PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN PARQUEADERO TECNOLÓGICO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, EN EL SECTOR DEL CENTRO FINANCIERO Y BANCARIO DE LA PARROQUIA IÑAQUITO

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

PAOLO SEBASTIÁN VINUEZA LÓPEZ

DIRECTOR: ING. DIEGO FRANCISCO SERRANO MACHADO

QUITO, MAYO 2014

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ing. Diego Francisco Serrano Machado

INFORMANTES:

Ing. Jorge Patricio Altamirano Cumbajin

Ing. Galo Sánchez León

DEDICATORIA

Gracias a todas las personas, mis padres, familiares, maestros, compañeros y amigos que han sido un puntal importante durante mi vida estudiantil, logrando esta vez uno de los objetivos principales de las personas en la vida.

Sebastián

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 ANTECEDENTES, 2

1.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL PAÍS, 3
1.2 ANÁLISIS DEL SECTOR, 7
1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA, 14

2 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, 16

2.1 MISIÓN, 16
2.2 VISIÓN, 17
2.3 OBJETIVOS, 17
2.3.1 Objetivo General, 17
2.3.2 Objetivos Estratégicos, 18
2.4 ESTRATEGIAS, 19
2.5 VALORES EMPRESARIALES, 20
2.6 ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS (FORTALEZAS Y DEBILIDADES) Y FACTORES EXTERNOS (OPORTUNIDADES Y AMENAZAS), 21
2.6.1 Análisis de Factores Internos, 21
2.6.1.1 Fortalezas, 22
2.6.1.2 Debilidades, 23
2.6.2 Análisis de Factores Externos, 23
2.6.2.1 Oportunidades, 23
2.6.2.2 Amenazas, 24
2.7 VENTAJAS COMPETITIVAS, 25
2.7.1 Localización, 25
2.7.2 Tecnología e Instalaciones, 26
2.7.3 Personal Capacitado, 26
2.7.4 Servicio de Calidad, 27
2.7.5 Convenios Corporativos, 27
2.8 ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL, 27

3 ESTUDIO DE MERCADO, 29

3.1 OBJETIVOS, 29
3.1.1 Objetivo General, 29
3.1.2 Objetivos Específicos, 29
3.2 SERVICIO, 30
3.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO, 32
3.3.1 Investigación, 32
3.3.1.1 Fuentes Primarias y Secundarias, 32
3.3.1.2 Tipo de Investigación, 32

3.3.1.3 Cuestionario, 33
3.3.1.4 Tabulación, 34
3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA, 46
3.4.1 Proyección de la demanda, 47
3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA, 47
3.5.1 Las 5 Fuerzas de Porter, 47
3.5.2 Las 4 "P", 50
3.5.2.1 Servicio (Producto), 50
3.5.3 Precio, 51
3.5.4 Plaza, 52
3.5.5 Promoción, publicidad o propaganda, 52

4 ESTUDIO DE VIABILIDAD TÉCNICA-LEGAL, 54

4.1 ESTUDIO TÉCNICO, 54
4.1.1 Macrolocalización, 54
4.1.2 Microlocalización, 56
4.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO, 58
4.2.1 Organigrama, 59
4.3 PROCESOS Y NORMAS, 59
4.3.1 Proceso de parqueo, 59
4.3.2 Proceso de facturación, 61
4.3.3 Dentro de las normas de seguridad laboral se debe considerar normas para los empleados y normas para los clientes o usuarios de las instalaciones, 62
4.4 ESTUDIO LEGAL, 64

5 ESTUDIO FINANCIERO, 70

5.1 PRESUPUESTOS, 70
5.2 FLUJO DE CAJA, 72
5.3 ESTADOS FINANCIEROS, 73
5.4 ANÁLISIS FINANCIERO, 75

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 80

6.1 CONCLUSIONES, 80
6.2 RECOMENDACIONES, 81

BIBLIOGRAFÍA, 83

ANEXOS, 85

Anexo 1: Móldelo de la Encuesta, 86
Anexo 2: Balances Generales, 88
Anexo 3: Parámetros o supuestos, 89
Anexo 4: Estado de resultados, 90
Anexo 5: Método Directo e Indirecto, 91
Anexo 6: Ventas proyectadas, 92
Anexo 7: Nómina, 93
Anexo 8: Tabla de amortización, 96

Anexo 9: Gatos Administrativos y operativos, 98
Anexo 10: Depreciación, 99
Anexo 11: KE desapalancado, 100
Anexo 12: Costo promedio ponderado de capital, 102
Anexo 13: Presupuesto costo construcción, 103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Producción Nacional, 13
Tabla 2. Índice de rentabilidad, 78
Tabla 3. Punto de equilibrio, 79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Producto Interno Bruto, PIB, 3
Gráfico 2. PIB, 4
Gráfico 3. Inflación en América Latina, 5
Gráfico 4. Distribución de la PEA, 6
Gráfico 5. Rama de actividad, 7
Gráfico 6. ICE Global, 8
Gráfico 7. Ciclo ICE Global, 9
Gráfico 8. Variación de la Demanda Laboral, 10
Gráfico 9. Variación del Valor de Ventas, 10
Gráfico 10. Producción Sector Comercial, 11
Gráfico 11. Venta Vehículos Automotores, 11
Gráfico 12. Ventas Totales de Vehículos en Ecuador por Año, 14
Gráfico 13. Mapa de Localización, 26
Gráfico 14. Servicio de parqueadero, 31
Gráfico 15. Servicio de parqueadero, 31
Gráfico 16. ¿Posee Vehículo?, 35
Gráfico 17. ¿Con qué frecuencia acude usted a este sector?, 36
Gráfico 18. ¿Considera que existe suficientes espacios de parqueo por este sector?, 37
Gráfico 19. ¿Usted acude a este sector por?, 38
Gráfico 20. ¿Dónde regularmente deja su vehículo?, 39
Gráfico 21. De existir un parqueadero público en este sector ¿utilizaría el mismo?, 40
Gráfico 22. Preferiría utilizar un parqueadero con tecnología de punta que optimice su tiempo?, 41
Gráfico 23. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora o fracción de servicio de parqueadero, que cuente con todas las facilidades y seguridades?, 42
Gráfico 24. ¿Le convendría pagar el parqueadero mensualmente?, 43
Gráfico 25. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?, 44
Gráfico 26. ¿A través de qué medios preferiría enterarse de nuestros servicios?, 45
Gráfico 27. ¿Qué características considera que debería tener parqueadero para que deje su vehículo en este lugar?, 45
Gráfico 28. Lugar de implementación del proyecto, 56
Gráfico 29. Microlocalización, 58
Gráfico 30. Organigrama, 59
Gráfico 31. Proceso de parqueo, 60
Gráfico 32. Proceso de facturación, 61

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, la mayor parte de ciudadanos que acuden al sector del centro financiero y bancario de la Parroquia de Iñaquito, en la ciudad de Quito, prefieren hacerlo cómodamente en su vehículo particular, ocasionando una necesidad de espacios físicos para parqueo. El proyecto busca determinar la factibilidad para la puesta en marcha de un parqueadero tecnológico en este sector, mediante estudios, proyecciones y evaluaciones de diferentes variables y factores.

El estudio de mercado a través de los resultados de las encuestas realizadas arrojó resultados positivos de demanda insatisfecha y la aceptación de la propuesta de este servicio. Dentro de esta propuesta se analizaron factores como el precio, la forma de hacer conocer el servicio a través de la publicidad, etc.

Asimismo mediante este estudio se determinó que el sector y el terreno elegido cuenta con las características más adecuadas a las necesidades del proyecto; entre estas cabe mencionar la cercanía a todas las instituciones financieras, públicas y privadas del sector y la disponibilidad de un terreno donde se pude construir un edificio que cumpla con los parámetros necesarios para que el proyecto sea factible en términos de capacidad.

Por último y el análisis más importante que se realizó sobre las variables financieras que nos permite concluir que la inversión en el proyecto generará beneficios económicos atractivos a sus inversionistas a lo largo del tiempo.

INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas más evidentes en la ciudad de Quito en la actualidad, es la falta de espacios hábiles para parqueo de vehículos, cabe mencionar que el sector de Iñaquito está dentro de los sitios más afectados por este problema, la razón es la gran afluencia de personas que acuden a este lugar, ya que es el centro financiero y bancario del norte de Quito, además existen Centros Educativos, Centros de Salud, Entidades Públicas, etc.

De esta problemática nace la necesidad de tener un sitio de parqueadero cómodo y seguro para los usuarios y trabajadores que acuden al sector, razón por la cual se plantea un proyecto de factibilidad para la puesta en marcha de un parqueadero tecnológico, mediante un estudio de variables, proyecciones y factores sociales, políticos, económicos, de mercado y principalmente financieros.

En este proyecto se determinan fundamentos que justifican la ubicación del parqueadero mediante un análisis de micro y macro localización. Asimismo, se especifican las características del servicio a través de un análisis del sector y del mercado objetivo al que va dirigido. La focalización del proyecto se centra en el análisis financiero permitiendo definir la factibilidad de recuperación de la inversión de los accionistas en los flujos futuros que se generarán, el tiempo de recuperación y la rentabilidad del mismo a lo largo del tiempo.

1 ANTECEDENTES

Al observar la topografía de la ciudad de Quito, el formato longitudinal y estrecho de la capital ecuatoriana, se la puede definir como una ciudad privilegiada por su herencia histórica y su posición geográfica nacida para un ritmo de vida tranquilo, que no se encuentra preparada para la exigente actualidad, para los graves problemas urbanos que son el resultado de la no aplicación de una planificación pensada a largo plazo, que ha devenido en la acumulación de cuellos de botella graves por la escala y la complejidad al que han alcanzado los mismos. Un ejemplo de esto es que Quito hoy se ve como una ciudad trabada por el tráfico acompañado de un transporte público sin garantías utilizado como una solución improvisada que forma parte del gran incremento del parque automotor produciendo serios problemas de congestionamiento en el tránsito motorizado de la urbe y en las principales avenidas de la ciudad.

Los motivos de esta congestión son diversos, el crecimiento de la ciudad, mayor número de habitantes, excesivo número de autos, aumento de las distancias entre las áreas residenciales y las zonas de empleo, y comercio, además de un limitado crecimiento vial y un cuestionable servicio de transporte público. Lo que provoca molestias a la gente, problemas de congestión, tiempo excesivo para movilizarse, sectores sin servicio, contaminación y más.

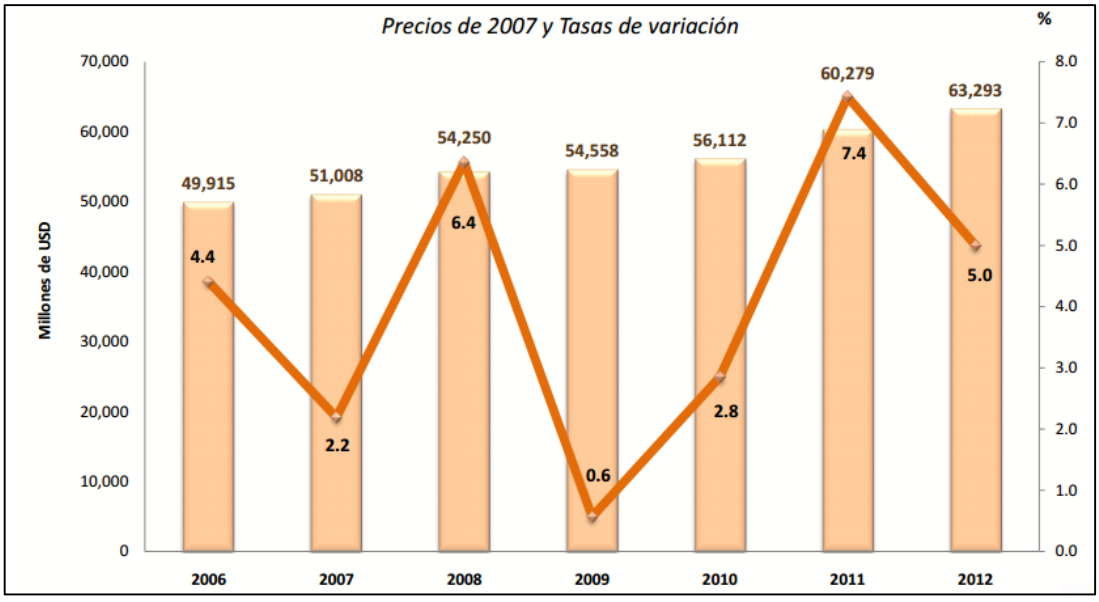
1.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL PAÍS

El análisis del Ecuador en el ámbito económico parte de la investigación y estudio de varios factores entre estos el PIB, el sector petrolero (al ser el ingreso más significativo dentro de la balanza comercial), precios del mercado, pobreza y desigualdad y los índices de confianza del mercado.

PIB

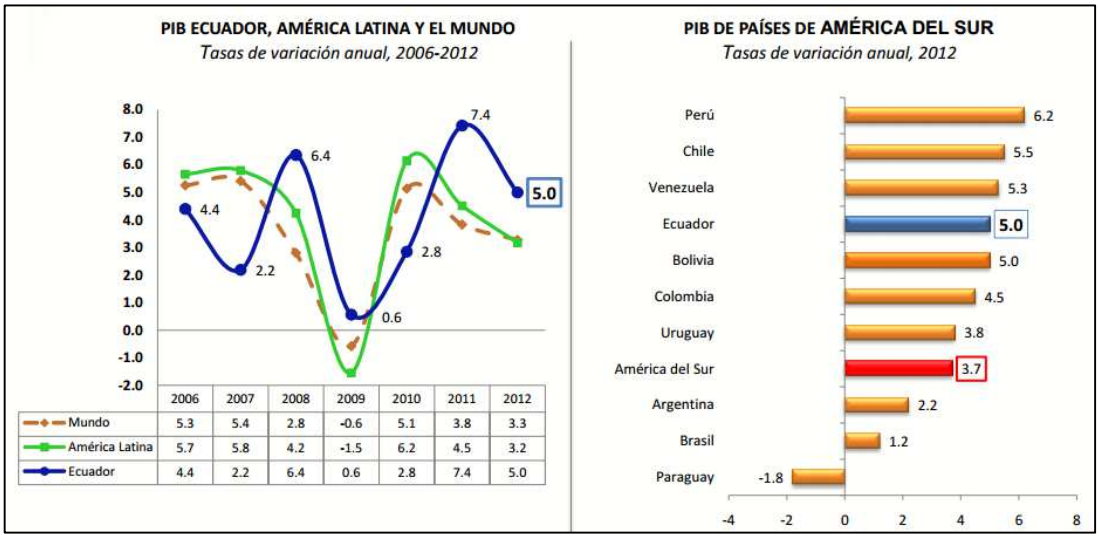
Ecuador ha tenido un crecimiento constante del PIB en los últimos años, tomando en cuenta que el crecimiento del año 2012 (USD 63.293 millones), y el año 2011 (USD 60.279), fue de 5% resultando uno de los mejores porcentajes un Sudamérica. (Banco Central del Ecuador, 2013).

Gráfico 1. Producto Interno Bruto, PIB



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

Gráfico 2. PIB



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

Cabe recalcar dentro del análisis que las activadas que presentaron una mayor contribución al incremento del PIB del año 2012, están ligadas al sector no petrolero en un 85%, al sector petrolero en un 10% y ostros factores en un 5%; dentro de estas actividades no petroleras, las de mayor influencia son la construcción, enseñanza, manufactureras, transporte y comercio.

Con respecto a las actividades petroleras registran un incremento de producción del sector privado del 5% entre el año 2012 y 2011. Todo lo contrario sucede con el sector privado que mantienen un decremento de sus niveles de producción en un 8.3%. (Banco Central del Ecuador, 2013)

Inflación

En diciembre 2012 la tasa de inflación del Ecuador fue de 4.16%, ubicado por debajo del promedio de América Latina que fue de 5.10%, que se vio afectado

considerablemente por la inflación de países como Venezuela con un 20.07% y Argentina con un 10.62%.

Gráfico 3. Inflación en América Latina



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

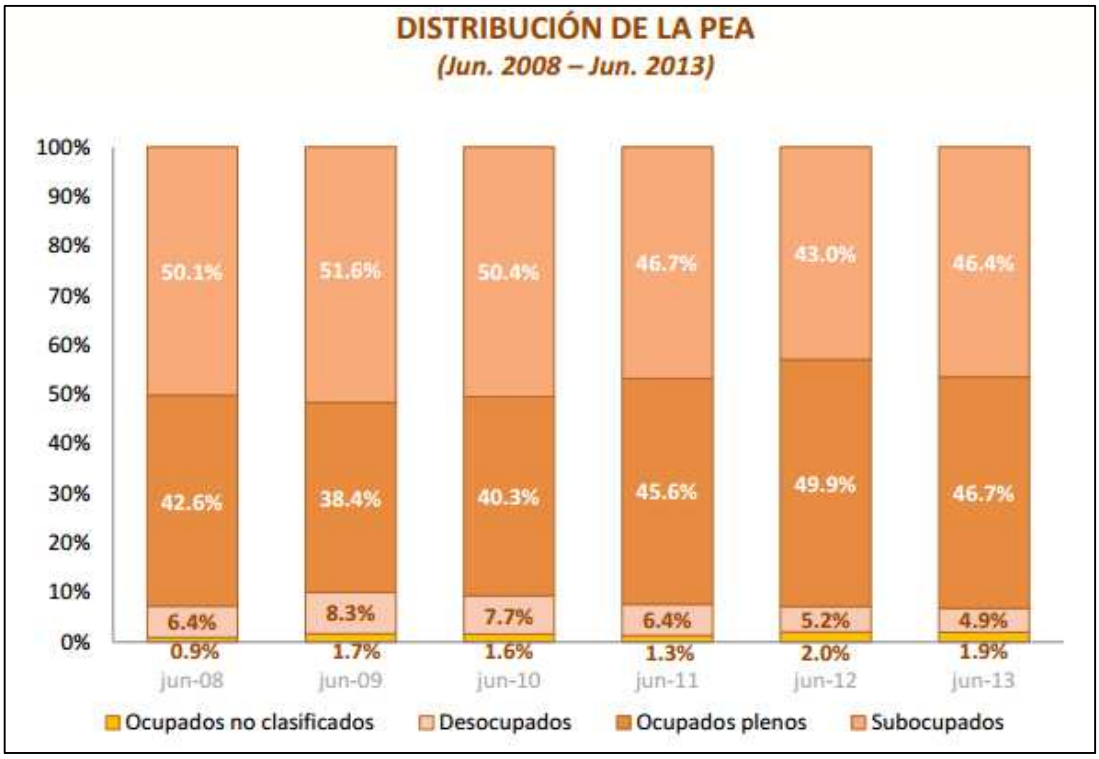
En abril del presente año la inflación se ubicó en un 3.03%, mientras que la acumulada en un 1.31%. En el mismo mes del año anterior la inflación anual llegó a 5.42% y al acumulada a 2.42%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

A Junio de año 2013 la inflación anual fue de 2.8%, menor a la inflación registrada en mayo mencionada anteriormente; eso se debió a la deflación que existió en los bienes y servicios de la canasta básica principalmente. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Pobreza y desigualdad

