



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA AL ENSAMBLAJE Y SERVICIOS DE
“MOTOTAXI” EN LA CIUDAD DE IBARRA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. C.P.A.

AUTOR: FABIÁN GODOY ROSAS

DIRECTOR: Ecn. ESTUARDO AYALA

IBARRA-ECUADOR

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa trata del ensamblaje y servicio de mototaxi en la ciudad de Ibarra. La idea nace por cuanto en los últimos años la circulación vehicular en la ciudad se ha incrementado notablemente y provoca a menudo atascos en las calles principales de la urbe. “FG” será la razón social de este emprendimiento que tiene como actividad principal, prestar el servicio de mototaxi, el cual, será de gran utilidad para la zona, según el análisis de mercado realizado. Ubicado en la ciudad de Ibarra, Imbabura, debido al gran flujo de personas que circulan diariamente y por la gran cantidad de personas a nivel zonal que muestran la necesidad de dicho servicio. El costo de este servicio será de \$ 0,75 centavos de dólar por cuanto está entre los \$ 0,25 centavos del bus urbano y el \$ 1,25 USD. del taxi normal o ejecutivo. Arrancará con 21 mototaxis y el promedio de clientes diarios es de 40. “FG” será de Naturaleza Jurídica, captará socios que aportarán mensualmente un porcentaje para capitalización de la empresa. Los socios serán 30, los cuales aportaran parte del capital inicial y la otra parte del monto inicial de capital será integrada por un préstamo solicitado, el cual será de \$88.538. Este emprendimiento tendrá como principal objetivo satisfacer plena y completamente las necesidades de los clientes en cuanto a transporte de pasajeros y carga, logrando de esta manera ser la empresa de servicio más importante a nivel zonal con una rentabilidad que oscila entre los 16956 y 108637 durante los primeros cinco años.

EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility project for the creation of a microenterprise is the assembly and motorcycle taxi service in the city of Ibarra. The idea came about because in recent years the flow of traffic in the city has increased significantly and often leads to traffic jams on the main streets of the city. "FG" is the name of this endeavor that has as main activity, providing the motorcycle taxi service, which will be of great benefit to the area, according to market analysis. Located in the city of Ibarra, Imbabura, due to the large influx of people moving every day and the large number of people at the zonal level to show the need for this service. The cost of this service is \$ 0.75 cents as it is between \$ 0.25 cents of urban bus and \$ 1.25 USD. normal taxi or executive. Mototaxis start with 21 and the average is 40 customers per day. "FG" will be of a legal nature, will pick partners who provide a monthly rate for capitalization of the company. Partners will be 30, which provided initial capital and elsewhere in the initial amount of capital will consist of a loan request, which will be \$ 88,538. This venture will have as its main objective fully and completely satisfy the needs of customers in terms of passenger and cargo transport, thus achieving to be the largest service company at the zonal level with a return of between 16956 and 108637 in the first five years.

AUTORÍA

Yo, Nomberto Fabián Godoy Rosas, portador de la cédula de ciudadanía 100124549-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Fabián Godoy Rosas

100124549-5

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Nomberto Fabián Godoy Rosas, por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ENSAMBLAJE Y SERVICIOS DE “MOTOTAXI” EN LA CIUDAD DE IBARRA”. Considero que el presente trabajo reúne los 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 3 días del mes de Enero del 2011.

Ecn. Estuardo Ayala

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

Yo, Nomberto Fabián Godoy Rosas, con cédula de identidad N. 100124549-5, 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) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA AL ENSAMBLAJE Y SERVICIOS DE “MOTOTAXI” EN LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: “INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA. C.P.A.” 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.

Firma:

Nombre: Nomberto Fabián Godoy Rosas

Cédula: 100124549-5

Ibarra, 3 de Enero del 2011.

DEDICATORIA

A Dios.

A mis padres, Víctor Godoy y Beatriz Rosas, por estar junto a mí.

A mi esposa e hijos, Martha Trujillo, porque ella ha sido mi inspiración sin lo cual no hubiese terminado el presente trabajo.

AGRADECIMIENTO

Al Ecn. Estuardo Ayala, por su asesoramiento y apoyo incondicional durante la elaboración del proyecto.

A todos quienes conforman la Carrera de Ingeniería Comercial, por el apoyo brindado en mis estudios profesionales.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto desarrolla un Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa que se llamará FG, la misma que se dedicará al ensamblaje y servicio de mototaxi.

El diseño del Estudio de Factibilidad para FG está integrado por siete capítulos.

El capítulo 1 formado por, los antecedentes del proyecto, el detalle de la idea del emprendimiento, y la breve descripción de la investigación.

El capítulo 2 contiene la teoría de soporte para el desarrollo del proyecto, redactado a través del Marco Teórico.

El capítulo 3 comprende, el desarrollo metodológico de la Investigación de Mercados realizada en el segmento meta y sus respectivos resultados, así como el análisis de la oferta y la demanda del mercado.

En el capítulo 4 se desarrolla de manera detallada el estudio técnico de FG, determinando aspectos tecnológicos, mobiliarios, inmobiliarios, humanos, y productivos.

En el capítulo 5 se propone las estrategias referentes al precio, plaza, y promoción referentes al servicio, para conseguir el objetivo de ventas en el clúster determinado, permitiendo realizar proyecciones de egresos e ingresos, así como el flujo de efectivo y su respectiva evaluación a través del VAN y la TIR.

El capítulo 6 describe de manera detallada cómo funcionará FG tanto en aspectos legales, tributarios y humanos a través del Plan organizacional.

En el capítulo 7 enfoca los principales impactos del proyecto.

Finalmente se exponen las conclusiones de la investigación realizada y se sugieren ciertas recomendaciones para futuro.

CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	ii
Executive Summary	iii
Autoría	iv
Certificación	v
Cesión de Derechos de Autor	vi
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Presentación	ix
Índice general	xi
Índice de tablas	xiii
Índice de gráficos	xiv

INTRODUCCIÓN **iError! Marcador no definido.**

CAPÍTULO I **iError! Marcador no definido.**

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL **iError! Marcador no definido.**

Antecedentes **iError! Marcador no definido.**

Objetivos **iError! Marcador no definido.**

Variables Diagnósticas **iError! Marcador no definido.**

Indicadores **iError! Marcador no definido.**

Matriz de Relación **iError! Marcador no definido.**

Mecánica Operativa **iError! Marcador no definido.**

CAPÍTULO II..... **iError! Marcador no definido.**

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS **iError! Marcador no definido.**

La Empresa **iError! Marcador no definido.**

Fundamentos Administrativos..... **iError! Marcador no definido.**

Estudio de Mercado **iError! Marcador no definido.**

Tipos y Modelos..... **iError! Marcador no definido.**

El Servicio **iError! Marcador no definido.**

Estudio Técnico **iError! Marcador no definido.**

Estudio Financiero **iError! Marcador no definido.**

Métodos de Evaluación de Proyectos de Inversión**iError! Marcador no definido.**

Fundamentos de Mercadotecnia **iError! Marcador no definido.**

CAPÍTULO III **iError! Marcador no definido.**

ESTUDIO DE MERCADO **iError! Marcador no definido.**

Identificación del Servicio..... **iError! Marcador no definido.**

Mercado Meta **iError! Marcador no definido.**

Segmento del Mercado **iError! Marcador no definido.**

Comportamiento de la Demanda **iError! Marcador no definido.**

Comportamiento de la Oferta **iError! Marcador no definido.**

El Precio..... **iError! Marcador no definido.**

Comercialización..... **iError! Marcador no definido.**

Estrategias de Comercialización	iError! Marcador no definido.
CAPÍTULO IV	iError! Marcador no definido.
ESTUDIO TÉCNICO	iError! Marcador no definido.
Localización.....	iError! Marcador no definido.
Ingeniería del Proyecto	iError! Marcador no definido.
Inversión.....	iError! Marcador no definido.
Capital de Trabajo	iError! Marcador no definido.
Financiamiento	iError! Marcador no definido.
CAPÍTULO V	iError! Marcador no definido.
EVALUACIÓN ECONÓMICA	iError! Marcador no definido.
Determinación de Ingresos	iError! Marcador no definido.
Determinación de Egresos	iError! Marcador no definido.
Gastos Administrativos.....	iError! Marcador no definido.
Gastos de Ventas	iError! Marcador no definido.
Gastos Financieros	iError! Marcador no definido.
Depreciaciones.....	iError! Marcador no definido.
Estados Financieros	iError! Marcador no definido.
Evaluación Financiera.....	iError! Marcador no definido.
CAPÍTULO VI	iError! Marcador no definido.
ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA	iError!
Marcador no definido.	
Aspecto Legal de la Empresa	iError! Marcador no definido.
Constitución Jurídica	iError! Marcador no definido.
Normativa Tributaria	iError! Marcador no definido.
Políticas Empresariales	iError! Marcador no definido.
Estructura Orgánica	iError! Marcador no definido.
CAPÍTULO VII	iError! Marcador no definido.
IMPACTOS DEL PROYECTO	iError! Marcador no definido.
Análisis de Impactos.....	iError! Marcador no definido.
Impacto Social.....	iError! Marcador no definido.
Impacto Económico.....	iError! Marcador no definido.
Impacto Ambiental	iError! Marcador no definido.
Impacto Educativo	iError! Marcador no definido.
CONCLUSIONES.....	iError! Marcador no definido.
RECOMENDACIONES	iError! Marcador no definido.
BIBLIOGRAFÍA:	iError! Marcador no definido.
ANEXOS	iError! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

	Pag:
Tabla 1: Ciudades más pobladas	25
Tabla 2: Datos base de la muestra	26
Tabla 3: Proyección de la población	26
Tabla 4: Primera pregunta encuesta usuario final	31
Tabla 5: Segunda pregunta encuesta usuario final	32
Tabla 6: Tercera pregunta encuesta usuario final	33
Tabla 7: Cuarta pregunta encuesta usuario final	34
Tabla 8: Quinta pregunta encuesta usuario final	35
Tabla 9: Sexta pregunta encuesta usuario final	36
Tabla 10: Séptima pregunta encuesta usuario final	37
Tabla 11: Octava pregunta encuesta usuario final	38
Tabla 12: Novena pregunta encuesta usuario final	39
Tabla 13: Décima pregunta encuesta usuario final	40
Tabla 14: Primera pregunta encuesta posible emprendedor	41
Tabla 15: Segunda pregunta encuesta posible emprendedor	42
Tabla 16: Tercera pregunta encuesta posible emprendedor	43
Tabla 17: Cuarta pregunta encuesta posible emprendedor	44
Tabla 18: Quinta pregunta encuesta posible emprendedor	45
Tabla 19: Sexta pregunta encuesta posible emprendedor	46
Tabla 20: Séptima pregunta encuesta posible emprendedor	47
Tabla 21: Fases de la Investigación de mercados.	60
Tabla 22: Fuente de datos secundarios	61
Tabla 23: Fuente de datos secundarios	62
Tabla 24: Dimensiones y variables de segmentación.	94
Tabla 25: Comportamiento de la demanda	95
Tabla 26: Demanda futura	95
Tabla 27: Comportamiento de la Oferta	96
Tabla 28: Oferta Futura	97
Tabla 29: Oferta Vs. Demanda	97
Tabla 30: Precio en el mercado interno	98
Tabla 31: Evolución del precio	99
Tabla 32: Equipos y Herramientas	103
Tabla 33: Equipo de Cómputo	103
Tabla 34: Muebles de Oficina	103
Tabla 35: Vehículos	104
Tabla 36: Depreciaciones	104
Tabla 37: Diferidos	104
Tabla 38: Mano de Obra Directa	105
Tabla 39: Gastos de Fabricación	105
Tabla 40: Talento Humano	105

Tabla 41: Gastos de ventas	106
Tabla 42: Composición del Capital de Trabajo	106
Tabla 43: Resumen de la inversión	107
Tabla 44: Financiamiento	107
Tabla 45: Determinación de los clientes	108
Tabla 46: Proyección de Ingresos	109
Tabla 47: Mano de Obra Directa	109
Tabla 48: Proyección del SBU	110
Tabla 49: Salario Mensual	110
Tabla 50: Salario Anual	111
Tabla 51: Costos Indirectos de Fabricación	111
Tabla 52: Costos de Producción	112
Tabla 53: Salarios de los funcionarios	112
Tabla 54: Salarios anuales de los funcionarios	112
Tabla 55: Gastos de Venta	113
Tabla 56: Amortizaciones	114
Tabla 57: Gastos Financieros	115
Tabla 58: Cálculo de depreciaciones	116
Tabla 59: Balance de arranque al año (cero)	116
Tabla 60: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	117
Tabla 61: Flujo de Caja Proyectado	118
Tabla 62: Cálculo de la Tasa de Redescuento	118
Tabla 63: Cálculo del VAN	119
Tabla 64: Tasa Interna de Retorno	119
Tabla 65: Cálculo del TRM	120
Tabla 66: Periodo de Recuperación de la Inversión	121
Tabla 67: Tabla de Medición de impactos	133
Tabla 68: Impacto Social	134
Tabla 69: Impacto Económico	135
Tabla 70: Impacto Ambiental	137
Tabla 71: Impacto Educativo	138

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pag:
Gráfico 1: Primera pregunta encuesta usuario final	31
Gráfico 2: Segunda pregunta encuesta usuario final	32
Gráfico 3: Tercera pregunta encuesta usuario final	33
Gráfico 4: Cuarta pregunta encuesta usuario final	34
Gráfico 5: Quinta pregunta encuesta usuario final	35
Gráfico 6: Sexta pregunta encuesta usuario final	36
Gráfico 7: Séptima pregunta encuesta usuario final	37
Gráfico 8: Octava pregunta encuesta usuario final	38
Gráfico 9: Novena pregunta encuesta usuario final	39
Gráfico 10: Décima pregunta encuesta usuario final	40
Gráfico 11: Primera pregunta encuesta posible emprendedor	41
Gráfico 12: Segunda pregunta encuesta posible emprendedor	42
Gráfico 13: Tercera pregunta encuesta posible emprendedor	43
Gráfico 14: Cuarta pregunta encuesta posible emprendedor	44
Gráfico 15: Quinta pregunta encuesta posible emprendedor	45
Gráfico 16: Sexta pregunta encuesta posible emprendedor	46
Gráfico 17: Séptima pregunta encuesta posible emprendedor	47
Gráfico 18: Comportamiento de oferta	63
Gráfico 19: Comportamiento de la demanda	65
Gráfico 20: Modelo de mototaxi	66
Gráfico 21: Mototaxi ejecutiva	67
Gráfico 22: Mototaxis Personales	68
Gráfico 23: Mototaxi de servicios	68
Gráfico 24: Mototaxi de lujo	69
Gráfico 25: Tipos de mototaxi	73
Gráfico 26: Costos de producción fijo	83
Gráfico 27: Costos de producción variable	84
Gráfico 28: Mototaxi para transporte de pasajeros	91
Gráfico 29: Mototaxi para transporte de carga	92
Gráfico 30: Pasos de comercialización	99
Gráfico 31: Agentes	100
Gráfico 32: Mapa de Imbabura	101
Gráfico 33: Ciudad de Ibarra	102
Gráfico 34: Organigrama	128

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La estresada vida cotidiana amanece y se acuesta bajo el rumor de los cientos de autos que cada día cruzan la ciudad. Un recorrido desde el parque Santo Domingo, al norte de la ciudad, hasta el Terminal terrestre, en el lado opuesto de la ciudad de Ibarra, puede suponer más de 10 minutos de trayecto si se opta por hacerlo en taxi por las calles Olmedo o Chica Narváez.

Los inevitables atascos -cada vez más frecuentes - han empujado hacia un nuevo modelo de negocio que hará las delicias de los clientes, para quienes un solo minuto cuenta mucho en sus explosivas agendas diarias.

El desarrollo vertiginoso de la ciudad, trae consigo problemas estructurales, es decir, hay que realizar estudios para la dotación de servicios básicos como son: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado y otros, lo cual significa costos para los entes gubernamentales y especialmente para la población.

Paralelamente a estos problemas, nace la necesidad de transportarse de un lugar a otro, en nuestra ciudad contamos con dos cooperativas de buses urbanos y varias cooperativas de taxis que han logrado cubrir un buen porcentaje del transporte.

Al conservar los ritmos de crecimiento poblacional y habitacional actuales, la ciudad cada vez contará con mayor parque automotor, tornándose un problema la circulación vehicular, lo que desembocará en una pérdida de tiempo, el incremento del estrés poblacional, cambios en el comportamiento personal.

A las amas de casa que regresan del mercado les resulta muy incómodo llevar las canastas cargadas de compras a su casa, pero les resulta muy caro tomar un taxi, o simplemente no existe una ruta de bus que le deje cerca a su casa.

Se ha transformado los tradicionales triciclos de carga para llevar pasajeros. Con ello han surgido los 'taxis ecológicos' que se han vuelto populares en varias ciudades del Ecuador. Esa innovación ha dado origen incluso a otra versión más sofisticada que combinó el triciclo con la moto: "el moto taxi".

Justificación

La inseguridad de los taxis particulares convencionales, en donde muchas veces se han producido robos, secuestros y violaciones, generó la oportunidad para el surgimiento de las empresas que prestan el servicio de taxis, a las que se puede contratar por teléfono, y que llevan un adecuado control de sus unidades y sus conductores.

Por lo anteriormente expuesto, el servicio de moto taxi se convertirá rápidamente en un medio de transporte económico y fácil de tomar, será una buena opción para aquellos que viajan ligero y que desean llegar rápidamente a su destino, cubrirá horarios extensos, lugares de difícil acceso, ofrecerá sus servicios a un costo relativamente bajo, podrá ser usado por todos los grupos sociales, la ecología no se verá afectada en mayor grado, y además será una fuente generadora de empleo.

Con el correcto funcionamiento de esta microempresa se beneficiará directamente su propietario o socios y de manera indirecta a sus empleados ya que se mejorará sus ingresos y por ende su nivel de vida.

Al conformarse esta organización se genera fuentes de empleo en la ciudad de Ibarra, con lo cual, los índices de desempleo bajarán y por lo tanto contribuirá a que el fenómeno de la migración se reduzca.

Todas las empresas que se crean en el Ecuador, de una u otra forma, contribuyen en el mejoramiento del PIB, por lo que esta microempresa también lo hará. Sus rentas estarán encaminadas a coadyuvar el financiamiento del presupuesto del Estado y a la vez convertirse en un medio de inversión para mejorar la economía del Ecuador.

La constitución de la microempresa es totalmente factible ya que se contará con todos los recursos humanos, materiales, económicos y técnicos, también se dispone de toda la información teórica en lo que respecta a la implantación de este tipo de transporte en otros países de similares características, tomando en cuenta todos los aspectos legales, contables y administrativos.

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de moto-taxi, con la finalidad de brindar un servicio rápido y barato dentro de la ciudad de Ibarra.

Objetivos específicos

- Estructurar las bases teóricas y científicas que nos permitan tener un marco referencial de esta investigación considerando leyes, reglamentos, normativas, internet, folletos y otros.

- Realizar un estudio de mercado que nos permita determinar la oferta y la demanda del usuario relacionado a este medio de transporte alternativo.
- Diseñar el estudio técnico que permita desarrollar cada área funcional de la microempresa.
- Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.
- Determinar la organización de la Microempresa.
- Determinar los impactos ambientales, sociales, educativos, económicos y culturales que generará la aplicación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

El presente estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicio de “moto taxi, se realizó en la ciudad de Ibarra.

Para este estudio se utilizó las técnicas de la encuesta, entrevista y la observación directa a los diferentes almacenes dedicados a la importación y ensamblaje de estas máquinas, gremios de carretoneros ubicados en los mercados de Ibarra y a los posibles usuarios de este servicio.

