



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE CAMIONETAS AL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

TRABAJO DE GRADO, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A

AUTORA: PADILLA, H, CARMEN EULALIA
PUENTESTAR, C, JAIME ELIAS

ASESOR: ING. FRANCISCO ROSALES

IBARRA-ECUADOR

2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene por objetivo principal dar una respuesta acertada y adecuada de la conveniencia o no sobre la ejecución del proyecto y que este cumpla con las expectativas que haya despertado en el medio y por supuesto que satisfaga las necesidades de los usuarios del servicio de transporte de camionetas busca nuevas alternativas. De esta manera se trata de contribuir al fortalecimiento del transporte de la zona y a solucionar en parte los problemas socio económico que afecta al desarrollo de la nación.

Por ello a través de la presente investigación se contempla varios aspectos como una investigación de mercado para analizar la factibilidad del proyecto mediante el estudio de mercado y determinar el mercado meta en función de la demanda; el estudio técnico para identificar la macro y micro localización del proyecto, los procesos y el tamaño; la evaluación económica y financieramente para determinar la rentabilidad de llevar a cabo la realización del proyecto y establecer los impactos que se derivan del proyecto en los aspectos, social, económico, empresarial, ambiental, comercial con todos estos aspectos considerados y explicados en cada uno de sus capítulos se determina la factibilidad de llevar a cabo el trabajo de grado, considerando la construcción, por medio de etapas de inversión y crecimiento institucional.

Por las consideraciones anteriormente expuestas se puede afirmar que el presente proyecto es económica y socialmente factible de ejecutarlo, contribuye a dinamizar la economía, a crear nuevas fuentes de empleo y por sobre todo genera una rentabilidad financiera social importante al velar por el bienestar y desarrollo de las actividades de la inversión.

ABSTRACT

This paper is intended primarily to give an accurate and appropriate response whether or not the project implementation and that meets the expectations you've awakened in the middle and of course that meets the needs of users of transport services truck is looking for new alternatives. In this way it is helping to strengthen the transport of the area and a partial solution to socioeconomic problems affecting development of the nation.

So through this investigation covers several aspects such as market research to analyze the feasibility of the project by studying the market and determine the target market in terms of demand, the technical study to identify the macro and micro location project processes and the size, the economic and financial assessment to determine the profitability of carrying out the project and establish the impacts arising from project aspects, social, economic and business, environmental, trade with all these aspects considered and explained in each of sections determines the feasibility of conducting degree work, considering the building, through investment and growth stages of building.

By the above considerations it can be said that this project is economically and socially feasible to run it helps to boost the economy, create new employment opportunities and overall financial returns generated by ensuring important social welfare and development investment activities.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaro que el trabajo, en sus contenidos y opiniones se han respetado los derechos de autor y cumple con las normativas planteadas por la Universidad Técnica del Norte; los resultados obtenidos responden a la realidad que presenta el contexto donde se realizó el estudio; por lo tanto, el presente informe es de nuestra entera responsabilidad.

.....
Puentestar, C, Jaime E.

.....
Padilla, H, Carmen E.

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los egresado PADILLA HEREDIA CARMEN Y PUENTESTAR CARLOSAMA JAIME para optar por el Título de INGENIEROS, cuyo tema es **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte para la prestación de servicios de camionetas al sector público y privado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 14 días del mes de Junio del 2011.

.....
ING. FRANCISCO ROSALES
DIRECTOR DE TESIS

SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, PADILLA HEREDIA CARMEN EULALIA Y PUENTESTAR CARLOSAMA JAIME ELIAS con cédula de ciudadanía Nro. 100288114-0 Y 040131714-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN EMPRESA DE TRANSPORTE PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE CAMIONETAS AL SECTOR PUBLICO Y PRIVADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

PADILLA, H, CARMEN
100288114-0

PUENTESTAR, C, JAIME
040131714-4

Ibarra, a los _____ días del mes de _____ de 20....

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	10028810 0401317144		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Padilla Carmen Puentestar Jaime		
DIRECCIÓN:	Ibarra		
EMAIL:			
TELÉFONO FIJO:	2610112	TELÉFONO MÓVIL:	098756920

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE CAMIONETAS AL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA
AUTOR (ES):	Padilla Carmen Puentestar Jaime
FECHA: AAAAMMDD	2011/05/20
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	ING EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A
ASESOR /DIRECTOR:	ING, FRANCISCO ROSALES

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, Padilla Carmen Puentestar Jaime con cédula de ciudadanía Nro. 10028810, 0401317144 en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 13 días del mes de junio de 2011

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre:

C.C.:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejo

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario. _____

DEDICATORIA

A Dios con mucho amor por ponerme obstáculos en la vida y

de estos aprender a luchar y salir adelante,

A mi Madre, hermanos quienes me apoyaron

incondicionalmente a ingresar a las aulas universitarias y

durante esta etapa de estudios universitarios me brindaron

su apoyo absoluto,

Cuyos frutos se ven reflejados en mi carrera profesional, por

todo ello mi compromiso es retribuir a la sociedad, desde

cualquier campo que me desempeñe.

A mis compañeros y compañeras, con quienes compartí

momentos gratos e inolvidables

Carmen Padilla

DEDICATORIA

Este proyecto que con gran esfuerzo sacrificio y sobre todo de mucha perseverancia va dedicado de todo corazón a mis padres; mis hermanos quienes me enseñaron a luchar y triunfar en la vida ya que con su cariño fueron mi gran apoyo y aliento para la culminación de esta etapa universitaria y continuar logrando cumplir las metas que siempre se presentaran en mi vida.

Jaime Puentestar

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del norte y de manera particular a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, tanto a autoridades y docentes, por su invaluable aporte académico y de formación profesional.

Un agradecimiento especial al Ing. Francisco Rosales y otros expertos sobre el tema, por sus importantes aportes de asesoramiento, su profesionalismo y don de gentes.

Carmen Padilla y Puentestar Jaime

PRESENTACIÓN

El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la creación de una empresa de transporte para la prestación de servicio de camionetas al sector público y privado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura; el mismo que pretende satisfacer de mejor manera a los comerciantes y empresas que utiliza el servicio.

Así mismo, se pretende poseer un criterio adecuado de todos los beneficios y limitaciones que posee la zona a través de la recolección y análisis de documentos que contribuyan a elaborar la estructura de la mencionada investigación, concluyendo con las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas a las cuales estaría sujeto el proyecto.

En una visión más amplia de la factibilidad del proyecto es a través del estudio de mercado, porque permite avizorar la aceptación o no del servicio que pretende alcanzar el proyecto, mediante un análisis de la oferta y la demanda; permitiendo realizar estimaciones de las mismas.

Por otra parte se debe considerar que la investigación planteada es el cimiento definitorio en la gestión de comercializarlo, es decir, se establece el mercado meta, con lo cual se busca estructurar y desarrollar diversas estrategias en el posicionamiento de mercado; dejando en claro que este proceso no es un costo o un gasto si no una inversión que ayuda en la toma de decisiones.

En cuanto al establecer los fundamentos matemáticos – financieros que permitan una evaluación correcta y adecuada del proyecto y su rentabilidad, es necesario considerar las posibles herramientas que podemos utilizar para medir el grado de inversión que se requiere y el tiempo de recuperación de la misma, para el efecto

es necesario considerar la clase de inversión a realizar, el cálculo del costo de oportunidad, cálculo , presupuestos, cuadros de pagos si es el caso, estados pro forma, flujos de caja, tasa interna de retorno, tasa de rendimiento beneficio costo, la recuperación de la inversión, entre otros aspectos financieros a considerar para la correcta valuación del proyecto.

Por último el análisis de los impactos como posibles consecuencias que puede presentarse en la ejecución del proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, con lo que se trata de establecer la bondad y los efectos que tiene el proyecto, por medio del diseño de la Matriz de impactos.

Y para finalizar se han redactado conclusiones a las que se han llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. También se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de falibilidad elaborado.

ÍNDICE

Portada	I
Resumen Ejecutivo	II
Astract	III
Declaración de trabajo de autoría	IV
Certificado director de tesis	V
Cesión de derecho a la UTN	VI
Autorización de uso y publicidad	VII
Dedicatoria	IX
Agradecimiento	XI
Presentación	XII
Índice	XIV
Introducción	25

CAPITULO : DIAGNOSTICO SITUACIONAL

PAG

Antecedentes	27
Objetivos del diagnostico	29
Objetivo general	29
Objetivo específicos	29
Variables diagnosticas	29
Identificación de las variables	29
Identificadores que definen las variables	30
Demanda	30
Oferta	30
Sistema de comercialización	30
Precios y capacidad de pago	30
Matriz de relacione Diagnosticas	31

Población y Muestra	32
La muestra	32
Cálculo de la Muestra	33
Distribución de los Informantes	34
Mecánica Operativa	35
Tipo de investigación	35
Métodos	35
Técnicas de recopilación de información	38
Instrumentos de recolección de datos	39
Diseño de Instrumentos de Investigación	39
Procesamiento de información	39
Evaluación de la información de la encuesta	40
Análisis e interpretación de datos de la encuesta	40
Entrevista realizado a cooperativas y compañías de transporte de camionetas	55
Conclusiones del diagnóstico	57
Identificación de la demanda	57
Determinar la oferta	57
Conocer los precios	57

CAPÍTULO II : MARCO TEÓRICO

Estudio de Factibilidad	58
Objetivos de un Estudio de Factibilidad	58
La empresa	59
Definición	59
Elementos de la Empresa	59
Fines y objetivos de las Empresas	60

Fines de las Empresas	60
Objetivos de la empresa	60
Recursos de la Empresa	61
Tipo De Empresa	62
Empresas de Servicios	64
Ubicación de la Empresa	65
Nombre o Razón Social	65
Titularidad de Propiedad de la Empresa	65
Tamaño de la Empresa	66
La Organización	66
Filosofía de la empresa	67
Misión	67
Visión	68
Objetivos Estratégicos	68
Estrategia Empresarial	69
Principios y Valores	69
Cultura Organizacional	70
Ambiente Organizacional	70
Organigrama Estructural	71
Ley De Tránsito y Transporte Terrestre	71
Salario	72
Funciones de la Organización	72
Selección de Personal	72
Descripción de Cargos	73
Descripción de Funciones	74
Evaluación de Desempeño	74
Plan de Mercado	75
Estudio de Investigación de Mercado	75
Antecedentes del estudio de mercado	75
Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado	76

Ingeniería del proyecto	77
Ubicación de la Planta	77
Instalaciones y Equipos	77
Capacidad Instalada	78
Recursos Necesarios	78
Evaluación Financiera	78
Presupuesto de Inversión	78
Activos Fijos	79
Activos Tangibles	80
Capital de Trabajo	80
Estados Financieros	81
Balance de Situación Financiera	82
Presupuesto de Ventas	82
Costos de Ventas	83
El Precio de Venta	83
Gastos Administrativos	84
Gastos de Ventas	84
Estados de Resultados	84
Flujo de Efectivo o Flujo de Caja	85
Balance General Proyectoado	86
Indicadores Financieros	86
Evaluación Financiera	87

CAPITULO III:ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	89
Demografía de la provincia de Imbabura	90
Población Económicamente Activa	90
Distribución de la Pea	91
Estructura de Mercado	91

Investigación de Mercado	92
Fuentes de Información	92
Objetivos del Estudio de Mercado	92
VARIABLES e Indicadores	93
Matriz de investigación de mercado	94
Identificación del Servicio	95
Análisis de la Oferta	95
Proveedores del Servicio de Transporte de Camionetas	95
Ubicación de las Organizaciones de Transporte de Camioneta	96
Atención al cliente	97
Oferta histórica en número de camionetas de cooperativas	97
Proyección de la Oferta	98
Análisis de la Demanda	99
Precios del Servicio de Transporte en Camionetas	100
Frecuencia de utilización del servicio	100
Presupuesto destinado al servicio de transporte de camionetas	101
Canales de comercialización	101
Demanda histórica	102
Situación histórica y demanda proyectada	102
Consumo histórico de alquileres de camionetas	103
Balance oferta- demanda	104

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

Introducción	106
Localización	106
Macro localización	106
Micro localización	107
Selección De Alternativas De Localización	107
Ubicación de la empresa de transporte de camionetas	108
Ingeniería del proyecto	109
Los procesos	109
Diagramas de flujos de procesos	109
Diagrama de proceso de servicios de transporte de camionetas	110
Flujos grama de comercialización del servicio de transporte de camionetas	112
Infraestructura	113
Distribución de la ambientes	113
Presupuesto de la inversión	114
Inversión fija	114
Inversión variable	116
Capital de trabajo	118
Resumen del capital de trabajo	118
Capital	118

CAPITULO V ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO

Presupuesto de la Inversión	120
Estructura de la inversión	121
Financiamiento de la Inversión	121

Balance General Inicial Presupuestado	122
Presupuesto de ingresos y Gastos	123
Aportaciones Mensuales	123
Comisiones por Servicios	123
Depreciaciones y Amortizaciones	124
Proyección Ingresos y Gastos	124
Estado de Resultados	125
Flujo de Caja Proyectados	125
Costos de Oportunidad del Proyecto	126
Calculo del Costo Oportunidad	127
Evaluación Financiera	127
Valor Actual Neto	128
Tasa interna de retorno	128
Periodo de recuperación	129
Índice de rentabilidad beneficio-costo	129
Razón beneficio -costo	130
Resumen de evaluación económica	130

CAPITULO VI: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Empresa	132
Nombre o Razón Social	132
Conformación jurídica	133
Constitución de la Empresa	133
Formación de la Compañía	133
Desarrollo de las Actividades	135
Permiso de Funcionamiento	135
Objetivos Estratégicos	137
Misión	137

Visión	137
Políticas Empresariales	137
Principios y Valores	138
Estructura Organizacional	138
Orgánico Funcional	139
Funciones y descripción del puesto	139
Junta general de accionistas	139
Directorio	140
Las ventajas que ofrece la organización funcional	146
Documentos a utilizarse en el servicio	147
Identificación de la marca	148

CAPITULO VII ANÁLISIS DE IMPACTOS

Escala de Impactos	149
Aspectos de Evaluación	149
Impacto Empresarial	150
Impacto social	151
Impacto Económico	152
Impacto Comercial	153
Impacto Ambiental	154
Análisis Global de Impactos	155
Conclusiones y recomendaciones	156
Bibliografía	158
Anexos	160

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	TITULO	Pág.
Nr°.1	Sectores económicos.....	32
Nr°.2	Extractos económicos.....	35
Nr°.3	Parroquias de la ciudad de Ibarra.....	41
Nr°.4	Actividad económica.....	42
Nr°.5	uso del transporte de camionetas	43
Nr°.6	transporte que requiere.....	44
Nr°.7	Calificación de servicio de camionetas.....	45
Nr°.8	Servicio de camionetas.	46
Nr°.9	Precio del servicio de camionetas.....	47
Nr°.10	Gasto mensual.....	48
Nr°.11	Ubicación de la empresa.....	49
Nr°.12	Forma de acceso al servicio	50
Nr°.13	Transporte de camionetas que utiliza.....	51
Nr°.14	Creación de empresa de camionetas.....	52
Nr°.15	Dificultades del servicio de transporte	53
Nr°.16	Utilización del servicio de transporte de camionetas.....	54
Nr°.17	Distribución de la población.....	90
Nr°.18	Distribución de la población.....	91
Nr°.19	Estructura de mercado.....	92
Nr°.20	Matriz de investigación de mercado.....	95
Nr°.21	Numero de cooperativas.....	96
Nr°.22	Ubicación de las cooperativas de transporte de camionetas	96
Nr°.23	Oferta histórica.....	97
Nr°.24	proyección de la oferta	98

Nr°.25	Precios.....	100
Nr°.26	Crecimiento de la población.....	101
Nr°.27	Población proyectada.....	102
Nr°.28	Población económicamente activa.....	102
Nr°.29	Demanda transporte	103
Nr°.30	Carreras diarias.....	105
Nr°.31	Demanda proyectada.....	105
Nr°.32	Balance oferta demanda.....	105
Nr°.33	Demanda insatisfecha.....	105
Nr°.34	Alternativas de localización.....	108
Nr°.35	Diagrama de servicio de transporte de camionetas.....	111
Nr°.36	Muebles y enseres.....	114
Nr°.37	Equipo de oficina.....	114
Nr°.38	Equipo de computación.....	115
Nr°.39	Estudio de pre factibilidad.....	115
Nr°.40	Gastos de constitución.....	115
Nr°.41	Remuneraciones.....	115
Nr°.42	Suministros de oficina.....	116
Nr°.43	Servicios básicos.....	117
Nr°.44	Mantenimiento de equipos.....	117
Nr°.45	Publicidad.....	117
Nr°.46	Arriendo.....	117
Nr°.47	Resumen del capital de trabajo.....	118
Nr°.48	Presupuesto de la inversión.....	119
Nr°.49	Resumen de la inversión.....	120
Nr°.50	Financiamiento de la inversión.....	120
Nr°.51	Cuadro de pagos.....	121
Nr°.52	Aportaciones mensuales....	122
Nr°.53	Carreras mensuales.....	122
Nr°.54	Depreciación de activos fijos.....	123

Nr°.55	Ingreso y gastos proyectados	123
Nr°.56	Estado de resultado.....	124
Nr°.57	Calculo del tir.....	127
Nr°.58	Calculo del tiempo de recuperación.....	139
Nr°.59	Calculo del tiempo de recuperación.....	128
Nr°.60	Costo beneficio.....	129
Nr°.61	Evolución del proyecto.....	129
Nr°.62	Requerimientos de personal.....	145
Nr°.63	Análisis de impactos.....	147
Nr°.64	Impacto empresarial.....	148
Nr°.65	Impacto social.....	149
Nr°.66	Impactos económico.....	150
Nr°.67	Impacto comercial.....	151
Nr°.68	Impacto ambiental.....	152
Nr°.69	Análisis global de impactos.....	152

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CUADRO	TITULO	Pág.
Nr°.1	Ubicación de camionetas.....	41
Nr°.2	Sector Demandante.....	42
Nr°.3	Frecuencia de uso.....	43
Nr°.4	Tipo de Vehículo.....	44
Nr°.5	Calidad del Servicio	45
Nr°.6	Oferta.....	46
Nr°.7	Precio del Servicio.....	47
Nr°.8	Gastos Mensuales.....	48

Nr°.9	Ubicación de la Empresa.....	49
Nr°.10	Frecuencia de Acceso.....	50
Nr°.11	Organización.....	51
Nr°.12	Creación de Empresa.....	52
Nr°.13	Dificultades de acceso.....	53
Nr°.14	Frecuencia del servicio de transporte	54
Nr°.15	Provincia de Imbabura.....	106
Nr°.16	Ubicación de la Empresa de Transporte.....	107
Nr°.17	Diagrama de Procesos.....	110

INTRODUCCIÓN

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte para la prestación de servicio de camionetas al sector público y privado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

JUSTIFICACIÓN

Gracias al crecimiento demográfico acelerado en la ciudad se ha visto un incremento de comercio y por ende un aumento de la demanda en el servicio de transporte, esto hace que se creen negocios o micro empresas que impulsan a la generación de ingresos en la ciudad por eso se ha visto la necesidad de crear una empresa de servicio de transporte de camionetas en los sectores urbanos periféricos de la ciudad ya que en estos lugares es difícil encontrar este tipo de servicio y por ende ayudaría a que se tenga una mejor colocación en el mercado y así procurar satisfacer las necesidades generadas en la ciudad por la falta de transporte de camionetas.

El presente proyecto es de gran importancia debido a que la ciudad de Ibarra ha crecido en extensión y población lo que determina el incremento comercial e industrial lo cual requiere de un servicio de transporte de camionetas en todos los sectores urbanos de la ciudad

El proyecto tendrá mucho interés, ya que mediante la creación de una empresa de transporte mejorará la calidad y prestación de servicios para el diferente usuario en los diversos entornos. La expectativa que se espera de este proyecto es dar la iniciativa a las personas en general y a nosotros mismos a ser capaces de crear nuestra propia empresa y así disminuir el problema más grande que existe en el país como es el desempleo como también llegar a ser una de las empresas de mayor prestigio y confianza de servir al cliente con el interés que ellos necesiten acoplado a sus necesidades

Es importante mencionar que como principales beneficiarios indirectos se tendrá a las empresas públicas, privadas, y público en general puesto que serán nuestros principales demandantes ya que ellos utilizarán nuestro servicio de transporte, ya sea como servicio de carga de encomienda o para transportarse a diferentes lugares.

El proyecto es factible desde diferentes puntos de vista como el, económico, legal, material y humano porque gracias a la decisión puesta la legislación laboral, tributaria y comercio del país dan la facilidad de establecerse como empresa legalmente constituida.

A través de este proyecto se beneficiará de manera directa a todos los accionistas ya que ellos van a hacer lo que aporten con los vehículos y el capital para la formación de la empresa de prestación de servicio de transporte y por ende generar rentabilidad para el crecimiento de la misma.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte para la prestación de servicio de camionetas al sector público y privado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura,

TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Por su naturaleza la investigación es de tipo cualitativo sin dejar de lado su rigor científico, es por eso que se utilizarán métodos y técnicas propias de la investigación científica, los mismos que en su desarrollo serán herramientas fundamentales para la recopilación de datos por medio de los cuales se determinará un sustento bibliográfico, además, se utilizará la investigación de campo con el propósito de conocer la realidad de los hechos en el lugar preestablecido a través de diferentes técnicas.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La ciudad de Ibarra está ubicada al Norte del país, a 115 Km. al suroeste de Quito y 125 Km. al norte de Tulcán, con una altitud de 2192 metros sobre el nivel del mar, una población de 153.256 habitantes aproximadamente según el censo del año 2001, Población Urbana 108535, Población Rural 44721, su latitud bordea los 00° 21' N y su longitud 078° 07' O.

El cantón Ibarra, cuya capital es San Miguel de Ibarra, está constituida por cinco parroquias urbanas y siete rurales, con una superficie total de 1.162,19 km², una densidad poblacional de 131,87 hab/Km² en el cantón, 2.604 hab/Km² en el área urbana y 39,1 hab. / Km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre una superficie de 41,68Km², la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre una superficie de 1.120,51 Km².

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, cada una rica en cultura, tradición, belleza y gente amable:

El desarrollo socio-económico y sostenido de la ciudad de Ibarra, involucra la participación decidida de todos los actores que viven en ella, es así como: el sector público, representado por las autoridades elegidas por voto popular; el sector privado, representado por las personas naturales y jurídicas que realizan una actividad productiva, y el sector social o conocida como sociedad civil, representada por todos los

habitantes comunes permiten dar un valor agregado a los recursos naturales y humanos para beneficio de la ciudad o fuera de ella

Gracias al crecimiento demográfico acelerado se ha visto un incremento de la demanda, diversificada de productos y servicios, por lo que las personas han emprendido sus propios negocios a través de micro empresas que impulsan a la generación de empleo.

El transporte liviano, muy escaso y obsoleto en la localidad, determina la necesidad de crear una empresa de servicio de transporte de camionetas que ayudaría a satisfacer las necesidades generadas en la mayoría de pequeños empresarios, que no cuentan con vehículos propios; ya que los precios son elevados y no cuentan con presupuesto para adquirirlos.

