

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL.

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL CON
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
PARQUEADERO PÚBLICO EN EL SECTOR CENTRO DE LA CIUDAD DE
QUITO.”**

AUTOR:

CHRISTIAN ALEJANDRO CRUZ ALARCÓN

DIRECTOR:

ECON. GUILLERMO VACA

Quito, julio de 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, ideas, opiniones y conclusiones del presente trabajo de tesis son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, julio de 2013

(f) _____

Christian Alejandro Cruz Alarcón

1713704946

DEDICATORIA

La dedicación y empeño que he puesto en este trabajo, está dedicado a Dios, por darme la vida, la inteligencia, y las fuerzas para seguir adelante con fe, a mi madre Victoria que con sacrificio y esfuerzo me brinda su cariño y apoyo en todo lo que realizo y en cada paso que doy en mi vida, a mi hermano Raúl que desde el cielo comparta mi éxito de ser un profesional, a mi hermana Gabriela porque su apoyo ha sido importante para poder lograr mis objetivos, a mi cuñado Alexander que con su apoyo y voz de un hermano me ha dado las fuerzas para culminar este proyecto, a mi pequeña sobrina Mariemilia para cuenta en un futuro con su tío profesional, a mis profesores y a la UPS, quienes con su colaboración y confianza han sido partícipes de esta etapa de mi vida. Hoy quiero que ellos sean parte de este triunfo.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por la vida, por las enseñanzas que me ha dado como regalo especial para poder aprovechar todas mis virtudes.

A mi madre que con su esfuerzo moral, económico y con su ejemplo me ha enseñado a ser una persona de bien, a mis hermanos, a mi cuñado a mi sobrina, porque ellos han sido parte importante para la consecución de mis objetivos.

A una persona muy especial en mi vida, mi esposa que ha estado en buenos y malos momentos, a mis amigos de la universidad, porque ellos han convivido conmigo mi trayectoria universitaria.

De manera especial a la Universidad Politécnica Salesiana porque su disciplina dentro y fuera de las aulas ha hecho, que mi preparación en el transcurso de estos años sea el mejor, para poder lograr este título.

Cristian Alejandro

ÍNDICE

Introducción.....	1
CAPÍTULO I: DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.....	2
1.1 Tema.....	2
1.2. Planteamiento Del Problema.....	2
1.3. Resumen Ejecutivo Del Proyecto Para La Creacion Y Construccion Del Parquedero Sebastian De Benalcazar.....	2
1.3.1 El Producto.....	3-5
1.3.2 El Mercado.....	5-6
1.3.3 Localización Y Tamaño Del Proyecto.....	6-9
1.3.4 Consultas.....	9-10
1.3.4.1 Entrevistas.....	11
1.3.4.2 Encuestas.....	12
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO	15-17
2.1. El Producto: Características Y Funciones.....	17-23
2.2. Investigación de mercado.....	24
2.2.1 Investigación de campo.....	24-25
2.2.2 Entrevistas.....	26-27
2.2.3 Encuestas.....	27-29
Tabulación De Encuestas.....	30-40
2.3 Objetivos.....	40-41
2.4 Variables.....	41-42
2.4.1 Mercado De Interes Público Y Privado.....	42-43
2.4.2 Area De Mercado.....	43
2.5. Comportamiento Historico De La Demanda.....	44-46
2.5.1 Proyeccion De La Demanda.....	46-50
2.6. Analisis De La Oferta.....	50-54
2.6.1 Procesos De Atención Al Cliente.....	55-56
2.6.1.1 Detalle De Entradas Y Salidas De Los Automotores....	56
2.6.2 Regimen De Mercado.....	57-58
CAPITULO III: PLANIFICACION Y LA ORGANIZACIÓN.....	59
3.1. Aspectos Generales Basicos.....	60-62
3.2. Planificacion Estrategica.....	62
3.2.1 Vision.....	63
3.2.2 Mision.....	63
3.2.3 Objetivos Estrategicos.....	63
3.2.4 Metas.....	64
3.2.5 Politicas.....	64-65
3.2.6 Analisis Foda.....	65-67
3.3. Ubicación Geografica Estrategica.....	68

3.3.1.	Estudio y Localizacion De Las Zona Adecuada Para Instalar El Negocio.....	68
3.3.2	Las Zonas Escogidas.....	68-73
3.3.3	Mapa De Ubicaci3n Del Proyecto.....	74
3.4.	Capacidad Del Proyecto.....	74
3.4.1	Tama1o.....	75
3.4.2	Dise1o Del Parqueadero (Grafico).....	75
3.4.2.1	Establecimiento.....	76
3.4.2.2	Administracion.....	76
3.4.2.3	Bodega Y Suministros.....	76
3.5.	Analisis Interno.....	76
3.5.1	Organigrama Estructural.....	77
3.5.2	Estructura Funcional Y Operativa.....	77
3.5.2.1	Area Administrativa O Funcional.....	77-78
3.5.2.2	Area De Operaci3n.....	79-83
3.6.	Organizaci3n Juridica.....	83-93
3.6.1	Analisis Del Impacto Ambiental.....	93-97
3.6.2	Aporte A La Comunidad.....	97
3.7.	Plan De Marketing.....	97
3.7.1	La Segmentacion.....	97
3.7.2	El Posicionamiento.....	98
3.7.3	Los Precios.....	98-99
3.7.4	La Comercializacion.....	99
3.7.4.1	Canales De Comercializacion.....	99
3.7.4.1.1	Directos.....	100
3.7.4.1.2	Indirectos.....	100
3.7.4.2	Promocion Y Publicidad.....	101

CAPITULO IV ESTUDIO FINANCIERO 102

4.1.	Situaci3n econ3mica del Ecuador.....	102
4.2	Resumen de las principales pol3ticas de Contabilidad.....	102-104
4.3	Inversiones.....	104-105
4.3.1	Inversi3n total.....	105
4.3.2	Inversi3n en activos fijos o tangibles.....	106
4.3.2.1	Adecuaciones.....	107
4.3.2.2	Maquinaria y equipos.....	108
4.3.2.3	Utensillos y Accesorios.....	108
4.3.2.4	Equipos de computaci3n.....	109
4.3.2.5	Equipos de oficina,,,,,,.....	109
4.3.2.6	Muebles y enseres.....	110
4.3.3	Inversi3n en Gastos Administrativos.....	110-111
4.3.3.1	Gastos de puesta en marcha.....	111
4.3.3.2	Gastos de organizaci3n.....	112
4.3.3.3	Gastos de patentes.....	112
4.4	Capital de trabajo.....	112-114
4.5	Financiamiento.....	114
4.5.1	Estructura del financiamiento.....	114-115
4.6	Tabla de amortizaci3n del pr3stamo.....	115

4.6.1	Amortización dividendo constante.....	115-116
4.7	Presupuesto de costos.....	117
4.7.1	Costos Variables	117-120
4.7.2	Costos Fijos	120-123
4.7.3	Gastos Administrativos	123-124
4.7.4	Gastos de ventas.....	124-125
4.7.5	Gastos financieros.....	125-129
4.8	Proyección de ingresos y egresos de la empresa.....	130
4.8.1	Presupuesto de ingresos.....	130
4.9	Estado de situación inicial	131
4.10	Estado de resultado.....	131-132
4.11	Flujo de caja.....	133

CAPITULO V: EVALUACION FINANCIERA.....134

5.1	Valor Actual Neto (Van).....	134-135
5.2	Tasa Interna De Retorno.....	135-136
5.3	Periodo De Recuperación De La Inversión.....	136-137
5.4	Relacion Beneficio / Costo.....	137-138
5.5	Punto de equilibrio.....	138-140
5.6	Pago Tributario Al Fisco.....	141

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....142

6.1	Conclusiones.....	142- 144
6.2	Recomendaciones.....	145
	Bibliografía.....	146
	Anexos.....	147-151

RESUMEN

Se han elaborado cinco capítulos con el fin de desarrollarlos y analizarlos para lograr el cumplimiento del objetivo de cada capítulo.

El primer capítulo correspondiente a Delimitación de la Investigación comprende todo el proceso de investigación, toma en cuenta la determinación de los objetivos de la investigación, la determinación del mercado objetivo al que se dirigirá el negocio.

El segundo capítulo relacionado al Estudio de Mercado, comprende todo el proceso de investigación del mercado, tomando en cuenta los objetivos de la demanda y oferta que ofrecerá este servicio, además, así como todos los atributos de valor que se ofrecerá al cliente.

El tercer capítulo se relaciona con la Planificación y Organización del Proyecto describe la administración de los recursos que intervienen en el desarrollo de este, así mismo nos permitirá establecer metas y cursos de acción para alcanzarlas y se distinguirá la misión, visión, objetivos, funciones, políticas, valores y ventajas competitivas del proyecto.

El Cuarto capítulo titulado Estudio Financiero se determina aspectos como la rentabilidad, factibilidad financiera y otros temas importantes sobre la realización y puesta en marcha del proyecto.

En el Quinto capítulo titulado Evaluación Financiera se tomara en cuenta el comportamiento del Valor Actual Neto, la Tasa interna de retorno, la relación Beneficio Costo y algunos indicadores financieros que respaldaran a la credibilidad del proyecto.

El Sexto capítulo titulado Conclusiones y Recomendaciones aplicables al proyecto, las cuales dan una idea clara de los criterios evaluados y aplicados que permiten tomar este trabajo como iniciativa para los futuros proyectos que enfoquen a este tipo de servicio.

INTRODUCCIÓN

El proyecto o la iniciación de un negocio sirve para poder llevar a cabo una administración que sea rentable, con una estabilidad de mercado segura, en la cual el cliente sienta la satisfacción de que su dinero no solo da la acción de pagar por algo que reciba, si no que tenga ese involucramiento del servicio que recibe por su valor monetario.

Para ello se debe contar con una gerencia pro-activa, visionaria, creativa, innovadora, que garantice productividad, calidad a través de una administración adecuada de los recursos y cambios que se generen a través de movimiento económico del proyecto, para ello es necesario que la administración cuente con todas las herramientas necesarias para poder responder las necesidades del mercado en cualquier situación negativa que se encontrara , el financiamiento de un nuevo proyecto permite adquirir capital de trabajo rentable y una compra de activos fijos sofisticada.

En la actualidad la estrategia general en esta clase de negocios, es su mercado, la ubicación y la afluencia del parque automotor. Sin embargo el financiamiento se vuelve cada vez más restrictivo, y esto no solo por parte del sistema bancario sino también por la de los consumidores y empresarios, que van postergando sus decisiones de compra e inversión, perjudicando a pequeños empresarios que quieren empezar sus propios negocios, el proceso del otorgamiento del crédito puede ser también una barrera de producción no solo para un bien personal si no comunitario..

Es por esto que surge la necesidad de elaborar una tesis enfocada al **“Proyecto de Factibilidad para la creación de un Parqueadero Público en el sector Centro de la Ciudad de Quito”** lo cual permitirá a este sector productivo generar negocio y tener un mayor crecimiento a nivel individual.

Con el desarrollo de esta tesis pretendemos solucionar problemas, como por ejemplo el tráfico en ciudad, la confianza y seguridad de los clientes por sus vehículos, y en lo económico tratar de seguir creciendo como un proyecto rentable.

CAPÍTULO I

DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

1.1 Tema

“Proyecto de factibilidad para la creación de un parqueadero público en el sector centro de la ciudad de Quito”.

1.2. Planteamiento del problema

La implementación de un parqueadero público en este sector permitiría, que tanto la fuerza pública como los propios peatones, tengan su espacio de tránsito en vía libre por las calles del centro de la ciudad de Quito, esto ayudaría especialmente a las personas con discapacidades físicas a quienes contribuiríamos con una acción positiva.

Además permitirá que el servicio, el cual brinde el estacionamiento público, será implementado un control seguro en la venta de talonarios, la cual se realizará de forma continua pudiendo seguir un proceso de control tanto para su venta como para su pago respectivo, ya que en este sitio es muy difícil poder conseguir un lugar para dejar el vehículo, el parqueadero brinda su espacio para cada vehículo y la seguridad del mismo.

1.3. Resumen ejecutivo

La ejecución del presente trabajo tiene como objetivo principal analizar la factibilidad financiera, técnica, legal, organizacional, ambiental y de mercado del proyecto relacionado con la construcción de un parqueadero público y la promoción de este servicio con el fin de satisfacer la demanda existente en el sector centro de la ciudad de Quito.

1.3.1. El Producto

Producto en marketing, es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es mucho más que un objeto físico. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores reciben cuando obtienen lo que compran; es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.³¹

Los bienes de uso común son aquellos, que el cliente suele comprar con frecuencia, de manera inmediata y con el mínimo esfuerzo en la comparación y la compra, además los bienes de uso común se pueden subdividir en bienes básicos, de impulso y de emergencia.

Los bienes básicos son aquellos, que los consumidores compran de manera regular y son indispensables, los bienes de adquisición impulsiva se compran sin planearse o buscarse; por lo general se encuentran al alcance en muchos lugares, porque los clientes rara vez los buscan.

Los fabricantes de bienes de emergencia los colocan en muchos puntos de venta, para evitar perder la clientela dentro del mercado se debería esperar a que llegue el momento en que el cliente en verdad pueda satisfacer su necesidad.³²

El producto que se va a ofrecer a la comunidad es la construcción de un parqueadero público el cual permita tener todas las seguridades necesarias con el fin de que los usuarios tengan un servicio óptimo, para la tranquilidad de que su automotor este parqueado en un sitio reglamentario; sin problemas de que el vehículo sufra algún daño y evitar las multas, las cuales hoy en día se le impone al conductor por estacionar sus vehículos en lugares no permitidos.

³¹ STONER, James, “Administración”, Ed. Prentice Hall Hispanoamericana S.A, Pág. 45, México, 2009

³² NICKELS William, Introducción a los Negocios, España : Mc Graw, 3ra Edición, 2002, Pág. 35

Para la aplicación de este proyecto, que se ofrecerá a los clientes, debe estar enfocado en la atención eficiente y eficaz, en la cual permita tener una aceptación del público para poder hacernos conocer en el mercado.

Un parqueadero es un lugar destinado en las ciudades para estacionar transitoriamente automóviles y otros vehículos, puede ser público o privado, es por ello que los parqueaderos o estacionamientos nacen como respuesta al problema del espacio público invadido por el parque automotor, impidiendo el adecuado disfrute de este por parte de los peatones, degradando la imagen de la ciudad, destruyendo o maltratando las zonas verdes y causando congestión vehicular en algunos casos.

Además limitando gravemente el desarrollo de sectores caracterizados como áreas de actividad múltiple, afectando vitales núcleos históricos, comerciales e instituciones. Este problema es consecuencia de la carencia de zonas especialmente destinadas al estacionamiento de vehículos.

En un parqueadero pueden existir dos formas de estacionamiento las cuales son: Paralelo o ángulo.

El estacionamiento en paralelo es la forma usual de estacionar a menos que haya señales que indiquen lo contrario. Debe estacionar en paralelo lo más cerca posible al bordillo derecho.

El estacionamiento en ángulo se debe estacionar en ángulo con el bordillo de la acera, si las señales verticales o las líneas marcadas en la calzada lo indican así.

Existen también estacionamientos para discapacitados se implementa estos espacio especiales en los parqueaderos para brindar la movilización para las personas con alguna discapacidad física.

Dar un significado diferente a esta expresión, con el propósito de subrayar que el acceso al público, no se da en los parqueaderos privados, porque allí sólo ingresa determinada clase de personas, es consignar una restricción que no contempla la

norma, la cual en ningún aparte señala que la vía deba tener acceso al público en general.

El parqueadero público estará ubicado en la Av. Oriente y Benalcázar, este es una vía en la cual se vuelve imposible estacionar el vehículo en las calles, además no existen suficientes espacios para estacionamiento de vehículos, evidenciándose que la gran mayoría de personas propietarias de vehículos se ven obligadas a estacionar en las aceras mismas de la calle, por esta razón se considera viable ofrecer un servicio de estacionamiento público.

Una innovación importante es que los organismos de control, que vigilen a los peatones, por ejemplo, a quienes no utilicen los pasos peatonales, permanezcan fuera de las aceras o sitios de seguridad designados. De acuerdo a la nueva ley, los transeúntes serían multados con el 5 % de la remuneración básica unificada, es decir USD 12.

La Nueva Ley de Transito, analiza a los estacionamientos públicos como sitios de seguridad privada, aclarado en el Art. 13 de la Nueva Ley de Tránsito corre por seguridad del dueño del estacionamiento, es decir, salvaguardar los vehículos que están dentro de su propiedad, todo riesgo que limite a un parqueadero público y que se encuentre dentro de la zona peatonal, el estacionamiento correrá con gastos, en caso de producirse alguna acción peligrosa.

1.3.2. El Mercado

Es el ambiente social en el cual hace, que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como, la institución u organización social a través de la cual los oferentes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones y bajo estas condiciones establecer el precio del mismo.

El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores (conurrencia), y permite que se articule el mecanismo de la oferta y

demanda; de hecho, mercado es también el lugar donde se compran y venden bienes.

El mercado como la Industria ocupa un lugar cada vez más importante en la Sociedad moderna. El número y extensión en sus operaciones, su acción de satisfacer las necesidades de la vida humana el incremento de trabajo, la creación de nuevas fuentes de producción y comercialización, las comunicaciones rápidas entre las diversas regiones del mundo han extendido las relaciones comerciales.³³

El mercado el cual se involucrara, permitirá que el lugar establecido donde se construirá el parqueadero público, mejorará el tránsito vehicular, permitiendo el des congestionamiento de las vías de circulación, puesto que el centro del Distrito Metropolitano de Quito es un sector de flujo vehicular congestionado, por eso ayudará a mejorar la calidad de vida de sus moradores, los negocios que se encuentran a su alrededor, los cuales intervienen directamente con la creación de dicho parqueadero.

Para poder ofertar el servicio, se debe ver el impacto que existe con los parqueaderos que se encuentran en este sector, además depende del tiempo el cual estos estacionamientos ya funcionan ahí, la aceptación del público es primordial para poder demandar este servicio, en donde nos permita comparar el precio, los servicios adicionales que pueden tener estos parqueaderos.

1.3.3. Localización y tamaño del proyecto

“La Localización adecuada de las instalaciones de la Empresa que se crearía con la aprobación del Proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el Proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice Rentabilidad del proyecto.

³³ GILBERT Edgar, Administración Uno, México Printce Hall, 6 ta Edición, 1998, Pág. 25

Los Factores que influyen en la decisión de la Localización de un Proyecto se analizan en este apartado.

Las Alternativas de instalación de la Planta deben compararse en Función de las Fuerzas Ocasionales típicas de los Proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes Factores Globales:

La Disponibilidad y costo de los terrenos en las dimensiones requeridas para servir las necesidades actuales y las expectativas de crecimiento futuro de la Empresa creada por el Proyecto es otro Factor relevante que hay que considerar.

De igual forma, pocos Proyectos permiten excluir consideraciones a cerca de la topografía y condiciones de suelos o de la existencia de edificaciones útiles aprovechables o del costo de la construcción.”³⁴

Se debe estudiar varias alternativas, que al momento de comprobarlo depende básicamente de donde se presenta la necesidad, especialmente por el espacio físico adecuado para las instalaciones que según el dueño o propietario desea introducir las necesidades que según este lo desea.

Además de esto se debe realizar un análisis dimensional, el cual permita calificar y considerar la importancia al momento de hacer la elección del sitio donde se ubicara el parqueadero o estacionamiento público.

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

³⁴ GILBERT Edgar, Administración Uno, México Prince Hall, 6 ta Edición, 1998, Pág. 36

El tamaño se lo analiza a través de estos factores los cuales intervienen como punto preponderante para la finalización de una actividad productiva, social o de operación, las cuales son las siguientes:

- La dimensión y características del mercado.
- La tecnología del proceso productivo.
- La disponibilidad de insumos y materia prima.
- La localización.
- Los costos de inversión y de operación.
- El financiamiento del proyecto.

Capacidad teórica permite aquel volumen de producción, que con técnicas óptimas, permite operar al mínimo costo unitario.

Para alcanzar las cifras de producción máximas se necesitarían horas extraordinarias de trabajo, así como un consumo excesivo de suministros de fábrica, servicios, repuestos y partes de desgaste rápido, lo cual aumentaría el nivel normal de los costos de operación.

Capacidad normal viable analiza la capacidad en la que se logra las condiciones normales de trabajo teniendo en cuenta no sólo el equipo instalado y las condiciones técnicas de la planta, tales como paros normales, disminuciones de la productividad, feriados, mantenimiento, cambio de herramientas, estructura de turnos deseada, y capacidades indivisibles.³⁵

Al considerar el tamaño como una función del tiempo es importante tener en cuenta que la estacionalidad en la disponibilidad y suministro de ciertas materias primas e insumos determina la utilización de la capacidad instalada. Es para estos períodos para los cuales se estima la capacidad de la planta y se espera que su operación sea máxima.

³⁵ MOLINA Antonio, Contabilidad Básica General, Impretec 3 ra Edición, 2004, Pág. 128.

Al considerar la operación en conjunto es posible detectar aquellos puntos críticos que conlleven a la necesidad de establecer dos o más turnos en determinadas unidades de producción.³⁶

Para poder analizar el enfoque de la localización del proyecto, permitirá básicamente que la ubicación sea estratégica, y además que el flujo vehicular que es transitado por este sector, permitirá a la comunidad en general conocer el estacionamiento público.

La primera posibilidad es la menos ventajosa desde el punto de vista social debido a la frecuencia en el despido de personal.

Decisión Privada depende del punto de vista con que se mire el problema.

Al inversionista le interesa maximizar la cuantía total de las actividades; es decir, su tamaño óptimo es el que corresponde al mayor valor presente neto.

Decisión gubernamental le permiten al proyecto solucionar un problema de la comunidad, les interesa que el costo unitario de la producción del bien o de la prestación de servicio sea mínimo; si el precio de venta es el mismo, el tamaño que lo logra es el mismo que maximiza el cociente ventas a costos.³⁷

Toda decisión que influya en el resultado del proyecto debe puntualizarse en beneficio del mismo, es decir, dentro desde el punto de vista privado toda decisión recae en el presidente o el directorio, según la estructura de la empresa, y desde la percepción de una decisión gubernamental, el parqueadero público debe someterse a leyes y reglamentos que son publicados por las autoridades competentes.

³⁶ NICKELS William, Introducción a los Negocios, Graw Hill 3ra Edición, 2004, Pág. 13.

³⁷ MCHUGH James, Introducción a los negocios, 3 ra Edición en Español, 2002, Pág. 23

1.3.4 Consultas

La consulta es una información, herramienta que a partir de la funcionalidad permite la visualización, extracción y análisis de información de algún problema o circunstancia en la cual permita la participación del entrevistado o entrevistador en cualquier situación de problema en que se encuentra la necesidad del encuestador como para el encuestado dependiendo del tiempo y lugar geográfico.

Las dimensiones son un elemento de agrupación que permite analizar la información de manera combinada y en forma simultánea con otros elementos que conforman el conjunto de datos.³⁸

Para poder realizar una investigación en esta clase de proyectos es necesario implementar fuentes primarias como la investigación de mercado, a través de entrevistas y las vamos a realizar a las personas que intervienen directamente en la implementación del estacionamiento público, además las encuestas que se van a realizar al público con el fin de obtener información más precisa acerca de cada una de las preguntas que se formulen de acuerdo a la encuesta dirigida.

A parte debemos realizar una observación directa la cual permita tener un punto más claro de que los objetivos de la investigación, en los cuales se cumplan los objetivos del alcance de la investigación en este proyecto.

Dentro de este Capítulo se debe tomar en cuenta las fuentes primarias y secundarias, la cuales permitirán cumplir con los objetivos propuestos, lo cuales son los siguientes:

Las Fuentes Primarias intervienen dos estudios los cuales hemos creído que por su vital importancia deben ser tomados en cuenta, los cuales son:

³⁸ HERNANDEZ Sampeiri, Metodología de la Investigación, México Mc Graw Hill, Edición Uno, 1999, Pág. 23.

- Estudio Exploratorio: El cual nos permitirá obtener información mediante un sondeo preliminar que permita identificar las características sobre el mercado objetivo, clientes, servicios, y la competencia que existe al momento.
- Además permitirá determinar el número de individuos y vehículos que forman la población aproximada dentro de este sector de la ciudad de Quito.
- Estudio Descriptivo: Para este tipo de estudio se deben realizar los tipos de encuestas cerradas, en la que nos permitirán ver por cada clase de pregunta que preferencia tiene el cliente acerca de la colocación del estacionamiento público.