Las encuestas están aplicadas a 30 potenciales emprendedores de este servicio y los usuarios finales que se estableció en la muestra, cada cuestionario es de 7 y 10 preguntas respectivamente, en donde se indaga sobre las formas de comercialización y posibles sistemas de servicio existentes en este tipo de negocio.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Realizar un Diagnóstico Situacional que permita identificar las Oportunidades, Riesgos, Aliados y Oponentes del sector, con la finalidad de brindar un servicio rápido y barato dentro de la ciudad de Ibarra.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar los sistemas de producción para poder sugerir las mejores formas de compra de las maquinas a los posibles emprendedores.
- Conocer el manejo contable con la finalidad de contar con información actualizada y verídica de las operaciones de la empresa.
- Identificar las formas de comercialización mediante las cuales se generaran los ingresos.
- Observar los sistemas de organización para adoptar la mejor alternativa, tratando siempre de obtener rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

1.3 Variables Diagnósticas

- Producción
- Contable – Financiero
- Comercialización
- Estructura Administrativa

1.4 Indicadores

Mercado

- Tecnología
- Tipo de servicio
- Normas para brindar el servicio
- Control de calidad

- Volumen de producción
- Mano de obra

Contable – Financiero

- Información contable básica
- Costos
- Precio de venta
- Rentabilidad
- Financiamiento
- Registros básicos

Comercialización

- Tipo de mercado
- Canal de distribución
- Demanda
- Competencia
- Estrategia de venta
- Servicio al cliente

Estructura Administrativa

- Nivel de organización

- Formas de administración
- Control Interno
- Formas de gerencia

1.5 Matriz de Relación

1.5 MATRIZ DE RELACION

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuentes de Información
Analizar los sistemas de producción	Producción	Tecnología Tipo de servicio Normas para brindar el servicio Control de calidad Volumen de producción Mano de obra	Observación Directa Encuesta Encuesta Opinión de Expertos Encuesta Encuesta	Almacenes en Ibarra. Barrios en Ibarra. Barrios en Ibarra. Almacenes en Ibarra. Almacenes en Ibarra. Almacenes en Ibarra.
Conocer el manejo contable	Contable Financiero	Información contable básica Costos Precio de venta Rentabilidad Financiamiento Registros básicos	Observación Directa Observación Directa Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Almacenes en Ibarra. Almacenes en Ibarra. Almacenes en Ibarra. Almacenes en Ibarra. Almacenes en Ibarra. Almacenes en Ibarra.
Identificar las formas de comercialización	Comercialización	Tipo de mercado Canal de distribución Oferta Demanda Competencia Estrategia de venta Servicio al cliente	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Asociaciones de carreteneros en Ibarra. Asociaciones de carreteneros en Ibarra.
Observar los sistemas de organización	Estructura Administrativa	Nivel de organización Formas de administración Control Interno Formas de gerencia	Observación Directa Observación Directa Observación Directa Observación Directa	Asociaciones de carreteneros en Ibarra. Asociaciones de carreteneros en Ibarra. Asociaciones de carreteneros en Ibarra. Asociaciones de carreteneros en Ibarra.

Elaborado por: Autor de la investigación.

1.6 Mecánica Operativa

1.6.1 Determinación de la Población

El proceso de urbanización ha sido acelerado en el Ecuador. Es interesante observar el gran crecimiento de ciudades consideradas como menores, tal es el caso de Santo Domingo de los Colorados.

En la siguiente tabla se detallan las ciudades más importantes según el número de habitantes.

Tabla 1: Ciudades más pobladas

UBICACIÓN	CIUDAD	Nº HABITANTES
1	GUAYAQUIL	1.985.379
2	QUITO	1.399.378
3	CUENCA	277.374
4	MACHALA	204.578
5	SANTO DOMINGO	199.827
6	MANTA	183.105
7	ELOY ALFARO	174.531
8	PORTOVIEJO	171.847
9	AMBATO	154.095
10	RIOBAMBA	124.807
11	QUEVEDO	120.379
12	LOJA	118.532
13	MILAGRO	113.440
14	IBARRA	108.535
15	ESMERALDAS	95.124
16	LA LIBERTAD	77.646
17	BABAHOYO	76.869
18	LATACUNGA	51.689
19	TULCÁN	47.359

Fuente: INEC. VI Censo Nacional de Población y V de

Para esta investigación se obtendrá información mediante encuestas y entrevistas en la ciudad de Ibarra a la siguiente población:

Tabla 2: Datos base de la muestra

Emprendedores	Dueño de moto	30
Usuario final	Población en general (Cantón Ibarra)	194,101

Fuente: Censo 2001
Elaborado por: Autor de la investigación.

1.6.2 Determinación de la Muestra

Población en general que deseen hacer uso de este servicio de transporte (Usuario Final)

Para determinar la muestra, se ha considerado a la población de la ciudad de Ibarra ya que es donde existe mayor concentración de la población y que posiblemente es donde habrá mucha gente que no cuente con los medios económicos suficientes para tomar un taxi normal, es así que, tomando el dato del censo poblacional del año 2001 tenemos:

Tabla 3: Proyección de la población

Años	Crecimiento. Anual	% crecimiento
2001	153256	2,66%
2002	157333	
2003	161518	
2004	165814	
2005	170225	
2006	174753	
2007	179401	
2008	184173	
2009	189072	
2010	194101	

Se aplicó la fórmula.

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) 194.101}{(0,05)^2 (194.101 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{186.414,6}{486,2104} = 383$$

N Tamaño de la población.

n Tamaño de la muestra.

E Error muestral

Z Valor tipificado que corresponde a 1.96 doble cola

& Desviación de la población al cuadrado o varianza 0,25 se trabaja en el centro es decir 0,5 de éxito o 0,5 de fracaso.

Una vez aplicada la fórmula se establece que la muestra para aplicar es de 383 personas.

1.7. Información Secundaria

1.7.1 Población por Edad y Sexo

A pesar del descenso en las tasas de fecundidad, la población ecuatoriana se caracteriza por ser esencialmente joven. El

33.2% de la población es menor de 15 años y el 43.4 % menor de 20 años. La población en edad activa (es decir desde los 15 a 64 años) llega al 57% y la de mayor de 65 años representa un mínimo del 4.3%.

El descenso que se prevé en las tasas de fecundidad, disminuirá también la tasa de crecimiento en los segmentos de la población más joven, en tanto que los sectores que están en capacidad de trabajar (15-65) crecerán, lo que exigirá un mayor número de fuentes de trabajo.

En relación al sexo en el Ecuador existe un mínimo de desigualdad. Al considerar por áreas geográficas hay mayor número de mujeres en la zona urbana que en las partes rurales producto de la migración femenina a la urbe.

El dominio del sexo masculino se distingue en las provincias de la Costa, Amazonía e Insular, mientras que en la sierra este fenómeno es contrario.

1.7.2 Población Económicamente Activa

La población activa en el Ecuador comprende entre 8-65 años de edad, en los cuales están cumpliendo o que pueden cumplir funciones productivas.

La población económicamente activa en el Ecuador según el censo del 2001 es de 4'585.575, de lo cual el 62% corresponde a la urbana y 38% a la rural.

1.7.3 Sector Económico

La dolarización en el Ecuador no solo ha tratado de establecer la ansiada estabilidad económica sino que ha demostrado también algunos desequilibrios en el país.

El 2005 fue un año en el que puso a prueba este esquema monetario, pues la economía mostró un debilitamiento leve, pues la inflación superó las expectativas para ese año, si bien las desviaciones no fueron drásticas fueron señales de que se debe trabajar para fortalecer la economía y que es necesario mantener la disciplina en el gasto.

El crecimiento económico en el Ecuador solo será posible cuando se aplique una política económica ordenada y coherente con las expectativas a largo plazo.

El nivel de crecimiento de 6.95% registrado en el 2004 fue el más elevado de los últimos años y estuvo motivado principalmente por los elevados precios que tuvo el petróleo en los mercados internacionales.

En el 2005 el petróleo ha promediado un nivel incluso más alto (USD \$40.5 por barril entre enero y octubre), sin embargo los primero dos trimestres de ese año se registraron disminuciones de valor agregado bruto de la producción de esta industria, lo que significa que existe una disminución en el valor agregado bruto de la producción de esta industria, lo que significa que existió una disminución en el grado de actividad.

1.7.4 Sector Político

Ecuador en su aspecto político vive un desequilibrio que tiene un impacto directo sobre actividad empresarial y la inseguridad

económica.

Un enemigo del progreso es la incertidumbre, pues la planificación por concepto necesita un marco con reglas claras de juego, la vida empresarial está llena de riesgo.

Si consideramos al impacto económico de la situación política actual vemos que el sector privado que es el que produce fuentes de empleo, está acostumbrado a trabajar con incertidumbre y que la actitud política para decidir una solución sobre el costo de hacer negocio no lo resuelve una nueva constitución.

El despilfarro es otro factor de inestabilidad, pues mientras el país tenga un presupuesto de miles de millones, de los cuales se dividan entre en el gasto de la burocracia, pago de la deuda externa y solo recibe una pequeña parte para educación, salud y el sector productivo, el gobierno estará frenando el desarrollo de estos sectores.

Uno de los aspectos fundamentales para que el país salga adelante es que la inversión tenga una perspectiva a largo plazo y para ello es necesario que el país preste las condiciones mínimas.

Por lo tanto es fundamental tener las reglas del juego claras, con una estabilidad jurídica y política.

1.8 Información Primaria

1.8.1 TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

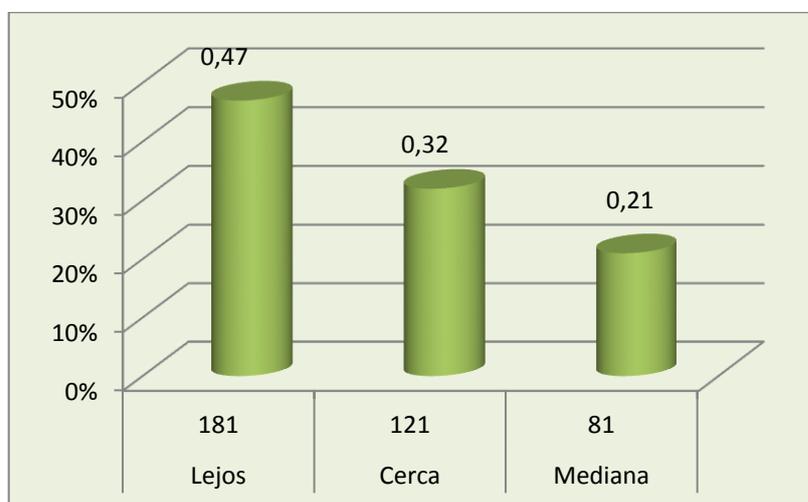
1.8.1.1 Resultados Obtenidos de las Encuestas Aplicadas a los Posibles Usuarios de Mototaxi en la Ciudad de Ibarra (ver anexo A).

PRIMERA PREGUNTA: ¿Su lugar de residencia desde el centro de la ciudad está?

Tabla N° 4

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Lejos	181	47%
Cerca	121	32%
Mediana	81	21%
TOTAL	383	100%

Gráfico N° 1



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

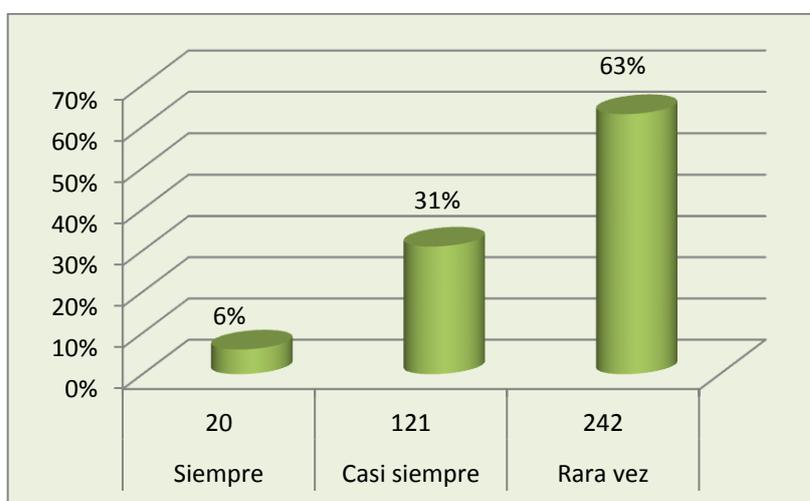
Es un parámetro que debemos tomar en cuenta, pues la distancia obliga a utilizar un medio de transporte. En este caso vemos que la gran mayoría vive en lugares apartados y por lo tanto ocupará un taxi o mototaxi.

SEGUNDA PREGUNTA: ¿Con que frecuencia toma un taxi?

Tabla N° 5

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Siempre	20	6%
Casi siempre	121	31%
Rara vez	242	63%
TOTAL	383	100%

Gráfico N° 2



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

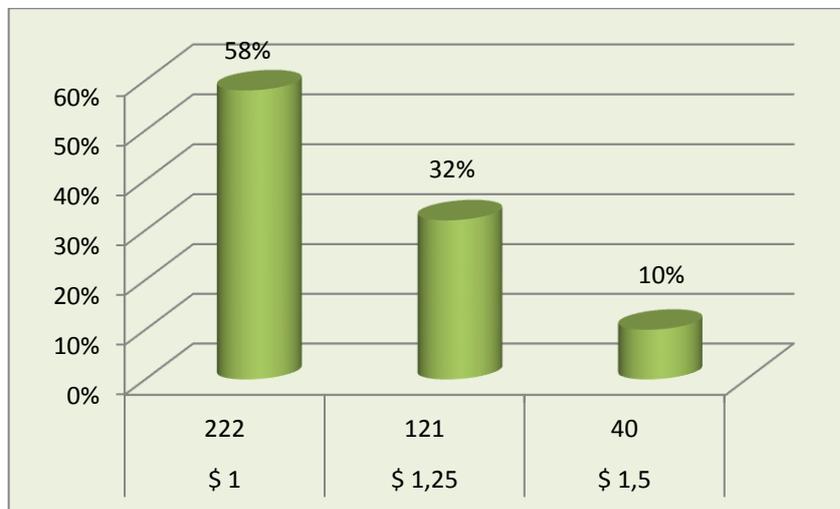
Claramente se puede observar que los que ocupan taxi son la gran minoría, seguido de un 31% que ocupan medianamente y el 63% que rara vez ocupan, entonces, podemos deducir que los que rara vez ocupan es por falta de medios económicos o por lo costoso que le resulta hasta su lugar de destino, pudiendo ser estos los potenciales usuarios de la mototaxi ya que su costo estará por debajo del costo mínimo de una carrera de taxi.

TERCERA PREGUNTA: ¿Cuál es el valor mínimo de una carrera de taxi?

Tabla N° 6

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$ 1	222	58%
\$ 1,25	121	32%
\$ 1,5	40	10%
TOTAL	383	100%

Gráfico N° 3



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

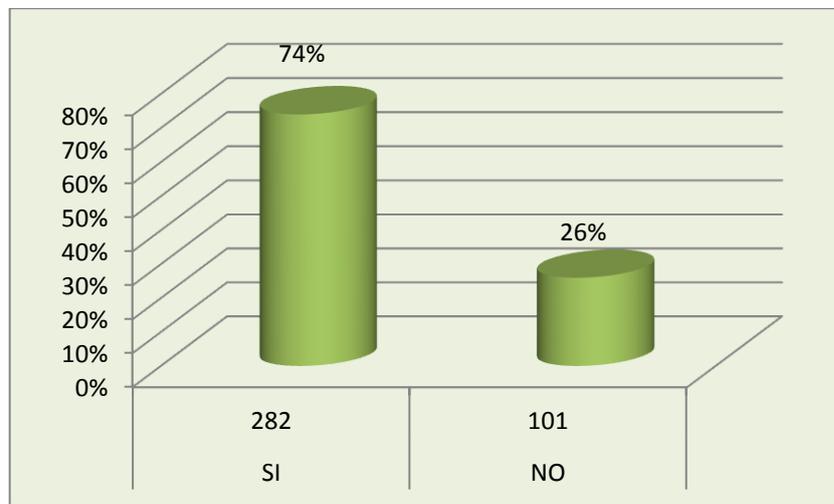
En la ciudad de Ibarra el valor mínimo de una carrera de taxi es de \$1 dependiendo de la distancia, como vemos en los datos, hay lugares a los cuales se paga \$1,25 y hasta \$1,5 de valor mínimo, lo cual desmedra el bolsillo de los usuarios, por lo tanto, nos vemos obligados a buscar formas alternativas de transportarnos para lograr disminuir los costos que demanda este servicio.

CUARTA PREGUNTA: ¿Le gustaría pagar menos de \$1?

Tabla N° 7

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	282	74%
NO	101	26%
TOTAL	383	100%

Gráfico N° 4



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

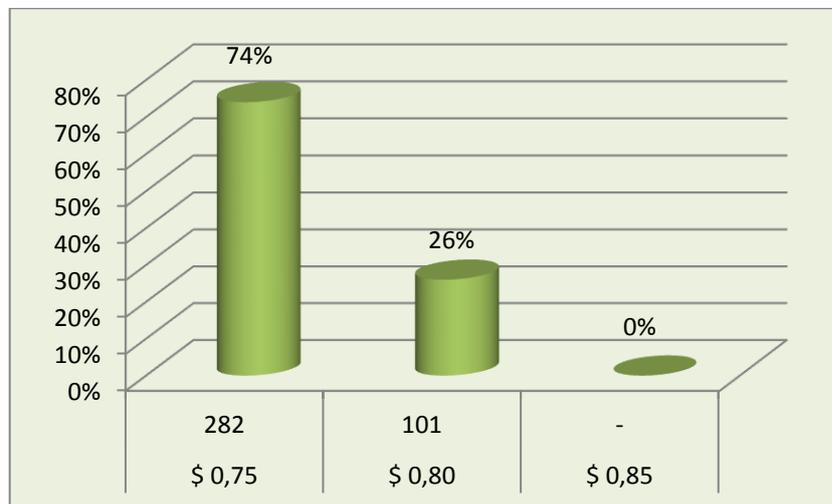
El criterio es unánime, quien no busca economía en la actualidad, estamos viviendo una etapa de recesión muy grave y cualquier ahorro es bien venido.

QUINTA PREGUNTA: ¿Cuánto le gustaría pagar?

Tabla N° 8

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$ 0,75	282	74%
\$ 0,80	101	26%
\$ 0,85	-	0%
TOTAL	383	100%

Gráfico N° 5



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

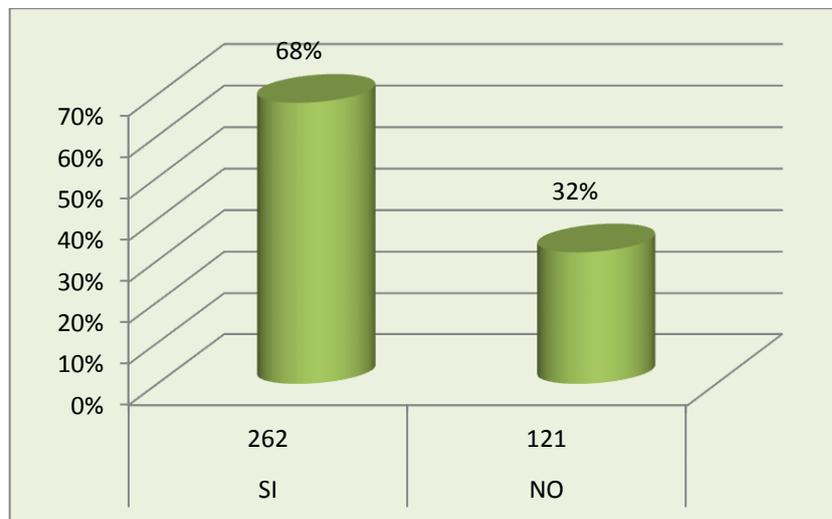
Se puede observar claramente que lo que se busca es pagar menos del mínimo de un taxi normal, y claro que es posible hacerlo, con un vehículo que consume menos recursos y genera menor impacto a todo nivel. El valor de \$0,85 centavos de dólar será nuestro referente para el presente proyecto.

SEXTA PREGUNTA: ¿Le gustaría utilizar una mototaxi?

Tabla N° 9

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	262	68%
NO	121	32%
TOTAL	383	100%

Gráfico N° 6



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

Este dato es importantísimo, puesto que es lo que define si el proyecto tendrá acogida o no, como podemos ver, hay una mayoría del 68% que está dispuesta a utilizar el mototaxi.

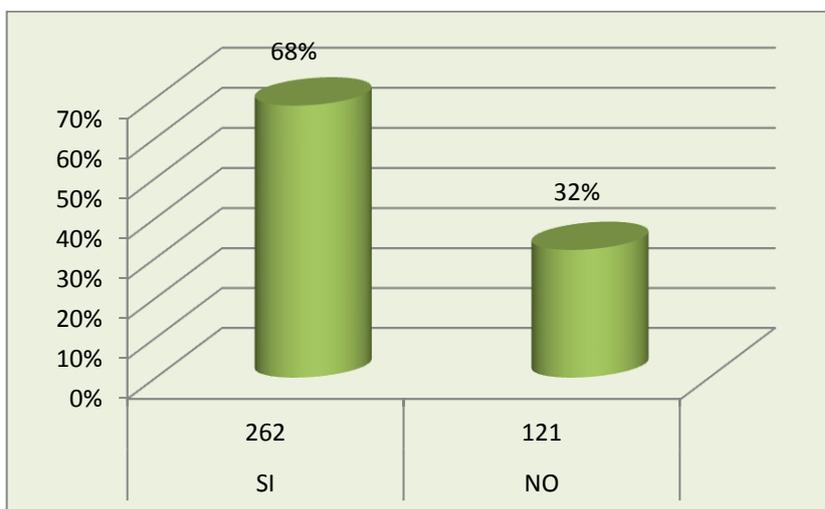
Y no tendrá mucha diferencia con un taxi convencional ya que estará construido en fibra de vidrio, tendrá radio y asientos para cinco personas, el asiento de atrás se lo podrá plegar para que quede una especie de cajuela en caso de querer llevar algún material.