Al considerar una empresa de transporte de alquiler de camionetas los principales beneficiarios directamente son los comerciantes, productores y las empresas de servicios, que requieren un adecuado y moderno parque automotor, para llevar a cabo sus actividades diarias con total eficiencia y seguridad.

Este proyecto pretende dar solución al problema que actualmente afronta la ciudad de Ibarra referente a la falta de un buen servicio de alquiler de camionetas con la ejecución se beneficiará por cuanto la calidad y oportunidad en la atención permitirá el crecimiento de los empresas por la optimización del tiempo, conservación e integridad de los bienes transportados que se traducirá en crecimiento y rentabilidad de los negocios.

En el diagnóstico se incluyen por lo tanto preguntas sobre el mercado que permita identificar la competencia y los requerimientos de los demandantes.

1.2. Objetivos del diagnostico

1.3. Objetivos generales.-

Determinar la situación de la oferta y demanda de la prestación de servicios de transporte de camionetas al sector público y privado en la ciudad de Ibarra.

1.4. Objetivos específicos.-

1.4.1.1. Identificar la demanda de servicios de transporte de camionetas al sector público y privado en la ciudad de Ibarra.

1.4.1.2. Determinar la oferta de servicios de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra

1.4.1.3. Reconocer el sistema de comercialización del servicio de camionetas.

1.4.1.4. Conocer los precios y capacidad de pago de posibles consumidores de servicio de transporte de camionetas

1.5. Variables diagnosticas

1.5.1. Identificación de las Variables

1.5.1.1. demanda de servicios de transporte de camionetas

1.5.1.2. oferta de servicios de transporte de camionetas

1.5.1.3. Sistemas de comercialización del transporte en camionetas

1.5.1.4. Precios y capacidad de pago

1.5.2. Indicadores que definen las variables

1.5.2.1. Demanda

- Tipo de camioneta preferida
- Calidad de vehículo
- Destino del transporte

1.5.2.2. Oferta

- Organización social
- Tipo de camionetas
- Modelo de vehículo

1.5.2.3. Sistema de Comercialización

- Atención Al Cliente
- Seguridad de Usuarios
- Atención a necesidades del usuario
- Calidad del servicio

1.5.2.4. Precios y capacidad de pago

- Tarifas
- Presupuesto destinado a transporte
- Frecuencia de uso de transporte

1.6. Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS DE LAS VARIABLES	VARIABLES	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA
Identificar la demanda de servicios de transporte de camionetas al sector público y privado en la ciudad de Ibarra.	demanda de servicios de camionetas	Tipo de camioneta preferida Calidad de vehículo Destino del transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta
Determinar la oferta de servicios de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra	oferta de servicios de camionetas	Tipo de camionetas Modelo de vehículo	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta
Reconocer el sistema de comercialización del servicio de camionetas.	comercialización del transporte en camionetas	Atención Al Cliente Seguridad de Usuarios Atención a necesidades del usuario Calidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta
Conocer los precios y capacidad de pago de posibles consumidores de servicio de transporte de camionetas.	Precios y capacidad de pago en servicios de camionetas	- tarifas - presupuesto destinado a transporte -Frecuencia de uso de transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Primaria • Primaria • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta

1.7. Población y muestra

Para la elaboración de este proyecto será necesario considerar la unidad de análisis como es la población económicamente activa que son el comercio la producción y el servicio.

1.7.1 población

La población o universo de estudio está conformada por la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, según datos que brinda el INEC, respecto a los sectores de la economía; que a continuación se detalla:

Cuadro N° 1

Sectores económicos

Sectores económicos	Población económicamente activa
Sector primario	10096
Sector secundarios	12876
Sector terciario	31624
TOTAL	54596

Fuente: INEC – CENSO 2001
Elaboración: Los Autores

1.7.2 La muestra

Con respecto al tema del proyecto la población es muy extensa para lo cual se aplicó la técnica de muestreo por la modalidad de muestra aleatoria simple, que permite obtener resultados reales sin perder el rigor científico; para lo cual se empleó la siguiente fórmula estadística.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Donde, la simbología significa:

- n = Tamaño de la muestra
 PQ = Varianza de la población, valor constante= 0.25
 N = Población / universo
 $(N-1)$ = Total de población menos 1
 E = Margen de error estadísticamente aceptable
 0.09 = 9% (máximo)
 E^2 = $0.09 * 0,09 = 0.0081$
 K = Corrección del error es 2
 K^2 = $2 \times 2 = 4$

1.7.2.1 Calculo de la muestra

Para calcular la muestra se tomó a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 54596}{(54596 - 1) \frac{0.09^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{13.649}{54595 * \frac{0.0081}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{13649}{54595(0.002025) + 0.25}$$

$$n = \frac{13649}{110.55 + 0.25}$$

$$n = 123.18$$

$$n = \frac{13649}{110.80}$$

$$n = 123$$

Para tener una idea de la distribución de los informantes por sectores de la economía se calculó la Constante de la muestra que resulta de dividir la muestra para la población

$$C = \frac{n}{N}$$

Donde

C= Constante de la muestra

N=población / universo

n= muestra

$$C = \frac{123.18}{54596} = 0,00225620924609$$

C= 0,00225620924609

1.7.2.2 Distribución de los Informantes

La distribución de los informantes se calculó en base a la población de los estratos de la población económicamente activa empleando la siguiente fórmula:

$$m = C * E$$

Donde

m = muestra por estratos

C = constante

E = estrato (población de cada sector)

Cuadro N° 2

Estratos económicos

Estratos económicos	Población	Constante	Fracción muestra
Sector primario	10096	0,00225620924609	23
Sector secundario	12876	0,00225620924609	29
Sector terciario	31624	0,00225620924609	71
TOTAL	54596	0,00225620924609	123

Elaboración: Los Autores

1.8. Mecánica operativa

1.8.1 Tipo de investigación

El presente trabajo es tipo proyecto que trata de determinar la situación actual del servicio de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra. A fin considerar la factibilidad de creación de una empresa de camionetas que atienda a las necesidades de los usuarios Ibarreños con asistencia de calidad.

1.8.2 Métodos

“Método es el camino a seguirse en la investigación, en la cual se han empleado reglas y procedimientos para alcanzar el resultado, por la naturaleza del objeto de estudio”, son las condiciones actuales, de la oferta y demanda del servicio de transporte en camionetas.

Método inductivo

Es uno de los tipos de razonamiento y método de investigación. La inducción hace posible el paso de los hechos singulares (particular) a los principios generales. En otras palabras vemos que inducción es un proceso de razonamiento que va de lo particular a lo general. A partir del estudio de hechos singulares, como la ubicación de la competencia y la

demanda; de la que se obtuvieron conclusiones que explican los fenómenos estudiados; como, calidad, interés, actitudes de productores y clientes del servicio de transporte en camionetas,

Método deductivo

“La deducción viene del latín “deductivo”, que significa acción y efecto de deducir, es un tipo de razonamiento y método de investigación por el cual se procede lógicamente de lo universal a lo particular, es un método de razonamiento inverso a la inducción la lógica formal, que es la ciencia que estudia los actos de pensar, desde el punto de vista de la estructura o forma lógica, se convierte en la teoría formal de la deducción”.

Este método Ayudó a establecer conclusiones, de los resultados de los datos del estudio, a partir de relacionar con una teoría comprobada, en el método científico de investigación, la inducción se presenta siempre unida a la deducción.

La inducción se entiende como vía de estudio experimental de los fenómenos, es el proceso real del conocimiento, que presenta los datos y los procesa elevándolos a la categoría de concepto o redescubrimiento del comportamiento de productores del servicio de transporte de camionetas y usuarios o clientes.

Para el diagnóstico de la situación del servicio de transporte en camionetas la investigación emplea la deducción para contrastar la teoría de calidad con los datos obtenidos en la investigación.

El materialismo no ve a la inducción y la deducción como dos métodos independientes, sino más bien como momentos del conocimiento dialéctico de la realidad indisoluble ligada y condicionada entre sí.

Método descriptivo

Se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar, los resultados de las observaciones, implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de la situación; en este caso, del mercado de servicio de transporte en camionetas.

Este método es útil para todas las ciencias y da elementos para comparar o constatar la veracidad de los hechos en base de la interpretación clara de la información recogida y una lógica; y coherente exposición de los resultados obtenidos.

El método descriptivo se empleó para exponer el estado actual del servicio de transporte en camionetas como la forma de atención, organización empresarial, facilidad de acceso, atención al cliente, tipo y modelo de vehículo, explicando sus cualidades, propiedades o circunstancias, no solo por sus atributos, sino más bien, dando una idea completa del contexto (todo), interpretando en forma real sus características. Como las preferencias de horario, necesidades y precios, entre otras.

Método analítico

Es un procedimiento lógico que se realiza con ayuda de conceptos abstractos y se halla estrechamente vinculada a otras operaciones del pensar, sirvió para explicar las causas de los hechos o fenómenos. Para desagregar los objetivos y variables o separar los elementos para comprender de mejor manera el fenómeno, diseñar los instrumentos de recolección de datos y procesar la información

Método sintético.

Permitió relacionar hechos y fenómenos, aparentemente aislados, para explicar en forma de teoría que unifica los diversos elementos. Como conclusión de los resultados obtenidos.

Método histórico

“Es la narración y exposición de los acontecimientos pasados, también se puede decir que historia es el conjunto de sucesos o hechos políticos, sociales, económicos, culturales de un pueblo, nación o el mundo. En este caso, la oferta y demanda histórica y las respectivas proyecciones”

Método documental

La investigación documental consiste en un análisis de la información secundaria, escrita sobre las empresas de transporte en camionetas, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema. Como estudio de registros de proveedores de servicio de transporte en camionetas.

1.8.3 Técnicas de recopilación de información

Observación. Es la información que se obtiene a través de los sentidos, se obtuvo con la ayuda de instrumentos como: cámaras fotográficas, y fichas de registro. En este caso, la localización de las empresas, paradas, tipo de vehículo, facilidad de acceso a la empresa, entre otras.

Encuesta. Se aplicó una encuesta aleatoria simple, a través de la aplicación de cuestionarios con preguntas cerradas, se aplicó a los demandantes y proveedores transporte en camionetas en la Ciudad de Ibarra los datos permitieron diagnosticar la situación del servicio.

Entrevista. Se aplicó la entrevista a los representantes de las empresas de transporte de camionetas, organizaciones de comerciantes que demandan el servicio y gobiernos seccionales; mediante un guión semiestructurado, para conocer las características de demanda y oferta.

1.8.4 Instrumentos de recolección de datos:

Ficha de observación.- Se diseñó una ficha de registro de empresas que ofertan el servicio de transporte de camionetas.

Guión de entrevista.- Se diseñó un Guión de entrevista semiestructurado, para recabar información sobre la importancia del servicio de transporte de camionetas y sus expectativas como proveedores o como usuarios.

Cuestionario de encuesta.- Se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas nominales o de elección múltiple para operacionalizar la respuesta a los informantes.

Fuentes secundarias.- Las fuentes secundarias son aquellas que nos proporcionan información a través de sujetos que obtuvieron los datos de otras personas, se integró la información escrita y documental existente sobre el tema, como estadísticas de la cámara de comercio, cámara de turismo, revistas, Internet, libros, y periódicos, entre otros.

1.8.5. Diseño de Instrumentos de Investigación (ver anexos)

Los instrumentos se diseñaron de acuerdo a las variables e indicadores del diagnóstico, en los que se incluyen preguntas para el estudio de mercado, referentes a la oferta demanda, precios, frecuencia de uso, calidad del servicio, presupuesto mensual destinado para el uso de camionetas, precio , entre otras.

De esta manera, se elaboró un cuestionario para la encuesta con preguntas cerradas y un guión semiestructurado, con preguntas abiertas, para la entrevista

1.9 Procesamiento de información

Se empleó el programa de Excel en la tabulación, elaboración de tablas estadísticas y gráficos para representar resultados.

1.9.1. Evaluación de la información de la encuesta

Para la evaluación de la información, se procedió con la tabulación de datos, que son presentados en tablas de frecuencia y porcentaje, luego se procedió a graficar para lograr una presentación clara de los resultados de cada uno de los ítems investigados. Asimismo, se procedió al análisis de la información, de conformidad a los datos obtenidos, comparándolos e interpretándolos en relación a los objetivos de la investigación diagnóstica y el comportamiento del mercado de servicio de transporte de camionetas.

1.9.2. Análisis e interpretación de datos de la encuesta

Se procedió a tomar los datos más representativos a fin de identificar las tendencias, interpretar y elaborar juicios de valor. De conformidad con los objetivos del diagnóstico y del estudio de mercado; lo que permitió el diseño del estudio técnico y la ubicación de la empresa de servicio de transporte de camionetas.

¿En cuál de las parroquias de la ciudad de Ibarra conoce que existe el servicio de transporte de camionetas?

Cuadro Nº 3

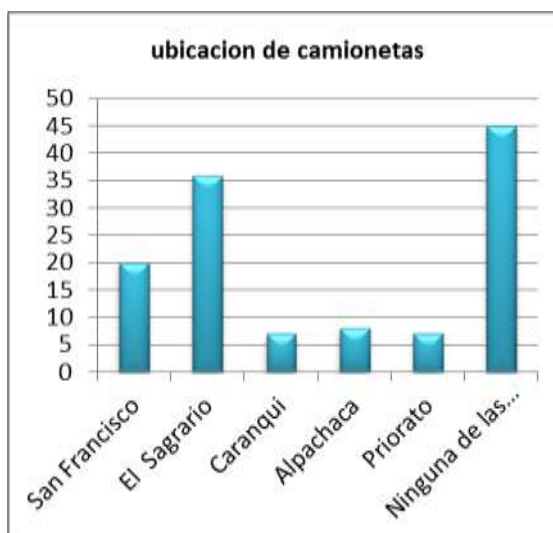
PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

OPCIONES	RESULTADO	%
San Francisco	20	16
El Sagrario	36	29
Caranqui	7	6
Alpachaca	8	7
Priorato	7	6
Ninguna de las anteriores	45	37

Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

Gráfico Nº 1



Fuente: Encuesta

Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.- la mayoría de encuestados manifestaron que desconocen donde existe el servicio de transporte de camionetas y en un menor porcentaje manifiestan que existe en el Sagrario, San Francisco Caranqui Alpachaca y Priorato, podemos deducir que no existen muchas empresas que se dediquen a la prestación de servicio de transporte de camionetas.

2.- ¿Para Qué tipo de actividad económica, necesitaría el servicio de transporte de camioneta?

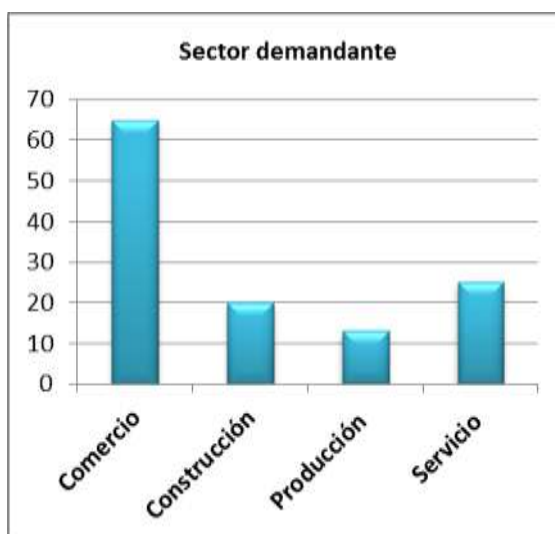
Cuadro Nº 4

ACTIVIDAD ECONÓMICA

OPCIONES	RESULTADO	%
Comercio	65	53
Construcción	20	16
Producción	13	11
Servicio	25	20
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

Gráfico Nº 2



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS: se puede evidenciar que la mayor actividad económica, que requiere el servicio de transporte de camionetas constituye el de comercio, así como también sectores del servicio como encomiendas, capacitación, reparaciones de equipos y maquinaria, Por lo que el proyecto se enfoca directamente en estas dos actividades económicas

3. ¿Con qué frecuencia usa el servicio de transporte de camionetas?

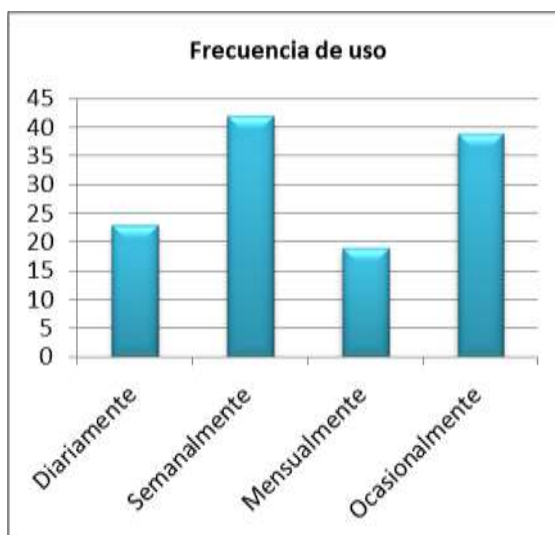
Cuadro N° 5

USO DEL TRASPORTE DE CAMIONETAS

OPCIONES	RESULTADO	%
Diariamente	23	19
Semanalmente	42	34
Mensualmente	19	15
Ocasionalmente	39	32
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

Gráfico N° 3



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.- En cuanto a la frecuencia de utilización del servicio de transporte en camionetas, los informantes expresan en su mayoría que utilizan semanalmente; Lo que significa que existe una gran demanda de este servicio si se toma en cuenta el porcentaje de la población total, por lo que la creación de la empresa podría tener éxito.

4. ¿Qué tipo de camioneta prefiere para satisfacer sus necesidades de transporte?

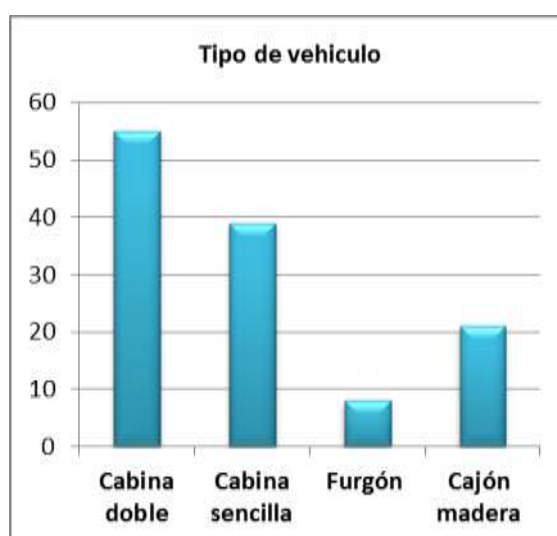
Cuadro N° 6

TRASPORTE QUE REQUIERE

OPCIONES	RESULTADO	%
Cabina doble	55	45
Cabina sencilla	39	31
Furgón	8	7
Cajón madera	21	17
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

Gráfico N° 4



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.-En su mayoría expresaron que para transportar sus bienes requieren camionetas de doble cabina, este vehículo sería más cómodo al momento de utilizarlo como servicio de transporte de pasajeros como también de carga. Por lo que se considera que la empresa a crearse debe tratar de satisfacer las expectativas de los clientes con camionetas de doble cabina.

5. ¿De qué manera calificaría el servicio que prestan las actuales empresas de transporte de camionetas?

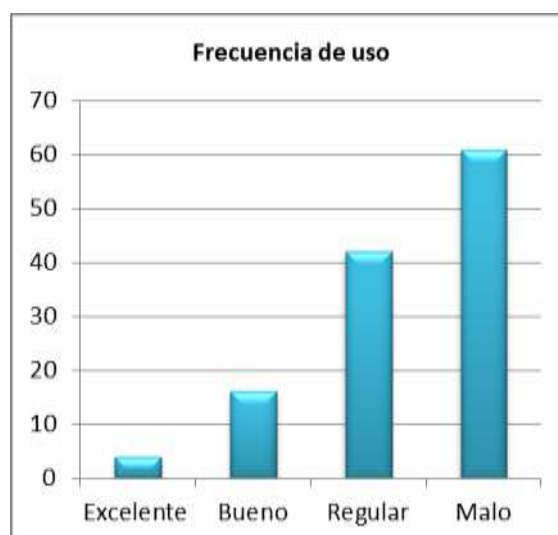
Cuadro Nº 7

CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE CAMIONETAS

OPCIONES	RESULTADO	%
Excelente	4	3
Bueno	16	13
Regular	42	34
Malo	61	50
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: La autora

Gráfico Nº 5



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.- según los resultados obtenidos los usuarios califican de malo al servicio de transporte de camionetas ya que no existe un organismo de control que permita a los accionistas brindar un excelente y adecuado servicio, sin dejar atrás que hay empresas que lo hacen de buena manera. Por lo que es importante priorizar los sistemas de atención personalizada al cliente, lo que se logrará con educación, una administración técnica y una programación de marketing adecuado.

6. ¿Considera que el servicio de transporte de camionetas es suficiente para todos los sectores de la ciudad de Ibarra?

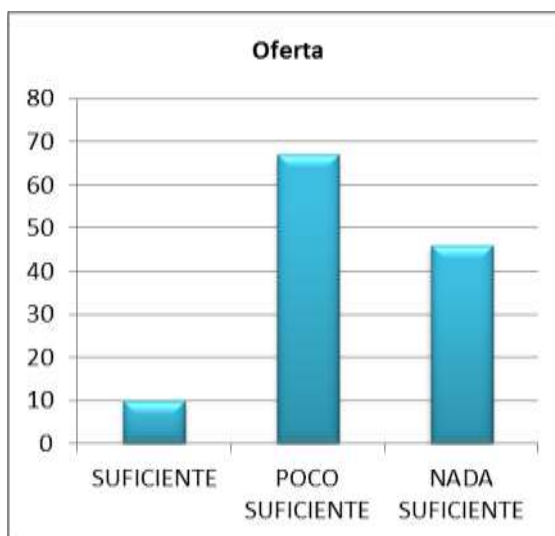
Cuadro N° 8

SERVICIO DE CAMIONETAS

OPCIONES	RESULTADO	%
SUFICIENTE	10	8
POCO SUFICIENTE	67	54
NADA SUFICIENTE	46	37
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: La autora

Gráfico N° 6



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.- Los encuestados expresan que el servicio de camionetas es poco suficiente ya que la población a creciendo considerablemente y por ende las múltiples actividades económicas. Por lo que se considera que existe una demanda insatisfecha que se podría explotar con la creación de la empresa de transporte de camionetas.

7. ¿El precio del servicio del transporte de camionetas le parece?

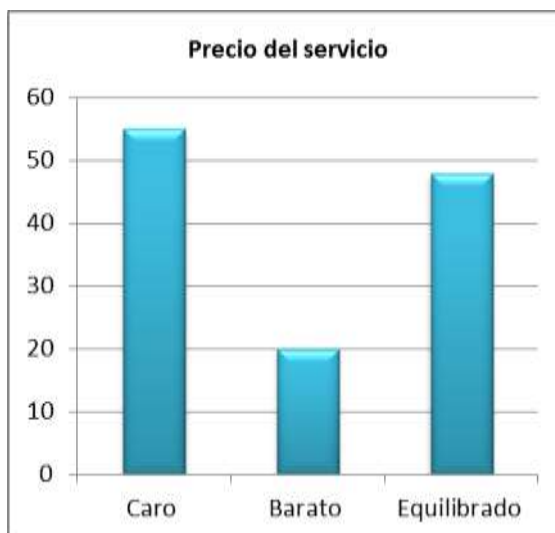
Cuadro N° 9

PRECIOS DEL SERVICIO DE CAMIONETAS

OPCIONES	RESULTADO	%
Caro	55	45
Barato	20	16
Equilibrado	48	39
TOTAL	123	100

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los Autores

Gráfico N° 7



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.- si bien es cierto hoy en día el alquiler de un transporte representa valores considerables y por ende la población manifiesta que los precios son sumamente altos aún más cuando no son atendidos con un buen servicio. Por lo que esta empresa podría categorizar al usuario y estandarizar precios del servicio, dependiendo de la capacidad de pago de cada cliente.