Además es necesario utilizar las fuentes secundarias como punto de partida, puesto que para analizar la localización de una empresa, se debe observar que instituciones públicas, privadas, universidades que trabajan por este sector, además se requiere la información del parque automotor y el volumen de circulación vehicular en este sector.

1.3.4.1 Entrevistas

Una entrevista es un dialogo en que la persona, es decir, (entrevistador) generalmente un periodista hace una serie de preguntas a otra persona, es decir, (entrevistado) con el fin de conocer mejor sus ideas, sus sentimientos y su forma de actuar.

El entrevistado deberá ser siempre una persona que interese a la comunidad. El entrevistado es la persona que tiene alguna idea o experiencia importante que transmitir.

El entrevistador es el que dirige la entrevista, debe dominar el dialogo, presenta al entrevistado y el tema principal, hace preguntas adecuadas y cierra la entrevista.³⁹

³⁹ HERNANDEZ Sampeiri, Metodología de la Investigación, México Graw Hill, Edición Uno, 1999, Pág. 23

1.3.4.2 Encuestas

La encuesta es un método de la investigación de mercados que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados que se utilizan para obtener datos precisos de las personas encuestadas.

En la actualidad, existen a los menos cuatro tipos de encuesta que permiten obtener información primaria, por lo que es indispensable que la investigación de mercados y sobre todo las mercadologías que conozcan cuáles son y en qué consiste cada uno de ellos.⁴⁰

Consisten en entrevistas directas a cada uno de los encuestados. Tienen la ventaja de ser controladas y guiadas por el encuestador, además, se suele obtener más información que con otros medios (el teléfono y el correo).

Sus principales desventajas son el tiempo que se tarda para la recolección de datos, su costo es más elevado que las encuestas telefónicas, por correo o Internet (porque incluye viáticos, transporte, bonos y otros que se pagan a los encuestadores) y la posible limitación del sesgo del entrevistador por ejemplo: su apariencia, estilo de hacer preguntas y el lenguaje corporal que utiliza, todo lo cual, puede influir en las respuestas del encuestado.

Encuesta en el punto de venta: Es aquella que es realizada en los pasillos de un establecimiento comercial y que consiste en interceptar a los compradores de ese momento para solicitarles que rellenen el cuestionario.

⁴⁰ Ibid, 12, Pág. 55

Descripción del problema

El contenido de un proyecto se refiere a la manera en que se detectan los problemas y se buscan las adecuadas soluciones. La primera cualidad de un proyecto debe ser su realismo.

Un proyecto no debe tener por objetivo resolver todos los problemas de un país o un sector, debe consistir en un ejercicio riguroso de fijación de prioridades y es una decisión acerca de cuál la tarea más importante que habrá que realizar y quién puede hacerla pensando de manera realista. Quienes propongan un proyecto deberán evaluar además quién posee la capacidad técnica necesaria para gestionar un proyecto importante.

La Descripción del problema la se puede interpretar de acuerdo a la urgencia que en el centro de la Ciudad de Quito se suscita a cuestión de la gran cantidad de vehículos que circulan por este sector, primordialmente este fluye con gran magnitud en las horas pico del estacionamiento en este sector.

Como consecuencia el Centro Histórico es un lugar que por la magnitud de su espacio físico, que tienen las calles, se hace casi imposible dejar estacionados los automotores por estas avenidas.

Además de esto los conductores enfrentan problemas principales en los cuales están expuestos sus vehículos por ejemplo:

- Ser sancionado por la autoridad competente.
- Tener multas por mal estacionado.
- El dejar sus vehículos siendo expuestos a rayones o desperfectos en la carrocería.
- Que el vehículo se le sustraigan accesorios como son los espejos, retrovisores, antenas, radios, etc.
- Que el vehículo se ha sustraído o robado en su totalidad por parte de los delincuentes.

Como se conoce en este sector los índices delictivos son altos, la zona del centro histórico ha recuperado su imagen arquitectónica pero en su totalidad la seguridad no, tanto para los ciudadanos como para el automotor, gracias a la preocupación de las autoridades que manejan esta zona se han reforzado con la implementación de la policía metropolitana, así de igual forma aun siguen existiendo problemas con la delincuencia en este sector.

Este parqueadero o estacionamiento público ayudara a mejorar la fluidez vehicular en este sector, la seguridad que el cliente busca, es que su vehículo se encuentre una zona de seguridad, sin la complicación de que su automotor no sea sancionado, ni robado es por eso, la implementación de este servicio contribuirá a disminución del impacto del ruido, los vehículos no estorbaran en las aceras, las personas que tengan que hacer sus trámites o diligencias podrán hacerlo de manera tranquila.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado tiene por objetivo determinar la cantidad de bienes y servicios, provenientes de una nueva unidad de producción que en cierta área geográfica y sobre determinadas condiciones de venta, la comunidad está dispuesta a adquirir.

En este estudio de mercado se pretende así responder a tres preguntas básicas:

1. ¿Qué comprará la comunidad?
2. ¿Cuánto comprará?
3. ¿A qué precios comprará el producto?

Para responder a estas preguntas existe una metodología bastante amplia, que se utilizará para el presente estudio, pero que siempre exige un esfuerzo propio de imaginación capaz de adaptar técnicas aplicables al presente caso de estudio⁴¹

En este estudio de mercado se contemplan dos aspectos que se encuentran vinculados entre sí: por un lado, el aspecto cuantitativo, que se refiere al dimensionamiento de la demanda actual y a sus proyecciones futuras y, por otro lado el enfoque cualitativo que considera las diferentes variables que influyen o determinan la demanda, comprende además, lo referente a comercialización, la cual se refiere al movimiento entre productores y usuarios.

Además se entiende por mercado, al área geográfica a la cual productores, intermediarios y consumidores concurren con el fin de comprar y vender una mercancía, es decir, realizar transacciones comerciales a un precio determinado.

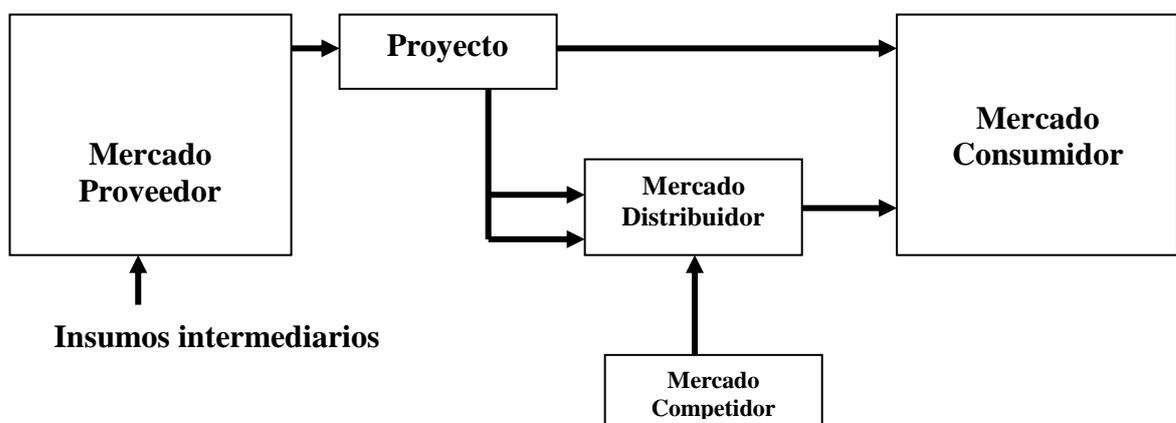
⁴¹ SAPAG, Nassir, “Evaluación y Preparación de Proyectos”, Pág. 55, Ed. Norma, Bogotá. 2002

La investigación de mercados se centra en acontecimientos del pasado y en sus consecuencias para solucionar problemas del presente y proyectar ciertos comportamientos hacia el futuro. Además, en el estudio de proyectos de pequeñas industrias adquieren cada día más importancia, el análisis de la Capacidad Empresarial de quienes van a dirigir la empresa y, el Entorno o Análisis Sectorial.⁴²

Es importante aclarar que a pesar de que se ha tratado de establecer una distinción entre las diferentes etapas del estudio de mercado para el estudio de proyectos, esto en realidad no ocurre claramente pues existe una interrelación entre ellas. Desde el punto de vista del empresario privado el análisis de mercado y el proyecto persigue demostrarle si es o no negocio invertir en determinado campo.

Desde el punto de vista del País tiene otro enfoque, pues proyectos que no tienen ventaja comercial, pueden tener ventaja de orden social.

Se puede afirmar que con la preparación del presente análisis se trata de que el riesgo de la inversión sea un riesgo calculado. Se parte del hecho evidente de que cualquier inversión entraña un riesgo. Con todo el análisis no se pretende eliminar el riesgo implícito. Un estudio de mercado no debe enfocarse sólo a la demanda y el precio del producto a ofertarse sino también la competencia existente y potencial. De acuerdo al diagrama a continuación esto implica proveedores, competidores, distribuidores, consumidores.



⁴² MENESES, Edilberto, "Preparación y Evaluación de Proyectos", Pág. 75. Ed. Quality Print , Quito, 2002

En este sentido un proyecto puede modificar el equilibrio en el supuesto que podría cambiar los precios tanto de insumos y de mano de obra que emplean los productos o servicios tanto de productores como el de los competidores.

2.1. El Producto: Características y Funciones

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización⁴³.

El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción.

La idea de construir un parqueadero o estacionamiento público, surge a raíz de que se observa que la demanda de la compra de automotores en la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito crece a un ritmo acelerado, puesto que las casas comercializadoras de automóviles brindan facilidad al cliente para poder obtener su propio vehículo, en asocio con las entidades bancarias.

En estos últimos años el parque automotor en la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito se ha elevado de una forma importante, es por eso que nace la idea de construir un parqueadero público y más en el sector del centro de Distrito Metropolitano de Quito, ya que por su capacidad física de transitar por estas calles se hace imposible parquear un vehículo en las calles.

- **Características**

Una vez realizado el análisis de las encuestas se ha determinado que el sector de la Av. Olmedo y Benalcázar y sus calles aledañas a las mismas, no existen suficientes espacios de estacionamientos, es decir la gran mayoría de conductores

⁴³ THOMPSON Iván, Introducción a la Macroeconomía, Graficas Fuentes, Edición 2001, Pág. 23.

propietarios de los vehículos se ven obligados a tener que estacionar sus vehículos, inclusive ellos quedándose ahí mismo, o dejarlos en las aceras, por esta razón se considera viable ofrecer un servicio de estacionamiento público en este sitio; que contará con las siguientes características :

Una vez realizadas las encuestas, percibimos que las características de nuestro servicio serán:

- Seguridad: Una de las características principales que debe poseer un parqueadero o estacionamiento público es tener las suficientes garantías donde el usuario pueda parquear su automóvil sin tener peligro de sufrir algún daño.
- Además puesto que para los clientes este es un sector de alto grado de peligrosidad en donde la mayoría de personas son víctimas de constantes atracos, a parte los cuidadores de cada sector cobran precios muy elevados, hay que tomar en cuenta que también se puede tener daños por causa de los callejeros que habitan en este sector, además del riesgo de que los vehículos sean golpeados o maltratados, e inclusive el auto ser robado en su totalidad, sin tener por parte de las personas la oportunidad de tener reclamos, adicionalmente vale recalcar que el “ Parqueadero Sebastián de Benalcázar” los vehículos estarán vigilados por el personal encargado de la seguridad.
- Fácil acceso : En el “ Parqueadero Sebastián de Benalcázar” ; el objetivo está totalmente diseñado para que los vehículos tenga el espacio físico necesario para poder ingresar y salir del estacionamiento, puesto que como todos sabemos por este sector el flujo vehicular es muy intenso.

Por consiguiente esto evitará que se produzca los famosos llamados embotellamientos al momento de que los vehículos ingresen o salgan del parqueadero, este es la segunda característica más importante porque lo que se busca disminuir la congestión que existe en las horas picos que están comprendidas en el medio día y en las horas de tarde.

- Iluminación: El parqueadero deberá contar con iluminación, puesto que se implementa esta característica ya que este estacionamiento y con el horario que deberá estar en funcionamiento nos permitirá ahorrar costos energéticos, en los cuales no se extenderá más de la hora propuesta por la administración.

Dentro de esta característica del parqueadero los costos a los que se va a incurrir creemos que no van hacer tan alto, ya que se atenderá al público hasta una hora estimada, y a parte porque este sector se considera como un sector comercial en cual los propietarios o dueños de dichos negocios no atienden hasta altas horas de la noche por los peligros que existen en este sector.

- Capacidad suficiente: El diseño físico que tendrá las instalaciones operacionales y administrativas del “Parqueadero Sebastián de Benalcázar” se calcula que aproximadamente contará con una capacidad de 60 espacios disponibles en su capacidad máxima.

Este parqueadero podrá contar con otras características no consideradas como necesarias, ya que la mayoría de los clientes tomaran en cuenta como elementos diferenciadores, que nos permitirá generar un valor adicional para el cliente como son : limpieza, buena atención, etc.

- Características no consideradas:

Lavado de carrocería: Dentro de esta característica no considerada, este servicio será prestado por el personal de limpieza del “Parqueadero Sebastián de Benalcázar”, mediante la compra o adquisición de una máquina lavadora, este instrumento sirve especialmente para la limpieza y aseo de los automóviles, esto facilitara el trabajo del personal de limpieza.

Incluyendo a ese servicio se ofrecerá la limpieza interna con una máquina aspiradora, este instrumento permitirá limpiar a los automóviles en la parte interna del vehículo, claro está dependiendo del dueño del vehículo si requiere la atención de este servicio.

Buena atención: Dentro de esta característica no considerada, la atención al cliente debe ser de forma continua y respetuosa pues ahí obtendremos la fidelidad del usuario y poder no solo captar la aceptación de los clientes, si además poder ganar un porcentaje de preferencia en el mercado.

Solicitud para clientes fijos: Dentro de esta característica podremos decir que esta solicitud está diseñada, para los clientes que con frecuencia estacionan sus vehículos en el parqueadero, este servicio puede brindar ya un posicionamiento en el mercado.

Solicitud para clientes eventuales: Este tipo de solicitud será la de mayor utilización, porque como el cliente va a dejar su vehículo estacionado y es común que por este sector dejan en lugar estacionado y seguro, realizan sus diligencias por algunos minutos, y retiran su vehículo, es primordial que estos procesos siguen su orden natural.

- **Función**

La función principal del “Parqueadero Sebastián de Benalcázar” es beneficiar al público que por razones laborales o turísticas visiten el centro de nuestra ciudad o sus alrededores; brindándoles el servicio de el alquiler de un estacionamiento público en el parqueadero.

Con esto los propietarios de los vehículos se evitarían molestias de ser sancionados por infracciones por mal estacionamiento, sufrir el robo de su vehículo, partes de sus accesorios que pueden ser sustraídas, además por alto índice de peligro que existe en este sector, o por alguna situación que el vehículo sea topado o dañado por algún otro vehículo.

Suele suceder, que cuando el dueño del vehículo deja estacionado en las calles y este a su vez ha sufrido algún desperfecto o daño en la carrocería no se sabe a quién responsabilizar.

Por eso en nuestro estacionamiento, la función primordial es que el vehículo tenga las suficientes garantías necesarias, donde el cliente se sienta satisfecho del servicio y la seguridad que le pueda brindar nuestro parqueadero, para que el usuario pueda hacer sus gestiones de una forma tranquila y confiable.

Análisis de la oferta para parqueaderos públicos ubicados en este sector.

La definición de la oferta es la relación de la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado.⁴⁴

Para investigar este punto debemos analizar los parqueaderos que se encuentran dentro de la competencia, realizamos una investigación utilizando el método de observación directa con el propósito de observar instalaciones que poseen cada uno de los estacionamientos públicos que existen en este sector, y además los servicios que brindan cada uno de estos parqueaderos, a continuación detallamos cada uno de los servicios:

- **Parqueadero centro histórico:** Este estacionamiento público se encuentra ubicado en las calles Benalcázar y Mejía, en esta última calle mencionada se encuentra la localización exacta de este parqueadero.

Este parqueadero es un proyecto realizado por el Distrito Metropolitano de Distrito, es decir una inversión directa con la que posee este estacionamiento, su capacidad de disponibilidad es de 200 puestos.

Su sistema de control de pago es por medio de tarjetas magnéticas y codificadas se dividen en tres niveles de espacios físicos, cada nivel posee sus respectivas señalizaciones, además tiene baterías sanitarias modernas tanto para hombres como para mujeres, cabe señalar que cada nivel es cubierto, para abandonar el parqueadero este tiene la entrada que es en la calle Mejía , y la salida del estacionamiento en la calle Olmedo, además dentro de las propias instalaciones, se

⁴⁴ THOMPSON Iván, Introducción a la Macroeconomía, Graficas Fuentes, Edición 2001, Pág. 56.

encuentra un restaurante llamado el Mediterráneo, por importancia de su estructura física este es un parqueadero completo que consta con todas las instalaciones.

Cabe decir que por su tamaño y funcionalidad que presta este estacionamiento público lo constituye como más importante dentro del perímetro de competencia.

- Parqueadero la merced: Este estacionamiento se encuentra localizado en las calles Olmedo y Cotopaxi, esta última calle mencionada es donde se encuentra el parqueadero.

Este parqueadero consta en sus instalaciones, con una capacidad disponible de 50 parqueaderos utilizados en su totalidad, ofrece una sola vía de acceso la cual sirve para entrada y salida vehículos.

Según nuestra observación este estacionamiento público, tiene una sola planta, en su espacio físico no consta con una buena señalización, cabe recordar que este sitio no cuenta con cubierta.

Su sistema de pago, consiste en que el vehículo ingresa al parqueadero, el controlador registra por medio de un ticket tomando el tiempo de entrada y el registro de placas, si por algún inconveniente el vehículo que no tenga placas el controlador pedirá algún documento de identificación personal como: cédula de identidad, libreta militar, o algún otro documento que lo identifique

El horario de atención de acuerdo a la administración del parqueadero “Centro Histórico” y el parqueadero “La Merced” son similares, es decir de lunes a viernes, literalmente los fines de semana los dos parqueaderos atiende, la diferencia del estacionamiento Centro Histórico es atender los días domingos, que habitualmente otros parqueaderos de la zona no lo hacen.

Para la competencia dentro del mercado de oferta, las instituciones públicas que trabajan por este sector, como por ejemplo: La Presidencia de la República del Ecuador, la Gobernación de la Ciudad, El Municipio de Distrito Metropolitano de

Quito, El Distrito de la Policía, Registro Civil, Dirección Provincial de Salud, Dirección Provincial de Educación.

Las iglesias que se encuentran por este sector son las siguientes: La Merced, La Basílica, son las que más cercan están, dentro del mercado oferta, por este sector se puede también captar la atención turística por parte de los extranjeros que sería un factor preponderante también para incluir en el mercado meta.

Los servicios médicos que brindan su servicio en este sector, se involucran dentro del mercado ofertante las instituciones que funcionan son las siguientes: El Centro de Salud # 1, La Clínica Santa Mariana de Jesús Centro, La Clínica Merced, La Confederación de ayuda Militares en retiro, de estas empresas de salud mencionadas solo una cuenta con parqueadero exclusivo para clientes es la Clínica la Merced el resto de instituciones no cuentan con esta instalación.

Dentro del mercado, para poder ofertar el parqueadero también podemos encontrar las instituciones educativas que laboran por este sector las cuales mencionamos a continuación: El Colegio San Pedro Pascual, La Escuela Ciudad de Cuenca, referenciados estas dos instituciones porque son las que se encuentran dentro del mercado ofertante.

Además en este sector podemos encontrar también los centros comerciales que se encuentran ubicados por este lugar, los cuales mencionamos a continuación : El nuevo Centro Comercial El Pasillo de Distrito Metropolitano de Quito, Centro Comercial la Merced y por el ultimo el Centro Comercial Don Pato, cabe señalar que estos centros comerciales no poseen parqueaderos o estacionamientos públicos, el Centro Comercial La Merced no tiene relación alguna con el parqueadero de la Clínica, este pertenece única y exclusivamente para el servicio de los clientes del hospital

2.2 Investigación de mercado

2.2.1 Investigación de campo

Los parqueaderos Cadisan y La Ronda son los más congestionados. Por el gran número de locales comerciales, cientos de personas acuden al sector diariamente. No se prevé construir nuevas plazas.



El estacionamiento del centro comercial La Manzana luce lleno y genera caos. Foto: Santiago Arcos | El Telégrafo - **Redacción Quito** - quito@telegrafo.com.ec

En el Centro Histórico de Quito hay aproximadamente 26 parqueaderos, entre públicos y privados, que en conjunto ofrecen 2.614 estacionamientos. Sin embargo, en días festivos o fines de semana son insuficientes por tratarse de una zona comercial y turística. En las últimas semanas la saturación fue mayor por las compras escolares que anteceden al inicio del año lectivo.

La Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (Epmmp), mediante el Sistema de Estacionamientos de Quito, tiene a su cargo seis sitios: Cadisan (393 estacionamientos), La Ronda (251), Montúfar 1 (102), Montúfar (245), El Tejar (303) y San Blas (373), que juntos concentran más del 50% de los parqueaderos que hay.

Roberto Gabela, gerente de Terminales y Estacionamientos de la EPMMOP, señala que por el momento no está prevista la construcción de nuevos parqueaderos, pero que el uso eficaz y moderado de estos depende de la planificación de los usuarios.

“La idea de los parqueaderos es que la gente los use por el tiempo que tarda en hacer un trámite o una gestión. La demanda de parqueaderos es infinita y si se crean nuevas plazas, simplemente van a venir más y más autos”, anota Gabela. No obstante, reconoce que hace falta coordinar mejor con los entes de seguridad y control, como es la Policía Metropolitana, para que guíen mejor a los usuarios. Por el retorno a clases el Centro Histórico luce abarrotado de compradores y quienes llegan en su propio vehículo dan varias vueltas hasta poderse estacionar.

María José Llanos, moradora de la Ciudadela Universitaria, en el norte de la ciudad, llegó junto con sus hijos para comprar la lista de útiles y tras varios intentos encontró una plaza de parqueo en el centro comercial La Merced. “Llevo más de veinte minutos dando vueltas. Es lamentable estar así en estos días de ajetreo”, comenta. Ello también influye en el tráfico, pues forman largas filas fuera de los estacionamientos y otros autos circulan varios minutos buscando una plaza.

Yolanda Cuayal, funcionaria del centro comercial, indica que hay 100 plazas de parqueo, pese a lo cual siempre unos 30 autos no pueden ingresar.

Para los socios de los centros comerciales del ahorro la falta de parqueaderos para sus clientes es un problema y, en ocasiones, les genera pérdidas. “La gente viene incluso de otras ciudades, generalmente los martes y sábados, y esto se vuelve un caos. Y si no encuentran parqueaderos simplemente se van”, dice Aidé Delgado, representante del centro comercial Nuevo Amanecer.

Para quienes transitan a pie el problema es otro, pues algunos conductores aún se toman las veredas para dejar sus autos, pese a las sanciones.

2.2.2 Entrevistas y resultados.

- **Título de la investigación**

Preferencias al momento de seleccionar el servicio de parqueadero o estacionamiento público en el sector centro del Distrito Metropolitano de Quito.

- **Problema**

Determinar si es viable la construcción de un parqueadero público ubicado al centro del Distrito Metropolitano de Quito.

- **Estudio Exploratorio**

Para poder realizar este tipo de estudio se efectuó un muestreo sistemático, en la que se decidió seleccionar dentro de un perímetro de tres cuadras a la redonda del lugar establecido para el proyecto.

Dentro de las instituciones públicas encontradas por este sector, se toma como punto principal estos sitios puestos que los horarios que trabajan estas instituciones y según lo estimado por la atención que va a brindar el estacionamiento a los clientes. Como resultado de este estudio fueron elegidos 5 instituciones públicas que a continuación se menciona:

- Presidencia de la República del Ecuador
- Municipio de Distrito Metropolitano de Quito
- Dirección Provincial Educación
- Dirección Provincial de salud
- Registro Civil del Centro.

El número de entrevistas no estructuradas que se realizaron, fueron aplicadas a 8 personas que fueron escogidas por cada lugar de trabajo que se ha mencionado

anteriormente. Conjuntamente con el desarrollo de las entrevistas no estructuradas se llevo a cabo la observación directa, el conteo y el registro de la cantidad de automotores estacionados en las calles o sobre puestos en las aceras donde transitan los peatones, así como la cantidad de vehículos que buscan un lugar de estacionamiento por este sector, determinando así durante cinco días de observación directa un promedio 600 vehículos particulares y de transporte público (TAXIS) . A través del análisis que hemos realizado, y como resultado del estudio exploratorio se obtuvo lo siguiente:

- El 100 % de las personas entrevistadas tienen mucha dificultad para encontrar sitios para estacionar los vehículos por este sector.
- El 100 % de las personas entrevistadas consideran de gran utilidad que exista un estacionamiento público en este sector.
- El 70 % de las personas dejan sus vehículos mal estacionados en las calles, mientras el otro 30 % deja sus automotores en estacionamientos públicos.
- De todas las entrevistas que se ha realizado a la mayoría de los futuros clientes, consideran que el precio por cada hora o fracción a pagar por parte de ellos es de 50 a 60 CTV de dólar.