La tasa de subocupación en el Ecuador en Junio de 2013 se ubicó en 46.4%, superando en 3.4 puntos porcentuales la tasa del mes de junio de 2012, de ésta la población económicamente activa del sector urbano se dividió en ocupación plena con el 46.7%, subocupación con el 46.4%, y desocupación con el 4.9%, la diferencia corresponde a población no clasificada. Es importante mencionar que las principales actividades en las que se concentra la estructura de la ocupación de la población económicamente activa del sector urbano son el Comercio y reparación de vehículos con un 25.6%, otros servicios con un 18% y la industria manufacturera con un 12.3%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Gráfico 4. Distribución de la PEA



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

Gráfico 5. Rama de actividad

Porcentajes

RAMAS DE ACTIVIDAD	Jun. 2012	Jun. 2013
Administración pública, defensa y seguridad social	4.8	4.5
Transporte y almacenamiento	6.3	6.3
Construcción	6.6	6.6
Enseñanza	6.8	6.8
Hoteles y restaurantes	6.3	6.9
Agricultura, ganadería caza y silvicultura y pesca	7.8	7.8
Industrias manufactureras	11.7	12.3
Comercio, reparación vehículos	27.5	25.6
Explotación de minas y canteras	0.2	0.4
Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado	0.4	0.4
Actividades financieras y de seguros	1.2	1.3
Actividades en hogares privados con servicio doméstico	3.3	3.1
Otros servicios	17.0	18.0
Total Ocupados	**100.0**	**100.0**

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

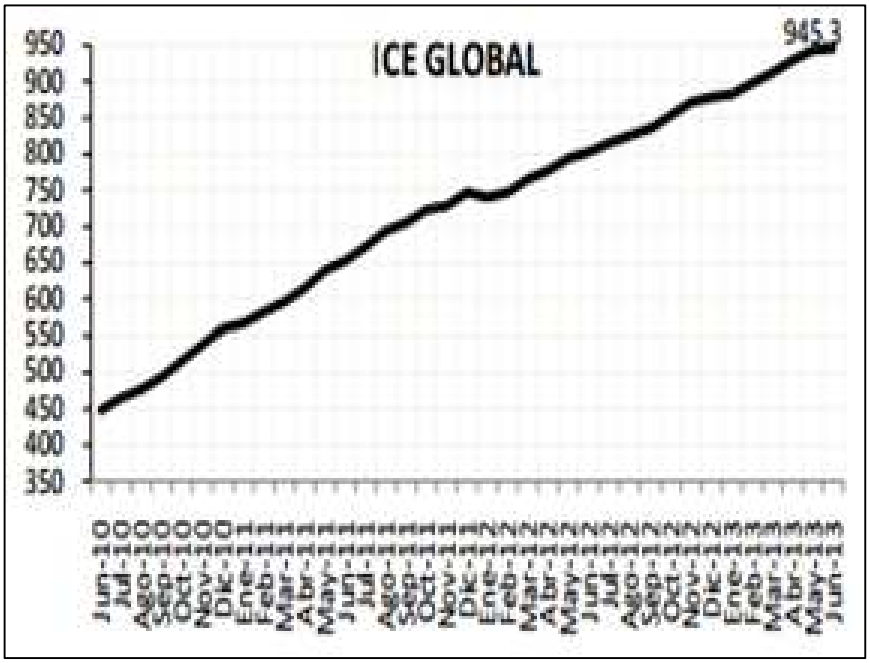
1.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

Considerando varios frentes de la economía del país como el incremento sostenido del comercio y la construcción, la estabilidad en el precio del petróleo, la inversión en infraestructura pública, el crecimiento de sectores principales de la economía, etc., se puede concluir que la economía ecuatoriana ha tenido un crecimiento constate en los últimos años, basándose en el ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL (ICE) GLOBAL mencionado por el Banco Central del Ecuador[1], el cual ha tenido una tendencia positiva desde mayo del 2011 hasta junio de 2013, se registró incremento de dos de las 4 ramas de actividad económica analizadas que son el comercio y la

[1] Índice que resulta de la ponderación de los índices sectoriales de las 800 grandes empresas de las 4 ramas de la actividad económica ecuatoriana que son comercio, Industria, construcción y servicio.

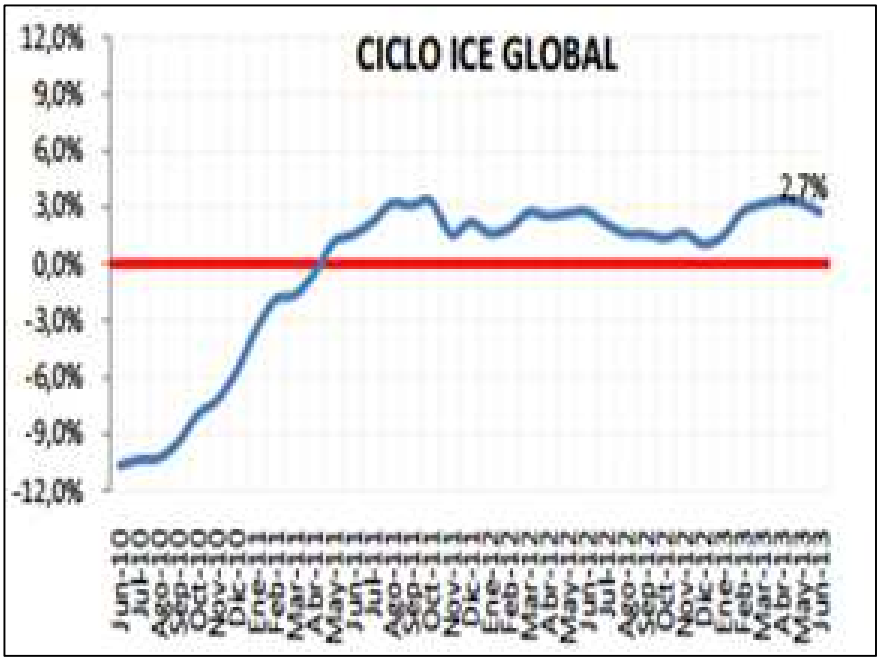
construcción, mientras que las dos ramas que son la industria y los servicios, presentaron un decremento leve. En el siguiente gráfico se observa que para junio de 2013, el ICE Global estuvo 2,7% sobre su tendencia de crecimiento de corto plazo, es decir que se encuentra en terreno positivo; vale indicar que, el ciclo del ICE global se ubicó en terreno positivo desde mayo de 2011 y desde esta fecha, utilizando un promedio simple, tiene un valor de 2,2% sobre su tendencia de crecimiento. (Banco Central del Ecuador, 2013)

Gráfico 6. ICE Global



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

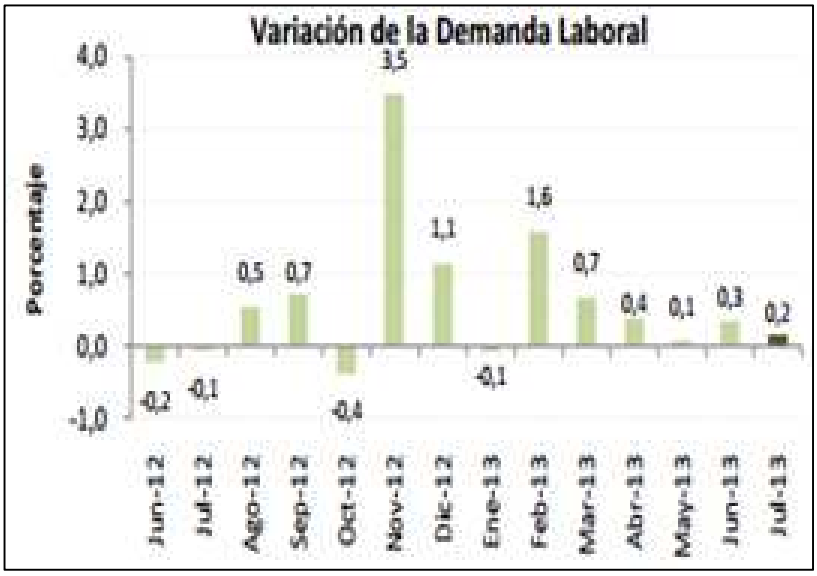
Gráfico 7. Ciclo ICE Global



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

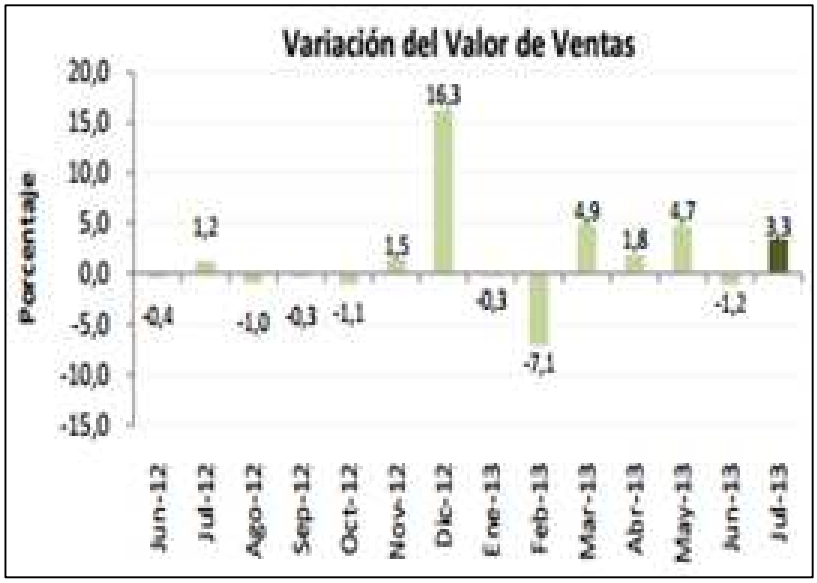
El sector comercial incrementó su demanda laboral de Junio 2013 a Juno de 2012 en un 0.4%, y se aspira que a julio 2013 continúe el incremento. Con respecto a las ventas anuales se puede observar en el siguiente gráfico que existe un incremente del 3.7% de junio 2012 a junio 2013. (Banco Central del Ecuador, 2013). De las 200 empresas encuestadas, el 86% menciona que el mes de junio no ha sido de lo mejor, sin embargo advierten que a partir de Julio su expectativa es alentadora.

Gráfico 8. Variación de la Demanda Laboral



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

Gráfico 9. Variación del Valor de Ventas

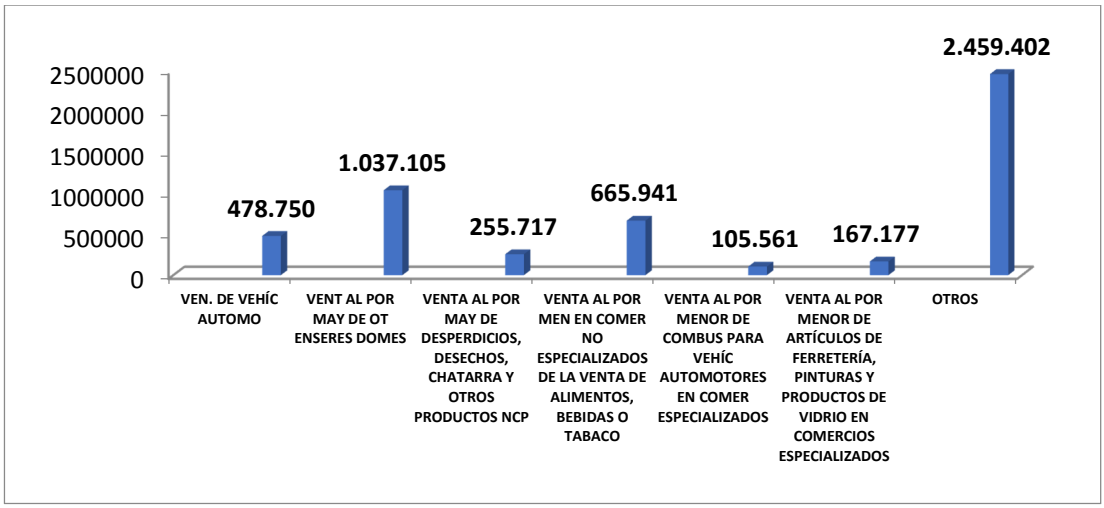


Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

Dentro del sector comercial, se observa que el aporte de mayor importancia es la venta al por mayor de otros enseres domésticos con USD 2.459.402 miles, venta al por menor de alimentos, bebidas o tabaco con USD665.941 miles, y por venta de vehículos con USD478.750 miles. El rubro de las ventas de vehículos se concentra

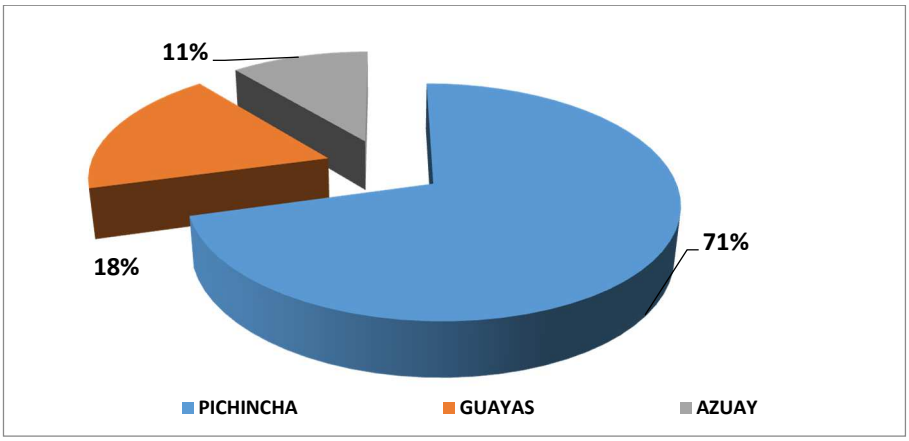
principalmente en la provincia de Pichincha con USD308.845 miles y la diferencia se concentra en Guayas y Azuay con USD127.950 miles.

Gráfico 10. Producción Sector Comercial



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

Gráfico 11. Venta Vehículos Automotores



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

La importancia del sector automotor en el desarrollo del país es reconocida por su influencia en varios entornos, entre éstos que el sector genera una importante contribución a la economía del país en aranceles, impuestos y generación de empleo en todo los aspectos productivos desde el ensamble hasta a venta del vehículo; solo en

el caso de impuestos, se estima que se recauda alrededor de USD 400 millones. La industria automotriz como muchas industrias, se encuentra ligado a la situación económica y política del país, razón por la cual en los últimos años se han visto cambios en el parque automotor como la crisis bancaria del año 1998 donde existió un decremento considerable, o la dolarización la cual es la partida del crecimiento acelerado del sector. Entre el año 2000 y 2001 existió un incremento de ventas de vehículos del 174% con 52.691 unidades. Las principales variables que intervienen alrededor del sector automotor son la producción nacional, exportación, importación y ventas.

De acuerdo al último Censo registrado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponden a establecimientos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores y 30% restante a la venta de vehículos, partes y accesorios. Adicionalmente existen 118 establecimientos dedicados a presta servicios de alquiler de vehículos. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

Según cifras de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, las empresas ensambladoras produjeron 75.743 vehículos en el año 2011 que satisficieron el 44% de la demanda local, cifra superior en un 2% a la del 2010 que representó el 42%.

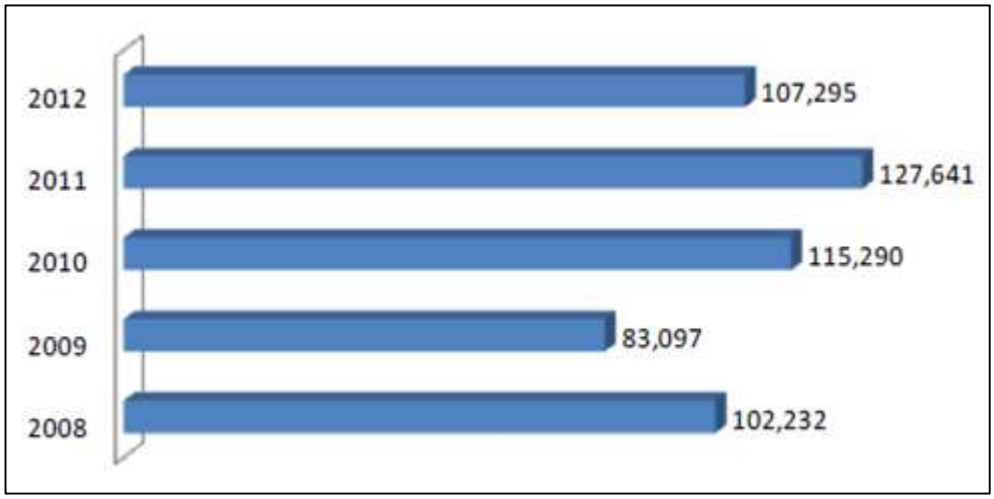
Tabla 1. Producción Nacional

Año	Unidades	Porcentaje
2007	59,290	
2008	71,210	20%
2009	55,561	-22%
2010	76,252	37%
2011	75,743	-1%

Fuente: (Asociación Ecuatoriana Automotriz, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

La venta de automóviles en el Ecuador durante el año 2012 fue de 107.295 unidades, observando una contracción de 18.000 unidades respecto al 2011 en los mismos meses transcurridos, debido a las medidas de protección de importaciones. La industria ecuatoriana ensambló 58.012 unidades de las cuales 10.315 fueron exportados a Venezuela y 13.071 de Colombia. La demanda local fue atendida en un 44% por los vehículos de producción nacional, evidenciando un incremento con respecto al porcentaje del año pasado que fue del 42%. En los últimos 5 años se observa que las ventas en unidades han ido incrementando paulatinamente desde 102.23 en el año 2008 hasta llegar a 127.641 en el año 2011. (Instituto de Promoción, exportaciones e inversiones del Ecuador, 2013) La disminución de venta de unidades que existe en el año 2012 ya explicada anteriormente, se está contrarrestando en este año con la inversión en recursos de las principales ensambladoras del país como son General Motors y Maresa, quienes pretenden incrementar su producción local y disminuir la importación de vehículos.

Gráfico 12. Ventas Totales de Vehículos en Ecuador por Año



Fuente: (Instituto de Promoción, exportaciones e inversiones del Ecuador, 2013)
Elaborado por: Sebastián Vinueza

1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

El Parqueadero Tecnológico se encargará de ofrecer a los usuarios un lugar seguro y cómodo para parquear su vehículo en el norte de la ciudad de Quito, en el sector del centro financiero y bancario de la parroquia Iñaquito, específicamente en un lote de terreno sobre la amazonas entre Gaspar de Villarroel y Pereira ubicado a lado norte del Edificio Casa Vivanco.

La actividad principal del negocio será brindar un espacio físico para parquear vehículos de todas las personas que circulen por el lugar y requieran este servicio mientras desempeñan sus actividades laborales, económicas o de distracción.

El Parqueadero Tecnológico es un moderno concepto que con una infraestructura aventajada por diversos sistemas automatizados ayudan a optimizar la seguridad, el uso del espacio, la regulación de tráfico y tiempo, de manera eficiente brindando un gran servicio y atención al usuario para el registro, ingreso y salida de vehículos.

Se buscará además consolidar convenios con instituciones financieras y comerciales cercanas al lugar, por ejemplo el descuento a través de los roles de pago y el uso de tarjetas controladas vía prepago con clientes frecuentes con el objetivo de afianzar la relación con los usuarios y lograr un posicionamiento adecuado en el sector.