8. ¿Cuál es el presupuesto mensual que estima en gastos transporte en camioneta?

Cuadro N° 10

GASTO MENSUAL

OPCIONES	RESULTADO	%
1 a 10 Dólares	15	13
11 a 30 Dólares	29	23
31 a 60 Dólares	61	49
61 a 120 Dólares	12	10
Más de 120	6	5
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: autores

Gráfico N° 8



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.- manifiesta que el gasto mensual en el uso de camionetas para transporte, es entre treinta y sesenta dólares mensuales, todo esto depende de la rotación de la actividad económica que tienen los usuarios. Razón por la cual la creación de la empresa es factible.

9. ¿Para que sea de fácil acceso, donde considera que debe ubicarse la empresa?

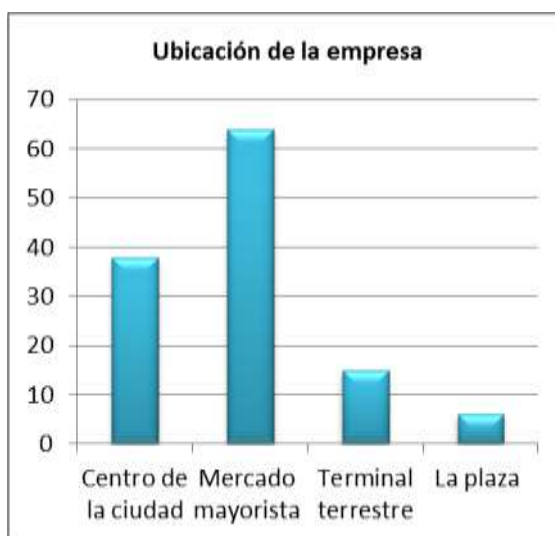
Cuadro N° 11

UBICACIÓN DE LA EMPRESA

OPCIONES	RESULTADO	%
Centro de la ciudad	38	31
Mercado mayorista	64	52
Terminal terrestre	15	12
La plaza	6	5
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: autores

Gráfico N° 9



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: autores

ANÁLISIS.- Según resultados obtenidos la ubicación de la empresa sería en el mercado mayorista ya que se concentran el mayor movimiento de comerciantes y la demanda es mayor. Sin dejar a un lado que el centro de la ciudad es una segunda alternativa de ubicación de la empresa

10.- Como le gustaría tener acceso al servicio de la empresa de Transporte de camionetas?

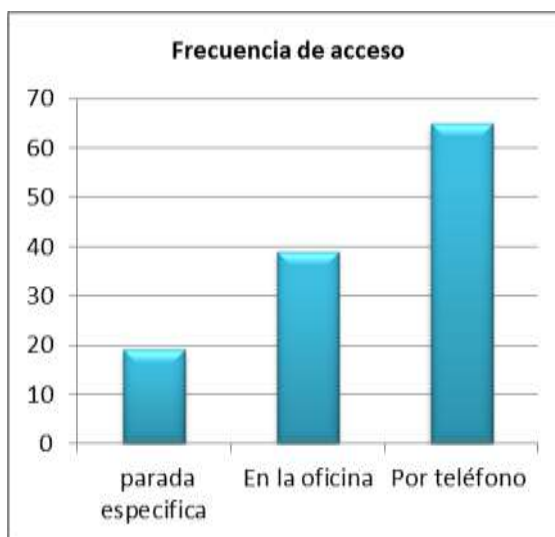
Cuadro N° 12

FORMA DE ACCESO AL SERVICIO

OPCIONES	RESULTADO	%
parada especifica	19	15
En la oficina	39	32
Por teléfono	65	53
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: La autora

Gráfico N° 10



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: autores

ANÁLISIS. Para solicitar el servicio de transporte de camionetas la mayoría de usuarios manifiesta que sería muy adecuado por vía telefónica. Por lo tanto se considera importante la relación de servicio con el cliente a través de la oficina y el teléfono; por lo que es necesario implementar la publicidad y marketing, dando a conocer la dirección y teléfonos.

11. ¿Los transportistas de camionetas que ha utilizado pertenecen?

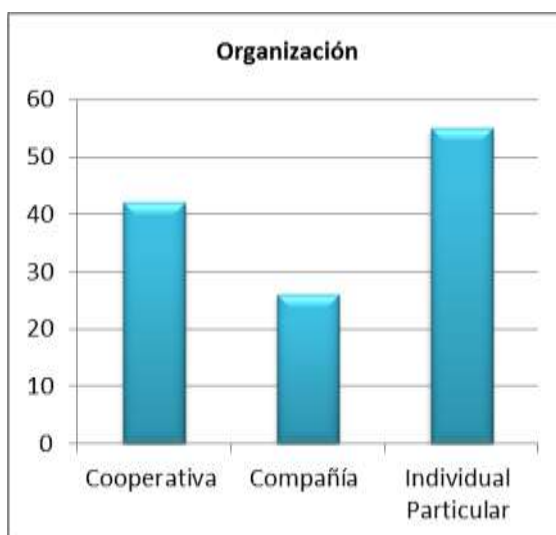
Cuadro N° 13

TRASPORTES DE CAMIONETAS QUE UTILIZA

OPCIONES	RESULTADO	%
Cooperativa	42	34
Compañía	26	21
Individual Particular	55	45
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

Gráfico N° 11



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: autores

ANÁLISIS.- se puede observar que existen muchas empresas de transporte de camionetas que no pertenecen a ninguna empresa lo cual resultan poco confiables para los usuarios eso hace que la empresa ha crear tenga mayor acogida por parte de la población ya que al estar constituida legalmente tienen mayor fortaleza, brindando confianza y seguridad para el usuario.

12.- ¿considera necesaria la creación de una empresa de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra?

Cuadro Nº 14

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRASPORTE DE CAMIONETAS

OPCIONES	RESULTADO	%
Si	89	72
No	34	28
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

Gráfico Nº 12



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: autores

ANÁLISIS.-La aceptación de la creación de la empresa de alquiler de transporte de camionetas nos ayuda a entender que es necesario ejecutar este proyecto; como también el porcentaje de no aceptación es mínimo. Por lo que se recomienda continuar con el desarrollo del estudio de factibilidad.

13.- Ha tenido dificultades para conseguir el servicio de camionetas?

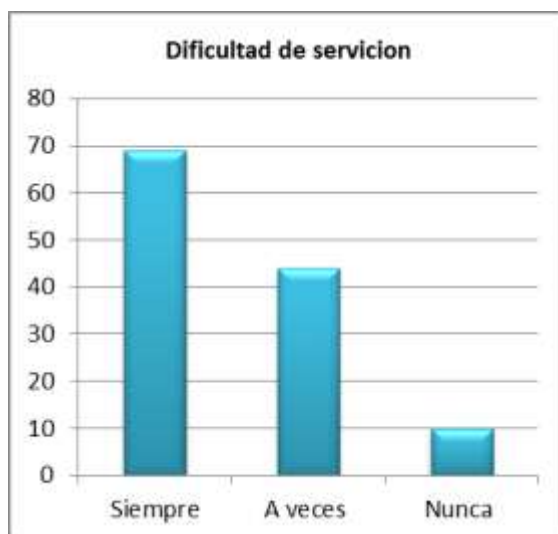
Cuadro Nº 15

DIFICULTADES DEL SERVICIO DE TRASPORTE

OPCIONES	RESULTADO	%
Siempre	69	56
A veces	44	36
Nunca	10	8
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

Gráfico Nº 13



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.- La mayoría de usuarios expresaron que siempre tienen dificultades para conseguir transporte en camioneta, esto hace que la empresa busque mejores mecanismos tanto en publicidad como en marketing, para que esta tenga mayor aceptación en el mercado.

14 ¿Para qué, contrata con más frecuencia el servicio de transporte en camionetas?

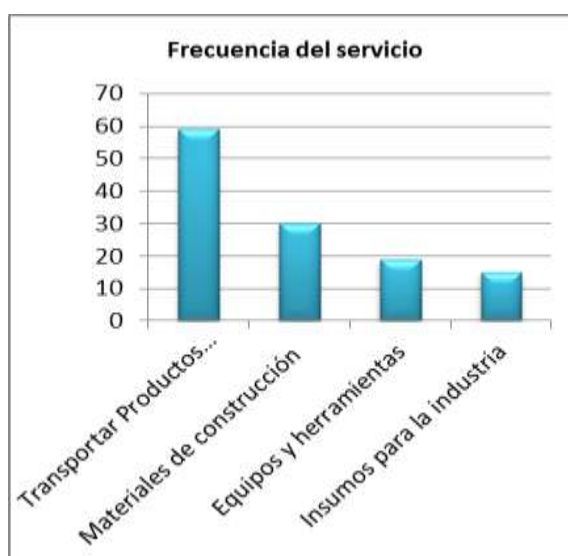
Cuadro N° 16

UTILIZACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS

OPCIONES	RESULTADO	%
Transportar Productos agrícolas	59	48
Materiales de construcción	30	24
Equipos y herramientas	19	15
Insumos para la industria	15	12
TOTAL	123	100

Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

Gráfico N° 14



Fuente: ENCUESTA
Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS.-el servicio de transporte de camionetas se concentra en el sector comercio de productos agrícolas siendo así el mayor sector con mayor demanda de transporte así como también en las diferentes actividades como transporte de materiales de construcción equipos e insumos. Por lo que, la empresa a crearse debe enfocarse a todos los segmentos y de manera especial al comercio y la construcción.

1.9.3. Entrevista realizado a cooperativas y compañías de transporte de camionetas.

Con el propósito de fortalecer la investigación buscando nuevos planteamientos y experiencias que proporcionen argumentos, elementos claves y fundamentos para la formación de esta empresa, se realizó una entrevista a un los presidentes de cada cooperativa de transporte por que mantiene experiencia en la estructuración y formación de instituciones de transporte de alquiler de camionetas. En la entrevista realizada se pudo analizar lo siguiente: para la evaluación económica y financiera del proyecto se entrevistó a:

- COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS DE CARGA LIVIANA TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE S. A
- COMPAÑÍA DE CAMIONETAS FRAY VACAS GALINDO
- COMPAÑÍA DE TRANSPORTE VÍCTOR MANUEL GUZMÁN CIA LTDA.
- COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS TRANSLAGAZUL S. A
- COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS CARANQUI
- COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS ALPACHACA

ENCUESTA REALIZADA A COOPERATIVAS DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS (VER ANEXO 2)

1.- ¿Estaría de acuerdo en que se cree una empresa de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra?

En análisis de la entrevista hecha a las compañías y cooperativas de transporte de camionetas, manifiesta que es muy buena la propuesta que tiene la empresa de transporte CAMINTERTRANS S. A, ya que en la ciudad de Ibarra existe mucha demanda del servicio de transporte de camionetas. Por lo que la ciudad de Ibarra se ha convertido en ser muy

comercial y por ende demanda mucho el servicio de transporte de camionetas especialmente en los sectores comerciales, industriales y de servicio por lo que si hace falta tener más cooperativas para poder abastecer a la ciudad.

2.- ¿Cómo afectaría a las cooperativas existentes, la creación de la empresa de transporte CAMINTERTRANS S. A?

La mayoría de entrevistados supo manifestar que no va a afectar de ninguna manera porque existe mucha demanda en la ciudad, al crear esta empresa ayudaría a satisfacer la demanda que necesita la ciudad.

3.- ¿Cómo cobrar el valor de las carreras?

En cuanto a los precios la mayoría de entrevistados manifestaron que cobran por kilómetros

4.- ¿Cuánto cobra por un recorrido de:

La mayoría de los entrevistado cobran 1 a 5 km \$3.00usd, 5 a 15km \$10,00 usd y más de 15km \$15,00 a 20,00 usd

5.- ¿Por tiempo de espera de una hora cuánto cobran?

Por el tiempo de espera de una hora la mayoría cobra \$20,00 a 30,00 dólares,

1.10. Identificación del problema diagnóstico

Sin duda el crecimiento demográfica de esta ciudad ha ocasionado que innumerables personas y emprendedores hagan de su vida habitual mantener una actividad como la producción comercio y la prestación de servicios, la fuente de sus ingresos, llevando con sigo la necesidad de que una empresa de transporte esté al alcance para sus múltiples ocupaciones llegando a determinar que siendo así hace de estas su herramienta de trabajo.

1.11. Conclusiones del diagnóstico

1.11.1 Identificar la demanda

El sector de comercio es el que más requiere el servicio de transporte de camioneta, La mayoría utiliza semanalmente y diariamente 53% y prefieren unidades de cabina sencilla.

El servicio de camionetas, para la ciudad de Ibarra es poco suficiente y al servicio lo califican como malo

1.11.2 Determinar la oferta

La mayoría de ofertantes del servicio de transporte de camionetas no pertenecen a empresas o cooperativas de transporte, lo cual operan ilegalmente y eso hace que hay inseguridad por parte del usuario a la hora de utilizar el servicio de transporte de camionetas.

Para que la empresa sea accesible a los usuarios debe ubicarse en la zona del mercado Mayorista o en el Centro de la ciudad. Se debe promocionar la ubicación y teléfonos de la empresa.

El uso del servicio de camioneta es principalmente para comercio de alimentos y transporte de materiales de construcción.

El acceso al servicio es de preferencia por teléfono y La frecuencia de uso es semanal y diaria

1.11.3. Conocer los precios.

Para los usuarios del servicio de transporte en camionetas, el precio es caro y la inversión de la mayoría es de unos sesenta dólares mensuales. La carrera corta cuesta 3 dólares y la carrera larga 5 dólares.

Se considera un amplio apoyo a la creación de la empresa de transporte en camionetas

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Ing. Edgar Monteros: 2008, Manual de gestión Micro empresarial. Ecuador, dice: *“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:*

- Si el negocio que se propone será bueno o malo y que cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye a la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente”. Pág. 10

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones solo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñara correctamente y que producirá ganancias. Factibilidad es el grado en que, lograr algo es posible, o que tiene las posibilidades de lograrse.

2.1.1. Objetivos de un Estudio de Factibilidad

Para Edgar Monteros: 2008 “El estudio de factibilidad tiene varios objetivos y se deben analizar cada uno de ellos e ir ajustando a las características del proyecto”.

2.2. LA EMPRESA

2.2.1. Definición

ZAPATA, Pedro; (2002), Pág. 13. Afirma: *“Es la Organización de un negocio destinado a ofrecer bienes y servicios de buena calidad y a precios razonables a los consumidores”*.

La empresa como una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados para el efecto, la empresa de transporte en camioneta, es la unidad económica encargada de combinar los factores o recursos productivos, trabajo, capital y recursos naturales, para producir servicios de movilización de personas, encomiendas y carga que atienda las necesidades del mercado.

2.2.2. Elementos de la Empresa

Se consideran elementos de la empresa todos aquellos factores, tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento.

Los principales elementos de la empresa son los siguientes:

A) El empresario: Es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar y dirigir tomando las decisiones necesarias para la buena marcha de la empresa.

B) Los trabajadores: Es el conjunto de personas que rinden su trabajo en la empresa, por lo cual perciben unos salarios.

C) La tecnología: Está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para poder fabricar (técnicas, procesos, máquinas, ordenadores, etc.).

D) Los proveedores: Son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., necesarias para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad.

E) Los clientes: Constituyen el conjunto de personas o empresas que demandan los bienes producidos o los servicios prestados por la empresa.

F) La competencia: Son las empresas que producen los mismos bienes o prestan los mismos servicios y con las cuales se ha de luchar por atraer a los clientes.

G) Los organismos públicos: Tanto el Estado central como los Organismos Autónomos y gobiernos locales condicionan la actividad de la empresa a través de normativas laborales, fiscales, sociales, etc.

2.2.3. Fines y objetivos de las Empresas

2.2.3.1. Fines de las Empresas

www.mografias.com/trabajos:

“Los propietarios y accionistas desde el momento en que deciden invertir en una determinada empresa están asumiendo un riesgo, lo cual implica que serán “premiados” con los beneficios que se produzcan, o bien, si la empresa tiene pérdidas, perderían el capital que aportaron”.

2.2.3.2. Objetivos de la empresa

Según Galindo Munch, "Fundamentos de Administración", TRILLAS, México, D.F., 2004: *“La empresa al actuar dentro de un marco social e*

influir directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón u objetivos deseables que le permita satisfacer las necesidades del medio en que actúa”,

En consecuencia, para alcanzar sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los factores que emplea en la producción, tales como materias primas, maquinaria y equipo, mano de obra, capital, etc... Dado un objetivo u objetivos prioritarios hay que definir la forma de alcanzarlos y adecuar los medios disponibles al resultado deseado.

2.2.4. Recursos de la Empresa

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son:

Recursos Materiales:

Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

Instalaciones:

Edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc. (empresa)

Materia prima:

Materias auxiliares que forman parte del producto, productos en procesos, productos terminados, etc. (producto)

Recursos Técnicos:

Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, Pueden ser:

Sistemas: de producto, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.

Fórmulas: patentes, marcar, etc.

Recursos humanos

Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Los Recursos Humanos poseen:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos
- Experiencias, conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

Recursos Financieros

Son los monetarios, propios y ajenos, con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo.

En consecuencia, la Empresa de Servicios de Transporte de Camionetas, es la unidad de producción económica, integrada por diversos elementos personales y materiales coordinados, todas las empresas necesitan la colaboración de personas que aportan sus ideas y trabajo personal, mediante el cual trata de conseguir un beneficio que económico que remunere los esfuerzos personales realizados y al riesgo que tiene la inversión.

2.2.5. TIPO DE EMPRESA

La clasificación de las empresas se realiza bajo los siguientes criterios:

a) Según su naturaleza:

Las empresas se clasifican en Industriales, Comerciales y de Servicios.

- ★ **Industriales:** aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.

- ★ **Comerciales:** aquellas que se dedican a la compra y venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.

- ★ **Servicios:** aquellas que se dedican a la generación y venta de productos intangibles destinados a satisfacer necesidades complementarias de seguridad, protección, desarrollo, tecnificación, mantenimiento, custodia de valores, etc.

b) Según el sector al cual pertenecen:

Según el sector al cual pertenecen, las empresas se clasifican en públicas, privadas y mixtas.

- **Públicas:** aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado)

- **Privadas:** aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas)

- **Mixtas:** aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al privado (personas jurídicas)

c) Según la integración del capital:

Según la integración del capital, las empresas se clasifican en unipersonales y sociedades o compañías.

- **Unipersonales:** aquellas en las cuales el capital se conforma con el aporte de una sola persona.

- Sociedades o compañías: aquellas en las cuales el capital (propiedad) se conforma mediante el aporte de varias personas naturales o jurídicas. A la vez se subdividen en:
- Sociedad de personas: en comandita simple y nombre colectivo
- Sociedad de capital: sociedad anónima, economía mixta, compañía limitada y en comandita por acciones.

2.2.6.1. Empresas de Servicios

www.promonegocios.net se encuentra que:

"Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes".

En www.economiaynegocios2008.com se encuentra que: *"Son todas aquellas que realizan una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios con fines de lucro."*

Así podemos decir que es una empresa que presta servicios de transporte de camioneta al sector económicamente activo con el fin de recuperar recursos que la empresa invierte y debe recuperarlos.

Es una empresa de Servicios, ya que su actividad estará orientada a la prestación de servicios de transporte de camionetas que dispondrá

para alquiler. Además es una empresa Privada, ya que estará constituida por el aporte de la persona que integrara la empresa, que proporcionarán el capital para su creación.

2.2.6.2. Ubicación de la Empresa

En www.proyectosfindecarrera.com se encuentra que: *“La decisión del lugar óptimo para situar una empresa es muy compleja, ya que mediante su correcta ubicación los costes se reducirían y se facilita el acceso a las instalaciones, con el fin de aumentar el volumen del negocio”*.

La ubicación para instalar la empresa es una tarea difícil, antes de hacerlo es necesario analizar cada uno de los pros y contras de esta decisión, para resolverlas se debe tener presente lo siguiente:

La empresa debe estar instalada en un lugar apropiado y Visible, con instalaciones adecuada para poder dar un Excelente servicio.

2.2.6.3. Nombre o Razón Social

En www.definicion.com se encuentra que:

“La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima. Es por lo tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal”.

2.2.6.4. Titularidad de Propiedad de la Empresa.

En www.answers.questions.yahoo.com se encuentra que:

“El representante legal es un administrador único o el Presidente del Consejo de Administración quien puede delegar facultades, en las personas de índole mercantil que son la que realizan actividades

empresariales y normalmente son sociedades Anónimas. La representación de toda sociedad mercantil corresponderá a su administrador o administradores, quienes podrán realizar todas las operaciones inherentes al objeto de la sociedad, salvo lo que expresamente establezca la ley y el contrato social”.

2.2.6.5. Tamaño de la Empresa.

En www.mailxmail.com se encuentra que:

“Según el criterio que se siga, así será la escala de medida para establecer si la empresa es grande, mediana o pequeña, si bien tampoco existe dentro de cada criterio una medida fija y universal aceptada por todos para establecer la clasificación. En relación con el número de trabajadores, se acostumbra a admitir que una empresa es pequeña cuando tiene menos de cincuenta trabajadores, mediana si tiene entre cincuenta y doscientos cincuenta, y grande si tiene más de doscientos cincuenta”.

El tamaño de la empresa de transporte para la prestación de servicio” es una variable esencial para conocer el poder que tiene frente a terceros, como pueden ser: fabricantes, proveedores, otros minoristas, distribuidores minoristas, mayoristas y consumidores).

Varias pueden ser las variables que nos indiquen el tamaño de la empresa así podemos clasificarlas de la siguiente forma:

2.3. LA ORGANIZACIÓN

Vásquez R. Víctor Hugo (2002) Pág. 5 dice:

“Es una técnica que actúa como mecanismo de control de los procedimientos administrativos, está íntimamente relacionada con la administración en el planteamiento de políticas generales de planificación, en el estudio de diagnóstico de las organizaciones y en

recomendar las soluciones más viables que permitan alcanzar los objetivos institucionales y obviamente solucionar sus problemas. Conjunto de técnicas que tienen la finalidad de estudiar la estructura y operación de la empresa a fin de facilitar el alcance de sus objetivos”.

La organización en “EMPRESA DE TRASPORTE DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CAMIONETAS” es muy importante, ya que es necesario partir del proceso de ordenar su estructura y coordinar los métodos gerenciales y empleo de los recursos para alcanzar las metas propuestas.

