



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

***“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DEL
PARQUADERO EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE
ESMERALDAS”***

**Monografía previa a la obtención del título de
Ingeniero Comercial**

Autor: Félix López Arce

Director: Ec. María Eugenia Elizalde

Cuenca, Ecuador

2012

Tabla de Contenido

| | |
|--|----|
| CAPITULO I | 2 |
| LA EMPRESA..... | 2 |
| INTRODUCCION | 2 |
| 1 Aspectos relevantes de la empresa | 2 |
| 1.1 Misión | 2 |
| 1.2 Visión | 2 |
| 1.3 Estructura organizacional del Parquadero. | 3 |
| 1.4 Estructura jurídica | 4 |
| 1.4.1 Constitución de la empresa | 4 |
| 1.4.2 Permisos de funcionamiento | 4 |
| 1.5 Diagnóstico actual de la empresa | 5 |
| 1.5.1 Cinco Fuerzas Competitivas de Porter | 5 |
| 1.5.2 Análisis F.O.D.A. para la apertura del Parquadero en el centro de la ciudad de Esmeraldas | 9 |
| CAPITULO II | 13 |
| 2 ESTUDIO DE MERCADO..... | 13 |
| 2.1 Objetivo general de la investigación | 13 |
| 2.2 Objetivos específicos de la investigación | 13 |
| 2.3 Acciones posteriores | 14 |
| 2.4 Metodología de la investigación. | 14 |
| 2.4.1 Estudio exploratorio | 14 |
| 2.4.2 Estudio concluyente | 15 |
| 2.5 Segmentación | 15 |
| 2.6 Selección de la muestra | 15 |
| 2.7 Estudio de la competencia. | 19 |
| 2.7.1 Competencia directa | 19 |
| 2.8 Plan de marketing | 20 |
| 2.8.1 Servicio | 20 |
| 2.8.2 Precio | 22 |
| 2.8.3 PLAZA | 22 |
| 2.8.4 Promoción | 23 |
| 3 ESTUDIO FINANCIERO | 28 |
| 3.1 Plan de inversión | 28 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1.1 | Inversión inicial en activos | 29 |
| 3.1.2 | Inversión inicial en diferidos..... | 32 |
| 3.1.3 | Inversión inicial en capital de trabajo..... | 35 |
| 3.2 | Plan de financiamiento | 36 |
| 3.3 | Análisis de costos | 36 |
| 3.4 | Evaluación financiera | 49 |
| 3.4.1 | Flujo de caja | 49 |
| 3.4.2 | Análisis de rentabilidad..... | 52 |
| 3.4.3 | Razones financieras..... | 54 |
| 3.5 | Punto de equilibrio | 58 |
| 4 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 61 |
| 5 | ANEXOS | 62 |
| 6 | BIBLIOGRAFIA..... | 68 |

RESUMEN

En la presente monografía se ha realizado un Plan de Negocios para la apertura de un Parqueadero Público; la idea del negocio es brindar a la ciudadanía esmeraldeña un parqueadero que cuenta con más de 750 m² de terreno el cual se distribuirá en 50 espacios de parqueo que serán puestos a disposición de sus clientes.

Las características del inmueble sumado a su localidad estratégica hacen de este un negocio atractivo, ya que se encuentra situado en el centro de Esmeraldas. Esto permitirá que las personas que van al centro de la ciudad eviten los continuos estancamientos de tráfico facilitándoles así el ingreso y salida del mismo.

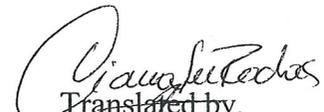
ABSTRACT

The present research project is a Business Plan for the opening of a Public Parking space in the city of Esmeraldas. The intention of the business is to provide the citizens of Esmeraldas with a 750 m² parking lot that will be distributed in 50 parking spaces.

The characteristics of this area and its strategic localization make this business attractive, since it's located in the center of Esmeraldas. This will allow people who go to the downtown part of the city to avoid traffic jams, which will facilitate their entrance and exit to this area.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
DPTO. IDIOMAS



Translated by,
Diana Lee Rodas

Plan de Negocios para la apertura del Parqueadero en el centro de la ciudad de Esmeraldas

INTRODUCCION

Esmeraldas es una ciudad que ha experimentado un “crecimiento del 20% anual en el parque automotor a partir del año 2007, y actualmente cuenta con 16.462 vehículos”¹, haciendo que el centro de la ciudad y sus alrededores sea un caos al momento de estacionar los vehículos.

El tráfico vehicular, en el centro de la ciudad no ha sido satisfecho completamente en cuanto a plazas de parqueo, en respuesta a esta demanda, se ha visto la necesidad de crear un Parqueadero en la ciudad de Esmeraldas cuya localidad tiene una ventaja competitiva, pues al estar situado en el centro se pretende que las personas que transiten en esta zona eviten los continuos estancamientos de tráfico vehicular en esta zona céntrica y se sientan seguros al dejar su vehículo en manos de personal honrado y responsable.

Su principal actividad será brindar un servicio de óptima calidad con responsabilidad y seguridad haciendo de esta manera que el usuario de nuestro servicio se sienta seguro de dejar su vehículo en nuestras instalaciones.

La creación de nuestra empresa a parte de brindar calidad en el servicio, generara plazas de trabajo lo que nos permite ser un aporte para la sociedad.

¹ Comisión de transito de Esmeraldas

CAPITULO I

LA EMPRESA

INTRODUCCION

El presente capítulo se refiere al conocimiento general e íntegro de la empresa, el cual es necesario para un análisis minucioso de la situación actual de la empresa, detalle de la actividad comercial, su estructura organizativa, su misión, visión, políticas y estrategias que son guías esenciales para lograr los objetivos trazados, así como un detalle de los socios, además se señala el marco legal que rige su actividad económica.



Figura 1.1 Trafico en el centro de la ciudad.

Fuente: Diario la hora Esmeraldas.

1 Aspectos relevantes de la empresa

1.1 Misión

Poner a disposición de la ciudadanía espacios cómodos de parqueo que faciliten su estacionamiento además brindar un servicio cordial, confiable y seguro para nuestros clientes y sus vehículos.

1.2 Visión

Ser una empresa de prestigio reconocida principalmente por la seguridad y confianza que brindamos a los clientes en el parqueadero.

1.3 Estructura organizacional del Parqueadero.

Nuestro parqueadero tendrá una estructura organizacional pequeña y se especificara el rol que desempeñara cada persona dentro del negocio.

Cabe señalar que las relaciones que debe existir entre el personal de trabajo son muy importantes para el buen funcionamiento de cualquier empresa ya que cada trabajador debe conocer el rol que desempeña y el de sus compañeros para que ninguno de los aspectos de trabajo estén descuidados y se cumplan los objetivos de la empresa y las expectativas de los clientes; para esto es necesario delegar las funciones a cada trabajador, tomando en cuenta que todas las actividades están relacionadas entre sí.

Los propietarios de la empresa somos miembros de un mismo núcleo familiar y estaremos al frente del negocio, nuestra motivación principal es obtener rentabilidad e independencia económica además de generar fuentes de trabajo y brindar un servicio de calidad a la sociedad Esmeraldeña.

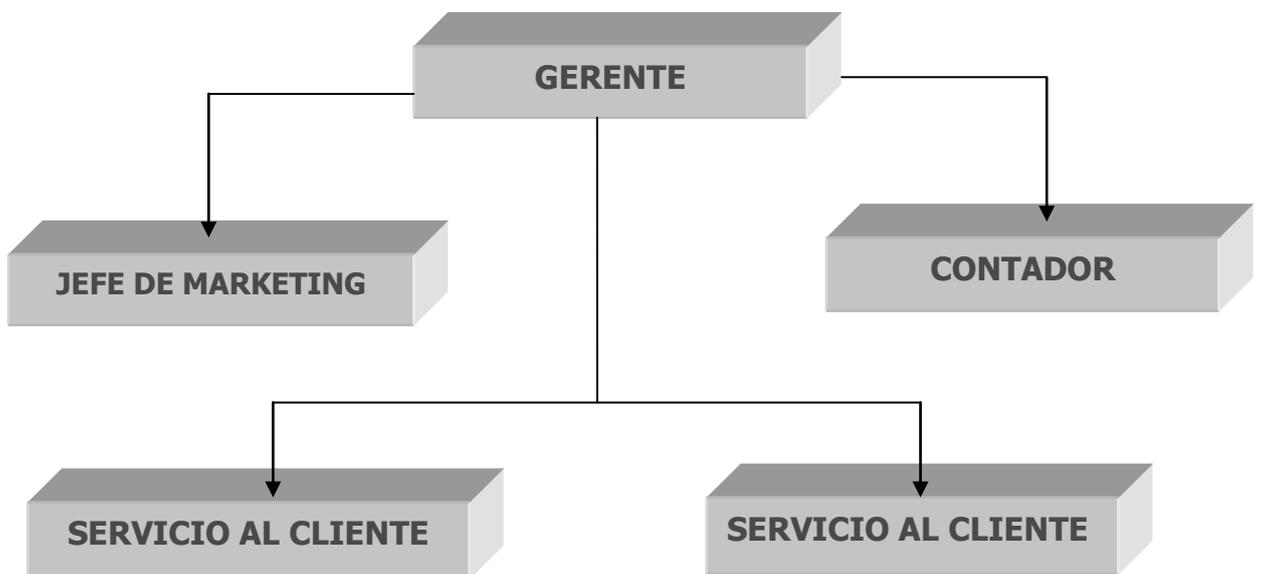


Figura 1.2. Organigrama Empresarial de Parqueadero
Realizado por: Félix López

1.4 Estructura jurídica

1.4.1 Constitución de la empresa

Estará constituida como una sociedad limitada conformada por tres socios de acuerdo a las disposiciones de la Ley de Compañías.