SÉPTIMA PREGUNTA: ¿Tomando en cuenta que la mototaxi es versátil y adaptable a todo tipo de terreno, le gustaría que la mototaxi le deje justo en frente de su puerta?

Tabla N° 10

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	262	68%
NO	121	32%
TOTAL	383	100%

Gráfico N° 7



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

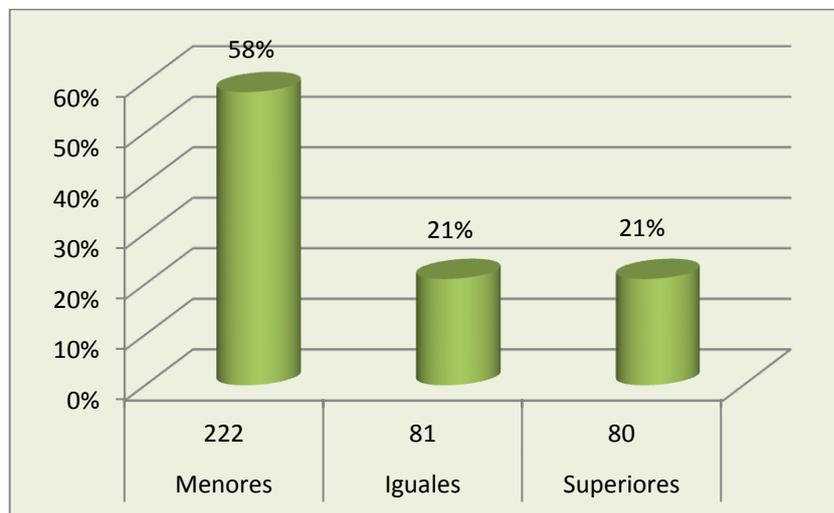
A veces cuando se contrata una carrera de taxi no le dejan en su puerta ya que el camino es inaccesible por algún motivo, en ese caso será conveniente tomar una mototaxi, que además es muy barato y me lleva puerta a puerta.

OCTAVA PREGUNTA: ¿Sus ingresos en relación al sueldo básico son?

Tabla Nº 11

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Menores	222	58%
Iguales	81	21%
Superiores	80	21%
TOTAL	383	100%

Gráfico Nº 8



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

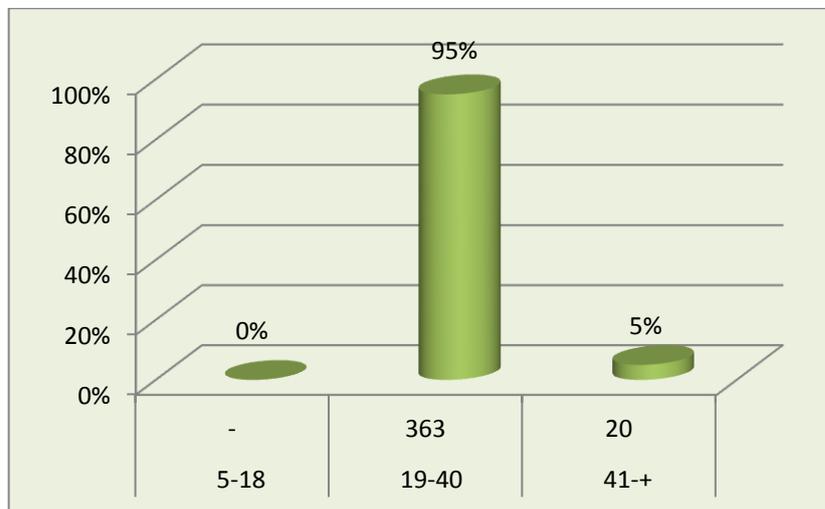
De los datos anteriores, vemos claramente que los ingresos de los encuestados son menores al sueldo básico del gobierno, esto podría explicar por qué solo el 6% de la muestra toma siempre taxi convencional, esperamos que con la implementación del servicio el presente proyecto se contribuya a mejorar el sustento económico que los padres de familia deben llevar a sus hogares.

NOVENA PREGUNTA: ¿En qué edad se encuentra?

Tabla Nº 12

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
5-18	-	0%
19-40	363	95%
41+	20	5%
TOTAL	383	100%

Gráfico Nº 9



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

Como vemos en los datos que preceden, la participación de la juventud es decisiva, actualmente son osados y tienen la capacidad de enfrentarse a lo desconocido, al contrario de los que pasan de cuarenta que se muestran más conservadores.

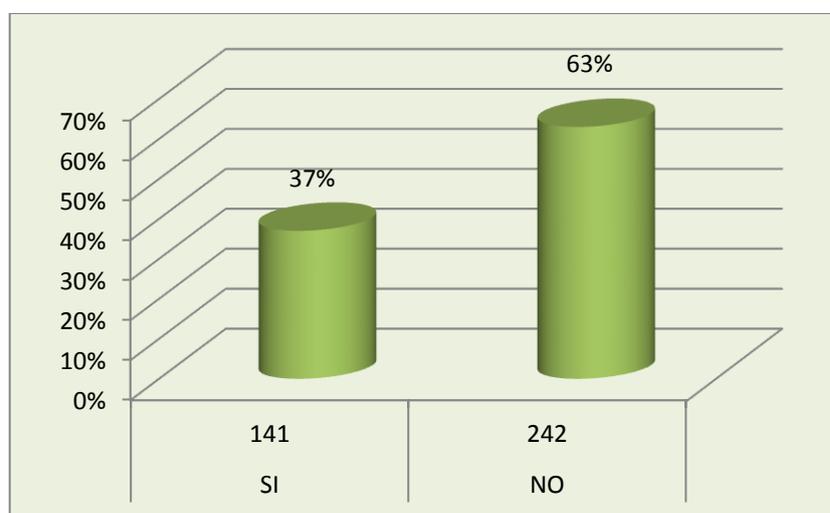
Así mismo observamos que pertenecen a la población económicamente inactiva y que sus ingresos son menores al sueldo básico, por lo que creemos que son mercado para este servicio de mototaxi.

DÉCIMA PREGUNTA: ¿Actualmente dispone de empleo?

Tabla Nº 13

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	141	37%
NO	242	63%
TOTAL	383	100%

Gráfico Nº 10



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

Concatenando las tres últimas preguntas se nota que al no tener empleo los ingresos son menores al sueldo básico y posiblemente porque pertenecen a la población económicamente inactiva. Entonces, este sector de la población se verá en la obligación de rebajar sus gastos y el uso de la mototaxi puede contribuir en gran parte a lograr ese objetivo familiar.

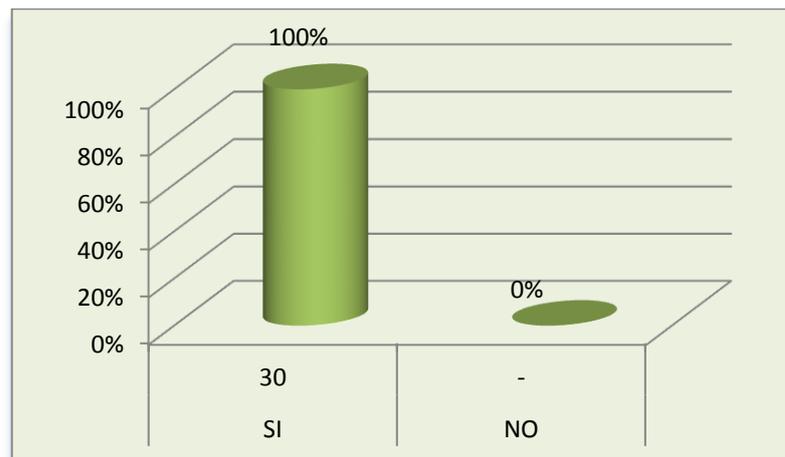
1.8.1.2 Resultados Obtenidos de las Encuestas Aplicadas a los Posibles Emprendedores de Mototaxi de la Ciudad de Ibarra (ver anexo B).

PRIMERA PREGUNTA: ¿Le gustaría adquirir una mototaxi?

Tabla N° 14

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	-	0%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 11



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

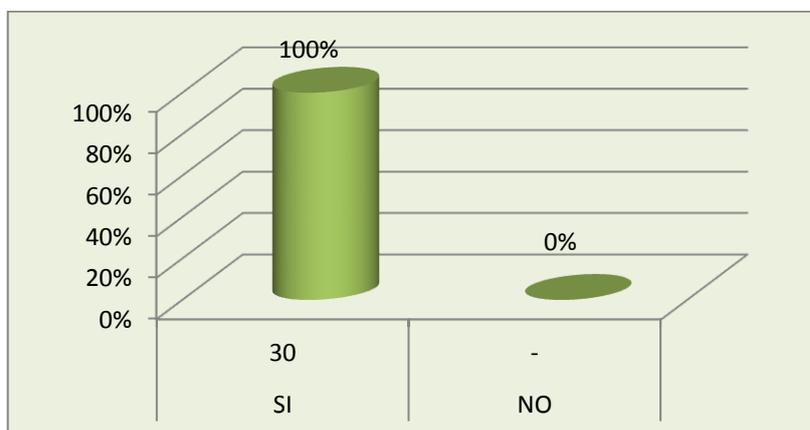
De acuerdo a los resultados obtenidos, se demuestra que las personas están dispuestas a emprender en esta actividad, es más, al momento de la encuesta manifestaban que no hay suficiente oferta de este vehículo y que el costo era un poco elevado, sin embargo a estas circunstancias estaban prestos a invertir.

SEGUNDA PREGUNTA: ¿Sabe usted si existen fábricas o talleres especializados en el ensamblaje de mototaxi en la ciudad de Ibarra?

Tabla N° 15

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	-	0%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 12



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

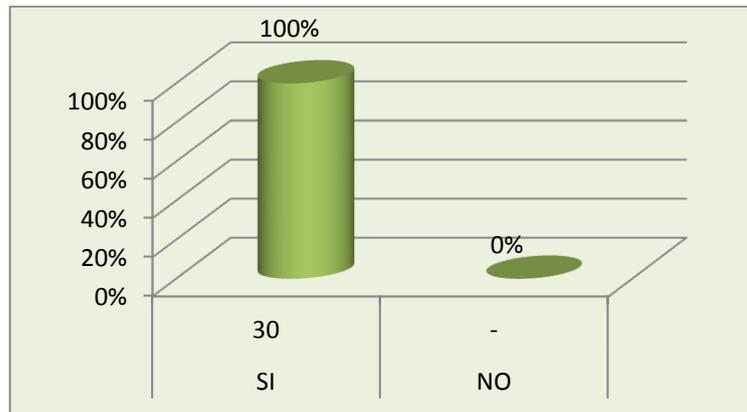
La información es precisa, al estar interesados en este vehículo se supone están averiguando donde adquirirlo o dónde lo ensamblan, por eso es que todos saben y conocen donde están ubicados estos talleres, una pauta más para determinar que hay interés en adquirirlo.

TERCERA PREGUNTA: ¿Sabe usted si tienen garantía las mototaxis que se adquiere?

Tabla N° 16

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	30	100%
NO	-	0%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 13



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

Al momento de la adquisición cuentan con todas las garantías, o al menos piensan que las tienen, en las indagaciones que ellos han hecho les informaron de esa manera.

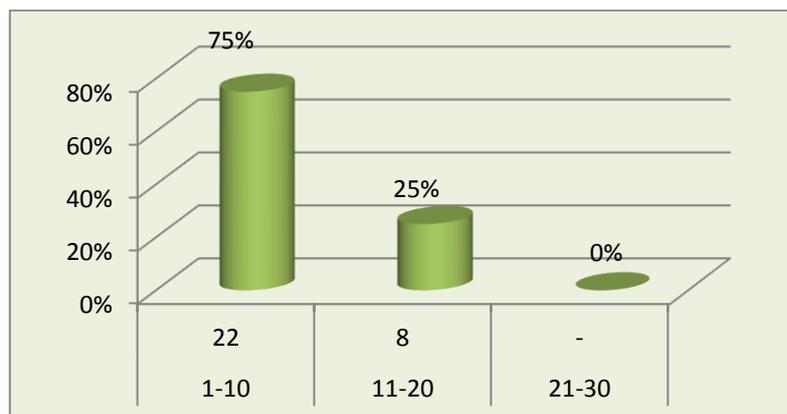
Para satisfacer las necesidades del cliente es primordial ofrecer estos servicios, que constituyen un ingreso adicional para la empresa y una asistencia que el cliente siempre lo requiere.

CUARTA PREGUNTA: ¿Sabe usted en qué porcentaje se ha incrementado el precio de las mototaxis anualmente?

Tabla N° 17

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
1-10	22	75%
11-20	8	25%
21-30	-	0%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 14



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

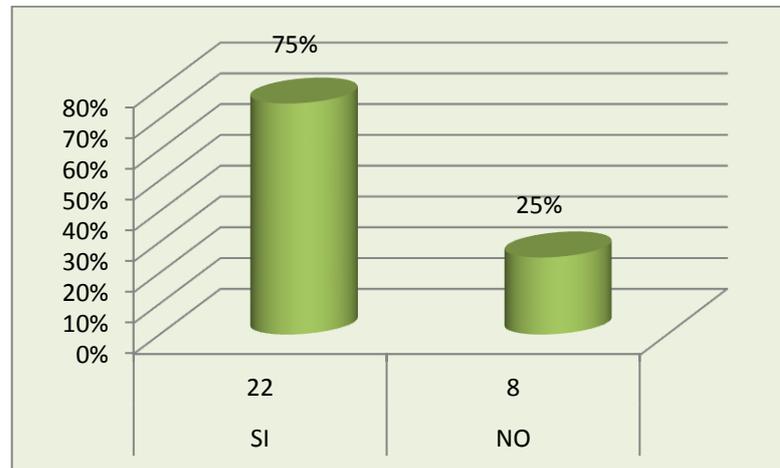
De acuerdo al cuadro anterior observamos que los precios realmente no han subido significativamente, a decir de algunos entrevistaos no han subido de precio, este antecedente le sigue dando un atractivo al proyecto ya que se puede presupuestar casi con precisión cuanto invertiría.

QUINTA PREGUNTA: ¿Sabe usted si es oportuna y rápida la entrega del producto por parte de los ensambladores?

Tabla N° 18

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	22	75%
NO	8	25%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 15



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

De los resultados obtenidos, se evidenció que la entrega es casi inmediata una vez que el importador le entrega al dueño para llevarla al taller donde será transformada o adecuada.

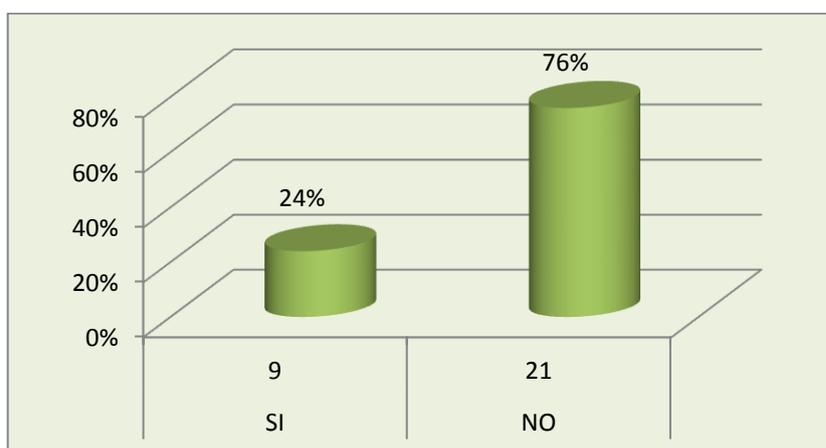
La responsabilidad y cumplimiento en las obras, le dan al taller prestigio y buen nombre, lo que sirve para acreditar su imagen y permanencia en el mercado.

SEXTA PREGUNTA: ¿Los talleres ensambladores de mototaxis, ofrecen servicios de mantenimiento adicionales a la venta del producto?

Tabla N° 19

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	9	24%
NO	21	76%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 16



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

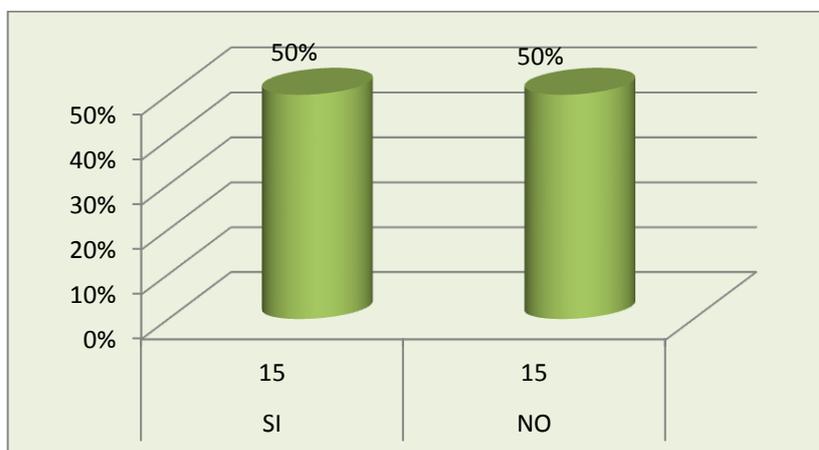
Al parecer en este aspecto hay falencias por parte de los talleres de esta rama, es una necesidad por parte del adquirente, además esto puede generar ingresos adicionales ya que se puede establecer costos por este servicio.

SÉPTIMA PREGUNTA: ¿Desearía usted que se ejecuten proyectos con miras a la creación de más empresas dedicadas a la fabricación de mototaxis en la ciudad de Ibarra?

Tabla N° 20

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	15	50%
NO	15	50%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 17



Fuente: Posibles usuario de mototaxi

Elaborado por: Autor de la investigación

Análisis:

La necesidad notable de contar con empresas dedicadas al ensamblaje y distribución de estos productos, hace posible el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de este tipo.

1.9. Determinación de Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades.

1.9.1 Aliados

- Predisposición de un gran número de personas para hacer uso del servicio aduciendo el bajo costo al que será ofrecido.
- Apoyo abierto y decidido del actual Gobierno, particularmente la decisión de apoyo a la microempresa, mediante políticas crediticias y de orden social, como por ejemplo el bono solidario que viene a dignificar a sectores sociales.
- Emprendedores potenciales en este tipo de negocio, entre los que podemos mencionar a las personas que dan servicio empujando su coche en los mercados.
- Propietarios de motos que actualmente dar un servicio informal y que han visto una oportunidad en la forma como se plantea el proyecto, es decir, sistema de asociación.
- El desempleo que actualmente está azotando a gran parte de la población a nivel mundial, lo que obliga a buscar nuevas formas de ahorro.

1.9.2 Oponentes

- Las cooperativas de taxis, en su dos modalidades, normales y ejecutivos.
- El clima, ya que son unidades que no tienen la infraestructura de un auto específicamente, por lo que, en la noche y temporadas de lluvia se vería limitado su campo de acción.

1.9.3 Oportunidades

- El costo del servicio relativamente bajo, hará que día a día tenga más aceptación, especialmente por estudiantes y público con ingresos bajos o en la desocupación.
- El servicio de puerta a puerta exacto.
- La versatilidad y la capacidad de carga lo hacen muy útil, capaces de desplazarse por donde las unidades de taxi no lo podrían hacer.
- Niveles de impacto ambiental muy bajos.

1.9.4 Riesgos

- Inestabilidad política, que pueda generar la oposición a este tipo de transporte.
- Bajo nivel de educación y formación profesional por parte de los socios potenciales.
- Temor al rechazo de la sociedad.
- Poca apertura por parte de las entidades financieras para proporcionar los medios necesarios en la consecución del crédito.

1.10. Determinación de la Oportunidad

Hemos efectuado un diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra, con el propósito de caracterizar en varios aspectos al área de influencia del Proyecto a implantarse.

Después del estudio realizado a la zona de influencia del Proyecto, hemos determinado que en Ibarra existen las condiciones económico-sociales necesarias para la formulación de un proyecto productivo, denominado:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE “MOTO TAXI” EN LA CIUDAD DE IBARRA”.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 La Empresa

SARMIENTO R. Rubén, Contabilidad General, pág. 1, menciona, “Es una entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades humanas, ofreciendo productos de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”.

Por lo tanto, la empresa es el ente donde el empresario pone en juego sus recursos financieros y técnicos para producir y buscar los mejores resultados en esta actividad que generará réditos económicos.

2.1.1 Objetivos

En esta época globalizada los riesgos de crecer o desaparecer son cada vez mayores, para reducir estos peligros la empresa deben tener claro sus objetivos, que son:

- El objetivo fundamental es el de obtener utilidad, rentabilidad o ganancia, minimizando sus costos y gastos.
- Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables.
- Obtener niveles de calidad en la entrega de productos.
- Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento.
- Conservar y aumentar el nivel de ventas, con alternativas de pago para el cliente.

- Mantener la seriedad en la distribución de productos.
- Disminuir las pérdidas en productos predecibles.
- Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley.