Cualquier empresa tiene organizados sus recursos de una determinada manera; el problema consiste en saber si esa organización es la más eficiente, es decir, la que nos lleva a alcanzar los objetivos propuestos con el mínimo coste posible, ya que una buena organización, adecuada a la empresa, es capaz de multiplicar varias veces la capacidad productiva

2.3.1. Filosofía de la empresa

En www.microsoftencarta.com 2009, se encuentra que: *“Las bases filosóficas para una empresa son el conjunto de conceptos y métodos que conforman una técnica y una sensibilidad conceptual muy determinada”.*

2.3.1.1. Misión

Vásquez Víctor Hugo (2002) Pag.114 dice: *“Misión es normar, conducir, coordinar las actividades estadísticas de una empresa”.*

La misión es la razón de existir de una persona, equipo o empresa, con lo que le permite lograr rentabilidad. La misión es el propósito central para el que se creará “Caminterstrans”. No debe confundirse la Misión con el "Lema" de la empresa. Un lema puede enunciar un principio, mas no proyecta la misión.

2.7.2.2. Visión

HILL, Charles/ Garth, Jones (2005) Pág. 12 dice: *“es una declaración formal de lo que la empresa intenta lograr en el mediano a largo plazo. Su objetivo es proporcionar una plataforma para pensar en forma estratégica”*

La Visión es una imagen del futuro deseado que se busca crear con esfuerzo y dedicación. Es la brújula que guiará a “EMPRESA DE TRASPORTE DE CAMIONETAS”, a su líder y colaboradores. Será aquello que permitirá que todas las cosas que se haga, tengan sentido y coherencia. La visión de toda empresa estará siempre basada en la organización que se convertirá en el FUTURO de todo negocio.

2.7.2.3. Objetivos Estratégicos

Hitt Black Portero, (2006) Pág. 199 manifiesta: *“Los objetivos estratégicos traducen la intención estratégica y la misión de la empresa en metas concretas y susceptibles de medirse...”*

Para que una la “EMPRESA DE TRASPORTE DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CAMIONETAS” sea exitosa, la líder, gerente o presidente deberá dirigir a su gente para que hagan las cosas correctamente.

Por lo tanto, formular la estrategia empresarial, y luego implementarla, es un proceso dinámico, complejo, continuo e integrado, que requiere de mucha evaluación y constancia de todo el equipo que lo conforma.

Los objetivos estratégicos se harán con un alcance de cinco años y mínimo de tres. Los objetivos organizacionales tienen la duración de un año. Los primeros objetivos son de responsabilidad de alta dirección quien estará encargada de señalar la línea de acción de la empresa hacia el futuro. Es responsable también de cambiar esta dirección, antes de que la empresa se vaya al fracaso en el mercado.

Los objetivos estratégicos sirven para definir el futuro de la empresa, en el que esta la empresa de transporte de camionetas, mientras que los

objetivos organizacionales se refieren a cómo hacer productiva la empresa en el término de un año.

Después de haber diseñado los objetivos estratégicos y definido los recursos para lograrlos, la dirección deberá colocar en cada área clave a los ejecutivos capaces de obtener resultados, aquellos que sabrán dirigir y motivar al personal.

2.7.2.4. Estrategia Empresarial

Hill Charles / Jones, Gareth (1996) Pág. 5 dicen: *“Es la determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo en una empresa, junto con la adopción de cursos de acción y la distribución de recursos necesarios para lograr estos propósitos”.*

Los planes estratégicos están inmersos en “LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS” y están ligados a la toma de decisiones operativas. Administrar estratégicamente implica guiar todos los pasos, y en función de ella se adecuen todos los procesos administrativos.

Teniendo esto presente podríamos conceptualizar estrategia como: la forma o el camino que la empresa sigue para adaptarse al contexto y lograr sus objetivos, determinando metas básicas a largo plazo, para llegar a su esencia.

2.7.2.5. Principios y Valores

En www.wikipedia.com se encuentra que:

“Los principios son reglas o normas de conducta que orientan la acción. Se trata de normas de carácter general, máximamente universales, como, por ejemplo: amar al prójimo, no mentir, respetar la vida, etc. Los principios morales también se llaman máximas o preceptos”.

Los principios son fórmulas definitivas que serán creadas para proporcionar las directrices que rijan el funcionamiento de la empresa. Los valores son la filosofía de trabajo vinculada con una filosofía de vida, para

lograr trabajar con eficiencia y seguridad. Un principio debe ir siempre enlazado con un valor.

2.7.2.6. Cultura Organizacional

Hitt Black Porter (2006) Pág. 116, dicen:

“La cultura es trascendental, porque es un condicionante significativo de la conducta. Por lo tanto, entender la cultura sería útil para saber por qué los seres humanos se comportan como lo hacen y para ayudar a cumplir metas, así como para lograr los objetivos estratégicos de cualquier organización”

Se debe indicar que todas las estructuras conformadas por humanos tienen su cultura; desde este punto de vista, las culturas no se crean, existen.

Las culturas se crean porque se van originando día a día, con las acciones de todos, dirigente y dirigido. “empresa de transporte de camionetas tendrá su propia cultura y es el recurso humano el que generará la cultura a nivel organizacional, con la permanente interacción entre líderes y colaboradores y actores externos: proveedores y clientes, influenciados por las políticas de la empresa y la cultura del macro-entorno.

2.3.1.7. Ambiente Organizacional

Chiavenato Idalberto (2000) Pág.178, dice:

“Toda organización opera junto con otras organizaciones en el ambiente, del cual recibe informaciones y datos para la toma de decisiones (...), en tanto que pone en este ambiente los resultados provenientes de sus operaciones”.

El ambiente en la empresa de transporte es todo aquello que la rodea a nivel externo. La organización al mantener transacciones e intercambio

con su ambiente, permite que todo lo que ocurre externamente en el ambiente, influya internamente en lo que sucede en la organización.

El ambiente de tarea es el más próximo e inmediato de la organización. Es el segmento del ambiente general, el cual es donde se desarrollan las operaciones de la organización. Está constituido por: Proveedores de vehículos y repuestos, Clientes o Usuarios, Competidores y Entidades Reguladora

2.3.1.8. Organigrama estructural

Chiavenato Idalberto (2000), Pág. 56, define:

"Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas, en las que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen".

El organigrama de "LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS" representará gráficamente la estructura formal de la organización, y mostrará las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad, existente dentro de ella.

Los organigramas son útiles instrumentos de organización, puesto que proporcionan una imagen formal de la organización, facilitando el conocimiento de la misma y constituyendo una fuente de consulta oficial, que permita conocer las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa en cada departamento o sección.

2.4 FUNDAMENTOS LEGALES

2.4.1. Ley De Tránsito y Transporte Terrestre.

La Ley de Tránsito y Transporte Terrestre tiene por objeto la organización, la planificación, la reglamentación y el control del tránsito y el transporte

terrestre, el uso de vehículos a motor, de tracción humana, mecánica o animal, de la circulación peatonal y la conducción de semovientes; el control y la prevención de los accidentes, la contaminación ambiental y el ruido producido por vehículos a motor; y, la tipificación y Juzgamiento de las infracciones de tránsito. Es importante analizar esta ley para conocer los aspectos significativos que se deberá tomar en cuenta para dicha empresa de alquiler de vehículos.

2.4.2. Salario

Para la empresa de transporte de prestación de servicio de camionetas, el salario a pagar será al gerente, contadora, secretaria se pagara de acuerdo al Código de Trabajo

2.5. FUNCIONES DE LA ORGANIZACIÓN

La organización al desempeñar la función de servicios debe proteger a sus miembros. Entre sus principales actividades destaca la vigilancia e influencia sobre aquellos factores que afectan al comercio, como la legislación, los aranceles, leyes laborales, así como la calidad del servicio, los métodos de venta o el control del servicio.

La organización también se encarga de mantener informados a los miembros sobre los nuevos procesos, las nuevas invenciones y las condiciones del mercado.

Otro tipo de funciones son la contratación de seguros, la financiación de escuelas de comercio y el establecimiento de agencias.

2.5.1. Selección de Personal

Chiavenato Adalberto (2000) Pág. 238, dice:

“la selección es una actividad de comparación o confrontación, elección, de opción y decisión, de filtro de entrada, de clasificación y por consiguiente restrictiva... el objetivo básico de la selección es escoger y

clasificar los candidatos más adecuados a las necesidades de la organización”.

Para encontrar la persona ideal la administradora deberá primero determinar la necesidad de Recursos Humanos, cada área de la empresa, determina la necesidad de contratar una persona, de acuerdo a la cantidad de trabajo, nuevos procesos, nuevos proyectos, nuevos mercados y necesidades de nuevos conocimientos en determinadas áreas. Luego es necesario documentar el cargo revisando las características y condiciones del cargo requerido y validando el perfil funcional y de competencias o conocimientos del mismo, si no existe se debe realizar de inmediato.

2.5.2. Descripción de Cargos

Chiavenato, Adalberto, (2002).Pág. 165 define:

“El cargo es la descripción de todas las actividades desempeñadas por una persona (el ocupante), englobadas en un todo unificado, el cual ocupa cierta posición formal en el organigrama de la empresa. Desde otra perspectiva. El cargo es una unidad de la organización y consta de un conjunto de deberes y responsabilidades que lo separan y distinguen de los demás cargos. A través de los cargos, la empresa asigna y utiliza los recursos humanos para alcanzar objetivos organizacionales, ayudada por determinadas estrategias. Así mismo, los cargos permiten a las personas ejecutar tareas en la organización para conseguir determinados objetivos individuales. En suma los cargos representan la intersección entre la organización y las personas que trabajan en ella”.

La descripción de cargos es el análisis de los puestos de trabajo, nace y se desarrolla en el ámbito de la teoría y de las técnicas de la Organización Científica del Trabajo.

El análisis de los puestos de trabajo en “de transporte de camionetas” deberá realizarse de manera objetiva, en la medida en que no se debe

tomar en consideración a la persona que ocupará el puesto de trabajo, sino al puesto en sí.

El puesto de trabajo es el principal nexo de unión entre los empleados y la organización. Efectivamente, este vínculo permite a los trabajadores realizar aportaciones para la organización, y les permite recibir las recompensas de la misma.

2.5.3. Descripción de Funciones

Vásquez Víctor Hugo, (2002) Pág. 72, dice: *“Función.- Conjunto de tareas, realizadas por una persona, que forman un área definida de trabajo. Suelen mantener entre sí una relación de proximidad física o técnica”*.

2.5.4. Evaluación de Desempeño

Chiavenato Idalberto (2002) .Pág. 198, define:

“La evaluación del desempeño es una apreciación sistemática del desempeño de cada persona, en función de las actividades que cumple, de las metas y resultados que debe alcanzar y de su potencial de desarrollo es un proceso que sirve para juzgar o estimar el valor, la excelencia y las cualidades de una persona y, sobre todo, su contribución al negocio de la organización”

En la evaluación de desempeño el gerente examinará el rendimiento laboral de un todos los socios y compartirá con éste el análisis de los resultados obtenidos. Uno de los pasos más importantes, es la retroalimentación de información a los socios.

Aunque muchas veces la evaluación constituye motivo de tensión tanto para el presidente como para el gerente y socios, será necesario realizarla periódicamente para mantenerse el buen servicio.

2.6. Plan de Mercadeo

2.6.1. Estudio de Investigación de Mercado.

En www.monografias.com se encuentra que:

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo”.

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permitirá y facilitará la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas, lo cual permitirá obtener como resultado la aceptación o no y las complicaciones del servicio de alquiler de vehículos dentro del mercado.

2.6.1.1. Antecedentes del estudio de mercado

Jácome Walter (2005). Pág. 99, dice:

“El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto”.

El estudio de mercado surge como un problema del marketing, que no podemos resolver por medio de otro método. El realizar un estudio de éste tipo resulta caro y complejo, ya que se requiere de tiempo y dedicación por parte de la autora.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de un problema de marketing, se utilizará una herramienta de auxilio, como es un estudio de mercado, que contribuirá a disminuir el

riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permitirá conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado constituye un apoyo para la autora, no obstante, éste únicamente es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible.

2.6.1.2. Ámbito de Aplicación del Estudio de Mercado

En www.articulosinformativos.com se encuentra que:

“El estudio del mercado es una forma de que los propietarios de negocios obtienen más información sobre sus clientes, y al hacerlo, están en mejores condiciones de comprender lo que se necesita para hacerlos comprar. Por lo tanto, por una empresa para aumentar su potencial con ánimo de lucro, sólo tiene sentido hacer la investigación que, literalmente, les dicen cómo hacerlo”.

Con el estudio de mercado se trata de lograr objetivos en cuatro campos diferentes como son:

A. El consumidor

- a) Sus motivaciones de consumo.
- b) Sus hábitos de consumo.
- c) Sus opiniones sobre el servicio y el de la competencia.
- d) Su aceptación de precio, preferencias.

B. El servicio

- a) Estudios sobre la frecuencia de necesidad del servicio.
- b) Test sobre su aceptación.
- c) Test comparativo con la competencia.

C. El mercado

- a) Estudios sobre cobertura del servicio.
- b) Aceptación y opinión del servicio.
- c) Estudios sobre puntos de distribución.
- d) La publicidad.
- e) Test de anuncios y campañas.
- f) Estudios sobre campañas para definir actitudes del cliente.
- g) Estudios sobre eficacia publicitaria, entre otros.

2.7. Ingeniería del Proyecto

2.7.1. Ubicación de la Planta.

Para seleccionar el lugar adecuado de la localización de la Planta productora de servicio de transporte de camionetas, se establece criterios de calificación para cada alternativa, en base a: Infraestructura, Servicios básicos, facilidad de acceso, Disponibilidad de Parqueadero, Cercanía a clientes, Acceso al mercado, Precio de arriendo, entre otros.

2.7.2. Instalaciones y Equipos

Zapata Pedro (2008), Pág. 192, dice: “Las empresas invierten cantidades importantes de dinero en bienes y derechos que reportan beneficios durante varios años, a éstos se les conoce como activos fijos o propiedad, planta y equipo”.

Constituye todo lo necesario para adecuar la infraestructura de “la empresa de transporte de camionetas”, como son los enseres, equipos, maquinaria y servicios que en la empresa se utilizará; como equipos de oficina, de limpieza, equipo técnico, los conductos de agua, aparatos para la luz, entre otros.

2.7.3. Capacidad Instalada

En www.eco-finanzas.com se encuentra que:

“Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad. Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado”.

2.7.3. Recursos Necesarios

Reinoso Víctor (1986). Pág. 289, dice: *“Por recursos debemos entender todos aquellos elementos que se requieren para llevar a cabo la acción en la planeación de empresas (...), los recursos se clasifican en: financieros, humanos, materiales y técnicos”.*

Se necesitará recursos financieros como el capital que se invertirá para la adquisición de vehículos, equipos, muebles, enseres, edificio, terreno y demás, éstos a su vez son los recursos materiales, los cuales junto con los recursos tecnológicos como equipos informáticos y maquinarias especializadas, serán manejados por el talento humano, quien constituye el principal recurso de la empresa.

2.8. Evaluación Financiera

2.8.1. Presupuesto de Inversión

El presupuesto debe considerarse una parte importante en el proceso administrativo de planear, organizar, ejecutar y controlar o, más específicamente, como parte de un sistema total de administración que incluye la formulación y puesta en práctica de estrategias de captación de nuevos clientes, sistemas de planeación, sistemas presupuestales, organización de actividades, sistemas de mercadotecnia, sistemas de información y control.

Con base en lo anterior, el presupuesto puede definirse como la presentación ordenada de los resultados previstos de un plan, un proyecto o una estrategia, es decir en la empresa es necesario que se presupueste gastos y también la fuente con la que éstos serán cubiertos, debido a que los presupuestos están orientados hacia el futuro y no hacia el pasado, aunque muchas veces se puede utilizar datos históricos para realizar proyecciones, que en este caso no sería posible por ser una empresa nueva.

Además el Presupuesto es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones que dependerán de la forma en que cada miembro de “cal” opere.

2.8.1.1. Activos Fijos

Bravo Mercedes, FORMACIÓN DE MICROEMPRESA (2003).Pág.79, manifiesta: *“El activo fijo está constituido por los bienes y derechos de larga duración que son utilizados en la operación de un negocio o empresa y por lo tanto no están destinados para la venta”*.

Los activos fijos son los bienes que “empresa de transporte de camionetas” utilizará de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un determinado bien.

Es importante aclarar que la clasificación de un bien como activo fijo no es única y que depende del tipo de negocio de la empresa; por ejemplo en la empresa en mención, un vehículo destinado para el alquiler no constituye un activo fijo, sino parte de los inventarios, debido a que es el medio por

el cual presta el servicio de alquiler, es decir algunos bienes pueden ser considerados como activos fijos en una empresa y como inventarios en otra.

2.8.1.2. Activos Tangibles

Zapata, Pedro (2008). Pág. 193, dice: *“Los activos tangibles se pueden ver, medir y tocar. Por su naturaleza se pueden agrupar en: Depreciables, No depreciables y Agotables”*

Los activos tangibles son todos aquellos de naturaleza material, que pueden ser tocados, percibidos por los sentidos, como por ejemplo la maquinaria necesaria para el mantenimiento de los vehículos de alquiler, el mobiliario, el terreno, el edificio de la empresa.

Los activos tangibles se caracterizan por ser fácilmente identificables y catalogables; su propia naturaleza les impide contribuir plenamente a la creación y sostenibilidad de la ventaja competitiva.

Los activos tangibles se configuran como condiciones necesarias, aunque no suficientes, para conseguir el éxito competitivo, y por consiguiente la empresa no debe abandonar en ningún momento su atención.

2.8.1.3. Capital de Trabajo.

En www.wikipedia.com se encuentra que:

“El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula como el excedente de activos de corto plazo sobre pasivos de corto plazo”.

El capital de trabajo es la inversión que realiza la empresa en activos a corto plazo. El capital de trabajo neto se define como los activos circulantes menos los pasivos circulantes; estos últimos incluyen los préstamos bancarios necesarios para la puesta en marcha del negocio, salarios e impuestos acumulados.

La administración del capital de trabajo, es importante ya que los activos circulantes de la empresa representan más de la mitad de sus activos totales. Para que la empresa opere con eficiencia será necesario supervisar y controlar con cuidado las cuentas por cobrar y los inventarios.

La administración de capital de trabajo abarca todos los aspectos del capital, el trabajo requiere una comprensión de las interrelaciones entre los activos circulantes y los pasivos circulantes, y entre el capital de trabajo, el capital y las inversiones a largo plazo.

2.8.2. Estados Financieros

Zapata Pedro (2008). Pág. 59, dice:

“Los estados financieros son informes que se elaboran al finalizar un período contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Tanto la administración de las empresas como el público en general están interesados en conocer las fortalezas y debilidades financieras de la entidad en conjunto, o sobre una sección del negocio en particular.

Los principales estados financieros tienen como objetivo informar sobre la situación financiera de la empresa en una fecha determinada, sobre los resultados de sus operaciones y el flujo del efectivo.

2.8.2.1. Balance de Situación Financiera

Zapata, Pedro (2008). (Pág. 62, dice: *“es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado”*)

En el Balance de Situación Financiera se presentará, en los Activos los elementos patrimoniales de “empresa de transporte de camionetas” y en los Pasivos el origen financiero de los mismos. Es aquel que está compuesto por los valores del presupuesto de inversiones, como capital de trabajo, capital en inversiones fijas y capital en inversiones diferidas, considerados los activos necesarios del negocio para el desarrollo de sus actividades y por el aporte de los principales socios en el patrimonio. Esta información permitirá realizar un análisis comparativo en períodos posteriores.

2.8.3. Presupuesto de Ventas

En www.wikilearning.com se encuentra que: *“Son estimados que tienen como prioridad determinar el nivel de ventas real y proyectado de una empresa, para determinar límite de tiempo”*.

Un presupuesto de ventas es la representación de una estimación programada de las ventas, es decir de lo que la empresa tenga programado percibir por concepto del alquiler de camionetas, el cual es expresado en términos cuantitativos y es realizado por la organización.

El presupuesto de ventas es el primer paso para realizar un presupuesto maestro, que es el presupuesto que contiene toda la planificación.

Si el plan de ventas no es realista y los pronósticos no han sido preparados cuidadosamente y con exactitud, los pasos siguientes en el proceso presupuestal no serán confiables, ya que el presupuesto de ventas suministra los datos para elaborar los presupuestos de producción, de compra, de gastos de ventas y de gastos administrativos de la entidad.

2.8.3.1. Costos de Ventas

Bravo Mercedes (2007). Pág. 121, manifiesta: *“En esta cuenta se registra el movimiento de los artículos terminados y vendidos en el período”*

El costo de venta es el costo en que se incurre para prestar el servicio de alquiler de un determinado vehículo.

Determinar el costo de venta, en principio es algo muy sencillo, pues todo lo que se debe hacer es restar al valor de alquiler, el valor que se invirtió en el producto vendido, de acuerdo a una proporción de acuerdo a cada período de alquiler, tipo de vehículo, entre otros.

2.8.3.2. El Precio de Venta

En www.econlink.com.ar se encuentra que:

“Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio”.

El precio de venta está compuesto por el costo de venta del servicio, más el porcentaje de utilidad deseado por el vendedor. Se puede observar la importancia que tiene el costo de ventas, pues de él depende en buena

parte el porcentaje de utilidad, puesto que no siempre se puede tener control absoluto sobre el precio de venta, ya que se debe observar las condiciones del mercado en el que se ofertará el servicio de alquiler.

2.8.3.3. Gastos Administrativos

Chiliquinga Manuel (2007). Pág. 9, define: *“Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa”*.

Los gastos de administración son los que ella genera. Son gastos externos al campo, aunque físicamente puedan realizarse dentro del establecimiento. Estos pueden cambiar total o parcialmente en caso de que se cambie el administrador de la entidad.

2.8.3.4. Gastos de Ventas

Chiliquinga Manuel (2007), Pág. 9, manifiesta: *“Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas”*

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los vehículos disponibles para el alquiler, la promoción de los mismos y los gastos que se incurre al realizar dicho alquiler. También incluyen comisiones por nuevos clientes, costos de catálogos muestrarios, propaganda, y demás gastos del área.

2.8.4. Estados de Resultados

Zapata, Pedro (2008). Pág. 61, dice:

“El Estado de Resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período determinado”

El Estado de Resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es aquel que suministra información de las causas que generarán el resultado del período, sea bien un resultado de utilidad o pérdida. Las partidas que lo conforman, suelen clasificarse en resultados ordinarios y extraordinarios, de modo de informar a los usuarios de Estados Contables la capacidad del ente emisor de generar utilidades en forma regular o no.

El estado de resultados incluye en primer lugar el total de ingresos provenientes de la actividad principal, en este caso el alquiler de camionetas y el costo incurrido para ello.

La diferencia entre ambas cifras indica el resultado bruto o margen bruto sobre ventas que constituye un indicador clásico de la información contable. Habitualmente se calcula el resultado bruto como porcentaje de las ventas, lo que indica el margen de rentabilidad bruta con que operó la compañía.

2.8.5. flujo de Efectivo o Flujo de Caja

Jácome Walter (2005). Pág. 74, dice:

“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”.

El Estado de Flujo del Efectivo es aquel que muestra los cambios que se presenten en la situación financiera a través del efectivo y equivalente de efectivo de la empresa de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y de conformidad con las Normas de Contabilidad

Además la información en el expuesta, ofrecerá a la autora la posibilidad de conocer y resumir los resultados de las actividades financieras de la empresa en un período determinado y poder deducir las razones de los

cambios en su situación financiera, de esta forma se brindará una ayuda a la gerencia para la administración del efectivo, el control del capital y la utilización eficiente de los recursos en el futuro y además se podrá detectar el monto y duración de los faltantes o sobrantes de efectivo.