Se deberá obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas para posteriormente continuar con los permisos correspondientes en el Municipio de Esmeraldas.

1.4.2 Permisos de funcionamiento

Como toda empresa antes de iniciar su funcionamiento debe contar con manuales y reglamentos de procedimientos que deben ser aprobados y también deberá contar el permiso municipal y sobre todo deberá obtener la patente municipal, documento obligatorio para ejercer el funcionamiento normal de la Empresa, para esto se deberá llenar un formulario de Certificado de afección y línea de fábrica y otros requisitos como: escrituras legalmente inscritas, copia de la carta de pago del año en curso, copia de la cédula, levantamiento planimétrico digital, etc.

- ✓ El valor de la patente varía dependiendo de la actividad de cada negocio. Para la obtención de este permiso, previamente se debe obtener permiso sanitario que también otorga la Municipalidad de Esmeraldas luego de constatar la calidad de suelo, impacto ambiental y sobre todo la infraestructura de la Empresa para poder tener este permiso se debe presentar los siguientes documentos:
- ✓ Presentar certificación otorgada por la Dirección Provincial de Salud de Esmeraldas. Este tipo de certificado se otorga dependiendo el tipo de negocio, para el caso de parqueaderos de primera clase el costo sería aproximadamente de 40 dólares.
- ✓ Permiso concedido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Esmeraldas.²: para obtener el permiso se realizara una inspección del lugar donde se va a emprender el negocio, en la inspección se analizan los requisitos de señalización y medidas preventivas en caso de

² Información proporcionada por el Benemérito cuerpo de Bomberos.

incendios necesarias para el tipo de negocio y su costo depende del área del mismo, para el caso del negocio informaron que le valor sería aproximadamente de 30 dólares.

- ✓ Plano arquitectónico legalizado que cumpla con los requisitos de dimensión de las diferentes áreas del parqueadero, distribución de espacios para estacionamiento, iluminación, baños, etc.

1.5 Diagnóstico actual de la empresa

1.5.1 Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.

Para realizar el análisis actual de la empresa se utilizará el modelo de las cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter el mismo que permitirá realizar un análisis externo de la empresa a través del análisis de la industria o sector al que pertenece; el mismo que ayudara a diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas y tomar decisiones claras para entrar o no en el mercado de los parqueaderos.

A partir de este modelo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir. Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, pocos competidores y sin sustitutos importantes.

El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimiento de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, por lo tanto, el atractivo de la industria.

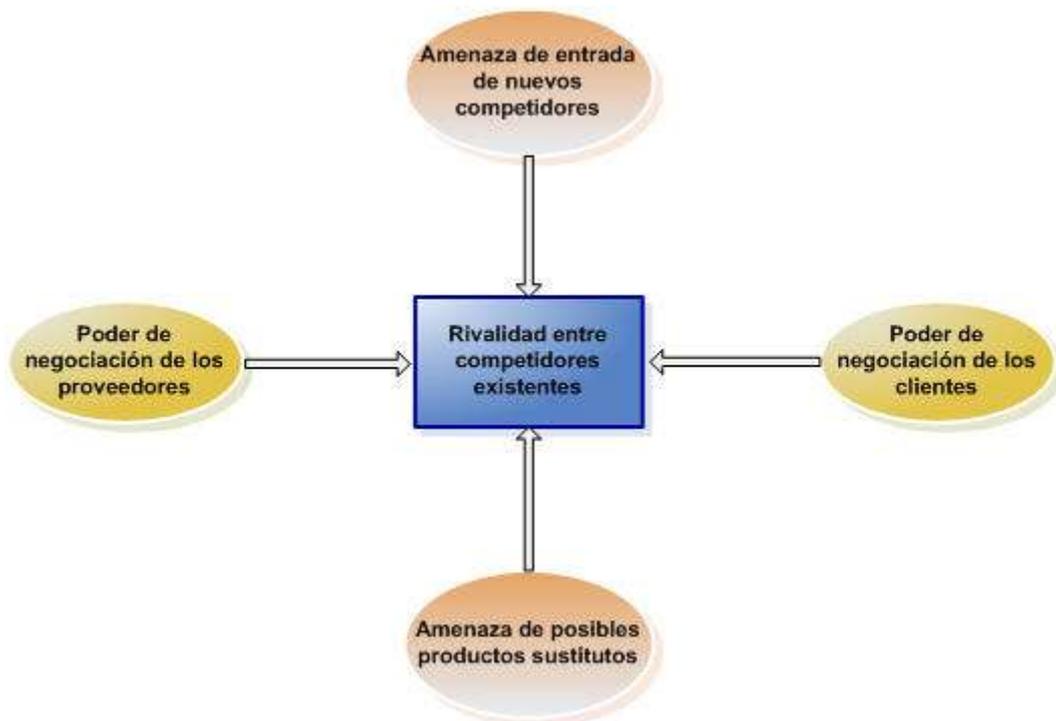


Figura 1.2. Cuadro de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

“Un segmento no es atractivo si se puede atraer a nuevos competidores que llegaran con nueva capacidad, recursos sustanciales e impulso para el aumento de la participación de mercado. La pregunta se reduce a si el nuevo entrante puede penetrar fácilmente. Sera difícil si existen barreras elevadas para entrar en el mercado. Cuanto más débiles sean las barreras de entradas y el deseo de represalia, menos atractivo es el segmento”³.

En Esmeraldas no existe una barrera de entrada al mercado de los parqueaderos públicos, por el contrario cualquier persona puede abrir las puertas de un nuevo negocio de este tipo, debido a la gran demanda que existe en el centro de la ciudad, además las reglamentaciones municipales y jurídicas no son una limitante para emprender este tipo de negocio.

Por lo tanto, se puede concluir que el atractivo para la industria es bajo y la amenaza es alta.

³ KOTLER, PHILIP, “Dirección de Marketing”. Prentice-Hall. México 2001. Pág. 314

✓ **La rivalidad entre los competidores**

“Un segmento no es atractivo si ya contiene competidores numerosos, fuertes o agresivos. El cuadro es todavía peor si el segmento es estable o está en decadencia, si los aumentos de capacidad se hacen con grandes incrementos, si los costos fijos son altos, si las barreras de salida son elevadas o si los competidores están bien firmes en el segmento. Estas condiciones llevarían a frecuentes guerras de precios, batallas publicitarias e introducciones de nuevos productos, y a la empresa le costara más poder competir”.⁴

La competencia para el negocio dentro de la ciudad es mínima ya que solo existe un parqueadero que no cuenta con las garantías necesarias de seguridad y buen servicio.

Además dicho parqueadero se encuentra a 5 cuadras de distancia por lo que esto representa una ventaja para el negocio.

Finalmente la ubicación privilegiada al estar en pleno casco comercial donde se encuentra la zona bancaria y locales comerciales hará que la empresa tenga una demanda satisfactoria. Por lo tanto, el atractivo para la industria es alto.

• **Poder de negociación de los proveedores**

“Un segmento no es atractivo si los proveedores de la empresa (proveedores de materias primas, equipo, servicios públicos, bancos, asociaciones comerciales, etc.) pueden elevar sus precios y reducir la calidad o cantidad de los bienes y servicios ordenados los proveedores tienden a ser poderosos cuando están concentrados u organizados, cuando existen pocos sustitutos, cuando el producto suministrado es un consumo importante, cuando los costos de cambio son elevados y cuando los proveedores pueden integrarse hacia adelante. La mejor defensa es estructurar buenas relaciones con los proveedores y tener múltiples fuentes de abastecimiento.”⁵

⁴ KOTLER, PHILIP, “Dirección de Marketing”.Prentice-Hall México 2001. Pág. 314

⁵ KOTLER, PHILIP, “Dirección de Marketing”.Prentice-Hall México, 2001. Pág. 315

En el parqueadero los proveedores serán únicamente los que se contraten para la remodelación del terreno en donde funcionara el negocio; y por otra parte las empresas que nos proveerán de materiales de oficina; los mismos que al existir muchos ofertantes, la empresa tendrá la posibilidad de escoger la mejor opción; por lo tanto, el poder de negociación de los proveedores es bajo y el atractivo para la industria es alto.