2.1.2 Importancia

Revista Líderes, febrero 2009, pág. 2, menciona, “El desarrollo empresarial ecuatoriano cuenta hoy con un nuevo buque insignia, que a su paso va derribando poco a poco los obstáculos políticos, económicos y los fantasmas que amenazan los sueños de los más arriesgados emprendedores...Este rompe hielos productivo es el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas industriales”.

Es una de las principales fuentes de empleo, permite una inversión inicial pequeña, en la mayoría prevalece una estructura familiar en la cual se transmite el conocimiento de una generación a otra, el problema que existe es la poca capacidad de asociarse para ampliar mercados tanto en el país como en el exterior.

2.1.3 Fuentes de Financiamiento

JACOME Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, pág. 71, menciona, “Toda inversión generalmente consta de dos partes estructurales básicas: aporte propio y el financiado; el aporte propio es la erogación de fondos disponibles por aparte de la empresa o el dueño del proyecto y tiene una rentabilidad equivalente al rendimiento promedio de las tasas pasivas del mercado financiero. El aporte financiado son fondos conseguidos a través de un crédito en el mercado financiero con una tasa activa cobrada por uso y puede ser fija o flotante según las condiciones económicas imperantes, al igual que el plazo depende del nivel de riesgo asumido por la entidad crediticia”.

Generalmente la empresa se constituye con el 40% de capital propio y el 60% de capital financiado.

2.1.4 Requisitos Legales para el Funcionamiento

Con el fin de realizar sus tareas normales, la empresa debe cumplir con ciertas exigencias dispuestas por las Leyes ecuatorianas quienes regulan las actividades empresariales. Para ello es necesario:

Domicilio: Una empresa unipersonal que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional.

Apertura de Cuenta: La persona interesada de crear una empresa unipersonal debe abrir una cuenta de integración de capital, en beneficio de una empresa.

Escritura Pública: Luego de la apertura de la cuenta, el futuro gerente – propietario de la empresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución, que será presentada ante el juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.

Inscripción: Con la autorización del Juez Civil el futuro gerente – propietario debe inscribirla en el Registro Mercantil.

Normativa Tributaria: El Ministerio de Finanzas actúa junto con el Servicio de Rentas Internas (SRI) y le otorgan un Registro Único de Contribuyente (RUC) cuya finalidad es determinar la cuantía de los impuestos.

Patente Municipal: Es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad habitual. Se obtiene en el Municipio de la localidad y los requisitos son: RUC, cédula, formulario de declaración del impuesto de patentes, formulario para categorización.

2.2 Fundamentos Administrativos

ANZONA Sérvulo (2002), Administración de Pequeñas Empresas, pág. 70, expresa, “Dentro de la empresa, la administración consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con la ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como son la planeación, la organización, la dirección y el control”.

La empresa industrial es una unidad dinámica de producción dedicada al a la transformación de forma o de fondo de materias primas en productos terminados o semielaborados, los mismos que posteriormente son comercializados generando un margen de utilidad

2.2.1 La Planeación

ANZOLA Sérvulo, Administración de Pequeñas Empresas (1993), pág. 26 y 27 , menciona, “La planeación es la más importante de las funciones administrativas, ya que trata de decidir. Qué Hacer?, Cómo hacer?, Donde hacer?, Quien lo va a hacer?, Cuándo lo va hacer? En sí, la planeación es una actividad que da previamente las respuestas a los interrogantes anteriores, relacionada con las cuatro áreas básicas de la empresa: producción, mercados, finanzas, personal”.

La planeación incluye elegir y fijar la misión y objetivos de la organización; para posteriormente determinar las políticas, proyectos, programas,

procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzar las metas fijadas por la empresa.

2.2.1.1 Factores de la Planeación

a) Medio Ambiente Externo

Afecta directamente a la empresa en forma positiva o negativa, por lo cual los elementos que lo integran deben ser tomados en cuenta, así tenemos:

Económicos: participación de mercado, localización de materias primas, mano de obra, recursos financieros, inflación, gasto público, índice de costo de vida, ingresos personales, precio de materia prima.

Sociales: tasas de crecimiento de la población, oferta y demanda de talento humano, movimientos estacionales de mercado, imagen que proyecta la empresa, tipo de inversionistas, gustos y preferencias del consumidor.

Políticos: políticas de gobierno, leyes y regulaciones.

Tecnológicos: facilidad de transporte externo, tecnología en maquinarias, materias primas.

b) Ambiente Interno de la Empresa

Se debe considerar ciertos factores, tales como la comunicación y el ambiente de trabajo, el número de trabajadores que dependen en forma directa, las relaciones del empresario con los proveedores y consumidores, entre otros.

2.2.2 Estructura

BARRAGAN José, Administración de Pequeñas y Medianas Empresas (2002), pág. 140, dice, “La estructura de la administración de las pequeñas y mediana empresa generalmente dependerá del número de trabajadores de ésta. Normalmente las Pymes se constituyen por un estructura administrativa dependiente del giro, y de acuerdo con sus necesidades de operación”.

La estructura de una industria se refiere a la manera como están divididas y coordinadas las tareas de la empresa, está se establece mediante organigramas, los cuales representan un fotografía de la organización, describiendo posiciones, patrones de responsabilidad y autoridad, comunicación y flujo de trabajo.

Las empresas pequeñas carecen de una estructura formal en todas sus áreas, generalmente se recurre a la asesoría externa para aspectos legales, de personal de finanzas y tributario.

Las áreas de la producción y ventas son las más fuertes, cuenta con una forma satisfactoria de competir en su mercado debido a la necesidad de satisfacer nuevas exigencias del mismo y a la premisa para tomar decisiones sobre la marcha, el propietario hace que las acciones estratégicas se realicen en forma fácil dando lugar a la adaptación del producto al mercado rápidamente.

2.2.3 Organización

STEPHEN Robbins, en su libro, Fundamentos de Administración Conceptos Esenciales y Aplicaciones (1996), pág. 155, menciona, “La organización es la función administrativa que tiene como

objeto la obtención, disposición, asignación y distribución de todos los recursos contemplados en la planificación, de acuerdo con los planes y objetivos de la empresa”.

Por lo tanto, el empresario deberá utilizar técnicas y herramientas que le permitan detallar el trabajo a realizarse, dividir los puestos de la mejor manera, organizar, coordinar el trabajo y asegurarse que la organización de la empresa sea efectiva y eficiente.

2.2.3.1 La Dirección

STEPHEN Robbins, en su libro, Fundamentos de Administración Conceptos Esenciales y Aplicaciones (1996), pág. 157, menciona, “Uno de los puntos clave para la consecución de los objetivos dentro de la empresa, se basa en una adecuada dirección, por lo tanto podemos entender como dirección a la capacidad de guiar y motivar a los trabajadores para lograr los objetivos de la empresa, procurando al mismo tiempo mantener sólidas relaciones humanas”.

Es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo. Las relaciones y el tiempo son fundamentales para la tarea de dirección, de hecho la dirección llega al fondo de las relaciones entre gerente con cada una de las personas que trabajan en la empresa, por lo que la dirección incluye motivación, enfoque de liderazgo, trabajo en equipo y comunicación.

2.2.3.2 Control

STEPHEN Robbins, en su libro, Fundamentos de Administración Conceptos Esenciales y Aplicaciones (1996), pág. 158, dice, “El control tiene como finalidad señalar las debilidades y errores con

el propósito de rectificarlos e impedir su repetición. Para que exista control debe haber metas y planes. Generalmente las actividades que pueden controlarse están relacionadas con los siguientes factores: cantidad, calidad, uso de tiempo y costo”.

El propósito y la naturaleza del control es fundamentalmente garantizar que los planes tengan éxito, detectando desviaciones reales o potenciales para corregir e impedir su repetición utilizando normas y procedimientos establecidos.

2.3 Estudio de Mercado

MICROSOFT, “Enciclopedia Encarta”, 2009, menciona, “La investigación de mercados abarca desde la encuesta y el estudio por-minorizado del mismo hasta la elaboración de estadísticas para poder analizar las tendencias en el consumo, y poder prever así la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables para un determinado producto.”

2.3.1 Definiciones

KINNEAR & TAYLOR, “Investigación de Mercados”, McGraw Hill, 1998, dice, “La investigación de mercados es aquella que reúne información necesaria para abordar problemas de mercado, diseña el método para recolectar la información, dirige e implementa el proceso de recolección de datos, analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones”.

En la página web www.monografias.com, “Administración - Investigación de Mercados”, 2007, define, “Es el enfoque sistemático y objetivo para el

desarrollo y el suministro de información para el proceso de la toma de decisiones por parte de la gerencia de mercadeo. La investigación de mercado es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas del mercado de bienes y servicios”.

El objetivo primordial de la investigación de mercados es el suministrar información, no datos, al proceso de toma de decisiones, a nivel gerencial.

La página web www.administrado.com, “La Necesidad de los estudios de Mercados y de Marketing”, 2007, menciona, “Función que relaciona el consumidor, cliente y el público con el gerente a través de la información.

Dicha Información puede ser usada para:

Identificar, definir problemas y oportunidades.

Generar, refinar y evaluar acciones: Mejorar la Comprensión de Marketing como un Proceso”.

El propósito de la investigación de mercados, es comprender de manera sustentada y correcta la cantidad de empresas análogas a la del proyecto, es decir, la oferta.

Preguntas como: ¿quién es?, ¿qué hace?, ¿qué le gusta?, ¿dónde está?, son solo algunas preguntas que se deberá saber y comprender de un posible cliente.

Para contestar a estas preguntas, existe la investigación de mercados, que en nuestro medio ya sea en el mercado formal o informal, se encuentra descuidada, debido a la culturización hacia los pensamientos extra formales como corazonadas, brujerías, amuletos, creencias etc.

La investigación de mercados como herramienta administrativa se convierte en el punto de partida hacia un emprendimiento, evitando grandes pérdidas económicas y de tiempo.

2.3.2 Método de la Investigación de Mercado

El proceso de la investigación de mercados según Taylor, propone estos nueve pasos a realizarse para una óptima investigación de mercados:

Sin embargo es recomendable dividir estos pasos en fases determinadas, para llevar de manera correcta un cronograma y una mejor programación, de la siguiente manera:

Tabla 21: Fases de la Investigación de mercados.

Pasos	Fases
1. Establecer la necesidad de Información.	a) Definición y delimitación del problema y los objetivos de la investigación
2. Especificar los objetivos de investigación y las necesidades de información.	
3. Determinar las fuentes de datos.	b) Desarrollo del plan de investigación para recopilar información
4. Desarrollar las formas para recopilar los datos.	
5. Diseñar la muestra.	
6. Recopilar los datos.	c) Implantación del plan de investigación e interpretación
7. Procesar los datos.	
8. Analizar los datos.	
9. Presentar los resultados de la investigación.	d) Informe de los resultados

Elaborado por: Autor de la investigación.

2.3.3 Desarrollo del Plan de Investigación Para Recopilar Información

Para la página web www.gestiopolis.com, “Canales de marketing”, 2007, destaca, Para conseguir la información se pueden recabar datos secundarios y primarios, los secundarios son información existente y disponible que se ha conseguido para otro propósito, los primarios son los que se recaban para el propósito del momento.

Las investigaciones suelen comenzar con los datos secundarios, recabando las fuentes internas y externas, en la siguiente tabla se presentan las fuentes de datos secundarios:

Tabla 22: Fuente de datos secundarios

Fuentes de datos secundarios	
Fuentes internas	estados financieros de la empresa, soportes contables como facturas, registros de inventarios y otros informes de investigación
Publicaciones gubernamentales	departamentos especializados en cada gobierno para llevar estadísticas de los diferentes sectores de la actividad económica
Publicaciones periódicas y libros	diferentes medios escritos o de otro tipo que revelan las tendencias del mercado
Datos comerciales	son los que proveen firmas especializadas

Elaborado por: Autor de la investigación.

La recopilación de datos primarios debe ser lo más estructurada posible, con el fin de alcanzar una máxima calidad de información que permita tomar decisiones acertadas. La siguiente tabla nos permite apreciar las áreas a contemplar en el diseño de un plan de recolección de datos primarios.

Tabla 23: Fuente de datos primarios

Planeación de la recopilación de datos primarios			
Enfoques de investigación	Métodos de contacto	Plan de la muestra	Instrumentos de Investigación
Observación Encuesta Entrevista	Correo Teléfono Personal	Unidad de muestreo Tamaño de muestra Procedimiento de muestreo	Cuestionario Instrumentos mecánicos

Elaborado por: Autor de la investigación.

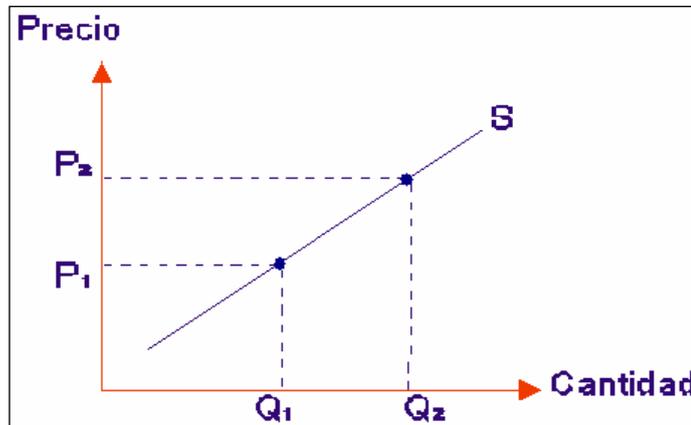
2.3.4 La Oferta

FRANK, Robert, "Microeconomía y conducta", Mac- Graw- Hill, España, 1992, define como, "La cantidad ofrecida de un bien es la cantidad que los productores están dispuestos a vender en un período dado a un precio en particular. La cantidad ofrecida no es la que a una empresa le gustaría vender, sino la que en definitivamente está dispuesta a vender".

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Gráfico 18: Comportamiento de oferta



Elaborado por: Autor de la investigación.

2.3.4.1 Factores que Condicionan la Oferta

Precio del bien.- Cuanto más alto es el precio del bien, mayores posibilidades le brinda al ofertante de obtener utilidades.

Precio de los otros bienes.- Si existen bienes similares, a menor precio, el productor no se encuentra en condiciones de competir con ellos a menos que pueda reducir sus márgenes de rentabilidad. Otro caso es el de la oferta de diversos productos que son derivados de una misma materia prima. Por otra parte, los productores (en general) tienen cierta flexibilidad para utilizar su capacidad de oferta en un determinado tipo de bienes y en ciertos períodos podrán dedicarse a fabricar uno u otro bien de acuerdo al estímulo de los precios.

Costo de producción de los bienes.- El elemento más importante del precio de un producto es su costo de producción. Si éste aumenta, el productor debe aumentar el precio de venta para mantener su margen de utilidad.

Riesgo empresarial.- La colocación de los bienes en el mercado implica un riesgo para el empresario, pueden tener aceptación y generar beneficios o tener poca venta y producir pérdidas.

Tecnología.- La tecnología se refiere al “estado del arte”, a la manera de hacer las cosas. Los avances tecnológicos han hecho posible incrementar las cantidades de bienes que pueden producirse.

Disposiciones del gobierno.- algunas disposiciones del gobierno pueden afectar las condiciones de producción al repercutir en los costos de fabricación de las empresas (impuestos sobre las ventas, al valor agregado o sobre determinados bienes, medidas de protección del medio ambiente, cobro de peajes; o la construcción de puentes o caminos que faciliten el intercambio y reduzcan costos).

2.3.5 La Demanda

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"

La demanda está en función de una serie de factores, como lo son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.

2.3.5.1 Factores que Condicionan la Demanda

Precio del bien.- La cantidad demandada se mueve de forma inversa al precio. Cuando el precio sube la cantidad demanda baja y viceversa.

Renta.- Son los ingresos del consumidor, cuando éste aumenta la demanda de un bien aumenta (comúnmente en los bienes normales). Lo contrario sucede con los bienes inferiores, ya que pueden ser sustituidos

por mejores bienes. Ejemplo: Cuando el consumidor gana más se compra mejor ropa.

Precio de los bienes relacionados.- Son los bienes sustitutos y complementarios.

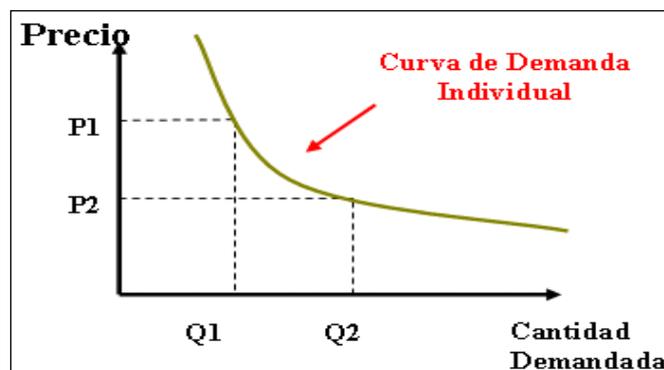
Bien sustitutivo es aquel que cubre la falta de un bien que no puede ser comprado, pero no en su totalidad. Si sube el precio del bien sustitutivo aumenta la demanda del bien y viceversa.

Bien complementario es aquel que se consume con otro bien. Si sube el precio de un bien complementario baja la demanda del bien y viceversa.

Los gustos.- Si un bien está de "moda" será más demandado, pero si pierde su popularidad la demanda bajará.

Las expectativas sobre el futuro.- Estas se basan en que, si el consumidor prevé que ganará menos el siguiente mes, o que, un bien subirá de precio, tienen un efecto en el consumo actual.

Gráfico 19: Comportamiento de la demanda



Elaborado por: Autor de la investigación.

La curva de la demanda tiene pendiente negativa, ya que si sube el precio ésta baja, esto genera un movimiento a lo largo de la curva. El análisis de la demanda nos permitirá medir y determinar en qué grado afecta las fuerzas mencionadas para un producto en análisis.

2.4 Tipos y Modelos

Gráfico 20: Modelo de mototaxi



“El término mototaxi o mototaxismo es definido por el diccionario de Real Academia de la Lengua como “motocicleta de tres ruedas y con techo que se usa como medio de transporte popular para trechos cortos” a cambio de dinero de la misma forma que un taxi. Sin embargo, este término ha sido acuñado ya en más de 25 países, de diferentes lenguas, para significar el vehículo motocicleta (vehículo automotor de 2 ruedas en línea), motocarro (vehículo de 3 ruedas, carrozado, con componentes mecánicos de motocicleta) o mototrailer (motocicleta adaptada con carroza trasera) destinado a la prestación del servicio de transporte público individual de pasajeros.”

2.4.1 Mototaxi para Servicios Individuales

Gráfico 21: Mototaxi ejecutiva



Las mototaxis empezaron a rodar hace unos 10 años en Europa. La ciudad de Londres fue la primera capital europea en disponer de este servicio. Pero el país donde, sin duda, ha triunfado este servicio es Francia. Las moto-taxis llegaron hace ya más de 7 años y desde entonces no ha parado de crecer tanto en número de moto-taxis, como en usuarios y clientes. Hoy en día, más de 400 mototaxis prestan servicio solo en la ciudad de París.

El tipo de clientela en Europa es distinto al de otras regiones donde existe el servicio de mototaxi: sobre todo ejecutivos, hombres y mujeres de negocios que desean optimizar sus tiempos de desplazamientos.

Las mototaxis europeas son motos grandes y lujosas, normalmente con gran capacidad de carga. En la mayoría de las veces, se entrega al cliente el equipamiento necesario para que se suba a la moto: casco, chaqueta, guantes, etc.

En España, este popular servicio tuvo que esperar el otoño 2009 para llegar a Madrid, basándose en el modelo francés la empresa Moto-City ha sido la pionera en el lanzamiento de este servicio con un gran éxito entre el público. Otras ciudades españolas como Barcelona, Valencia y Murcia

se han sumado a la iniciativa y donde los clientes pueden utilizar las mototaxis para desplazarse de forma ágil y rápida.

Mototaxi ejecutiva: Son mototaxis que dan servicio exclusivamente a ejecutivos de toda índole, los cuales tienen que llegar a distancias largas y de manera urgente, de tal manera que son equipados con todos los aditamentos para realizar el viaje y hacerlo de una manera segura.

Gráfico 22: Mototaxis Personales



2.4.2 Mototaxi para Servicios Especializados

Gráfico 23: Mototaxi de servicios



En las ciudades de gran densidad poblacional las necesidades son múltiples, las cuales pueden ser solventadas por una unidad de mototaxi, por decir algo, servicio de mensajería, servicio de

carga rápida, servicio de restaurant, servicio de encomiendas y muchas más.

2.4.3 Mototaxi para Servicios de Lujo

Gráfico 24: Mototaxi de lujo



Servicios que son ofertados especialmente en Europa, aunque la gente en general le da miedo subirse a una moto y/o no les apetece ponerse un casco y unos guantes para moverse, aunque seguro que alguno en determinadas urgencias preferiría saltarse los atascos en un mototaxi a ir en un cómodo y parado taxi:

Bmw K1200 Abs (vaya lujo) para trayectos urbanos, desplazamientos a aeropuertos o simplemente hacer turismo por los Alpes Franceses.