2.8.6. Balance General Proyectado

En www.monografias.com se encuentra que:

“El balance general proyectado es un estado que suministra información interna y externa sobre el valor probable del patrimonio y sus variaciones a una cierta fecha futura, en base a los planes previstos en los programas. Las cuentas del balance general son el saldo de diversas cuentas contables "t", las mismas que han sufrido variación desde la última emisión del balance”.

El balance general presupuestado o proyectado, tiene su origen en los flujos financieros de operación (Estado de resultados y Flujo de caja), siendo estos los que determinan el valor de cada una de las cuentas del balance para cada período que se haya previsto. Al ser un proyecto nuevo se debe tener en cuenta que puede ser una suma de efectivo para hacer las erogaciones que requiere el proyecto, o una serie de aportes en bienes y servicios que se deben cuantificar.

El Balance General presupuestado recoge el saldo del flujo de efectivo, al igual que ingresos causados y no recibidos, los gastos causados y no pagados y se disminuye con los ingresos recaudados o los gastos aplicados al ejercicio económico.

2.8.7. Indicadores Financieros

Arboleda, Germán (1998). Pág. 306), dice:

“En los análisis financieros lo común es considerar varias razones o relaciones bien conocidas, las cuales se obtienen a partir de datos del

balance proyectado, del estado de pérdidas y ganancias y del cuadro de fuentes y usos de fondos de efectivo”.

Un indicador financiero es una relación de las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formarse una idea como acerca del comportamiento de la empresa; se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda la organización o uno de sus departamentos, cuya magnitud al ser comparada con un nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual la autora deberá tomar acciones correctivas o preventivas según el caso.

La interpretación de los resultados que arrojan los indicadores económicos y financieros está en función directa a las actividades, organización y controles internos de la Empresa como también a los períodos cambiantes causados por los diversos agentes internos y externos que las afectan.

2.8.8. Evaluación Financiera

Jácome Walter (2005). (Pág. 161, manifiesta: *“Es una evaluación privada o de empresa cuando se busca el lucro o rentabilidad de agentes particulares, es decir la empresa”.*

La base principal para la toma de decisiones sobre la implementación de un negocio es la evaluación financiera. Esta evaluación debe ser realizada una vez culminados todos los pasos mencionados anteriormente.

Existen una infinidad de indicadores que permiten realizar la evaluación financiera de un proyecto. Los principales son los siguientes:

Este método de análisis muy simple que consiste en tomar las cuentas del balance general en donde el total del activo es el 100% y, el pasivo y capital es también el 100%. Las cuentas se comparan con el 100% que

corresponden al total del activo o pasivo del capital y se calcula los porcentajes respectivos. Este método de análisis no proporciona mayor información ya que no se dispone de datos comparativos. Pero si se realiza el análisis con varios períodos sucesivos, luego de la puesta en marcha del negocio se podrá comparar y sacar conclusiones en base a la tendencia de cada una de las cuentas.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

La respuesta a la economía social de mercado se basa en el impulso a toda clase de empresas, en Alemania, Japón y Corea el 90% de las empresas son pequeñas o medianas de alta competitividad, que se basan en proyectos viables de producción de bienes y servicios integrales, como alternativas, que ayudan a maximizar el patrimonio como objetivo a largo plazo

Las microempresas de transporte en camionetas se caracterizan, por ser creadoras de sus propias unidades productivas, por lo que, constituye una respuesta a la falta de empleo. El mérito está en el esfuerzo y sacrificio para enfrentar los desafíos del entorno para alcanzar independencia económica de los asociados.

El presente estudio de mercado, tiene el propósito de determinar la demanda insatisfecha; en base al historial y las proyecciones de la oferta y demanda, en el servicio. Para determinar y la factibilidad de la creación de la empresa de transporte en camionetas en la ciudad de Ibarra.

Para el efecto, se realizó el análisis de mercado con información documental y primaria; entre las cuales el número de organizaciones competidoras, el tipo de vehículo, las formas de comercialización y precios. Asimismo, las necesidades de los usuarios, la frecuencia de utilización, los gastos por el servicio y las facilidades de acceso, entre otras

3.2. Demografía de la provincia de Imbabura

En la actualidad la población de la provincia se estima en 344044 habitantes. De los cuales 167818 son hombres y 176226 mujeres”

La distribución de la población en sus seis cantones corresponde, ligeramente, a una mayoría rural, como se describe a continuación:

Cuadro N° 17

Distribución de la población

CANTONES	P O B L A C I Ó N						IM (H/M)*100	Cantón/Prov. %
	TOTAL	TCA %	HOMBRES	%	MUJERES	%		
TOTAL PROVINCIA	344.044	2,4	167.818	48,8	176.226	51,2	95,2	100,0
IBARRA	153.256	2,3	74.469	48,6	78.787	51,4	94,5	44,5
ANTONIO ANTE	36.053	2,5	17.473	48,5	18.580	51,5	94,0	10,5
COTACACHI	37.215	1,0	18.773	50,4	18.442	49,6	101,8	10,8
OTAVALO	90.188	4,3	43.368	48,1	46.820	51,9	92,8	26,2
PIMAMPIRO	12.951	-1,6	6.404	50,1	6.457	49,9	100,6	3,8
SN. M. DE URCUQUI	14.381	0,4	7.241	50,4	7.140	49,6	101,4	4,2

Inec: censo 2001
Elaborado por. Autores

3.2.1. Población Económicamente Activa

Según el INEC, Ibarra es una ciudad comercial y turística, con una población residente aproximada de 153.256 habitantes, de los cuales aproximadamente 54.596 corresponden a la población económicamente activa distribuidos en el sector público y privado; a la que va dirigido el presente estudio de mercado.

3.2.2. Distribución de la PEA

Cuadro N° 18

DISTRIBUCIÓN POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

PROVINCIA DE IMBABURA							
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS DE EDAD, POR SECTORES ECONÓMICOS, SEGÚN CANTONES. Censo 2001							
CANTONES	TOTAL		SECTOR PRIMARIO	SECTOR SECUNDARIO	SECTOR TERCIARIO	NO ESPECIFIC.	TRABAJADOR NUEVO
	NÚMERO	%					
PROVINCIA	132.200	100,0	34.661	32.182	55.093	9.675	589
IBARRA	60.082	45,4	10.096	12.876	31.624	5.171	315
ANTONIO ANTE	14.313	10,8	2.852	5.030	5.174	1.193	64
COTACACHI	13.374	10,1	3.808	2.623	3.266	638	39
OTAVALO	33.730	25,5	7.762	10.805	12.816	2.207	140
PIMAMPIRO	5.341	4,0	3.467	388	1.211	266	9
SN. M. DE URCUQUI	5.360	4,1	3.676	460	1.002	200	22
PORCENTAJE POR SECTORES ECONÓMICOS DEL TOTAL PROVINCIAL	100,0		26,2	24,3	41,7	7,3	0,4

FUENTE: Inec: censo 2001

Elaborado por: Autores

3.3. ESTRUCTURA DE MERCADO

La ciudad de Ibarra, se ha convertido en anfitriona de importantes eventos de carácter económico, educativo, deportivo y político; gracias a que cuenta con una importante infraestructura hotelera y servicios de restaurante.

Existen gran cantidad de empresas financieras, comerciales, manufactureras, de servicios e instituciones públicas y privadas Además, personal que tiene actividades de libre ejercicio, como oficinas y pequeños negocios.

Estos en conjunto son los potenciales usuarios de transporte en camionetas. En consecuencia la estructura del mercado se ilustra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 19

ESTRUCTURA DE MERCADO

N. Orden	CANTÓN IBARRA	No.
1.-	Sector primario	10096
2.-	Sector secundario	12876
3.-	Sector terciario	31624
		54596

FUENTE: Inec 2001

Elaborado por: Autores

3.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.4.1. Fuentes de Información

Fuentes primarias.- Se obtuvo en la investigación de campo, mediante la encuesta, aplicada a personas, organizaciones e instituciones como potenciales consumidores o demandantes y a la competencia, en este caso a los proveedores de servicio de transporte de camionetas, con la modalidad de muestra aleatoria simple, escogiendo al azar a los informantes; también se aplicó una entrevista semiestructurado a los directivos de las organizaciones ofertantes y proveedoras de camionetas.

Fuentes secundarias.- se utilizaron documentos que reposan en la Cámara de comercio y la dirección provincial de tránsito

3.4.2. Objetivos del Estudio de Mercado

Para la investigación de campo y con la finalidad de captar la información, relacionada con el servicio de transporte de camionetas, ha sido necesario introducir en el diagnóstico, la investigación de mercado, con los siguientes objetivos:

- Determinar la competencia en el servicio de transporte de camionetas, en la ciudad de Ibarra.

- Determinar la demanda del servicio de transporte de camionetas, en la ciudad de Ibarra.
- Identificar los canales de comercialización adecuados para el servicio de transporte de camionetas
- Estipular el precio de contratación, del servicio de transporte de camionetas.

3.4.2.1. Variables e Indicadores

La información se circunscribe en el contexto socioeconómico en que se desarrolla la ciudad de Ibarra, por lo tanto, se considera las siguientes variables diagnosticas:

Variable 1.-Oferta

Variable 2.-Demanda

Variable 3.-Canal de Comercialización

Variable 4-Precio de contratación

Indicadores

Los sub-aspectos que dan información a las variables, son los indicadores de cada una de estas, por ello se ha establecido para cada variable indicadores pertinentes:

Variable 2.-Oferta

- Proveedores de servicio de transporte de camionetas
- Ubicación
- Atención al cliente

Variable 3.-Demanda

- Destino de servicio

- Frecuencia de utilización del servicio de transporte de camionetas
- Presupuesto que destina al servicio de transporte de camionetas.

Variable 7.-Canal de Comercialización

- Teléfono
- Oficina
- Zona de parqueo público
- Medios de Comunicación

Variable 5.-Preciodela contratación

- Capacidad de inversión
- Forma de pago

3.4.2.2. Matriz de Investigación de Mercado

Cuadro Nº 20

MATRIZ DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA
Determinar la competencia en el servicio de transporte de camionetas, en la zona urbana de la ciudad de Ibarra.	Competencia	Proveedores de servicio Ubicación Atención al cliente	Secundaria Primaria primaria	Bibliográfica Observación Encuesta
Determinar la demanda del servicio de transporte de camionetas, en la zona urbana de la ciudad de Ibarra.	DEMANDA	Usuarios Destino de servicio Frecuencia de utilización del servicio Presupuesto que destina al servicio	Primaria	Encuesta
Identificar los canales de comercialización adecuados para el servicio de transporte de camionetas	Canal de Comercialización	Teléfono Oficina Parqueo público	Primaria	Encuesta

		Medios de Comunicación.		
Estipular el precio de contratación, del servicio de transporte de camionetas.	Precio de contratación	Valor Capacidad de inversión Forma de pago	Primaria	Encuesta

Elaborado: Autores

3.5. Identificación del Servicio

El servicio de transporte en camionetas de doble cabina se dedicara al transporte exclusivo comercial mixto de carga y pasajeros. Para satisfacer las necesidades de sector público y privado, ya sea personas naturales, empresas públicas y privadas de la provincia de Imbabura y particularmente de la ciudad de Ibarra.

En la encuesta, el 90% de los informantes consideran necesaria la creación de una empresa de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra. El servicio de transporte de camionetas, está destinado a atender a empresas, instituciones o personas naturales que necesitan de manera regular el servicio de transporte de camionetas para facilitar el traslado de materiales, equipos, herramientas, muebles, mercaderías industriales y alimentos. Por lo que se toma en cuenta las preferencias sobre el tipo de camioneta, facilidad de acceso al servicio, capacidad de gasto del cliente, frecuencia de uso, atención al cliente, selección del lugar de atención y estrategias para el desarrollo de la empresa.

3.5.1. Análisis de la Oferta

3.5.1.1. Proveedores del Servicio de Transporte de Camionetas

Según datos del Consejo Provincial de Transito de Imbabura, en la actualidad existe doce compañías y cooperativas de transporte de

camionetas, legalmente organizadas, en la ciudad de Ibarra; de las cuales, siete son cooperativas y cinco compañías, que para motivo de este estudio constituyen la competencia.

Cuadro Nº 21

COOPERATIVAS, COMPAÑÍA

OPCIONES	Número	Unidades	%
Cooperativas	7	95	35,85
Compañías	5	30	11,32
Particulares	140	140	52,83
TOTAL		265	100,00

Fuente: CONSEJO PROVINCIAL DE TRANSITO

Las cooperativas disponen, en conjunto, de 95 vehículos, en su mayoría de modelos que sobrepasan los diez años; mientras las compañías disponen de treinta unidades del año 2000 al 2006. Los particulares que prestan servicios de transporte 140; que en porcentaje es la mayoría. Por lo tanto se ha agrupado a todas las Unidades en la competencia para efecto de la proyección

3.5.1.2. Ubicación de las Organizaciones de Transporte de Camionetas

Las empresas y cooperativas legalmente reconocidas están localizadas en.

Cuadro Nº 22

UBICACIONES DE LAS COOPERATIVAS DE TRASPORTE DE CAMIONETAS

Ubicación de cooperativas	Número	Tipo de Empresa
Mercado Amazonas	3	Cooperativa
Teodoro Gómez dela Torre	1	Compañía
Fray Vacas Galindo	1	Compañía
Caranqui	1	Cooperativa
Barrio el Priorato	1	Cooperativa
Alpachaca	1	Cooperativa
Barrio Azaya	1	Cooperativa

Translagazul S. A	1	Compañía
Víctor Manuel Guzmán	1	Compañía
Supermaxi	1	Compañía
Total	12	

Fuente: observación directa
Elaborad: Autores

3.5.1.3. Atención al cliente

Los encuestados califican la atención que prestan los actuales transportistas en camioneta como malo; significa que existe un porcentaje alto de servicio no conforme, que van a ser aprovechado por la nueva empresa para posicionarnos en el mercado; a través de una buena atención al cliente.

3.5.1.4. Oferta histórica en número de camionetas de cooperativas

Cuadro N° 23

OFERTA HISTÓRICA

Año	Oferta Histórico camionetas	Tasa de Crecimiento
Año 2006	158	
Año 2007	175	10,7594937
Año 2008	215	22,8571429
Año 2009	240	11,627907
Año 2010	265	10,4166667
	Promedio	13,9153026

FUENTE: Cámara de Turismo
ELABORADO: AUTORES

Para obtener la tasa de crecimiento se empleó el siguiente procedimiento.

$$TC = \frac{O.Act.}{O.Ant.} - 1 * 100$$

$$A) -TC = \frac{175.}{158} - 1 * 100 = 10,759$$

$$B) -TC = \frac{215.}{175} - 1 * 100 = 22,857$$

$$C) -TC = \frac{240}{215} - 1 * 100 = 11,627$$

$$D) -TC = \frac{265}{240} - 1 * 100 = 10,416$$

Promedio de crecimiento es 13,91

3.5.1.5. Proyección de la Oferta

En base de los datos registrados en el año 2010, y la tasa promedio de la demanda histórica que es 13,91%, se ha proyectado la oferta o competencia del servicio de transporte en camionetas, utilizando la siguiente fórmula:

$$OP = \frac{O.Ant * TCP}{100} + O.Ant.$$

Cuadro Nº 24

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Oferta Futura	Tasa de Crecimiento
Año 2010	265	13,91%
Año 2011	302	
Año 2012	344	
Año 2013	392	
Año 2014	446	
Año 2015	508	

FUENTE: Investigación directa
Elaborado por: Autores

$$OF = \frac{O.Ant * TCP}{100} + O.Ant.$$

Dónde:

OF= Oferta Futura

O.Ant. =Oferta Anterior

TCP= Taza de Crecimiento Poblacional

$$(2011) - OF = \frac{265 * 13,91}{100} + 265 = 301,8615$$

$$(2012) - OF = \frac{301,86 * 13,91}{100} + 301 = 343,85$$

$$(2013) - OF = \frac{343,85 * 13,91}{100} + 343 = 391,68.$$

$$(2014) - OF = \frac{391,68 * 13,91}{100} + 391,68 = 446,16$$

$$(2015) - OF = \frac{446,16 * 13,91}{100} + 446,16 = 508,18.$$

La proyección de la oferta indica que después de cinco años Ibarra contará con 508 camionetas operando en el servicio de transporte. De las cuales el 55% pertenecerán a cooperativas y/o compañías y 45% a personas no asociadas. Se considera que algunos vehículos han cumplido la vida útil y deben ser retirados de circulación como transporte público. Por lo que la competencia no afectará a la creación de la Empresa de transporte en camionetas.

En el servicio de transporte en camioneta, tiene una tasa reducida, por lo que el proyecto es viable.

3.5.2. Análisis de la Demanda

En este sentido se analiza la cantidad de transporte de camionetas que requiere diariamente la ciudad de Ibarra, para transporte de personas y bienes materiales.

La Mayoría alquila camionetas para actividades de comercio y la minoría lo hace para la producción agrícola, industrial y artesanal; se debe señalar que el área de la construcción y de los servicios personales, constituyen importantes segmentos de la demanda.

La comercialización del servicio de transporte de camionetas, actualmente enfrenta una desenfadada cadena de abusos por parte de sus propietarios, pues son ellos quienes implantan las tarifas del servicio, por volumen de carga, distancia y tiempo, los usuarios se sienten sometidos a su arbitrio.

3.5.2.1. Precios del Servicio de Transporte en Camionetas

Cuadro N° 25

PRECIOS

Opciones	1 a 3km
Carrera corta(1 a 3km)	\$3
Carrera larga(5 a15km)	\$10
Costo hora	\$20

Fuente: entrevista
 Elaboración: Los Autores

Los informantes expresaron que La carrera corta de 1 a 3 Km. que significa dentro de la ciudad fluctúa entre 3 dólares; la carrera larga de 5 a 15km la mayoría cobra por sobre los 10 dólares; y el costo hora 20.

3.5.2.2. Frecuencia de utilización del servicio.

La mayoría de encuestados manifiesta que hace uso del servicio de transporte de camioneta semanalmente y un importante sector diariamente, que sumados significa 53% por lo que, si la representación de la muestra es correcta, la demanda sería 28936 de consumidoras regulares del servicio de transporte en camionetas, con lo que se estima, a la demanda como alta .Proyectando los datos con la tasa de 2,3% de crecimiento poblacional los resultados de demandantes reales son al 2010:

Cuadro Nº 26

CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

PEA -	53%usuarios
(2001)- 54596	28936
(2010)- 66995	35507

Fuente encuesta
Elaboración: Autores

A este segmento de mercado, estarían dirigidas las estrategias de marketing empleando los canales apropiados.

3.5.2.3. Presupuesto destinado al servicio de transporte de camioneta.

Los informantes manifestaron que destina de 1 a 30 dólares mensuales en transporte por camioneta; por lo tanto, se trata de focalizar y establecer una relación estable con estos usuarios que en promedio destinarían unos 15 dólares mensuales para utilizar este servicio.

3.5.2.4. Canal de Comercialización

La mayoría, considera que el acceso al servicio de transporte de camionetas le gustaría se realice utilizando el teléfono y le gustaría contratar en la oficina; mientras la minoría desea que las camionetas tengan su parada en un sitio específico; por lo que los canales de comercialización del servicio recomendado es el teléfono y contratación directa en la Oficina, por lo que se utilizará los servicios de CNT o corporación Nacional de telecomunicaciones por la calidad de la señal y gama de servicios de internet en banda ancha.

La comercialización del servicio de transporte en camioneta, tiene gran demanda en el mercado local y regional, en los tres sectores básicos de la

economía, por lo que se considera factible la creación de la empresa de transporte en camioneta.

3.5.3. Demanda histórica

Tomando en cuenta la población económicamente activa y la tasa de crecimiento poblacional equivalente al 2,3% anual del año 2001

3.5.3.1. SITUACIÓN HISTÓRICA Y DEMANDA PROYECTADA

Cuadro N° 27

POBLACIÓN PROYECTADA

Sector	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Primario	10096	10328	10566	10809	11057	11312	11572	11838	12110	12389
Secundario	12876	13172	13475	13785	14102	14426	14758	15098	15445	15800
Terciario	31624	32351	33095	33857	34635	35432	36247	37081	37933	38806
Total	54596	55852	57136	58450	59795	61170	62577	64016	65489	66995

FUENTE: INE-CENSO 2001
ELABORADO: LOS AUTORES.

Tomando como referencia la población económicamente activa que demanda el servicio de camionetas, los estratos serían:

Cuadro N° 28

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR SECTORES ECONÓMICOS	POBLACIÓN 2001	PROYECCIÓN 2010
sector primario	10096	12389
sector secundario	12876	15800
sector terciario	31624	38806
TOTAL	54596	66995

FUENTE :INEC-CENSO 2001
ELABORADO: LOS AUTORES.

3.5.3.2. Consumo Histórico de Alquiler de Camionetas

Empleando los datos de la encuesta, el 53% utiliza, de manera regular, el servicio de transporte en camioneta; por lo que la demanda histórica real con el 2,3% de tasa de crecimiento poblacional sería:

Cuadro N° 29

Demanda transporte de camionetas

Demanda Histórica de Transporte de Camionetas										
Población	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Sector Primario	5474	5599	5729	5860	5995	6133	6274	6418	6566	6717
Sector Secundario	6981	7142	7306	7474	7646	7821	8001	8186	8374	8567
Sector terciario	17146	17541	17944	18356	18778	19210	19652	20104	20567	21040
Total	29601	30282	30979	31691	32420	33166	33928	34709	35507	36324

FUENTE: INEC-CENSO 201

ELABORADO: LOS AUTORES

Si se toma en cuenta que existen 265 unidades pertenecientes a cooperativas, compañías y particulares que prestan el servicio; en realidad para satisfacer las demandas de los 35.507 usuarios deberían realizar 134 viajes diarios cada uno, situación que es difícil, si además se toma en cuenta que cada usuario ocupa el transporte por lo menos 2 veces en el día.

Esto explica las dificultades que tienen los demandantes al momento de acceder al servicio de transporte en camionetas.

Se consultó a diez propietarios de camionetas ¿cuántos viajes promedio realiza durante el día y cuanto de ingreso diario tenía? y los resultados fueron:

Cuadro N° 30

Carreras diarias

Carreras diarias	Nro. viajes	ingresos
5 a 10	13	39
10 a 15	2	20
15 a 20	2	15
20 a 25	3	20
Total	20	94

FUENTE: ENTREVISTA
ELABORADO: LOS AUTORES

La mayoría realiza de 5 a 20 viajes al día, con un ingreso promedio de 50 a 80 dólares, se considera normal que un transportador de camioneta, obtenga un ingreso promedio al día de 80 dólares realizando diferentes carrera

Cuadro N° 31

Demanda Proyectada

Población	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Sector Primario	6566	6717	6871	7030	7191	7357
Sector Secundario	8374	8567	8764	8966	9172	9383
Sector terciario	20567	21040	21524	22019	22525	23043
total	35507	36324	37159	38014	38888	39783

ELABORADO: AUTORES

3.6. Balance oferta -demanda

Se considera normal que un transportador de camioneta, realice hasta 20 carreras en el día, que de acuerdo a la información de los mismos, con un costa de 3 a10 dólares cada una, tendría un ingreso bruto de 50 a 80 dólares diarios, considerado aceptable. En consecuencia, De acuerdo a la proyección de la oferta futura tendríamos los siguientes,

Cuadro N° 33

Balance oferta demanda

AÑOS	DEMANDA	UNIDADES	VIAJES DIARIOS	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
AÑO 2011	36324	302	20	6040	-30284
AÑO 2012	37159	344	20	6880	-30279
AÑO 2013	38014	392	20	7840	-30174
AÑO 2014	38888	446	20	8920	-29968
AÑO 2015	39783	508	20	10160	-29623

ELABORADO: AUTORES

Analizando el balance oferta-demanda proyectados se observa que existe actualmente una demanda insatisfecha y que para los siguientes años será igual. Lo que favorecerá el desarrollo efectivo del proyecto.