- **Poder de negociación de los compradores**

“Un segmento no es atractivo si los compradores poseen un fuerte o creciente poder de negociación, los compradores trataran de hacer que los precios bajen demandaran mejor calidad o servicios y pondrán a los competidores unos en contra de otros, todo esto a expensas de la rentabilidad del vendedor. El poder de negociación de los compradores aumenta cuando estos están más concentrados u organizados, cuando el producto representa una parte importante de los costos de los compradores, cuando el producto no es diferenciado, cuando los costos de cambio de los compradores son bajos, cuando los compradores son sensitivos al precio debido a las bajas utilidades o cuando los compradores pueden integrarse hacia atrás. Para defenderse los vendedores podrían seleccionar los compradores que posean el menor poder de negociación o de cambio de proveedores. Una mejor defensa consiste en desarrollar ofertas superiores que no puedan rechazar los compradores.”⁶

Para este caso, al no existir varios competidores en todo el Centro de la ciudad con el servicio de parqueaderos, los compradores no tienen la facilidad de escoger.

Analizando el servicio que ofrece el Parqueadero de la competencia, puedo decir que existe una ventaja al ofrecer un servicio personalizado, seguro, bajo una infraestructura adecuada y con un personal eficiente; por otro lado, la ubicación del negocio es privilegiada, y al no existir un competidor directo los clientes ocuparán el servicio al no tener otras alternativas cercanas.

Por lo tanto el poder de negociación de los clientes es bajo y el atractivo para la industria es alto.

⁶ KOTLER, PHILIP, “Dirección de Marketing”. Prentice-Hall México. 2001. Pág. 314

✓ Amenaza de ingreso de productos sustitutos

“Un segmento no es atractivo si existen sustitutos reales o potenciales de producto. Los sustitutos limitan los precios y utilidades potenciales que pueden obtener en un segmento. La empresa debe observar de cerca las tendencias de precios en los sustitutos. Si a tecnología avanza o la competencia aumenta en estas industrias sustitutas, es probable que los precios y utilidades entren en el segmento.”⁷

En este tipo de servicio no existe un sustituto perfecto más que la competencia que no es considerado como sustituto.

Por lo tanto, el atractivo para la industria es alto ya que la amenaza es baja.

| FUERZA COMPETITIVA | ATRACTIVO DE LA INDUSTRIA | | |
|--|---------------------------|-------|------|
| | BAJO | MEDIO | ALTO |
| Rivalidad de competidores existentes | | | X |
| Nuevos Entrantes | X | | |
| Productos Sustitutos | | | X |
| Poder de negociación de los proveedores | | | X |
| Poder de negociación de los clientes | | | X |
| ATRACTIVO TOTAL PARA LA INDUSTRIA | | | X |

Tabla 1.1. Resumen de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter

1.5.2 Análisis F.O.D.A. para la apertura del Parqueadero en el centro de la ciudad de Esmeraldas

“El análisis FODA permitirá a la organización definir estrategias para aprovechar las fortalezas, revisar y prevenir el efecto de sus debilidades, anticiparse para aprovechar al máximo las oportunidades y prevenir con oportunidad el efecto de las amenazas.”⁸

⁷ KOTLER, PHILIP, “Dirección de Marketing”. Prentice-Hall México 2001. Pág. 314

⁸ NORTH RIDGE BUSINESS SCHOOL Programa de marketing y Administración de empresas nivel 1

Esta herramienta permitirá realizar un análisis actual a la situación del parqueadero permitiendo obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas de la empresa.

“Fortalezas: Son actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan en el logro de los objetivos de una institución.

Oportunidades: Son eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de esto, si se aprovechan de forma oportuna y adecuada.

Debilidades: Son actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa.

Amenazas: Son eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo.”⁹

Fortalezas

- ✓ Estará ubicado en el centro bancario y comercial de Esmeraldas.
- ✓ Se cuenta con terreno propio por lo que no se necesita de mucha inversión.
- ✓ El servicio que se brindará es de calidad el mismo que proporcionara seguridad y tranquilidad a los usuarios de nuestro servicio.
- ✓ Contaremos con un adecuado sistema de control de entrada y salida de vehículos.
- ✓ Personal calificado para la atención al cliente.
- ✓ Únicos con cámara de vigilancia.
- ✓ La atención serán las 24 horas del día.
- ✓ Se dará a conocer la apertura del parqueadero en los negocios cercanos.

Oportunidades

- ✓ Gran necesidad de plazas de estacionamiento.
- ✓ Inseguridad en las calles esmeraldeñas.
- ✓ Congestionamiento vehicular.
- ✓ Leyes de tránsito más rigurosas para infractores. (multas por mal estacionamiento).
- ✓ Posicionamiento en el mercado lograr que los clientes identifiquen el producto con la marca.

⁹ NORTH RIDGE BUSINESS SCHOOL Programa de marketing y Administración de empresas nivel 1

Debilidades

- ✓ Nuevos en el mercado de parqueaderos.
- ✓ Poca experiencia en el mercado.

Amenazas

- ✓ Fácil ingreso de nuevos competidores debido a que no existen barreras de entrada.

Estrategias Fortalezas-Oportunidades

- ✓ El parqueadero al estar ubicado en el centro bancario y comercial de Esmeraldas pretende cubrir en gran parte la necesidad de plazas de estacionamiento de las personas que tienen sus negocios, trabajan o viven en la zona y no tengan un lugar seguro para estacionar sus vehículos.
- ✓ Debido a la inseguridad en las calles Esmeraldeñas se ha visto la necesidad de implementar servicio de guardianía las 24 horas y la instalación de una cámara de vigilancia lo que proporcionara tranquilidad y seguridad a los usuarios del parqueadero.
- ✓ La empresa contara con personal calificado, lo que nos permitirá ganar la aceptación y confianza del cliente logrando de esta manera tener posicionamiento dentro del mercado esmeraldeño.
- ✓ Mediante el estudio de mercado se pretende conocer las principales necesidades de los clientes para implementar en el servicio que se brindara y de esta manera poder cubrir sus exigencias.

Estrategias Fortalezas-Amenazas.

- ✓ La capacidad del parqueadero existente no satisface la demanda en plazas de estacionamiento lo que nos permitirá cubrir esta necesidad.
- ✓ La calidad del servicio y la seguridad de las instalaciones nos permiten tener una ventaja competitiva.

- ✓ El parqueadero que existe actualmente no tiene un horario de atención de acuerdo las necesidades de los usuarios; es por esta razón que se ve la necesidad de contar con el servicio las 24 horas.

Estrategias Debilidades-Oportunidades

- ✓ Aunque no se tenga experiencia en el mercado de parqueaderos públicos la gran demanda existente en el sector acompañada del estudio de mercado nos dará las pautas necesarias para conocer qué es lo que desea el cliente y hacia donde queremos llegar como empresa.

CONCLUSIÓN

Luego de haber realizado este análisis se concluye que la apertura de un nuevo parqueadero en la ciudad de Esmeraldas es viable ya que al existir gran demanda insatisfecha se nos presenta una ventaja ya que el único parqueadero que existe no tiene una infraestructura adecuada ni espacios suficientes.

La empresa contara con personal calificado lo que permitirá transmitir al cliente seguridad y confianza al momento de dejar su vehículo en el parqueadero; lo que nos permitirá alcanzar nuestros objetivos tanto a corto como a largo plazo.

CAPITULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO



Figura 2.1 AGLOMERACIÓN. Los conductores de vehículos a cualquier hora del día copan los costados de las calles y avenidas de la ciudad
Fuente: Diario la Hora Esmeraldas

2.1 Objetivo general de la investigación

Establecer si la creación de un nuevo parqueadero en la ciudad de Esmeraldas es factible, en función de la demanda de plazas de estacionamiento vehicular existentes en el mercado.

2.2 Objetivos específicos de la investigación

1. Mediante el análisis de los factores externos e internos que influyen en la empresa determinar la estructura de la misma.
2. Conocer los potenciales clientes mediante la investigación de mercado con el fin de enfocar hacia ellos el servicio que brindará la empresa.
3. Establecer los atributos que se deberían valorar en este tipo de servicio, para garantizar la satisfacción y fidelidad del cliente.

4. Determinar el perfil de nuestra competencia con respecto a precios, calidad de servicio, horarios y atención en general

2.3 Acciones posteriores

Poder brindar un servicio de calidad a los usuarios de parqueaderos poniendo en práctica estrategias recomendadas de un plan estratégico y de esta manera obtener éxito comercial para la empresa.

2.4 Metodología de la investigación.

“La investigación de mercados es el proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercado. Este proceso incluye la especificación de la información requerida, el diseño del método para recopilar la información, la administración y la ejecución de los datos, el análisis de los resultados y la comunicación de los hallazgos y sus implicaciones.”¹⁰

La investigación de mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones.

2.4.1 Estudio exploratorio

Para realizar la investigación se ha elegido el estudio exploratorio ya que es apropiado para las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones, el que permitirá obtener un análisis preliminar de la situación de la empresa con un gasto mínimo de dinero y tiempo; para el caso concreto del parqueadero se empleara, la observación y preguntas concretas a la competencia utilizando la técnica del cliente fantasma.