Suzuki Burgman 650 También en Francia opera Citybird, en Paris. Su publicidad dice cosas como “atravesar Paris en 20 minutos”, “Paris-Charles De Gaulle 35 minutos”. Tienen un sistema de tarifa fijo: 25 Euros. Sus clientes mencionan sobre todo la rapidez con la que llegan a sus destinos. Ofrecen hasta un kit higiénico para el casco.

Yamaha FJR1300 ABS En Londres Virgin tiene un servicio de Mototaxi, se llama Limobike. Dentro de Londres el viaje tiene un precio entre 25 y 35 libras (38 y 53 euros).

Modelos y Estructuras

En el mercado se puede encontrar mucha variedad, actualmente los modelos se adapta a toda necesidad, entre las que podemos destacar:

MODELO 1.- Motor de esta Mototaxi (125 cc)

Tipo de Motor: 4 Tiempos, enfriado por aire
Cilindrada: 125cc
Desplazamiento: 120 km/h
Fuerza Motor: 7.8 / 8500 kw / Rpm
Máxima Rotación: 8.9 / 7500 Nm / Rpm
Encendido: Eléctrico y pedal
Combustible: Gasolina
Capacidad: 180 km / galón

Dimensiones de esta Mototaxi

Largo: 2900 mm
Ancho: 1300 mm
Altura: 1750 mm
Peso Bruto: 470 kg
Peso Neto: 230 kg

Características de esta Mototaxi

Carga Útil: 240 kg
Tipo de carrocería: Trimovil de pasajeros
Formula Rodante: 3x1
Transmisión: Cardan y Catalina
Freno Posterior: Tambor - Zapata
Freno Delantero: Tambor - Zapata
Suspensión Posterior: Amortiguador.
Suspensión Delantera: Barra Telescópica.
Colores: ●●●●○●

MODELO 2.- Motor de esta Mototaxi (150 cc)

Tipo de Motor: 4 Tiempos, enfriado por aire
Cilindrada: **150 cc**
Desplazamiento: 120 km/h
Fuerza Motor: 9.0 / 8500 kw / Rpm
Máxima Rotación: 10.0 / 7500 Nm / Rpm
Encendido: Eléctrico, pedal y control remoto
Combustible: Gasolina
Capacidad: 140 km / galón

Dimensiones de esta Mototaxi

Largo: 3000 mm
Ancho: 1300 mm
Altura: 1800 mm
Peso Bruto: 500 kg
Peso Neto: 250 kg

Características de esta Mototaxi

Carga Útil: 270 kg
Tipo de carrocería: Trimovil de Pasajeros
Formula Rodante: 3x1
Transmisión: Cadena y Catalina
Freno Posterior: Tambor - Zapata
Freno Delantero: Hidráulico - Disco
Suspensión Posterior: Amortiguador.
Suspensión Delantero: Barra Telescópica
Colores: ●●●●○●

Equipamiento de esta Mototaxi

Sistema de alarma
Cinturón de Seguridad
Luz de Salón
Auto radio
Parlantes
Antena

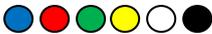
MODELO 3.- Motor de esta Mototaxi (200 cc)

Tipo de Motor: 4 Tiempos, enfriado por aire
Cilindrada: **200 cc**
Desplazamiento: 100 km/h
Fuerza Motor: 11.0 / 8000 kw / RPM
Máxima Rotación: 13.0 / 6500 Nm / RPM
Encendido: Eléctrico, pedal y control remoto
Combustible: Gasolina
Capacidad: 100 km / galón

Dimensiones de esta Mototaxi

Largo:	2900
Ancho:	1300 mm
Altura:	1800 mm
Peso Bruto:	570 kg
Peso Neto:	320 kg

Características de esta Mototaxi

Carga Útil:	500 kg
Tipo de Carrocería:	Trimovil de Pasajero
Formula Rodante:	2x1
Transmisión:	Cardan y Corona
Freno Posterior:	Tambor - Zapata
Freno Delantero:	Hidráulico - Disco
Colores:	

Equipamiento de esta Mototaxi

Sistema de Alarma
Cinturón de Seguridad
Luz de Salón
Auto radio
Parlantes
Antena

2.5 El Servicio

2.5.1 Servicio de Mototaxi

2.5.1.1 Condiciones Generales

Queda prohibida la conducción de mototaxis por personas que no cumplan con los requisitos exigidos por la comisión de tránsito, es decir, que no cuenten con la respectiva licencia de manejo, matrícula del automotor, SOAT (de ser necesario). Además, el piloto debe acreditar experiencia y temple, mantener en buenas condiciones al vehículo, realizar mantenimientos preventivos continuos.

Deberán circular de tal manera de no entorpecer el tráfico de los demás vehículos, obedeciendo las señales de tránsito, respetando al peatón, cumpliendo las señales de alerta (policía, bomberos, ambulancias).

Las mototaxis deberán estar equipadas con dispositivos de comunicación, sean estos propios (celular) o externos (empresa proveedora de servicio) para ser utilizados con fines de trabajo y en casos especiales para ayudarse entre compañeros.

El servicio será personalizado, es decir, no habrá carreras dobles ni mixtas (carga y pasajero), si ese fuera el caso, el conductor solicitará por radio la presencia de un vehículo para carga o viceversa.

Gráfico 25: Tipos de mototaxi



Mototaxi de carga



Mototaxi de pasajeros

Las mototaxis podrán circular solamente durante el día, su estructura no es adecuada para brindar la temperatura adecuada al pasajero, es más, si hay presencia de lluvia el conductor pierde visibilidad y el pasajero se mojaría.

Las partes interiores de la mototaxi de pasajeros debe tener cierto grado de confort para hacer atractivo al pasajero, entre los que se puede mencionar, el asiento debe estar debidamente tapizado, el apoyo para los pies debe mantener independencia con los componentes de la moto (cadenas, motor).

2.5.1.2 Seguridad

La capacidad de la mototaxi nunca debe ser sobrepasada, es decir, cargarán 240, 270 y 500 kg respectivamente según los modelos ofertados, tanto en pasajeros como de carga.

Las mototaxis de pasajeros contarán con cinturones de seguridad individuales, botiquín de primeros auxilios, llanta de repuesto, espejos retrovisores, luces adecuadas, piloto uniformado y con su respectiva identificación.

Por ningún motivo la tarifa debe ser alterada, solo en casos particulares y por mutuo acuerdo se elevará o bajará la tarifa.

2.5.2 Generalidades

2.5.2.1 Sistema De Asociación

La forma de organización de esta microempresa es por captación de socios, los cuales entrarán a la empresa poniendo su vehículo y aportando una cuota mínima mensualmente, recibiendo a cambio respaldo societario, beneficios de orden gremial, posibilidad de beneficios económicos, infraestructura.

2.6 Estudio Técnico

2.6.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal.

Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades por producto elaboradas por ciclo de operación, puede plantearse por operadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

El tamaño de un proyecto, debe responder a la necesidad de satisfacer la demanda de determinado bien en condiciones de obtener los mejores resultados para la empresa.

2.6.2 Localización del Proyecto

El estudio de la localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

En la práctica, es frecuente que la elección de la localidad y el lugar específico formen parte de la decisión de localización, por lo que es común dividir el estudio de localización en: estudio de macro localización y el de micro localización.

2.6.2.1 Macro localización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en el que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta. La región a seleccionar puede abarcar el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la esencia del problema, solo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

2.6.2.2 Micro localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la microempresa, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

2.6.3 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de un proyecto tiene por objeto llenar una doble función:

Primero

La de aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto.

Segundo

La de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo.

La primera fase de la ingeniería del proyecto consiste en la realización de una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles, etc.

En la segunda fase se especifica la maquinaria, equipos y obras civiles para obtener cotizaciones y presupuestos, y con esta base, determinar la magnitud de la inversión requerida.

2.6.3.1 Procesos Productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

2.6.3.2 Tecnología

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa de servicio de mototaxi tenemos las motos, herramientas de mantenimiento, etc, en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladoras, bordadoras, etc.

2.6.3.3 Inversión

Existen distintas definiciones de inversión que han dado prestigiosos economistas. Entre ellas, podemos citar por ejemplo, la de Tarragó Sabaté que dice que "la inversión consiste en la aplicación de

recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa".

Peumans, dice que "la inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social".

2.6.3.4 Talento Humano

A todos se nos dio un potencial creativo, un talento que debemos no solo desarrollar, sino utilizar adecuadamente, mientras permanecemos en este plano físico. Debemos sorprendernos, qué tanto estamos usando nuestro talento, qué nos impide el hacerlo, cómo podemos usarlo adecuadamente en función de nuestro crecimiento personal, en todo aquello que nos favorezca.

Qué es la administración del talento humano?

Para ubicar el papel de la Administración del Talento Humano es necesario empezar a recordar algunos conceptos. Así pues, precisa traer a la memoria el concepto de administración general. Aunque existen múltiples definiciones, más o menos concordantes, para que el propósito de este ensayo diremos que es: "La disciplina que persigue la satisfacción de objetivos organizacionales contando para ello una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado". Como fácilmente puede apreciarse, el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización; si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará; en caso contrario, se detendrá. De aquí a que toda organización debe prestar primordial atención a su personal, (talento humano). En la práctica, la administración se efectúa a través del proceso administrativo: planear, ejecutar y controlar.

Definición de recursos y talento humano

La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos. Existen tres tipos de recursos:

- **RECURSOS MATERIALES:** Aquí quedan comprendidos el dinero, las instalaciones físicas, la maquinaria, los muebles, las materias primas, etc.
- **RECURSOS TÉCNICOS:** Bajo este rubro se listan los sistemas, procedimientos, organigramas, instructivos, etc.
- **TALENTO HUMANO:** No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.

2.7 Estudio Financiero

2.8.1 Concepto

El estudio económico y financiero, tiene que ver con el análisis de variables muy importantes a considerar para la ejecución del proyecto. Nos permite cuantificar la inversión, el capital de trabajo, los costos generales de la empresa, ingresos, egresos, sensibilidad y riesgos financieros del proyecto, que son aspectos que nos guiarán en la toma de decisiones a la hora de ejecutar las operaciones previstas. Al respecto confirmemos con la siguiente transcripción textual consultada en el internet.

“El estudio Económico-Financiero del proyecto, es competencia de las matemáticas, análisis financieros, entre otros. Estas disciplinas se encargan de realizar las evaluaciones económicas del estudio en mención, para determinar la factibilidad o viabilidad económica de un proyecto. El análisis está concebido desde el punto de vista técnico y cumple con los objetivos que requiere. En otras palabras estudia si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, si los resultados dicen que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la microempresa de acuerdo a sus políticas. El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, en qué plazos, dónde consigo el dinero, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”

<http://www.rincondelvago.com/estudio-economico-financiero.html> [Consulta 09/11/2010]

Así descrito el proceso del estudio económico financiero, luego de valorar ingresos y gastos, se concluye con la evaluación financiera, muy importante en proyectos productivos, pero menos importante en proyectos públicos, donde no se persigue fines de lucro.

2.8.2 Ingreso

BRAVO Mercedes, Contabilidad General (2007), pág. 5, dice, “Los ingresos es lo que toda actividad económica persigue, procuran el enriquecimiento y desarrollo de la empresa, incrementan el patrimonio y permiten que se cumplan uno de los objetivos de la inversión privada que es el de obtener utilidades.”

2.8.3 Gastos

BRAVO Mercedes, Contabilidad General (2007), pág. 5, dice, “Se denominan también egresos, constituye los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa.”

Entre las principales cuentas tenemos sueldos, mantenimiento, servicios básicos, entre otras, este rubro se expresa en el estado de resultados de la empresa que descontado de los ingresos da como resultado la utilidad o pérdida de la empresa.

2.8.4 Costos de Producción

CHILQUINGA JARAMILLO Manuel, Costos por Proceso (2004), pág. 1, expresa, “Son las normas y procedimientos contables que se siguen para obtener o lograr las finalidades propuestas por la contabilidad de costos.”

2.8.5 Elementos del Costo que Intervienen en la Producción

La empresa industrial puede implementar mecanismos de control de costos de acuerdo a las características de sus productos. Los elementos del costo que intervienen en la producción de las industrias son: materia prima, mano de obra y gastos generales de fabricación.

2.8.5.1 Materiales Directos

POLIMENI Ralph (2003), Contabilidad de Costos – Conceptos y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales, pág. 12, menciona, “Son todos los principales recursos que se usan en la producción, estos se transforman en bienes terminados con la adición de la mano de obra y costos generales de fabricación.”

Podríamos definir como materiales directos a todos aquellos elementos físicos susceptibles de almacenamiento ó stock. Contablemente se ubicará dentro del rubro de bienes de cambio y su naturaleza podrá variar

según el elemento a producir pero es el único elemento del costo de fabricación nítidamente variable.

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación, con el propósito de obtener un producto terminado.

2.8.5.2 Mano de Obra Directa

POLIMENI Ralph (2003), Contabilidad de Costos – Conceptos y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales, pág. 12, menciona, “Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta.”

Es la fuerza de trabajo que participa directamente en las actividades industriales, comprende todos los egresos por sueldos, salarios, aportes al IESS, horas extras, beneficios sociales, entre otros y demás gastos que estén relacionados con el trabajo humano en tareas de producción.

2.8.5.3 Costos Generales de Fabricación

AGUIRRE Juan, Contabilidad de Costos I (1998), pág. 124 , expresa, “Comprenden todos aquellos costos que son necesarios para la transformación de las materias primas en productos acabados.”

Son todos los gastos que interviene indirectamente en la fabricación de un producto, tales como:

Materiales indirectos: son aquellos materiales que forman parte integral del producto pero no sustancial y a la vez no son fáciles de cuantificar e identificar, por ejemplo: lubricantes, disolventes, lijas, entre otros.

Mano de obra indirecta: constituye la fuerza de trabajo que no está relacionada directamente con el producto pero es necesaria para la elaboración del mismo. Ejemplo: persona de mantenimiento especializado, jefatura y supervisión.

2.8.6 Clasificación del Costo

2.8.6.1 Costos Fijos

SOTO Rogelio, Pequeña Empresa (2002), pág. 142, define, “Son costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como, costos de mantener la empresa abierta, de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos deben ser solventados por la empresa.”

Son costos necesarios para el desarrollo de la industria, que no se identifican en forma directa con los productos, y estos permanecen invariables sin importar el volumen de producción, así tenemos: alquileres, depreciaciones, seguros, impuestos fijos, servicios públicos etc.

Gráfico 26: Costos de producción.

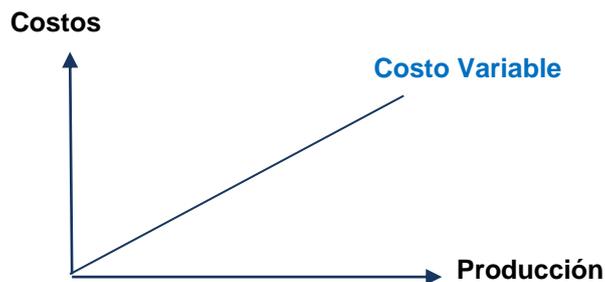


2.8.6.2 Costo Variable

SOTO Rogelio, Pequeña Empresa (2002), pág. 143, menciona, “Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o de actividad de la empresa.”

Se identifican directamente con el producto industrial, tiene un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción; es decir a mayor producción mayor costo o viceversa, forman parte de este la materia prima directa, materiales e insumos directos, embalajes y etiquetas, comisiones sobre ventas.

Gráfico 27: Costos de producción.



2.8.7 Costo de Ventas y Costo Total

El costo de venta constituye la suma de todos los elementos del costo necesarios para la producción de un bien; una de las fórmulas para determinar el costo de venta en las empresas industriales es:

Materiales
+ Mano de Obra
+ Gastos Generales
=Costo de Ventas

Una vez determinado el costo de venta, debemos sumar los gastos de administración, ventas y financieros para obtener el costo total, el cual va a servir para fijar los márgenes de utilidad de la industria.

2.8.8 Proceso Contable

2.8.8.1 Estados Financieros

Luego de efectuar el proceso de cierre se ejecuta los estados financieros, mismo que permiten conocer la situación financiera a una fecha determinada.

Los principios de contabilidad generalmente aceptados, determinan como estados financieros básicos los citados a continuación, los cuales deben ir acompañados con la descripción de las políticas contables y las correspondientes notas aclaratorias, lo que constituye una razonable presentación de la situación financiera de una empresa.

Estado de Situación Financiera o Balance General: VÁSCONEZ José (2001), Contabilidad General 1, pág. 169, menciona, “Es aquel que representa la situación financiera de la empresa en un momento determinado.”

Este estado debe incluir y presentar en forma adecuada todos los activos, pasivos y patrimonio clasificados para tener una visión clara sobre partidas de corto, largo plazo, valores efectivos, por efectivizarse, propiedades, deudas con terceros, su composición patrimonial, entre otros. Se puede de esta manera efectuar un análisis de cuentas, determinar grados de liquidez, financiamiento propio, externo, endeudamiento, capital de trabajo, entre otros instrumentos para la toma de decisiones.

Estado de Resultados: AGUIRRE Juan, Contabilidad General (1998), pág. 89, define, “Es un estado de progreso o cambios durante un período determinado, probablemente más importantes que su balance porque muestra cómo ha llevado a cabo su objetivo primordial.”

Es aquel estado en el que se resume y se presenta la información económica de un período determinado, se describe los ingresos y gastos en forma establecida en los principios contables vigentes.

Estado de Costos de Producción y Ventas: es aquel estado en el que se resume y se presenta la información económica de un período determinado, se describe los ingresos y gastos en forma establecidas en los principios contables vigentes

Demuestra los cambios producidos en las cuentas patrimoniales durante el período contable.

Estado de Flujo de Efectivo: En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

En los proyectos se utilizan dos clases de flujos de caja:

- a) Con proyección o amortiguamiento (provisiones del 10% y 25% reparto trabajadores e impuesto a la renta respectivamente), porque solo valen en balances reales y no en proyectados
- b) Libre en donde se contrasta los ingresos y los egresos previstos, para determinar el flujo de caja neto.”

El estado de flujo de caja debe clasificar las entradas y salidas de efectivo como resultante de actividades de operación, inversión y financiamiento; esta información es útil para proporcionar a los empresarios una base para evaluar la destreza empresarial, para generar efectivo y sus equivalentes, además evaluar en que fueron utilizados dichos flujos de efectivo.

2.8.9 Obligaciones Tributarias

Según El Código Tributario en su Art. 24, menciona, “Contribuyente es la persona natural o jurídica quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien según la ley deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otra persona.”

Es decir que contribuyente es la persona natural o sociedad que realiza actividades económicas y que debe cumplir con las leyes tributarias.

Por lo tanto, el individuo o grupo de personas que van a iniciar una actividad económica en este caso la empresa de mototaxi, debe acudir al Servicio de Rentas Internas para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), asumiendo deberes y obligaciones de acuerdo a la las normas y procedimientos de rentas internas.

2.8 Métodos de Evaluación de Proyectos de Inversión

Valor Presente Neto (VAN) Según JÁCOME Walter, “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.”

Se puede definir como el valor presente del conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial, valuada también en ese momento. La regla es aceptar toda inversión cuyo valor actual neto (VPN) sea mayor que cero.

Tasa Interna de Retorno, o Tasa de Rendimiento (TIR): Según JÁCOME Walter, “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN=0”

La tasa interna de retorno es un método para la evaluación financiera de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares. También se define como la tasa (TIR), para la cual el valor presente neto es cero, o sea aquella tasa (TIR), a la cual el valor presente de los flujos de caja esperados (ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial.

Punto de Equilibrio: Según JÁCOME Walter, “Es válido únicamente en el año uno del proyecto, por que más tardío es el pronóstico es menos cierto.”

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento

ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

2.9 Fundamentos de Mercadotecnia

2.10.1 Concepto de Mercadotecnia

En la Plataforma Internacional de debate y opinión sobre Marketing (2008), <http://www.foromarketing.com>, mencionan que, “Mercadotecnia, conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores.”

El marketing o mercadotecnia se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y sus deseos e influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran un determinado producto. La actividad del marketing incluye la planificación, organización, dirección y control de la toma de decisiones sobre las líneas de productos, los precios, la promoción y los servicios postventa, además es responsable de la distribución física de los productos.

2.10.2 Mercado

En la Revista Argentina de Información Económica (2008), <http://www.mercado.com.arg>, definen, “Mercado conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.”

El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda, a medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empiezan a desempeñar un papel más importante en los mercados; entre las distintas clases de mercados podemos distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores.

2.10.3 Producto

FISCHER Laura y ESPEJO Jorge, Mercadotecnia 4 (2004), pág. 19, expresan, “Es todo aquello, favorable o desfavorable, que una persona recibe en un intercambio.”