2.2.3 Encuestas y resultados

Para la obtención de los resultados, se procedió a realizar el proceso para encuestar a las personas, para lo cual se analizó lo siguiente:

- **Obtención de la Muestra**

La población abarca a todos los vehículos cuyos dueños se encuentran realizando alguna actividad por el sector antes mencionado, sea lo que hagan de manera cotidiana o eventualmente, convirtiéndose así en una población muy extensa y con

la complejidad de determinar con exactitud , por lo que se realizo una observación directa de cuantos vehículos no estaban en una zona de seguridad, y de aquellos propietarios de sus vehículos que buscaban estacionamientos públicos, esto se realizo durante cinco días de, Lunes a Viernes en horas de la mañana y la tarde, por ejemplo en el día se tomo los horarios de 9 H 00 a 12 H 00, establecimos estas horas porque los futuros clientes entran a sus destinos de trabajos o porque realiza algún trámite ,además entre estas horas el flujo vehicular es demasiado extenso, y en la tarde se tomo el horario de 15 H 00 a 19 H 00, de igual manera que las personas de ese lugar salen de sus respectivos trabajos y porque el flujo vehicular disminuye paulatinamente de acuerdo con el pasar de la tarde.

Para poder determinar el tamaño de la muestra se debió estimar una parte o proporción de la población que frecuentemente habita por el sector centro de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito, debido al elevado costo de realizar una investigación total, puesto que la población es demasiada extensa se tomo como referencia, la observación directa con la que investigamos. El tamaño de la muestra se calculo mediante la siguiente fórmula:

En un parque automotor, circulan en la ciudad de Quito circulan en promedio de 654.332 vehículos anualmente (CORPAIRE), además cabe señalar que no solo son vehículos particulares, si no también públicos, se desea conocer la aceptación del público para la implementación de un parqueadero en este sector, para ello se toma una muestra de lo que se necesita para poder obtener de la siguiente formula.
Solución:

Datos tomados de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

N= Universo: 654332

K= Nivel de confianza: 1.96

p= Probabilidad éxito 0.60

q= Es la probabilidad de fracaso 1-p (0.40)

n= Es el tamaño de la muestra (número de encuesta que se van a realizar)

e= Es el error máximo admisible (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.60 * 0.40 * 654332}{(654332 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.60 * 0.40}$$

$$n = \frac{603284}{1637}$$

$$n = 369$$

Universo: Es el número o cantidad de personas que van hacer encuestadas, el número máximo es de 369 encuestados de acuerdo con el dato tomado del muestreo.

Análisis de la Investigación de Mercado

Una vez determinada la muestra de trescientos noventa y ocho personas, se realizaron las encuestas en el sector centro de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito. ANEXO No. 1, se presenta el formato de la encuesta realizada a partir de los datos obtenidos en el sondeo practicado inicialmente. De las encuestas realizadas se pudieron obtener los siguientes resultados que permiten continuar con el desarrollo de este proyecto, cada pregunta refleja sus valores de el numero de encuestados, y con sus respectivos porcentajes tomados a su 100 %.

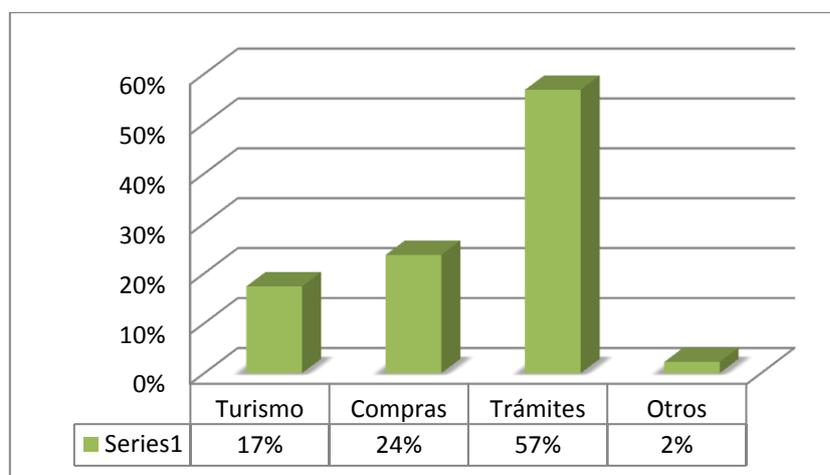
Tabulación de las encuestas

Después de realizado el proceso de encuestas se procedió a la tabulación de cada una de las preguntas con los siguientes resultados:

**TABLA DE TABULACIÓN
OCUPACIÓN**

Turismo	69	17%
Compras	94	24%
Trámites	197	57%
Otros	9	2%
TOTAL	369	100%

**GRÁFICO No. 3
OCUPACION**



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

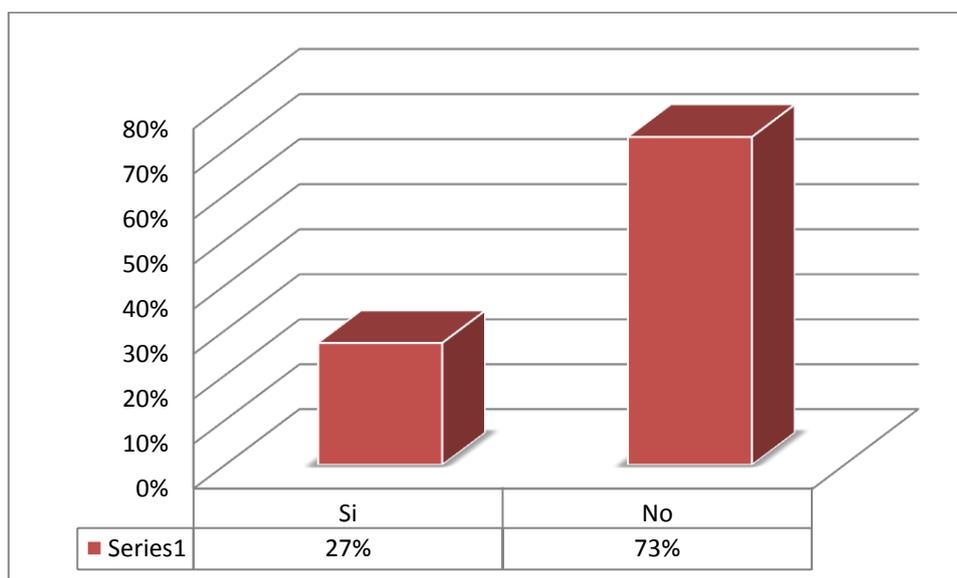
- De los 369 encuestados, 197 personas trabajan, lo cual equivale a un 57 %.
- De los 369 encuestados, 9 personas son realizan diferentes actividades varios, lo cual equivale en un 2 %.

1, ¿Existe parqueaderos suficientes para utilizarlos en el sector centro de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito?

TABLA DE TABULACIÓN

Si	108	27%
No	261	73%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 4
PREGUNTA No.1



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

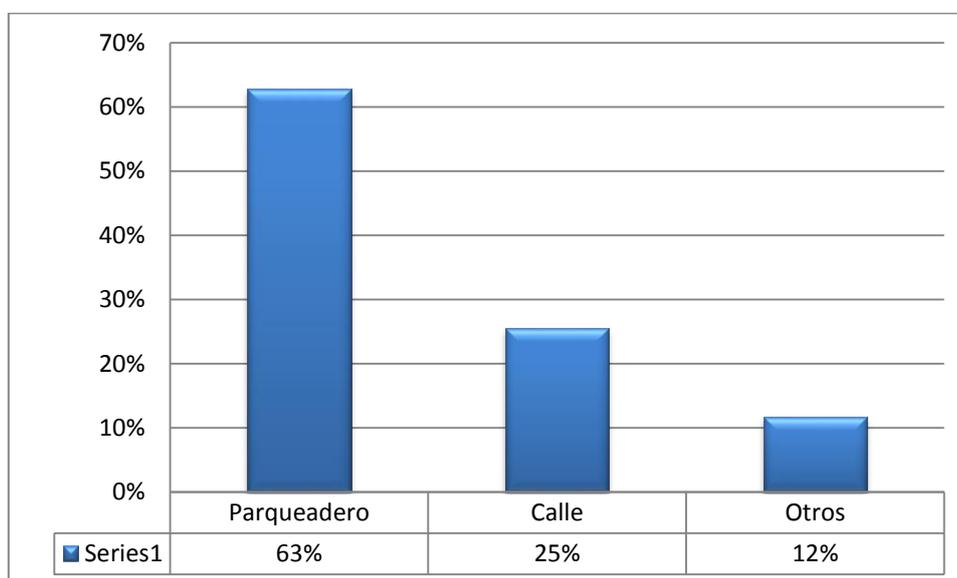
- De los 369 encuestados, 261 personas respondieron que NO, lo cual equivale a un 73 %.
- De los 369 encuestados, 108 personas respondieron que SI, lo cual equivale a un 27 %.
- Es decir aquí se refleja la demanda insatisfecha de parqueaderos en el sector centro del Distrito Metropolitano de Quito.

2. Frecuentemente donde deja su vehículo estacionado cuando visita este sector del centro de Distrito Metropolitano de Quito :

TABLA DE TABULACIÓN

Parqueadero	221	63%
Calle	101	25%
Otros	47	12%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 5
Pregunta No.2



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

- De los 369 encuestados, 221 personas respondieron que sus vehículos los dejan en parqueaderos, lo cual equivale a un 63 %.
- De los 369 encuestados, 101 personas respondieron que sus vehículos los dejan en las calles, lo cual equivale a un 25 %.
- De los 369 encuestados, 47 personas respondieron que sus vehículos los dejan en otros, lo cual equivale a un 12 %.

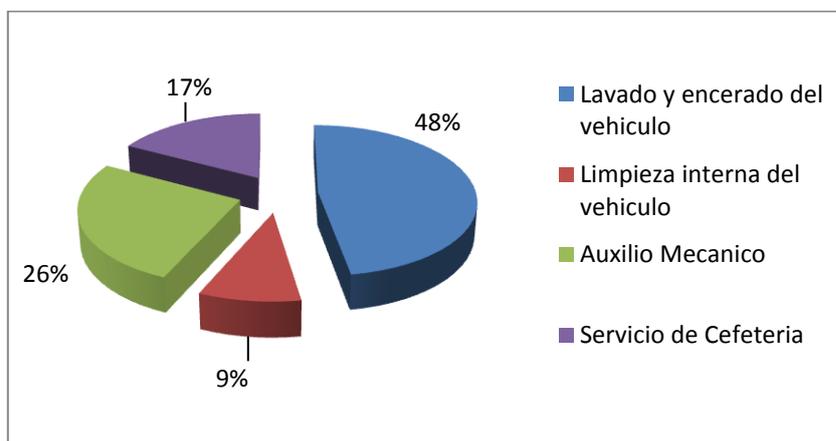
3. ¿Qué servicio adicional le gustaría para su vehículo mientras permanece en el estacionamiento?

TABLA DE TABULACIÓN

Lavado y encerado del vehículo	160	47%
Limpieza interna del vehículo	36	9%
Auxilio Mecánico	105	26%
Servicio de Cafetería	68	17%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 7

Pregunta No.3



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

- De los 369 encuestados, 160 personas respondieron que el lavado y encerado del vehículo es un servicio optimo l, lo cual equivale a un 48 %.
- De los 369 encuestados, 36 personas respondieron que la limpieza interna del vehículo es un servicio no tan importante, lo cual equivale a un 9 %.
- De los 369 encuestados, 105 personas respondieron que el auxilio mecánico es el servicio más importante, lo cual equivale a un 26 %.
- De los 369 encuestados, 68 personas respondieron que el servicio de cafetería importante, lo cual equivale a un 17 %.

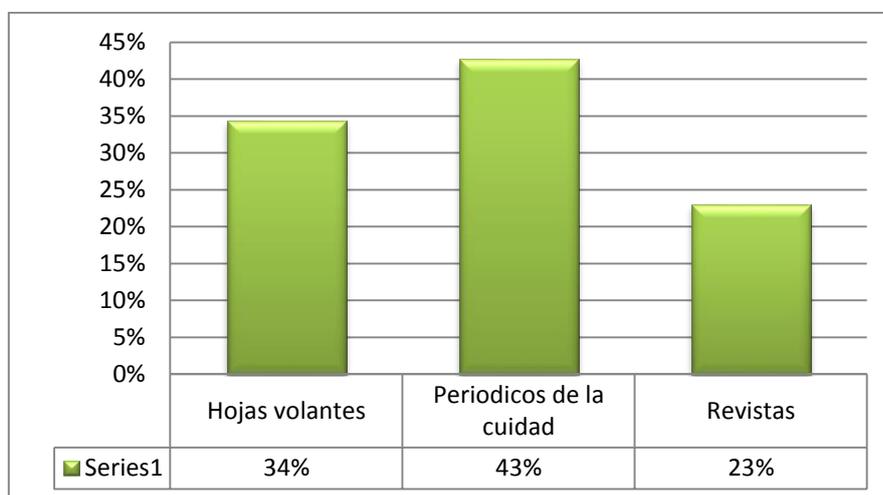
4 ¿Por qué medio de publicidad le llamaría más la atención conocer el servicio de un parqueadero nuevo?

TABLA DE TABULACIÓN

Hojas volantes	137	34%
Periódicos de la ciudad	141	43%
Revistas	92	23%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 8

PREGUNTA No.4



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

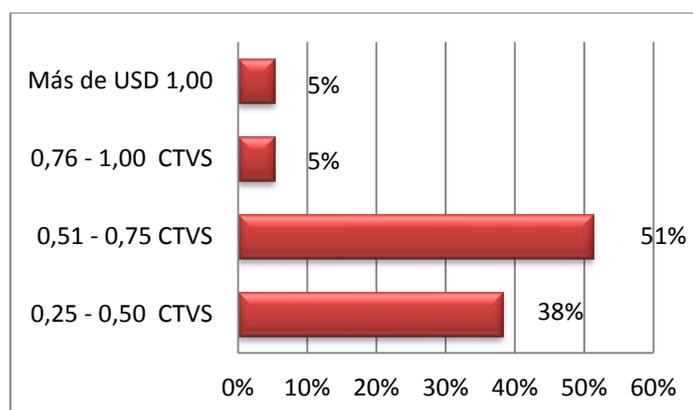
- De los 369 encuestados, 137 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero se promocione a través de hojas volantes, lo cual equivale a un 34 %.
- De los 369 encuestados, 141 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero se promocione a través de periódicos de la ciudad, lo cual equivale a un 43 %.
- De los 369 encuestados, 92 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero se promocione a través de revistas, lo cual equivale a un 23 %.

5. ¿Qué valor paga usted por hora o fracción por un parqueadero en el sector centro de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito?

TABLA DE TABULACION

0,25 - 0,50 CTVS	152	38%
0,51 - 0,75 CTVS	175	51%
0,76 - 1,00 CTVS	21	5%
Más de USD 1,00	21	5%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 9
PREGUNTA No.5



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

- De los 369 encuestados, 152 personas respondieron que les gustaría que el precio del parqueadero cueste 0,25 - 0,50 CTVS, lo cual equivale a un 38 %.
- De los 369 encuestados, 175 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero cueste 0,51 - 0,75 CTVS, lo cual equivale a un 51 %.
- De los 369 encuestados, 21 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero cueste 0,76 - 1,00 CTVS, lo cual equivale a un 5 %.
- De los 369 encuestados, 21 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero cueste más de Más de USD 1,00, lo cual equivale a un 5 %.

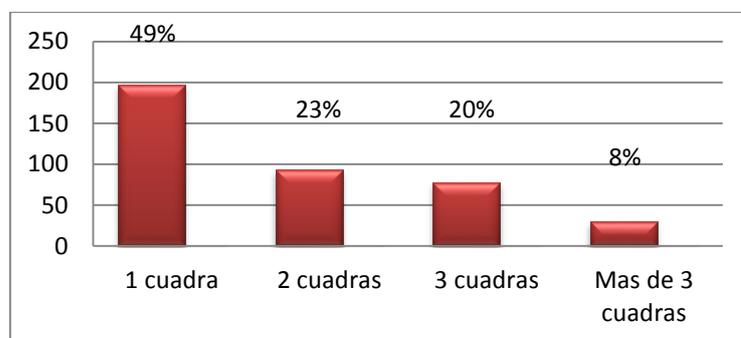
6. ¿Qué distancia toleraría caminar desde el estacionamiento de su vehículo hasta su lugar de destino?

TABLA DE TABULACIÓN

1 cuadra	168	49%
2 cuadras	93	23%
3 cuadras	78	20%
Más de 3 cuadras	30	8%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 10

PREGUNTA No. 6



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

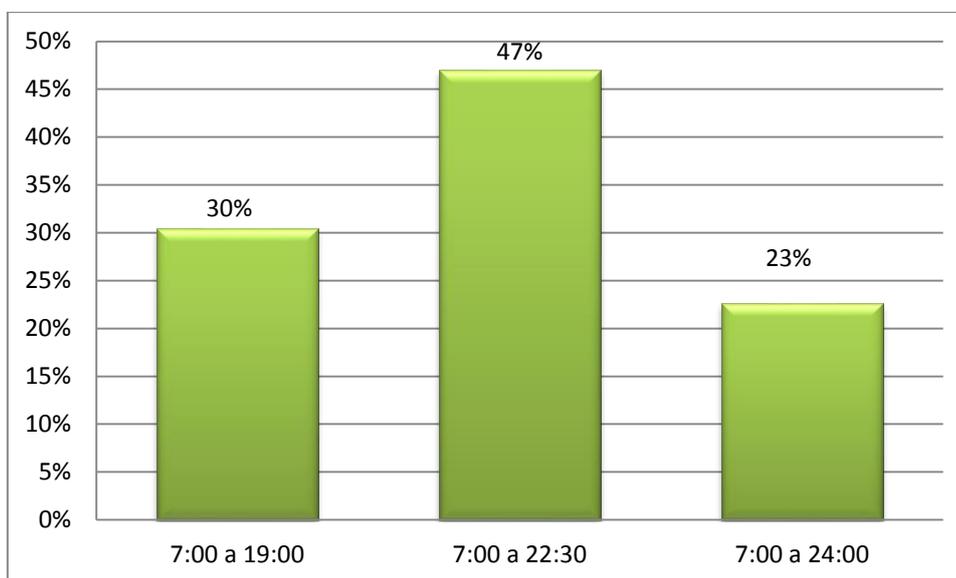
- De los 369 encuestados, 168 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero se encuentra a 1 cuadra de su lugar de destino, lo cual equivale a un 49 %.
- De los 369 encuestados, 93 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero se encuentre a 2 cuadras de su lugar de destino, lo cual equivale a un 23 %.
- De los 369 encuestados, 78 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero se encuentre a 3 cuadras de su lugar de destino, lo cual equivale a un 20 %.
- De los 369 encuestados, 30 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero se encuentre a más de 3 cuadras de su lugar de destino, lo cual equivale a un 8 %.

7. Para su comodidad que horarios de atención le gustaría que funcione el estacionamiento público en el sector centro de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito.

TABLA DE TABULACIÓN

7:00 a 19:00	121	30%
7:00 a 22:30	158	47%
7:00 a 24:00	90	23%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 11
PREGUNTA No. 7



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

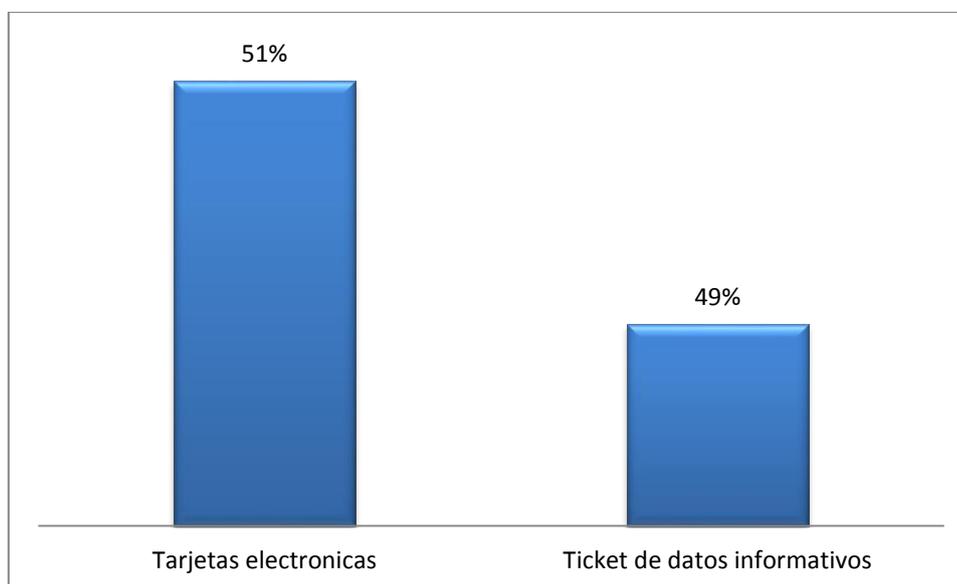
- De los 369 encuestados, 121 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero funcione de 7 a 19 horas, lo cual equivale a un 30 %.
- De los 369 encuestados, 158 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero funcione de 7 a 22: 30 horas, lo cual equivale a un 47 %.
- De los 369 encuestados, 90 personas respondieron que les gustaría que el parqueadero funcione de 7 a 24: 00 horas, lo cual equivale a un 23 %.

8. Qué documento le proporcionaría más confianza al momento de dejar su vehículo en un estacionamiento público, para poder retirarlo posteriormente?

TABLA DE TABULACIÓN

Tarjetas electrónicas	202	51%
Ticket de datos informativos	167	49%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 12
PREGUNTA No. 8



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

- De los 369 encuestados, 202 personas respondieron que les gustaría retirar su vehículo del parqueadero a través de tarjetas electrónicas, lo cual equivale a un 51 %.
- De los 369 encuestados, 167 personas respondieron que les gustaría retirar su vehículo del parqueadero a través de ticket de datos informativos, lo cual equivale a un 49 %.

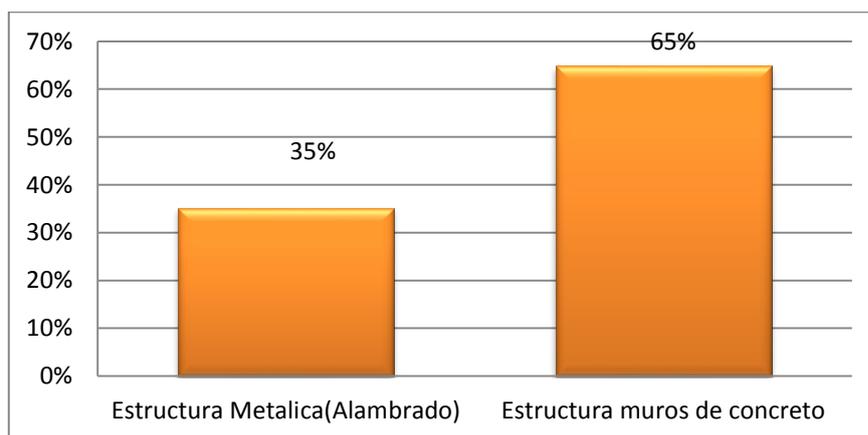
9. Como le gustaría a usted que el estacionamiento público, este protegido por las siguientes opciones :

TABLA DE TABULACIÓN

Estructura Metálica (Alambrado)	140	35%
Estructura muros de concreto	229	65%
TOTAL	369	100%

GRÁFICO No. 13

PREGUNTA No. 9



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Cristian Cruz

Interpretación

- De los 369 encuestados, 140 personas respondieron que les gustaría que la estructura del parqueadero sea de Estructura Metálica (Alambrado), lo cual equivale a un 35 %.
- De los 369 encuestados, 229 personas respondieron que les gustaría que la estructura del parqueadero sea de Estructura de Muros de Concreto, lo cual equivale a un 65 %.

“La demanda en economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor”⁴⁵.

Dentro del mercado de la demanda, en la cual vamos a ofrecer el servicio de nuestro parqueadero o estacionamiento público, definiremos primero al sector donde el usuario o futuro cliente va a consumir este servicio.