¹⁰ ZIKMUND WILLIAM “Investigación de Mercados”. Cengage Learning 2008. Cap.1

2.4.2 Estudio concluyente

- ✓ Se elaboro una encuesta con un banco de preguntas enfocadas a los dueños de vehículos que estacionan en el centro de la ciudad lo cual nos permitirá obtener información cuantitativa y cualitativa.
- ✓ Para determinar la muestra se utilizó información proporcionada por la comisión de transito de Esmeraldas con un Universo de 16.462 vehículos cuyos propietarios residen en el área urbana de la ciudad de Esmeraldas.
- ✓ Luego se realizara el análisis, codificación y digitación de datos.
- ✓ Finalmente para el procesamiento de los datos se utilizará el programa Excel.

2.5 Segmentación

“La segmentación de mercado, se define como: La subdivisión en grupos homogéneos de clientes; en donde cada uno de ellos puede señalarse como mercado meta.

El mercado meta se refiere a un sector del mismo; y, cada uno de los cuales posee un requisito específico.”¹¹

Es por eso que este servicio está dirigido a personas que tengan vehículo y que:

- ✓ Necesiten un lugar seguro para estacionar su vehículo por fracciones de hora, por horas o a su vez arrendarlo mensualmente.
- ✓ Que trabajen, estudien o vivan en el casco comercial y bancario de Esmeraldas que necesiten de un parqueadero para dejar sus vehículos.

2.6 Selección de la muestra

Para la selección de la muestra se trabajó con un Universo de 16462 vehículos cuyos propietarios residen en la ciudad de Esmeraldas¹², con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5.6%.

¹¹ ERAZO SORIA JOSE. “Mercadotecnia Un Análisis Global de Gestión”. Pág. 190

¹² Comisión de transito de Esmeraldas.

Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N - 1) + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5 * 0.5)(16462)}{(0.056)^2(16462 - 1) + (1.96)^2(0.5 * 0.5)} = 300$$

Son 300 encuestas las que se aplicaron a los propietarios de vehículos que los dejan estacionados en el centro de la urbe.

Resultados obtenidos de las encuestas

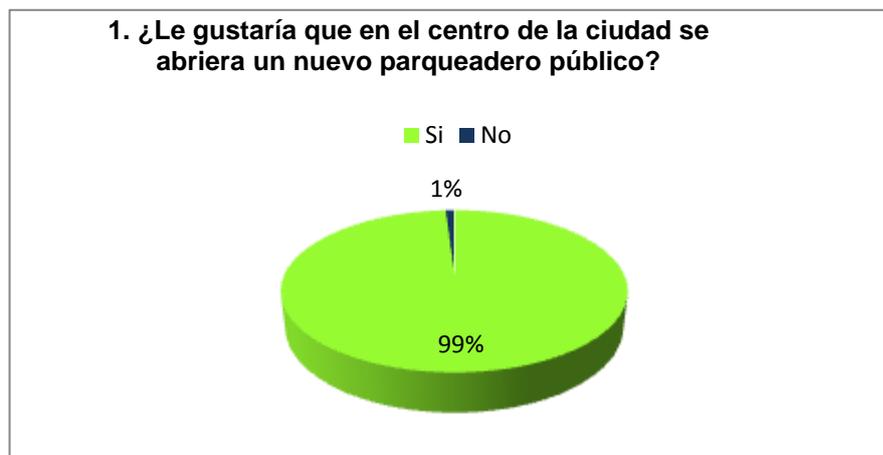


Gráfico 1 Elaborado por: El autor

De las 300 personas encuestadas el 99% (297 personas) demostraron una aceptación por la apertura del parqueadero, lo que nos permite tener una idea clara de la aceptación que tendrá el parqueadero en la ciudad.



Gráfico 2 Elaborado Por: El autor

Para el 55% de las personas encuestadas la seguridad es un factor importante al momento de tomar la decisión de dejar su vehículo en un parqueadero, seguido por la comodidad en un 38%, puntos importantes que se tendrán que implementarlos en el servicio que se brindará.



Gráfico 3 Elaborado por: El autor

Según el cuadro se puede ver que las personas al momento de utilizar el servicio, lo hacen con mayor frecuencia en el rango de una hora lo que representa un 56% de los encuestados.

4. ¿Cuánto pagaría por dejar su vehículo en el parqueadero?

■ Más de una hora 1.60 ■ Por una hora 1.00
 ■ Media hora 0,50 ■ Fracción de hora 0,40

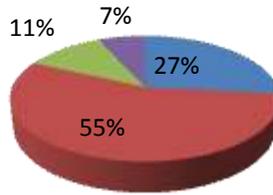


Gráfico 4 Elaborado por: El autor

| | Media | Desviación Estándar | Confianza 95% | Mínimo 95% | Máximo 95% |
|-------------------------|-------|---------------------|---------------|------------|------------|
| Más de una Hora | 1,58 | 0,19 | 0,31 | 1,27 | 1,89 |
| Una Hora | 1,01 | 0,15 | 0,24 | 0,77 | 1,25 |
| Media Hora | 0,52 | 0,11 | 0,18 | 0,34 | 0,69 |
| Fracción de Hora | 0,42 | 0,10 | 0,17 | 0,25 | 0,59 |

El gráfico muestra que el 55% de los clientes potenciales del parqueadero están dispuestos a pagar 1\$ por hora, un 27% pagarían \$1,50 por más de hora, un 11% lo haría por \$0,50 la media hora y un 7% por fracción de hora \$0,40, estos valores propuestos por los encuestados están dentro del rango de precios que el parqueadero piensa aplicar. Al realizar el análisis de la desviación estándar se nota que los datos no se encuentran dispersos sino concentrados cerca de la media.

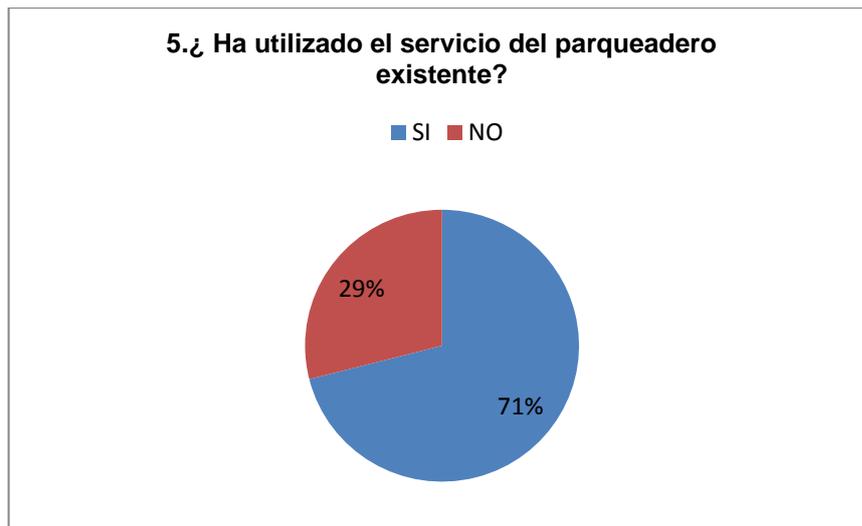


Gráfico 5 Elaborado por: El Autor

En el gráfico se observa que existe una gran demanda insatisfecha en el mercado; lo que hace suponer que el parqueadero tendría gran acogida en la ciudad.

2.7 Estudio de la competencia.

Debido a que en la ciudad de Esmeraldas solo existe un parqueadero, ubicado a cinco cuadras de parqueadero López se lo considera como competencia directa, lo cual facilitó realizar este estudio mediante la investigación exploratoria con simulación de compra utilizando la técnica de cliente fantasma.

2.7.1 Competencia directa

Parqueadero Las palmas

- ✓ Se encuentra ubicado en la calle Sucre y Olmedo tiene una gran demanda debido a que es el único existente en el centro del centro de la ciudad.
- ✓ El costo por hora es de \$1,50.
- ✓ La atención es de lunes a viernes de 8H00 a 18H30 y los sábados es de 8H30 a 13H00.
- ✓ La infraestructura del local no es la apropiada, su cerramiento es de malla, con piso de cemento; la capacidad de parqueo es de aproximadamente 40 vehículos con pintura divisoria para cada uno.

2.8 Plan de marketing

Establecido el mercado potencial y la competencia directa mediante el estudio de mercado, se procederá a realizar el plan de marketing para implementar estrategias que den a conocer el servicio a clientes potenciales; se empleara la metodología de las cuatro "P" Producto/Servicio, Precio; Plaza y Promoción.

2.8.1 Servicio

El servicio que se brindara en el parqueadero tendrá un alto nivel de calidad y seguridad, se contara con espacios apropiados y bien señalizados para el estacionamiento de los vehículos logrando de esta manera que los clientes se sientan tranquilos y seguros de dejar sus vehículos en buenas manos con personas confiables.

El servicio de del parqueadero será las 24 horas para lo ofrecerán distintas opciones de servicios: Alquiler por más de una hora, por horas, por fracción de horas, alquiler mensual diurno y alquiler mensual nocturno.

- **Alquiler por horas**

Las personas a las cuales va dirigido este servicio son todos los que transiten por el centro de la ciudad y que por la falta de espacios para estacionar dejen sus vehículos las orillas de las veredas, expuestos a una serie de peligros como robos, choques o multas.