Una vez establecido la demanda insatisfecha del servicio de transporte se determina que la empresa de transporte estará en capacidad de cubrir aproximadamente el 2% de la misma en cada año tal como se demuestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 33

Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	SERVICIOS
AÑO 2011	30284	605,68
AÑO 2012	30279	605,58
AÑO 2013	30174	603,48
AÑO 2014	29968	599,36
AÑO 2015	29623	592,46

ELABORADO POR: AUTORES

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

Introducción

El estudio técnico comprende: la macro y micro localización, de la empresa de servicio de transporte de camionetas. Así como las alternativas y selecciones más adecuadas, para su ubicación.

La ingeniería del proyecto, consta los diagramas de procesos de producción y comercialización del servicio de transporte en camionetas. Se detalló los requerimientos de activos fijos, diferidos, y capital de trabajo, necesario para la puesta en marcha a la empresa. Finalmente se terminó la estructura organizativa y funcionamiento de la empresa, con lo cual se pretende legalizar a la empresa de transporte de camionetas.

4.1. Localización

4.1.1. Macro localización.-

La empresa de servicio de transporte de camionetas, está ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura en el centro Norte del Ecuador.

Gráfico Nº 15

PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Instituto Geográfico Militar, 2008

4.1.2. Micro localización.- La empresa de servicio de transporte de camionetas se ubicará en la intersección las avenidas Cristóbal de Troya y Jaime Roldós, entrada al mercado mayorista, como ilustra la imagen.

Gráfico N° 16



UBICACIÓN DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS

Fuente: Instituto Geográfico Militar, 2008



Fuente: Plano de la ciudad de Ibarra EMAPA, 2009

4.1.3. Selección De Alternativas De Localización

Para seleccionar el lugar adecuado de la localización de la Planta productora de servicio de transporte de camionetas, se estableció criterios de calificación de 1 a 10, se ha ponderado a decimal, la primera

calificación y este resultado se ha multiplicado por la calificación de cada alternativa.

Cuadro N° 34

ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN

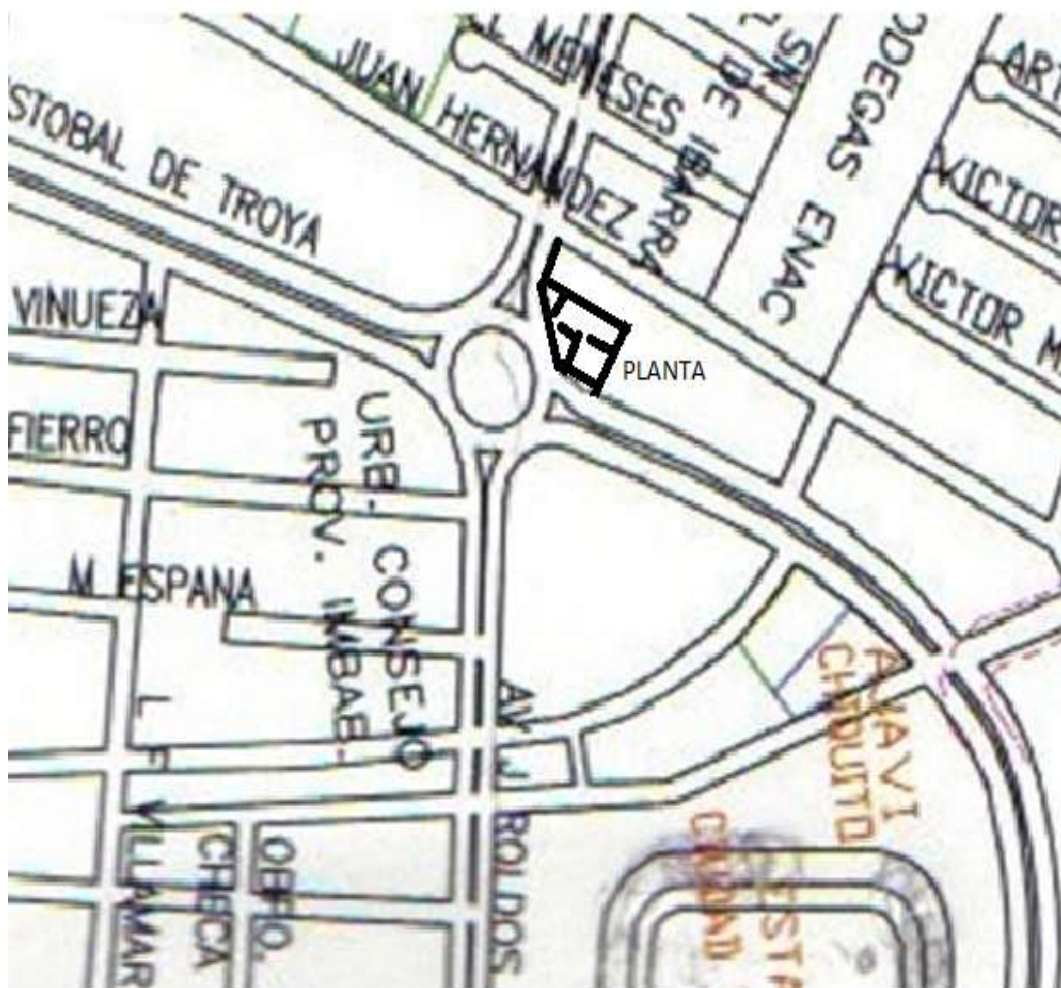
Alternativa. Criterio	Altern.1 Zona Mercado Mayorista			Altern.2 Zona Comercial		Altern.3 Barrio periférico	
	Factor	Calif	Total	Calif	Total	Calif	Total
Infraestructura	0,15	7	1.05	6	0,9	5	0,75
Servicio básico	0,21	10	2.10	7	1,47	7	1,47
Parqueadero	0,15	7	1.05	2	0,30	8	1,20
Vías de acceso	0,15	7	1.05	4	0,60	7	1,05
Cercanía a clientes	0,06	3	0.18	8	0,48	4	0,24
Acceso al mercado	0,13	6	0.78	8	1,04	3	0,39
Precio de arriendo	0,15	7	1.05	3	0,45	9	0,45
Total	1,00	47	6,21	38	5,24	43	5,55

ELABORADO: LOS AUTORES

Según los criterios expuestos. Se selecciona la alternativa 1 que corresponde a la Zona del Mercado mayorista, para ubicar la planta de producción del servicio de transporte en camionetas. Por cuanto contiene el mejor puntaje respecto a las otras alternativas de selección.

4.1.4. Ubicación de la empresa de transporte de camionetas

La ubicación de la empresa de transporte de camionetas es un sitio estratégico ya que Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra, cuenta con los requerimientos favorables para su funcionamiento como la accesibilidad y servicios básicos. Se localiza en las calles: Av. Cristóbal de Troya y Av. Jaime Roldós, entrada al mercado Mayorista, junto al redondel



4.2. Ingeniería del Proyecto

4.2.1. Los Procesos

Para brindar el servicio de transporte de camionetas, la administración señala los procedimientos de producción de servicios, distribución y la publicidad o marketing.

4.2.1.1. Diagrama De Flujos De Proceso

En la diagramación del proceso de servicio de transporte de camionetas es necesario observar el tipo de operación que se realizara, para lo cual se manejara la siguiente simbología

GRÁFICO #17

DIAGRAMA DE PROCESOS










4.2.1.2. Diagrama de procesos del servicio de transporte de camionetas.

Según el diagrama anterior, El diagrama de proceso, indica los pasos para la elaboración del servicio de transporte de camionetas.

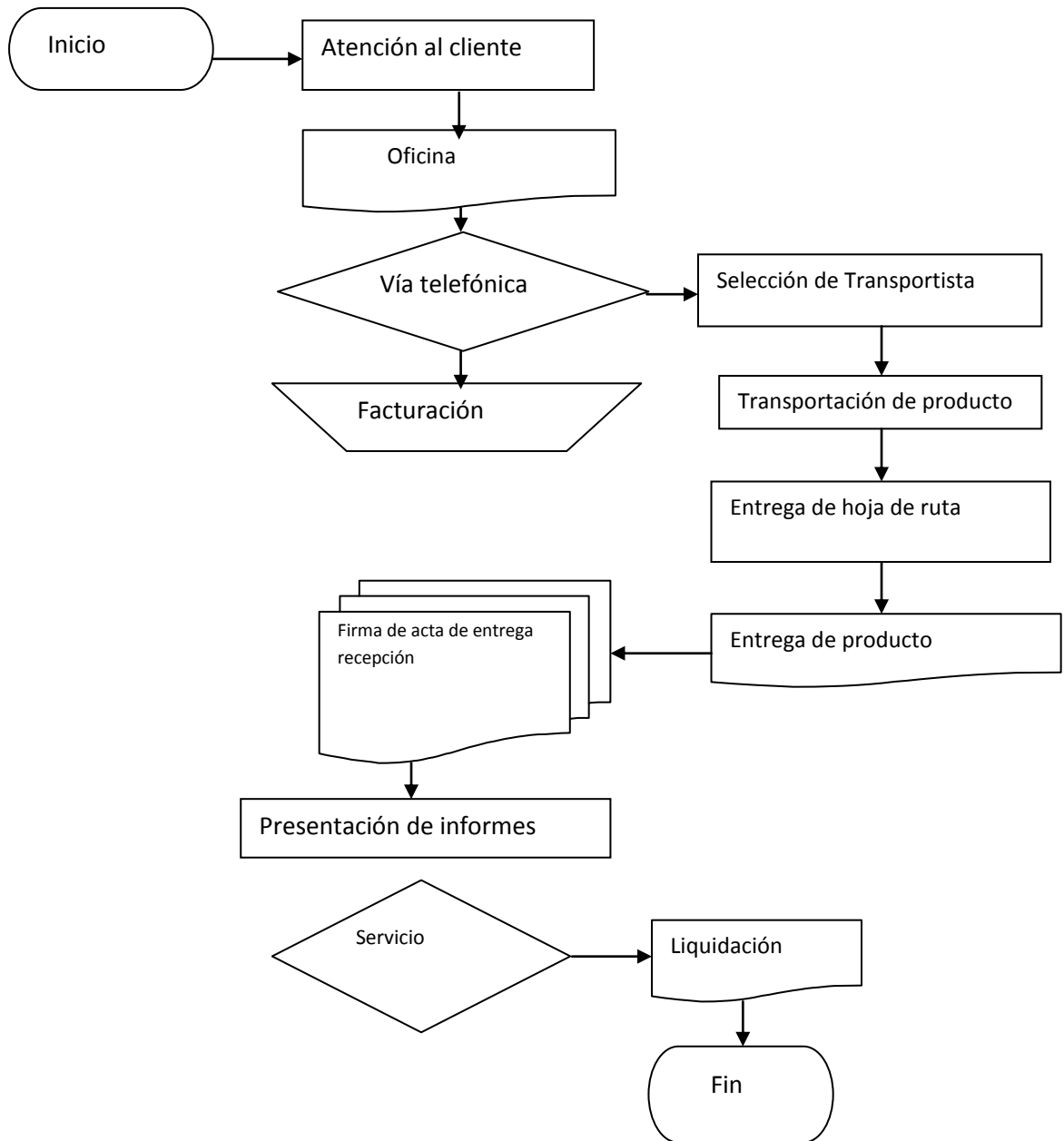
Cuadro Nº 35

DIAGRAMA DE SERVICIO DE TRASPORTE DE CAMIONETAS

Nº								Actividades	Responsable	Recursos	Tiempo
1	X				X		X	Recepción de pedidos	Jefe de oficina	H. F.	5min.
2		X		X		X	X	Elaboración de contratos	Gerente	H. F.	10 min.
	X		X	X	X		X	Elección de transportista	Gerente	H	3 min.
3		X	X	X			X	Despacho de guía	Transportista	H	3min.
4		X		X	X		X	Traslado de producto	Transportista	H. M	30 min.
5	X	X		X			X	Remisión de informes	Transportista	H. M.	5min.
6		X		X		X	X	Liquidación del servicio	Gerente	H.f	3 min.

ELABORACIÓN: Autores

4.2.1.3. Flujo grama de Comercialización del Servicio de transporte de camionetas



4.3. infraestructura

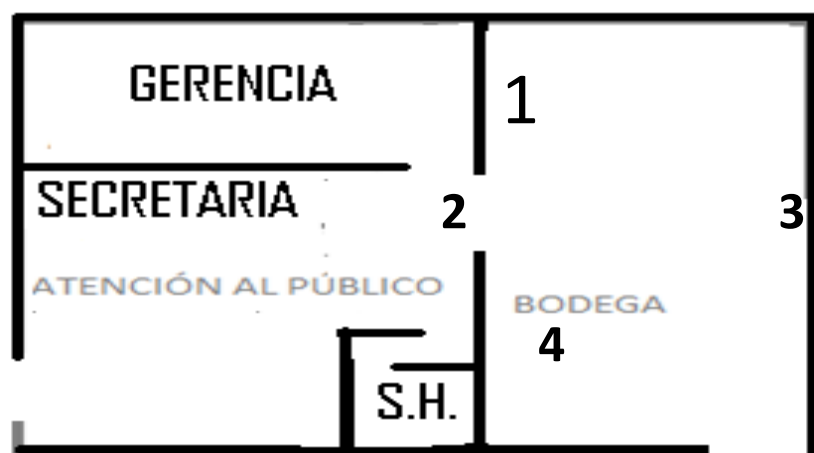
4.3.1. distribución de la empresa de transporte

La planta de producción del servicio de transporte de camionetas tiene una superficie de 10m de frente por 14metros de fondo; construcción total de 140 m² espacio en el que se ubicaran las áreas dependencias de la empresa

El servicio de transporte de camionetas consta de oficina de atención al cliente, oficina de gerente, sala de reuniones del directorio ejecutivo de la empresa, una bodega y cocina; además, dos baños.

4.3.2. Distribución de Ambientes

A continuación detalle:



DENOMINACIÓN	ÁREA
Gerencia	1
Secretaria – Contadora	2
Zona de BODEGA	3
Baterías Sanitarias	4

Elaborado: Autores

4.4. Presupuesto de la inversión

Determinar el valor requerido para ejecutar el proyecto a través de asignaciones óptimas de los recursos permite realizar un estudio y análisis del nivel de factibilidad del proyecto, considerando los rubros que formarán parte de la inversión fija y variable.

4.4.1. Inversión Fija

A. Muebles y enseres

Los muebles y enseres con los cuales cuenta la empresa para la administración y el proceso de comercialización del servicio de transporte de camionetas.

Cuadro N° 36
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
ESCRITORIO	3	80,00	240,00
SILLAS GIRATORIAS	3	70,00	210,00
JUEGO DE SALA	1	360,00	360,00
ARCHIVADOR	1	150,00	150,00
TOTAL	8	660,00	960,00

Fuente: Factura proforma

Elaboración: Autor

B. Equipo de oficina

El teléfono y la Motorola base son para comunicarnos entre clientes y empresa de transporte, este será indispensable para poder ofrecer un mejor servicio al usuario.

Cuadro N° 37

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
TELÉFONO	2	50,00	100,00
MOTOROLA BASE	1	600,00	600,00
TOTAL	3	650,00	700,00

Fuente: Factura proforma

Elaboración: Autores

C. Equipo de computación

Cuadro N° 38

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	P. UNITARIO	TOTAL
COMPUTADOR	2	750,00	1500,00
IMPRESORA	1	180,00	180,00
TOTAL	3	930,00	1680,00

Fuente: Factura proforma

Elaboración: Autores

D. Estudio de pre factibilidad

Cuadro N° 39

DETALLE	VALOR (USD)
Estudio del proyecto	1.000
Imprevistos	100
TOTAL (USD)	1.100

Elaboración: Autores

E. Gastos de constitución

Cuadro N° 40

DETALLE	VALOR
Capital de inicio	800
Asesor jurídico	200
Especies valoradas	300
Otros	500
TOTAL	1800

Fuente: Factura proforma

Elaboración: Autores

4.4.2. Inversión variable

A) Capital de trabajo

La empresa deberá disponer de los recursos económicos necesarios para cubrir los gastos corrientes como: pago de remuneraciones, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento de equipos, arrendamiento, publicidad y los que se requieran para la puesta en marcha y permanencia de la empresa.

B) Las Remuneraciones

Cuadro Nº 41

REMUNERACIONES

DESCRIPCIÓN	Salario Básico	13ro	14to	Aporte patronal	lece,Secap	Total Ingresos	Anual
PRESIDENTE	264	22	22,0	29,44	2,64	340,08	4080,912
GERENTE	264	22	22,0	29,44	2,64	340,08	4080,912
CONTADOR	270	22	22,5	30,11	2,70	347,31	4167,66
SECRETARIA	264	22	22,0	29,44	2,64	340,08	4080,91
SERVICIOS GENERALES	264	22	22,0	29,44	2,64	340,08	4080,91
Total Anual						1707,61	20491,31

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaboración: Autores

D) Suministros de oficina

Cuadro Nº 42

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT	VALOR TOTAL
Grapadora	3	3,5	10,5
Perforadora	3	2,00	6
Resma de papel bond	20	3,5	70
facturas	100	0,5	50
Carpetas	100	0,2	20
Esteros	12	0,25	3
Tinta para impresora	2	60	120
Cuadernos	2	1,5	3
Lápiz	12	0,15	1,8

carpetas	10	0,2	2
Calculadora	1	20	20
Borradores	2	0,17	0,34
TOTAL			306,64

Fuente: Factura proforma
Elaboración: Autores

D) Servicios básicos

Cuadro N° 43

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Energía eléctrica	35	420
Agua potable	20	240
Teléfono	50	600
TOTAL	105	1260

Elaboración: Autores

E) Mantenimiento de equipos

Cuadro N° 44

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Mantenimiento E. Computación	30	360
TOTAL	30	360

Elaboración: Autores

F) Publicidad

Cuadro N° 45

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Publicidad	100	1200
TOTAL	100	1200

Elaboración: Autores

G) Arriendo

Cuadro N° 46

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Arriendo de local	200	2400

Elaboración: Autores

4.4.3. Resumen del capital de trabajo

Los valores obtenidos de los diferentes rubros que integran el capital de trabajo se presentan en forma anual, el capital de trabajo es el dinero en efectivo que se requiere para la puesta en marcha de la empresa

Cuadro N° 47

RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
GASTO SUELDOS	20491,31
GASTOS SUMINISTROS DE OFF	306,64
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	1260
GASTO MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN	360
TOTAL	22417,95
GASTOS DE VENTAS	
PUBLICIDAD	1200
ARRIENDO	2400
TOTAL	3600
SUBTOTAL	26017,95
IMPREVISTOS 5%	1300,8974
TOTAL	27318,85

Elaboración: Autores

4.4.4. Capital

La empresa dispone de capital pagado de 10.000 dólares Americanos para garantizar las operaciones de la empresa, dicho monto pertenece a 51 accionistas; cada socio tiene 196 acciones de 1 dólar cada, tanto para la inversión fija del proyecto como para los gastos

corrientes del negocio; en los que se incluyen las erogaciones por pago de remuneraciones a empleados, arrendamiento del local, pago, servicios básicos, publicidad y los que se requieren para la puesta en marcha y permanencia de la empresa por el tiempo de un año.

CAPÍTULO V

5. Estudio económico y financiero del proyecto

5.1. Presupuesto de la Inversión

Determinar el valor requerido para ejecutar el proyecto a través de asignaciones óptimas de los recursos nos permite realizar un estudio y análisis del nivel de factibilidad del proyecto.

A continuación se detalla en un cuadro resumen de la inversión del proyecto que incluye los rubros de la inversión fija y Variable y el valor total de la inversión con el cual se realizara todo el análisis económico.

Cuadro N° 48

Presupuesto de la Inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

CONCEPTO	VALOR	TOTALES
INVERSIÓN FIJA		
MUEBLES Y ENSERES	960,00	
EQUIPOS DE OFICINA	700,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1680,00	
ESTUDIO DE PERFECTIBILIDAD	1100,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1800,00	
TOTAL INVERSIÓN FIJA		<u>6240,00</u>
INVERSIÓN VARIABLE		
CAPITAL DE TRABAJO	27318,85	
TOTAL INVERSIÓN VARIABLE		<u>27318,85</u>
INVERSIÓN TOTAL		<u>33558,85</u>

Elaboración: Autores

5.2 Estructura de la Inversión

El valor de la inversión del proyecto consta de: Inversión fija por un valor de 6.240 USD y un capital de trabajo por un valor de 27318,85 USD que es de la inversión total.

Cuadro N° 49

RESUMEN DE INVERSIÓN

TIPO DE INVERSIÓN	VALOR
Inversión Variable (Capital de trabajo)	27318,85
Inversión Fija (Activos productivos)	6240,00
INVERSIÓN TOTAL	33558,85

Elaboración: Autores

5.2.1 Financiamiento de la Inversión

La inversión del proyecto asciende a 33558,85 de los cuales la inversión propia proveniente de la venta de 10.000 acciones a un valor de 1 dólar por acción y la diferencia se obtendrá a través de crédito en una institución financiera.

Cuadro N°50.

Financiamiento de la inversión

INVERSIÓN PROPIA	10000,00
INVERSIÓN FINANCIADA	23558,85
TOTAL	33558,85

Elaboración: Autores

El crédito requerido para la creación de la compañía, es de 23558,85 USD y se amortiza de la siguiente manera.

Fórmula:

$$Vp = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{[(1 + i)^n - 1]}$$

Dónde:

V_p = Pago de la amortización

V_F = Valor de la deuda 23558,85

i = Tasa activa anual 16.30 %

n = Períodos de pago 5 años

$$V_p = \frac{23558,85 (0.1630)(1 + 0.1630)^5}{[(1 + 0.1630)^5 - 1]}$$

$$V_p = 7245,51$$

$$V_p = 7245,51$$

Cuadro Nº 51

Cuadro de pagos

NRO	VALOR PRESENTE	INTERESE	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	7245,51	3840,09	3405,42	20153,43
2	7245,51	3285,01	3960,50	16192,93
3	7245,51	2639,45	4606,06	11586,87
4	7245,51	1888,66	5356,85	6230,02
5	7245,51	1015,49	6230,02	0,00

Elaborado : Autores

5.3 Balance General Inicial Presupuestado

ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		PASIVO A CORTO PLAZO	
CAPITAL DE TRABAJO	27318,85	PRÉSTAMO BANCARIO	3405,42
TOTAL ACTIVOS CORRIENTE	<u>27318,85</u>	TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO	<u>3405,42</u>
ACTIVO FIJO		PASIVO A LARGO PLAZO	
MUEBLES Y ENSERES	960,00	PRÉSTAMO BANCARIO	20153,43
EQUIPO DE OFICINA	700,00	TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	<u>20153,43</u>
EQUIPO DE COMPUTO	<u>1680,00</u>	TOTAL PASIVO	23558,85
TOTAL ACTIVO FIJO	<u>3340,00</u>		
OTROS	6680,00	PATRIMONIO	
ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD	1100,00	CAPITAL SOCIAL	10000,00
GASTOS DE CONSTITUCION	<u>1800,00</u>		
TOTAL OTROS ACTIVOS	<u>2900,00</u>		
TOTAL ACTIVO	<u><u>33558,85</u></u>	TOTAL PASIVO+PATRI	<u><u>33558,85</u></u>

5.4 Presupuesto de Ingresos y Gastos

5.4.1 Ingresos y gastos

Los ingresos en este proyecto se determinan por los valores de las aportaciones de los asociados para la prestación de servicios y las comisiones. El volumen de producción está determinado en la capacidad efectiva de la planta.