Definición del sector

El mercado objetivo para establecer nuestro servicio al público, va a ser en el sector de Centro Histórico, es decir ubicados en las calles Av., Benalcázar que sería la calle principal, por esta calle también se encuentra ubicado el parqueadero como lo hemos denominado P1, la Av. Oriente, esta calle es paralela y se conecta con la calle principal, esta avenida conecta con casi todos las instituciones laborales, establecimientos escolares y centros comerciales que están a su alrededor.

2.3 Objetivos

Los objetivos planteados, que nos hemos propuesto para la puesta en marcha en este proyecto son los siguientes que a continuación detallamos

Objetivo principal

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un parqueadero público en el sector centro de la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito.

Ofrecer una alternativa más adecuada, de un servicio de estacionamiento seguro, brindándole al usuario un servicio de buena calidad, para de esta manera

⁴⁵ THOMPSON Iván, Introducción a la Macroeconomía, Graficas Puentes, Edición 2001, Pág. 58.

convertirnos en el plazo de tres años líderes en el mercado de estacionamientos públicos en el sector Centro del Distrito Metropolitano de Quito, además generando fuentes de trabajo como labor social, y como rentabilidad a que nos permita a que el estacionamiento público pueda mantenerse dentro del mercado.

Objetivos específicos

- Analizar las diferentes variantes que pueden existir entre la demanda y oferta, con el fin de estudiar la acogida que puede llegar a tener la empresa por parte de los futuros clientes.
- Establecer las políticas, estructuras y funciones que va a tener la empresa de acuerdo a cada área funcional.
- Determinar los recursos y el presupuesto necesario, para la consecución de una estructura financiera sólida de la empresa.
- Determinar si la rentabilidad del proyecto es viable para la consecución de los objetivos planteados, es decir medir el costo y beneficio que se pueda obtener en un estudio.

2.4 Variables

- Definir el precio establecido por el público encuestado, el cual nos permitirá analizar la captación de nuestros futuros clientes.
- Analizar los precios de la competencia, es decir comparar la captación que tienen los usuarios con los otros parqueaderos.
- Determinar la capacidad económica que tienen los clientes para poder adquirir este servicio.
- Definir las preferencias que tienen los consumidores dentro de este tipo de mercado de servicios.

- Determinar los posibles mercados (Parqueaderos), los cuales estén inmersos el ámbito local, es decir en el sector Centro de la Ciudad de Distrito Metropolitano de Quito.
- Establecer una adecuada estructura administrativa para el desarrollo y desenvolvimiento de la empresa.
- Realizar seguimientos trimestrales de precios de los otros parqueaderos, para poder mantenernos en la competencia.
- Definir las características del servicio y su respectivo proceso de estructuración administrativa y operativa.
- Determinar la rentabilidad que nos dará el proyecto.

2.4.1 Mercado de interés público y privado

Para poder analizar este punto, se ha realizado un cuadro en el cual se divide el mercado de los futuros demandantes del estacionamiento público, los cuales detallamos a continuación: Este cuadro nos indica las Instituciones Públicas que desarrollan sus actividades en el sector, además estas instituciones no cuenta con parqueaderos propios dentro de sus instalaciones.

CUADRO No. 1

ESTABLECIMIENTO	PUBLICO O PRIVADO
Presidencia de la República	Público
Gobernación	Público
Municipio de Distrito Metropolitano de Quito	Público
Distrito de la Policía Nacional	Público
Dirección Provincial de Educación	Público
Compañía Andinatel S.A.	Público

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Cristian Cruz

Este cuadro indica las instituciones privadas que desarrollan por este sector, cabe señalar que ninguna de ellas tiene parqueaderos propios dentro de sus instalaciones.

CUADRO No. 2

ESTABLECIMIENTO	LABORAL O COMERCIAL
Comercial El Tejar	Comercial
Comercial La Merced	Comercial
Comercial Don Pato	Comercial

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado Por: Cristian Cruz

Este cuadro indica las casas de salud y las instituciones educativas que se encuentran este sector, podemos decir que solo la Clínica la Merced es la que cuenta con parqueadero propio para sus clientes dentro de este lugar:

CUADRO No. 3

ESTABLECIMIENTO	Casas de Salud / Educativas
Clínica la Merced	Casa de Salud
Centro de Salud N. 1	Casa de Salud
Escuela Ciudad de Cuenca	Educativa
Colegio San Pedro Pascual	Educativa

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado Por: Cristian Cruz

2.4.2 Área de mercado

Según los datos obtenidos a través de las encuestas y además las conversaciones que se tuvieron con los propietarios de los tres parqueaderos existentes en el área de mercado y otros parqueaderos aledaños, y los datos que nos fueron proporcionados por esta institución el tamaño aproximado dentro de las empresas del sector del centro de la Ciudad de Distrito Metropolitano de Quito se estimo

que regularmente en estos tres años circulan por este sector más de 251.000 vehículos por año esto a partir del año 2002.

2.5 Comportamiento histórico de la demanda

A pesar de que resulta evidente, no deja de ser relevante tener en cuenta el alcance del aporte al desarrollo económico y social que generan los centros comerciales y sus estacionamientos dentro de sus instalaciones.

En el Ecuador, por ejemplo, el primer centro comercial inaugurado en Distrito Metropolitano de Quito hace 36 años el Centro Comercial de Quito, fue sin lugar a dudas el punto de referencia del desarrollo y crecimiento de la ciudad durante la década del setenta, además podemos decir que tuvo todos los servicios necesarios para brindar a sus clientes dentro de sus instalaciones.

A lo largo de los últimos años ha existido un interesante desarrollo tanto en el sector del sur de la ciudad, en sector del centro histórico y en el sector norte de la ciudad., su evolución ha ido de la mano con el ritmo de crecimiento de la urbes y de sus economías, así como del desempeño de los principales sectores relacionados.

De esta manera, el desarrollo de las comunidades a sobrepasado los consumos diarios que se dan sé por un servicio o producto deseado por el cliente, como por ejemplo los grandes centros de satisfacción de necesidades mediante la actividad comercial, también tienen grandes repercusiones e interrelaciones con el desarrollo de las economías locales, su empleo y la forma de vida de sus habitantes.

Para analizar el comportamiento histórico de la demanda, debemos analizar la competencia que tenemos para poder fijarnos como estos estacionamientos públicos se han posicionado del mercado dentro de este sector de la ciudad.

Este estacionamiento público posee tres plataformas, es decir niveles de parqueos cada nivel está compuesto de 50 espacios disponibles por cada nivel, por cada piso 5 espacios son reservados para las personas que tienen discapacidades físicas.

El estacionamiento Público “CENTRO HISTORICO”, es cubierto en sus tres etapas, creemos que esa es la gran diferencia de los demás parqueaderos que se ubican en el sector centro de la ciudad del Distrito Metropolitano de Quito.

Brevemente presentamos un cuadro de la demanda que ha tenido estos parqueaderos por los últimos años, es decir desde el año 2006 hasta las finales del año 2011, a continuación se detalla:

CUADRO No. 5
NUMERO DE PARQUEOS PUBLICOS Y PRIVADOS
EN EL SECTOR CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO

Parqueos Municipales	Numero de Parqueos
Cadisan	393
La Ronda	251
Montufar I	102
Montufar II	245
El Tejar	303
San Blas	373
Total parqueos públicos	1667
Total de parqueos privados	947
TOTAL PARQUEOS CENTRO HISTORICO	2614

Fuente: ILUSTRE MUNICIPIO DE QUITO, “Informes de Gestión”, Pág. 2, Quito, 2013

En el Centro Histórico de Quito hay aproximadamente 26 parqueaderos, entre públicos y privados, que en conjunto ofrecen 2.614 estacionamientos. Sin embargo, en días festivos o fines de semana son insuficientes por tratarse de una zona comercial y turística.

La Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMMOP), mediante el Sistema de Estacionamientos de Quito, tiene a su cargo seis sitios: Cadisan (393 estacionamientos), La Ronda (251), Montúfar I (102), Montúfar II (245), El Tejar (303) y San Blas (373), que juntos concentran más del 50% de los parqueaderos que hay.

Los resultados que indican en este cuadro, es que la imposibilidad de parquear en estos lugares es muy complicado para el cliente, y por ende la demanda por obtener este servicios se hacen más fuertes cada año ya sea por los reducidos espacios donde dejar los vehículos, o también por el incremento de vehículos en los que son sustraídos por los ladrones.

2.5.1 Proyección de la demanda

Métodos de Proyección Utilizados

Puede parecer que las posibilidades de aplicación del método de regresión lineal están limitadas únicamente al caso en que los datos experimentales cumplen una ley lineal.

Sin embargo, con sólo hacer un cambio de variables apropiado, el método puede extenderse más allá del caso en que las variables se relacionan por una ley lineal. De hecho, el método de las regresiones lineales es, con mucho, la herramienta más usada para el ajuste de puntos experimentales.

A continuación se presenta el análisis de los pasos a seguirse tomando en cuenta que la serie se ajusta a una recta, con una ecuación de la siguiente forma:

$$Y = a + bx$$

En donde:

$$a = \sum y / n$$

$$b = \frac{\sum (XY)}{\sum X^2}$$

En las fórmulas se considera:

Y = valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable independiente (X).

a = es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje (Y).

b = es la pendiente de la línea de regresión.

X = es el valor específico de la variable independiente.

El criterio de los mínimos cuadrados permite que la línea de regresión de mejor ajuste reduzca al mínimo la suma de las desviaciones cuadradas entre los valores reales y estimados de la variable independiente. A continuación se presenta la aplicación del método de regresión lineal considerando los datos referentes a la oferta y demanda de parqueaderos en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito.

CUADRO NO. 7
DEMANDA PARQUEADEROS EN LA ZONA CENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

X	Y1	Y1
AÑOS	Vehículos circulan DMQ	Vehículos circulan Centro DMQ
2002	166.873	20.025
2003	173.826	20.859
2004	181.069	21.728
2005	188.613	22.634
2006	196.472	23.577
2007	204.659	24.559
2008	213.186	25.582
2009	222.069	26.648
2010	231.322	27.759
2011	240.960	28.915
2012	251.000	30.120

Fuente: AEDAE

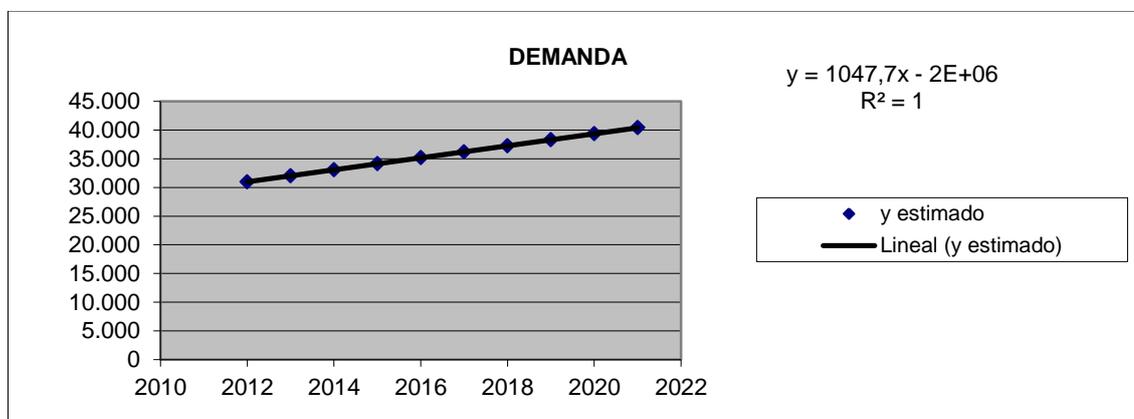
De lo cual se puede para el año 2011 se tiene 30.120 vehículos que circulan en el Distrito Metropolitano de Quito, zona centro.

CUADRO NO. 8
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARQUEADEROS EN LA ZONA
CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

X	Años	Total Población Y	Regresión Lineal	
			x ^2	xy
-4	2.003	21.728	16,00	-86.913,02
-3	2.004	22.634	9,00	-67.900,79
-2	2.005	23.577	4,00	-47.153,33
-1	2.006	24.559	1,00	-24.559,03
0	2.007	25.582	0,00	0,00
1	2.008	26.648	1,00	26.648,25
2	2.009	27.759	4,00	55.517,18
3	2.010	28.915	9,00	86.745,60
4	2.011	30.120	16,00	120.480,00
TOTALES	18063	231.521,90	60,00	62.864,87
MEDIA (X, Y)				
a =	25.724,66			
b =	1.047,75			

Total Demanda	
Años	y estimado
2012	30.963
2013	32.011
2014	33.059
2015	34.107
2016	35.154
2017	36.202
2018	37.250
2019	38.298
2020	39.345
2021	40.393
2022	41.441

GRAFICO No. 16
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARQUEADEROS EN LA ZONA
CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Fuente: AEDAE

El cálculo del coeficiente de determinación R^2 valida la proyección planteada, ya que el obtener como resultado 1 significa que la variable independiente años, explica todas las variaciones en la demanda (variable dependiente).

2.6 Análisis de la oferta

“En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado”.⁴⁶

Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

Dentro del mercado de la oferta podemos analizar el servicio que vamos a ofrecer a los consumidores.

⁴⁶ CASTILLO Jorge, Diccionario Económico, Graficas Visionario, Edición 2004, Pág. 34.

El servicio que vamos a ofrecer a la comunidad, es la creación de un parqueadero público el cual permita al cliente dejar su vehículo primeramente estacionado en lugar seguro y sin riesgo que al automotor no sufra ningún daño.

Dentro del mercado de la oferta existen tres estacionamientos públicos que también ofrecen el mismo servicio que nuestra empresa lo va hacer, estos parqueaderos son los siguientes:

- El Parqueadero “Centro Histórico”.
- El Parqueadero “La Merced”
- El Parqueadero “ La Confederación de Militares en Retiro”

El último estacionamiento que se nombro lo hemos puesto, ya que se encuentra dentro del perímetro de los ofertantes.

Este parqueadero es utilizado solo para las personas que pertenecen a esta institución, es decir reservado solo para los trabajadores, pero su administrador nos explico que cuando el estacionamiento no tiene uso alguno, es utilizado para prestar sus servicios a la comunidad, pero la prioridad lo tienen los trabajadores.

A continuación se describe la oferta de parqueaderos del Distrito Metropolitano de Quito, zona centro, así:

CUADRO NO. 9
OFERTA PARQUEADEROS EN LA ZONA CENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO

X	Y1
AÑOS	Parqueaderos
2001	2.364
2002	2.388
2003	2.412
2004	2.436
2005	2.461
2006	2.486
2007	2.511
2008	2.536
2009	2.562
2010	2.588
2011	2.614

Fuente: AEDAE”, Quito, 2013

De lo cual se puede concluir que, a partir de la dolarización se ha incrementado la oferta de parqueaderos en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito.

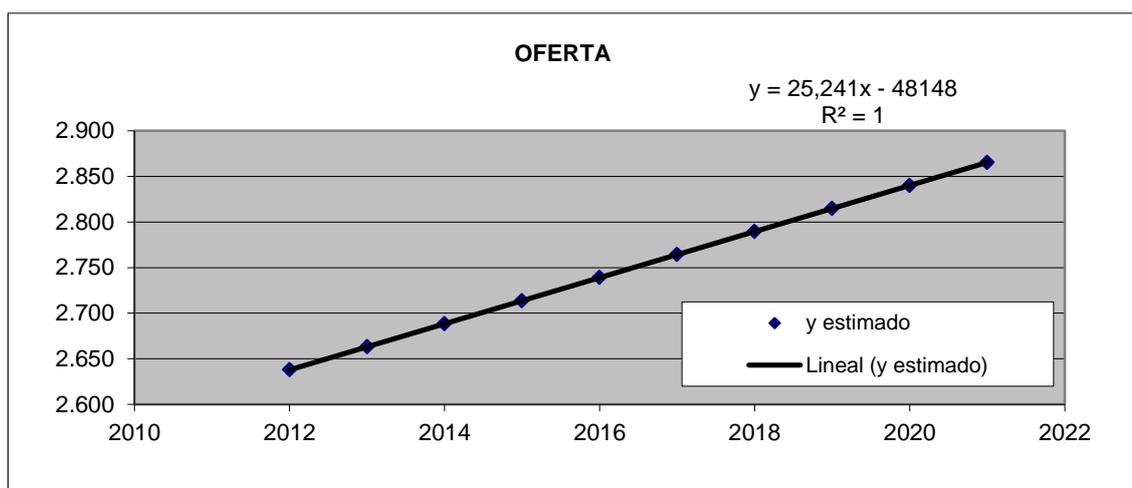
CUADRO No. 10
PROYECCIÓN DE OFERTA PARQUEADEROS EN LA ZONA CENTRO
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

x	Años	Total Población Y	Regresión Lineal	
			x ^2	Xy
-4	2.003	2.412	16,00	-9.648,22
-3	2.004	2.436	9,00	-7.309,26
-2	2.005	2.461	4,00	-4.922,06
-1	2.006	2.486	1,00	-2.485,89
0	2.007	2.511	0,00	0,00
1	2.008	2.536	1,00	2.536,36
2	2.009	2.562	4,00	5.123,96
3	2.010	2.588	9,00	7.763,58
4	2.011	2.614	16,00	10.456,00
TOTALES	18063	22.606,59	60,00	1.514,48
MEDIA (X, Y)				
a =	2.511,84			
b =	25,24			

X	Y
Años	Estimado
2012	2.638
2013	2.663
2014	2.689
2015	2.714
2016	2.739
2017	2.764
2018	2.789
2019	2.815
2020	2.840
2021	2.865
2022	2.890

Lo que significa, que por medio de la regresión de mínimos cuadrados se presenta una oferta de 2.638 parqueaderos para el año 2012, con tendencia creciente; como se refleja el siguiente gráfico:

GRÁFICO No. 17
PROYECCIÓN DE OFERTA PARQUEADEROS EN LA ZONA CENTRO
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Fuente: AEDAE

Aquí también se obtiene 1 como resultado del cálculo del coeficiente de determinación R^2 lo que significa que la variable independiente años, explica todas las variaciones en la oferta (variable dependiente); esto valida las proyecciones efectuadas.

Demanda Insatisfecha

A continuación se presentan los datos que se obtuvieron en las proyecciones de la oferta y demanda para determinar la existencia o no de demanda insatisfecha respecto de la parqueaderos en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito.

CUADRO No. 11
DEMANDA INSATISFECHA DE PARQUEADEROS EN LA ZONA
CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2012	30.963	2.638	28.325
2013	32.011	2.663	29.348
2014	33.059	2.689	30.370
2015	34.107	2.714	31.393
2016	35.154	2.739	32.415
2017	36.202	2.764	33.438
2018	37.250	2.789	34.460
2019	38.298	2.815	35.483
2020	39.345	2.840	36.505
2021	40.393	2.865	37.528

Fuente: AEDAE

A partir del año 2012 existe una demanda insatisfecha positiva, lo que demuestra que el mercado distrital requiere de abastecimiento de parqueaderos en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que es factible ingresar a ofertar el producto con las condiciones de precio, calidad y transporte.

2.6.1 Procesos de atención al cliente

El principal objetivo del Parqueadero Sebastián de Benalcázar, es satisfacer la necesidad de parqueo existente en el sector de la Av. Benalcázar y Oriente, debido a que existe un flujo vehicular alto, por existir algunas oficinas, centros educativos, conjuntos habitacionales, etc.

El cliente es considerado la persona más importante para cada miembro de la empresa, por ello se debe ofrecer la mejor atención y ofrecer los servicios complementarios, la limpieza de las instalaciones son importantes porque se relacionan con la calidad del servicio.

Así de tal manera, se completa un proceso de atención al cliente con:

- Atención amable al entrar y salir del parqueadero.
- Entregar los ticket para controlar el tiempo de parqueo
- Dirigir al cliente dentro del parqueadero para que el vehículo quede estacionado de la forma correcta.
- Recepción y entrega de llaves de los automóviles.

De esta manera nos aseguraremos de brindar una atención satisfactoria a nuestro futuro cliente eliminando la inseguridad dentro del parqueadero.

Adicionalmente, de forma periódica serán evaluados todos los procesos de servicio al cliente para así poder garantizar la calidad de servicio.

2.6.1.1 Detalle de entradas y salidas de los automotores

El ingreso de los vehículos se realizara por la entrada principal que está ubicada en la calle Oriente; en el Centro Histórico de Distrito Metropolitano de Quito, al momento del ingreso habrá una persona que guiará el correcto estacionamiento del cliente y su vehículo; acto seguido en la garita de seguridad se le entregará el respectivo ticket con el que se controlará el tiempo de servicio ocupado por el cliente, el número de cliente que accede a este servicio y las placas del vehículo.

El cliente a su vez entregará las llaves de automóvil y aquí concluye el proceso de ingreso del vehículo

Al momento de la salida del vehículo, el dinero del mismo entrega el ticket, cancela el tiempo utilizado recibe sus llaves y retira el vehículo por la parte izquierda de la entrada principal.

2.6.2 Régimen de mercado

Las Políticas que tendrá el estacionamiento público son las siguientes:

- El cliente tiene la responsabilidad de verificar que las pertenencias dejadas en su automóvil son de propia seguridad por parte del, el parqueadero no se responsabiliza de los artículos dejados en el automóvil, siempre y cuando el vehículo no haya sufrido alteración alguna en sus seguridades.
- Todo ticket entregado al cliente será única y exclusivamente por el personal administrativo, así mismo para poder retirar el vehículo del estacionamiento.
- Todo vehículo que se encuentra dentro del parqueadero en las horas normales de atención y por algún motivo este no haya sido retirado en las horas de atención será comunicado a la autoridad competente para que lleve a cabo su respectivo trámite legal.
- Todo vehículo que se encuentre parqueado dentro de las instalaciones deberá ser retirado exclusivamente por su dueño y el ticket ser sellado por la administración del estacionamiento público.
- El estacionamiento público deberá presentar un informe mensual de ventas por el alquiler de los estacionamientos, para lo cual permita ver el rendimiento del estacionamiento y para rendimientos de tributación.
- Si en el caso de que el cliente haya extraviado su ticket deberá pagar una multa equivalente a 12 horas de fracción que cobra el estacionamiento por pérdida del documento.

Análisis de la competencia actual

La evaluación de la competencia y su posición frente al mercado, nos permitió realizar de acuerdo a una observación de campo la cual es:

- Parqueadero “Centro Histórico”
- Parqueadero “ Clínica La Merced”
- Parqueadero “Confederación de Militares en Retiro”

A continuación cada una de las instalaciones físicas que posee cada uno de los parqueaderos:

Parqueadero centro histórico

- Posee una entrada individual y una salida individual.
- Tiene tres plantas de parqueo.
- Sus instalaciones son cubiertas.
- Posee un sistema de tarjetas electrónicas.
- Su capacidad es 150 espacios disponibles.
- El costo de este parqueadero es de 0.75 centavos.

Parqueadero la merced

- Posee un solo acceso que le permite utilizar como entrada y salida.
- Posee una sola planta de parqueo.
- No tiene las instalaciones cubiertas.
- Su sistema de cobro es por medio de ticket.
- Su capacidad es de 50 espacios disponibles.
- El costo de este parqueadero es de 0.80 centavos.

Parqueadero confederación de militares en retiro

- Posee una sola planta de parqueo.
- Sus instalaciones no son cubiertas.
- El parqueadero es utilizado como servicio una vez que no se encuentra personal en servicio.
- El costo de este parqueadero es de 0.40 centavos.

CAPITULO III

PLANIFICACION Y LA ORGANIZACIÓN

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio de planificación organizacional tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

De la misma forma en que otros estudios afectan a las decisiones del estudio técnico, éste condiciona a los otros estudios, principalmente al financiero y organizacional.⁴⁷

El tercer capítulo se relaciona con la planificación y organización del proyecto, describe el enfoque, tomando en cuenta la administración de los recursos que intervienen en el desarrollo de este, así mismo nos permitirá ver la administración y organización de esta empresa, además se podrán establecer metas y cursos de acción para alcanzarlas, en la cual se distinguirán la misión, visión, objetivos, funciones, políticas valores y ventajas competitivas del proyecto.

⁴⁷ PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Nassir y Reinaldo Sapag Chain, MacGraw Hill Interamericana, cuarta edición, México, 2003.

3.1. Aspectos generales básicos

La idea de construir un parqueadero surge a raíz de que se observa que el parque automotor en el Distrito Metropolitano de Quito crece a un ritmo muy acelerado, por lo que cada vez se vuelve más complicado conseguir un lugar seguro para que las personas puedan parquear sus vehículos mientras realizan sus actividades cotidianas.