Por lo tanto los productos son aquellos bienes que, aun siendo iguales en apariencia, es decir, con un mismo estilo o diseño, difieren en tamaño, precio y calidad. Las líneas de productos deben responder a las necesidades y gustos de los consumidores.

Para poder desarrollar un producto con ciertas posibilidades de éxito comercial, el departamento de marketing realiza una investigación para analizar el comportamiento de los consumidores, el cambio de costumbres y del estilo de vida, tienen una influencia directa sobre las ventas de los productos.

2.10.4 Distribución

FISCHER Laura y ESPEJO Jorge, Mercadotecnia 4 (2004), pág. 23, dicen, “Grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.”

Algunos productores disponen sus productos mediante la venta directa a los consumidores finales, otros por medio de la utilización de los catálogos les permite acceder a clientes que residen lejos, otro medio es la televisión que tiene relevancia porque facilita la demostración de las cualidades del producto.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Identificación del Servicio

Este tipo de servicio usará la mototaxi como medio de transporte, pudiendo ser de diferentes cilindrajes y modelos de acuerdo al sector y tipo de usuario.

La ciudadanía no tiene preferencia por algún modelo específico ya que esto es novedoso en el medio, pero la empresa estará en capacidad de ofrecer mototaxis de diferente cilindraje y para diversos usos.

Gráfico 28: Mototaxi para transporte de pasajeros



Gráfico 29: Mototaxi para transporte de carga



Las unidades estarán ubicadas en plazas, paradas propias, recorriendo la ciudad, mercados, centros comerciales, entre otros.

Las mototaxis individuales serán contactadas mediante llamada telefónica o en la parada ya que serán de uso exclusivo y por lo mismo su costo será diferente al de uno moto normal.

3.2 Mercado Meta

Se prevé que los mercados potenciales para la prestación del servicio de mototaxis, será en un principio la ciudad de Ibarra y posteriormente los demás cantones de las provincias de Imbabura y tratando de cubrir todo el norte del país, teniendo en cuenta los cambios climáticos, es decir, para el Carchi por ejemplo, se tendría otro tipo de cubierta por el frío que reina en la zona.

3.3 Segmento del Mercado

Se fraccionará al mercado de consumo en grupos significativos de clientes potenciales, que se asemejan en la forma de percepción y valoración del servicio, en la manera en que usan, emplean o utilizan el servicio.

Es decir, aplicando este concepto, las mototaxis están destinadas para el sector de carga y transporte de pasajeros en sus diversas formas y capacidades.

Los **requisitos** para una buena segmentación son:

- Homogeneidad en el segmento
- Heterogeneidad entre segmentos
- Estabilidad de segmentos
- Los segmentos deben ser identificables y medibles
- Los segmentos deben ser accesibles y manejables

- Los segmentos deben ser lo suficientemente grandes como para ser rentables

Para poder segmentar se podrán utilizar las siguientes dimensiones y variables:

Tabla 24: Dimensiones y variables de segmentación.

Dimensiones	Variables
Demográfica	Ingresos, edades, ocupaciones, sexo, nivel educativo, estatus socio económico.
Geográfica	Regiones, provincias, ciudades, cantones, barrios.
Psicográfica	Estilo de vida individual, actitudes de las personas (trabajo, hogar, la familia, sociales).
Patrones de uso del Servicio	Forma de uso, lugar de uso, tiempo de uso.
Tamaño del usuario	Grande, mediano o pequeño.

Elaborado por: Autor de la investigación.

3.4 Comportamiento de la Demanda

Para proyectar la demanda futura de servicio de mototaxis se utilizó como base los datos arrojados en la encuesta aplicada a los posibles usuarios de mototaxi (68%), con una tasa de crecimiento de la población del 2.66%, de la cual se espera captar el 40% de usuarios.

En la proyección de la demanda se utilizó la formula siguiente:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Dónde:

C_n= Consumo Futuro

C_o= Demanda determinada del estudio

i= tasa de crecimiento

n= año proyectado

Tasa de crecimiento de la demanda:

Tabla 25: Comportamiento de la demanda

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA			
AÑO	CLIENTES	TOTAL DEMANDA	$i = \frac{Cn^{\frac{1}{n}}}{Co} - 1$
2009	189072	128569	0,0000
2010	194101	131989	0,0266
		TOTAL	0,0266

Fuente: Datos históricos de la población
Elaborado por: Autor de la investigación

La tasa de crecimiento es igual a 2,66%, con este factor se calcula la demanda proyectada. El crecimiento del servicio está relacionado proporcionalmente al incremento de la población, hay que tomar en cuenta también, el incremento en la compra de mototaxis, las que seguramente buscarán afiliarse a las asociaciones existentes o la empresa motivo del proyecto.

Tabla 26: Demanda futura

DEMANDA FUTURA		
ÑO	CLIENTES	TOTAL DEMANDA FUTURA (68%)
1	199265	135500
2	204565	139104
3	210006	142804
4	215593	146603
5	221327	150503

Elaborado por: Autor de la investigación.

3.5 Comportamiento de la Oferta

En la ciudad no existen empresas dedicadas exclusivamente al servicio de mototaxi, esto se realiza como complemento a los servicios de las carretas que son empujadas a mano por sus dueños; razón por la cual la demanda del servicio es sumamente mayor a la oferta ocasionando con ello un gran número de demanda insatisfecha.

No existe una cuantificación certera de la oferta interna de este servicio, pero a través de investigación dentro de la ciudad, se puede decir que no existe una sólida competencia ya que apenas se está comenzando a desarrollar este sector del servicio y por lo tanto no existen datos concernientes al servicio y la información que manejan las instituciones públicas no tienen la consistencia ni la actualización suficiente que permitan establecer series para análisis y proyecciones, pero según datos recolectados durante las entrevistas se puede apreciar la tendencia a este consumo, es decir, el crecimiento de la oferta interna en este sector se irá incrementando paulatinamente, actualmente las mototaxis están dedicadas al servicio de carga y tareas de reciclaje.

En la siguiente tabla se realiza un análisis de la oferta basado en datos históricos de taxis en relación a las unidades existentes por cada año.

Tabla 27: Comportamiento de la Oferta

DATOS HISTÓRICOS DE OFERTA DE TAXIS					
Año	Unidades	Fletes Diarios	Clientes atendidos	Total de la población	Clientes sin atender
2006	1215	37	44846	174753	129907
2007	1275	39	49639	179401	129762
2008	1335	41	54675	184173	129498
2009	1395	43	59954	189072	129118
2010	1455	45	65475	194101	128626

Elaborado por: Autor de la investigación.

Para el cálculo de las unidades de taxi y los fletes diarios, se tomó los datos del año 1999 (795 Unid.) y 2010 (1455 Unid.), cuyos porcentajes de crecimiento fluctúan entre el 8% y el 4% aproximadamente, en forma decreciente.

Tabla 28: Oferta Futura

OFERTA FUTURA					
Año	Unidades	Fletes Diarios	Clientes atendidos	Total de la población	Clientes sin atender
1	1515	47	71205	199265	128060
2	1575	49	77175	204565	127390
3	1635	51	83385	210006	126621
4	1695	53	89835	215593	125758
5	1755	55	96525	221327	124802

Elaborado por: Autor de la investigación.

Tabla 29: Oferta Vs. Demanda

OFERTA VS DEMANDA			
Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
1	71205	135500	64295
2	77175	139104	61929
3	83385	142804	59419
4	89835	146603	56768
5	96525	150503	53978

Elaborado por: Autor de la investigación.

Con lo anteriormente expuesto, se concluye que la demanda es superior a la oferta, encontrándose una oportunidad para aplicar este proyecto.

3.6 El Precio

Precio es la cantidad de dinero y/o otros artículos con la utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

Como objetivo de mercadotecnia se tiene dos aspectos fundamentales que son:

La supervivencia de la empresa y su servicio.

Liderazgo en el mercado

Antes de fijar el precio de este servicio, se analizará los precios de la competencia para de ésta manera tener un rango de precios aceptable en el cual nos podamos mover.

Tabla 30: Precio en el mercado interno

PRECIO DEL TRANSPORTE EN IBARRA		
TRANSPORTE	PRECIO	CALIDAD DEL SERVICIO
BUS URBANO	0.25	MALA
TAXI	1	BUENA
TAXI EJECUTIVO	1	BUENA

Fuente: Encuesta de Campo
Elaborado por: Autor de la investigación.

A través de la tabla 12 podemos obtener un rango de precios entre 0,25 USD a 1,00 USD para ser competitivos con los demás oferentes.

No hay que olvidar que un factor determinante del precio es la calidad del servicio y un margen de utilidad.

La mototaxi al ser un servicio nuevo debe comenzar por ganar cada vez una mejor porción del mercado a través de su estrategia de precio y calidad, por lo tanto, si es posible, debe ingresar con un precio competitivamente bajo para ganar espacio en menor tiempo, es así que el precio del servicio al que va a ser ofertado es de \$0,75 USD.

Tabla 31: Evolución del precio

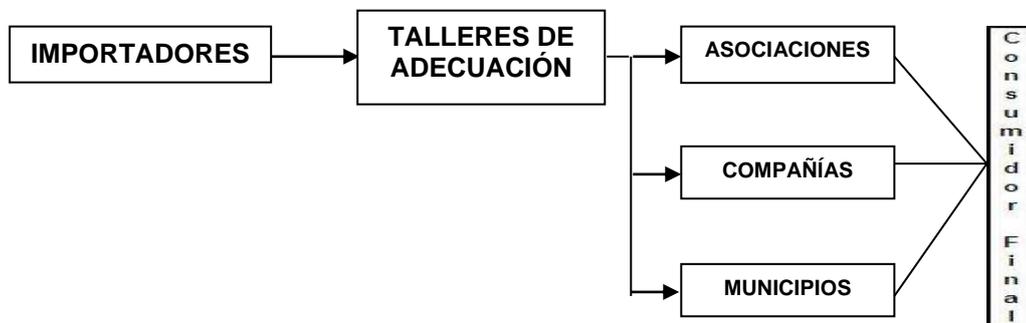
PRECIO DEL TRANSPORTE EN MOTOTAXI			
Año	Precio inicial	% Inflación	Precio Final
0	0.75		0,75
1		4.37	0,78
2		4.37	0,82
3		4.37	0,85
4		4.37	0,89
5		4.37	0,93

Elaborado por: Autor de la investigación.

3.7 Comercialización

Un canal de distribución está formado por personas y empresas que interviene en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que éste pasa de la planta de fabricación al consumidor final o usuario.

Gráfico 30: Pasos de comercialización.



En la prestación del servicio de una mototaxi se debe tomar en cuenta los diferentes aspectos que vinculen a este vehículo, desde su punto de origen hasta su destino final, siempre tratando de optimizar recursos y tiempo.

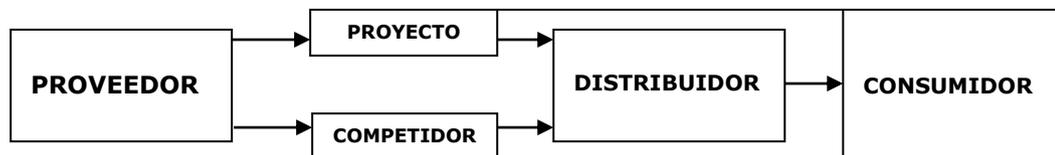
Este estudio no se lo hace en forma aislada, sino que de acuerdo al análisis del mercado se definen ciertas variables como características del

producto, demanda proyectada a través del tiempo, estacionalidad en los servicios y sistemas de comercialización adecuados.

3.8 Estrategias de Comercialización

Para que un producto o servicio pueda introducirse en el mercado es muy importante utilizar las estrategias correctas para su promoción y venta, es importante reconocer cada uno de los agentes que actúen dentro del mercado para establecer así estrategias comerciales.

Gráfico 31: Agentes.



- Se relacionará el servicio con una clase de servicio o con un atributo que lo hace especial ante los demás.
- Precio razonable y accesible.
- El servicio se encuentra ubicado en la zona urbana.
- La adecuación de las mototaxis se realizará bajo normas.
- La adecuación se la realizará de acuerdo a la demanda existente en la ciudad.
- La calidad de las mototaxis será la carta de presentación.
- Se ofrecerá servicio de mantenimiento.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Localización

4.1.1. Macro localización

La provincia de Imbabura está ubicada al norte del Ecuador, en la región interandina, la diversidad de microclimas existentes hace que se pueda disfrutar a poca distancia del extremo frío como del intenso calor, estos factores climáticos complementado por espectaculares lugares turísticos hacen que esta provincia frecuentemente sea visitada por turistas internos y externos.

Gráfico 32: Mapa de Imbabura



Elaborado: Autor de la investigación.

4.1.2. Micro localización

No en vano Ibarra es la ciudad a la que siempre se vuelve, por la cercanía a la frontera con Colombia y con la construcción de la vía Ibarra – San Lorenzo hace que el acceso hacia Colombia y costa ecuatoriana sea más corto; este comportamiento de entrada y salida de

visitantes hace que la ciudad haya crecido económicamente, la evidencia está en el crecimiento de negocios de toda índole, remodelación de las viviendas para instalación de locales comerciales, la existencia casi todas las casas comerciales de vehículos es otro indicador de crecimiento comercial.

Gráfico 33: Ciudad de Ibarra



Fuente: Autor de la investigación.

4.2 Ingeniería del Proyecto

Todo emprendimiento sea pequeño o grande se requiere tomar en cuenta varios requerimientos técnicos, en esta caso concreto aún más, porque se trata de establecer una microempresa de servicios al público, por lo tanto todo proceso tiene que ser cuidadosamente realizado ya que se trata de movilizar personas o bienes dentro de la ciudad. No se requiere comprar motos y acondicionarlas para trasladar personas, la idea es agrupar socios para fortalecer la microempresa; como mecanismo de ingreso para ser socio es que compre su propia moto y brinde el servicio de transporte en la ciudad, aportando un porcentaje mensual, este fondo servirá para realizar gastos operativos, administrativos y de venta de servicios.

4.3 Inversión

4.3.1. Activos Fijos

Los activos fijos requeridos son los más indispensables para la puesta en marcha de la propuesta, serán de acuerdo a las especificaciones que se detallan a continuación:

Tabla 32: Equipos y Herramientas

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario	V. Total
Kit de herramientas	Unid	1	200	200
Compresor	Unid	1	600	600
Engrasador	Unid	1	30	30
Gata	Unid	1	25	25
Recipientes	Unid	1	10	10
Materiales varios	Unid	1	50	50
TOTAL...				915

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 33: Equipo de Cómputo

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Computador	Und	1	500	500
TOTAL...				500

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 34: Muebles de Oficina

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Escritorio metálico	Und	1	100	100
Sillas	Und	4	35	140
Archivador	Und	1	90	90
Estantería	Und	1	120	120
TOTAL...				450

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 35: Vehículos

Vehículo (motos)				
Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Motos	Und	21	2400	50.400
TOTAL...				50.400

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 36: Depreciaciones

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Cálculo	Cuota de depreciación
Terreno		-		
Construcciones	20	-		-
Maquinaria y Equipo	10	915	915 / 10	92
Equipo de cómputo	3	500	500 / 3	167
Muebles de Oficina	10	450	450 / 10	45
Motos	5	50.400	14400 / 5	10.080
TOTAL		52.265	-	10.383

Elaborado: Autor de la investigación.

4.3.1.1. Activos Diferidos

Tabla 37: Diferidos

Descripción	V Unitario	V. Total
Gastos de investigación	700	700
Gastos de constitución	200	200
TOTAL...		900

Elaborado: Autor de la investigación.

4.3.2. Capital de Trabajo

4.3.2.1. Costos de Producción

4.3.2.1.1. Mano de Obra

Tabla 38: Mano de Obra Directa

Descripción	Cantidad	Valor Mes	Valor Año 2010
Obrero	21	240	60.480
Total			60.480

Elaborado: Autor de la investigación.

4.3.2.1.2. Gastos Generales de Fabricación

Tabla 39: Gastos de Fabricación

Descripción	Cantidad	Precio	Año Base 2010
Luz			
Consumo (por mes)	421	0,083	35
Consumo (por año)			420
Agua			
Consumo (por mes)	48	0,308	15
Consumo (por año)			180
Teléfono			
Consumo (por mes)	900	0,031	30
Consumo (por año)			360
TOTAL...			960

Elaborado: Autor de la investigación.

Los costos de producción requeridos para arranque del proyecto tomando el 2010 como año base, asciende a 73.767.60 dólares americanos.

4.3.2.2. Gastos Administrativos

Tabla 40: Talento Humano

Cargo	Cantidad	meses	SBU mes	Salario Anual
Gerente	1	12	350	4200
Contador/ra	1	12	270	3240
Secretaria	1	12	260	3120
TOTAL				10.560

Elaborado: Autor de la investigación.

4.3.2.3. Gastos de Ventas

Los rubros considerados como gastos de ventas es el arriendo de un local y publicidad mensual escrita.

Tabla 41: Gastos de ventas

Descripción	Cantidad	Precio	Meses	Año Base 2010
Publicidad:				
Cuñas radiales por mes	16	8	12	1.536
Arriendo local por mes	1	200	12	2.400
TOTAL...				3.936

Elaborado: Autor de la investigación.

4.4 Capital de Trabajo

El capital de trabajo que se necesita para el arranque del proyecto es de 37.075,00 dólares americanos y se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 42: Composición del Capital de Trabajo

Descripción	Parcial	V. Total
Costos de Producción		73.768
Mano de Obra	72.808	
Costos Indirectos de Fabricación	960	
Gastos Administrativos		12.703
Gastos de Ventas		3.936
TOTAL...		90.407

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 43: Resumen de la inversión

INVERSIONES	TOTAL
Inversión Fija:	52.265
Equipo y Maquinaria	915
Equipo de Cómputo	500
Muebles de Oficina	450
Motos	50.400
Inversión Diferida:	900
Gastos de investigación	700
Gastos de constitución	200
Inversión Variable:	90.407
Capital de trabajo	90.407
INVERSION TOTAL	143.572

Elaborado: Autor de la investigación.

4.5 Financiamiento

El financiamiento para esta unidad productiva es de 143.572,00 dólares, los cuales involucran fondos propios y financiados.

Tabla 44: Financiamiento

Estructura	Valor	%
Fondos propios	54.198	37,750
Fondos financiados	89.375	62,251
Total...	143.572	100,00

Elaborado: Autor de la investigación.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 Determinación de Ingresos

Para la determinación de los ingresos es necesario conocer los posibles y potenciales usuarios del servicio de moto taxi, tomando en consideración que en la ciudad de Ibarra no hay este tipo de movilización al público. La información se extrae del estudio de mercado realizado, tomando como referente el universo de la Población Total de Ibarra, el siguiente cuadro permite visualizar los cálculos realizados para determinar los usuarios y valores de cobro para obtener los ingresos mes y año.

Tabla 45: Determinación de los clientes

AÑO	POBLACIÓN	CLIENTES	CLIENTES X MES
2010	194101	131989	52796
2011	199265	135500	54200
2012	204565	139104	55642
2013	210006	142804	57122
2014	215593	146603	58641
2015	221327	150503	60201

Elaborado: Autor de la investigación.

La población de la ciudad de Ibarra asciende a 194.101 habitantes para el año 2010, tomando en cuenta la base de 153.256 habitantes según el censo de población del año 2001, con una tasa de crecimiento del 2.66%, de los cuales se aspira captar el 40% de población para brindarles el servicio de mototaxi, para los siguientes años se aplica el mismo porcentaje.

Tabla 46: Proyección de Ingresos

DESCRIPCIÓN		Año Base 2010	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad (mes motos)	A	21	21	26	36	36	36
Clientes por moto	B	35	36	37	38	39	40
TOTAL Clientes día (a*b)	C	735	755	959	1.363	1.400	1.437
Tarifa por cliente	D	0,75	0,78	0,82	0,85	0,89	0,93
Ingresos día (c*d)	E	551,25	590,64	783,53	1.162,42	1.245,49	1.334,49
Días mes	F	30	30	30	30	30	30
Total ingresos mes (e*f)	G	16.537,50	17.719,31	23.505,95	34.872,57	37.364,64	40.034,81
Meses del año	H	12	12	12	12	12	12
TOTAL INGRESOS (g*h)	I	198.450,00	212.631,72	282.071,39	418.470,78	448.375,72	480.417,73
TOTAL INGRESOS (I)		198.450,00	212.631,72	282.071,39	418.470,78	448.375,72	480.417,73

Elaborado: Autor de la investigación.

El porcentaje de crecimiento del precio para los siguientes años es del 4.37% que es la inflación acumulada a diciembre del 2009. Se prevé arrancar con 6 motos propias y 15 socios, para el segundo año se incrementará 5 socios y 10 para el tercero, con lo cual quedará completo el cupo mientras la necesidad no diga lo contrario. Por otro lado, se toma en cuenta un promedio de 35 carreras diarias al costo de \$ 0.75 centavos, por costo de inscripción de cada socio nuevo se fija la cantidad de \$ 500 USD.