- **Alquiler mensual**

Al estar estratégicamente ubicados en el casco comercial y bancario de la ciudad de esmeraldas se ofrecerá este tipo de servicio a los propietarios de negocios, empleados de las diferentes instituciones y a todas las personas que necesitan ocupar espacios para estacionar sus vehículos por varias horas o mientras duren sus jornadas laborales; además ofreceremos este servicio a personas que habiten por la zona y no dispongan de garaje para guardar sus vehículos.

2.8.1.1 Atributos diferenciadores del servicio

Lo que nos diferenciara de la competencia será que contara con:

- ✓ Personal capacitado y responsable lo que permitirá que el servicio brindado sea de calidad.
- ✓ Seguridad, se contratará guardia privado las 24 horas del día y además se contara con cámara de vigilancia; se cuidará que se cumpla este aspecto ya que es el más importante para que las personas tomen la decisión de dejar sus vehículos en parqueadero López.
- ✓ Se contara con la debida señalización y espacio entre vehículos para evitar golpes o ralladuras.

2.8.1.2 Estrategias de servicio

- ✓ La seguridad que se brindará en las instalaciones será una de las principales características debido a los altos índices delincuenciales en la ciudad. Se contara con guardia de seguridad las 24 horas y se instalara cámara de vigilancia.
- ✓ Inversión en equipamiento e imagen del local, diseño de un logotipo y slogan llamativo que sea fácilmente reconocible por el cliente.
- ✓ Se contara con personal capacitado y debidamente uniformado.
- ✓ Estar en continua retroalimentación con los clientes para conocer sus necesidades.
- ✓ El horario de atención será las 24 horas del día de lunes a viernes, las cuales se dividirán de la siguiente manera de acuerdo a los servicios:
 - De 6h30 am a 22h30 pm para alquiler por hora, fracción de hora y alquiler mensual en el día.
 - Por la noche el horario será de 22h30 pm a 6h30 am.
- ✓ Se atenderá los sábados en horario de 8h00 am a 18h00 pm.

2.8.2 Precio

Definición: “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. De manera más general, es la suma de los valores que el consumidor intercambia por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.”¹³

2.8.2.1 Estrategia de precio

Para la fijación del precio se tomara en cuenta los valores que cobra la competencia. La empresa se enfrenta al reto de fijar precios por primera vez tratando de capturar el nivel más alto del mercado, satisfaciendo necesidades que vayan orientadas tanto al cliente como al negocio, los cuales se detallan a continuación:

| Horario | Precio |
|--------------------------|----------|
| Por Hora | \$ 1,20 |
| Media hora | \$ 0,60 |
| Fracción de hora (15min) | \$ 0,30 |
| Por mes en la noche | \$ 30,00 |
| Por mes en el día | \$ 50,00 |

Tabla 2.1. Precios
Elaborado por: El Autor

2.8.3 PLAZA

Tiene que ver con todo lo que se refiere al posicionamiento del servicio, la logística y cómo manejar los recursos físicos. Aquí se analizan temas con respecto a los canales de distribución, aquellos que se utilizaran para que el servicio llegue a manos del consumidor final.

¹³ KOTHER PHILIP Y ARMSTRONG GARY Fundamentos de Mercadotecnia Segunda Edición. Prentice-Hall. 2001. Pág. 311.



Figura 2.3. Foto del Interior del terreno en donde funcionará el Parqueadero.

Ubicación

Se encuentra ubicado en la Calle, Bolívar y Mejía en un lugar estratégico, pues cuenta con un espacio amplio, con un área aproximada de 750m² la cual se distribuirá en 50 espacios de parqueo, tanto para alquiler mensual como para alquiler por horas.

2.8.4 Promoción

“Son todas aquellas herramientas de comunicación que pueden comunicar un mensaje a una audiencia objetivo.”¹⁴ Es un mecanismo de transmisión de información, por esta razón se va a analizar los diferentes medios que pueden llegar a persuadir al cliente para que compre el servicios ofrecido por el parqueadero.

Los principales instrumentos de la promoción masiva son: comunicación, publicidad, promoción de ventas y las relaciones públicas.

¹⁴ KOTLER PHILIP “Como crear, Ganar y Denominar los Mercados”.Pretrice-Hall. 2001. Pág. 143

2.8.4.1 Comunicación

Para dar a conocer al mercado, se emplearan varias herramientas comunicacionales con el propósito de que el cliente conozca el servicio y lo utilice.

a) La marca

“Una marca es el nombre, término, signo, símbolo o diseño que debe identificar los bienes o servicios de un vendedor o un grupo de vendedores para diferenciarlos de sus competidores.”¹⁵

La marca de la empresa, representará el activo más importante dentro del negocio, pues se espera un reconocimiento y posicionamiento en la mente del consumidor.

Parqueadero López es un nombre que fue escogido por los socios, quienes han buscado que esta se identifique con el servicio, pues tiene todas las características que debe tener una marca: es fácil de recordar y además identifica al negocio por la ubicación que tendrá.

b) El Logotipo

“El logotipo es un símbolo o diseño gráfico formado por un pequeño dibujo, dos o más letras que a menudo forman una palabra corta o una combinación de ambos y que representa el nombre o firma de un anunciante”.¹⁶

La empresa ha visto necesario la creación de un logotipo que dé a conocer el negocio, la imagen que la empresa desea brindar a sus clientes.

¹⁵ KOTHER PHILIP Y ARMSTRONG GARY Fundamentos de Mercadotecnia Segunda Edición. Prentice-Hall. 2001. Pág. 257.

¹⁶ Diccionario de Administración y Finanzas. Pág. 307.



Figura 2.3 Logotipo de Parqueadero López

Elaborado por: Higo studio

c) El Slogan

Para el caso del parqueadero se utilizara una frase corta y concisa para apoyar la fuerza de la marca; el mismo que resaltará una característica del mismo.

Los factores que se tomaron en cuenta para determinarlo fueron:

- ✓ Los beneficios principales del servicio para el comprador o cliente potencial.
- ✓ Una declaración simple, concisa, tajante, directa y apropiada.
- ✓ Una impresión creíble de la marca o producto.
- ✓ Que el consumidor se sienta bien.
- ✓ Que consumidor sienta un deseo o una necesidad

Es difícil de olvidar, se adhiere a la memoria del consumidor.

“Confíe en quien es confiable”

2.8.4.2 Publicidad

“La publicidad es la herramienta más poderosa para desarrollar un conocimiento de la compañía, producto, servicio o idea. La publicidad puede desarrollar una imagen e incluso cierto grado de preferencia o al menos de aceptabilidad de la marca.”¹⁷

La publicidad realizada antes de la apertura de Parquadero López es de valiosa importancia para el éxito del negocio.

Mediante las promociones se pretende cubrir la mayor parte del mercado y lograr un negocio rentable y viable gracias la demanda que se obtenga.

Una de las principales estrategias para promocionar el negocio y lograr un posicionamiento es el cliente, pues lo que se pretende es que el consumidor promocióne el servicio recibido al percibir la calidad, amabilidad, buen trato y honradez de los empleados que laboran, esta será la principal herramienta promocional al dejar un cliente satisfecho y que a su vez este haga propaganda y promocióne el servicio a sus conocidos o a personas de su medio.

2.8.4.3 Las relaciones públicas

Se encarga de crear, modificar y mantener la imagen positiva ya sea de una empresa, organización, ente público o privado, o persona. Tiene como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso.

Las relaciones públicas dentro de Parquadero López, se van a utilizar diferentes medios publicitarios directos para dar a conocer el servicio de parqueadero, para ello se va a manejar lo que se llama Merchandising, que es una técnica publicitaria para dar a conocer un producto o servicio al mercado:

¹⁷. KOTLER PHILIP Como crear, Ganar y Denominar los Mercados. Prentice-Hall. 2001. Pág. 144.

- ✓ Autoadhesivos.
- ✓ Banners que se colocarán en lugares visibles de negocios ubicados en el centro de la ciudad.
- ✓ Hojas volantes que se repartirán en la calle.
- ✓ Calendarios.
- ✓ Trípticos que darán a conocer las características del negocio, su ubicación y el servicio que ofrece.

2.8.4.4 Promoción de ventas

La promoción permitirá incentivar al cliente para que compre el servicio que se ofrece. Las estrategias de promoción que Parquadero López empleará serán:

- ✓ Si el cliente promociona el servicio y trae a un cliente se le dará el 10% de descuentos en el arrendamiento mensual del parqueadero.
- ✓ Tener una base de datos de los principales clientes que acuden a diario al parqueadero a quienes se les premiará por su fidelidad con descuentos y pequeños obsequios como gorras, llaveros, camisetas con el nombre del parqueadero.

CAPITULO 3

3 ESTUDIO FINANCIERO

3.1 Plan de inversión

“El plan de inversión refleja la decisión de invertir en una empresa, y se plasmará en el destino que se dará a unos fondos financieros para obtener una serie de recursos necesarios para la realización de un determinado proceso productivo. “¹⁸

Para determinar el horizonte de la empresa le enfocamos en sus 3 etapas las cuales duran según el proyecto. La primera es la ejecución, la cual hace referencia a la instalación del negocio y en donde se hace la mayor parte de la inversión; la segunda etapa es la de funcionamiento o de operación la cual genera los costos y se produce los ingresos propios por la venta del servicio; y como tercera etapa esta la liquidación en donde supone que el proyecto termina su actividad ya que no genera los beneficios esperados dando paso a la liquidación del mismo.

Ya que la empresa se encuentra en la primera etapa de ejecución en donde su principal característica es la salida de dinero debido a las inversiones que se van a realizar para luego evaluar si la inversión se justifica o no por los ingresos que se reciba por brindar nuestro servicio. Así mismo es necesario tener toda la información y documentación para la inversión inicial, además para poner en funcionamiento la empresa necesitamos dimensionar las inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo

Dentro de este trabajo de monografía se realizara 2 tipos de evaluaciones que son: la inversión inicial que se encuentra en la etapa de ejecución y proyectar las ventas a 5 años que se encuentra en la etapa de operación.

¹⁸ servicios.ipyme.org/planempresa/expone/plan_inversiones.htm

3.1.1 Inversión inicial en activos

“Los activos fijos son aquellos que están representados por las propiedades de la empresa físicamente tangibles que han de usarse durante más de un año y que por lo general no se convierten fácilmente en efectivo, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil.”¹⁹

Por lo tanto, para el parqueadero se ha considerado como inversiones fijas a todos los bienes muebles y equipos; las construcciones y obras civiles.

En los siguientes cuadros se encuentran detallados los precios de dichas inversiones cuyos precios fueron tomados de los que están establecidos en el mercado Esmeraldeño a excepción del terreno cuyo avalúo fue realizado por un profesional independiente.

¹⁹ Miranda Miranda José GESTIÓN DE PROYECTOS. Identificación, formulación y evaluación financiera económica social y ambiental de Cuarta edición. 2004. Pág. 185

INVERSIONES FIJAS EN MUEBLES Y EQUIPOS

| MUEBLES Y EQUIPOS | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | P. UNITARIO | P. TOTAL |
|-------------------------------|---|----------|-------------|--------------|
| Computador | Procesador Core i5 de 2.0 GHz + Monitor LCD de 17 p. Diggio | 1 | 780,00 | 780,00 |
| Escritorio | Escritorio metálicos 38cm x 25cm | 1 | 95,00 | 95,00 |
| Basureros | Basureros metálicos | 2 | 30,00 | 60,00 |
| Sillas de espera de recepción | Sillas metálicas | 5 | 30,00 | 150,00 |
| Caja registradora | Caja Registradora Sam4s Er-350ii | 1 | 480,00 | 480,00 |
| Teléfono | Teléfono Panasonic inalámbrico | 1 | 56,00 | 56,00 |
| Cámaras de vigilancia | Para controlar la entrada y salida de vehículos | 2 | 280,00 | 560,00 |
| | | | | |
| TOTAL | | | | 2.181 |

Tabla 3.1. Inversiones fijas en muebles y equipos en los que incurrirá el negocio

Elaborado por: El autor

INVERSIONES FIJAS EN CONSTRUCCIONES Y OBRAS CIVILES

| INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES Y OBRAS CIVILES | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | P. UNITARIO | P. TOTAL |
|---|--|----------|-------------|------------------|
| Adecuación del Parqueadero | Rediseño de la casa donde funcionará el negocio, lo que incluye derribar y levantar paredes para la adecuación de la oficina, construcción de una pequeña habitación para la guardianía, puerta de madera para la oficina y entrada principal del negocio ,nuevas ventanas | 1 | 18.260,00 | 18.260,00 |
| Fundición de piso | Fundición con cemento en el área donde funcionará el parqueadero | 1 | 14.000,00 | 14.000,00 |
| Construcción de sanitario | Construcción de una batería sanitaria según las reglamentaciones municipales | 1 | 450,00 | 450,00 |
| TOTAL | | | | 32.710,00 |

Tabla 3.2. Inversiones fijas en construcciones y obras civiles

Elaborado por: El autor

Inversión Total en Activos Fijos

| INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS | COSTO EN DÓLARES |
|---|-------------------------|
| Inversión en muebles y equipos | 2.181,00 |
| Inversión en construcciones y obras civiles | 32.710,00 |
| TOTAL | 34.891,00 |

Tabla 3.3. Inversión Total en activos fijos

Elaborado por: El autor

Como se conoce todos los muebles, equipos, sufren una depreciación, es por eso que utilizaremos el método de depreciación lineal el cual consiste en depreciar un monto anualmente durante los años de vida útil del activo.

TABLA DE DEPRECIACIÓN

| INVERSIÓN | COSTO | VIDA UTIL | DEPRECIACIÓN | VALOR RESIDUAL |
|--------------------------------|--------------|------------------|---------------------|-----------------------|
| Inversión en muebles y equipos | 2.181,00 | 5 | 436,20 | 800,00 |
| DEPRECIACIÓN ACUMULADA | | | 436,20 | 800,00 |

Tabla 3.4. Tabla de depreciación

Elaborado por: El autor

Cabe recalcar que la inversión en terrenos no fue una erogación de dinero, pues esta es propiedad de los socios, además se considera que este obtendrá con el paso del tiempo un aumento en su valor.

3.1.2 Inversión inicial en diferidos

“Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Los

principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencia, los gastos de puesta en marcha y la capacitación,²⁰

INVERSIONES DIFERIDAS EN GASTOS DE ORGANIZACIÓN

| GASTOS DE ORGANIZACIÓN | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | P. UNITARIO | P. TOTAL |
|--|--|-----------------|--------------------|-----------------|
| Proyecto Arquitectónico | Determinación de área del proyecto con su respectiva distribución de cuartos y espacios. | 1 | 400,00 | 400,00 |
| Escritura pública de sociedad | Constitución de extracto y gastos notariales | 1 | 200,00 | 200,00 |
| Licencia única anual de funcionamiento | Permiso anual | 1 | 100,00 | 100,00 |
| Costo de abogado | Redacción de la constitución, tramitación de la publicación e inscripción | 1 | 250,00 | 250,00 |
| TOTAL | | | | 950,00 |

Tabla 3.5. Inversiones diferidas en gastos de organización

Elaborado por: El autor

INVERSIONES DIFERIDAS EN GASTOS DE PATENTES Y LICENCIAS.

| GASTOS DE PATENTES Y LICENCIAS | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | P. UNITARIO | P. TOTAL |
|---------------------------------------|--|-----------------|--------------------|-----------------|
| Patente Comercial Municipal | Derecho de patente para el Parqueadero | 1 | 60 | 60 |
| TOTAL | | | | 60,00 |

Tabla 3.6. Inversiones diferidas en gastos de patentes y licencias

Elaborado por: El autor

²⁰ NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN; Preparación y Evaluación de Proyectos 4ta Edición. Mc Graw- Hill. 2004. Pág. 234

INVERSIONES DIFERIDAS EN ESTUDIOS ECONÓMICOS Y AMBIENTALES

| ESTUDIOS ECONOMICOS Y AMBIENTALES | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | P. UNITARIO | P. TOTAL |
|--|--|----------|-------------|-----------------|
| Estudio de mercado | Para conocer la aceptación del Parqueadero | 1 | 990,00 | 990,00 |
| Licencia de impacto ambiental | Conservación del medio ambiente y prevención de su deterioro. | 1 | 80,00 | 80,00 |
| Permiso de funcionamiento de la Intendencia de policía | Conocer las actividades a desarrollarse dentro del parqueadero | 1 | 15,00 | 15,00 |
| Permiso sanitario | Normativas de higiene y control sanitario | 1 | 50,00 | 50,00 |
| Permiso de funcionamiento del Ministerio Provincial de Salud | Para poner en marcha cementerio. | 1 | 40,00 | 40,00 |
| Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos | Permisos y condiciones dadas | 1 | 30,00 | 30,00 |
| TOTAL | | | | 1.205,00 |

Tabla 3.7. Inversiones diferidas en estudios económicos y ambientales

Elaborado por: El autor

Inversiones Diferidas Totales

| INVERSIONES DIFERIDAS | COSTO EN DÓLARES |
|-----------------------------------|------------------|
| Gastos de organización | 950,00 |
| Gastos de patente Municipal | 60,00 |
| Estudios económicos y ambientales | 1.205,00 |
| TOTAL | 2215,00 |

Tabla 3.8. Inversiones diferidas Totales.

Elaborado por: El autor

3.1.3 Inversión inicial en capital de trabajo

El capital de trabajo define a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. En el siguiente cuadro se muestra las inversiones en Capital de Trabajo para el Parqueadero López.

INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

| INVERSIÓN | CANTIDAD | P. UNITARIO | P. TOTAL |
|--|----------|-------------|-----------------|
| Salario personal de administración servicio al cliente y guardianía | 6 | Diferentes | 1.950,00 |
| Materia prima : materiales de oficina para un mes | 2 | 16,00 | 32,00 |
| Inversión en imagen de los empleados: uniformes y carnets | 6 | 11,66 | 70,00 |
| Seguridad y alarmas | 1 | 340,00 | 340,00 |
| Publicidad y promoción | 1 | 160,00 | 160,00 |
| Insumos de limpieza | 1 | 15,00 | 15,00 |
| Decoración del Parqueadero | 1 | 230,00 | 230,00 |
| TOTAL | | | 2.797,00 |

Tabla 3.9. Inversiones en capital de trabajo

Elaborado por: El autor

INVERSIÓN TOTAL

| INVERSIÓN | |
|-------------------------------|------------------|
| Inversión Fija | 34.891,00 |
| Inversión Diferida | 2.215,00 |
| Inversión Capital de Trabajo | 2.797,00 |
| Total de Inversión | 39.903,00 |
| Aportes por cada socio | 13.301,00 |

Tabla 3.10. Inversión Total

Elaborado por: El autor

3.2 Plan de financiamiento

El plan de financiamiento hace referencia principalmente a los egresos en los que la empresa incurre por el uso de fondos externos los cuales son utilizados para financiar sus activos. En estos gastos se incluyen las tasas de interés, las comisiones, la emisión de obligaciones, etc.

La inversión para emprender el negocio del Parqueadero no es elevada y menos aún al considerar que la empresa está conformada por tres socios, por lo tanto la financiación será el 100% del aporte de los socios.

| Conformación del Capital | | | |
|---------------------------------|-----------|----------------------|-------------|
| Aportación socios | 39.903,00 | 13.301,00 cada socio | 100% |
| Capital Total | | | 100% |

Tabla 3.11. Conformación del capital

Elaborado por: El autor

3.3 Análisis de costos

Los gastos son aquellos egresos ocasionados por las funciones de compras, ventas y administración del negocio. Parqueadero López ha proyectado a cinco años los siguientes costos los cuales se los ha dividido en tres categorías:

- ✓ Gastos de Administración.
- ✓ Gastos en Ventas.
- ✓ Gastos de Operación.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

De acuerdo con lo acordado entre todos los socios de la Compañía las remuneraciones y sus respectivos cargos serán los siguientes

| GASTO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|---------------------------------------|---------------|------------------|
| Sueldo Administración (accionista) | 350 | 4.200,00 |
| Sueldo Contador (accionista) | 350 | 4.200,00 |
| Sueldo Jefe de Marketing (accionista) | 350 | 4.200,00 |
| TOTAL | | 12.600,00 |

Tabla 3.12 Gastos de Administración
Elaborado por: El autor

GASTOS DE VENTAS

| GASTO | No. | SUELDO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|--------------------------------|-----|--------|---------------|------------------|
| Sueldo Atención al cliente | 1 | 300 | 300 | 3.600.00 |
| Sueldo de guardia de seguridad | 2 | 300 | 600 | 7.200.00 |
| TOTAL | | | | 10.800.00 |

Tabla 3.13.Gastos de Ventas
Elaborado por: El autor

GASTOS DE OPERACIÓN

| GASTO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|---------------------------|---------------|-----------------|
| Suministros y materiales | 16 | 192,00 |
| Instrumentos de limpieza | 30 | 360,00 |
| Pago de servicios básicos | 60,00 | 720,00 |
| TOTAL | | 1.272,00 |

Tabla 3.14.Gastos de Operación
Elaborado por: El autor

TOTAL EN GASTOS

| GASTOS | COSTO EN DOLARES ANUALES |
|--------------------------|---------------------------------|
| Gastos de Administración | 12.600,00 |
| Gasto de Ventas | 10.800,00 |
| Gastos Operacionales | 1.272,00 |
| TOTAL | 24.672,00 |

Tabla 3.15. Resumen de Gastos

Elaborado por: El autor

PROYECCION DE VENTAS

Para nuestro análisis proyectaran las ventas para cinco años y se plantearán tres escenarios; el optimista, el normal, y el pesimista los cuales permitirán realizar un estudio para ver las ingresos obtenidos.

Como se indicó anteriormente el horario de atención del parqueadero López será las 24 Horas del día; Los cálculos se realizaron de la siguiente manera:

- ✓ Alquiler por horas, por más de una hora, por fracción de hora y alquiler mensual (día) el horario será de 06:30 am. hasta las 22:30pm. lo que nos permite tener un funcionamiento diario de lunes a viernes de 16 horas, multiplicado por la capacidad instalada del parqueadero que es de 50 espacios se tiene un total de 800 horas diarias disponibles.
- ✓ Para el alquiler mensual noche el horario de atención será de 22:30 pm. a 06:30 am.
- ✓ En el fin de semana se atenderá el día sábado; el mismo que tendrá un horario de 8h00 a 18h00 que serian de 10 horas disponibles multiplicados por la capacidad de 50 espacios que tiene el parqueadero da un total de 500 horas

disponibles para el alquiler por hora, más de una hora o fracción de hora y mensual. Esta explicación es la misma para los tres escenarios.

PROYECCIÓN DE VENTAS
PARQUEADERO LOPEZ AÑO 2013
ESCENARIO OPTIMISTA OCUPANDO EL 80% DE SU CAPACIDAD INSTALADA

| Capacidad instalada | 50 | | | | | | |
|---|---------------|--------------------------------|--|-----------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|
| Horas de funcionamiento diario del parqueadero | 16 | | | | | | |
| Capacidad máxima ocupada por los vehículos | 800 | | | | | | |
| Total horas en la noche disponibles parqueadero | 8 | | | | | | |
| Fin de semana sábados | 10 | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Tipo de servicio | Precio | Número clientes diarios | horas ocupadas diariamente x vehículo | Total horas ocupadas | Ingreso diario | Ingreso mensual | Ingreso anual |
| Alquiler por más de una hora | 1,5 | 9 | 11 | 99 | 148,5 | 2970 | 35.640 |
| Alquiler por hora | 1,2 | 14 | 12 | 168 | 201,6 | 4032 | 48.384 |
| Alquiler por fracción de hora | 0,3 | 7 | 8 | 56 | 16,8 | 336 | 4.032 |
| Alquiler mensual día | 50 | 20 | 16 | 320 | 33,33 | 1000 | 12.000 |
| | | 50 | 47 | 643 | 400,23 | 8338 | 100.056 |
| Alquiler mensual en la noche | 30 | 20 | 8 | | 20 | 600 | 7.200 |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Fin de semana (sábados) | | | | | | | |
| Capacidad instalada | 50 | | | | | | |
| Horas de funcionamiento sábado del parqueadero | 10 | | | | | | |
| Capacidad máxima ocupada por los vehículos | 500 | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Alquiler por más de una hora | 1,5 | 9 | 7 | 63 | 94,5 | 378 | 4536 |
| Alquiler por hora | 1,2 | 14 | 8 | 112 | 134,4 | 537,6 | 6451,2 |
| Alquiler por fracción de hora | 0,3 | 7 | 4 | 28 | 8,4 | 33,6 | 403,2 |
| Alquiler mensual día | 50 | 20 | 10 | 200 | | | |
| | | 50 | 29 | 403 | 237,3 | 949,2 | 11.390,40 |
| PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2013 | | | | | | | 118.646,40 |

Tabla 3.16. Proyección de ventas del Parqueadero López. Escenario Optimista 80% de capacidad

Análisis del escenario optimista:

- ✓ En el cuadro superior se presenta la proyección de las ventas para el primer año de funcionamiento del parqueadero, en un escenario optimista en el cual se pretende utilizar el 80% de la capacidad instalada es decir 643 horas diarias. Para el fin de semana de igual manera se calcula el 80% del total de las horas disponibles (500 horas el día sábado) que serían 403 horas diarias.
- ✓ Para obtener los ingresos diarios multiplicamos el número de clientes por las horas diarias ocupadas y por el precio de cada uno de los servicios.
- ✓ Para el alquiler por más de una hora, por horas y fracción de horas, los ingresos que se obtienen por estos servicios es de **7.338** dólares mensuales.
- ✓ Se estima tener 20 vehículos para el alquiler mensual durante el día cuyo costo será de 50 dólares mensuales, obteniendo ingresos por este servicio de **1000** dólares mensuales.
- ✓ Por la noche se estima alquilar el parqueadero a 20 clientes, cuyo costo mensual es de 30 dólares, obteniendo ingresos mensuales por este servicio de **600** dólares lo que anualmente representaría ingresos de **7.200** dólares.
- ✓ Los ingresos del fin de semana serán calculados multiplicando el número de clientes por las horas diarias ocupadas y por el precio de cada servicio. En este análisis no se tomara en cuenta el alquiler mensual en el día ni en la noche ya estos valores están calculados en la primera parte. Los ingresos mensuales de los fines de semana son de **949,20** dólares.
- ✓ Los ingresos obtenidos en este escenario son extraordinarios ya que se obtienen ingresos mensuales de lunes a viernes por más de una hora, por hora, por fracción de hora y por alquiler mensual en el día de **\$8338**, y de alquiler mensual en la noche **\$ 600**, los sábados un ingreso de **\$ 949,2** dando un total de ingresos mensuales de **\$9.887,20** lo que representan ingresos anuales de **118.646,40 dólares**.