Se escogió este sector debido que aquí funcionan gran cantidad de oficinas, instituciones educativas, centros de salud y no existe la oferta suficiente de este servicio.

La propuesta del “**Parqueadero Sebastián de Benalcázar**”, está dirigida a los propietarios o dueños de conjuntos que se encuentran ubicados en las calles Benalcázar y Oriente.

Capacidad instalada y capacidad utilizada

Este estacionamiento público, contendrán dos tipos de capacidades las cuales nos permitirán analizar cada una de ellas dentro, de los datos que se obtengan según el estudio de mercado realizado.

- **Capacidad instalada**

El concepto de capacidad instalada teóricamente se permite relacionarse con el funcionamiento de las maquinarias y el equipo disponible y se opone al concepto de capacidad operativa (conjunto de elementos físicos, económicos, financieros y humanos), que imponen una serie de limitaciones a esa capacidad.

Es el volumen de producción que podría alcanzar un centro fabril si trabajara sin restricción alguna. Es una situación que difícilmente pueda mantenerse en condiciones de mercado y trabajo sostenido.

Corresponde a un aprovechamiento de la capacidad instalada algo menor al normal o de largo plazo y se entiende que permitirá satisfacer la demanda del ejercicio económico presupuestado. Permite absorber una parte mayor de los costos fijos que el nivel anterior.

Para poder desarrollar este punto, de acuerdo al diseño físico de las instalaciones administrativas y de los espacios individuales de estacionamientos dentro del parqueadero, se calcula que aproximadamente el “Parqueadero Sebastián de Benalcázar”, utilizará alrededor de una capacidad instalada de 60 espacios físicos disponibles para su capacidad máxima.

Dentro de la capacidad instalada este servicio de estacionamiento público deberá contar con características que adicionalmente posee el parqueadero, como características secundarias, sin embargo se tomarán en cuenta como elementos diferenciadores y que podrán generar un punto positivo para la atención que debemos captar del cliente las cuales son:

- Seguridad
- Capacidad Suficiente
- Fácil Acceso
- Iluminación
- Señalización
- Limpieza

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas que se realizó, se hace necesario que el estacionamiento público cuente con servicios adicionales , que nos permitirá obtener un valor agregado para el cliente y que nos permitirán tener un ingreso extra, aparte de los ingresos normales que se estimaría.

- **Capacidad utilizada**

Cuando hay situaciones de recesión o de crisis el porcentaje de la capacidad utilizada tiende a disminuir, aumentando la capacidad ociosa o no utilizada. Este último término se usa equivocadamente para hacer referencia a los recursos naturales que las empresas, por razones de costos o por causas de la estrechez del mercado, no están en condiciones de explotar en un momento dado.

Es un error frecuente pensar que la producción puede siempre utilizar por completo todos los recursos naturales y de capital disponibles: la utilización o no de un factor productivo depende, en última instancia, de consideraciones económicas y no puramente técnicas, por lo cual no tiene sentido incorporar a la producción aquellos elementos que darían por resultado un precio más alto que el del mercado.

Para analizar la capacidad utilizada, de este estacionamiento público, se estima que su capacidad a utilizar considerando el espacio físico de los estacionamientos será de 60 puestos, reduciendo el número establecido que estaba anteriormente destinado. Debemos tomar en cuenta, que el estacionamiento público debe poseer una oficina, con sus respectivas características como son las baterías sanitarias, la garita de cobro de ticket que es cancelado, una bodega para guardar los suministros que son propiedad del estacionamiento.

3.2. Planificación estratégica

La planificación estratégica es una herramienta por excelencia de la gerencia estratégica, consiste en las búsquedas de una o más ventajas competitivas de la organización y la puesta en marcha de la propuesta permitiendo crear o preservar sus ventajas, todo esto en función de la misión y de sus objetivos, del medio ambiente y de los recursos disponibles.

3.2.1. Visión

“La visión es la descripción de hacia dónde se quiere llegar en el mediano y largo plazo, es el futuro deseado por parte de los directivos, accionistas y empleados de una organización.⁴⁸”

La visión del Parqueadero Sebastián de Benalcázar se resume en:

En el 2014 la necesidad de un servicio de estacionamiento público de calidad, permitirá a la sociedad, obtener un beneficio de seguridad confiable.

3.2.2. Misión

“La misión es la razón de ser de una organización, es el punto de partida de sus valores y objetivos, consiste en la descripción del por qué existe y cuál es el producto o servicio que se va a ofrecer.⁴⁹”

La misión del Parqueadero Sebastián de Benalcázar es:

Brindar a sus clientes un servicio de estacionamiento que cuente con los más altos niveles de seguridad, eficiencia, calidad en el servicio, precios competitivos y buen trato, garantizando su satisfacción y una relación duradera, generando fuentes de trabajo y colaborando con el des congestionamiento vehicular en el sector.

3.2.3. Objetivos estratégicos

A continuación desarrollamos los siguientes objetivos:

- Iniciar un proceso de negociación y firma de contratos de alquiler permanente de parqueaderos con clientes corporativos, sean estos públicos o

⁴⁸ NICKELS William, Introducción a los negocios, Año 2002, 3ra Edición español, Pág. 58.

⁴⁹ NICKELS William, Introducción a los negocios, Año 2002, 3ra Edición español. Pág. 59.

privados, en la cual tendrían el servicio de parqueadero permanente con tarifa mensual.

- Conseguir una participación en el mercado del 50 % de la demanda, para en el plazo de dos años de funcionamiento del estacionamiento lograr un incremento del 10% de ventas.
- Alcanzar dentro del primer año de funcionamiento del parqueadero una rentabilidad igual o superior al 12 % anual sobre la inversión.
- Realizar durante los primeros seis meses de funcionamiento programas de capacitación y entrenamiento para el personal administrativo.

3.2.4. Metas

- Posicionarnos en el mercado, en el segundo año de funcionamiento, llegando a ser una de las mejores empresas que brinde este servicio.
- Implementar con el tiempo 10 áreas de parqueo, para que de esta manera podamos satisfacer la necesidad de futuros clientes.
- Mejorar la calidad de servicio considerando las sugerencias de los clientes habituales.
- Construir una cubierta, evitando de que el clima de Quito perjudique el mantenimiento de los usuarios del parqueadero.

3.2.5. Políticas

- Los precios al cliente así como tarifas de preferencia que serán publicadas en un lugar visible y de fácil identificación en varios lugares claves de observación.
- Para los clientes que adquieran el servicio prepago el cobro se lo hará en los primeros 5 días con un descuento del 10% de la renta que se cobrara por

espacio, y para el servicio esporádico, el cobro se lo realizara en efectivo a la salida de acuerdo al tiempo marcado.

- Toda promoción y publicidad estará ligada al presupuesto de mercadeo, y deberá ser aprobada por el / los administradores del estacionamiento.
- Por tratarse de un lugar de concentración de vehículos y por ende la mayor acumulación de gases tóxicos se realizaran actividades de conciencia social.
- Las instalaciones contarán con equipos contra incendios.
- El cliente es el eje primordial en el trabajo, por ello debemos proporcionar un mejor servicio que la competencia, todas las actividades y procesos ser orientados a entregar valor agregado al cliente.

3.2.6. Análisis FODA

Análisis de Factores Internos

Es indispensable realizar un análisis interno del proyecto que muestre los puntos fuertes así como las debilidades para conocer qué factores tiene las exigencias del mercado y al mismo tiempo que aspectos se puede mejorar.

Fortalezas

- Contar con un estudio de factibilidad completo que muestra la existencia de una creciente necesidad del servicio de estacionamiento en el sector.
- La existencia de un espacio físico privilegiado por su ubicación para la realización del proyecto.
- Contar con un equipo administrativo preparado y motivado.

- Realizar un análisis administrativo, de mercado y financiero que respalda la ejecución y desempeño del futuro proyecto.
- Tener un análisis de procesos y procedimientos documentado que permita la continuidad administrativa y mejoramiento continuo.
- Tarifas accesibles y competitivas tanto para clientes eventuales como para bajo contrato mensual.

Debilidades

- Falta de reacción contra los productos sustitutos y nuevas estrategias de la competencia actual.
- Incertidumbre en el posible crecimiento de la competencia por parte del municipio de Quito.
- No contar con la contratación directa del personal de seguridad, pues existe dependencia de la empresa la cual nos pueda proporcionar este servicio.
- Que la competencia disminuya su precios eso permitirá como mercado nuevo podamos sufrir una variación en las ventas.

Análisis de Factores Externos

Para lograr una ventaja competitiva, se debe tener una visión del entorno en el que se desenvuelve el proyecto, analizando: los factores empresariales, sociales, gubernamentales, tecnológicos, en la cual nos permite ver una situación real del entorno.

Oportunidades

1. La densidad poblacional existente en el sector de localización de Parqueadero Sebastián de Benalcázar representa una gran oportunidad para el desarrollo de buenas condiciones del proyecto.
2. La localización del proyecto es privilegiada debido a que se encuentra rodeada de gran cantidad de oficinas, tanto públicas en su mayoría y dos privadas, que hacen más creciente la necesidad del servicio de estacionamiento.
3. La factibilidad de encontrar el personal más idóneo para la puesta en marcha del proyecto, debido a la gran demanda de trabajo existente hoy en día.
4. La existencia de medio de publicidad y promoción existente.
5. Construir la cubierta del parqueadero.

Amenazas

- Aplicación de restricción Pico y Placa, norma que puede reducir el flujo vehicular que existe en la ciudad.
- Los factores macroeconómicos como la inflación, PIB e inversión pública constituyen una amenaza para el proyecto, debido a que la economía ecuatoriana esta dolarizada, lo que ha controlado en gran medida su impacto en ella y por ende los costos o la inversión que podamos realizar un futuro estará dependiendo de estos factores.
- El Parqueadero Centro Histórico, puesto que este estacionamiento se inyecta de ingresos por parte del municipio, obteniendo en esto la disminución de nuestra demanda futura.

3.3. Ubicación geográfica estratégica

Dentro de este punto, el sitio y la ubicación es un factor predominante para el éxito de todo negocio, depende además también de la comercialización que se le da al producto y la publicidad del mismo para aceptación de los futuros clientes.

3.3.1. Estudio y localización de las zonas adecuadas para instalar el negocio.

Por esta razón se ha elegido construir el parqueadero en el sector centro de el Distrito Metropolitano de Quito en las calles Benalcázar y Oriente, por tratarse de un sector habitado por varios conjuntos habitacionales, sus centros comerciales, las instituciones públicas y privadas y por la cercanía que existe en relación a la ubicación del parqueadero con los sitios antes mencionados, y por tener un flujo vehicular demasiado extenso, por consiguiente de gran demanda del servicio y poca oferta del mismo.

3.3.2. Las zonas escogidas

Para poder realizar este punto se ha seleccionado tres zonas, las cuales analizamos las diferentes puntos de cada uno de los sitios escogidos para poder poner en marcha la puesta punto del proyecto.

Zona uno

La zona No. 1, se encuentra en las avenidas Esmeraldas (occidente de Quito), y la calle Guayaquil (Norte de Quito), y la calle Luis Vargas Torres aquí se encuentra un terreno que se está dando en venta por parte de su propietario.

Este posible lugar no convendría para poder implementar un negocio de estacionamiento, ya que la disponibilidad de instituciones que trabajan por ahí son escasas, además, la vía principal Vargas es muy descongestionada en comparación de otras calles.

Zona dos

La zona No. 2, se encuentra en las avenidas Rubén Darío Lizardo, La Guatemala y El pasaje Pepsi Cola, esta zona se encuentra dentro del sector del centro de Quito, este terreno de igual manera se encuentra en venta por parte de su propietario.

Este lugar, por no ser muy transitado por el público sería difícil obtener la demanda de el servicio, puesto que no existe un gran flujo vehicular dentro de este sector, y además las instituciones laborales no abundan tanto como en otros sectores.

Zona tres

La zona No. 3, se encuentra en las Av. Benalcázar y Oriente, esta zona es la que se ha conseguido, puesto que primeramente el espacio físico es el adecuado para la construcción del estacionamiento.

Otra virtud de este sector es la gran afluencia del campo laboral, porque existe muchas instituciones tanto públicas como privadas, así también el campo comercial, pero principalmente el sector de la vivienda el cual existen conjuntos habitacionales este es un gran punto a favor en esta zona escogida para la puesta en marcha del proyecto.

Localización

La localización ordenada de la empresa que se crearía con la factibilidad del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la disposición acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no sólo a criterios económicos, sino también a juicios estratégicos, institucionales, políticos, ambientales, e incluso de distinciones emocionales.

El objetivo que sigue a la ubicación de un proyecto es lograr una situación de competencia basada en menores precios de transporte y en la rapidez del servicio.

Esta parte es elemental y de resultados a largo plazo, ya que una vez creada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio

De manera genérica se dice que la localización de un proyecto o de su planta industrial se orienta en dos sentidos: **hacia el mercado de consumo o hacia el mercado de insumos (materias primas)**. El criterio que define la orientación hacia estos dos sentidos estriba en el **proceso de conversión**.

Si el proceso agrega volumen al producto, el proyecto deberá orientarse hacia el mercado de consumo. Por el contrario, si el proceso resta volumen al producto, el proyecto deberá orientarse hacia el mercado de insumos, en este caso donde se produce la mayor cantidad de cacao en el Ecuador.

Por otra parte, también hay dos niveles que deben investigarse con respecto a la localización de un proyecto: **a nivel macro (regional) y a nivel micro (local)**. El tipo y tamaño del proyecto determina la profundidad de análisis en cada nivel de localización.

Macrolocalización: en este estudio primarán consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción y por lo tanto no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo.⁵⁰

Microlocalización: en este nivel se llega a definir la provincia, cantón, parroquia, zona urbana o rural. En la microlocalización incidirán en las decisiones, aspectos más detallados como los de ingeniería, costos de terreno, etc., que en última instancia estarán dimensionando el monto de la inversión requerida en el proyecto

En ambos casos, la selección del sitio que representa la ubicación para el proyecto deberá realizarse siguiendo una serie de etapas que consisten en:

⁵⁰ VACA, Urbina, “Formulación y Evaluación”, Ed. Norma, Pág. 35, Bogotá, 2003

- **Identificar y definir los factores locacionales, fundamentales para que se pueda llevar a cabo el proyecto.** En el caso de este proyecto agrofrutícola, el clima y el tipo de tierra son factores determinantes.
- **Identificar las alternativas de localización a nivel macro y micro, de acuerdo con los factores identificados.** Es decir, aquí se establecen las regiones o localidades que cumplen con dichos parámetros.
- **Identificar los factores de tipo institucional que limitan o que alientan la localización, y con base en ellos descartar las alternativas que no sean viables.** Aquí queremos referirnos a todos aquellos elementos restrictivos que están reglamentados y que condicionan el emplazamiento de diversos giros industriales, sobre todo de la industria contaminante (factores ambientales).
- **Seleccionar una localización preliminar mediante métodos objetivos que consideren el costo de transporte: centro de masas o programación lineal (método del transporte).** En este caso se pretende tener inicialmente una priorización de alternativas en función de los costos logísticos de transporte que involucran, tanto al aprovisionamiento de insumos, como a la distribución física de los productos.
- **Realizar evaluaciones de tipo subjetivo con factores cualitativos que no son fácilmente cuantificables, pero que determinan la localización óptima del proyecto.** En este caso se adicionan criterios de selección de tipo subjetivo, tales como el sindicalismo, acciones políticas, hacia como las reacciones comunitarias hacia la firma que promueve el proyecto.
- **Análisis de las ventajas y desventajas de las alternativas.** Mediante ambos tipos de evaluación (objetiva y subjetiva), señalar la prioridad que tiene cada alternativa de localización, destacando además, las ventajas y desventajas de tipo cuantitativo y cualitativo que poseen cada una de ellas.

- **La selección de la localización óptima.** En este caso, se trata simplemente de establecer el sitio donde se hará el emplazamiento final de la planta industrial, con el fin de que todos los análisis económico-financieros se refieran a dicha localización.⁵¹

Método cualitativo por puntos

Para la ubicación del proyecto se utilizó el método cualitativo de puntos, el mismo que consiste en asignar valores ponderados de peso relativo a cada uno de los factores determinantes en la localización, de acuerdo a la importancia que se les atribuye.

Se consideró varias ubicaciones del Centro Histórico y se calificó cada factor con una escala predeterminada, en este caso del 0 al 10. La suma de las calificaciones ponderadas que tenga mayor puntaje será la localización seleccionada.

Las zonas para este proyecto fueron las principales mencionadas anteriormente, así:

⁵¹ FORMULACION Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – UN ENFOQUE DE SISTEMAS, Juan Gallardo Cervantes, McGraw Hill, México 1998.

CUADRO No. 17
MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS PARA DETERMINAR LA
MACROLOCALIZACIÓN

FACTOR	PESO	ZONA No.1		ZONA No.2		ZONA No.3	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía del mercado	0,4	6	2.40	4	1.60	8	3.20
Costo de transporte	0.15	4	0.60	5	0.75	7	1.05
Disponibilidad de servicios básicos	0.10	10	1.00	10	1.00	10	1.00
Baja concentración de la competencia	0.35	5	1.75	6	2.10	8	2.80
TOTALES	1.00	25	5.75	25	5.45	33	8.05

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Cristian Cruz

De acuerdo a los resultados, la localización adecuada para el proyecto es la ciudad de Quito, con una ponderación de 8.05, debido a que existe una mayor concentración de empresas y es una zona en la que las empresas fijan sus matrices.

El proyecto se localizará en las calles Benalcázar y Oriente. El área cuenta con una completa cobertura de servicios básicos, situación que permitirá el desarrollo del proyecto con relativa facilidad.

3.3.3. MAPA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO

GRAFICO No. 20

MAPA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: GOOGLE EARTH, 2012

3.4. Capacidad del proyecto

Dentro de este punto, analizaremos los componentes que reúne la capacidad del proyecto del estacionamiento público “Sebastián de Benalcázar”, los cuales desarrollamos a continuación:

3.4.2.1 Establecimiento

El estacionamiento público dentro de su capacidad física y sus instalaciones consta con una oficina para desarrollar las funciones del establecimiento para poder dirigir la administración, el marketing y el manejo contable de parqueadero público.

3.4.2.2 Administración

Dentro de las funciones de la administración de un parqueadero público, el estacionamiento Sebastián de Benalcázar contará con el funcionamiento de una sola oficina la cual dirigirá el manejo del Marketing, la Administración del parqueadero y la conducción financiera de la empresa.

3.4.2.3. Bodega y suministros

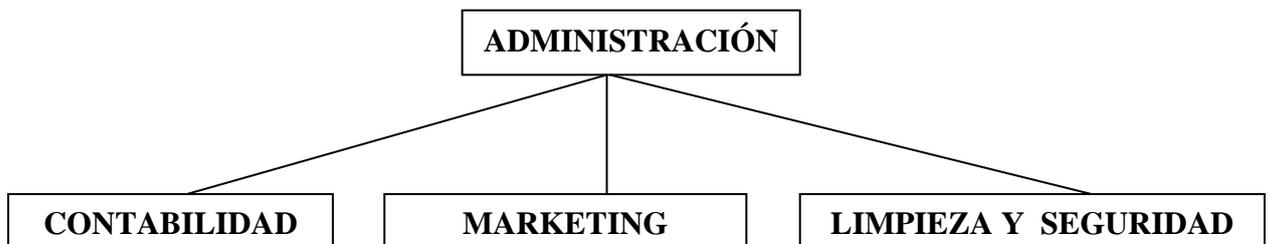
La bodega es otro sitio con el cual el estacionamiento Sebastián de Benalcázar cuenta para contribución de este proyecto, este lugar se encuentra dentro del espacio físico diseñado, en este lugar se almacenara todos los suministros y materiales que posee el estacionamiento para poder ofrecer los servicios a los clientes.

3.5. Análisis interno

Dentro de este punto, analizaremos como está conformada la empresa a través de su respectivo organigrama estructural y definiendo las funciones de cada departamento, que a continuación detallamos:

3.5.1. Organigrama estructural

GRAFICO No.
ORGANIGRAMA PARQUEADERO SEBASTIAN DE BENALCAZAR



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Cristian Cruz Alarcón

3.5.2. Estructura funcional

El estacionamiento se subdivide en dos áreas las cuales son: Administrativa y Operacional, de las cuales se describe sus respectivas funciones:

3.5.2.1. Área Administrativa

El área administrativa está conformado por los siguientes departamentos: Administración, Contabilidad y Marketing.

Administración

Es la persona encargada de planificar y coordinar las actividades del negocio, y posibles aspectos legales.

Funciones

- Medir el desarrollo de los planes y objetivos obtenidos, comparando con los planteados anteriormente.
- Realizar y seleccionar programas de capacitación y motivación del personal.
- Realizar evaluaciones del personal.
- Análisis de procesos y procedimientos.

- Prestar la ayuda a los clientes en caso de requerirlo.
- Dar a conocer planes de evacuación en casos de emergencia
- Coordinar las actividades del personal de seguridad de limpieza.
- Supervisar el trabajo de personal.

Contabilidad

El departamento de contabilidad se encargará de manejar toda la situación financiera del estacionamiento.

Funciones

- Preparar y analizar la información contable del negocio.
- Manejar toda la información financiera para su presentación oportuna.
- Encargarse del pago de impuestos y servicios.
- Preparación de registros diarios de ventas, así como el ingreso y salida de vehículos.

Marketing

El departamento de marketing se encargara de ejecutar los proyectos de mercadeo y promoción que sean planificados en la organización, puesto que de acuerdo a la necesidad y crecimiento de los proyectos futuros de competencia

Funciones

- Estructurar y desarrollar estrategias de mercadeo.
- Ejecución de promociones y el desarrollo de métodos de venta.
- Establecer políticas de precio según la exigencia del mercado..
- Desarrollar estudios estratégicos de posicionamiento, segmentación y estructura de mercado.
- Preparar y desarrollar la imagen del Parqueadero “Sebastián de Benalcázar”, para realizar presentaciones de ventas a futuro.
- Controlar la calidad del servicio que se brinda al cliente.

3.5.2.2. Área de operación

El área de operación está conformado por los siguientes departamentos: Seguridad y Limpieza.

Seguridad

Persona encargada de, mantener la seguridad en el parqueadero y de direccionar a los conductores de los vehículos dentro de las instalaciones. Los servicios de esta persona serán contratados a través de una empresa especializada en seguridad.

Funciones

- Cuidar del establecimiento y brindar seguridad tanto a los vehículos como al personal.
- Salvaguardar la integridad de los vehículos dentro del estacionamiento.
- Coordinar el ingreso y salida de vehículos del parqueadero.
- Brindar la ayuda a los clientes en caso de necesitarlo.

Limpieza

Es la persona encargada de mantener el aseo de las instalaciones y realizar el lavado de carrocería de los vehículos que requieren este servicio.

Funciones

- Dirigir a los usuarios del servicio dentro de las instalaciones.
- Realizar la limpieza de los parqueadero y de las baterías sanitarias.
- Realizar el lavado de la carrocería de los vehículos, cuando el cliente en este caso desea este servicio.
- Informar al supervisor sobre el consumo y necesidad de los insumos especiales.

Disponibilidad y costo de mano de obra

El personal mayormente contratado son trabajadores con experiencia en productos lácteos, debido a que demuestran más capacidad de trabajo y se

concentran mejor en el mismo, conservando la equidad de género, por lo tanto los operarios requeridos para el proyecto serán hombres y mujeres.

Existe la disponibilidad inmediata dentro de la misma ciudad, puesto que no se requiere de un alto grado de especialización porque los procesos son sencillos y se maneja maquinaria fácil de utilizar. La productividad se basa en la estandarización de los procesos y en la formación de las actividades, la cuales tienen sus bases en un control adecuado de la duración de las mismas.

Funciones del clima laboral

Las organizaciones son sistemas sociales. Si se desea trabajar en ellas o dirigirlas, es necesario comprender su funcionamiento. Las organizaciones combinan ciencia y personas, tecnología y humanidad. la tecnología es bastante problemática por sí sola, pero cuando se le agregan las personas, se obtiene un sistema social inmensamente más complejo que desafía virtualmente toda comprensión. No obstante, la sociedad debe entender las organizaciones y utilizarlas de la mejor manera posible, porque son necesarias para lograr los beneficios que la tecnología pone a su disposición.⁵²

Según se puede observar, el comportamiento humano dentro de las organizaciones es impredecible debido a que se origina en necesidades muy arraigadas de las personas y sus sistemas de valores.

Sin embargo, se entiende parcialmente dentro de los marcos de referencia de las ciencias de la conducta, la administración y otras disciplinas, y éste es precisamente el objetivo de esta obra.