5.2 Determinación de Egresos

5.2.1. Costos de Producción

5.2.1.1. Mano de Obra

Tabla 47: Mano de Obra Directa

Cargo	Cantidad	meses
Obrero	21	12

Elaborado: Autor de la investigación.

El Salario Básico Unificado (SBU) fijado para el año 2010 es de 240,00 dólares americanos. Para el cálculo de los siguientes se tomó los SBU de los años 2005 al 2009, por cuestiones de comprobación se utilizó la fórmula exponencial, determinando una tasa de crecimiento del 9,9% para aplicarse a los siguientes años.

Tabla 48: Proyección del SBU

Años	SBU	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2005	150	0
2006	160	6,67
2007	170	6,25
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10,09
TOTAL		49,67

Elaborado: Autor de la investigación.

Fórmula:

La tasa promedio es:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.4967}{5} = 0.0989 \text{ o } 9,9\%$$

Por lo tanto la tasa de crecimiento del 9,9% es la que se aplica para los siguientes años.

Tabla 49: Salario Mensual

Rubro	Años					
	Año Base 2010	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	240,00	263,76	289,87	318,57	350,11	384,77

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 50: Salario Anual

Rubro	Años					
	Año Base 2010	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	60.429,60	66.412,13	72.986,93	80.212,64	88.153,69	96.880,90
Aporte Patronal	7.342,20	8.069,07	8.867,91	9.745,84	10.710,67	11.771,03
Fondo de Reserva		5.534,34	6.082,24	6.684,39	7.346,14	8.073,41
Décimo Tercero	5.035,80	5.534,34	6.082,24	6.684,39	7.346,14	8.073,41
Décimo Cuarto		5.534,34	6.082,24	6.684,39	7.346,14	8.073,41
TOTAL	72.807,60	91.084,24	100.101,58	110.011,63	120.902,78	132.872,16

Elaborado: Autor de la investigación.

Costos de Mantenimiento

Descripción	Costo	Año Base 2010	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de motos		21	21	26	36	36	36
Cambio de aceite	15,00	1.260,00	1.320,23	1.634,57	2.263,25	3.192,48	3.192,48
Cambio de filtro	1,50	126,00	132,02	163,46	226,32	319,25	319,25
Cambio de llantas	60,00	1.260,00	1.320,23	1.634,57	2.263,25	3.192,48	3.192,48
Lubricación	5,00	210,00	220,04	272,43	377,21	532,08	532,08
Gasolina	1,48	5.594,40	5.861,81	7.257,48	10.048,82	14.174,61	14.174,61
TOTAL		8.450,40	8.854,33	10.962,50	15.178,85	21.410,90	21.410,90

Elaborado: Autor de la investigación.

5.2.1.2. Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 51: Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Año Base 2010	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz						
Consumo (por mes)	35	36,53	38,13	39,79	41,53	43,35
Consumo (por año)	420	433	446	459	473	487
Agua						
Consumo (por mes)	15	15,66	16,34	17,05	17,80	18,58
Consumo (por año)	180	185	191	197	203	209
Teléfono						
Consumo (por mes)	30	31,31	32,68	34,11	35,60	37,15
Consumo (por año)	360	371	382	393	405	417
TOTAL...	960	989	1018	1049	1080	1113

Elaborado: Autor de la investigación.

Por lo tanto los costos de producción de esta unidad productiva propuesta son:

Tabla 52: Costos de Producción

Rubro	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	72.807,60	91.084,24	100.101,58	110.011,63	120.902,78	132.872,16
Mantenimiento	8.450,40	8.854,33	10.962,50	15.178,85	21.410,90	21.410,90
Costos Indirectos de Fabricación	960,00	988,80	1.018,46	1.049,02	1.080,49	1.112,90
TOTAL	82.218,00	100.927,37	112.082,54	126.239,50	143.394,17	155.395,96

Elaborado: Autor de la investigación.

5.3 Gastos Administrativos

El talento humano que se requiere para operar esta propuesta es el siguiente: Gerente, Contador/ra y Secretaria. Para el cálculo de SBU de los años posteriores al 2010, se consideró una tasa de crecimiento del 9,9%.

Tabla 53: Salarios de los funcionarios

Cargo	Cantidad	meses	SBU
Gerente	1	12	350
Contador/a	1	12	270
Secretaria	1	12	260

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 54: Salarios anuales de los funcionarios

Rubro	Años					
	Año Base 2010	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	10.560,00	11.605,44	12.754,38	14.017,06	15.404,75	16.929,82
Aporte Patronal	1.283,04	1.410,06	1.549,66	1.703,07	1.871,68	2.056,97
Fondo de Reserva	0,00	765,74	840,63	923,85	1.015,31	1.115,83
Décimo Tercero	860,00	967,12	1.062,86	1.168,09	1.283,73	1.410,82
Décimo Cuarto	0,00	765,74	840,63	923,85	1.015,31	1.115,83
TOTAL	12.703,04	15.514,10	17.048,16	18.735,92	20.590,78	22.629,27

Elaborado: Autor de la investigación.

5.4 Gastos de Ventas

Tabla 55: Gastos de Venta

Descripción	Año Base 2010	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad						
Cuñas radiales por mes	16	16	16	16	16	16
Meses por año	12	12	12	12	12	12
Valor por cuña	8	8,35	8,71	9,10	9,49	9,91
SUBTOTAL...	1536	1603,12	1673,18	1746,30	1822,61	1902,26
Arriendo						
Arriendo local por mes	200	206,94	214,12	221,55	229,24	237,19
Meses por año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL...	2400	2483,28	2569,45	2658,61	2750,86	2846,32
TOTAL...	3936,00	4086,40	4242,63	4404,91	4573,47	4748,58

Elaborado: Autor de la investigación.

5.5 Gastos Financieros

Son 35.512,00 dólares americanos que se necesitan para comenzar a operar la microempresa, para el cálculo de cuotas se aplica una tasa de activa del 14% que es la que está vigente en el sistema financiero.

5.5.1. Cálculo de Amortización

Para establecer la cuota fija se aplica la siguiente fórmula financiera.

$$\text{VALOR PRESENTE} = \frac{VF \cdot i \cdot (1+i)^n}{\{(1+i)^n - 1\}}$$

$$VP = \frac{89375 \cdot 0,17 \cdot (1+0,17)^{60}}{\{(1+0,17)^{60} - 1\}} = \frac{2101,39}{1,0096} = 2081,45$$

Tabla 56: Amortizaciones

Amortización del Crédito						
Capital: 89.375						
Interés: 14% 1,17 mensual						
Tiempo: 5 años 60 meses						
Nº	valor presente	Interés	Saldo soluto	Saldo Insoluto	Interés	Capital
1	2081,45	1045,68	1035,76	88.339		
2	2081,45	1033,57	1047,88	87.291		
3	2081,45	1021,31	1060,14	86.231		
4	2081,45	1008,90	1072,55	85.158		
5	2081,45	996,35	1085,09	84.073		
6	2081,45	983,66	1097,79	82.976		
7	2081,45	970,81	1110,63	81.865		
8	2081,45	957,82	1123,63	80.741		
9	2081,45	944,67	1136,78	79.605		
10	2081,45	931,37	1150,08	78.454		
11	2081,45	917,92	1163,53	77.291		
12	2081,45	904,30	1177,14	76.114	11.716	13.261
13	2081,45	890,53	1190,92	74.923		
14	2081,45	876,60	1204,85	73.718		
15	2081,45	862,50	1218,95	72.499		
16	2081,45	848,24	1233,21	71.266		
17	2081,45	833,81	1247,64	70.018		
18	2081,45	819,21	1262,24	68.756		
19	2081,45	804,44	1277,00	67.479		
20	2081,45	789,50	1291,94	66.187		
21	2081,45	774,39	1307,06	64.880		
22	2081,45	759,10	1322,35	63.558		
23	2081,45	743,62	1337,82	62.220		
24	2081,45	727,97	1353,48	60.866	9.730	15.247
25	2081,45	712,14	1369,31	59.497		
26	2081,45	696,11	1385,33	58.112		
27	2081,45	679,91	1401,54	56.710		
28	2081,45	663,51	1417,94	55.292		
29	2081,45	646,92	1434,53	53.858		
30	2081,45	630,13	1451,31	52.406		
31	2081,45	613,15	1468,29	50.938		
32	2081,45	595,98	1485,47	49.453		
33	2081,45	578,59	1502,85	47.950		
34	2081,45	561,01	1520,44	46.429		
35	2081,45	543,22	1538,23	44.891		

36	2081,45	525,23	1556,22	43.335	7.446	17.531		
37	2081,45	507,02	1574,43	41.760				
38	2081,45	488,60	1592,85	40.168				
39	2081,45	469,96	1611,49	38.556				
40	2081,45	451,11	1630,34	36.926				
41	2081,45	432,03	1649,42	35.276				
42	2081,45	412,73	1668,72	33.608				
43	2081,45	393,21	1688,24	31.919				
44	2081,45	373,46	1707,99	30.211				
45	2081,45	353,47	1727,98	28.483				
46	2081,45	333,26	1748,19	26.735				
47	2081,45	312,80	1768,65	24.967				
48	2081,45	292,11	1789,34	23.177			4.820	20.158
49	2081,45	271,17	1810,28	21.367			4.820	20.158
50	2081,45	249,99	1831,46	19.535				
51	2081,45	228,56	1852,88	17.683				
52	2081,45	206,89	1874,56	15.808				
53	2081,45	184,95	1896,50	13.912				
54	2081,45	162,76	1918,68	11.993				
55	2081,45	140,32	1941,13	10.052				
56	2081,45	117,60	1963,84	8.088				
57	2081,45	94,63	1986,82	6.101				
58	2081,45	71,38	2010,07	4.091				
59	2081,45	47,86	2033,58	2.057				
60	2081,45	24,07	2057,38	0	1.800	23.177		
TOTAL		35.512	89.375					

Elaborado: Autor de la investigación.

Tabla 57: Gastos Financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	11716	9730	7446	4820	1800
Total Financieros	11716	9730	7446	4820	1800

Elaborado: Autor de la investigación.

Los gastos financieros son los intereses calculados en la amortización del crédito y serán pagados de forma mensual.

5.6 Depreciaciones

Los porcentajes de depreciación de los activos los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI).

Tabla 58: Cálculo de depreciaciones

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Cálculo	Cuota de depreciación
Maquinaria y Equipo	10	915	915 / 10	92
Equipo de cómputo	3	500	500 / 3	167
Muebles de Oficina	10	450	450 / 10	45
Motos	5	50.400	14400 / 5	10.080
TOTAL		52.265	-	10.383

Elaborado: Autor de la investigación.

5.7 Estados Financieros

Las proyecciones realizadas son para un horizonte de cinco años, se parte del año 2010 como base en la información.

5.7.1. Balance General

Tabla 59: Balance de arranque al año (cero)

ACTIVOS	143.572
Inversión variable	90.407
Inversión diferida	900
Inversión fija	52.265
Equipo y Maquinaria	915
Equipo de Cómputo	500
Muebles de Oficina	450
Motos	50.400
PASIVOS	89.375
Deuda por pagar	89.375
PATRIMONIO	54.198
Inversión Propia	54.198
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	143.572

Elaborado: Autor de la investigación.

5.7.2. Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

Tabla 60: Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos Projectados	212.632	282.071	418.471	448.376	480.418
(-)	Costos de Producción	100.927	112.083	126.240	143.394	155.396
(=)	Utilidad Bruta Projectada	111.704	169.989	292.231	304.982	325.022
(-)	Gastos:					
	Administrativos	15.514	17.048	18.736	20.591	22.629
	De Ventas	4.086	4.243	4.405	4.573	4.749
	Financieros	11.716	9.730	7.446	4.820	1.800
	Depreciación	10.383	10.383	10.383	10.383	10.383
	Imprevistos (5% de las ventas)	10.632	14.104	20.924	22.419	24.021
(=)	Utilidad Operacional proyectada	59.373	114.481	230.338	242.196	261.440
(-)	15% Participación Trabajadores	8.906	17.172	34.551	36.329	39.216
(=)	Utilidad proyectada antes IR	50.467	97.309	195.787	205.866	222.224
(-)	Impuesto a la renta	12.617	24.327	48.947	51.467	55.556
(=)	Utilidad Neta	37.850	72.982	146.840	154.400	166.668

Elaborado: Autor de la investigación.

5.7.3. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 61: Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Inversión	143.573						
Utilidad Operacional		59.373	114.481	230.338	242.196	261.440	
(+) Depreciación		10.383	10.383	10.383	10.383	10.383	
TOTAL INGRESOS	-	69.756	124.865	240.721	252.579	271.823	
(-) Inversión de reposición					800		
(+) Ventas de activos					-	8.000	
15% Participación Trabajadores		8.906	17.172	34.551	36.329	39.216	
Impuesto a la renta		12.617	24.327	48.947	51.467	55.556	
TOTAL EGRESOS	-	21.523	41.500	83.497	88.596	102.772	
FLUJO NETO (I-E)	-143.573	48.233	83.365	157.224	163.983	169.051	

Elaborado: Autor de la investigación.

5.8 Evaluación Financiera

5.8.1. Tasa de Redescuento

Tabla 62: Cálculo de la Tasa de Redescuento

Descripción	Valor	% de estructura	Tasa ponderada	Valor ponderado
Fondos propios	54.198	37,750	6	227
Fondos financiados	89.375	62,251	14	872
Total...	143.573	100,00		1098

Elaborado: Autor de la investigación.

Fórmula:

Costo de capital	1098/100	=	10.98%
------------------	----------	---	--------

$$TRM = (1 * Ck) (1 * \text{Inflación}) - 1$$

$$TRM = (1 * 0,1098) (1 * 0,0437) - 1 = 15,83\%$$

5.8.2. Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 63: Cálculo del VAN

Años	Flujos Netos
1	48.233
2	83.365
3	157.224
4	163.983
5	169.051

Elaborado: Autor de la investigación.

Fórmula:

$$VAN = <143573 > + \frac{48233}{(1.1583)^1} + \frac{83365}{(1.1583)^2} + \frac{157224}{(1.1583)^3} + \frac{163983}{(1.1583)^4} + \frac{169051}{(1.1583)^5}$$

VAN \$ 233.554

La obtención del VAN positivo, es un indicador de que la inversión es aceptable.

5.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 64: Tasa Interna de Retorno

Años	Flujos Netos	TRM 15,83%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-143.573		-143.573		-143.573
1	48.233	0,8633342	41.641	0,6271238	30.248
2	83.365	0,74534594	62.136	0,39328426	32.786
3	157.224	0,64348263	101.171	0,24663792	38.777
4	163.983	0,55554056	91.099	0,15467251	25.364
5	169.051	0,47961717	81.080	0,09699881	16.398
			233.554		0

Elaborado: Autor de la investigación.

TIR 59,46%

La Tasa Interna de Retorno (TIR) de esta propuesta es del 59,46% que comparada con la tasa de descuento o tasa de oportunidad del 15,83% se puede decir que la inversión es aceptable.

5.8.4. Beneficio / Costo

Fórmula:

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

$$B/C = \frac{\frac{69756}{1,1583} + \frac{124865}{1,158} + \frac{240721}{1,14} + \frac{252579}{1,14} + \frac{271823}{1,14}}{\frac{21523}{1,1583} + \frac{41500}{1,158} + \frac{83497}{1,14} + \frac{88596}{1,14} + \frac{102772}{1,14}}$$

$$B/C = \frac{60223}{18581} + \frac{93067}{30931} + \frac{154900}{53729} + \frac{140318}{49219} + \frac{130371}{49291} = \frac{578878}{201752}$$

B/C = 2,87

Tabla 65: Cálculo del TRM

Años	Ingresos	TRM 15,83%	Ingresos Actualizados	Egresos	TRM 15,83%	Egresos Actualizados	I / E
1	69.756	1,158	60.223	21.523	1,158	18.581	
2	124.865	1,342	93.067	41.500	1,342	30.931	
3	240.721	1,554	154.900	83.497	1,554	53.729	
4	252.579	1,800	140.318	88.596	1,800	49.219	
5	271.823	2,085	130.371	102.772	2,085	49.291	
TOTAL			578.878			201.752	2,87

Elaborado: Autor de la investigación.

Esto quiere decir que por cada dólar invertido se recupera 2,87, por lo tanto este es otro indicador de que la propuesta es viable.

5.8.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla 66: Periodo de Recuperación de la Inversión

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados
0	143.573	
1	48.233	48.233
2	83.365	131.598
3	157.224	288.822
4	163.983	
5	169.051	

Elaborado: Autor de la investigación.

Regla de tres:

288.822	3 años
143.573	X

2,49	Años
------	------

Según los cálculos realizados el periodo de recuperación es en 2 años y 6 meses.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

La empresa se caracteriza por la sencillez organizativa, debido a que su infraestructura y capacidad no es grande, pero es fundamental que tenga pilares administrativos que toda empresa debe poseer para un manejo empresarial. Los pilares necesarios con los que se debe contar son:

- Planificación
- Organización
- Dirección y
- Control

La empresa que se plantea crear, tiene como finalidad principal la asociación de mototaxis, servicio de transporte de carga y pasajeros en mototaxi, será creada en zona urbana de la ciudad de Ibarra y se le denominará Empresa de Mototaxis "FG".

6.1 Aspecto Legal de la Empresa

Con fines de operatividad y funcionamiento el proyecto que se pretende poner en funcionamiento debe conformarse legalmente como una persona jurídica de derecho privado cuya finalidad es la brindar servicio de transporte de carga y pasajeros en mototaxi.

La empresa se afiliará a la Cámara de Comercio de Imbabura para beneficiarse de todas las leyes creadas a favor.

6.2 Constitución Jurídica

Con el fin de realizar sus tareas normales, se debe cumplir con ciertas exigencias dispuestas por las Leyes ecuatorianas quienes regulan las actividades de las empresas.

Se puede decir entonces que la Constitución Jurídica, es el reconocimiento de la existencia de la empresa ante la sociedad y las leyes ecuatorianas para el desarrollo y cumplimiento de sus objetivos mediante su creación. Para ello es necesario:

DOMICILIO

Una empresa que se constituye y se inscribe en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional.

OBJETO

Toda organización unipersonal debe indicar en forma clara el objeto al que se va a dedicar y no podrá ejecutar ni celebrar otros actos.

PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN

APERTURA DE CUENTA

La persona interesada en crear una empresa unipersonal debe abrir una cuenta de Integración de Capital, en beneficio de una empresa unipersonal en formación.

ESCRITURA PÚBLICA

Luego de la apertura de la cuenta, el futuro gerente de la empresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

APROBACIÓN

La escritura pública se la presenta ante un juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.

OPOSICIÓN

Cualquier persona que se siente afectada con la constitución de la nueva empresa unipersonal tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, ante el juez.

INSCRIPCIÓN

Con la autorización del juez civil, el futuro gerente debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar debe tener el Registro Único de Contribuyente (RUC).

6.3 Normativa Tributaria

El Ministerio de Finanzas actúa junto con el Servicio de Rentas Internas (SRI) para otorgar el Registro Único de Contribuyente (RUC) y cuya finalidad es la de determinar la cuantía de los impuestos.

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

El RUC, es un instrumento que tiene por función identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la administración tributaria.

Todas las personas naturales y jurídicas (nacionales y extranjeras), que realicen actividades económicas de forma permanente u ocasional, o que sean titulares de bienes o derechos que generan u obtengan ganancias,

beneficios, remuneraciones, honorarios u otras rentas sujetas a tributación, están obligadas a presentar el RUC.

Para obtener el RUC se requiere:

- Cédula de identidad
- Recibo de agua, luz o teléfono
- Llenar formularios

El plazo para inscribir es de treinta días contados a partir de la iniciación de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una empresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario.

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya: 1) cambiado la actividad económica; 2) cambiado el domicilio; 3) cesada su actividad; y , 4) aumentado o disminuido el capital.

PATENTE MUNICIPAL

Es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad habitual. Se la obtiene en el Municipio. Los requisitos son:

- RUC
- Cédula
- Formulario de declaración del impuesto de patentes
- Formulario para categorización

PAGO DE BOMBEROS

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el Cuerpo de Bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que deben tener para evitar los mismos. El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendios, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica, en caso de que ocurra el flagelo.

TRIBUTACIÓN

La obligación tributaria para las microempresas es la relación jurídica que se crea entre el sujeto activo (Estado) y el sujeto pasivo (Contribuyente), en virtud de la cual este debe cumplir una prestación de dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el presupuesto establecido por la Ley para configurar cada tributo.

6.4 Políticas Empresariales

- Realizar con prontitud y responsabilidad el trabajo que cada socio brinde al cliente de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta los planes operativos emitidos por la Gerencia General.
- La empresa se reserva el derecho exclusivo de admitir nuevos socios.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada a convocatorias realizadas por la empresa, dará lugar a sanciones pudiendo perder su membresía.