5.4.1.1 Aportación mensual de asociados.

Los transportistas asociados se comprometen a aportar a la empresa un valor de 20 dólares mensuales.

Cuadro N° 52.

Aportaciones mensuales

DESCRIPCIÓN	Nro. Accionistas	APORTE	MENSUAL	ANUAL
APORTES DE ACCIONISTAS	51	20	1020	12.240,00

5.4.1.2 Comisiones por Servicio

La empresa recibe el 3% del valor de los viajes en base a la tarifa establecida para la I transportación local, parroquial, intercantonal e interprovincial.

Cuadro N° 53

CARRERAS MENSUALES

DESCRIPCIÓN	TARIFA	VIAJES AL DÍA	INGRESO DIARIO	COMISIÓN 3%	COMISIÓN AL AÑO
LOCALES	3,00	300	900	27	9720
PARROQUIAS	5,00	290	1450	43,5	15660
INTERCANTONAL	15,00	35	525	15,75	5670
INTERPROVINCIALES	50,00	12	600	18	6480
		637	3475	104,25	37530

FUENTE: ENTREVISTA
Elaboración: Autores

5.4.1.3 Depreciaciones y Amortizaciones

Cuadro N° 54.

Depreciación de activos fijos

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
Depreciación muebles y enseres	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Depreciación equipos de oficina	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Depreciación equipos de computación	559,94	559,94	559,94		
TOTAL DEPRECIACIÓN ACTIVO FIJOS	725,94	725,94	725,94	166,00	166,00
ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS	580				

Elaboración: Autores

5.4.3 Proyección de Ingresos y gastos

Para la proyección de gastos se ha aplicado la tasa de inflación del año 2010 que es del 3.44%, también se han mantenido los valores fijos establecidos en el caso de depreciaciones, amortizaciones e intereses

Cuadro N° 55

Ingresos y Gastos proyectados en dólares

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Aporte individual de socios	12240	12661,06	13096,60	13547,12	14013,14
Comisiones por servicios	37530	38821,03	40156,48	41537,86	42966,76
TOTAL DE INGRESOS	49770	51482,09	53253,07	55084,98	56979,90
EGRESOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gasto sueldos	20491,31	21196,21	21925,359	22679,59	23459,77
Gastos suministros de ofic.	306,64	317,19	328,10	339,39	351,06
Gastos servicios básicos	1260	1303,34	1348,18	1394,56	1442,53
Gas. Manteni Eq. De Comp	360	372,38	385,19	398,44	412,15
Depr equipo de Computo	559,94	559,94	559,94	0	0
Depr. Equipo Oficina	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Depr. Muebles de oficina	96,00	96	96	96	96
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	23143,892	23915,07	24712,78	24977,98	25831,51
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	1200	372,38	385,19	398,44	412,15
Arriendo oficina	2400	2482,56	2567,96	2656,30	2747,67
TOTAL GASTOS DE VENTAS	3600	2854,94	2953,15	3054,74	3159,82
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	3840,09	2122,24	1705,09	1220,15	656,05
TOTAL GAST. FINANCIEROS	2480,85	2122,24	1705,09	1220,15	656,05
OTRO					
Amort estud de Prefac.	220	220	220	220	220
Amort. Gast. Constitucion	360	360	360	360	360
TOTAL	580	580	580	580	580
TOTAL EGRESOS	29804,742	29472,25	29951,02	29832,87	30227,38

Elaboración: Autores

5.5 Estado de Resultados

El estado de pérdidas y ganancias presenta los resultados de las operaciones que el proyecto tendrá durante el período de cinco años, expresado en dólares

Cuadro N° 56.

Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Apor. Individual de Asoc.	12240	12261,06	13096,60	13547,12	14013,14
Comisiones por servicios	37530	38821,03	40156,48	41537,86	42966,76
TOTAL DE INGRESOS	49770,00	51082,09	53253,08	55084,98	56979,90
Gastos administrativos	23143,892	23915,07	24712,78	24977,98	25831,51
Gastos de Ventas	3600	2854,94	2953,15	3054,74	3159,82
UTILIDAD OPERATIVA	23026,11	24312,08	25587,15	27052,26	27988,57
Gastos financieros	3840,09	3285,01	2639,45	1888,66	1015,49
Otros Gastos	580	580	580	580	580
Utilidad antes de P E y T	18606,02	20447,07	22367,70292	24583,60075	26393,08
(15% PE/T)	2790,90	3067,06	3355,16	3687,54	5327,75
UTI. ANT. DE IMPUESTOS	15815,11	17380,01	19012,55	20896,06	21065,33
25% I R	3953,78	4345,00	4753,14	5224,02	5266,33
UTILIDAD NETA	11861,34	13035,01	14259,41	15672,05	15799,00
Pago de Capital	3405,42	3960,50	5356,85	5356,85	6230,02
UTILIDAD LIQUIDA	8455,92	9074,51	8902,56	10315,20	9568,98

Elaborado por: Autores

5.6 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido.

El propósito del flujo de caja presupuestado es el de mostrar de donde provendrán los ingresos y como se usarán esos fondos. El flujo de caja solo indica si la empresa genera suficiente dinero en efectivo para hacer frente a todas las necesidades de la actividad empresarial.

Cuadro N° 57

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	25219,93					
FUENTES DE INGRESO						
UTILIDAD NETA		11861,34	13035,01	14259,41	15672,05	15799,00
DEPRECIACIONES		725,94	725,94	725,94	725,94	725,94
AMORTIZACIONES		580	580	580	580	580
TOTAL INGRESOS		13167,27933	14340,95354	15565,35461	16977,98548	17104,93565
EGRESOS DE FONDOS						
CAPITAL PAGADO		3405,42	3960,50	5356,85	5356,85	6230,02
TOTAL EGRESOS	-23558,85	3405,42	3960,50	5356,85	5356,85	6230,02
FLUJO DE CAJA	-23558,85	9761,86	10380,45	10208,50	11621,14	10874,92

5.7 Costo de Oportunidad del Proyecto

Para el cálculo del costo de oportunidad del proyecto se toma como referencia los datos de los Índices Financieros publicados en el semanario LIDERES del lunes 8 de Noviembre del 2010 la tasa activa (efectiva máxima consumo) que es el 16.30% y la tasa pasiva (máxima convencional) que es de 9.33% . Además el Riesgo País (al 3 de noviembre de 2010) como referente de las finanzas públicas que se ubica en 1016 puntos; estos datos tienen como fuente al Banco Central del Ecuador, Superintendencia de Bancos y la Bolsa de Valores de Guayaquil.

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y pasiva del mercado financiero, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión.

A continuación se detalla el cálculo realizado para obtener el costo de oportunidad de la inversión

5.7.1 Cálculo del Costo de Oportunidad

DESCRIPCIÓN	VALOR MONETARIO	% DE COMPOSICIÓN	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	10000,00	30%	9,33	2,78
INVERSIÓN FINANCIADA	23558,85	70%	16,30	11,44
INVERSIÓN TOTAL	33558,85	100%	25,63	14,22
COSTO DE OPORTUNIDAD (Ck)				14,22%

CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO

Costo de oportunidad (Ck)	0,1422
Riesgo país (Rp)	1016
Riesgo país (Rp)	0,1016

Tasa de redescuento (Trd(i))	$(1+Ck)(1+Rp)-1$
Trd(i) =	0,2508
Trd(i) =	25,82%

PERIODO PRÉSTAMO AÑOS	5
NÚMERO DE PAGOS ANUALES	1
PAGOS TOTALES	5
VALOR FUTURO (VF)	23558,85
I	16,30%
VALOR PRESENTE (VP)	7245,51
VALOR PRESENTE (VP)	7245,51

5.8 Evaluación financiera

La evaluación de proyectos es una técnica que permite disminuir el riesgo de la inversión, por tal razón es indispensable conocer las tasa y valores que despliegan

Los indicadores como: El Valor Actual Neto, La Tasa Interna de Retorno, La relación Beneficio / Costo, El tiempo de recuperación de la inversión.

5.8.1 Valor actual neto (VAN)

El valor presente no es sino el valor medio en dinero de hoy; en este caso es de 23558,85 dólares, considerando una tasa de redescuento del 25,08 %, valor positivo que garantiza la viabilidad del proyecto.

$$\text{VAN} = < \text{Inversión} > + \sum \frac{F_C}{(1+i)^n}$$

FC= Flujos de Caja Proyectados

i = Tasa de Redescuento

n = Tiempo u horizonte de la vida útil del proyecto o inversión.

Van=

-23558,85	9761,86	10380,45	10208,50	11621,14	10874,92
	1,2582	1,58306724	1,991815201	2,506101886	3,153177393

VAN=\$ 3.151,56

5.8.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno obtenida, determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa del 34% en los años de vigencia del proyecto, este indicador supera la tasa activa vigente para el sistema financiero por lo tanto, la inversión es viable financieramente

Cuadro N° 58 Cálculo del TIR

INVERSIÓN	FC AÑO 1	FC AÑO 2	FC AÑO 3	FC AÑO 4	FC AÑO 5
(23558,85)	9761,86	10380,45	10208,50	11621,14	10874,92
TIR =	34%				

Elaborado por: Autores

5.8.3 Período de recuperación

$$TRI = (\text{Inversión} * \text{vida útil del proyecto}) / \sum FC$$

$$TRI = (23558,85 * 5) / 52846,88$$

$$TRI = 2,22 \text{ AÑOS}$$

La inversión del proyecto se recupera en un tiempo de 4,55 años.

Cuadro N° 59

Cálculo del tiempo de recuperación (TR)

AÑOS	FLUJOS DE CAJA
1	9761,86
2	10380,45
3	10208,50
4	11621,14
5	10874,92
TOTAL	52846,88

5.8.4 Índice de rentabilidad Beneficio – Costo

Este indicador de rentabilidad permite tomar la decisión de la puesta en marcha del proyecto; Los niveles son:

< Que 1 La inversión no tienen retorno atractivo por lo tanto se debe analizar otras oportunidades para buscar otra inversión rentable.

= Que 1 Existe una indiferencia que necesita analizar otras opciones

> Que 1 Indica un adecuado retorno de los ingresos frente a la inversión inicial

Se calcula de la siguiente manera:

- Sumar los flujos de caja netos actualizados
- Dividir para la inversión inicial.

5.8.5 Razón beneficio - costo (B/C)

El criterio de este indicador es el retorno de los ingresos en función de los egresos. El resultado indica que por cada dólar de gasto, se generan 0.61 USD de rentabilidad o beneficio para el proyecto.

Cálculo de Beneficio –Costo

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos}}{\sum \text{Egresos}} / (1+i)^n$$

$$\sum \text{Egresos} / (1+i)$$

Cuadro Nº 60

COSTO BENEFICIO

INGRESOS	GASTOS
9785,74	23828,54
8092,71	18838,12
6692,60	15305,51
5534,72	12188,31
4577,16	9873,27
34682,93	80033,76

Elaborado por: Autores

$$B/C = \frac{34682,93}{80033,76}$$

$$B/C = 0,43$$

5.8.6 Resumen de evaluación económica

Cuadro Nº 61 Evaluación del proyecto

DESCRIPCIÓN	
BENEFICIO - COSTO	0,43
VAN	3151,56
TASA INTERNA DE RETORNO	34%
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	2,22

Elaborado por: Autores

Al realizar la evaluación económica financiera del proyecto, El (VAN) es de 3151,56 valor positivo. El valor del (TIR) es de 34% equivale a la tasa de interés producida por el proyecto; este indicador supera la tasa activa vigente Que es 16% para el sistema financiero. Por lo tanto, la inversión es financieramente viable.

La razón (B/C) determina que por cada dólar de gasto, se genera 0,43 dólares de rentabilidad o beneficio. El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 2,22 años.

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 La empresa

La empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía.

Para tratar de alcanzar sus objetivos, "CAMINTERTRANS S.A." obtendrá del entorno los factores a emplear en la producción, tales como materia prima, maquinaria, equipos, mano de obra, y capital.

El empresario es la persona que aporta el capital y realiza al mismo tiempo las funciones propias de la dirección: organización, planificación y evaluación, en este caso la autora del presente trabajo. El origen de la empresa está en una idea innovadora sobre los servicios, de forma que el empresario actúa como agente difusor del desarrollo económico. En este caso se encuentran unidas en una única figura el empresario-administrador, el empresario que asume el riesgo y el empresario innovador. Esta situación es característica de las empresas familiares y, en general, de las empresas pequeñas.

6.1.1 Nombre o razón social

La Minuta de Constitución Social de la persona jurídica, deberá ser firmada por quienes la constituyen, en este caso por la autora, en dos ejemplares, adjuntando copia de su Documento Nacional de Identidad.

Es importante mencionar que los Estatutos que rigen a la sociedad, deben ser redactados de modo tal, que no se requiera modificarlos permanentemente, pues ello implica un trámite algo difícil que deberá inscribirse en los Registros Públicos. Todos estos procedimientos serán realizados para tomar el nombre de “CAMINTERTRANS S.A.” para la empresa del presente estudio.

6.1.2 conformación jurídica

6.1.2.1 Constitución de la Empresa

Del estudio realizado se desprende la factibilidad de crear la compañía de transporte de camionetas para atender las necesidades de las empresas de producción, comercialización de mercaderías y movilización de personas a fin de dinamizar el desarrollo socioeconómico de la provincia de Imbabura.

La empresa tendrá los siguientes servicios:

- Transporte de encomiendas
- Transporte de mercaderías
- Movilización de personal y equipos

6.1.2.2 Formación de la Compañía

Para la formación de la empresa se deberá inscribirse en Superintendencia de Compañías mediante escritura pública de constitución.

Ente Jurídico

Se constituirá como una Empresa de Sociedad Anónima “CAMINTERTRANS S.A.” Ver anexo (Minuta de constitución sociedad Anónima.)

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

Documentos habilitantes.

Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado. En la cuenta «Integración de Capital» del Banco del Pacífico, por ser aportaciones en dinero.

Aprobación de la súper de compañías

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

1. Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza;
2. La publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez. En uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía; y. 3. La inscripción en el Registro Mercantil.

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

6.1.2.3 Desarrollo de las Actividades

Las actividades que la empresa va a desarrollar es de Comercialización de servicios de transporte en camionetas de Doble Cabina Bajo el nombre de "CAMINTERTRANS S.A."

Capital.-Las aportaciones de los accionistas son 196 acciones de un dólar, cada una, por socio; son 51 accionistas fundadores que aportan en total diez mil dólares.

Domicilio.- EL domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia urbana El Sagrario.

Cuenta Bancaria.-Se abrirá una cuenta bancaria a nombre de la compañía, con los representantes legales, previo al cumplimiento de los requisitos requeridos para el efecto.

6.1.2.4 Permisos de Funcionamiento

Como es pertinente la empresa deberá contar con toda la documentación legal para su vigencia y normal desarrollo de las actividades. Como son: La Inscripción en el registro Mercantil, El Registro único de contribuyentes (RUC), Patente Municipal, La afiliación a la Cámara de Comercio y el respectivo permiso de funcionamiento.

Requisitos para obtener el RUC Sociedades bajo el Control de la superintendencia de Compañías:

1. Formulario RUC-01-A y 01-B suscritos por el representante legal (debidamente llenado por el contribuyente).
2. Original y copia o copia certificada de la escritura de constitución o domiciliada inscrita en registro mercantil.
3. Original y copia o copia certificada del nombramiento de representante legal inscrito en registro mercantil.
4. Original y copia de la planilla de luz, agua, teléfono o pago del impuesto predial (año actual) o de pago de servicios de Tv cable, telefonía

celular o estado de cuenta, todo a nombre del sujeto pasivo (sociedad), máximo de tres meses atrás desde la fecha de emisión o en segunda instancia del representante legal.

5. Identificación del representante legal y del gerente general:
6. Copia y Original de las cuatro hojas de los datos generales del registro de sociedades emitidas por la superintendencia de compañías
7. Si son más de 8 accionistas debe presentar una ficha técnica en medio magnético con la información de los mismos
8. Carta suscrita por el contador del sujeto pasivo, certificando su relación contractual con el contribuyente.

Requisitos para obtener la Patente Municipal

1. Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación del centro
2. Copia del RUC.
3. Documentos personales del representante legal.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento

- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento
- Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud
- Al ingresar la solicitud y documentación respectiva, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios
- Entrega del informe final
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tendrá la vigencia de 1 año.

Requisitos para afiliarse a la cámara de comercio

- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa.
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías o en caso de Sociedades Civiles o Colectivas la sentencia del juez
- Fotocopia de la cedula o pasaporte del representante legal

6.1.2.5 Objetivos Estratégicos

- Implantar un sistema de transporte de camionetas Doble Cabina para usuarios del servicio; con seguridad, precios justos, eficiencia y eficacia.
- Mejorar los sistemas de atención al cliente a fin de lograr la confianza y fidelidad del usuario.
- Lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional a través de la publicidad.
- Establecer alianzas estratégicas y de cooperación con organizaciones similares.

6.1.3 Misión

Establecer un servicio de transporte de camionetas Doble Cabina con personal capacitado y calificado que atienda la demanda de movilización de mercaderías y personas dentro y fuera de la ciudad de Ibarra, a fin de dinamizar el desarrollo socioeconómico de los usuarios y propietarios de las unidades.

6.1.4 Visión

CAMINTERTRANS S.A.” En los próximos cinco años, se habrá posesionado en el Mercado como una empresa líder en el servicio de transporte en camionetas, por tener amplia participación y reconocimiento en el mercado interno y externo, operando dentro de un marco de ética, eficiencia y responsabilidad social.

6.1.5 políticas empresariales

- La principal prioridad de la empresa es el usuario del transporte
- Mantener un programa de capacitación continua al personal, para una efectiva atención al cliente.
- Celebrar contratos de mutuo beneficio entre los demandantes de transporte en camionetas, propietarios de las unidades y la Empresa de intermediación

- Realizar reuniones, con los propietarios de las unidades, para evaluar el desempeño y conocer sus necesidades
- Evaluar los aspectos financieros y corregir los posibles problemas.
- Brindar la información necesaria que requiera el cliente.

6.1.6. Principios y valores

- Se trabajara con ética y responsabilidad.
- Todos los procesos se realizarán con honestidad tanto en lo económico, técnico, y legal
- Como prioridad está el brindar un servicio de calidad y precios justos.
- Compromiso con la organización para mantenerla estable dentro del mercado.
- Mantener una responsabilidad social con la comunidad.

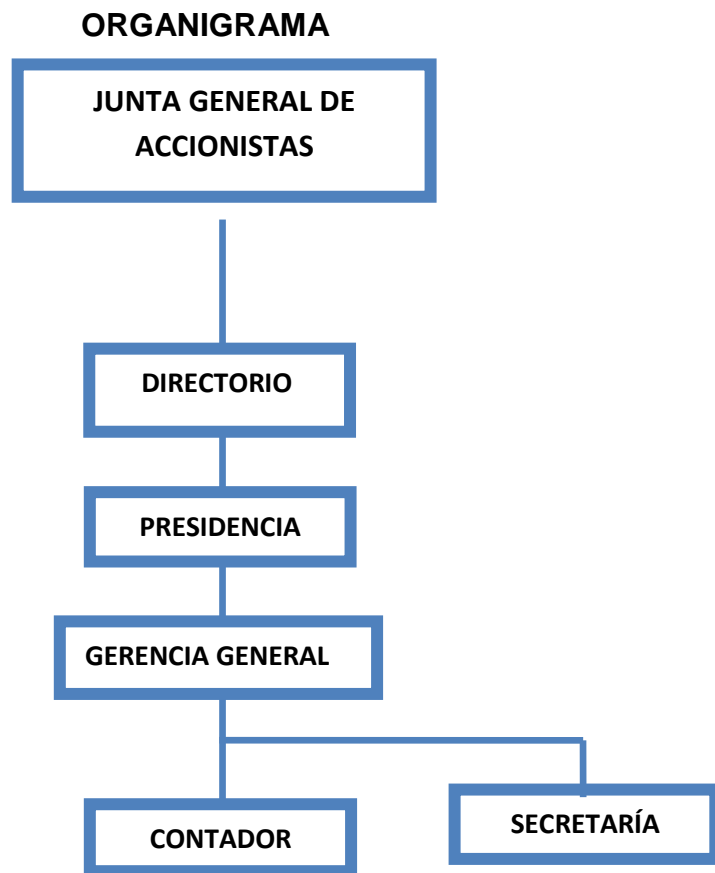
6.2 Estructura organizacional

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, es un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas.

De igual manera ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

Sin embargo, cualquier estructura organizacional que se plantee, debe ser flexible a los cambios del mercado, para lo cual es necesaria la observación permanente de los procesos que se llevan a cabo, con la finalidad de replantear cualquier estructura que no ayuda a desarrollar eficientemente el proceso en un determinado tiempo.

El modelo organizacional que se propone para la empresa corresponde a la de tipo funcional. Esta figura es usada principalmente por empresas que ofrecen servicios en paquetes



FUENTE: Directa
ELABORADO POR: La autores

6.3 orgánico funcional

6.3.1. Funciones y Descripción del Puesto

6.3.1.1. Junta General de Accionistas

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO; (2004), ART. 29. Expresa: “La junta general de accionistas se reunirá en la forma y para los efectos determinados en la Ley de Compañías, dentro de los noventa días siguientes al cierre de cada ejercicio anual, con el fin de conocer y resolver sobre el informe del Directorio relativo a la marcha del negocio, los estados financieros y distribución de utilidades”.

Representa la máxima autoridad por esta razón no tiene ninguna dependencia funcional con los otros niveles de la empresa.

Las principales funciones que deben cumplir son:

- a) Nombrar y remover al Presidente, Gerente, Directores, cuando la organización así lo requiera.
- b) Determinar los lineamientos generales e importantes para el funcionamiento de la empresa.
- c) Aprobar los Estados Financieros de la empresa.
- d) Resolver la distribución de beneficios sociales.
- e) Aprobación de estatutos, modificaciones de contratos sociales, transformación o disolución de la empresa.

6.3.1.2. Directorio

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO; (2004), Art. 30. Dice: “Los miembros del Directorio serán civil y

penalmente responsables por sus acciones u omisiones en el cumplimiento de sus respectivas atribuciones y deberes, como son:

- a) Definir la política financiera y crediticia de la institución y controlar su ejecución.
- b) Analizar y pronunciarse sobre los informes de riesgo crediticio, y a la proporcionalidad y vigencia de las garantías otorgadas.
- c) Emitir opinión bajo su responsabilidad, sobre los estados financieros y el informe de auditoría interna, que deberá incluir la opinión del auditor, referente al cumplimiento de los controles para evitar el lavado de dinero.
- d) Conocer y resolver sobre el contenido y cumplimiento de las comunicaciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros, observaciones, recomendaciones o iniciativas sobre la marcha de la institución; y,
- e) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas de esta ley, de la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, de la Junta General y del mismo Directorio.