No existen fórmulas simples y prácticas para trabajar con las personas, ni existe una solución ideal para los problemas de la organización.

⁵² KEITH Davis. “EL COMPORTAMIENTO HUMANO EN EL TRABAJO”, Pág. 25, Sexta Edición. Edit. Mc Graw Hill, Bogotá, 2003

Todo lo que se puede hacer es incrementar la comprensión y las capacidades existentes para elevar el nivel de calidad de las relaciones humanas en el trabajo.

Las metas son difíciles de alcanzar, pero poseen un gran valor. Si se está dispuesto a pensar en las personas como seres humanos se puede trabajar eficazmente con ellas. Véase la siguiente situación en la que la motivación del gerente aumentó después de varios años de tener un desempeño mínimo y pasivo.

Las empresas de hoy y del futuro tendrán que potenciar y cuidar de los recursos humanos como la estrategia más importante para ser competitivos. Las mejores empresas industriales dedicadas a esta actividad comercial que es la de producir derivados de leche son valoradas por los clientes cuando éstas cuentan con personas que son capaces de transmitir profesionalidad, honestidad en lo que hacen u ofrecen, y una actitud abierta y positiva que permite la relación cálida y humana por encima de cualquier otra consideración.

Con estas razones se debe lograr que los empleados alcancen a un alto nivel de motivación y por ende de satisfacción con la actividad que están realizando.

En la gestión del talento humano se deben tomar en cuenta los siguientes pasos que se describen a continuación:

- Planificación del personal
- Selección del Personal.

En esta parte, se va a hacer la búsqueda de las personas más adecuadas para los puestos de trabajo, por medio de varios procesos.

- **Reclutamiento**

Se da a conocer la existencia del puesto de trabajo a través de un medio externo como es la prensa, donde se expondrá el perfil que deben tener las personas que acudan al llamado.

- **Preselección de candidatos reclutados**

Una vez recogidas todas las candidaturas a través de la hoja de vida se pasa a su clasificación.

Se reunirá a todas aquellas personas que fueron más calificadas para hacer una primera entrevista, donde se comprobará los datos de la hoja de vida, además de conocer otros datos como su situación familiar, objetivos profesionales, características de los trabajos que ha venido desempeñando, entre otros.

Aquí también los candidatos podrán aclarar cualquier duda o inquietud que tengan acerca del puesto, o de la empresa, etc. Se habla sobre horarios, salarios y responsabilidades. Una vez hecha las primeras entrevistas se escogerán a los candidatos más apropiados para el puesto.

- **Selección final**

Una vez que se encuentre a las personas que acepten las condiciones del establecimiento, se habrán encontrado las personas que van a cumplir con el cargo.

- **Contratación**

Se realiza el respectivo contrato, según lo que la ley establezca y según el acuerdo de ambas partes. En el contrato se debe estar claramente especificado el nombre de las partes, puesto, lugar de trabajo, sueldo, períodos de pago, sanciones, funciones y firmas.

- **Inducción**

Una vez que este todo el equipo de trabajo conformado, se hará un proceso de sociabilización entre la empresa y ellos mismos. Se les dará a conocer el reglamento interno, beneficios, obligaciones, misión y visión de la empresa. Se les

llevará a conocer las instalaciones del establecimiento, dueños del establecimiento, estructura organizacional, etc.

- **Capacitación**

La capacitación constante es de vital importancia para tener la calidad total en el s servicios y satisfacer las necesidades del cliente. Se establecerá planes de capacitación de acuerdo a la detección de necesidades, se establecerá los objetivos de capacitación y el contenido de la misma de acuerdo al cargo.

- **Acciones para contribuir a la motivación**

Para garantizar la motivación y satisfacción de los empleados se debe hacer que en la empresa se trabaje en equipo, puesto aquí tendremos el desarrollo dentro del establecimiento.

Se debe empezar por tener una dirección común con los demás, con esto podemos llegar a cumplir el objetivo o meta de una forma más fácil y rápida. Informando siempre de todo lo que suceda en la empresa y a la vez estimular, reconocer y elogiar cuando se ha hecho un buen trabajo.

Cuando dentro de la proyecto no esté funcionando algo bien con un empleado, se debe hablar en el momento oportuno y a solas. Escuchar a los empleados ante cualquier sugerencia o problema que exista.

3.6. Organización Jurídica

Marco legal del proyecto

Tipo de Compañía

La empresa para constituirse debe reunir los siguientes requisitos para su funcionamiento legal:

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas según lo dispuesto en el artículo 143 de la Ley de Compañías.⁵³

La escritura de fundación contendrá:

- 1) El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- 2) El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- 3) El objeto social debidamente concretado;
- 4) Su denominación y duración;
- 5) El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- 6) La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- 7) El domicilio de la compañía;
- 8) La forma de la administración y las facultades administrativas;
- 9) La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- 10) La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los formularios que tengan la representación legal de la compañía;
- 11) Las normas de reparto de utilidades;
- 12) La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- 13) La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Ley de Compañías Art. 150

⁵³ SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, “Ley de Compañías”, Pág., 15, Quito, 2010

Compañía anónima

1. Concepto, características, nombre y domicilio

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Capacidad

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Fundación de la compañía

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La

compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;

5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la

promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

Los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva.

La escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de Compañías, inscritos y publicados en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de esta Ley.

Suscrito el capital social, un notario dará fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía.

Dicha junta general se ocupará de:

- a) Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;

- b) Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- c) Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- d) Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,
- e) Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito. Dentro de los treinta días posteriores a la reunión de la junta general, las personas que hayan sido designadas otorgarán la escritura pública de constitución.

Si dentro del término indicado no se celebrare la escritura de constitución, una nueva junta general designará las personas que deban otorgarla, así mismo dentro del término referido en el inciso anterior y, si dentro de este nuevo término no se celebrare dicha escritura, las personas designadas para el efecto serán sancionadas por la Superintendencia de Compañías, a solicitud de parte interesada, con una pena igual al máximo del interés convencional señalado por la Ley, computado sobre el valor del capital social y durante todo el tiempo en que hubiere permanecido omiso en el cumplimiento de su obligación; al reintegro inmediato del dinero recibido y al pago de daños y perjuicios.

Nombre de la Compañía

El nombre de la compañía será el mismo que deberá ser aprobado por la secretaria general de la oficina matriz de la Superintendencia de Compañías de Quito.

Esta entidad será la encargada de aprobar el nombre de la compañía una vez que se compruebe que esta consista en una razón social o una denominación objetiva la cual no pueda confundir con una compañía ya existente, (Según Art. 92 de la Ley de compañías). El nombre del presente proyecto será **PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCAZAR S.A.**

Los requisitos legales y documentación para llevar el proyecto en orden son:

Solicitud para la aprobación de la Compañía.

Según art. 136 de la Ley de Compañía se tendrá que presentar a la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:

- Copias certificadas de la escritura de Constitución de la Compañía.
- Solicitud suscrita por el abogado pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.
- Nombre aprobado por la Secretaria General de la Superintendencia de Compañías.
- Presentar al Señor Superintendente de Compañías, minuta o tres copias certificadas de la escritura pública de constitución solicitándoles, con firma del abogado la respectiva aprobación.
- Solicitar el extracto que permite realizar la publicación de prensa.
- Por la naturaleza del objeto social, la compañía deberá afiliarse a una de las cámaras de producción, en este caso en particular a la Cámara de de la Pequeña Industria de Pichincha.

Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)

- Original y copia de la cedula de identidad.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Planilla de pago de luz y teléfono.
- Dirección exacta del negocio.
- Para personas jurídicas incluir la escritura de constitución de la empresa.
- Presentar el nombramiento del representante legal.

Inscripción del representante legal en el registro mercantil.

- Escritura de constitución de la compañía sentada las razones marginales Resolución de la superintendencia de compañía en la que se aprueba la constitución de la compañía.
- Certificado de una de las cámaras de producción a las cuales este afiliada de Acuerdo al objeto oficial constitutivo.
- Para la inscripción de los nombramientos de los representantes legales se necesitaran 5 ejemplares para el cargo de gerente y 5 para el cargo del presidente y se anexara las correspondientes cédulas de identidad como también el acta de la junta general de socio donde se nombran a dichos administrados.
- Publicación en la prensa del extracto que se permite realizar.

Permiso de Construcción.

- 1 Original y 7 copias del plano
- El plano debe estar firmado por el ingeniero, y arquitecto responsable
- Si la construcción pasa de 150 metros de construcción debe ir la firma del ingeniero eléctrico.
- Línea de fabrica (pedir solicitud en el Municipio) con un costo de \$2

Patente Municipal.

- Copia simple de la escritura de la constitución
- Copia de los nombramientos de presidente y gerente debidamente inscritos en el registro mercantil.-
- Copia del R.U.C.
- Copia de la Cédula del Representante Legal
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.
- Copia del último pago, de luz, agua o teléfono.
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

Permiso Sanitario de Funcionamiento.

- Todos aquellos establecimientos que brinden los servicios de alimentos, bebidas, alojamiento y recreación, deberán someterse a exámenes médicos, para comprobar que su estado de salud sea el apropiado este permiso se otorga únicamente después de haber obtenido el carné de salud que es otorgado por el municipio de cada ciudad, en este caso del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Permiso de Funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos.

- Formulario de inspección en tesorería.
- Croquis de prevención adjunta

Al haber realizado la inspección:

- Informe de inspección.
- Patente municipal.

Número patronal emitido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

- Toda la documentación de la compañía debidamente legalizada.
- Hacer solicitud para asignación de número patronal.

Licencia Anual de Funcionamiento.

- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula.
- Copia de papeleta de votación,
- Certificado de registro del ministerio de Agricultura
- Certificado de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.
- Copia de la patente municipal.

Certificado de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.

- Copia de la escritura o contrato de arriendo del establecimiento.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del R.U.C.
- Dos fotos tamaño carné.
- Cuota de afiliación del seguro de registro oficial.

3.6.1. Análisis del impacto ambiental

Consientes del daño ambiental, el calentamiento global y las lluvia acidas generadas por la gran cantidad de gases toxicas y ácidos producidos en gran parte por la combustión de los vehículos livianos y debido a que el parqueadero es un lugar de concentración masiva de este tipo de vehículos, se ha visto la obligación social de buscar métodos que ayude con este problema.

Debido a que el tipo de negocio que se lleva a cabo no permite aportar de otra manera que no sea el concienciar a los usuarios del parqueadero y aportar económicamente a instituciones que promueven el cuidado del medio ambiente, por tal manera se procedieron a tomar las siguientes alternativas:

- Aporte del 25 % del impuesto a la renta a la fundación Vida para Quito : La Corporación de Salud Ambiental de Quito fue creada por la Ilustre Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito y la Empresa Metropolitana de Alcantarillado y Agua Potable (EMAAP-Q), como una entidad de derecho privado sin fines de lucro, encargada de administrar los recursos que asignan los contribuyentes del impuesto a la renta, hasta un 25 % del pago al impuesto ; así como también de otros fondos obtenidos, con la finalidad de ejecutar proyectos ambientales a favor del Distrito Metropolitano de Quito, sustentándose en la Ley de Reforma Tributaria 2001-41, que e su Disposición Transitoria Cuarta dice :

- Concienciación mediante informativos visuales que incentiven a los usuarios de los vehículos cumplir con la Ordenanza Municipal 146 : expedida el 6 de agosto del 2004, donde se ratifica la competencia del Ilustre Municipio de Quito para el control ambiental dentro de su jurisdicción, e indica que es necesario asegurar un adecuado control de la contaminación, para poder mejorar una calidad de vida de los habitantes, en base al cumplimiento de las normas vigentes en el Reglamento de la Ley de Gestión Ambiental y sus normas técnicas.
- Mediante Resolución C-417, de 9 de agosto del 2002, la Municipalidad autoriza a la Corporación la realización de los proyectos ambientales definidos en su ley y estatuto. Además, le autoriza la recaudación directa de la donación que voluntariamente realicen los contribuyentes del 25 % impuesto a la Renta.

Matriz de Leopold

La matriz fue diseñada para la evaluación de impactos asociados con casi cualquier tipo de proyecto de construcción. Su utilidad principal es como lista de chequeo que incorpora información cualitativa sobre relaciones causa y efecto, pero también es de gran utilidad para la presentación ordenada de los resultados de la evaluación.⁵⁴

El método de Leopold está basado en una matriz de acciones que pueden causar impacto al ambiente y representado por columnas y características y condiciones ambientales representadas por filas.

⁵⁴ ESCUELA POLITECNICA NACIONAL, “evaluación de Impacto Ambiental”, Ed. EPN, Pág. 12, Quito, 2008

CUADRO No. 18
MATRIZ DE LEOPOLD

Factor Ambiental	DV	UMP	RL	
Flora	-3	-1	-2	-6
Fauna	-3	-1	-2	-6
Ruido		-1	-3	-4
Agua			7	7
Aire	-1	-1		-2
Suelo		8	-5	3
Pobla. Empleo		5	3	8
Atención	9	4	4	17
Afecciones	2	1	1	4
Agregado	4	14	3	21

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Cristian Cruz.

CUADRO No. 19
VALORES DE MAGNITUD E
IMPORTANCIA

DV	Ruido
UMP	Utilización Materia Prima
RL	Residuos Líquidos

Magnitud		
Calificación	Intensidad	Afectación
1	Baja	Baja
2	Baja	Media
3	Baja	Alta
4	Media	Baja
5	Media	Media
6	Media	Alta
7	Alta	Baja
8	Alta	Media
9	Alta	Alta
10	Muy Alta	Alta
Importancia		
Calificación	Duración	Influencia
1	Temporal	Puntual
2	Media	Puntual
3	Permanente	Puntual
4	Temporal	Local
5	Media	Local
6	Permanente	Local
7	Temporal	Regional
8	Media	Regional
9	Permanente	Regional
10	Permanente	Nacional

Fuente: Investigación Propia.
 Elaborado por: Cristian Cruz.

Al evaluar los impactos ambientales de la “PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCAZAR” se verifica que existe un valoración de 21, luego es viable el presente proyecto.

3.6.2. Aporte a la comunidad

El objetivo de dicho proyecto, tiene como objetivo implementar disminuir el caos vehicular en el sector centro del Distrito Metropolitano de Quito, además precautelar la seguridad de los vehículos, para que de esta forma el usuario tenga la tranquilidad de hacer sus diligencias.

3.7. Plan de marketing

El marketing nos ayuda a analizar el entorno: social, económico, culturales, tecnológicos, a segmentar a los consumidores, dentro de este análisis debe ser definido el perfil de los clientes y sus preferencias que han dado para poder demanda este servicio.

Para poder analizar los diferentes puntos debemos tomar en cuenta el resultado de cada una de las preguntas que se efectuaron en las encuestas que consta en el segundo capítulo.

3.7.1. La segmentación

Para desarrollar este capítulo, hemos desarrollado un estudio de mercado el cual nos permitió esclarecer quiénes formaran parte del mercado objetivo y hacia los cuales dirigiremos nuestra producción.

El mercado se enfocara principalmente hacia las personas que se involucran en el entorno laboral, es decir de una clase social media, con un promedio de edad de 35 a 45 años, quienes representan nuestra mayor oportunidad de demanda de el servicio. Por ser un servicio de consumo masivo, y porque es una necesidad que la comunidad necesita, está dirigido a los consumidores en general.

3.7.2. El posicionamiento

El posicionamiento de el servicio está dado por la aceptación que los demandantes den a el estacionamiento los servicios adicionales que esperan ellos para su total satisfacción.

Para establecer el posicionamiento que deseamos dentro del mercado, que es ser líderes en estacionamientos públicos, inicialmente en el sector centro de el Distrito Metropolitano de Quito, se debe conocer bien cómo funciona la competencia, debemos manejar las políticas administrativas que vaya de acuerdo con los objetivos, conocer los recursos con los que cuenta tanto económicos, físicos y humanos; estableciendo además que sitio ocupa en el mercado considerando la capacidad de inversión, el monto de ventas, los costos y sobre todo el beneficio social que este proyecto tendrá para con la comunidad en la que se desarrollara el mismo.

3.7.3. Los precios

“Constituye el valor fijado por el servicio o producto adquirido, de acuerdo a las necesidades del cliente.⁵⁵” Para poder determinar el precio del servicio de parqueo además de la pregunta que se formulo a la muestra de 398 personas encuestadas, de las cuales 312 personas respondieron que el precio de 0.50 CTV era accesible para ellos, tomando en consideraron la competencia directa a los parqueaderos ubicados en el sector donde se llevara a cabo la construcción del parqueadero, de esta manera se determino un precio competitivo, accesible y justo para el consumidor genera.

⁵⁵ MOLINA Antonio, Contabilidad General Básica, Impretec, 3ra Edición, Año 2004, Pág. 137.

CUADRO No. 20

PRECIOS

SERVICIO DE PARQUEO	VALOR A CANCELAR
FRACCION	0.75
2 horas	1.00
3 horas	2.00
4 horas	3.00
5 horas	4.00
6 horas	5.00
7 horas	6.00
SERVICIO DE CARROCERIA	VALOR A CANCELAR
Lavado de Carrocería	3.00
Limpieza Interna	1.00

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Cristian Cruz.

3.7.4. La comercialización

“La comercialización se define como hacer llegar a los bienes o servicios al cliente, para tal efecto se utilizan los canales de comercialización, mismos que son las rutas que siguen los productos del fabricante al usuario final.⁵⁶”

Debido a que es netamente un servicio el que ofrecerá “Parqueadero Sebastián de Benalcázar, no existe intermediarios en el servicio, siendo más bien una venta directa.

3.7.4.1. Canales de comercialización

Los canales de comercialización se caracterizan por sus niveles, donde cada intermediario tiene alguna función para acercar el producto hacia el consumidor

⁵⁶ CARRASCO Pablo, Conceptos Económicos, Poligráfica 2, 2da Edición, Año 2005, Pág. 34.

final, puesto que el producto y el consumidor final desempeñan alguna función, ambos forman parte de cada canal.

3.7.4.1.1. Directos

El canal de comercialización que va a utilizar el Parqueadero Sebastián de Benalcázar, es un canal de nivel cero, llamado también canal de mercadotecnia directo, que consiste en la venta directa del proveedor del servicio a los consumidores finales.

Estas principales formas de ventas directas son por demostraciones, por correo, tiendas y de puerta a puerta.

La forma de venta del parqueadero es de puerta a puerta, ya que como la gente busca que se comercialice por medio de medios como por ejemplo Periódicos, se podrá ofertar de mejor forma el negocio, sin tener la necesidad de que intervenga algún intermediario en el proceso de venta, es decir el cliente es influenciado por factores como la cercanía, seguridad y precio.

Lo que se va a lograr finalmente en el Parqueadero Sebastián de Benalcázar, es que el servicio de parqueo esté disponible y sea accesible, en el lugar donde existan gran cantidad de flujo vehicular, además por el lugar de sus trabajos sea cercano y al mismo tiempo que sea seguro y accesible el precio.

3.7.4.1.2. Indirectos

Dentro de los canales indirectos tenemos: hojas volantes y vallas publicitarias, como sabemos las últimas disposiciones del Municipio de Quito, es de no contaminar la visión de la gente con letreros, y por otro lado las hojas volantes son factor de contaminación de basura sería perjudicial con el tiempo realizar esto y poder ser demandados por alguna entidad legal.

3.7.4.2. Promoción y publicidad

“Son las técnicas para comunicar información acerca de los productos.”⁵⁷”

Se determino que las técnicas de mayor probabilidad para promocionar el “Parqueadero Sebastián de Benalcázar”, de acuerdo a la opinión de los mismos son las siguientes:

Periódicos de la Ciudad

Para poder promocionar el parqueadero, se utilizará la publicidad por medio la prensa escrita, puesto que es un informativo diario donde la gente, suele comprar este producto para informarse, y es ahí donde se promocionará el estacionamiento, en dos diarios principales de nuestra ciudad como son: El Comercio y Ultimas Noticias, etc..

Hojas Volantes

Otro medio en que se podrá promocionar el estacionamiento es a través de las hojas volantes, que serán distribuidas en las oficinas , centros educativos, viviendas que se encuentren en este sector, para poder captar la atención del cliente, cave puntualizar que las volantes constaran los servicios adicionales con los que cuenta el estacionamiento, el croquis y valor de sus precios.

⁵⁷ CARRASCO Pablo, Conceptos Económicos, Poligráfica 2, 2da Edición, Año 2005, Pág. 45.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Situación económica en el Ecuador

El Ecuador ha experimentado cierta estabilidad económica, debido principalmente al incremento de los precios de exportación del petróleo y las inversiones en el sector de hidrocarburos. Sin embargo, la estabilidad económica no dependerá únicamente de que se mantengan los factores antes mencionados, sino también de la aplicación de medidas económicas complementarias que ayuden a fortalecer la situación económica actual. De no conseguirse una estabilidad monetaria, pueden existir eventos económicos que podrían afectar la situación financiera de la Compañía, dichos eventos se reconocerán en los estados financieros a medida que ocurran.

4.2 Resumen de las principales políticas de contabilidad

Las políticas de contabilidad que sigue la Compañía están de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en el Ecuador, los cuales requieren que la gerencia efectúe ciertas estimaciones y utilice cierto supuesto, para determinar la evaluación de algunas de las partidas expuestas en los estados financieros; aun cuando pueden llegar a diferir de su efecto final, la gerencia considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias.

Los estados financieros han sido preparados de acuerdo con las NEC y principios de contabilidad generalmente aceptados en el Ecuador. Las principales políticas de contabilidad son las siguientes:

- a) Inversiones temporales.-** Están registradas al costo que no exceden al valor de mercado.

b) Inventarios.- Están valorados al costo promedio, los cuales no exceden el valor de mercado, excepto importaciones en tránsito que están al costo de adquisición.

c) Maquinaria, mobiliario y equipo.- Está registrado al costo histórico. Las provisiones para depreciación se cargan a los resultados del año y se calcula bajo el método de línea recta y las tasas de depreciación están basadas en los porcentajes establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Método de línea recta: En el método de depreciación en línea recta se supone que el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable. Este método se usa con frecuencia por ser sencillo y fácil de calcular. EL método de la línea recta se basa en el número de años de vida útil del activo, de acuerdo con la fórmula:⁵⁸

$$\frac{\text{Costo} - \text{Valor de desecho}}{\text{Años de Vida Útil}} = \text{Monto de la depreciación para cada año de vida del activo o gasto de depreciación anual}$$

d) Cargos diferidos.- Corresponden a costos de edición, los cuales están registrados al costo. Los costos de edición son amortizados por el método de línea recta en un periodo de tres años.

e) Provisiones.- Se reconoce una provisión sólo cuando la Compañía tiene una obligación presente como resultado de un evento pasado y es probable que se requieran recursos para cancelar la obligación y se puede hacer un estimado confiable del monto de la obligación.

f) Reconocimiento de ingresos.- Los ingresos se reconocen cuando es probable que los beneficios económicos asociados a la transacción, fluyan a la empresa y el monto de ingreso puede ser medido confiablemente. Las ventas son reconocidas netas posterior a las devoluciones y descuentos, cuando se ha entregado el bien y se ha transferido los ingresos y beneficios inherentes.

⁵⁸ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL. “Dirección Financiera”, Pág. 56, Ed. EPN. Quito, 2004

g) **Registros contables y unidad monetaria.**- Los registros contables de la Compañía se llevan en Dólares de EE.UU., que es la moneda de curso legal adoptada en el Ecuador, a partir del año 2000.

4.3 Inversiones

Las Inversiones son aplicaciones que las personas naturales o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos, y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro, y estas se las realiza en: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

Activos fijos: Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos intangibles.

Gastos administrativos: Está integrado por valores cuya rentabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalaciones, las primas de seguro, patentes de inversión, marcas, de diseños comerciales o industriales, asistencia técnica.

Capital de trabajo: Son aquellos que la empresa necesita para operar en un período de explotación.

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes son mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una organización empresarial desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad a emprender.

El Capital de trabajo se sustenta en la medida en la que se pueda hacer un buen manejo sobre el nivel de liquidez, ya que mientras más amplio sea el margen entre los activos corrientes que posee la organización y que sus pasivos circulantes

mayor será la capacidad de cubrir las obligaciones a corto plazo; el capital de trabajo permitirá financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

4.3.1 Inversión total

La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de las operaciones del nuevo año en Activos Fijos: 521.062,14 USD, y en Capital de Trabajo: 5.606,16 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de **526.668,30** USD, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para el inicio de operaciones del nuevo año de la empresa. Esta inversión total se entiende como los recursos Tangibles, Intangibles, Financieros y Humanos que requiere el PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCÁZAR para poder operar normalmente en el tiempo de un año.