- Guardar respeto y consideración en el trato con los clientes, compañeros y autoridades de la empresa. Proporcionar informes veraces a las autoridades de la empresa.
- Cuidar escrupulosamente las pertenencias de la organización y en cada caso de que ésta lo determine, prestar las facilidades a cualquier control o verificación de las mismas.
- Dar aviso a la Gerencia General de cualquier irregularidad que se conozca dentro de la institución.

6.5 Estructura Orgánica

A fin de mantener en el tiempo un buen funcionamiento organizacional la empresa debe llevar a cabo una buena organización. La estructura organizacional de la entidad se establece mediante organigramas, los cuales representan la fotografía de la organización, describiendo posiciones, patrones de responsabilidad y autoridad, comunicación y flujo de trabajo.

La dirección y responsabilidad de las empresas de servicio recae sobre las respectivas comisiones, al ser esta empresa pequeña, estas actividades serán responsabilidad del gerente o representante legal.

NIVEL DIRECTIVO: Gerente, quien toma decisiones y directrices para la buena marcha de la microempresa.

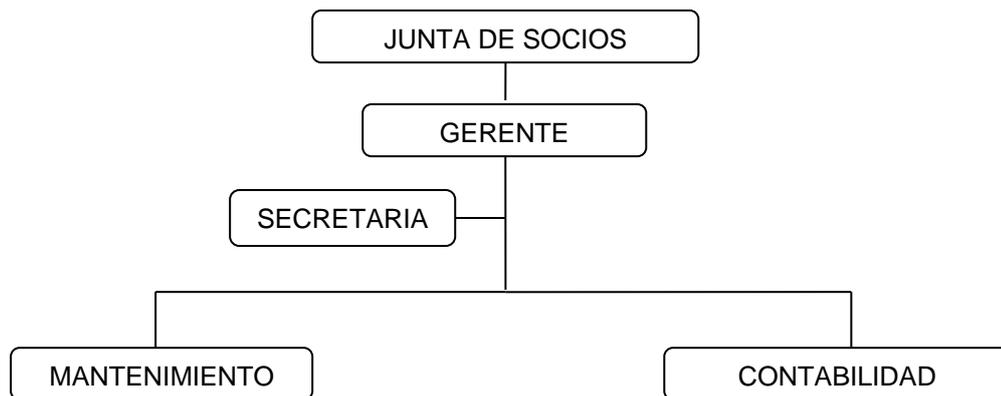
NIVEL ASESOR TÉCNICO: Técnico en mantenimiento de motocicletas.

NIVEL AUXILIAR: Contador, manejo de la situación financiera de la empresa.

NIVEL OPERATIVO: Socios.

6.5.1. Organigrama de la Empresa de Mototaxi.

Gráfico 34: Organigrama.



Descripción de Puestos y Funciones

Misión

“Agilidad y Calidad en el Servicio”, es decisión de la microempresa llevar este slogan como misión, puesto que considera que involucra a clientes internos y externos.

Visión

Ubicarnos hasta el 2011 como una microempresa competitiva a nivel regional en el servicio de transporte de carga y pasajeros en mototaxi.

Valores

El servicio será garantizado y confiable ya que nuestros socios procederán con cautela, medida, discreción, honradez y comedimiento.

GERENTE

NATURALEZA DEL CARGO

Organizar, planificar, coordinar y controlar el programa administrativo de la empresa, solucionar problemas en las distintas áreas, coordinar y evaluar la realización de proyectos, políticas para generar un buen desarrollo para la actividad económica en la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Representante legal y extra judicial de la empresa.
- Controlar y asignar unidades para las diferentes circuitos y paradas que mantenga la empresa.
- Aplicar y supervisar el cumplimiento de leyes, reglamentos y normas de control interno.
- Abrir cuentas bancarias, realizar préstamos para la microempresa.
- Fijar remuneraciones, realizar estrategias de ventas, metas y objetivos.
- Asesoramiento a clientes con las características y ventajas del servicio.
- Convencer al cliente para que utilice el servicio.
- Elaboración de promociones, recorridos, circuitos y otros.

CONTADOR/A

NATURALEZA DEL CARGO

Manejo económico – financiero de la empresa, programación, supervisión y ejecución de labores contables.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Planificar la ejecución de las labores contables de la empresa y supervisar el adecuado registro de las transacciones económicas financieras en forma oportuna.
- Presentar informes de la situación económica de la empresa.
- Mantener el sistema contable de control interno de ingresos, compromisos y pagos.
- Revisar y legalizar facturas, roles de pago y demás documentos que requieran un registro contable.
- Elaborar mensualmente el balance presupuestario de ingresos y egresos.
- Revisar y legalizar los estados financieros.
- Demás disposiciones de los jefes

REQUISITOS PARA OCUPAR EL CARGO

- Instrucción Formal: Título de profesional en Contabilidad y Auditoría CPA.

- Curso de contabilidad de costos.
- Curso de contabilidad computarizada tributaria.
- Experiencia: Un año de haber ocupado cargos similares.

SECRETARIA

NATURALEZA DEL CARGO

Manejo documental de la empresa.

Propias del departamento, entre lo que se puede mencionar, elaboración de actas de reuniones, oficios, memorandos, comunicados, convocatorias y otros.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Elaboración de actas de reuniones de los socios.
- Elaboración de convocatorias a las reuniones.
- Archivar adecuadamente la documentación de la empresa.
- Las demás que le asigne el jefe inmediato.

REQUISITOS PARA OCUPAR EL CARGO

- Instrucción Formal

- Bachiller en secretariado o afines.

OPERARIO

NATURALEZA DEL CARGO

Dar mantenimiento preventivo y correctivo, de ser necesario, a las unidades de mototaxi que lo requieran a un mínimo costo.

FUNCIONES PRINCIPALES

- Lubricación de las mototaxis (lavado, engrasado).
- Soldadura de partes defectuosas.
- Limpieza de carburadores.
- Arreglo de llantas.

REQUISITOS PARA OCUPAR EL CARGO

- Instrucción Formal
- Bachiller técnico en mecánica automotriz o afines.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Análisis de Impactos

Los impactos más importantes para ser analizados y que orientarán la ejecución de la propuesta son: Social, Económico, Ambiental y Educativo. Para el análisis se considerarán variables por cada indicador y se realizará la valoración de cada una de estas para obtener mediciones positivas o negativas según el rango de importancia que se dé a cada variable.

La siguiente tabla selecciona un rango de niveles de impactos positivos y negativos:

Tabla 67: Tabla de Medición de impactos

3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

Elaborado: Autor de la investigación.

7.2 Impacto Social

Desde la óptica de la población rural la ciudad ofrece mayores posibilidades de trabajo, claro está que los migrantes rurales buscan trabajos donde el esfuerzo físico es el que predomina. La ciudad de Ibarra en los últimos dos años está experimentando un crecimiento migratorio especialmente del sur de Colombia y norte de la provincia de Esmeraldas;

en el caso de los migrantes Colombianos no hay restricción por parte del Estado Ecuatoriano, más bien incentiva la venida de estos en calidad de refugiados abaratando la mano de obra ecuatoriana y en el mayor de los casos desplazando a la nuestra.

La necesidad de movilización en la ciudad es cada vez mayor, la existencia de los denominados taxis ejecutivos es un indicador de crecimiento del parque automotor, es por la difícil y escasa plaza laboral.

Tabla 68: Impacto Social

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Alternativa de movilización						x	
Nueva forma de trabajo							x
Relaciones Interpersonales							x
Bienestar social						x	
TOTAL						4	6

Elaborado: Autor de la investigación.

Resultado:

Total de Impacto Social = $10/4 = 2,50$

Nivel de Impacto Social = medio positivo

Análisis

Las clases medias bajas y posiblemente las bajas buscan alternativas nuevas de movilización, el taxi da las comodidades que el usuario requiere, el costo es lo que impide ocupar frecuentemente este automotor. La implementación de la moto taxi como alternativa de traslado de un lugar a otro sea de encomiendas o personas, sería el medio que por el costo estaría al alcance de todo bolsillo. El precio de la moto sería otro

factor que ocupe mano de obra de familias que mediante préstamo comprarían este automotor más fácilmente que un carro.

7.3 Impacto Económico

La existencia de cooperativas de transporte especialmente de taxis es lo que tiene saturada a la ciudad, se puede decir que en cada cuadra hay una parada de taxis, muy cerca a los mercados paradas que brindan servicio de carga como las camionetas.

Una moto con las adecuaciones respectivas sería capaz de brindar servicio de transporte a personas y realizar encomiendas dentro de la ciudad tal como se hace en la costa ecuatoriana. La tarifa sería un factor en que las clases bajas verían una alternativa de movilización en la ciudad.

Tabla 69: Impacto Económico

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Empleo de Mano de Obra							x
Tranquilidad Económica Familiar						x	
Coparticipación económica en la microempresa.							x
Tarifa accesible al usuario.							x
TOTAL						2	9

Elaborado: Autor de la investigación.

Resultado:

Total de Impacto = $11/4 = 2,75$

Nivel de Impacto = Alto positivo

Análisis

La ocupación de mano de obra en la que se involucre la proveniente de familias de escasos recursos económicos y sin posibilidades de conseguir

trabajo sería en parte una alternativa de solución a la escasa oferta de trabajo existente.

El formar parte de una estructura organizativa formal da respaldo a sus asociados antes que trabajar individualmente. Las posibilidades de financiamiento son mayores cuando se trata de grupos organizados porque se convierten todos/as en copartícipes de las decisiones que se tomen en beneficio de la organización.

7.4 Impacto Ambiental

Las ciudades de todo el mundo no pueden combatir la contaminación que provienen de los vehículos, en las ciudades grandes y desarrolladas el control estricto a los vehículos que sobrepasan la vida útil es más estricto, simplemente lo sacan de circulación y corregido el problema.

Los países subdesarrollados o en vías de desarrollo están adoptando iniciativas para no contaminar las ciudades por causa del uso excesivo del vehículo, desgraciadamente el comportamiento de la sociedad hacia el consumismo que acompañado con la facilidad crediticia que las instituciones financieras y comerciales dan hace que las familias adquieran más bienes, esto se evidencia en el crecimiento del parque automotor en la ciudad de Ibarra.

La utilidad de la moto se nota más en los sectores rurales y en la costa ecuatoriana, el insertar la moto en la ciudad de Ibarra para servicio de traslado de personas y encomiendas daría lugar a contaminar menos, porque la emanación de humo es menor que la de un vehículo cualquiera.

Tabla 70: Impacto Ambiental

Indicador	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Poca emanación de humo							x
Uso adecuado de espacios (parqueo)						x	
Uso de menos materiales para adecuaciones que el vehículo.							x
Menos combustible que el vehículo						x	
TOTAL						4	6

Elaborado: Autor de la investigación.

Resultado:

Total de Impacto = $10/4 = 2,50$

Nivel de Impacto = medio positivo

Análisis.

La preocupación de las entidades ambientalistas del mundo es el control de la emanación de humo de las grandes industrias y de los vehículos, según estudios realizados son los medios de transporte los más contaminantes a nuestro planeta.

Esta propuesta del uso de la moto para dar servicio de traslado de personas sería una alternativa en la ciudad, no se trata de desplazar a los taxis porque cada cual tiene su clientela. Más bien es dar servicio a las clases sociales que no pueden hacerlo en taxi por el costo que esto representa.

El uso de materiales para las adecuaciones de las moto taxis son en menos escala que para un vehículo, con el tiempo estos materiales serán

en volumen menores que los que se extraigan de los vehículos por lo tanto contaminarán menos.

7.5 Impacto Educativo

El crecimiento de la población hace que las distancias sean mayores para trasladarse de un lugar a otro, el uso de vehículo aparentemente es irremplazable en la actualidad. Se requiere campañas de concientización para usar otros medios de movilización, el destinar un día al no uso de vehículo es una alternativa que se está cumpliendo en algunas ciudades del mundo y muy poco en el nuestro. Este comportamiento de no hacer caso a las iniciativas es por poca o ninguna educación en cuestiones de conciencia de conservación.

Los establecimientos educativos especialmente los colegios, son instituciones que albergan a hombres y mujeres jóvenes que con toda la energía que poseen deben buscar otros medios de movilización que no sea el vehículo.

Tabla 71: Impacto Educativo

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Poca concientización en la ciudadanía						x	
Centros educativos opuestos al cambio						x	
Pensum de estudios tradicional					x		
Instituciones militares y educacionales deben unificar criterios de educación.					x		
TOTAL					2	4	

Elaborado: Autor de la investigación.

Resultado:

Total de Impacto = $4/4 = 1,00$

Nivel de Impacto = bajo positivo

Análisis.

Los establecimientos de educación deben incorporar en el pensum de estudios materias para formar emprendedores y juventud proactiva que aporte con iniciativas que aporten al cambio de la sociedad. Algunas instituciones de educación superior de las grandes ciudades preparan gente para generar empleo más no para ser empleados, la consecuencia de esto último son los grandes porcentajes de desocupados que acompañado con las pocas ideas que tienen no les queda más buscar trabajo si tiene suerte.

La proliferación de empresas de taxis es consecuencia de las pocas alternativas de trabajo que hay. El nivel educativo juega un papel preponderante en la persona porque le permite aportar y generar ideas para la creación de iniciativas productivas. La introducción de la moto taxi como medio alternativo de transporte para las clases menos favorecidas es la solución.

CONCLUSIONES

- La información primaria sobre clientes potenciales, competencia y sistemas de prestación de servicios, permiten al proyecto cimentar de mejor manera su futura gestión empresarial.
- La agresividad de la competencia se midió a través de la investigación de mercado y visitas a los principales talleres de adecuación como también a las asociaciones que dan el servicio más parecido a las de una mototaxi, por lo que se puede decir que el nivel de agresividad es bajo ya que el total de oferta del servicio de mototaxis es muy reducido.
- Las estrategias de mercado a utilizarse son las siguientes, el nombre de la empresa será “FG”, la captación de socios se lo realizará con una cuota de inscripción y se exigirá que el socio cuente con su mototaxi, la publicidad se la realizará por medios de diarios y emisoras locales, las paradas se las ubicará junto al mercado amazonas y mayorista, la carrera mínima tendrá un costo de \$ 0.75 ctvs de dólar.
- Se dará los lineamientos para que los emprendedores en mototaxi, hagan la adquisición de su moto en el distribuidor más conveniente y se recomendará su adecuación en los talleres existentes.
- Las operaciones de adecuación, transformación y servicio de mototaxi, no representan significativas causas de impactos ambientales, por lo tanto, no son fuente de contaminación alguna.
- La inversión requerida para las instalaciones de la microempresa y el inicio de las operaciones alcanza la suma de \$ 143.572,00 USD, monto que cubrirá la inversión de activos fijos, inversión de activos

fijos de administración y venta, inversión de activos diferidos y el capital de trabajo.

- La utilidad neta para los cinco primeros años es 37.850,00; 72.982,00; 146.840,00; 154.400,00; 166.668,00 dólares respectivamente.
- El proyecto es financieramente viable, puesto que el VAN es mayor a 0 (233.554,00) y la TIR es de 59.46%.

RECOMENDACIONES

- El servicio de mototaxi debe mantener parámetros de ética, pues una mala atención puede ocasionar pérdida de clientes.
- En un inicio se recomienda que los servicios a prestarse sean de contacto personal hasta crear la confianza en el uso, pasado cierto tiempo se propenderá a realizar convenios institucionales y con operadoras de turismo.
- Se recomienda ampliar el mercado, dentro y fuera de su jurisdicción, pudiendo ser los cantones de Antonio Ante, Otavalo y Pimampiro, preparándose para un eventual crecimiento en la demanda del servicio, tratando de que las amenazas posibles se conviertan en excelentes oportunidades, haciendo constar detalladamente como se manejará las nuevas plazas de atención.
- La empresa “FG” como se llamará en este proyecto, deberá relacionarse con otras empresa que prestan el mismo servicio, para iniciar campañas de concientización y publicidad a los usuarios con el fin de promocionarse con esta alternativa de servicio con mayores beneficios que los taxis comunes.
- Es recomendable que, el precio del servicio no se encuentre ni por debajo ni por muy arriba del promedio de la tarifa que es \$ 0,85 centavos de dólar, ya que puede ocasionar confusiones, tanto en calidad como en popularidad del servicio, una vez que el servicio se afiance en el mercado será conveniente revisar una posible equiparación de precios con servicios similares.

- Se recomienda, además, que se indague la existencias de más importadores para ampliar el número de ofertas y de esta manera determinar cual ofrece mejores precios y mayor calidad.
- El constante monitoreo de los clientes internos y externos es importante para conocer sus requerimientos o aspiraciones, para de esta manera no descuidarlos y tener el riesgo de perder a alguna de ellos, aunque a veces sólo signifique pérdida de tiempo.

BIBLIOGRAFÍA:

ARBOLEDA VELEZ, Germán. Proyectos, Evaluación y Control, 1998

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos, Quinta Edición.
Colección McGrawHill, año 2006.

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes, UBIDIA TAPIA, Carmita. Contabilidad
de Costos.

DÍAS MOSTO, Jorge. Diccionario y Manual de Contabilidad y
Administración.

FRED R., David, Conceptos de Administración Estratégica, Décimo
primera Edición, México, 2008.

GAMBOA VELÁSQUEZ Ramiro, "Curso Básico de Administración de
Empresas", Finanzas. Editorial
Norma, Segunda Reimpresión 1994.

HARGADON, Bernardo Jr. MÚNERA Cárdenas, Armando. Contabilidad
de Costos.

JÁCOME V. Walter, Bases Teóricas Prácticas para el Diseño y
Evaluación de Proyectos Productivos y de
Inversión. Ibarra 2005.

KINNEAR / TAYLOR, Investigación de Mercados, cuarta edición, 2002.

MARTÍNEZ, Ciro; Estadística y Muestreo, Textos Universitarios, 2002,
Bogotá Colombia, octava edición.

MUNCH GALINDO, Lourdes. Planeación Estratégica: El rumbo hacia el éxito. 2005.

PHILIP KOTLER, GARY AMSTRONG, Mercadotecnia, México, sexta edición, 1999.

REVISTA Ekos, Economía y Negocios, N° 126 Octubre del 2004.

STATON, ETZEL, WALTER; Fundamentos de Marketing, México, Compañía Editorial Ultra S. A. Undécima Edición, 1999.

THOMPSON Jr., STRICKLAND III, A.J., GAMBLE, Jhon E. Administración Estratégica, Teoría y Casos, Décimoquinta Edición. Colección McGrawHill. Año 2007.

ANEXOS

Anexo "A"

Encuestas Aplicadas a los Posibles Usuarios de Mototaxi en la Ciudad de Ibarra.

Primera Pregunta: ¿Su lugar de residencia desde el centro de la ciudad está?

Lejos Cerca Mediana

Segunda Pregunta: ¿Con que frecuencia toma un taxi?

Siempre Casi siempre Rara Vez

Tercera Pregunta: ¿Cuál es el valor mínimo de una carrera de taxi?

\$1 \$1.25 \$1.5

Cuarta Pregunta: ¿Le gustaría pagar menos de \$1?

SI NO

Quinta Pregunta: ¿Cuánto le gustaría pagar?

75 ctvs 80 ctvs 85 ctvs

Sexta Pregunta: ¿Le gustaría utilizar una mototaxi?

SI NO

Séptima Pregunta: ¿Tomando en cuenta que la mototaxi es versátil y adaptable a todo tipo de terreno, le gustaría que la mototaxi le deje justo en frente de su puerta?

SI NO

Octava Pregunta: ¿Sus ingresos en relación al sueldo básico son?

Menores Iguales Superiores

Novena Pregunta: ¿En qué edad se encuentra?

Décima Pregunta: ¿Actualmente dispone de empleo?

SI NO

Anexo "B"

Encuestas Aplicadas a los Posibles Emprendedores de Mototaxi de la Ciudad de Ibarra.

Primera Pregunta: ¿Le gustaría adquirir una mototaxi?

SI NO

Segunda Pregunta: ¿Sabe usted si existen fábricas o talleres especializados en la construcción de mototaxi en la ciudad de Ibarra?

SI NO

Tercera Pregunta: ¿Tienen garantía las mototaxis que se adquieren?

SI NO

Cuarta Pregunta: ¿Sabe usted en qué porcentaje se ha incrementado el precio de las mototaxis anualmente?

1-10 10-20 20-30

Quinta Pregunta: ¿Sabe usted si es oportuna y rápida la entrega del producto por parte de los ensambladores?

SI NO

Sexta Pregunta: ¿Los talleres ensambladores de mototaxis, ofrecen servicios de mantenimiento adicionales a la venta del producto?

SI NO

Séptima Pregunta: ¿Desearía usted que se ejecuten proyectos con miras a la creación de más empresas dedicadas al ensamblaje de mototaxis en la ciudad de Ibarra?

SI NO