidos (349) - danny x INEC: parque automotor x Dread Mar 1 - arbol sin x El parque automotor de x Mostrando artículos por x ECUACION DE DEMAND x

www.eltelgrafo.com.ec/caso-odebrecht/etiqueta/11/174%20vehiculos

Ediciones impresas | Documentos electrónicos | Transparencia | Rendición de cuentas | Suscripción | Manual de estilo | Organigrama de redacción | Quiénes somos

Ecuador, martes, 28 marzo 2017 | 11:53:38

EL TELÉGRAFO

Política - Economía - Ecuador - Sociedad - Justicia - Fanático - Cultura - Mundo - Opinión

En Quito hay 174 vehículos por cada 1.000 personas

Sábado, 01 Octubre 2011 00:00

Quito es la ciudad que consume más de lo que tiene y la que más vehículos posee a escala nacional, según el informe elaborado por la organización Huella Ecológica. Este documento que servirá como instrumento clave para la formulación de políticas públicas sostenibles revela una tasa promedio de 63 vehículos por cada 1 000 habitantes, mientras que en Quito existen 174 vehículos por cada 1 000 personas. Según el Municipio del Distrito Metropolitano el análisis realizado es un indicador que mide, además, el área biológicamente productiva de la tierra y agua que necesita para producir todos los recursos que consume...

Publicado en: Quito

PRODUCTOS: cartónPiedra | Séptimo día | Epaper | Multimedia | Galerías | Suscríbese

11:53 28/03/2017

Recibidos (349) - danny x INEC: parque automotor x Dread Mar 1 - arbol sin x El parque automotor de x Mostrando artículos por x ECUACION DE DEMAND x

www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/8/inec-parque-automotor-de-ecuador-crecio-57-en-5-anos

Ediciones impresas | Documentos electrónicos | Transparencia | Rendición de cuentas | Suscripción | Manual de estilo | Organigrama de redacción | Quiénes somos

Ecuador, martes, 28 marzo 2017 | 11:54:21

EL TELÉGRAFO

Política - Economía - Ecuador - Sociedad - Justicia - Fanático - Cultura - Mundo - Opinión

INEC: parque automotor de Ecuador creció 57% en 5 años

Viernes, 09 Diciembre 2016 11:57 ECONOMÍA Visitas: 3645

17 medidas de adaptación al cambio climático se ejecutan en Azuay

Canadá presentará en abril proyecto de legalización de marihuana

Argentina en shock: Messi es sancionado 4 partidos en las eliminatorias

8 empresas ecuatorianas participaron en feria de alimentos y bebidas en Reino Unido

DOCUMENTAL DEL FERIADO BANCARIO

FERIADO BANCARIO

11:54 28/03/2017

Recibidos (349) - danny - x INEC: parque automotor: x Dread Mar1 - arbol sin: x El parque automotor de: x Ibarra tasa de crecimien: x ECUACION DE DEMAND: x

www.elselegrafo.com.ec/noticias/economia/8/inec-parque-automotor-de-ecuador-crecio-57-en-5-anos

Política - Economía - Ecuador - Sociedad - Justicia - **Fanático** - Cultura - Mundo - Opinión

FANÁTICO Fútbol nacional Fútbol Internacional Eliminatorias Rusia 2018 Tenis Atletismo Otros deportes Ecuatorianos en el exterior Fanatitoons

Redacción Web

Según una investigación del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en 2015 se matricularon 1'925.368 vehículos motorizados en Ecuador, 57% más que lo registrado en 2010 cuando la cifra llegó a 1'226.349.

Los datos del Anuario de Transportes 2015 señalan que Pichincha fue la provincia con más vehículos matriculados con 492.568. Le sigue Guayas con 362.857 y Manabí con 152.231.

De acuerdo al estudio, en 2015 el número de automóviles aumentó en 13,1%, las motocicletas en 6,4% y las camionetas en 5,4% con respecto al año 2014.

En Pichincha hay una mayor cantidad de automóviles y jeeps con el 31,8% y 40,4%, respectivamente; mientras que, las motocicletas son más frecuentes en Guayas con el 17,7%.

La mayor concentración de vehículos motorizados matriculados en el 2015, por marca, estuvo liderada por Chevrolet con 554.042.

A nivel nacional del total de vehículos matriculados el 28,1% tiene más de 12 años (2004 y años anteriores); mientras que aquellos vehículos que tienen de uno a 5 años (modelos 2009 a 2016), representan el 55,1% del total; es decir que el parque automotor está compuesto, en mayor proporción por vehículos nuevos.

Otros datos que se pueden encontrar en el Anuario de Transportes corresponden al transporte ferroviario, marítimo y aéreo.

Modificado por última vez:
Viernes, 09 Diciembre 2016 12:24

Lectura estimada: 2 min
Contiene: 320 palabras

Realizações
INGRESAR

Remate de Paneles Solares
Olvidate de usar Gas. Venta en Bodega. ¡Regístrate y Asiste Gratis!
mkt.rematedirecto.com

ES 11:49 28/03/2017