2 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

En este capítulo se describe la misión y visión de la empresa, los valores y principios que serán la base, junto con las estrategias, el proceso para alcanzar los objetivos específicos y con ello el objetivo general; se realiza de igual manera un análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que se presentarán en el mercado en el trascurso de las actividades con la ayuda de las ventajas competitivas. Por último estas actividades pasaran por un análisis para determinar el impacto ambiental del proyecto y sus posibles soluciones.

2.1 MISIÓN

> “La misión es una declaración duradera de propósitos que distingue una empresa de otras similares. Es un compendio de la razón de ser de una empresa y responde a la pregunta para qué existe esta. (Rueda Fierro, 2010, pág. 47)

Ofrecer a los clientes un espacio físico donde puedan parquear su vehículo, que cuente con los más altos niveles de seguridad y eficiencia, a un precio competitivo que garantice su satisfacción y fidelidad, y a su vez apoyando al descongestionamiento vehicular del sector.

2.2 VISIÓN

"La visión es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que esté la empresa dentro de cinco o diez años. Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de que es una empresa y que quiere ser en el futuro." (Rueda Fierro, 2010, pág. 47)

Ser un parqueadero confiable para instituciones públicas y privadas del sector, con el fin de asegurar el 100% de utilización de la capacidad con convenios de uso anual para empleados y usuarios dentro de los próximos 5 años.

2.3 OBJETIVOS

"Los objetivos son las descripciones de los resultados que una empresa desea alcanzar en un período determinado de tiempo. Un objetivo debe cumplir e involucrar a toda la organización." (Rueda Fierro, 2010, pág. 48)

2.3.1 Objetivo General

Alcanzar un posicionamiento como la empresa más confiable de servicio de parqueadero para empleados y usuarios de las instituciones del norte de la ciudad de Quito, en el sector del centro financiero y bancario del sector de Iñaquito, captando en su primer año el 50% de la demanda total, llegando al 100% de captación y utilización de las instalaciones en el tercer año.

2.3.2 Objetivos Estratégicos

- Administrar eficientemente y determinar los procesos desde la recepción del vehículo del cliente hasta la facturación de la orden para que ésta se cumpla en el menor tiempo posible con un mínimo de tiempo de espera del cliente.

- Alcanzar alianzas estratégicas con instituciones cercanas al lugar que aseguren la utilización máxima de las instalaciones.

- Almacenar una base de clientes que se les mantendrá en contacto constante informando los servicios, precios y promociones del parqueadero.

- Ajustarse a los presupuestos establecidos y mantener la rentabilidad fijada por los accionistas.

- Conseguir un mínimo del 50% de participación en el mercado el primer año, y un 100% de utilización en los siguientes años.

- Contar con personal capacitado para todas las áreas de la empresa, como son la administración, financiera, seguridad y limpieza desde el inicio de las operaciones.

2.4 ESTRATEGIAS

“Las estrategias son los diferentes caminos de cómo lograr los objetivos de una organización, es decir, como hacer realidad cada objetivo o cada proyecto de la compañía.” (Rueda Fierro, 2010, pág. 50)

- Contar con un proceso de negociación y firma de contratos de alquiler permanente de parqueaderos para empleados y usuarios de las instituciones financieras del sector, ofreciendo una tarifa mensual especial.

- Lograr precios competitivos y minimizar los costos sin deteriorar el servicio a brindar.

- Mantener en continua capacitación a los empleados de la empresa sobre temas referentes a sus actividades y sobre temas de motivación personal.

- Ofrecer una leve explicación del proceso de parqueadero que facilite el estacionamiento del vehículo, brindando todas las garantías necesarias para lograr la confianza del usuario en el proceso.

- Cumplir a cabalidad lo presupuestos establecidos al inicio de cada año y de manera específica mensualmente, alcanzado a las metas planteadas.

- Promocionar el servicio a través de volantes y de manera personalizada a los transeúntes del sector.

- Realizar campañas publicitarias mediante visitas a las instituciones aledañas al parqueadero.

- Determinar controles internos que permitan visualizar ineficiencias dentro de los procesos.

- Realizar análisis continuos del sector y sus fluctuaciones.

2.5 VALORES EMPRESARIALES

"Los valores empresariales son el conjunto de principios, creencias y reglas que regulan la gestión de la organización, constituye la filosofía empresarial y el soporte de la cultura organizacional." (Rueda Fierro, 2010, pág. 48)

- **Integridad**

  Las actuaciones dentro y fuera de la empresa se basan en principios de ética personal y profesional, demostrando que es una empresa en la que se puede confiar.

- **Autogestión**

  Todos los miembros de la empresa cuentan con la preparación y facilidades que les permiten individualmente y como miembros de un equipo, responder a los requerimientos del cliente.

- **Innovación**

  Se desafía el pensamiento tradicional, explorando nuevas tecnologías e implementando nuevas ideas.

- **Profesionalismo**

  Todo miembro de la organización podrá progresar en la medida que actúe, se capacite y se esfuerce en el servicio al cliente.

- **Sentido Nacional**

  Se pretende hacer el trabajo lo mejor posible aumentando permanentemente la productividad y cumpliendo las obligaciones como ciudadanos.

2.6 ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS (FORTALEZAS Y DEBILIDADES) Y FACTORES EXTERNOS (OPORTUNIDADES Y AMENAZAS)

2.6.1 Análisis de Factores Internos

Se debe realizar un análisis organizacional de los factores internos positivos para impulsarlos, así como las fuerzas que obstaculizan o son problemas que impiden el adecuado desempeño organizacional para eliminarlos.

2.6.1.1 Fortalezas

- Estar ubicado en un sector comercial privilegiado que presenta una creciente necesidad del servicio.

- Contar con tecnología innovadora para el desarrollo del negocio.

- Requerir un espacio físico relativamente pequeño para la construcción del parqueadero.

- Disponer de un sistema elaborado para el funcionamiento del parqueadero.

- Brindar un servicio de calidad con tarifas accesibles y competitivas.

- Ofrecer a los usuarios un espacio físico seguro, con una sólida infraestructura y personal totalmente capacitado.

- Elaboración de un plan de publicidad que permita la obtención de convenios corporativos.

- Contar con un estudio de Proyecto de Factibilidad para la puesta en marcha del parqueadero tecnológico que demuestra la existencia de la necesidad.

2.6.1.2 Debilidades

- Falta de experiencia en el negocio.
- Período de recuperación de la alta inversión que se requiere.
- Necesidad de contar con socios de renombre debido a la gran inversión inicial que se requiere.

2.6.2 Análisis de Factores Externos

La evaluación del entorno en el que se va a desarrollar el proyecto permitirá determinar y analizar las tendencias o fuerzas sociales, tecnológicas, empresariales y legales para el buen desempeño y consecución de objetivos del proyecto.

2.6.2.1 Oportunidades

- Alta demanda insatisfecha por la escasa presencia de competidores en el sector.
- Bajo nivel de competencia ofreciendo el mismo servicio del proyecto

- Ubicación cercana a gran cantidad de instituciones públicas y privadas de trabajo y de esparcimiento, además de una clínica y escuelas y colegios cercanos.

- Ingreso de numerosas instituciones públicas al sector, lo que incrementará la demanda a futuro.

- Sector con continua afluencia de gran número de vehículos.

- Inseguridad existente en las calles de la ciudad y falta de garantías en parqueaderos cercanos.

- Facilidad para negociar convenios empresariales de servicio de parqueaderos permanentes con tarifas preferenciales.

- Aplicación radical de sanciones de ley de tránsito a vehículos parqueados en las calles.

- Disponibilidad inmediata de contratación de personal especializado.

2.6.2.2 Amenazas

- Obtención de inversión inicial para el desarrollo del proyecto y la adquisición de tecnología.

- Rechazo de posibles clientes al proceso de paqueo por miedo a daños en sus vehículos.

- Cultura quiteña tradicional que impide la incursión de nuevas tecnologías.

- Opciones de parqueo en las calles cercanas con cuidadores informales a un menor precio.

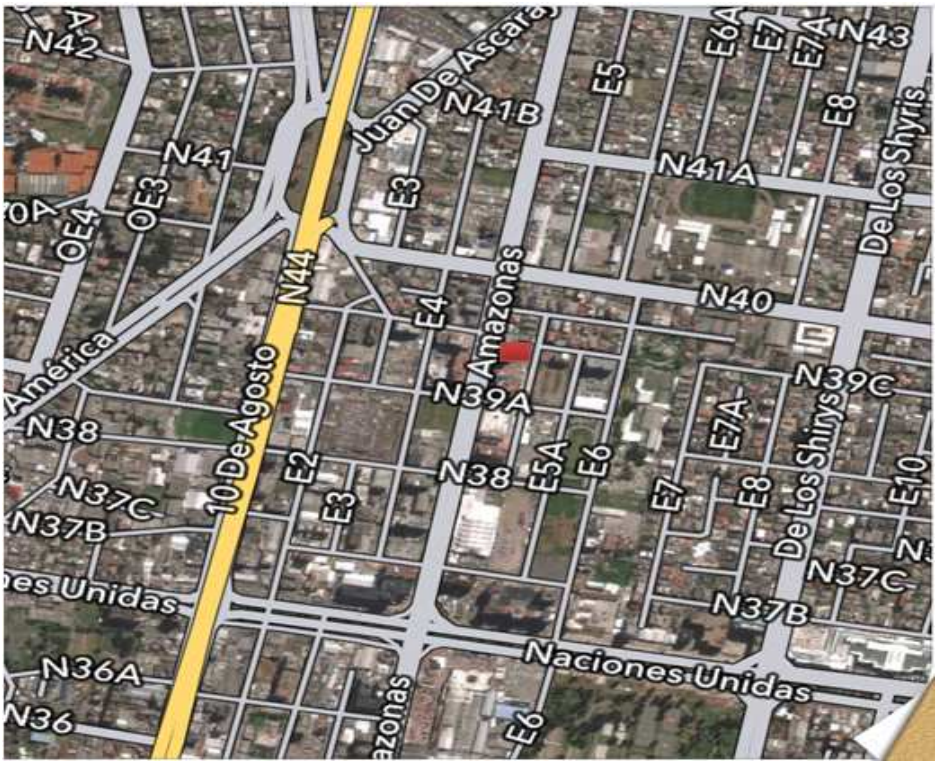
- Proyectos que tienen como objetivo la reducción del uso de vehículos.

2.7 VENTAJAS COMPETITIVAS

2.7.1 Localización

La localización es un factor fundamental para el éxito de un negocio ya que con éste se determina su clientela, su duración en el tiempo y aceptación, es por esto que se eligió el norte de la ciudad de Quito, en el sector del centro financiero y bancario de la parroquia Iñaquito, tomando en cuenta la gran afluencia de vehículos por la presencia de numerosas instituciones públicas y privadas, una clínica y centros educativos, provocando la gran demanda insatisfecha en la actualidad y considerando el proyecto estatal de trasladar al sector varias instituciones que generará una mayor demanda en el futuro.

Gráfico 13. Mapa de Localización



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

2.7.2 Tecnología e Instalaciones

El parqueadero contará con una tecnología que permitirá en un espacio pequeño estacionar adecuadamente vehículos de manera segura y confiable, brindando tranquilidad y fidelidad a los usuarios.

2.7.3 Personal Capacitado

Mantener como parte de la nómina, personal capacitado para manejar el equipo y el buen uso de las instalaciones; contar con un equipo gerencial con actitud y aptitudes que permitirán el desarrollo eficiente del parqueadero, a través de capacitaciones constantes con sentido de pertenencia con la organización.

2.7.4 Servicio de Calidad

Brindar un servicio personalizado que iniciará con la recepción del vehículo, el estacionamiento adecuado y entrega del mismo al cliente en perfectas condiciones.

2.7.5 Convenios Corporativos

Las negociaciones para lograr convenios corporativos con instituciones que se encuentran en el sector, serán una de las principales estrategias y ventaja ya que con esto se asegurará la utilización de las instalaciones por largos plazos.

2.8 ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL

La evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental es un aspecto fundamental a considerar previo a la ejecución de un proyecto y sus posibles consecuencias sobre la salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y la calidad de los servicios ambientales. Dentro del proyecto la influencia sobre el ambiente se da principalmente en la construcción del edificio del parqueadero donde se define temas particulares como el tipo de obra, materiales que se utilizarán en la construcción, procedimientos de construcción, trabajos de mantenimiento en la etapa operativa, tecnologías aplicadas, insumos, etc.

Una vez puesta en marcha el proyecto con la infraestructura instalada se considera que el impacto ambiental es mínimo o nulo y las acciones a tomar es realizar planes de

concienciación a los usuarios para que mediante el mantenimiento adecuado y continuo de los vehículos los gases emitidos afecten en la menor cantidad posible.

3 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es el diseño, la recopilación, el análisis y el informe sistemático de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización. Todo proyecto que se desee iniciar, debe tener un estudio de mercado ya que permite evaluar el potencial del mercado al que se va a ingresar y su participación en éste, entender la satisfacción de los clientes y sus hábitos de consumo, así como para medir la eficacia de la fijación de precios, del producto o servicio, su distribución o la promoción. (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 109)

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 Objetivo General

Determinar el potencial número de personas que requerirán del servicio y los hábitos de los consumidores, determinando su segmentación correcta, la oferta y la demanda dentro del mercado.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Definir las características demográficas, económicas y de estilo de vida de los actuales usuarios de parqueaderos dentro del sector.

- Identificar los patrones de la utilización de los parqueaderos, el servicio que brindan estos dentro del sector, frecuencia de uso, condiciones y recursos que utilizan.

- Establecer la posible cantidad de demanda insatisfecha que existe en el mercado e implantar estrategias de atracción de la misma.

- Determinar estrategias que marquen la diferencia en la oferta del servicio y cree una ventaja competitiva en el mercado.

3.2 SERVICIO

El servicio del parqueadero será para cualquier persona que frecuente el sector, ya sea para cumplir con su jornada laboral o realizar cualquier trámite o actividad, y desee que en el transcurso de ese tiempo, su vehículo se encuentre estacionado en un lugar totalmente seguro, cubierto y protegido del sol, la lluvia y en general de los problemas climáticos que se presenten durante cada día en la ciudad. De igual manera el parqueadero funcionará las 24 horas del día, servicio que está dirigido para aquellos usuarios que desea dejar su vehículo en un lugar seguro y céntrico de la ciudad, porque necesitan salir de la ciudad o del país y al regresar necesitan que su vehículo se encuentre cerca de su lugar de trabajo.

Gráfico 14. Servicio de parqueadero



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

Gráfico 15. Servicio de parqueadero



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

3.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

> Los mercados se forman con compradores, los cuales difieren de una a más formas: en sus deseos, recursos, localización actitudes de compra y prácticas de compra, y a través de la segmentación de mercado se podrá dividir mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños para poder llegar a ellos de manera más eficiente y efectiva con bienes y servicios que se ajusten mejor a sus necesidades únicas. (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 199)

3.3.1 Investigación

La investigación que se realizará, servirá para determinar las fuentes de datos existentes y definir el método de investigación específico y adecuado, así como las técnicas de muestreo y los instrumentos a utilizar para recabar los nuevos datos y obtener una conclusión.

3.3.1.1 Fuentes Primarias y Secundarias

> Con el fin de crear una base de información que permita cubrir las necesidades del plan del proyecto, se requiere de datos secundarios, que son la información ya existente en algún lugar y que se recopiló con otros propósitos, y datos primarios que consisten en la información recabada para el propósito específico en cuestión. (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 112)

3.3.1.2 Tipo de Investigación

Existen varios tipos de investigación, entre éstos:

- Investigación exploratoria.- Es la investigación de mercados que busca recabar información preliminar que ayude a definir problemas y a sugerir hipótesis. (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 110)

- Investigación descriptiva.- Investigación que busca describir mejor los problemas o situaciones de marketing, como el potencial de mercado para un producto, o las características demográficas y las actitudes de los consumidores. (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 110)

- Investigación causal.- Es la investigación de mercados que busca probar hipótesis acerca de relaciones de causa y efecto.

Para realizar la investigación del proyecto se utilizará la investigación descriptiva a través de la técnica de la investigación por encuesta, siendo esta la más recomendada para obtener datos primarios o información descriptiva del mercado por su flexibilidad, ya que a través de esta se obtendrá diversas clases de información y en situaciones distintas.

3.3.1.3 Cuestionario

El cuestionario se realizará a un número determinado de personas que resulte de la segmentación de la población que se selecciona para representar a la población en conjunto; a este proceso se le denomina muestreo. La muestra debe ser representativa para que con los resultados

se realice estimaciones precisas de los pensamientos y las conductas de la población general.

La muestra que se aplica es el muestreo aleatorio simple, “este permite que cada uno de los miembros de la población tenga la misma probabilidad conocida de ser seleccionado. Se divide a la población en grupos mutuamente excluyentes, y se obtienen muestras aleatorias de cada grupo.” (Rueda Fierro, 2010, pág. 120)

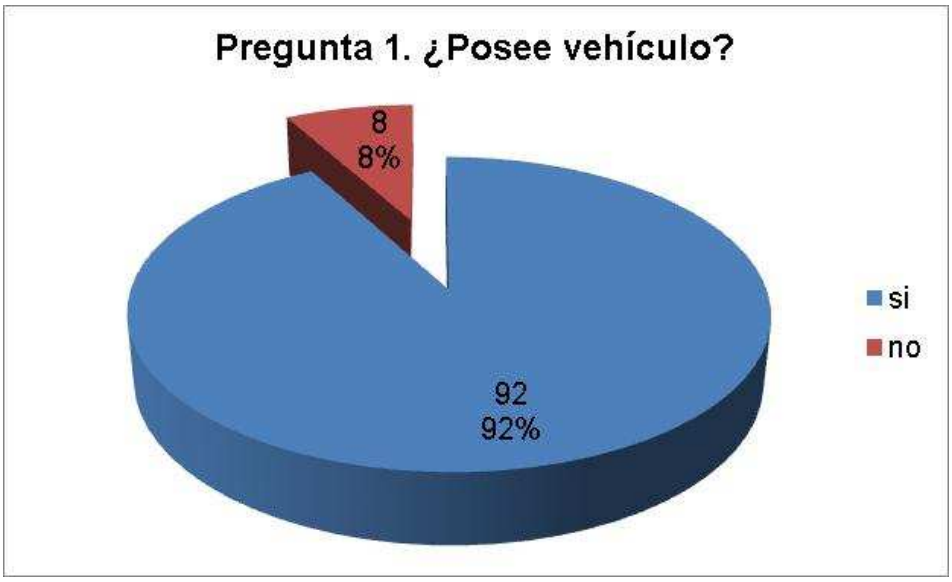
En el Anexo 1, se detalla el cuestionario que se aplicó en este proyecto de tesis.

3.3.1.4 Tabulación

Una vez ejecutada la encuesta se realiza la tabulación, la cual permitirá analizar los resultados obtenidos y sacar conclusiones acerca de las inclinaciones de los clientes futuros. Este procedimiento se efectúa en Microsoft Excel y se lo rescribirá en este documento.

Pregunta 1

Gráfico 16. ¿Posee Vehículo?