CUADRO No. 1
INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN TOTAL	
Activo Fijo	521.062,14
Capital de Trabajo	5.606,16
TOTAL	526.668,30

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.2 Inversión en activos fijos o tangibles

CUADRO No. 2 INVERSIÓN FIJA

1. INVERSIÓN FIJA.

COSTO	TOTAL USD.
ADECUACIONES	26.218,32
Maquinaria y Equipo	1.122,00
Utensilios y Accesorios	172,38
Equipos de Computación	3.366,00
Equipos de Oficina	224,4
Bienes de Control Administrativo	53,04
Terreno	488.376,00
Muebles y Enseres	1530,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	521.062,14

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.2.1 Adecuaciones

**CUADRO No. 3
ADECUACIONES**

1.1. ADECUACIONES

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD m cuadrados	V. UNITARIO	V. TOTAL
Oficina	M ²	30,00	135,00	4.050,00
Bodega	M ²	20,00	10,00	200,00
Adecentamiento	M ²	1.200,00	10,00	12.000,00
Cerramiento	M ²	1,00	644,00	644,00
Baterias sanitarias	Unidad	2,00	118,00	236,00
Puerta principal	Unidad	1,00	231,00	231,00
Instalaciones varias	Unidad	20,00	6,00	120,00
CONSTRUCCION				
Cerramiento (bloques normales 15 cm.)	Unidad	1.368	0,28	383,04
Mortero juntas (bases estructuras quintales 1,00 m ³)	Unidad	3	6	18,00
Topes vehiculares cemento	Unidad	20	6	120,00
Material Adecentamiento (63,01 m ³ .)	Unidad	63	16,4	1.033,20
Hormigón losa (oficina, bodega, baños 13,18 m ³)	Unidad	95	30	2.850,00
Materiales varios (arena, ripio, cerámica)	Unidad	1	424	424,00
Pintura # de canecas	Unidad	4	12	48,00
Vidrios	Unidad	4	30	120,00
Puertas pequeñas 2 m.	Unidad	5	35	175,00
Puertas 4 m. entrada principal	Unidad	1	200	200,00
Transporte y estibaje de materiales	Unidad	2	300	600,00
Mano de obra	Unidad	1	2.252,00	2.252,00
SUBTOTAL				25.704,24
2% Imprevistos				514,08
TOTAL				26.218,32

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.2.2 Maquinaria y equipo

**CUADRO No. 4
MAQUINARIA Y EQUIPO**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sistema Hidráulico a presión	Unidad	1	250	250,00
Máquina - Aspiradora de Autos	Unidad	1	150	150,00
Máquina - Lavadora de Autos	Unidad	1	450	450,00
Sistema de tickets para control vehicular	Unidad	1	100	100,00
Extintor	Unidad	5	30	150,00
SUBTOTAL				1.100,00
2% Imprevistos				22,00
TOTAL				1.122,00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.2.3 Utensilios y Accesorios

**CUADRO No. 5
UTENSILIOS Y ACCESORIOS**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Basureros Pequeños	Unidad	4	10,00	40,00
Escobas	Unidad	1	1,00	1,00
Caseta control	Unidad	1	128,00	128,00
SUBTOTAL				169,00
2% Imprevistos				3,38
TOTAL				172,38

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.2.4 Equipos de computación

**CUADRO No. 6
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	Unidad	4	800,00	3.200,00
Impresora	Unidad	1	100,00	100,00
SUBTOTAL				3.300,00
2% Imprevistos				66,00
TOTAL				3.366,00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.2.5 Equipos de Oficina

**CUADRO No. 7
EQUIPOS DE OFICINA**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	4	15,00	60,00
Fax	Unidad	1	100,00	100,00
Calculadora	Unidad	4	15,00	60,00
SUBTOTAL				220,00
2% Imprevistos				4,40
TOTAL				224,40

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

BIENES DE CONTROL ADMINISTRATIVO

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papelera	Unidad	4	8,00	32,00
Grapadora	Unidad	4	2,00	8,00
Perforadora	Unidad	4	3,00	12,00
SUBTOTAL				52,00
2% Imprevistos				1,04
TOTAL				53,04

4.3.2.6 Muebles y Enseres

CUADRO No. 8
MUEBLES Y ENSERES

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	4	190,00	760,00
Silla giratoria	Unidad	4	65,00	260,00
Archivador	Unidad	4	120,00	480,00
SUBTOTAL				1.500,00
2% Imprevistos				30,00
TOTAL				1.530,00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.3 Inversión en Gastos administrativos

Las inversiones en gastos administrativos están representadas por aquellas cuyos beneficios se obtendrán en varios períodos. Este grupo tienen las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

Dentro de este grupo se encuentran comprendidos los gastos de organización atendidos anticipadamente y que se armonizan o difieren en varias anualidades. Los fondos para atender la amortización de bonos, las reclamaciones tributarias, las cuentas incobrables que se deban amortizarse en varias anualidades y los depósitos de garantía, son cuentas del activo diferido, entre otras.

CUADRO No. 9
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	450,00
Gasto de Organización	1.460,00
Gasto de patentes	245,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	2.155,00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.3.3.1 Gastos de puesta en marcha

Denominada también etapa de prueba, consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner la empresa, para el inicio de su producción normal.

Para empezar el funcionamiento de la empresa comercializadora de servicios de parqueo y lavado de autos es necesario realizar inversiones que en un principio constituyen desembolsos que se deben asumir antes de percibir ingresos de esta manera se transforman en gastos que se incurre hasta que la planta alcance su funcionamiento adecuado.

Todos estos rubros están constituidos como capacitación al personal de la empresa y la utilización de medios informáticos y electrónicos, que facilitará la modernización de la Empresa.

4.3.3.2 Gastos de organización

Constituyen los gastos en que se incurre para la constitución de la compañía, rubros que se deben cancelar por conceptos de trámites legales, estos comprenden honorarios de abogado, notaría, inscripciones en las instituciones públicas y privadas respectivamente.

4.3.3.3 Gastos de patentes

Para el funcionamiento de la planta es necesario obtener permisos municipales que permitan el funcionamiento.

4.4 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Por lo tanto, el Capital de Trabajo está dado por los recursos que la empresa necesita para operar en un período de explotación determinado. Para tomar en consideración el cálculo del Capital de Trabajo en relación a esta empresa es necesario considerar el período inicial de servicio de parqueo de accesorios para vehículos para el año, en relación a lo realizado el periodo inmediatamente anterior, de acuerdo a las condiciones de venta y pago.

El capital de trabajo se encuentra formado por los siguientes rubros:

Costos de producción:

- **Materia Prima.-** Son aquellos materiales que se transforman por parte del producto final.

- ***Materiales Directos.***- Son aquellos que intervienen en el proceso productivo y terminan formando parte del producto final.
- ***Mano de Obra Directa,***- Se refiere al costo de la mano de obra de los trabajadores que participan en la transformación de los materiales en productos utilizando sus manos, herramientas y equipos.

Costos Indirectos de Fabricación:

- ***Mano de Obra indirecta.***- Está dado por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento.
- ***Materiales Indirectos.***- Son aquellos que participan en el proceso productivo, pero que no llegan a constituir parte integrante del producto terminado.
- ***Suministros y Servicios.***- Corresponde a gastos por concepto de agua, energía eléctrica, asistencia técnica, seguro y repuesto de maquinaria y equipos.

Gastos Operacionales:

- ***Gastos Administrativos.***- Comprenden todos los desembolsos en que se incurre, como pagos correspondientes al personal administrativo, adquisición de materiales de oficina, etc.
- ***Gastos Ventas.***- Comprende todos los gastos que implica las operaciones logísticas del departamento de comercio exterior como sueldos, promoción y publicidad, teléfono, materiales de oficina, gastos de representación.

La determinación del Capital de Trabajo se describe a continuación:

CUADRO No. 10
CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
COSTOS DIRECTOS	
Compras	742,57
Materiales Directos	80,78
Mano de Obra Directa	830,24
TOTAL	1.653,59
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra Indirecta	658,13
Insumos	348,50
Mantenimiento	37,13
Gastos Administrativos	1.624,37
Gasto de Ventas	1206,22
Seguro	78,21
TOTAL	3.952,56
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	5.606,16

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.5 Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos. La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros, los mismos que permiten financiar las operaciones para el funcionamiento de la empresa.

4.5.1 Estructura del financiamiento

El proyecto se encuentra financiado con el **38.54%** con recursos propios y el **61.46%** restante por un préstamo a través de los fondos de la Corporación Financiera Nacional.

CUADRO No. 11
ESTADO DE FUENTES Y DE USOS

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	521.062,14	98,94%	37,97%	200.000,00	60,96%	321.062,14
Capital de Trabajo	5.606,16	1,06%	0,57%	3.000,00	0,49%	2.606,16
Inversión Total	526.668,30	100,00%	38,54%	203.000,00	61,46%	323.668,30

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón.

4.6 Tabla de Amortización del Préstamo

Las condiciones del crédito son:

1. Monto 323.668,30
2. Interés 12 % anual =
3. Plazo 10 años
4. Período de pago Semestral = 20 periodos
5. Forma de amortización Dividendo Constante

4.6.1 Amortización Dividendo Constante

Una vez conocido el tipo semestral, pasamos a calcular el valor de A_0 (valor actual de una renta unitaria, pos pagable, de 20 semestres de duración, con un tipo de interés semestral del 5,83%)

$$A_0 = (1 - (1 + i)^{-n}) / i$$

luego, $A_0 = (1 - (1 + 0,0583)^{-20}) / 0,0583$

luego,
 $A_0 = 11,63$

A continuación se calcula el valor de la cuota constante

luego, $M = 323.668,30 / 11,63$

luego, $M = 27.830,81$

CUADRO No. 12

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				323.668,30
1	8.960,77	18.870,03	27.830,81	314.707,53
2	9.483,19	18.347,61	27.830,81	305.224,33
3	10.036,07	17.794,74	27.830,81	295.188,26
4	10.621,18	17.209,63	27.830,81	284.567,09
5	11.240,40	16.590,41	27.830,81	273.326,69
6	11.895,72	15.935,09	27.830,81	261.430,98
7	12.589,24	15.241,56	27.830,81	248.841,73
8	13.323,20	14.507,60	27.830,81	235.518,53
9	14.099,95	13.730,85	27.830,81	221.418,58
10	14.921,99	12.908,82	27.830,81	206.496,59
11	15.791,95	12.038,86	27.830,81	190.704,64
12	16.712,63	11.118,18	27.830,81	173.992,02
13	17.686,98	10.143,83	27.830,81	156.305,04
14	18.718,14	9.112,67	27.830,81	137.586,90
15	19.809,42	8.021,39	27.830,81	117.777,48
16	20.964,32	6.866,49	27.830,81	96.813,16
17	22.186,55	5.644,26	27.830,81	74.626,61
18	23.480,04	4.350,77	27.830,81	51.146,57
19	24.848,93	2.981,87	27.830,81	26.297,64
20	26.297,64	1533,17	27.830,81	0,00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.7 Presupuesto De Costos

Es la suma de todos los elementos que se utilizan en la elaboración de los productos, es decir todos los gastos invertidos por la empresa en el proceso de servicio de parqueo.

Este rubro es importante porque se encuentra en relación directa con el valor del precio final, por lo que con una mayor eficiencia de producción y minimizando los desperdicios se obtendrá un costo de producción menor, que será competitivo.

Por su naturaleza existen dos tipos de costos: Fijos y Variables.

4.7.1 Costos variables.

Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción este tipo de costos se incrementan.

Dentro de la naturaleza de los costos variables tenemos los siguientes:

a.- Compras y Materia Prima

Son aquellos que intervienen en el proceso de servicio de parqueo y terminan formando parte de la venta final; constituye la base de la empresa, en el presente caso de estudio estará constituido las compras de materia prima y libros necesarios para su posterior servicio de parqueo. La inversión de este rubro es de **106.929,60 USD**, anual según consta en libros.

CUADRO No. 13
COMPRAS Y MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad auto	costo	COSTO TOTAL POR MES	COSTO ANUAL
Elaboración			Elaboración		
Cera automotriz	gramos	150	0,02	10,45	125,45
Limpiadores	unidades	0,25	0,06	28,51	342,14
Silicona	gramos	200	0,15	71,28	855,36
Anticorrosivo carrocería (asfaltados)	ml	250	0,25	118,80	1.425,60
Limpiador de alfombras	gramos	250	0,15	71,28	855,36
detergente biodegradable en polvo	gramos	200	0,25	118,80	1.425,60
Limpiador de vidrios	gramos	200	0,15	71,28	855,36
Pulimento para cristales	gramos	100	0,15	71,28	855,36
Limpiador radiadores	gramos	200	0,15	71,28	855,36
Shampoo para carrocerías	gramos	200	0,10	47,52	570,24
Pulidor de pintura	gramos	100	0,10	47,52	570,24
Subtotal					8.736,08
2% imprevistos					174,72
TOTAL					8.910,80

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

PARQUEO	
Autos por hora	55
Autos día	660
Autos mes	15840
Autos año	190.080,00

b.- Materiales Directos

Son aquellos materiales que forman parte del proceso productivo, así tenemos el siguiente rubro que corresponde a la cantidad de **969,41** USD, anuales.

CUADRO No. 14
MATERIALES DIRECTOS

CONCEPTO	Costo por unidad	Cantidad por mes	Valor Mensual	Valor Anual
Tarjetas parqueo	0,01	7.920	79,20	950,40
Subtotal			79,20	950,40
2% Imprevistos			1,58	19,01
Total Insumos			80,78	969,41

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

c.- Mano de Obra Directa

Está constituido por aquellos trabajadores que participan en el transporte de los productos finales utilizando herramientas y equipos.

La mano de obra directa para esta empresa se encuentra determinada por el requerimiento del personal que participa en el proceso productivo, ese rubro es **9962,93** USD, anuales. Para mayor información, ver Anexo No. 1 “Nomina”

CUADRO No. 15
MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	Pago mensual (2 empleados)	VALOR ANUAL
Operarios	813,97	9.767,58
Subtotal		9.767,58
2% Imprevistos		195,35
Total		9.962,93

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

d.- Insumos

En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de parqueo, como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de **4.182,00** USD, anuales.

CUADRO No. 16
INSUMOS

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD SEMESTRAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO SEMESTRAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m ³	360	720	450,00	900,00
Luz Eléctrica	Kilowatts	1.500	3.000	850,00	1.700,00
Teléfono	Minutos	3.000	6.000	750,00	1.500,00
SUBTOTAL				2.050,00	4.100,00
2% Imprevistos				41,00	82,00
TOTAL				2.091,00	4.182,00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.7.2 Costos fijos

Son aquellos que no guardan con el volumen de ventas, su monto total permanece constante a través del período, es decir venta o no la empresa se tendrá que incurrir en esos costos.

a.- Mano de Obra Indirecta.

Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. El rubro de mano indirecta es de **7.897,52** USD, anual.

CUADRO No. 17
MANO DE OBRA INDIRECTA

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Supervisor Operaciones	645,22	3.871,34	7.742,67
Guardia	420,23	2.521,40	5.042,79
Subtotal			7.742,67
2% Imprevistos			154,85
TOTAL			7.897,52

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

b.- Reparación y Mantenimiento

Este valor está dado en función de de los activos fijos que dispone la empresa.

CUADRO No. 18
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipos	1.122,00	2%	11,22	22,44
ADECUACIONES	26.218,32	1%	131,09	262,18
Equipos de computación	3.366,00	4%	67,32	134,64
Equipos de oficina	224,4	1%	1,12	2,24
Muebles y Enseres	1530,00	1%	7,65	15,30
Bienes de Control Administrativo	53,04	1%	0,27	0,53
Subtotal				436,81
2% Imprevistos				8,74
TOTAL				445,54

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

c.- Seguros

El bienestar y la garantía de la inversión en activos fijos son medidas que se deben tomar con la contratación de seguros para prevenir siniestros, de una manera se garantiza la actividad de servicio de parqueo de la empresa.

CUADRO No. 19
SEGUROS

CONCEPTO	VALOR INICIAL	%	SEGURO SEMESTRAL	SEGURO ANUAL
ADECUACIONES	26.218,32	2,80%	367,06	734,11
Maquinaria y Equipos	1.122,00	3,50%	19,64	39,27
Utensilios y Accesorios	172,38	0,25%	0,22	0,43
Equipos de Computación	3.366,00	3,50%	58,91	117,81
Equipo de Oficina	224,4	1,80%	2,02	4,04
Muebles y Enseres	1530,00	2,80%	21,42	42,84
Bienes de Control Administrativo	53,04	2,80%	0,74	1,49
TOTAL			469,25	938,50

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

d.- Depreciación

Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes.

La Depreciación no implica una salida de dinero efectivo de la empresa ya que es una cuenta de reserva para dar de baja un activo fijo y poder ser substituido por otro cuando haya cumplido la vida útil.

CUADRO No. 20
DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
ADECUACIONES	26.218,32	5,00%	20	1.310,92
Maquinaria y Equipos	1.122,00	10,00%	10	112,20
Utensilios y Accesorios	172,38	10,00%	10	17,24
Equipos de Computación	3.366,00	33,33%	3	1.121,89
Equipo de Oficina	224,4	10,00%	10	22,44
Muebles y Enseres	1530,00	10,00%	10	153,00
Bienes de Control Administrativo	53,04	10,00%	10	5,30
TOTAL				2.742,99

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.7.3 Gastos administrativos

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas globales de una empresa, es decir la operación general de la empresa.

CUADRO No. 21
GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS PERSONALES	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Propietario - Gerente	1	870,21	5.221,28	10.442,55
Secretaria	1	532,73	3.196,37	6.392,73
TOTAL PERSONAL			8.417,64	16.835,28
Inversión en Activos Diferidos	1	179,6	1.077,50	2.155,00
Suministros de Oficina	1 set	10	60,00	120,00
Total Suministros de oficina y Activos Diferidos			61,20	2.275,00
Subtotal gastos				19.110,28
2% Imprevistos			1,20	382,21
TOTAL			8.478,84	19.492,49

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.7.4 Gastos de ventas

Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, tanto la publicidad y propaganda necesarias para la venta y servicio de parqueo y lavada de autos.

CUADRO No. 22
GASTOS DE VENTAS

GASTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
GASTOS PERSONALES				
Relacionador Publico	1	645,22	3.871,34	7.742,67
Total Personal				7.742,67
GASTOS GENERALES				
Promoción	1 set	350,00	2.100,00	4.200,00
Propaganda	1 set	200,00	1.200,00	2.400,00
Subtotal			3.300,00	6.600,00
2% Imprevistos			66,00	132,00
Total Gastos Generales				6.732,00
TOTAL COSTO VENTAS			3.366,00	14.474,67

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.7.5 Gastos financieros

Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido por medio de la Corporación Financiera Nacional, es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento.

CUADRO No. 23
GASTOS FINANCIEROS

PERIODO	INTERÉS
0	
1	18.870,03
2	18.347,61
3	17.794,74
4	17.209,63
5	16.590,41
6	15.935,09
7	15.241,56
8	14.507,60
9	13.730,85
10	12.908,82
11	12.038,86
12	11.118,18
13	10.143,83
14	9.112,67
15	8.021,39
16	6.866,49
17	5.644,26
18	4.350,77
19	2.981,87
20	1.533,17

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

La determinación del costo está dada por la operación matemática de dividir el costo total para el número de unidades producidas en un período, en este caso durante la servicio de parqueo anual.

Los Costos Totales establecidos para el año se detallan a continuación.

CUADRO No. 24
COSTOS DE PRODUCCION ANUALES

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Compras		8.910,80
Materiales Directos		969,41
Mano de Obra Directa		9.962,93
Mano de Obra Indirecta	7.897,52	
Insumos		4.182,00
Reparación y Mantenimiento	445,54	
Seguros	938,50	
Depreciación	2.742,99	
Subtotales	12.024,56	24.025,14
Total de Costo de Producción	36.049,69	
Gastos Administrativos	19.492,49	
Gastos Financieros	37.217,65	
Gastos de Ventas	14.474,67	
Subtotales	71.184,80	
Costo Total	107.234,50	
Número de autos parqueados	190.080	
Costo autos parqueados	0,45	
Número de autos lavados	5.702	
Costo Unitario autos lavados	0,56	

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

CUADRO No. 25

PROYECCION COSTOS DE PRODUCCION ANUALES

COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 10 AÑOS DE VIDA UTIL DEL PROYECTO										
AÑO: 2.013 - 2.022										
RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materia Prima	8.910,80	9.712,77	10.586,92	11.539,74	12.578,32	13.710,37	14.944,30	16.289,29	17.755,32	19.353,30
Material Directos	969,41	1.056,65	1.151,75	1.255,41	1.368,40	1.491,55	1.625,79	1.772,12	1.931,61	2.105,45
Mano de Obra Directa	9.962,93	10.859,60	11.836,96	12.902,29	14.063,49	15.329,21	16.708,83	18.212,63	19.851,77	21.638,42
Insumos	4.182,00	4.558,38	4.968,63	5.415,81	5.903,23	6.434,53	7.013,63	7.644,86	8.332,90	9.082,86
VARIABLES	24.025,14	26.187,40	28.544,27	31.113,25	33.913,44	36.965,65	40.292,56	43.918,89	47.871,59	52.180,04
Mano de Obra Indirecta	7.897,52	8.608,30	9.383,05	10.227,52	11.148,00	12.151,32	13.244,94	14.436,98	15.736,31	17.152,58
Reparación y Mantenimiento	445,54	485,64	529,35	576,99	628,92	685,52	747,22	814,47	887,77	967,67
Seguros	938,50	1.022,97	1.115,04	1.215,39	1.324,77	1.444,00	1.573,96	1.715,62	1.870,03	2.038,33
Depreciación	2.742,99	2.742,99	2.742,99	1.621,10	1.621,10	1.621,10	1.621,10	1.621,10	1.621,10	1.621,10
FIJOS	12.024,56	12.859,90	13.770,42	13.641,00	14.722,79	15.901,94	17.187,22	18.588,17	20.115,21	21.779,68
Total Costo de Producción	36.049,69	39.047,30	42.314,69	44.754,25	48.636,23	52.867,60	57.479,78	62.507,06	67.986,80	73.959,71
Gasto Administrativo	19.492,49	21.246,81	23.159,02	25.243,33	27.515,23	29.991,61	32.690,85	35.633,03	38.840,00	42.335,60

Gasto de Ventas	14474,67	15.777,39	17.197,36	18.745,12	20.432,18	22.271,07	24.275,47	26.460,26	28.841,69	31.437,44
Gasto Financiero	37.217,65	35.004,37	32.525,50	29.749,17	26.639,67	23.157,04	19.256,49	14.887,88	9.995,03	4.515,04
Total gastos	71.184,80	72.028,57	72.881,88	73.737,62	74.587,09	75.419,72	76.222,81	76.981,17	77.676,71	78.288,08
Costo total	107.234,50	111.075,87	115.196,56	118.491,87	123.223,32	128.287,32	133.702,59	139.488,23	145.663,51	152.247,79
Número de autos parqueados	190.080,00	207.187,00	225.833,00	246.157,00	268.311,00	292.458,00	318.779,00	347.469,00	378.741,00	412.827,00
Costo autos parqueados	0,45	0,49	0,54	0,58	0,64	0,69	0,76	0,83	0,90	0,98
Número de autos lavados	5.702,40	6.215,62	6.775,02	7.384,77	8.049,40	8.773,85	9.563,50	10.424,21	11.362,39	12.385,00
Costo Unitario autos lavados	0,56	0,61	0,67	0,73	0,80	0,87	0,95	1,03	1,12	1,23

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.8 Proyección de ingresos y egresos de la empresa

4.8.1 Presupuesto de ingresos

Es la planificación de la empresa en proyección al comportamiento en diez años del flujo de efectivo, por concepto de las ventas, es decir que los ingresos son provenientes de parqueo.

El presupuesto tomará como base la demanda total del producto a satisfacer en el estudio de mercado, teniendo muy en cuenta como limitante, la máxima capacidad de servicio de parqueo para vehículos, de esta manera los datos se encuentran planificados en base a la producción y el volumen de ventas.

Ingresos por ventas: Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa en la venta y servicio de parqueo de los productos de sus diferentes líneas de producción, esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.

PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO										
AÑOS: 2013 – 2022										
VENTAS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Número de autos parqueados	190.080	207.187	225.833	246.157	268.311	292.458	318.779	347.469	378.741	412.827
Precio autos parqueados	0,74	0,82	0,90	0,98	1,08	1,18	1,29	1,42	1,56	1,71
Número de autos lavados	5.702,40	6.215,62	6.775,02	7.384,77	8.049,40	8.773,85	9.563,50	10.424,21	11.362,39	12.385,00
Precio Unitario autos lavados	2,17	2,37	2,59	2,83	3,09	3,38	3,69	4,03	4,41	4,82
Total Ingresos	153.902,95	183.909,39	219.758,38	262.586,67	313.752,54	374.875,26	447.892,39	535.115,05	639.303,57	763.753,79

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.9 Estado de situación inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivo a largo plazo	
Caja Bancos	5.606,16	Préstamo por pagar	323.668,30
		TOTAL PASIVO	323.668,30
Activo Fijo			
ADECUACIONES	26.218,32	PATRIMONIO	
Maquinaria y Equipos	1.122,00	Capital Social	203.000,00
Utensilios y Accesorios	172,38		
Equipos de Computación	3.366,00		
Muebles y Enseres	1530,00		
Equipos de Oficina	224,4		
Terreno	488376		
Bienes de Control Administrativo	53,04		
TOTAL ACTIVOS	526.668,30	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	526.668,30

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.10 Estado de resultado

Es el documento contable que corresponde al análisis o al detalle de las cifras y datos provenientes del ejercicio económico de la empresa durante un período determinado. Este instrumento contable permite determinar la utilidad neta del ejercicio económico de la empresa, así como también los sueldos y utilidades de los trabajadores, y los impuestos establecidos por la ley tributaria que debe cumplir la organización.⁵⁹

⁵⁹ WESTON, BRIGHAM, "Dirección Financiera", Pág. 55, Ed. Mc Graw Hill, Bogotá, 2003

CUADRO No. 26
PROYECCIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS DE LA EMPRESA

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
AÑOS: 2013 – 2022										
EN DÓLARES										
RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas Netas	153.902,95	183.909,39	219.758,38	262.586,67	313.752,54	374.875,26	447.892,39	535.115,05	639.303,57	763.753,79
- Costo de Producción	36.049,69	39.047,30	42.314,69	44.754,25	48.636,23	52.867,60	57.479,78	62.507,06	67.986,80	73.959,71
= UTILIDAD BRUTA	117.853,25	144.862,09	177.443,69	217.832,42	265.116,30	322.007,67	390.412,61	472.607,98	571.316,77	689.794,08
- Gastos de Administración	19.492,49	21.246,81	23.159,02	25.243,33	27.515,23	29.991,61	32.690,85	35.633,03	38.840,00	42.335,60
-Gastos de Ventas	14.474,67	15.777,39	17.197,36	18.745,12	20.432,18	22.271,07	24.275,47	26.460,26	28.841,69	31.437,44
= UTILIDAD OPERACIONAL	83.886,10	107.837,89	137.087,31	173.843,96	217.168,89	269.744,99	333.446,29	410.514,69	503.635,08	616.021,04
- Gastos Financieros	37.217,65	35.004,37	32.525,50	29.749,17	26.639,67	23.157,04	19.256,49	14.887,88	9.995,03	4.515,04
= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN	46.668,45	72.833,53	104.561,81	144.094,80	190.529,22	246.587,95	314.189,80	395.626,82	493.640,05	611.506,00
- 15% de Participación Trabajadores	7.000,27	10.925,03	15.684,27	21.614,22	28.579,38	36.988,19	47.128,47	59.344,02	74.046,01	91.725,90
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	39.668,18	61.908,50	88.877,54	122.480,58	161.949,83	209.599,76	267.061,33	336.282,79	419.594,05	519.780,10
- 23% Impuesto a la Renta	9.123,68	14.238,95	20.441,83	28.170,53	37.248,46	48.207,94	61.424,10	77.345,04	96.506,63	119.549,42
Reserva Legal	3.966,82	6.190,85	8.887,75	12.248,06	16.194,98	20.959,98	26.706,13	33.628,28	41.959,40	51.978,01
= UTILIDAD NETA	26.577,68	41.478,69	59.547,95	82.061,99	108.506,39	140.431,84	178.931,09	225.309,47	281.128,01	348.252,67

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

4.11 Flujo de caja

El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja.

El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa, es decir el movimiento de efectivo. Para su cálculo se proyecta una serie de diez años, con el objetivo de realizar los cálculos posteriores del VAN y TIR.

CUADRO No. 27

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA								
Años	Utilidad Neta	Depreciación	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización del k (-)	Flujo de efectivo (=)
0					526.668,30	323.668,30		203.000,00
1	26.577,68	2.742,99					18.443,97	10.876,70
2	41.478,69	2.742,99					20.657,24	23.564,44
3	59.547,95	2.742,99					23.136,11	39.154,83
4	82.061,99	1.621,10			3.366,00		25.912,45	54.404,64
5	108.506,39	1.621,10					29.021,94	81.105,55
6	140.431,84	1.621,10					32.504,57	109.548,36
7	178.931,09	1.621,10					36.405,12	144.147,07
8	225.309,47	1.621,10			3.366,00		40.773,74	182.790,83
9	281.128,01	1.621,10					45.666,58	237.082,53
10	348.252,67	1.621,10	5.606,16				51.146,57	304.333,35

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

CAPITULO V

EVALUACION FINANCIERA

5.1 Determinación del valor actual neto (VAN)

Valor actual neto o Valor presente neto son términos que proceden de la expresión inglesa Net Present Value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente, de ahí su nombre, de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado.

La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos, así como para la administración financiera.⁶⁰

Para proceder al cálculo se establecerá una tasa que representa el costo de oportunidad de la siguiente forma:

i = tasa pasiva (recursos propios) + tasa activa (recursos de terceros) + riesgo país + inflación.

i = tasa pasiva (recursos propios) + tasa activa (recursos de terceros) + riesgo país

$i = 0,04 (38.54\%) + 0,012 (61.46 \%) + 5,61$

$i = 14,53 \%$

Los datos de tasas de interés, Riesgo País e Inflación han sido tomados del Banco Central del Ecuador, al 30 de Enero del 2013.

$$VAN = \sum \left(\frac{M}{(1+i)^n} \right)$$

⁶⁰ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL. “Dirección Financiera”, Pág. 45, Ed. EPN. Quito, 2004

CUADRO No. 1
VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)		
USD.		
AÑOS	FLUJO	FLUJO ACTUALIZADO
	EFFECTIVO	
0	-203.000,00	-203.000,00
1	10.876,70	9.497,11
2	23.564,44	17.965,75
3	39.154,83	26.065,60
4	54.404,64	31.623,69
5	81.105,55	41.164,35
6	109.548,36	48.547,93
7	144.147,07	55.778,24
8	182.790,83	61.760,04
9	237.082,53	69.943,41
10	304.333,35	78.395,47
TOTAL		237.741,59

FUENTE: Investigación Propia.
ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

El Valor actual neto a la fecha es de **237.741.59 USD.**

5.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que tendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

CUADRO No. 2
CALCULO DE LA TIR

TIR	
AÑOS	FLUJO EFECTIVO
0	-203000
1	10876,70
2	23564,43
3	39154,82
4	54404,63
5	81105,54
6	109548,36
7	144147,06
8	182790,83
9	237082,52
10	304333,34

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

TIR = 29 %

5.3 Período de recuperación de la inversión (PRI)

Este período está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir en donde el flujo acumulado se convierte en positivo a partir de ese momento la empresa contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto.

CUADRO No. 3
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJO	FLUJO	FLUJO
	EFFECTIVO	ACTUALIZADO	ACUMULADO
0	-203.000,00	-203.000,00	-203.000,00
1	10.876,70	9.497,11	-193.502,89
2	23.564,44	17.965,75	-175.537,14
3	39.154,83	26.065,60	-149.471,54
4	54.404,64	31.623,69	-117.847,86
5	81.105,55	41.164,35	-76.683,50
6	109.548,36	48.547,93	-28.135,57
7	144.147,07	55.778,24	27.642,67
8	182.790,83	61.760,04	89.402,71
9	237.082,53	69.943,41	159.346,12
10	304.333,35	78.395,47	237.741,59

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

Esto indica que el plazo para recuperación de toda la inversión es del séptimo año.

5.4 Relación costo beneficio

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.⁶¹

Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas
(VER ANEXO 3).

⁶¹ BACA URBINA, "Formulación y Evaluación de Proyectos", Ed. Norma, Pág. 15, Bogota, 2006

$$R (C/B) = \text{SUMATORIA (Flujos generados por proyecto / inversión [egresos])}$$

CUADRO N° 4
RELACIÓN COSTO / BENEFICIO

RELACION COSTO / BENEFICIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ingresos proyectados	153.902,95	183.909,39	219.758,38	262.586,67	313.752,54	374.875,26	447.892,39	535.115,05	639.303,57	763.753,79	3.894.849,98
Costos de producción	36.049,69	39.047,30	42.314,69	44.754,25	48.636,23	52.867,60	57.479,78	62.507,06	67.986,80	73.959,71	525.603,12

R =B/C	7,39
---------------	-------------

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

Análisis:

- **Escenario Moderado:** $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces es viable. Por cada dólar invertido, la empresa PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCAZAR obtiene \$ 7.41 de ganancia.

5.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. A partir de ese punto, el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que por debajo de ese punto, el producto ocasiona pérdidas.

Matemáticamente para la determinación del punto de equilibrio tenemos la siguiente fórmula:

- **Punto de equilibrio de producción física:**

Fórmula:

$$PE = CF / (Pu - Cvu)$$

Dónde:

Pu = Precio de venta unitario

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

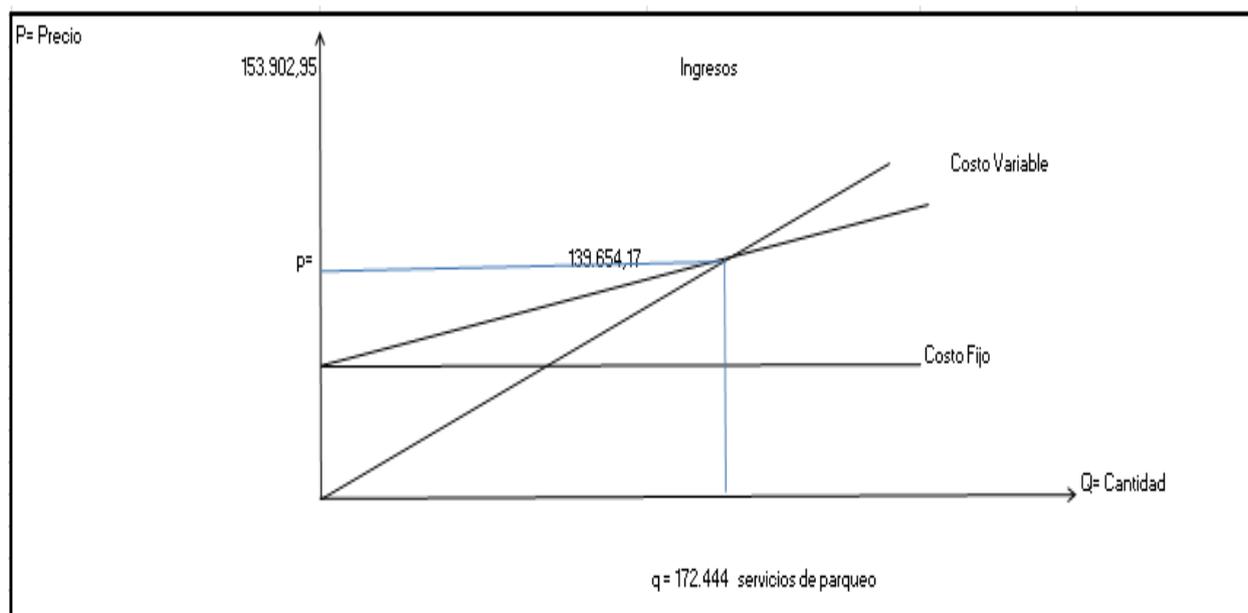
VT = Ventas Totales

CVu = Costo variable unitario

CUADRO No. 5
ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
EN DOLARES

AÑOS	Ventas Totales	Costos Fijos	Costos Variables	Parqueos Atendidos	Costo Total	Pto. Equilibrio USD. CF/1-(CV-VT)	Precio de vta. unitario	Pto. Equilibrio CF/(VT-CV)
1	153.902,95	12.024,56	24.025,14	190.080,00	107.234,50	0,0926	0,45	0,0926
2	183.909,39	12.859,90	26.187,40	207.187,49	111.075,87	0,0815	0,49	0,0815
3	219.758,38	13.770,42	28.544,27	225.833,54	115.196,56	0,0720	0,54	0,0720
4	262.586,67	13.641,00	31.113,25	246.157,58	118.491,87	0,0589	0,58	0,0589
5	313.752,54	14.722,79	33.913,44	268.311,64	123.223,32	0,0526	0,64	0,0526
6	374.875,26	15.901,94	36.965,65	292.458,69	128.287,32	0,0471	0,69	0,0471
7	447.892,39	17.187,22	40.292,56	318.779,76	133.702,59	0,0422	0,76	0,0422
8	535.115,05	18.588,17	43.918,89	347.469,83	139.488,23	0,0378	0,83	0,0378
9	639.303,57	20.115,21	47.871,59	378.741,90	145.663,51	0,0340	0,90	0,0340
10	763.753,79	21.779,68	52.180,04	412.827,98	152.247,79	0,0306	0,98	0,0306

CUADRO No. 6
ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
EN DOLARES



FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Cristian Cruz Alarcón

5.6. Pago tributario al fisco

PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCAZARS.A. cumple, según lo estipulado en la ley de régimen tributario vigente, con todas sus estipulaciones, y por tal tributa en:

- Impuesto a la renta, tanto de la compañía como de sus empleados.
- Retenciones en la fuente del 8% en el pago de honorarios.
- Retenciones en la fuente del 8% en el pago de comisiones.
- Retenciones en la fuente en pagos al exterior.
- Retenciones en la fuente del 5% en arriendo a personas naturales y sociedades.
- Retención del 12% de IVA.
- Retenciones en la fuente del 1%.

Efecto multiplicador de otras actividades

El efecto multiplicador dentro del PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCAZARS.A. se da porque esta empresa ha expandido su cobertura al sector automotriz.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- La falta de competitividad del Ecuador, en el transcurso de la década de los noventa, ha sido un factor fundamental en el incremento del desempleo. La economía ecuatoriana ha dependido de muy pocos productos de exportación: petróleo, camarón y productos del mar, banano y plátanos, cacao y café.

- La globalización de las economías, que se viene consolidando desde fines del siglo XX, por su parte, ha exacerbado esa tendencia y la población, sobre todo, de los países en desarrollo, busca opciones de vida en un horizonte cada vez más amplio y lejano a su lugar de origen.

- La innovación permanente del sector microempresarial, le permite adaptarse a las más variadas condiciones económicas y sociales, surgiendo a consecuencia de ello, diverso tipo de microempresas, cada una de las cuales responde a sus respectivas relaciones de trabajo, propiedad y actividad.

- En estos últimos años el parque automotor en la ciudad de Distrito Metropolitano de Quito se ha elevado de una forma importante, es por eso que nace la idea de construir un parqueadero público y más en el sector del centro de Distrito Metropolitano de Quito, ya que por su capacidad física de transitar por estas calles se hace imposible parquear un vehículo en las calles.

- Una vez realizado el análisis de las encuestas se ha determinado que el sector de la Av. Olmedo y Benalcázar y sus calles aledañas a las mismas , no existen suficientes espacios de estacionamientos, es decir la gran mayoría de conductores propietarios de los vehículos se ven obligados a tener que estacionar sus vehículos, inclusive ellos quedándose ahí mismo, o dejarlos en las aceras, por esta razón se considera viable ofrecer un servicio de estacionamiento público en este sitio

- En el “ Parqueadero Sebastián de Benalcázar” ; el objetivo está totalmente diseñado para que los vehículos tenga el espacio físico necesario para poder ingresar y salir del estacionamiento, puesto que como todos sabemos por este sector el flujo vehicular es muy intenso.
- De los 398 encuestados, 202 personas respondieron que les gustaría retirar su vehículo del parqueadero a través de tarjetas electrónicas, lo cual equivale a un 51 %.
- De los 398 encuestados, 196 personas respondieron que les gustaría retirar su vehículo del parqueadero a través de ticket de datos informativos, lo cual equivale a un 49 %.
- El mercado objetivo para establecer nuestro servicio al público, va a ser en el sector de Centro Histórico, es decir ubicados en las calles Av., Benalcázar que sería la calle principal, por esta calle también se encuentra ubicado el parqueadero como lo hemos denominado P1, la Av. Oriente, esta calle es paralela y se conecta con la calle principal, esta avenida conecta con casi todos las instituciones laborales, establecimientos escolares y centros comerciales que están a su alrededor.
- Por medio de la regresión de mínimos cuadrados se presenta una oferta de 2.638 parqueaderos para el año 2013, con tendencia creciente.
- A partir del año 2013 existe una demanda insatisfecha positiva, lo que demuestra que el mercado distrital requiere de abastecimiento de parqueaderos en la zona centro del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que es factible ingresar a ofertar el servicio de parqueo con las condiciones de precio, calidad y transporte.
- La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de las operaciones del nuevo año en Activos Fijos: 521.062.14USD, y en Capital de Trabajo: 5606.16 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de **526.668,30** la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros, para el inicio de operaciones del nuevo año de la empresa. Esta inversión total se entiende como los recursos Tangibles, Intangibles, Financieros y Humanos que requiere el PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCAZAR para poder operar normalmente en el tiempo de un año.

- En el proyecto son indispensables los insumos para apoyar los procesos de parqueo, como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de **4.182,00** USD, anuales.
- Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa PARQUEDERO SEBASTIAN DE BENALCAZAR en la venta de servicios de parqueo, esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.
- El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa, es decir el movimiento de efectivo. Para su cálculo se proyecta una serie de diez años, con el objetivo de realizar los cálculos posteriores del VAN y TIR.
- El Valor actual neto a la fecha es de **237.741.59** USD , y la TIR = 29 % luego el análisis financiero es viable.

6.2 RECOMENDACIONES

- El objetivo de cualquier sistema de medición debe ser motivar a todos los directivos y trabajadores para que pongan en práctica con éxito la estrategia de la unidad de negocio.
- La creación de reservas para inversión, debe ser una forma que conduzca a los accionistas a reinvertir en sus empresas, de modo que puedan mantener los niveles de eficiencia, eficacia, economía y competitividad en el mercado de la automotriz.
- Es importante la toma de decisiones, se deben tomar decisiones con respecto a los objetivos por fijar y las estrategias por seguir.
- Es necesario promocionar el estacionamiento es a través de las hojas volantes, que serán distribuidas en las oficinas , centros educativos, viviendas que se encuentren en este sector, para poder captar la atención del cliente, cave puntualizar que las volantes constaran los servicios adicionales con los que cuenta el estacionamiento, el croquis y valor de sus precios.
- Es necesario que el canal de comercialización que va a utilizar el Parquadero Sebastián de Benalcázar, es un canal de nivel cero, llamado también canal de mercadotecnia directo, que consiste en la venta directa del proveedor del servicio a los consumidores finales.
- Los objetivos financieros servirán de enfoque para el resto de los objetivos en las siguientes perspectivas y comenzando por los objetivos financieros a largo plazo se desarrollarán una serie de acciones a realizar en los clientes, procesos y aprendizaje.
- De esta manera sin eliminar la importancia de la actuación financiera, esta pasa a formar parte de un sistema integrado, donde es uno entre otros elementos de importancia, pero no es el único criterio de medida empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- 1 Briseño, Pedro. Administración y Dirección de Proyectos, Editorial Universitaria Bogotá, 1996.
- 2 Castillo, Jorge. Diccionario Económico, Editorial Ecuador Impretec, 2004.
- 3 Gagial, García. Gerencia Financiera de Proyectos, Editorial Ecuador Brantly, 2004.
- 4 Gallardo Juan, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Ecuador Impretec, 1998.
- 5 Gilbert, Edgar. Administración Uno, Editorial Ecuador Atambrhim, 1998.
- 6 Gitman, Lawrence. Administración Financiera, Editorial México Printce Hall, 2002.
- 7 Hernández, Samperi. Metodología de la Investigación, Editorial México Mc Graw Hill, 1999.
- 8 Meneses, Edilberto. Preparación y Evaluación de proyectos, Editorial Ibid, 2004.
- 9 Mokate, Karen. Evaluación Económica de Proyectos, Editorial Universidad de los Ángeles Bogotá, 1990.
- 10 Molina, Antonio. Contabilidad Básica General, Editorial Ecuador Impretec, 2004.
- 11 Muchug, James. Introducción a los Negocios, Editorial 3ra España, 2002.
- 12 Nickels, Williams. Introducción a los Negocios, Editorial España Mc Graw, 2002.
- 13 Thompson, Iván. Introducción a la Macroeconomía, Editorial Ecuador Impretec, 1999.
- 14 Valdivieso, Mercedes. Contabilidad General, Editorial Universidad Central del Ecuador, 1998.
- 15 WWW. Banco Central del Ecuador. Com.
- 16 WWW. Gestual.com Pág. Ministerio de Finanzas y Economía.
- 17 WWW. SRI. gov. ec

ANEXO No.1

“PARQUEADERO SEBASTIAN DE BENALCAZAR”

DISEÑO Y FORMATO DE LA ENCUESTA.

CUESTIONARIO:

Ocupación _____

Trabajo / Estudio _____

Sexo: M _____ F _____

X

Edad _____

Considera usted que por este sector existen demasiados sitios para dejar estacionado su vehículo de forma correcta y segura:

SI _____ NO _____

1. Frecuentemente donde deja su vehículo estacionado cuando visita este sector del centro de Quito:

Parqueadero _____

Calle _____

Zona Azul _____

Otros _____

2. Si se existiera un estacionamiento público cercano por este sector dejaría su vehículo parqueado en ello:

SI _____ NO _____

3. Si usted ocupara las instalaciones de un parqueadero o estacionamiento publico que características consideraría dentro de este:

Seguridad _____

Capacidad Suficiente _____

Fácil Acceso _____

Iluminación _____

Señalización _____

Limpieza _____

4. Algún servicio adicional que se le pueda dar a su automóvil una vez que este dentro de la zona de seguridad:

Limpieza y Encerado del Vehículo _____

Aspirada del Vehículo _____

Apoyo de Desperfeccion Mecánica _____

5. De qué forma le gustaría a usted que el parqueadero se ponga a servicio de la comunidad o porque medio se promocioné:

Vallas Publicitarias _____

Volantes _____

Señalización _____

6. Hasta cuanto pagaría usted por hora o fracción en un parqueadero:

50 CTV _____

60 CTV _____

80 CTV _____

Más de 80 CTV _____

7. A qué distancia estará dispuesto usted a estacionamiento:

1 cuadra _____

2 cuadras _____

3 cuadras _____

Más de 3 cuadras _____

8. Para su comodidad que horarios de atención le gustaría que funcione el estacionamiento público.

7: 00 a 19: 00 horas _____

7: 00 a 22: 30 horas _____

7: 00 a 24: 00 horas _____

9. Que facilidad le daría usted el cancelar su ticket por medio de un servicio de un sistema de tarjeta codificada, o por medio de ticket con seguridad única de retiro cuál de estas dos opciones escogería:

Sistema de Servicio Prepagado _____

Ticket de seguridad única de retiro _____

ANEXO No. 2
NOMINA

CARGO	Sueldo Básico	No. Empleados	Total	Vacaciones	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual	Tot. Ingresos	Total. Gastos
Gerente General	750	1	750	31,24	62,48	26,50	62,48	91,13	716,61	8.599,35	870,21	153,60
Secretaria - Contadora	450	1	450	18,74	37,49	26,50	37,49	54,68	440,57	5.286,81	532,73	92,16
Relacionador Publico	550	1	550	22,91	45,82	26,50	45,82	66,83	532,58	6.390,99	645,22	112,64
Operarios	350	2	700	29,16	58,31	26,50	58,31	85,05	670,61	8.047,26	813,97	143,36
Guardia	350	1	350	14,58	29,16	26,50	29,16	42,53	348,55	4.182,63	420,23	71,68
Auxiliar de limpieza	320	1	320	13,33	26,66	26,50	26,66	38,88	320,95	3.851,38	386,48	65,54
Supervisor Operaciones	550	1	550	22,91	45,82	26,50	45,82	66,83	532,58	6.390,99	645,22	112,64
TOTAL GENERAL										42.749,41		

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Autor.

ANEXO No. 3

RELACION COSTO BENEFICIO.

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.¹

Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas

$R (C/B) = \text{SUMATORIA (Flujos generados por proyecto / inversión [egresos])}$

¹ BACA URBINA, "Formulación y Evaluación de Proyectos", Ed. Norma, Pág. 15, Bogotá, 2006