6.4.1.3. Gerente

a) Perfil

- Ser responsable en sus funciones encomendadas.
- Creativo, innovador en sus labores y actividades.
- Estar dispuesto a trabajar bajo presión.
- Capacidad de liderazgo.
- Trabajar y coordinar las actividades en equipo.
- Tener estabilidad emocional.
- Ser flexible y a la vez tener seguridad y firmeza.
- Agilidad para tomar decisiones.

b) Requerimientos

- Profesional en Administración de Empresas, Economía, Contabilidad y Auditoría o carreras afines.
- Experiencia en trato al personal y al cliente.
- Experiencia en la estructuración y función de la microempresa.
- Edad mínima de 25 años.

c) Funciones

- Cumplir y hacer cumplir con las políticas y normas de la empresa.
- Crear políticas para un mejor control interno de la empresa.
- Realizar la planificación, organización, coordinación y control, de los procesos administrativos y productivos.
- Someter a conocimiento y aprobación de la Junta General de Accionistas.
- Gestionar la concesión de créditos en las instituciones financieras de la localidad.
- Promover los cursos de capacitación tanto para trabajadores como para la comunidad relacionada con la producción de granola.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados en la empresa.
- Informar a sus funcionarios sobre las acciones a seguir en la empresa.
- Realizar estrategias de comercialización con el fin de abrir nuevos mercados.
 - Nombrar y remover a los miembros del organismo de la empresa como presidente o cualquier otro funcionario cuyo cargo hubiere sido creado en el estatuto.
 - Conocer anualmente las cuentas el balance los informes presentados por el administrador informes de comisaria y dictar resoluciones correspondientes a las intereses.
 - organismos de administración y fiscalización.
 - Resolver sobre los beneficios sociales

- Resolver sobre la emisión de las partes beneficios y de las obligaciones
- Resolver sobre amortizaciones de acciones
- Acordar todas las modificaciones contratadas sociales (estatutos)
- Resolver a cerca de la función transformación disolución y liquidación.
- Fijar el procedimiento de liquidaciones retribución de liquidaciones considerando la cuenta de liquidación
- Conocer manualmente las cuentas el balance los informes presentados por el administrador informes del comisario y directorio resoluciones correspondientes a los intereses

Funciones del presidente

- Presidir y conocer la sesión de la junta de directorio legalizar certificados provisionales de acciones
- Vigilar la marche de la compañía y el desempeño de los funcionarios
- Velar por el cumplimiento del objeto social
- Subrogar al gerente por falta de ausencia temporal o definitiva conservando sus atribuciones propias

MANUAL DE FUNCIONES

Gerencia

Nombre del cargo: Gerente.

Requisitos del cargo

- Estudios superiores en administración, marketing, contabilidad o ramas afines
- Experiencia en la actividad

- Experiencia en el trato a clientes y personal de trabajo

Perfil de los aspirantes

- Ser responsable en sus funciones encomendadas.
- Creativo, innovador en sus labores y actividades.
- Estar dispuesto a trabajar bajo presión.
- Capacidad de liderazgo.
- Trabajar y coordinar las actividades en equipo.
- Tener estabilidad emocional.
- Ser flexible y a la vez tener seguridad y firmeza.
- Agilidad para tomar decisiones.

Funciones

- Cumplir y hacer cumplir con las políticas y normas de la empresa.
- Crear políticas para un mejor control interno de la empresa.
- Realizar la planificación, organización, coordinación y control, de los procesos administrativos y productivos.
- Someter a conocimiento y aprobación de la Junta General de Accionistas.
- Gestionar la concesión de créditos en las instituciones financieras de la localidad.
- Promover los cursos de capacitación tanto para trabajadores como para la comunidad relacionada con la producción de granola.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados en la empresa.

- Informar a sus funcionarios sobre las acciones a seguir en la empresa.
- Realizar estrategias de comercialización con el fin de abrir nuevos mercados.

CONTADORA

Nombre del cargo: Contadora

Requisitos del cargo

- Título de Contador legalmente autorizado y afiliado al respectivo Colegio Profesional.
- Experiencia en manejo de sistemas contable
- Experiencia en cargos similares y trato con el personal

Perfil de los aspirantes

- Responsable de su trabajo.
- Trabajo en equipo.
- Seguridad y firmeza.
- Ética moral y profesional

Funciones

- Estar constantemente actualizándose con lo que respecta al Servicio de Rentas Internas y asuntos afines a su cargo.
- Realizar los pagos autorizados por la gerencia y realizar las retenciones dispuestas por la ley.

- Tener la documentación del control contable al día.
- Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos.
- Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos.
- Elaborar Estados Financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.

SECRETARIA

Nombre del cargo: Secretaria

Requisitos del cargo

- Contador/a Bachiller en secretariado ejecutivo
- Manejo de Word y Excel
- Excelente dominio en ortografía
- Experiencia laboral en actividades similares

Perfil de los aspirantes

- Responsabilidad en las funciones encomendadas.
- Disposición para trabajar bajo presión.
- Iniciativa en el trabajo.
- Buenas relaciones humanas.
- Estar en capacidad de afrontar dificultades.
- Sentido de puntualidad, seguridad y firmeza.

Funciones

- Mantener los archivos bajo custodia.
- Asumir las responsabilidades en el manejo de la información a su cargo.
- Elaboración y reproducción de los informes relacionados con su área.
- Coordinar las labores de relaciones públicas y comunicación.

- Coordinar con la gerencia en las sesiones.
- Organizar, vigilar y atender los servicios generales y requerimientos de la administración de la empresa.

6.3.1 Las ventajas que ofrece la organización funcional propuesta son:

- a) Refleja la lógica de las líneas de mando
- b) Proporciona los medios de control y dirección

Conforme crezca la empresa se deberá ampliar la estructura de puestos, acorde a las necesidades, pero siempre bajo el criterio de optimizar el recurso humano.

Cuadro N° 62

Requerimiento de Personal

CARGO	NÚMERO
PRESIDENTE	1
GERENTE	1
CONTADORA	1
SECRETARIA	1
TOTAL	4

6.3.2 Documentos a Utilizarse en el Servicio

Soporte Financiero de la actividad de transporte en camioneta

Estarán de acuerdo al SRI, se detallan a continuación los principales:

- Notas de pedido
- Contratos de servicio
- Notas de Venta y/o Facturas
- Guías de remisión
- Notas de Debito

- Notas de Crédito
- Orden de entrega
- Informes de comisión

6.3.3 Identificación de la marca

a) **LOGO TIPO.-** El logotipo que se utilizará para la presentación del producto es el siguiente

CAMIONETAS



“CAMINTERTRANS S.A.

b) **ESLOGAN**

COMODIDAD, SEGURIDAD Y ECONOMÍA EN “CamIntertrans S.A.”
TRANSPORTE Y MOVILIZACIÓN EN CAMIONETA DOBLE CABINAS

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

En el presente capítulo se analiza los resultados del estudio, que permiten la comprensión de los impactos; para lo cual, se utilizó una metodología basada en indicadores y niveles de valoración.

7.1. Escalas de impacto

Cuadro Nº 63

ANÁLISIS DE IMPACTOS

VALORACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto alguno
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Para cada tipo de impacto se ha establecido indicadores que fueron cuantificados por los beneficiarios directos o indirectos del proyecto, la sumatoria de los datos totales de los diferentes niveles divididos para el número de indicadores, permitió identificar el nivel de impacto de cada aspecto. Asimismo con los resultados de cada aspecto, considerado, se logró establecer el impacto global del proyecto.

7.2. Aspectos Evaluables

Los aspectos sometidos a evaluación son:

Empresarial, Social, Económico, Comercial y Ecológico

7.2.1. Impacto empresarial

Cuadro N° 64

IMPACTO VALORACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3
Expectativas de emprendimiento							■
Innovación de servicio						■	
Procesos productivos					■		
Estilos de gestión						■	
Manejo de recursos							■
TOTAL	-	-	-	-	1	4	6

$$I = \frac{\sum Ind}{N.Ind} \quad I = \frac{11}{5} = 2,2 = 2.2 \text{ nivel de impacto empresarial es positivo medio}$$

El impacto empresarial es positivo medio; ha provocado expectativas en las personas emprendedoras y en el manejo de los recursos, en un nivel positivo alto; identifica nuevos estilos de gestión e innovación del servicio para generar empresa aprovechando la demanda insatisfecha de transporte en camionetas. Asimismo, se considera positivo bajo los procesos productivos del servicio; lo que implica que los destinatarios del proyecto no le dan mucha importancia a la forma de producción del servicio.

7.2.2. Impactó social

Cuadro Nº 65

IMPACTO VALORACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3
Creación de fuentes de trabajo						x	
Bienestar comunitario							x
Aceptación Social						x	
Equidad de Género							x
Auto superación							x
Calidad de vida							x
TOTAL	-	-	-	-	-	4	12

$$I = \frac{\sum Ind}{N.Ind} \quad I = \frac{16}{6} = 2,7 = 2.7 \quad \text{Nivel de impacto social es positivo alto}$$

El impacto social del proyecto es de 2.7 puntos que equivale a un alto impacto positivo en la sociedad, como es lógico la aparición de nuevas empresas siempre crean expectativas en el conglomerado.

La aceptación de la empresa de transporte de camionetas, es evidente, por cuanto mejora la calidad de vida y bienestar de la comunidad, por la generación de ingresos; especialmente empleo y aceptación social, al servicio de transporte de camionetas Doble Cabina, provoca equidad de género debido a que no existe discriminación, pues no es exclusivo de varones o mujeres. El proyecto genera cambios en las estructuras sociales, debido a la diversificación en el servicio, es importante hacer empresa y alcanzar nivel les de competitividad para hacer frente a la competencia, lo que motiva a la auto superación.

7.2.3. Impacto económico

Cuadro Nº 66

IMPACTO \ VALORACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3
Economía regional						X	
Económica social							X
Incremento de productividad						X	
Efecto económico multiplicador					X		
Dinámica comercial							X
TOTAL	-	-	-	-	1	4	6

$$I = \frac{\sum Ind}{N.Ind} \quad I = \frac{11}{5} = 2,2 \quad = 2,2 \quad \text{nivel de impacto económico es positivo medio.}$$

En el aspecto económico el proyecto de creación de la empresa de transporte de camionetas de tiene un impacto positivo medio de 2.2 puntos, que demuestra incidencia en la economía social y el incremento de la dinámica comercial; en el incremento de la productividad y finalmente, el efecto multiplicador de la economía en la región. Debido a la dinámica en el flujo de mercancías, productos y personas desde las fuentes de aprovisionamiento al sitio requerido por el consumidor

7.2.4. IMPACTO COMERCIAL

Cuadro Nº 67

IMPACTO VALORACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3
Servicio y atención al cliente							x
Garantía integrada							x
Posicionamiento al mercado						x	
Portafolio de servicios						x	
Precios de competencia						x	
Competitividad							x
Segmentación					x		
TOTAL	-	-	-	-	1	6	9

$$I = \frac{\sum Ind}{N.Ind} \quad I = \frac{16}{7} = 2,28 = 2.3$$
 nivel de impacto de comercialización es positivo medio.

Los factores relacionados con la comercialización alcanzan un nivel de impacto positivo medio con 2.3 puntos, mismo que garantiza la viabilidad del proyecto.

La comercialización del servicio de transporte en camionetas en los distintos factores relacionados tiene un impacto positivo medio, no así sobre la segmentación de mercado, por cuanto los servicios son para toda clase de público.

7.2.5. Impacto ambiental

Cuadro N° 6

IMPACTO VALORACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación aire			x				
Contaminación suelo				x			
Contaminación del agua							x
TOTAL	-	-	-1		1		3

$$I = \frac{\sum Ind}{N.Ind} \quad I = \frac{3}{3} = 1 \text{ Nivel de impacto ecológico positivo bajo}$$

El impacto del proyecto de creación de una empresa de transporte de Camionetas, en el aspecto ecológico es mínimo, pero no implica que se descarte, debido a que los residuos de combustible fósil como gasolina y diesel contaminan el aire; por lo que la empresa no causa mayores daños al medio ambiente

7.2.6. Análisis global de impactos

Cuadro N° 69

IMPACTO VALORACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3
-Impacto Empresarial						x	
-Impacto Social							x
-Impacto Económico						x	
-Impacto Comercialización						x	
-Impacto Ambiental			x				
TOTAL	-	-	-	-	1	6	3

$$I = \frac{\sum Ind}{N.Ind} \quad I = \frac{10}{5} = 2 \text{ Sumatoria dividida para el numero de impactos } 8 / 5$$

Impacto Global= 2

El impacto general es de 2 puntos es decir que el impacto promedio es medio positivo, podemos determinar la viabilidad del proyecto ya que, la contribución positiva en los diferentes aspectos es determinante para el éxito de la empresa.

CONCLUSIÓN.- El impacto del proyecto es positivo medio, por lo tanto, es viable en todos los aspectos analizados.

RECOMENDACIÓN.- Se recomienda ejecutar el proyecto

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ✓ El diagnóstico concluye que el servicio de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra es poco suficiente y es calificado como de mala calidad, por cuanto la mayoría de los propietarios de unidades que realizan el transporte no pertenecen a cooperativas o empresas constituidas; provocando, por este motivo, inseguridad para los usuarios.

- ✓ El estudio de mercado determinó que actualmente existe una alta demanda insatisfecha y que para los siguientes años se incrementará, favoreciendo el desarrollo efectivo de la empresa de servicio de transporte en camionetas

- ✓ La empresa debe ubicarse en la zona del mercado mayorista y el centro de la ciudad; por la facilidad de acceso de los usuarios y la promoción directa o a través de los teléfonos e internet.

- ✓ La estructura orgánico- funcional no requiere demasiado personal para su funcionamiento y el recurso humano se encuentra disponible en la localidad. El proyecto de creación de la empresa de transporte de camionetas es financieramente rentable, porque supera las tasas activas del mercado.

RECOMENDACIONES

- ✓ Crear la empresa de transporte en camionetas, para atender la creciente demanda de servicio de transporte de camionetas, con enfoque de atención al cliente y la aplicación de técnicas de marketing.

- ✓ Debe existir un mayor apoyo por parte de las autoridades locales para la creación de proyectos que promuevan el desarrollo y mejoramiento del nivel de vida de la ciudad.

- ✓ Buscar el sitio estratégico en donde facilite al cliente tener la facilidad para contratar el servicio de transporte y promocionar el servicio para posicionarnos en el mercado

- ✓ A la empresa, aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado para generar empleo, y obtener rentabilidad a través de nuevos sistemas de producción y comercialización de servicios de transporte, que garanticen calidad y seguridad a los usuarios

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA, Germán (1998); Proyectos Formulación, Evaluación y Control; AC EDITORES, Colombia.

BRAVO, Mercedes (2003); Formación de Microempresas EDITORA NUEVO DÍA, Ecuador.

CHIAVENATO, Idalberto. (2002) Gestión del Talento Humano; MC GRAW HILL, Colombia.

CHIAVENATO, Idalberto. (2000) Administración de Recursos Humanos; MC GRAW HIL, Colombia.

CHILQUINGA, Manuel (2007); COSTOS; IMPRENTA - OFFSET GRAFICOLOR; Ibarra.

Galindo Munch, "Fundamentos de Administración", TRILLAS, México, D.F., 2004

GOMEX Antonio (1999), pág. 22 organigrama estructural

HERNÁNDEZ Sergio, (1994)."Introducción a la Administración, ", Ms. Graw Hill, México D.F.,

HILL, Charles/ GARETH, Jones (1996); Administración Estratégica un enfoque integrado; MC GRAW HILL; Colombia.

HILL, Charles/ GARETH, Jones (2005); Administración Estratégica un enfoque integrado; MC GRAW HILL sexta edición; Colombia.

HITT, BLACK, PORTER. (2006) Administración; PRENTICE HALL, México.

Ing.EDGAR Montero: 2008, Manual de gestión Micro empresarial. Ecuador

JÁCOME, Walter (2005); Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión; EDITORIAL UNIVERSITARIA, Ibarra.

REINOSO, Víctor (1986); El Proceso Administrativo y su aplicación en las empresas; Ministerio de Educación y Cultura, Quito.

REYES Ponce Agustín. Administración de Empresas.2004. Pag.78

VÁSCONEZ, José. (2001) Contabilidad General para el Siglo XXI; PRENTICE HALL, México.

VÁSQUEZ R. Víctor Hugo. (2002) Organización Aplicada; GRÁFICAS VÁSQUEZ; Ecuador.

ZAPATA Pedro (2008), Pág. 192, Instalaciones y Equipos

LINCOGRAFÍA

www.microsoftencarta.com

www.promonegocios.net

www.economiaynegocios2008.com

www.proyectosfindecarrera.com

www.definicion.de.com

www.answers.questions.yahoo.com

www.wikipedia.com

www.monografias.com

www.articulosinformativos.com

www.eco-finanzas.com

www.wikipedia.com

www.wikilearning.com

www.econlink.com.ar



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Encuesta dirigida a usuarios de transporte de camionetas

Objetivo: Diagnosticar la situación del mercado de servicio de transporte de camionetas.

Instrucciones: Responder con sinceridad marcando una x en las alternativas establecidas, que considere correcto según su criterio.

1. ¿En cuál de las parroquias de la ciudad de Ibarra conoce Ud. que existe el servicio de transporte de camionetas?

OPCIONES	Respuesta
San Francisco	
El Sagrario	
Caranqui	
Alpachaca	
Priorato	
Ninguno de los anteriores	

2.- ¿Para qué tipo de actividad económica que Ud. realiza con más frecuencia, necesitaría el servicio de transporte en camioneta?

OPCIONES	Respuesta
Comercio	
Construcción	
Producción	
Servicio	

3. ¿Con qué frecuencia usa el servicio de transporte de camionetas?

OPCIONES	Respuesta
Diariamente	
Semanalmente	
Mensualmente	
Ocasionalmente	

4. ¿Qué tipo de camioneta prefiere para satisfacer sus necesidades de transporte?

OPCIONES	Respuesta
Cabina doble	
Cabina sencilla	
Furgón	
Cajón madera	

5. ¿De qué manera calificaría el servicio que prestan las actuales empresas de transporte de camionetas?

OPCIONES	Respuesta
Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

6. ¿Considera que el servicio de camionetas es suficiente para todos los sectores de la ciudad de Ibarra?

OPCIONES	Respuesta
SUFICIENTE	
POCO SUFICIENTE	
NADA SUFICIENTE	

7. ¿El precio del servicio del transporte de camionetas le parece?

OPCIONES	Respuesta
Caro	
Barato	
Equilibrado	

8. ¿Cuál es el presupuesto mensual que estima en gastos transporte en camionetas?

OPCIONES	Respuesta
1 a 10 Dólares	
11 a 30 Dólares	
31 a 60 Dólares	
61 a 120 Dólares	
Más de 120	

9. Para que sea de fácil acceso, Donde considera Ud. Que debe ubicarse la empresa?

OPCIONES	Respuesta
Centro de la ciudad	
Mercado mayorista	
Terminal terrestre	
La plaza	

10.- Como le gustaría tener acceso al servicio de la empresa de Transporte de camionetas?

OPCIONES	Respuesta
En una parada específica	
En la oficina	
Por teléfono	

11. ¿los transportistas de camionetas que Ud. A utilizado pertenecen a:?

OPCIONES	Respuesta
Cooperativa	
Compañía	
Individual Particular	

12.- ¿considera necesaria la creación de una empresa de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra?

OPCIONES	Respuesta
Si	
No	

13.- Ha tenido dificultades para conseguir el servicio de camionetas?

OPCIONES	Respuesta
Siempre	
A veces	
Nunca	

14 Para que contrata con más frecuencia el servicio de transporte en camionetas?

OPCIONES	Respuesta
Distribución de alimentos	
Materiales de construcción	
Equipos y herramientas	
Insumos para la industria	

Anexo 2: Entrevista a cooperativas de transporte de camionetas

1.- ¿Estaría de acuerdo en que se cree una empresa de transporte de camionetas en la ciudad de Ibarra?

.....
.....
.....
.....

2.- ¿Cómo afectaría a las cooperativas existentes, la creación de la empresa de transporte Ecotrans?

.....
.....
.....
.....

3.- ¿Cómo cobrar el valor de las carreras?

Por kilómetros-----

Por peso-----

4.- ¿Cuánto cobra por un recorrido de:

1 a 5k _____

5 a15km _____

15km a más _____

5.- ¿Por tiempo de espera de una hora cuánto cobran?

.....
.....
.

Anexo 3: Minuta de constitución de la empresa

MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de sociedad Anónima, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -

Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: ... (todos los nombres de los accionistas).....los

comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada “CamIntertrans S.A.” la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CAMIONETAS. “CamIntertrans S. A”.

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Ibarra, con domicilio en la parroquia urbana El Sagrario, provincia de Imbabura República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de transporte de camionetas doble cabina “CamIntertrans S.A.”

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la intermediación de transporte de encomiendas, mercaderías, alimentos y personas como principal actividad del sector transportista. La compañía, además realizará actividades de capacitación en atención al cliente y

mejoramiento de los servicios a cualquier parte del país. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica establecer convenios estratégicos para incrementar su rentabilidad, si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir sucursales dentro o fuera del país y celebrar contratos con empresas públicas y privadas que necesiten el servicio de transporte en camionetas doble Cabina, sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es indefinido, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de accionista, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse, si así lo resolviere la Junta general de accionistas en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de diez mil dólares, dividido en diez mil participaciones de un dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de accionistas, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y.

en tal caso, los accionistas tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de accionistas.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de accionistas y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los accionistas fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los accionistas tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de accionistas. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO
DE LOS ACCIONISTA DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y
RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los accionistas:

- a) Las que señala la Ley de Compañías;
- b) Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;
- c) Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,
- d) Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios. personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;
- b) Elegir y ser elegido para los órganos de administración;
- c) A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones. lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía;
- d) Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISÉIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital

social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendría la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

- a) Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y. en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:
- b) Nombrar al directorio como presidente, y al gerente de la compañía, señalarle su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

- c) Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;
- d) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios;
- f) Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley;
- g) Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- h) Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto;
- i) Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;
- j) Aprobar los reglamentos de la compañía;
- k) Aprobar el presupuesto de la compañía;
- l) Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía;
- m) Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Debe ser obligatoriamente socio de la compañía.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

- a) Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios;
- b) Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;
- c) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

d) Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

e) Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

f) Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

a) Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

b) Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

c) Dirigir la gestión económico financiera de la compañía;

d) Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

e) Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

f) Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de diez salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de diez salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

g) Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

i) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

j) Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;

k) Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

l) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

m) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías. Especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTICULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte. Interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía COMERCIALIZADORA del servicio de transporte en Camionetas doble cabina "CamIntertrans S. A ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: las diez mil participaciones, de un dólar cada una, se han distribuido para cincuenta y un socios inversionistas, cada uno con ciento noventa y seis acciones. Con un valor total de diez mil dólares; de un dólar cada una; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco del Pacífico, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado