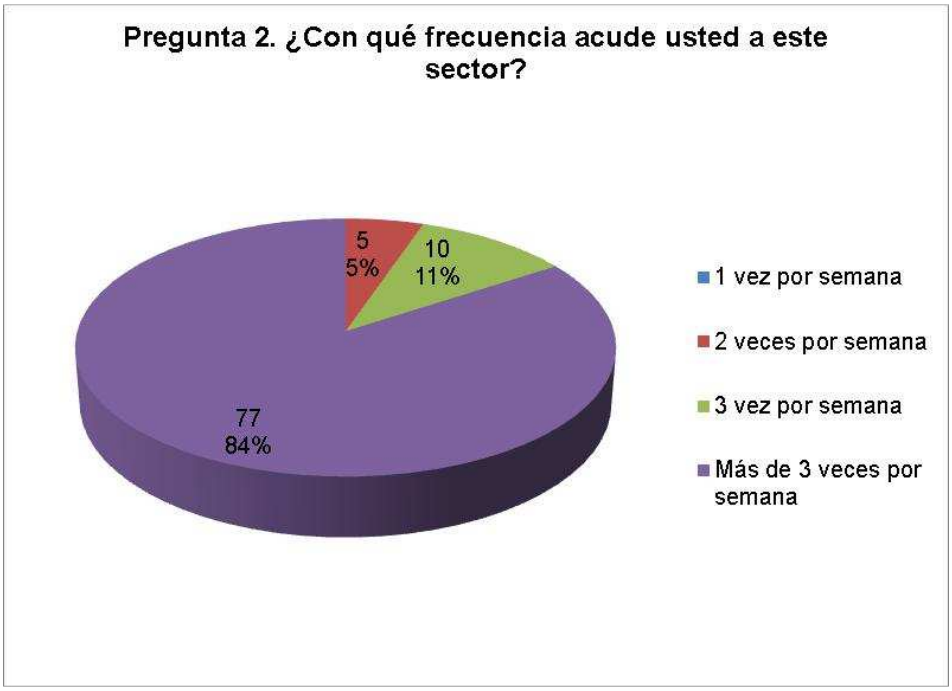


Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 16, se concluye que de las 100 personas encuestadas, solo el 8% no posee vehículo, quedando el restante 92% de mercado que si cuenta con vehículo a quienes se dirige el servicio.

Pregunta 2

Gráfico 17. ¿Con qué frecuencia acude usted a este sector?

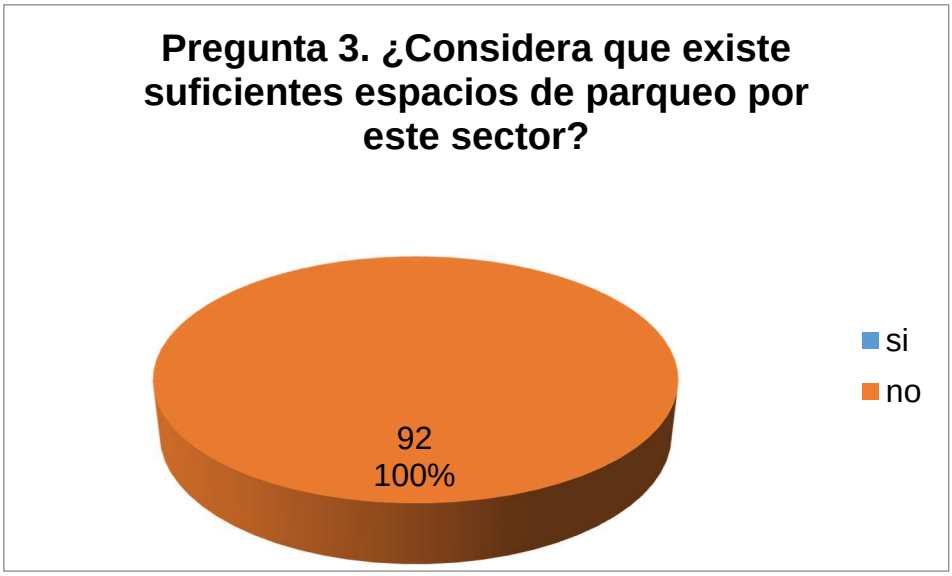


Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 17, se concluye que de las 92 personas que acuden al sector con vehículo, el 84% lo hace más de 3 veces por semana, el 11% acude 3 veces por semana y el 5% lo hace dos veces por semana. Se debe considerar que la mayor parte de personas visitan el sector más de 3 veces por semana.

Pregunta 3

Gráfico 18. ¿Considera que existe suficientes espacios de parqueo por este sector?

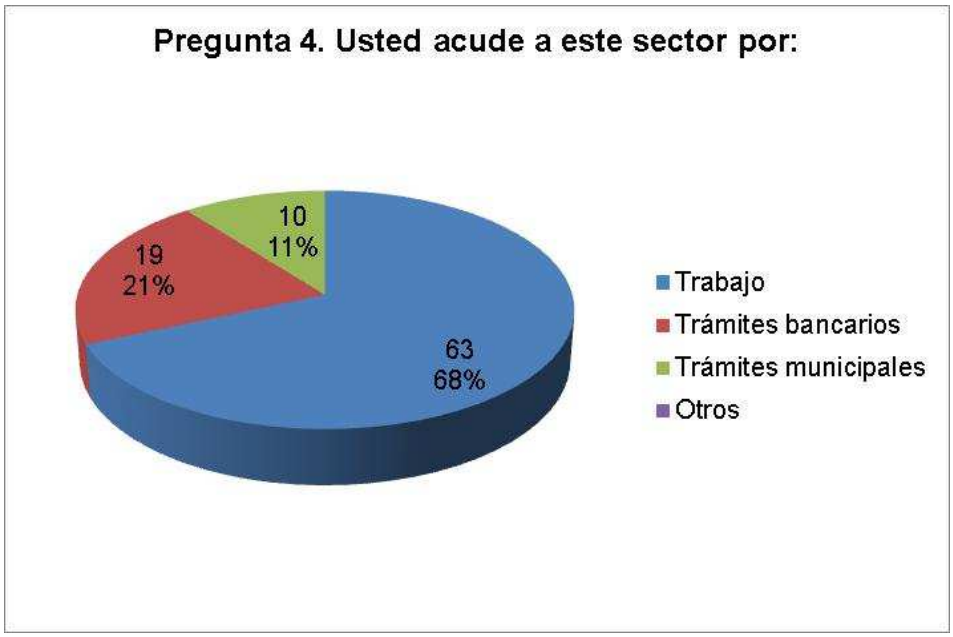


Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 18, se concluye que el 100% de los encuestados concuerdan en que dentro del sector no existen espacios suficientes destinados para parqueaderos.

Pregunta 4

Gráfico 19. ¿Usted acude a este sector por?

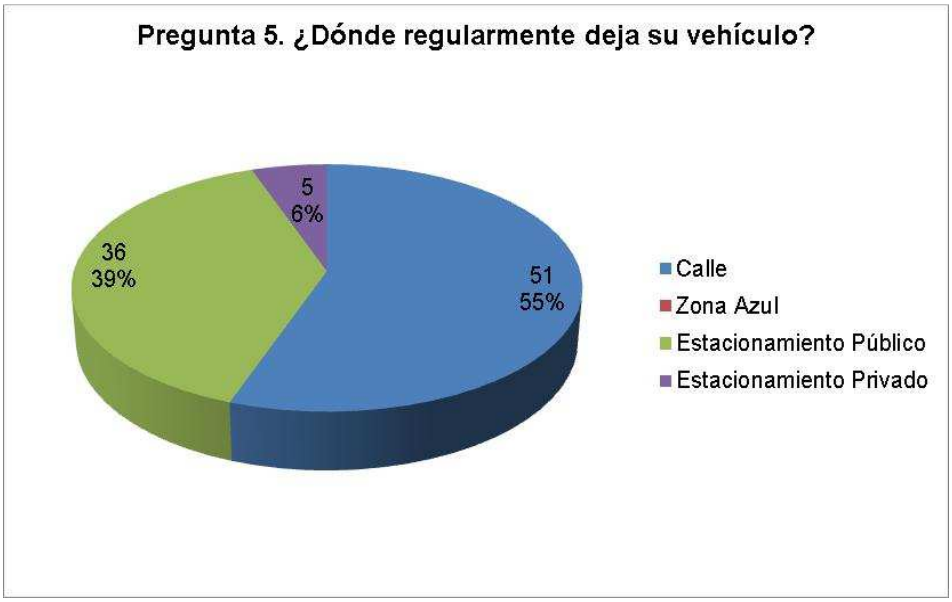


Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 19, en concordancia con los resultados de la pregunta No. 2, se concluye que el mayor porcentaje de personas acuden al lugar por trabajo con un 68%, el otro 32% acuden al lugar para realizar trámites distintos en las diferentes instituciones.

Pregunta 5

Gráfico 20. ¿Dónde regularmente deja su vehículo?



Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 20, se puede observar que existe una necesidad muy clara de un parqueadero seguro ya que el 55% de personas dejan su vehículo en la calle, convirtiéndose en el principal segmento a dirigir este proyecto, en segundo lugar con un 39% constan las personas que dejan su vehículo en un estacionamiento público, ya sea este terrenos utilizados como parqueaderos o espacios como el parqueadero del mercado de Iñaquito, los cuales no brindan las garantías y seguridad adecuadas para sus usuarios.

Pregunta 6

Gráfico 21. De existir un parqueadero público en este sector ¿utilizaría el mismo?



Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 21, se hace visible la necesidad mencionada en la pregunta No. 5, ya que el 84% de los encuestados utilizarían el servicio del parqueadero ofrecido.

Pregunta 7

Gráfico 22. Preferiría utilizar un parqueadero con tecnología de punta que optimice su tiempo?



Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 22, el total de los encuestados utilizarían un parqueadero que les traiga el mayor beneficio en servicio y tiempo del usuario.

Pregunta 8

Gráfico 23. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora o fracción de servicio de parqueadero, que cuente con todas las facilidades y seguridades?

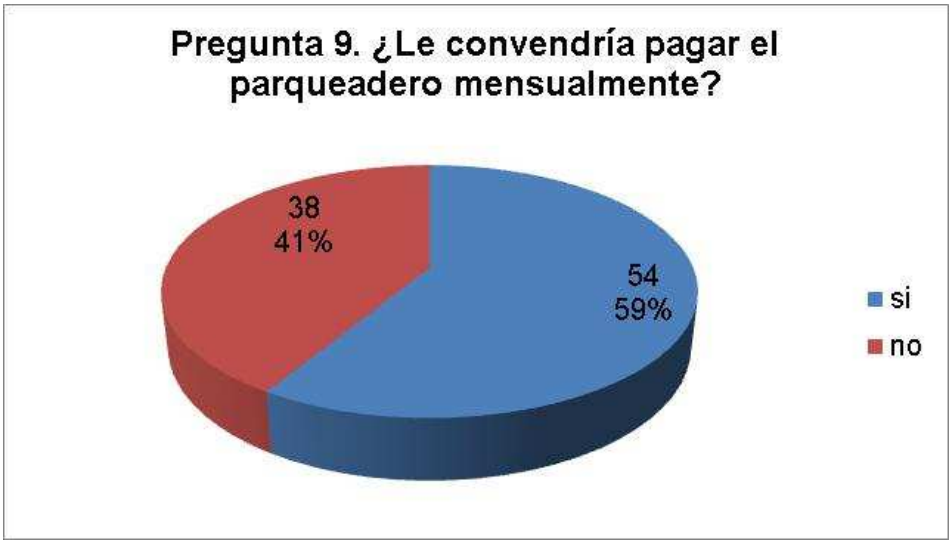


Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 23, se concluye que el valor que estarían dispuestos a pagar por una hora de parqueadero esta entre USD 1 y USD 1.50, rango que está considerado por el 85% de los encuestados. Se debe considerar que las respuestas en cuanto a precios se ve influenciada por la decisión del encuestado en su inclinación hacia lo que quiere pagar y no hacia lo que pagaría en ese sector.

Pregunta 9

Gráfico 24. ¿Le convendría pagar el parqueadero mensualmente?



Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 24, se concluye que el 59% de los encuestados les convendría rentar el parqueadero mensualmente, dentro de este porcentaje se encuentran las personas que acuden al sector por trabajo.

Pregunta 10

Gráfico 25. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

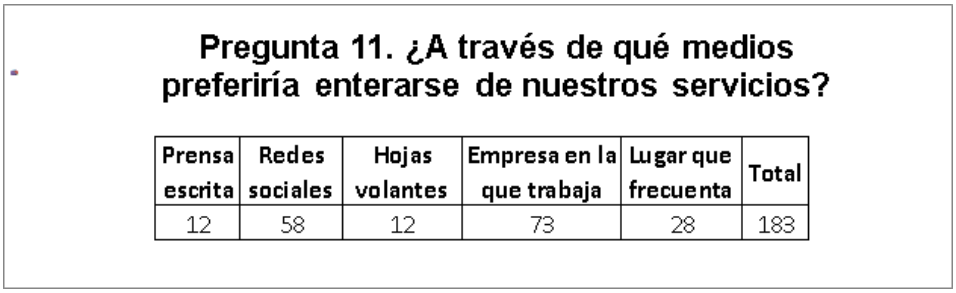


Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 25, se llega a la conclusión de que el rango que pagarían las personas que alquilarían el parqueadero mensualmente está entre USD 30 y USD 40. Se debe considerar que las respuestas en cuanto a precios se ve influenciada por la decisión del encuestado en su inclinación hacia lo que quiere pagar y no hacia lo que pagaría en ese sector.

Pregunta 11

Gráfico 26. ¿A través de qué medios preferiría enterarse de nuestros servicios?



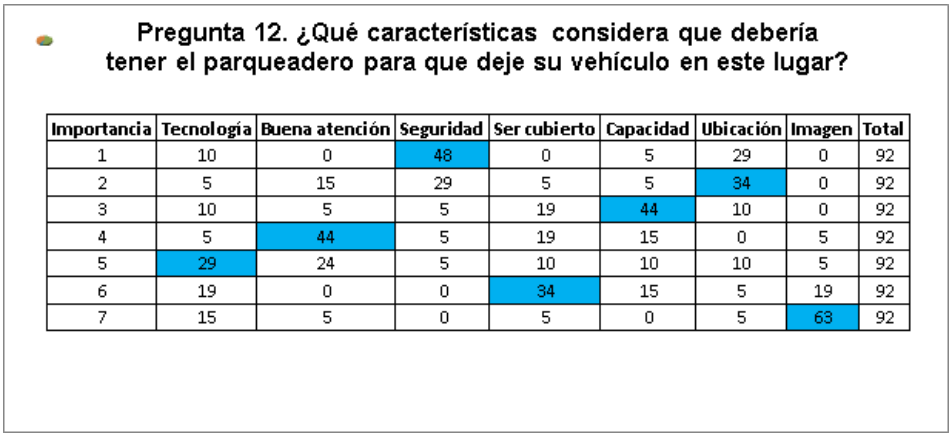
Prensa escrita	Redes sociales	Hojas volantes	Empresa en la que trabaja	Lugar que frecuenta	Total
12	58	12	73	28	183

Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

El Gráfico 26, detalla los 183 elecciones de los 92 encuestados, que mencionan que la opción de promocionar el servicio prefiere que sea principalmente en su lugar de trabajo, mediante redes sociales y en el lugar que frecuenta.

Pregunta 12

Gráfico 27. ¿Qué características considera que debería tener parqueadero para que deje su vehículo en este lugar?



Importancia	Tecnología	Buena atención	Seguridad	Ser cubierto	Capacidad	Ubicación	Imagen	Total
1	10	0	48	0	5	29	0	92
2	5	15	29	5	5	34	0	92
3	10	5	5	19	44	10	0	92
4	5	44	5	19	15	0	5	92
5	29	24	5	10	10	10	5	92
6	19	0	0	34	15	5	19	92
7	15	5	0	5	0	5	63	92

Fuente: Investigación de mercado, Encuesta
Elaborado por: Sebastián Vinueza

En el Gráfico 27, los encuestados eligieron como características más importantes la seguridad, ubicación, capacidad y buena atención; y como las menos importantes la tecnología, que el parqueadero sea cubierto y la imagen de este. Se concluye que los encuestados eligen una de las características menos importantes a la tecnología, y esto se debe a que en el país no existe parqueaderos con tecnología avanzada que optimice el espacio disponible para una utilización al máximo.

3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el análisis de la demanda se determina la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Para este análisis se consideran varios factores entre estos:

- Ingresos de los consumidores.- los ingresos de los consumidores influyen directamente en la demanda que tengan hacia los productos o servicios, ya que, si los ingresos del consumidor aumentan se supone un aumento de la demanda del servicio; y viceversa.

- Expectativas de crecimiento vehicular. La expectativa que se espera es que anualmente la venta de vehículos se incremente, esto a su vez aumentará la demanda del servicio. Según el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en el 2013 el parque automotor es de USD 414.788 vehículos.

- Gustos de los consumidores.- según los resultados de la encuesta de la pregunta 6 y 7, las personas prefieren dejar su vehículo en un lugar seguro y confiable,

evitando dejarlo en la calle o en estacionamientos que no brinde las garantías necesarias.

3.4.1 Proyección de la demanda

Para determinar la proyección de la demanda se ha elegido utilizar el método cualitativo de investigación a través de la encuesta de intención de compra, es así que en la pregunta número 6, el 84% de los encuestados que tienen vehículo estarían dispuestos a utilizar un parqueadero en el sector y el 100% de estos aceptan la idea de utilizar un parqueadero con tecnología innovadora que les brinde mayores beneficios en cuanto a seguridad, espacio, disponibilidad, etc. Adicionalmente en la pregunta número 9, el 59% de los encuestados les convendría pagar el parqueadero mensualmente, lo que aseguraría la utilización del mismo mediante contratos de largo plazo.

3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta hace relación a definir las características con las que se ofrecerá el servicio, considerando entre éstas el precio, la cantidad, etc.

3.5.1 Las 5 Fuerzas de Porter

Michael Porter menciona que todas las empresas necesitan para elaborar estrategias y aplicarlas correctamente, analizar cinco factores fundamentales que rodean a la empresa en un mercado, aprender a controlarlos y así tener éxito en posicionamiento sólido y situarse por encima de la competencia.

- Proveedores, poder de negociación, Dentro del proyecto los principales proveedores que se deben analizar son a los que se recurrirá en la etapa de construcción de parqueadero, ya que una vez que se complete a infraestructura, solo se requerirá un proveedor de mantenimiento del lugar. Siendo una inversión alta y requiriendo materiales en un gran volumen, resultará fácil obtener descuentos y promociones, sin embargo se requerirá de igual manera de fondos disponibles para cumplir con todos esos gastos a la medida que los proveedores los exijan.

- Consumidores, poder de negociación.- las encuestas demuestran que existe una demanda no satisfecha dentro del sector como se observa en el resultado de la encuesta realizada, en la pregunta número 3 donde el 100% de los encuestados respondieron que no hay espacio suficiente en el sector para parquear; de esto el 84% afirmó que de existir un parqueadero lo utilizaría. Por esta razón se concluye existirá mayor demanda que oferta, lo que facilitaría manejar la relación con el consumidor de una manera más conveniente hacia la empresa considerando que existe menor cantidad de servicios sustitutos, el cliente influirá menos en los precios que se establezca.

- Competencia actual.- Una vez que se analice la competencia en el mercado, se obtendrá las bases que ayudarán a que la empresa tome las estrategias necesarias para asegurar el posicionamiento en el mercado.

Se realizó un análisis del sector observando que existen diferentes tipos de competencia, es decir, existe la competencia formal como el parqueadero del

Centro Comercial Iñaquito, Centro Comercial Naciones Unidas, Plaza Deportiva, que son empresas estructuradas y posicionadas en el sector con una gran acogida, sin embargo por su funcionamiento y afluencia es imposible dejar el vehículo todo el día o incluso por varias horas; existe también la competencia informal donde se puede mencionar, tomando en cuenta las calles entre la Av. Gaspar de Villarroel y avenida José Villalengua, a dos parqueaderos formados por lotes de terreno desocupados en donde ingresan alrededor de 30 automóviles en cada uno; de igual manera se debe considerar los estacionamientos en las calles aledañas utilizadas por alrededor de 180 automóviles con cuidadores informales. Tomando en cuenta que aparte de la gran demanda insatisfecha que existe, se puede considerar como posibles clientes a alrededor de 200 vehículos estacionados a la intemperie protegidos con cuidadores informales que resulten cómplices de los atracos registrados en ese lugar.

- Competencia potencial.- El principal factor que se debe considerar para analizar el ingreso de un nuevo competidor dentro del sector es el espacio físico y la alta inversión que este requeriría para implantar un parqueadero. Por estas razones resulta complejo el ingreso de competidores nuevos en el futuro ya que el espacio físico no existe.

- Sustitutos-amenazas.- Dentro de los servicios sustitutos se puede observar que existe los parqueaderos de los Centros Comerciales cercanos, que a pesar de las tarifas que rigen resulta conveniente estacionar el vehículo durante un par de horas, sin embargo se debe considerar que requiere de todo un proceso que consume tiempo desde el ingreso al centro comercial

hasta la llegada al lugar de destino. Por otro lado existen los estacionamientos informales que tiene un costo menor pero que no brindan ninguna garantía.

3.5.2 Las 4 “P”

3.5.2.1 Servicio (Producto)

“Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta, y que son esencialmente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo.” (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 237)

El proyecto de factibilidad está siendo desarrollado para la creación de la empresa “EL PARQUE ADERO” y tendrá el siguiente logotipo, el cual se utilizará para la promoción del parqueadero.



La característica del nombre se verá reflejada en las instalaciones, ya que el cliente identificará el parqueadero por su interior que será decorado con espacios verdes.

3.5.3 Precio

"Es la suma de dinero que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usas el producto o servicio ofrecido." (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 309)

Existen varios precios por hora de los parqueaderos según el sector donde se encuentren, el lugar donde se estaciona el vehículo o la persona que queda a cargo del mismo, en las zonas azules por ejemplo el valor por hora es de USD 0.45; si el vehículo es estacionado en la calle con un cuidador forma alrededor del sector de Iñaquito, tiene un costo de USD 0.50 cada hora, y si se utiliza el parqueadero todo el día tiene un costo de USD 2.00; por último si se estaciona el vehículo en un parqueadero formal, totalmente protegido, el valor alcanza USD 1.00 por hora como por ejemplo en el Centro Comercial Iñaquito o en Plaza Deportiva.

Tomando como referencia los resultados de la encuesta en la pregunta 8 y la pregunta 10, se establecerá los siguientes precios:

- Hora o fracción las primeras dos horas USD 2,00
- Hora o fracción a partir de la tercera hora USD 1,50
- Tarifa mensual USD 30,00

Siendo una empresa que va a penetrar en el mercado con este servicio, la estrategia a tomar es fijar precios competitivos, con el fin de atraer a un gran

número de compradores a conseguir una importante participación en el mercado con rapidez.

3.5.4 Plaza

"Plaza o canal de distribución consiste en un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocios." (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 367)

La ubicación del parqueadero en el sector de Iñaquito fue analizada en puntos anteriores.

Para determinar que canales son los más adecuados para permanecer en contacto con los clientes y la distribución de información y publicidad hacia ellos, se adquirió de los resultados de la encuesta en la pregunta No. 11, siendo "el lugar donde trabajan los encuestados" y "las redes sociales" los canales para llegar al cliente más elegidos con un 72% del total de las opciones.

3.5.5 Promoción, publicidad o propaganda

> La promoción consiste los incentivos a corto plazo para fomentar la compra o venta de un producto o servicio. La propaganda resulta ser más selectiva y menos masiva, utilizando medios no pagados para atraer la atención del consumidor. La publicidad se refiere a cualquier forma pagada de representación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado. (Kotler & Armstrong, 2007, págs. 461,476)

El parqueadero tratará de llegar al consumidor a través de la propaganda, considerando su inclinación por los canales que prefieren según la encuesta realizada.

4 ESTUDIO DE VIABILIDAD TÉCNICA-LEGAL

El estudio de viabilidad se realiza con el fin de demostrar la posibilidad real, física, material de llevar a cabo el proyecto obteniendo resultados positivos con la utilización de tecnología adecuada y bajo los más altos estándares de seguridad, servicio, operatividad, etc., verificando la inexistencia de restricciones legales para la habilitación y operación normal del proyecto e investigando el marco normativo que pudiera restringir su desarrollo.

4.1 ESTUDIO TÉCNICO

- **Localización**

  La ubicación geográfica del proyecto influye directamente sobre los resultados que se obtendrán a futuro, considerando que estar cerca de los potenciales clientes es determinante. La localización se divide en dos factores: macrolocalización y microlocalización.

4.1.1 Macrolocalización

La macrolocalizacion define la zona general en donde se ubica el negocio, analizando los siguientes factores que permiten determinar el lugar donde se obtenga el máximo beneficio:

Factores

- Terreno.- la disponibilidad de tener un terreno con la ubicación adecuada para implantar el proyecto, resulta complicado dentro de la ciudad de Quito.

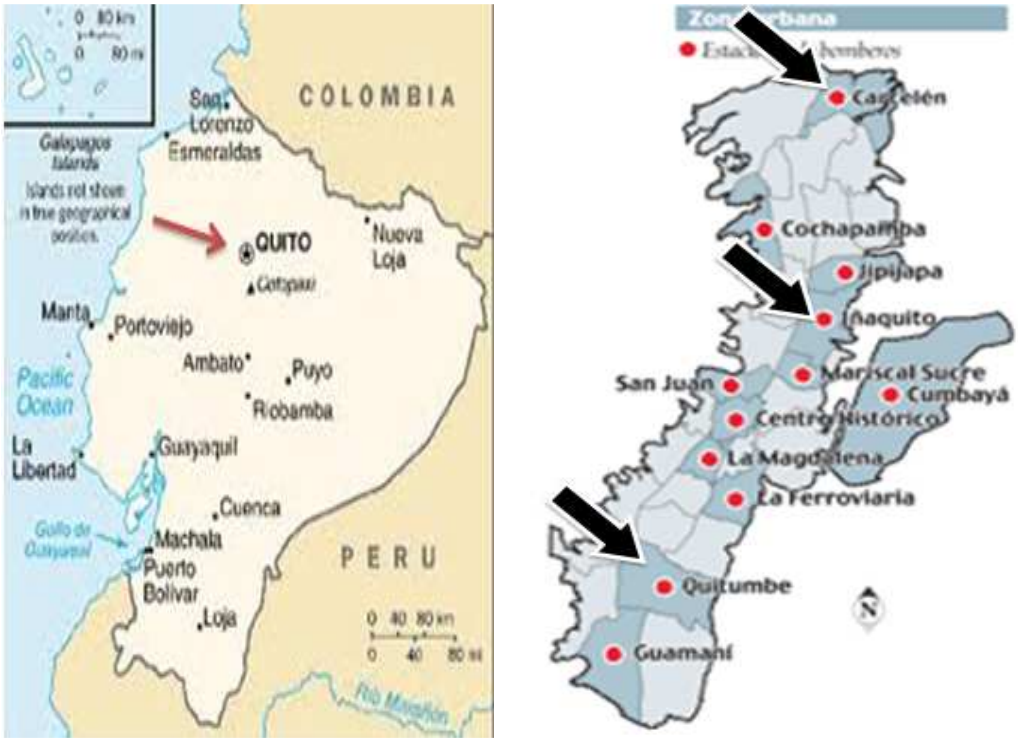
- Condiciones de vida.- la cotidianidad laboral y comercial con la que viven las personas en la actual ciudad de Quito, crea una necesidad de buscar un parqueadero, que requiera ser satisfecha.

- Leyes y Reglamentos.- la ubicación del terreno debe permitir que en este se construya un edificio de las características que requiere el proyecto y que este bajo las leyes y reglamentos del Distrito Metropolitano de Quito.

- Actitud de la comunidad.- el segmento objetivo en el que se enfoca el proyecto se destina a personas que frecuentan en este sector netamente por temas laborales o por trámites personales.

Considerando los factores anteriores, se concluye que la provincia de Pichincha, cuidad de Quito es el lugar as adecuado para implementar el proyecto, y dentro de este se determina tres sectores posibles: Carcelén - Calderón, Iñaquito, Villaflora.

Gráfico 28. Lugar de implementación del proyecto



Fuente: www.elcomercio.com.ec, 2013
Elaborado por: Sebastián Vinueza

4.1.2 Microlocalización

La microlocalización establece el sitio específico donde se asentará y operará el proyecto dentro de la macrolocalización, este lugar deber ser de fácil acceso e identificable fácilmente logrando el contacto directo con los posibles clientes para la utilización del servicio:

Factores

Para determinar que el sector de óptimo para implantar el proyecto es el de Iñaquito, se considera los siguientes factores:

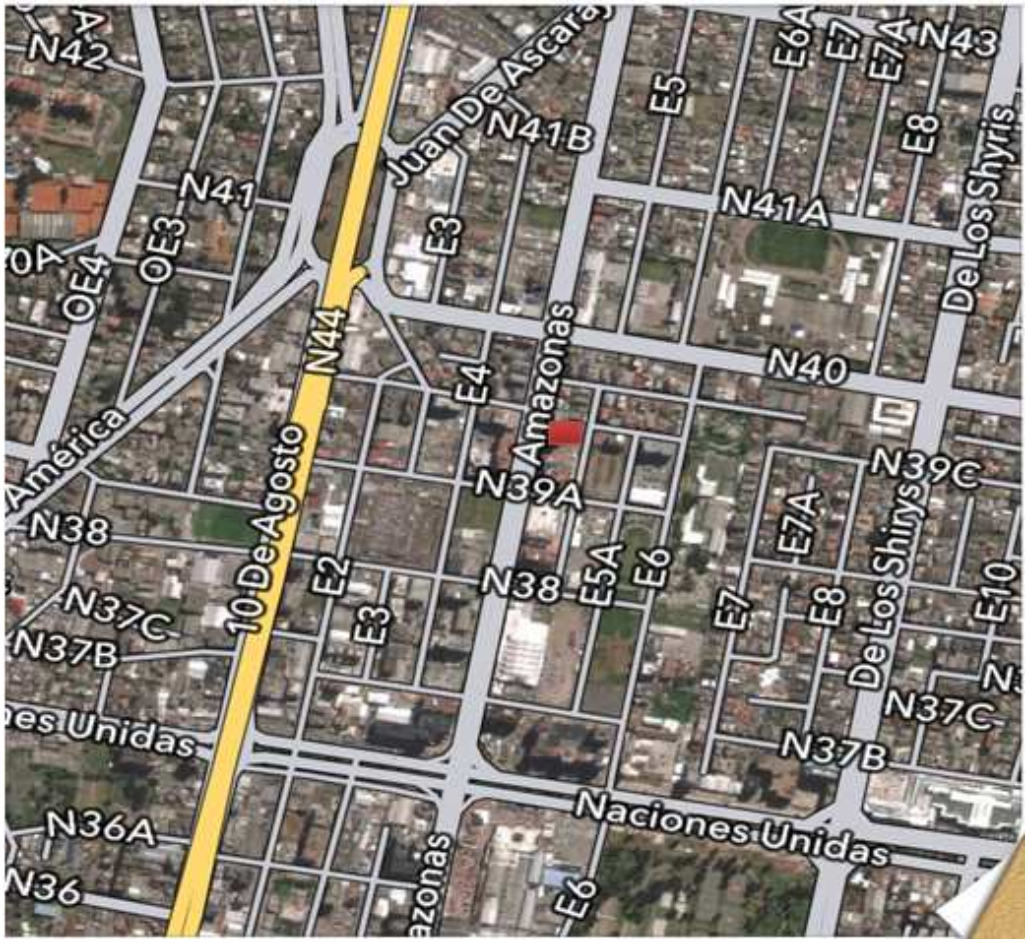
- Tamaño y topografía del sitio.- el terreno disponible en este sector, cuenta con una dimensión razonable para la construcción del parqueadero. Adicionalmente se debe considerar que en este sitio existen edificios hasta de 9 pisos.

- Cercanía con instituciones.- el lugar destinado para la construcción se encuentra a pocos metros de varias instituciones públicas y privadas. Se debe considerar también que el terreno tiene acceso directo a la avenida Amazonas, una de las principales calles de la ciudad y del sector.

- Sector urbano comercial.- el sector de Iñaquito es totalmente comercial, considerando varias instituciones financieras, municipio de Quito, casas comerciales, escuelas, colegios y una clínica.

- Servicios básicos.- El sector elegido cuenta con todos los servicios básicos necesarios como agua, electricidad, alcantarillado telefonía, etc.

Gráfico 29. Microlocalización



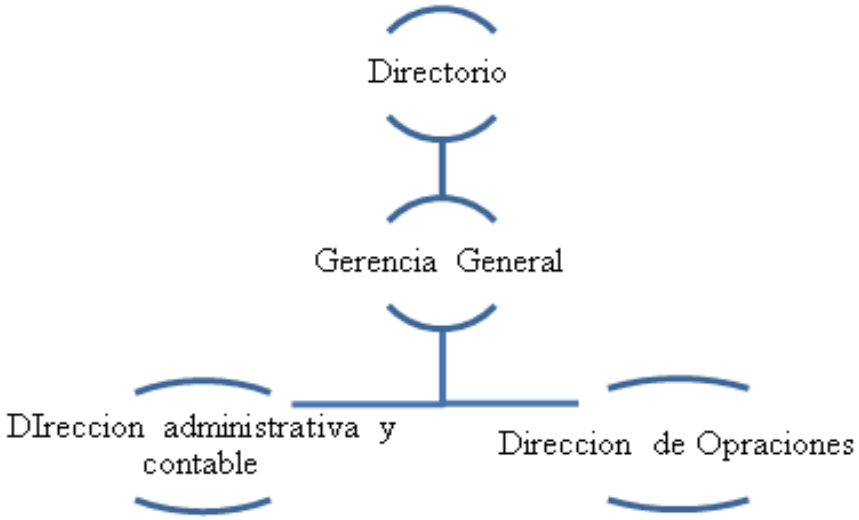
Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

4.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Realizar una distribución clara y eficiente es imprescindible para optimizar el espacio físico y determinar las funciones de cada departamento. La división se realiza de la siguiente manera: departamento administrativo y departamento de parqueo.

4.2.1 Organigrama

Gráfico 30. Organigrama



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

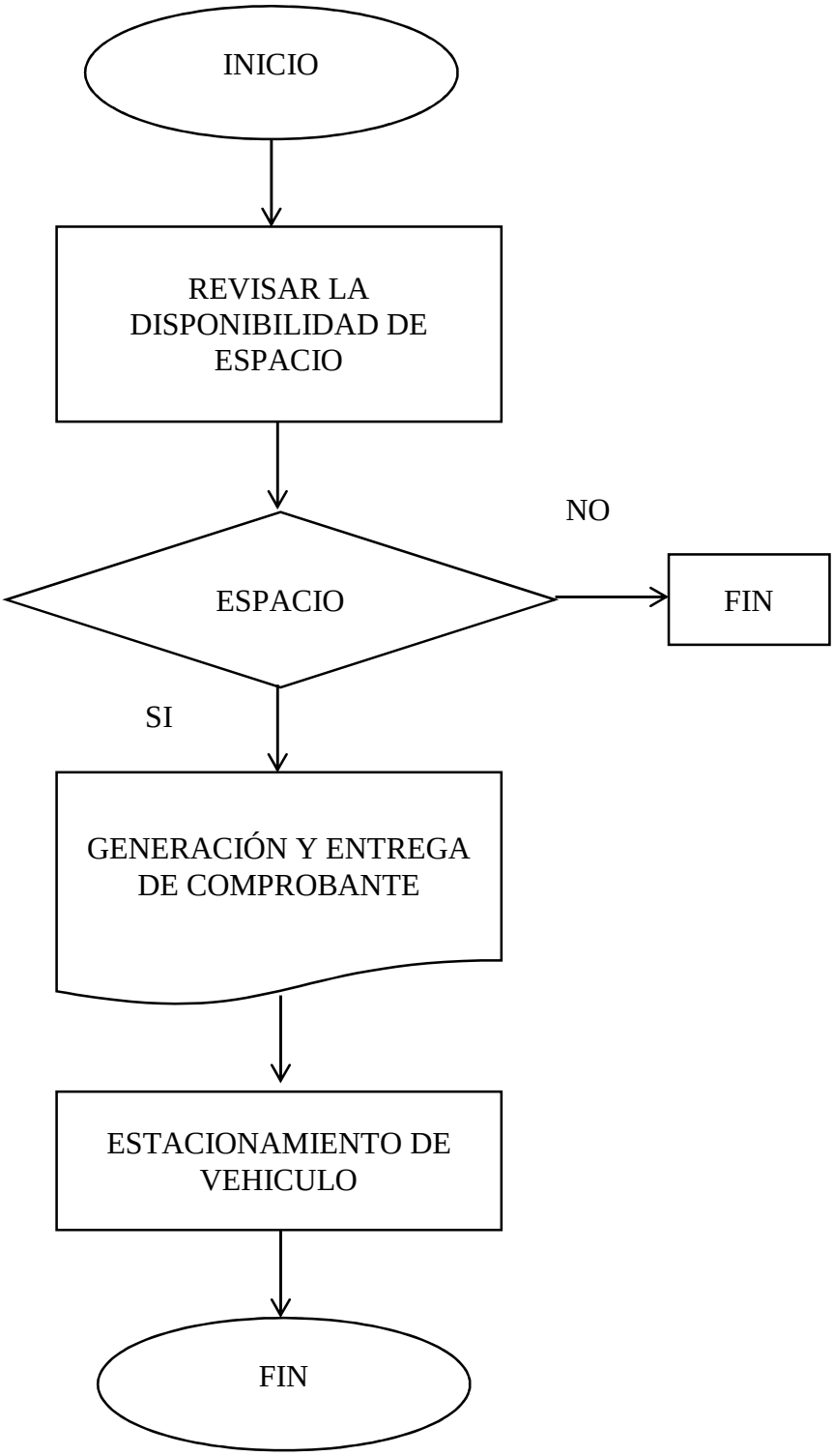
4.3 PROCESOS Y NORMAS

Dentro de los procesos de la empresa se menciona los siguientes

4.3.1 Proceso de parqueo

Entre el ingreso del vehículo a las instalaciones hasta el parqueo es así:

Gráfico 31. Proceso de parqueo

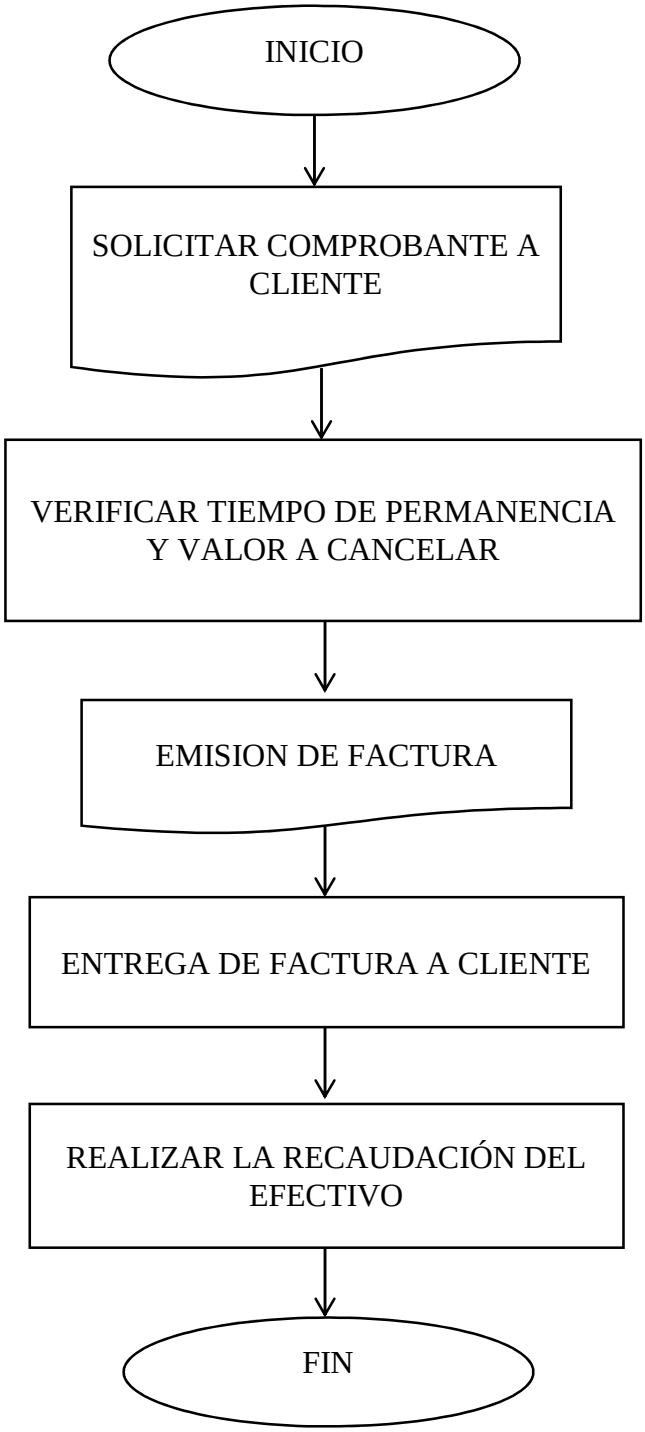


Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

4.3.2 Proceso de facturación

El proceso de facturación se realiza de la siguiente manera:

Gráfico 32. Proceso de facturación



Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

4.3.3 Dentro de las normas de seguridad laboral se debe considerar normas para los empleados y normas para los clientes o usuarios de las instalaciones

Normas para los empleados

- Cumplir con el horario de trabajo establecido y con las funciones que competen.

- Utilizar uniforme de trabajo y credencial en un lugar visible.

- Mantenerse dentro de las instalaciones (a excepción de la oficina) con protección respiratoria, es decir, máscaras, barbijos, semi-máscaras.

Implementos

- Casetas para el control de pago de estacionamiento, seguridad y parqueo.

- Seguros en puertas para oficina y parqueadero

- Detectores de humo y extintores según lo requiere el Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito

- Señalización apropiada

Normas para los usuarios del parqueadero

- Tomar y conservar el ticket de ingreso al parqueadero hasta la salida de las instalaciones.

- Encender las luces cuando ingrese o salga del parqueadero.

- Manejar con prudencia y cordura dentro del parqueadero y a una velocidad máxima de 10Km/hora.

- Parquear en reversa.

- Parquear solo en áreas asignadas para tal fin y dentro de las líneas que enmarcan la respectiva celda.

- Dejar su vehículo debidamente cerrado y aseguradas tanto puertas como las ventanas.

- El PARQUEADERO no se hace responsable de los bienes dejados dentro del vehículo, ni de las pérdidas que se puedan presentar en él, así como de daños ocasionados por terceros.

- Velar por el cuidado del ticket que se entrega al ingresar. la pérdida y/o deterioro deberá ser asumida por el conductor. Valor $10.00.

- Cancelar el valor total del servicio de parqueadero.

4.4 ESTUDIO LEGAL

En el estudio legal se considera lo siguiente:

- Constitución de la Compañía Anónima

  - El Nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008). El nombre debe regirse por el principio de propiedad que se refiere a que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra; y por el principio de inconfundibilidad que consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.

  - Forma de constitución.- Puede ser simultánea, cuando se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías; o puede ser sucesiva que se lo realiza por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores.

- Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

- Accionistas.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

- Capital.- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

- Aprobación de la obtención de la licencia de construcción del Distrito Metropolitano de Quito

Previo a la aprobación de los planos arquitectónicos para la construcción del edificio, se requiere obtener la licencia de construcción, para lo cual se requiere lo siguiente:

- Requisitos principales

  - Formulario solicitando la licencia de construcción que deberá estar suscrito por el/los propietario(s) o representante legal, por el profesional responsable y por el promotor si existiere, declarando estos dos últimos que la información contenida en el mismo y sus anexos se ajustan a la verdad y cumplen con la normativa sobre la materia.

  - Encuesta de edificaciones del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)

  - Original del Acta de registro y aprobación de planos arquitectónicos y/o la licencia de trabajos varios;

  - Certificado de depósito de garantías

  - Comprobante de pago a la EMAAP-Q por contribución e instalación de servicios;

  - Dos copias impresas de planos estructurales y de instalaciones que demanden la construcción y un CD que contenga el archivo digital de la lectura (pdf), que contenga toda la información constante en los planos impresos de conformidad con las normas y especificaciones técnicas correspondientes.

En toda edificación de más de tres pisos o que albergue más de 25 personas los planos de instalaciones deberán contener las firmas de los profesionales de la rama; los cuadros de datos deberán incluirse en el CD en formato de hoja de cálculo.

- Requisitos complementarios

  - En edificaciones mayores a tres pisos de altura o en toda construcción cuando las excavaciones superen tres metros se adjuntará el estudio de suelo y memoria de cálculo estructural.

  - En proyectos que tengan más de 5.000mts2 de área total de construcción, se anexará el convenio de la EMAAP para la dotación de servicios

  - En proyectos de construcción de edificaciones de uso residencial, comercial o industrial que cuenten con las instalaciones de gas, se anexará los planos de instalaciones de gas con la firma de responsabilidad de profesional de la rama respectiva.

  - En edificaciones de 40 años o más de antigüedad su construcción y un máximo de tres pisos de altura se requiere el Informe del archivo municipal sobre la existencia de planos arquitectónicos, estructurales y permisos de construcción y de no existir estos informes, el profesional responsable presentará un informe técnico que determine la estabilidad de la construcción.

- Requisitos para la obtención del acta de aprobación de planos arquitectónicos de proyectos nuevos.

Una vez que se tiene aprobado la licencia de construcción, se debe reunir y entregar lo siguiente:

- Requisitos generales

  - Formulario solicitando la aprobación del proyecto que deberá estar suscrito por el/los propietario(s) o representante legal y por el profesional arquitecto o ingeniero civil graduado antes del 18 de octubre de 1966 que hará constar su número de registro del CONESUP y deberá contener la información del proyecto arquitectónico y sus anexos, los mismos que se deberán ajustarse a la verdad y cumplir con la normativa vigente sobre la materia.

  - Copia de la cédula de ciudadanía del propietario o del pasaporte en caso de ser extranjero.

  - Informe de regulación Metropolitana (IRM)

  - Consentimiento notariado del 100% de propietarios en caso de copropiedad.

  - Escritura de adquisición del inmueble inscrita en el Registro de la Propiedad;

  - Presentar documento de cancelación del pago del impuesto predial del año en curso.

- Tres copias de los planos y un CD con los archivos digitales de lectura (pdf) que contengan toda la información constante en los planos impresos de la propuesta arquitectónica de conformidad con las especificaciones técnicas constantes en las ordenanzas de las Normas de Arquitectura y Urbanismo y del Régimen del Suelo y otras leyes vinculadas; los cuadros de datos deberán incluirse en el cd en formato de hoja de cálculo.

5 ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se podrá definir la viabilidad tanto contable como financiera del proyecto, de igual manera identificar la inversión y el costo del proyecto así como su recuperación, su liquidez y la capacidad de cubrir sus obligaciones con terceros y con sus accionistas.

Adicionalmente se podrá evaluar la información obtenida en el estudio de mercado referente a los costos y la inversión que se requiere para poner en marcha el proyecto.

5.1 PRESUPUESTOS

- Ventas

  El presupuesto de ventas son los pronósticos de una estimación preliminar en un inicio, para determinar los precios de venta tanto de los bienes como de los servicios que se van a presupuestar. Para lo cual se debe considerar los siguientes métodos: determinación a través del mercado, determinación por costos incorrectos, tendencias de las ventas, computo del equipo vendedor, etc.

  El presupuesto de capital se refiere a las formas en la que se obtiene y administra el financiamiento a largo plazo que necesita para respaldar sus inversiones de largo plazo, siendo esta la mezcla especifica de deuda a largo plazo y capital que

utiliza la organización para financiar sus operaciones. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010, pág. 2)

Además se debe decidir con precisión como y donde se debe obtener el dinero y que gastos financieros se van a generar. De igual manera se debe considerar el capital de trabajo que se refiere al financiamiento de los activos de corto plazo de una empresa, recursos que se necesitan para seguir con las operaciones. (Peña Novoa Hernán, 2010, págs. 3-4)

Dentro del proyecto, se identifica netamente ventas en efectivo, ya que por el giro del negocio no se puede manejar ventas a crédito y por esta razón de igual manera Caja (Bancos) mantienen valores muy altos y las cuentas por cobrar valores -0-. Adicionalmente la proyección que se realiza es con un incremento mensual del 14% ya que al ser un precio de venta de un valor mínimo, éste incremento será de varios centavos, no siendo representativo para los clientes, lo que no influirá en la demanda.

- Costos

Costo, en general, es la medida de lo que "cuesta" algo. En términos económicos, el costo de un producto o servicio es el valor de los recursos económicos utilizados para su producción. (Contabilidad.com, s.f.)

Al ser una empresa de servicios, no se cuenta con costos de producción espáticamente donde incluya materiales, mano de obra y costos indirectos, sin

embargo se generan costos y gastos propios de la actividad del negocio como Nómina, gastos administrativos y de operación, etc.

- Gasto de venta

Los gastos de ventas son los originados por las ventas o las que se hacen para el fomento de estas. Son los recursos indispensables que le permitan realizar convenientemente las tareas operativas de la empresa. (Peña Novoa Hernán, 2010, pág. 29)

- Gastos de administración

Bajo esta denominación se incorporan aquellos ingresos que no son parte del giro normal del negocio. (Peña Novoa Hernán, 2010, pág. 29)

5.2 FLUJO DE CAJA

El flujo de efectivo quiere expresar la diferencia entre el número de unidades monetarias que entró y la cantidad de unidades que salió. El flujo de efectivo de los activos de la empresa debe ser igual a la suma del flujo de efectivo de los acreedores y el flujo de efectivo de los accionistas, es decir, que está formado por tres componentes: flujo de efectivo operativo, gastos de capital y cambio en el capital de trabajo neto. El flujo de efectivo operativo se refiere al flujo de efectivo que resulta de las actividades cotidianas de la empresa de producir y vender. Los gastos relacionados con el financiamiento de la empresa en cuanto a sus activos no se

incluyen porque no son gastos operativos. El flujo de efectivo hacia los acreedores y los accionistas representan los pagos netos a los acreedores y propietarios durante el año. El flujo a los acreedores es el interés pagado menos los fondos netos de nuevos préstamos recibidos; el flujo de los accionistas son los dividendos pagados menos los fondos de la emisión de nuevas acciones. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010, pág. 33)

Los flujos de efectivo del proyecto por el método directo y por el método indirecto se presentan en el anexo **AF – 3** y **AF – 4**. Se realizó los flujos de los dos métodos con la información obtenida de los rubros que son ingresos o salidas de dinero principalmente en ventas y en los costos y gastos. Con el método indirecto se obtuvo el flujo de caja operativo, con el cual se puede determinar el valor actual neto, tasa interna de retorno, período de recuperación, etc.

5.3 ESTADOS FINANCIEROS

- Estado De Situación Financiera

  El estado de situación financiera es un medio conveniente de organizar y resumir lo que posee una empresa (sus activos, circulantes que son activos menor a un año o fijos que tiene una vida más o menos largo), lo que adeuda (sus pasivos, que se clasifican como circulantes que son pasivos de una vida menor a un año, o de largo plazo que no vencen dentro del siguiente período) y la diferencia entre los dos (el capital de la empresa) en un punto determinado del tiempo. En el anexo AF – 1, se detalla el Balance General Estimado del Proyecto donde se

puede determinar primeramente en el año 0 la inversión que se realiza a través de los accionistas (privado y público) y la deuda financiera obtenida a largo plazo. De igual manera en el anexo PS – 1, se detalla específicamente el costo de la inversión y su financiamiento. De igual manera se observa que otro rubro muy importante dentro del activo es Caja (Bancos), ya que el servicio se cobra de inmediato en efectivo una vez prestado el servicio, por lo tanto no existen cuentas por cobrar de cartera.

- Estado de Resultados Integral

El estado de resultados mide el desempeño durante Cierto período, por lo común un trimestre o un año. El estado de resultados está conformado por los ingresos menos los gastos que dan como resultado la utilidad, con esto se resume el desempeño de una empresa durante cierto período. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010, pág. 24) El estado de resultados que se refleja en el Anexo AF - 2 detalla el presupuesto de las ventas hasta el año 10, considerando que en cada año como estrategia se debe incrementar el 14% anual al costo por hora de parqueadero, este valor se debe a que siendo un precio menor, se puede alcanzar un crecimiento de un porcentaje mayor sin que afecte la demanda. Con respecto a los costos y gastos, se considera un incremento anual del 2,65% resultante del promedio de la inflación de los últimos 12 meses según la página del Banco Central del Ecuador.

5.4 ANÁLISIS FINANCIERO

- Valor Actual Neto

El valor actual neto es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. El valor actual neto es una medida de cuanto valor se crea o se agrega hoy al efectuar una inversión, este proceso de crear valor para los accionistas, se puede considerar como una búsqueda de inversiones con valores presente netos positivos. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010, pág. 261) Se debe tomar en cuenta que dentro del proceso del proyecto se detallan los valores traídos a valor presente y el valor del año 10 que resulta de una perpetuidad ya que este flujo se volverá infinito. El resultado que se obtiene es el Valor actual Neto Ajustado del proyecto que es USD 663.055,2; al ser un VAN Ajustado positivo es la primera confirmación para aceptar el proyecto en términos financieros, ya que menciona que se ha recuperado la inversión hasta el año 10 y se ha obtenido una ganancia de USD663.055,2 sobre la inversión que es de USD 3.958.111 considerando todos los rubros que representan ingresos y salidas de efectivo por cobros y pagos efectuados, y el apalancamiento que resulta de la deuda con la institución financiera. (Revisar anexo AF - 11)

De igual manera para obtener el VAN, se debe considerar el costo de oportunidad de los accionistas que se obtiene con los siguientes datos: (revisar anexo AF - 10):

- Risk Free, obtenido del valor del rendimiento que ofrece los bonos de USA.

- Beta desapalancado, obtenido de un listado de la página web llamado DAMODARAN.

- Risk Premium: Se considera a la ganancia que se obtendría si se adquirirían los bonos del estado de Estados Unidos a un plazo de 10 años comparándolo con el mismo plazo de la inversión del proyecto.

- EMBI, correspondiente al riesgo país obtenido de la página web del Banco Central del Ecuador.

Una vez que se cuenta con toda la información y a través de la suma de los factores, da como resultado el costo de oportunidad de los accionistas (Ke desapalancado) que es de 8.83%. Este es el rendimiento mínimo que los accionistas esperan en este proyecto tomando en cuenta factores como rendimientos que se obtendrían en inversiones libres de riesgo (risk free) como son los bonos del estado; valoraciones de riesgos según el segmento en el que se va a invertir (betas); y por último adaptándolo a la realidad del Ecuador, que es donde se realiza la inversión, con la inclusión en el porcentaje del Riesgo País o EMBI.

- TIR (Tasa Interna de Retorno) y CPPC (Costo Promedio Ponderado de Capital, o WACC, del inglés Weighted Average Cost of Capital)

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que hace que el valor actual neto de una inversión sea cero. Con la tasa interna de retorno se trata de

encontrar una sola tasa de rendimiento que resuma los méritos de un proyecto. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010, pág. 273)

El Costo Promedio Ponderado de Capital es el promedio de los costos de los financiamientos provenientes de fuentes alternativas de endeudamiento y de aportación de capital que demandan las empresas para emprender negocios o diversas necesidades en activos. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010, pág. 445)

El proyecto tiene un rendimiento mínimo requerido (CPPC) del 8.64%, y el rendimiento de los flujos de caja de proyecto (TIR) es del 11.09%, es decir 2.45 puntos más del rendimiento mínimo requerido para cubrir los costos de oportunidad y la inversión inicial. Con este resultado se afirma nuevamente que el proyecto es factible desde el punto de vista financiero. (Revisar Anexo AF - 11)

- Índice de rentabilidad, Punto de Equilibrio y Período de recuperación de la inversión.

El índice de rentabilidad es el valor presente de los flujos de efectivo esperados de una inversión dividido entre la inversión inicial. Como se explica en el siguiente cuadro el índice de rentabilidad del proyecto es de 2.11, es decir que por cada dólar invertido se obtiene USD 2.11 dólares.

Tabla 2. Índice de rentabilidad

Índice de rentabilidad	2.11
Valor presente de los flujos	8,349,098
Inversión Inicial	3,958,111

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que resulta en una utilidad neta del proyecto de cero. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010, pág. 346)

El período de recuperación de la inversión es el tiempo en que transcurre del proyecto hasta que llega a su punto de equilibrio.

El punto de equilibrio del proyecto y la recuperación de la inversión se alcanza en el día número 28 del mes de Marzo del año 10, donde el flujo llega al valor de la inversión con una diferencia mínima de USD 583, como se explica en la siguiente tabla:

Tabla 3. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio		**583**
Inversión Inicial		**- 3,958,111**
Flujos de caja libre		**3,958,694**
Año 1	450,155	
Año 2	446,935	
Año 3	443,579	
Año 4	438,272	
Año 5	427,743	
Año 6	420,596	
Año 7	417,523	
Año 8	412,162	
Año 9	404,905	
Año 10		
Enero	33,008	
Febrero	33,008	
Marzo		
Día 28	30,808	**Recuperación Inversión**

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Sebastián Vinueza

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Analizado los índices de crecimiento poblacional de la mano con el crecimiento del sector automotriz, etc., la congestión vial cada vez más pronunciada y la disminución de espacios para parqueo en toda la ciudad de Quito y principalmente en el Sector de Iñaquito, en el Centro financiero, se concluye que el proyecto tendrá una gran acogida y generará una demanda lo suficientemente alta como para generar el nivel de ventas esperado para la sostenibilidad del mismo en el tiempo.

- Resumiendo la encuesta que se realizó para el proyecto, se pudo confirmar que existe una demanda totalmente insatisfecha en el sector y que ésta irá creciendo de manera acelerada en los siguientes años, cuando se construya las entidades gubernamentales que están en proyecto. En este caso alrededor de 300 vehículos que se parquean en los alrededores de los terrenos del estado, no podrán estacionarse cuando las construcciones se encuentren en proceso y mucho menos cuando éstas culminen.

- El lugar en donde se asentará la construcción, brinda las ventajas suficientes como para construir edificios de hasta 12 pisos, aprovechando toda la capacidad

que tiene el terreno escogido. Adicionalmente cabe recalar que la construcción se la realizará en estructura metálica lo que ahorrará costos de construcción.

- Desde el punto de vista financiero, considerando los factores analizados anteriormente, se concluye que el proyecto es financieramente factible, ya que el Valor actual Neto Ajustado del proyecto es USD 663.055,2, indicándonos una ganancia después de recuperar la inversión. Además el proyecto tiene un rendimiento mínimo requerido (CPPC) del 8.64%, y el rendimiento de los flujos de caja de proyecto (TIR) es del 11.09%, es decir 2.45 puntos más del rendimiento mínimo requerido para cubrir los costos de oportunidad y la inversión inicial.

El índice de rentabilidad resultó de usd2.11 por cada dólar recibido

6.2 RECOMENDACIONES

- Se sugiere realizar inversiones constantes con los saldos de caja para beneficio del parqueadero, ya que con este excedente se podrá obtener fondos adicionales que sean utilizados para el sustento de la empresa.

- Se sugiere a los accionistas no repartir utilidades los 3 primeros años, ya que durante este tiempo la empresa mantendría un colchón provisional que le permitiría reaccionar ante cualquier imprevisto.

- Se recomienda que se realice constantemente investigaciones de mercado que permitan obtener información actualizada del merado donde se desarrollará el

servicio, así como los cambios de aceptación de costos y preferencias de los posibles clientes, planificando estrategias según estas decisiones.

- Se recomienda que se realice un cambio de maquinaria a los 15 años por la utilización que ésta tendrá. La máquina deberá ser adquirida a través de una carta de crédito de importación con un financiamiento del 70% del pago de la misma, a 5 años plazo, como se lo hará la primera vez, con el fin de compartir el riesgo inherente que se genera al implementar un nuevo negocio.

BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación Ecuatoriana Automotriz. (2013). Cuadros Estadísticos.
2. Banco Central del Ecuador. (2013). Estadísticas Macroeconómicas. *Producto Interno Bruto*.
3. Banco Central del Ecuador. (2013). Estudio Mensual de Opinión Empresarial.
4. Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana. (Abril de 2013). *Estadísticas de crecimiento del Parque Automotor*. Obtenido de www.cinae.org.ec.
5. Contabilidad.com. (s.f.). *Conceptos, costos*. Obtenido de www.contabilidad.com
6. Distrito Metropolitano de Quito. (Mayo de 2013). *Zona Azul, por una Cultura de Reordenamiento Urbano*. Obtenido de http://policiametropolitanaquito.gob.ec/movilidadzonaazul.html
7. Hernández S., J. (2012). *Gerencia de Proyectos con Project 2010.* Colombia: ECOE Ediciones.
8. Instituto de Promoción, exportaciones e inversiones del Ecuador. (2013). Análisis del sector Automotriz.
9. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Censo Nacional Económico 2010.
10. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Encuesta de Comercio Interno. *Serie Histórica 2000-2010*.
11. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).
12. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Índice de Precios al Consumidor.
13. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). Inflación en el Ecuador.
14. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013-2014). Indicadores en el Ecuador.
15. Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing.* Prentice Hall.
16. Peña Novoa Hernán, H. (2010). *Prácticas presupuestarias para ejecutivos* (9na. ed.). Quito.
17. Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas.* México DF: Mc Graw Hill.

18. Rueda Fierro, I. (2010). *Entorno empresarial.*

19. Sapag Ch., N. (2011). *Proyectos de inversión: Formulación y evaluación* (2da. ed.). Chile: Pearson - Prentice Hall.

ANEXOS

Anexo 1: Móldelo de la Encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivo: Recabar información de las personas que poseen vehículos, frecuentan el sector de Iñaquito y requieren de un parqueadero seguro que satisfaga sus demandas.

1. ¿Posee vehículo?

   SI ( ) NO ( ) (Muchas gracias)

2. ¿Con qué frecuencia acude usted a este sector?

   1 vez por semana ( )
   2 veces por semana ( )
   3 vez por semana ( )
   Más de 3 veces por semana ( )

3. ¿Considera que existe suficientes espacios de parqueo por este sector?

   SI ( ) NO ( )

4. Usted acude a este sector por:

   Trabajo ( )
   Trámites bancarios ( )
   Trámites municipales ( )
   Otros ( )

5. ¿Dónde regularmente deja su vehículo?

   Calle ( ) Estacionamiento Público ( )
   Zona Azul ( ) Estacionamiento Privado ( )

6. De existir un parqueadero público en este sector, ¿utilizaría el mismo?

   SI ( ) NO ( )

7. ¿Preferiría utilizar un parqueadero con tecnología de punta que optimice su tiempo?

   SI ( ) NO ( )

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora o fracción de servicio de parqueadero, que cuente con todas las facilidades y seguridades?

   $1,00 ( ) $1.50 ( ) $2.00 ( ) Más de $2.0 dólares ( )

9. ¿Le convendría pagar el parqueadero mensualmente?

   SI ( ) NO ( )

10. Si su repuesta es si, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

    $30,00 ( ) $40.00 ( ) $50.00 ( )

11. ¿A través de qué medios preferiría enterarse de nuestros servicios?

    Prensa escrita ( ) Redes sociales ( ) Hojas Volantes ( )
    Empresa en la que trabaja ( ) Lugar que frecuenta ( )

12. ¿Qué características considera que debería tener el parqueadero para que deje su vehículo en este lugar? Enumere del 1 al 7 en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 7 el menos importante.

    Tecnología ( ) Buena atención ( ) Seguridad ( )
    Ser cubierto ( ) Capacidad ( ) Ubicación ( )
    Imagen ( )

Anexo 2: Balances Generales

BALANCES GENERALES AF - 1

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Caja		1.158.607	2.356.643	3.597.078	4.360.148	5.326.951	5.576.347	5.803.611	6.030.831	6.258.006	6.485.133
Inventarios		656	670	675	680	686	691	697	703	709	716
Maq. Equipo y vehiculos		3.785.992	3.613.873	3.441.754	3.269.919	3.098.083	2.926.248	2.754.412	2.582.577	2.410.741	2.238.906
terreno	672.000										
Edificio	3.133.811										
Maquinaria	150.000										
Equipo de Oficina	1.450										
Equipo de computación	850										
Activo Total		**4.945.255**	**5.971.187**	**7.039.508**	**7.630.747**	**8.425.720**	**8.503.286**	**8.558.721**	**8.614.111**	**8.669.456**	**8.724.755**
Deudas bancarias	2.666.168	2.226.841	1.744.899	1.216.208	636.233	-	-	-	-	-	-
Pasivo Total		2.226.841	1.744.899	1.216.208	636.233	-	-	-	-	-	-
Patrimonio Neto		2.718.413	4.226.287	5.823.300	6.994.513	8.425.720	8.503.286	8.558.721	8.614.111	8.669.456	8.724.755
Total Pasivo + Patrimonio Neto		**4.945.255**	**5.971.187**	**7.039.508**	**7.630.747**	**8.425.720**	**8.503.286**	**8.558.721**	**8.614.111**	**8.669.456**	**8.724.755**
Comprobacion		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Anexo 3: Parámetros o supuestos

PARÁMETROS O SUPUESTOS

SUPUESTOS PARA LAS PROYECCIONES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas		5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Cto de ventas % ventas		40%	35%	32%	29%	27%	25%	23%	21%	20%	19%
Nómina		7%	7%	7%	6%	6%	5%	5%	5%	5%	4%
Gastos Adm. y operación		4%	3%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	2%
Gto Interes		38%	27%	18%	10%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
A Impuestos		34,55%	33,70%	32,85%	32,00%	32,00%	32,00%	32,00%	32,00%	32,00%	32,00%
Días de venta		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Días de pago		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Depreciación		172.118,88	172.118,88	172.118,88	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55
Compras											
A TASA DE IMPUESTO											
IR		0,23	0,22	0,21	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
TASA IMPOSITIVA											
EBT		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
P.T.		15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
TOTAL		85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00
I.R.		19,55	18,70	17,85	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00
UTILIDAD		65,45	66,30	67,15	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00
TASA IMPOSITIVA		34,55	33,70	32,85	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
		34,55	33,70	32,85	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00

Anexo 4: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS AF - 2

PARTIDAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	604.800	689.472	774.144	858.816	943.488	1.028.160	1.112.832	1.197.504	1.282.176	1.366.848
Costo de ventas	239.370	244.630	246.552	248.241	250.266	252.344	254.478	256.668	258.916	261.223
Nómina	44.751	49.415	50.725	52.069	53.449	54.865	56.319	57.812	59.344	60.916
Gastos Adm. y operación	22.500	23.096	23.708	24.337	24.981	25.643	26.323	27.021	27.737	28.472
Depreciación	172.119	172.119	172.119	171.836	171.836	171.836	171.836	171.836	171.836	171.836
Utilidad bruta en ventas	**365.430**	**444.842**	**527.592**	**610.575**	**693.222**	**775.816**	**858.354**	**940.836**	**1.023.260**	**1.105.625**
Utilidad antes de Int e impuestos	**365.430**	**444.842**	**527.592**	**610.575**	**693.222**	**775.816**	**858.354**	**940.836**	**1.023.260**	**1.105.625**
Gto Interes	229.389	186.774	140.024	88.741	32.482	-	-	-	-	-
Resultado antes de impuestos	**136.041**	**258.068**	**387.568**	**521.834**	**660.740**	**775.816**	**858.354**	**940.836**	**1.023.260**	**1.105.625**
Impuestos	47.002	86.969	127.316	166.987	211.437	248.261	274.673	301.068	327.443	353.800
Utilidad neta	**89.039**	**171.099**	**260.252**	**354.847**	**449.303**	**527.555**	**583.681**	**639.769**	**695.817**	**751.825**

Anexo 5: Método Directo e Indirecto

FC - MÉTODO DIRECTO AF- 3

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
EBIT	365.430,22	444.841,55	527.591,99	610.574,85	693.222,10	775.815,69	858.354,21	940.836,19	1.023.260,14	1.105.624,51
Depreciación	172.118,88	172.118,88	172.118,88	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55	171.835,55
EBITDA	537.549,10	616.960,43	699.710,87	782.410,40	865.057,65	947.651,24	1.030.189,76	1.112.671,74	1.195.095,69	1.277.460,06
Inventarios	655,81	670,22	675,48	680,11	685,66	691,35	697,20	703,20	709,36	715,68
Impuestos	47.002,25	86.968,90	127.315,93	166.986,96	211.436,80	248.261,02	274.673,35	301.067,58	327.443,24	353.799,84
Cash flow operaciones	**489.891,04**	**529.321,31**	**571.719,46**	**614.743,32**	**652.935,19**	**698.698,87**	**754.819,21**	**810.900,96**	**866.943,09**	**922.944,54**
Cash flow inversiones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital pagado por deudas bancarias a lp	668.715,54	668.715,54	668.715,54	668.715,54	668.715,54	-	-	-	-	-
Dividendos				520.390	354.847	449.303	527.555	583.681	639.769	695.817
Cash flow financiamiento	**668.715,54**	**668.715,54**	**668.715,54**	**148.325,89**	**313.868,24**	**- 449.303,20**	**- 527.554,67**	**- 583.680,86**	**- 639.768,61**	**- 695.816,89**
INVERSIÓN	**1.158.606,58**	**1.198.036,85**	**1.240.434,99**	**763.069,21**	**966.803,43**	**249.395,66**	**227.264,54**	**227.220,10**	**227.174,47**	**227.127,64**
Comprobacion	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

FC - MÉTODO INDIRECTO AF - 4

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	604.800	689.472	774.144	858.816	943.488	1.028.160	1.112.832	1.197.504	1.282.176	1.366.848
Costo de ventas										
Costo de Ventas	239.370	244.630	246.552	248.241	250.266	252.344	254.478	256.668	258.916	261.223
Inventarios	656	670	675	680	686	691	697	703	709	716
Depreciaciones	172.119	172.119	172.119	171.836	171.836	171.836	171.836	171.836	171.836	171.836
Pagos totales por costo de ventas	67.907	73.182	75.109	77.086	79.116	81.200	83.339	85.535	87.790	90.104
Margen bruto en efectivo	536.893	616.290	699.035	781.730	864.372	946.960	1.029.493	1.111.969	1.194.386	1.276.744
Otros costos operativos en efectivo										
Impuestos	47.002	86.969	127.316	166.987	211.437	248.261	274.673	301.068	327.443	353.800
Total flujo de caja operativo FCO	**489.891**	**529.321**	**571.719**	**614.743**	**652.935**	**698.699**	**754.819**	**810.901**	**866.943**	**922.945**

Anexo 6: Ventas proyectadas

Ventas proyectadas REF AF - 5

Parámetros	
% creimiento ventas	14%
usd creimiento ventas	0,245

(B)

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10		
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	
Ventas	**604.800**		**689.472**		**774.144**		**858.816**		**943.488**		**1.028.160**		**1.112.832**		**1.197.504**		**1.282.176**		**1.366.848**		(A)
Costos y gastos	**468.759**	78%	**431.404**	63%	**386.576**	50%	**336.982**	39%	**282.748**	30%	**252.344**	25%	**254.478**	23%	**256.668**	21%	**258.916**	20%	**261.223**	19%	
Nómina	44.751		49.415		50.725		52.069		53.449		54.865		56.319		57.812		59.344		60.916		
Gastos Adm. y operación	22.500		23.096		23.708		24.337		24.981		25.643		26.323		27.021		27.737		28.472		
Depreciación	172.119		172.119		172.119		171.836		171.836		171.836		171.836		171.836		171.836		171.836		
Gto Interes	229.389		186.774		140.024		88.741		32.482		-		-		-		-		-		
Margen bruto	**136.041**	22%	**258.068**	37%	**387.568**	50%	**521.834**	61%	**660.740**	70%	**775.816**	75%	**858.354**	77%	**940.836**	79%	**1.023.260**	80%	**1.105.625**	81%	

Ventas detalle

Unidades parqueo	180																			
Capacidad real	100%																			
Unidades reales parqueo	180		180		180		180		180		180		180		180		180		180	
Horas por año	1.920		1.920		1.920		1.920		1.920		1.920		1.920		1.920		1.920		1.920	
Valor por hora	1,75		2,00		2,24		2,49		2,73		2,98		3,22		3,47		3,71		3,96	
Ventas totales	604.800		689.472		774.144		858.816		943.488		1.028.160		1.112.832		1.197.504		1.282.176		1.366.848	(A)

Referencias

(B) Se ha considerado un incremento en el valor del parqueadero por hora de aproximadamente un 14% anual, este incremento se puede dar ya que el valor por hora es bajo y el incremento no afectará la demanda.

Anexo 7: Nómina

REF AF - 6

Parámetros	
Inflación promedio último año	2,65%

A

	AÑO 1												
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	
Empleado	450	12	5.400	38	12	450	340	-	340	5.400	11,15%	602	**6.792**
Administrador	1.100	12	13.200	92	12	1.100	340	-	340	13.200	11,15%	1.472	**16.112**
Gerente	1.500	12	18.000	125	12	1.500	340	-	340	18.000	11,15%	2.007	**21.847**
TOTAL													**44.751**

	AÑO 2															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	462	12	5.543	38	12	462	349	-	349	5.543	11,15%	618	6.161	8,33%	513	**7.485**
Administrador	1.129	12	13.550	94	12	1.129	349	-	349	13.550	11,15%	1.511	15.061	8,33%	1.255	**17.793**
Gerente	1.540	12	18.477	128	12	1.540	349	-	349	18.477	11,15%	2.060	20.537	8,33%	1.711	**24.137**
TOTAL																**49.415**

	AÑO 3															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	474	12	5.690	40	12	474	358	-	358	5.690	11,15%	634	6.324	8,33%	527	**7.684**
Administrador	1.159	12	13.909	97	12	1.159	358	-	358	13.909	11,15%	1.551	15.460	8,33%	1.288	**18.265**
Gerente	1.581	12	18.967	132	12	1.581	358	-	358	18.967	11,15%	2.115	21.081	8,33%	1.756	**24.776**
TOTAL																**50.725**

	AÑO 4															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	487	12	5.841	41	12	487	368	-	368	5.841	11,15%	651	6.492	8,33%	541	**7.887**
Administrador	1.190	12	14.277	99	12	1.190	368	-	368	14.277	11,15%	1.592	15.869	8,33%	1.322	**18.749**
Gerente	1.622	12	19.469	135	12	1.622	368	-	368	19.469	11,15%	2.171	21.640	8,33%	1.803	**25.433**
TOTAL																**52.069**

	AÑO 5															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	500	12	5.996	42	12	500	377	-	377	5.996	11,15%	669	6.664	8,33%	555	**8.096**
Administrador	1.221	12	14.656	102	12	1.221	377	-	377	14.656	11,15%	1.634	16.290	8,33%	1.357	**19.246**
Gerente	1.665	12	19.985	139	12	1.665	377	-	377	19.985	11,15%	2.228	22.214	8,33%	1.850	**26.107**
TOTAL																**53.449**

	AÑO 6															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	513	12	6.154	43	12	513	388	-	388	6.154	11,15%	686	6.841	8,33%	570	**8.311**
Administrador	1.254	12	15.044	104	12	1.254	388	-	388	15.044	11,15%	1.677	16.722	8,33%	1.393	**19.756**
Gerente	1.710	12	20.515	142	12	1.710	388	-	388	20.515	11,15%	2.287	22.802	8,33%	1.899	**26.799**
TOTAL																**54.865**

	AÑO 7															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	526	12	6.318	44	12	526	398	-	398	6.318	11,15%	704	7.022	8,33%	585	**8.531**
Administrador	1.287	12	15.443	107	12	1.287	398	-	398	15.443	11,15%	1.722	17.165	8,33%	1.430	**20.279**
Gerente	1.755	12	21.058	146	12	1.755	398	-	398	21.058	11,15%	2.348	23.406	8,33%	1.950	**27.509**
TOTAL																**56.319**

	AÑO 8															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	540	12	6.485	45	12	540	408	-	408	6.485	11,15%	723	7.208	8,33%	600	**8.757**
Administrador	1.321	12	15.852	110	12	1.321	408	-	408	15.852	11,15%	1.768	17.620	8,33%	1.468	**20.817**
Gerente	1.801	12	21.616	150	12	1.801	408	-	408	21.616	11,15%	2.410	24.027	8,33%	2.001	**28.238**
TOTAL																**57.812**

	AÑO 9															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	555	12	6.657	46	12	555	419	-	419	6.657	11,15%	742	7.399	8,33%	616	**8.989**
Administrador	1.356	12	16.272	113	12	1.356	419	-	419	16.272	11,15%	1.814	18.087	8,33%	1.507	**21.368**
Gerente	1.849	12	22.189	154	12	1.849	419	-	419	22.189	11,15%	2.474	24.663	8,33%	2.054	**28.986**
TOTAL																**59.344**

	AÑO 10															
	Mensual			Decimo tercero			Decimo cuarto			Aporte IESS			Fondos de reserva			TOTAL
	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	meses	total	Sueldo	%	total	Sueldo	%	total	
Empleado	569	12	6.833	47	12	569	430	-	430	6.833	11,15%	762	7.595	8,33%	633	**9.227**
Administrador	1.392	12	16.703	116	12	1.392	430	-	430	16.703	11,15%	1.862	18.566	8,33%	1.547	**21.935**
Gerente	1.898	12	22.777	158	12	1.898	430	-	430	22.777	11,15%	2.540	25.317	8,33%	2.109	**29.754**
TOTAL																**60.916**

REFERENCIA

(A) Inflación se obtuvo del promedio de las inflaciones consideradas del período marzo 2013- marzo 2014. Información obtenida de la página web del Banco Central de Ecuador. Con esta inflación se incrementa el valor de los sueldos anualmente

Anexo 8: Tabla de amortización

Tabla de amortización REF AF - 7

Parámetros	
Capital	2.666.168
Tasa de Interés efectivo	9,29%
Tasa de Interés nominal	8,92%
Plazo en meses	60
Frecuencia en el año	12

A

Fecha de inicio de la tabla	Mes	Dia	Año
	1	15	2014
Periodo de gracia en meses	0		

Resumen

	2014	2015	2016	2017	2018
Capital	439.327	481.942	528.691	579.975	636.233
Gto Interes	229.389	186.774	140.024	88.741	32.482
Saldo deuda	670.730	670.731	670.732	670.733	670.734

Número pagos	Fecha	Pago de Capital	Pago de Interes	Dividendo	CAPITAL Pendiente
1	14-feb-14	35.077,12	20.649,18	55.726,29	2.631.090,88
2	16-mar-14	35.348,78	20.377,51	55.726,29	2.595.742,10
3	15-abr-14	35.622,56	20.103,74	55.726,29	2.560.119,54
4	15-may-14	35.898,45	19.827,84	55.726,29	2.524.221,09
5	14-jun-14	36.176,48	19.549,82	55.726,29	2.488.044,61
6	14-jul-14	36.456,66	19.269,63	55.726,29	2.451.587,95
7	13-ago-14	36.739,02	18.987,28	55.726,29	2.414.848,93
8	12-sep-14	37.023,56	18.702,74	55.726,29	2.377.825,38
9	12-oct-14	37.310,30	18.416,00	55.726,29	2.340.515,08
10	11-nov-14	37.599,26	18.127,03	55.726,29	2.302.915,82
11	11-dic-14	37.890,46	17.835,83	55.726,29	2.265.025,35
12	10-ene-15	38.183,92	17.542,37	55.726,29	2.226.841,43
13	09-feb-15	38.479,65	17.246,64	55.726,29	2.188.361,78
14	11-mar-15	38.777,67	16.948,62	55.726,29	2.149.584,10
15	10-abr-15	39.078,00	16.648,29	55.726,29	2.110.506,10
16	10-may-15	39.380,66	16.345,64	55.726,29	2.071.125,44
17	09-jun-15	39.685,66	16.040,64	55.726,29	2.031.439,79
18	09-jul-15	39.993,02	15.733,28	55.726,29	1.991.446,77
19	08-ago-15	40.302,76	15.423,54	55.726,29	1.951.144,01
20	07-sep-15	40.614,90	15.111,40	55.726,29	1.910.529,11
21	07-oct-15	40.929,46	14.796,84	55.726,29	1.869.599,66
22	06-nov-15	41.246,45	14.479,84	55.726,29	1.828.353,21

Número pagos	Fecha	Pago de Capital	Pago de Interes	Dividendo	CAPITAL Pendiente
23	06-dic-15	41.565,90	14.160,39	55.726,29	1.786.787,31
24	05-ene-16	41.887,82	13.838,47	55.726,29	1.744.899,48
25	04-feb-16	42.212,24	13.514,05	55.726,29	1.702.687,24
26	05-mar-16	42.539,17	13.187,13	55.726,29	1.660.148,07
27	04-abr-16	42.868,63	12.857,66	55.726,29	1.617.279,44
28	04-may-16	43.200,64	12.525,65	55.726,29	1.574.078,80
29	03-jun-16	43.535,23	12.191,07	55.726,29	1.530.543,57
30	03-jul-16	43.872,40	11.853,89	55.726,29	1.486.671,17
31	02-ago-16	44.212,19	11.514,10	55.726,29	1.442.458,98
32	01-sep-16	44.554,61	11.171,69	55.726,29	1.397.904,37
33	01-oct-16	44.899,68	10.826,62	55.726,29	1.353.004,69
34	31-oct-16	45.247,42	10.478,87	55.726,29	1.307.757,27
35	30-nov-16	45.597,86	10.128,44	55.726,29	1.262.159,41
36	30-dic-16	45.951,01	9.775,29	55.726,29	1.216.208,40
37	29-ene-17	46.306,89	9.419,40	55.726,29	1.169.901,51
38	28-feb-17	46.665,54	9.060,76	55.726,29	1.123.235,97
39	30-mar-17	47.026,96	8.699,34	55.726,29	1.076.209,02
40	29-abr-17	47.391,17	8.335,12	55.726,29	1.028.817,84
41	29-may-17	47.758,21	7.968,08	55.726,29	981.059,63
42	28-jun-17	48.128,10	7.598,20	55.726,29	932.931,53
43	28-jul-17	48.500,84	7.225,45	55.726,29	884.430,69
44	27-ago-17	48.876,48	6.849,82	55.726,29	835.554,21
45	26-sep-17	49.255,02	6.471,28	55.726,29	786.299,19
46	26-oct-17	49.636,49	6.089,80	55.726,29	736.662,70
47	25-nov-17	50.020,92	5.705,37	55.726,29	686.641,78
48	25-dic-17	50.408,33	5.317,97	55.726,29	636.233,45
49	24-ene-18	50.798,74	4.927,56	55.726,29	585.434,71
50	23-feb-18	51.192,17	4.534,13	55.726,29	534.242,54
51	25-mar-18	51.588,65	4.137,65	55.726,29	482.653,90
52	24-abr-18	51.988,19	3.738,10	55.726,29	430.665,70
53	24-may-18	52.390,84	3.335,46	55.726,29	378.274,87
54	23-jun-18	52.796,60	2.929,70	55.726,29	325.478,27
55	23-jul-18	53.205,50	2.520,79	55.726,29	272.272,77
56	22-ago-18	53.617,57	2.108,72	55.726,29	218.655,20
57	21-sep-18	54.032,83	1.693,46	55.726,29	164.622,36
58	21-oct-18	54.451,31	1.274,98	55.726,29	110.171,05
59	20-nov-18	54.873,03	853,26	55.726,29	55.298,02
60	20-dic-18	55.298,02	428,28	55.726,29	0,00
	TOTAL				

REFERENCIA

(A) Tasa de interés nominal obtenida del sistema financiero donde se menciona que los

préstamos que superan un millon de dolares les corresponde una tasa corporativa

Anexo 9: Gatos Administrativos y operativos

Gastos Adm. y operación

REF AF - 8

Parámetros	
Inflación promedio último año	2,65%

A

	AÑO 1			AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	Mensual	Meses	Ano									
Serivicios Basicos	365	12	4.380									
Agua	60											
Luz	260											
Telefono/internet	45											
Mantenimiento maquinaria	200	12	2.400									
Mantenimiento instalaciones	450	12	5.400									
Servicios contables	800	12	9.600									
Otros	60	12	720									
TOTAL			22.500	23.096	23.708	24.337	24.981	25.643	26.323	27.021	27.737	28.472

REFERENCIA

A Inflación se obtuvo del promedio de las inflaciones consideradas del período marzo 2013- marzo 2014. Información obtenida de la página web del Banco Central de Ecuador. Con esta inflación se incrementa el valor de los gastos administrativos y de operacíon anualmente

Anexo 10: Depreciación

Activo	% depreciacion	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación
Edificio	5,00%	3.133.811	156.691	2.977.120	156.691	2.820.430	156.691	2.663.739	156.691	2.507.049	156.691
Maquinaria	10,00%	150.000	15.000	135.000	15.000	120.000	15.000	105.000	15.000	90.000	15.000
Equipo de Oficina	10,00%	1.450	145	1.305	145	1.160	145	1.015	145	870	145
Equipo de computación	33,33%	850	283	567	283	283	283	-	-	-	-
TOTAL		3.286.111	**172.119**	3.113.992	**172.119**	2.941.873	**172.119**	2.769.754	**171.836**	2.597.919	**171.836**

Activo	% depreciacion	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
		Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación	Valor actual	Depreciación
Edificio	5,00%	2.350.358	156.691	2.193.668	156.691	2.036.977	156.691	1.880.287	156.691	1.723.596	156.691
Maquinaria	10,00%	75.000	15.000	60.000	15.000	45.000	15.000	30.000	15.000	15.000	15.000
Equipo de Oficina	10,00%	725	145	580	145	435	145	290	145	145	145
Equipo de computación	33,33%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL		2.426.083	**171.836**	2.254.248	**171.836**	2.082.412	**171.836**	1.910.577	**171.836**	1.738.741	**171.836**

REFERENCIA

A Los activos se deprecian de la siguiente manera: edificio 5% anual por 20 años; maquinaria y equipo de oficina 10% anual por 10 años; equipo de computación 33.33% anual por 3 años

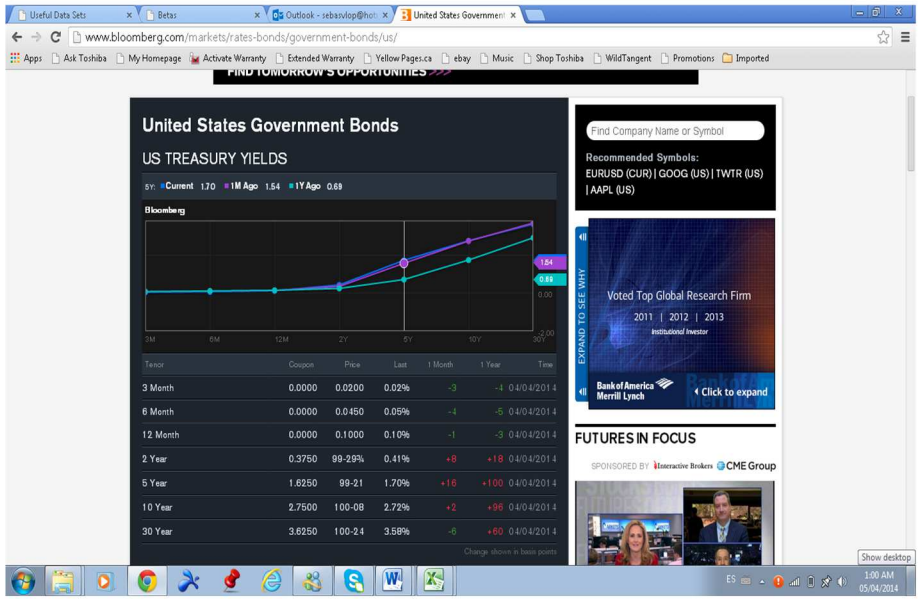
Anexo 11: KE desapalancado

Ke desapalancado REF AF - 10

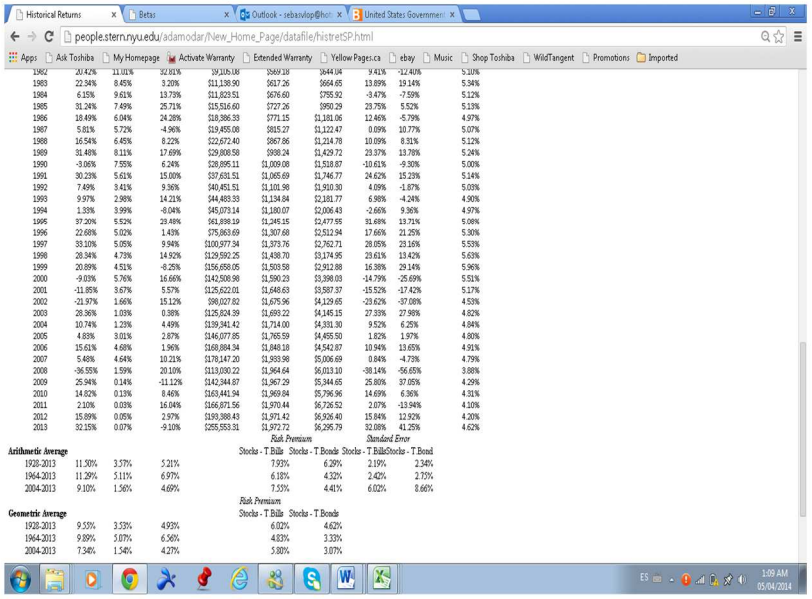
A	**Risk Free**	1,6250
B	**Beta desapalancado**	0,4200
C	**Risk premium**	4,410
D	**EMBI (Riesgo pais)**	5,3500
E	**ke desap. Ecuador**	8,827%

REFERENCIAS

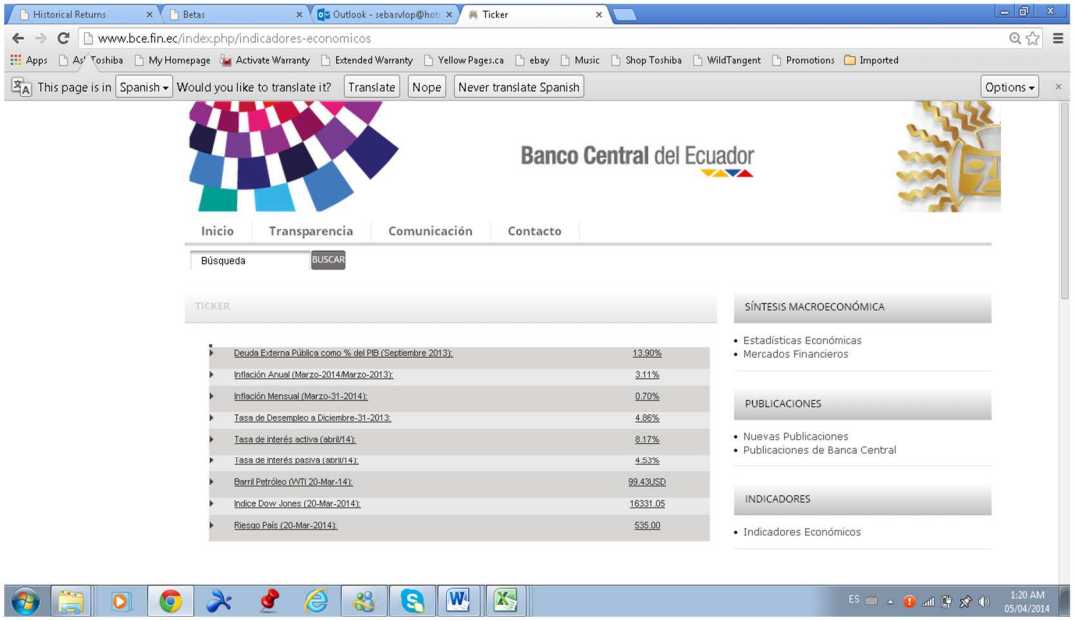
A Risk Free(riesgo de bonos del estado Estados Unidos, libre de riesgo)



C Risk premium, considerado por la ganancia de los bonos del estado de Estados Unidos.



D Riesgo país



E ke desap. Ecuador, se obtiene de la suma de los factores anteriores

Anexo 12: Costo promedio ponderado de capital

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL REF AF - 11

AÑO

VAN BASICO	$578.244,88	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FCL			$ 489.891	$ 529.321	$ 571.719	$ 614.743	$ 652.935	$ 698.699	$ 754.819	$ 810.901	$ 866.943	$ 922.945
Ke desap	8,83%	- 3.958.111	450.155	446.935	443.579	438.272	427.743	420.596	417.523	412.162	404.905	4.487.227

A

B

AÑO

VP DE LA DEUDA	84.810,30	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Capital		2.666.168,00	-439.326,57	-481.941,95	-528.691,08	-579.974,96	-636.233,45	-	-	-	-	-
Interés			-229.388,97	-186.773,59	-140.024,46	- 88.740,58	- 32.482,09	-	-	-	-	-
FCL			-668.715,54	-668.715,54	-668.715,54	-668.715,54	-668.715,54					
kd	9,29%											

CPPC	Monto	Procentaje
Valor de interés	3.958.111	
Capital	1.291.943	0,33
Deuda	2.666.168	0,67
Impuestos		0,33

Total Valor actual Ajustado	663.055,2
Tasa interna de retorno TIR	11,09%
VAN	340.030
CPPC	8,64%
kd	9,3%
Ke ap	13,52%
ke des	8,83%

Indice de rentabilidad	2,11
Valor presente de los flujos	8.349.098
Inversión Inicial	3.958.111

C

Referencias

A Se obtiene el valor presente de cada flujo

B Al ser un proyecto que seguirá en marcha despues del año 10, se debe considerar que este flujo es una perpetuiddad, por lo que se le divide para el CPPC o rendimiento de la inversión.

C Indice de Rentabilidad menciona que por cada dólar invertido se obtiene USD2.11 dolares

Anexo 13: Presupuesto costo construcción

Datos generales

Area total del terreno	840	metros cuadrados
No. de pisos	12 plantas y 4 subsuelos	
No. de estacionamientos	180	
No. De Oficinas	1	
No. De bodegas maquinas	2	
Area útil construcción	484	metros cuadrados
Construcción total	4.006	metros cuadrados
Pisos	15	

Inversión total	3.808.811,42	
Inversion Inst. Privada	571.321,71	15,00%
Inversion Inst. publica	571.321,71	15,00%
Inversion Inst. financiera	2.666.167,99	70,00%

Presupuesto REF PS - 1

DETALLE DE COSTO DEL TERRENO		
Area total en m2	840	
Valor m2	800	
TOTAL COSTO TERRENO	**672.000**	**17,6%**
DETALLE DE COSTOS DIRECTOS CONSTRUCCION		
Obras preliminares		
(incluye materiales y mano de obra)	101.611	2,67%
mvimientos de tierras	126.368	3,32%
estructura	721.008	18,93% (A)
albañileria basica	366.704	9,63%
instalaciones electricas	155.315	4,08%
instalaciones hidrosanitarias	97.421	2,56%
equipos	259.295	6,81%
entrega	99.706	2,62%
seguridad industrial	96.278	2,53%
generales de obra	136.271	3,58%
TOTAL COSTOS DIRECTOS	**2.159.977**	**56,71%**
DETALLE DE COSTOS INDIRECTOS CONSTRUCCION		
Estudios	93.411,10	2,45%
Honorarios	590.335,32	15,50%
tasas e impuestos	181.013,76	4,75%
plusvaias	112.074,28	2,94%
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	**976.834**	**25,65%**
TOTAL COSTO PROYECTADO	**3.808.811**	**100,0%**
COSO CONSTRUCCIÓN	**3.136.811**	

Referencias

(A) Se realizó la cotización de la construcción del metro cuadrado en estructura metalica, donde el costo por metro cuadado es de USD 180, multiplicado por la constrcción total de 4.006mts2, resulta el valor total de construcción.