PARQUEADERO LOPEZ
ESTADO DE RESULTADOS
ESCENARIO OPTIMISTA OCUPANDO EL 80% DE SU CAPACIDAD INSTALADA

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------------|------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas | | 118.646,40 | 122.205,79 | 125.871,97 | 129.648,12 | 133.537,57 |
| Costo de Ventas | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Utilidad Bruta en Ventas | | 118.646,40 | 122.205,79 | 125.871,97 | 129.648,12 | 133.537,57 |
| Gastos Operativos | | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 |
| Suministros y materiales | | 192 | 192 | 192 | 192 | 192 |
| Instrumentos de limpieza | | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Pago de servicios básicos | | 720 | 720 | 720 | 720 | 720 |
| Gastos de Administración | | 12600 | 12600 | 12600 | 12600 | 12600 |
| Sueldo Administración | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Sueldo Contador | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Sueldo Jefe de Marketing | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Gastos en Ventas | | 10800 | 10800 | 10800 | 10800 | 10800 |
| Sueldo Atención al cliente | | 3600 | 3600 | 3600 | 3600 | 3600 |
| Sueldo Guardia | | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 |
| EBITDA | | 93.974,40 | 97.533,79 | 101.199,97 | 104.976,12 | 108.865,57 |
| Depreciaciones | | 436,20 | 436,20 | 436,20 | 436,20 | 436,20 |
| EBIT | | 93.538,20 | 97.097,59 | 100.763,77 | 104.539,92 | 108.429,37 |
| Gastos financieros | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EBT | | 93.538,20 | 97.097,59 | 100.763,77 | 104.539,92 | 108.429,37 |
| Impuesto a la renta (24%) | | 22.449,17 | 23.303,42 | 24.183,30 | 25.089,58 | 26.023,05 |
| BDT | | 71.089,03 | 73.794,17 | 76.580,46 | 79.450,34 | 82.406,32 |
| Participación trabajadores 15% | | 10663,35 | 11069,13 | 11487,07 | 11917,55 | 12360,95 |
| Beneficio neto | | 60.425,68 | 62.725,04 | 65.093,39 | 67.532,79 | 70.045,37 |

Tabla 3.16. Estado de Resultados. Escenario Optimista 80% de capacidad

PARQUEADERO LOPEZ AÑO 2013
ESCENARIO NORMAL OCUPANDO EL 50% DE HORAS DISPONIBLES

| Capacidad instalada | 50 | | | | | | |
|---|------------|-------------------------|---------------------------------------|----------------------|----------------|-----------------|---------------|
| Horas de funcionamiento diario del parqueadero | 16 | | | | | | |
| Capacidad máxima ocupada por los vehículos | 800 | | | | | | |
| Total horas en la noche disponibles parqueadero | 8 | | | | | | |
| Fin de semana sábados | 10 | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Tipo de servicio | Precio | Número clientes diarios | horas ocupadas diariamente x vehículo | Total horas ocupadas | Ingreso diario | Ingreso mensual | Ingreso anual |
| Alquiler por más de una hora | 1,5 | 8 | 6 | 48 | 72 | 1440 | 17.280 |
| Alquiler por hora | 1,2 | 9 | 8 | 72 | 86,4 | 1728 | 20.736 |
| Alquiler por fracción de hora | 0,3 | 6 | 4 | 24 | 7,2 | 144 | 1.728 |
| Alquiler mensual día | 50 | 16 | 16 | 256 | 26,67 | 800 | 9.600 |
| | | 39 | 34 | 400 | 192,27 | 4112 | 49.344 |
| Alquiler mensual en la noche | 30 | 15 | 8 | | 15 | 450 | 5.400 |
| | | | | | | | |
| Fin de semana (sábados) | | | | | | | |
| Capacidad instalada | 50 | | | | | | |
| Horas de funcionamiento sábado del parqueadero | 10 | | | | | | |
| Capacidad máxima ocupada por los vehículos | 500 | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Alquiler por más de una hora | 1,5 | 6 | 4 | 24 | 36 | 144 | 1728 |
| Alquiler por hora | 1,2 | 9 | 5 | 45 | 54 | 216 | 2592 |
| Alquiler por fracción de hora | 0,3 | 5 | 4 | 20 | 6 | 24 | 288 |
| Alquiler mensual día | 50 | 16 | 10 | 160 | | | |
| | | 36 | 23 | 249 | 96 | 384 | 4.608 |
| PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2013 | | | | | | | 59.352 |

Tabla 3.17. Proyección de ventas del Parqueadero López. Escenario Normal utilizando el 50% de las horas disponibles

Análisis del escenario Normal:

- ✓ Este cuadro nos presenta la proyección de las ventas para el primer año de funcionamiento del parqueadero, en un escenario Normal en el cual se pretende utilizar el 50% de la capacidad instalada es decir 400 horas diarias de lunes a viernes y los días sábados se utilizaran 249 horas diarias.
- ✓ Cabe indicar que los precios de los servicios para los tres escenarios no varían.
- ✓ Para obtener los ingresos diarios multiplicamos el número de clientes por las horas diarias ocupadas y por el precio de cada uno de los servicios.
- ✓ Para el alquiler por más de una hora, por horas y fracción de horas, los ingresos que se obtienen por estos servicios es de **3.312** dólares mensuales.
- ✓ Se estima tener 16 vehículos para el alquiler mensual durante el día cuyo costo será de 50 dólares mensuales, obteniendo ingresos por este servicio de **800** dólares mensuales.
- ✓ Por la noche se estima alquilar el parqueadero a 15 clientes, cuyo costo mensual es de 30 dólares, obteniendo ingresos mensuales por este servicio de **450** dólares lo que anualmente representaría ingresos de **5.400** dólares.
- ✓ Los ingresos del fin de semana al igual que en el escenario optimista serán calculados multiplicando el número de clientes por las horas diarias ocupadas y por el precio de cada servicio. En este análisis no se tomara en cuenta el alquiler mensual en el día ni en la noche ya estos valores están calculados en la primera parte. Los ingresos mensuales de los fines de semana en este escenario son de **384** dólares.
- ✓ Los ingresos obtenidos en este escenario son muy alentadores ya que nos permite obtener ingresos totales anuales de **59.352** dólares.

PARQUEADERO LOPEZ
ESTADO DE RESULTADOS
ESCENARIO NORMAL OCUPADO EL 50% DE HORAS DISPONIBLES

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------------|------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | | 59.352,00 | 61.132,56 | 62.966,54 | 64.855,53 | 66.801,20 |
| Costo de Ventas | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Utilidad Bruta en Ventas | | 59.352,00 | 61.132,56 | 62.966,54 | 64.855,53 | 66.801,20 |
| Gastos Operativos | | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 |
| Suministros y materiales | | 192 | 192 | 192 | 192 | 192 |
| Instrumentos de limpieza | | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Pago de servicios básicos | | 720 | 720 | 720 | 720 | 720 |
| Gastos de Administración | | 12600 | 12600 | 12600 | 12600 | 12600 |
| Sueldo Administración | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Sueldo Contador | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Sueldo Jefe de Marketing | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Gastos en Ventas | | 10800 | 10800 | 10800 | 10800 | 10800 |
| Sueldo Atención al cliente | | 3600 | 3600 | 3600 | 3600 | 3600 |
| Sueldo Guardia | | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 |
| EBITDA | | 34.680,00 | 36.460,56 | 38.294,54 | 40.183,53 | 42.129,20 |
| Depreciaciones | | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 |
| EBIT | | 34.243,80 | 36.024,36 | 37.858,34 | 39.747,33 | 41.693,00 |
| Gastos financieros | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EBT | | 34.243,80 | 36.024,36 | 37.858,34 | 39.747,33 | 41.693,00 |
| Impuesto a la renta (24%) | | 8.218,51 | 8.645,85 | 9.086,00 | 9.539,36 | 10.006,32 |
| BDT | | 26.025,29 | 27.378,51 | 28.772,34 | 30.207,97 | 31.686,68 |
| 15% Participacion trabajadores | | 3903,79 | 4106,78 | 4315,85 | 4531,20 | 4753,00 |
| Beneficio neto | | 22.121,49 | 23.271,74 | 24.456,49 | 25.676,78 | 26.933,68 |

Tabla 3.18. Estado de resultados. Escenario Normal ocupando el 50% de de horas disponibles

Análisis del escenario Pesimista:

- ✓ Este cuadro nos presenta la proyección de las ventas para el primer año de funcionamiento del parqueadero, en un escenario Pesimista en el cual se pretende utilizar el 35% de la capacidad instalada es decir 249 horas diarias de lunes a viernes y los días sábados se utilizaran 176 horas diarias.
- ✓ Cabe indicar que los precios de los servicios para los tres escenarios no varían.
- ✓ Para obtener los ingresos diarios multiplicamos el número de clientes por las horas diarias ocupadas y por el precio de cada uno de los servicios.
- ✓ Para el alquiler por más de una hora, por horas y fracción de horas, los ingresos que se obtienen por estos servicios es de **1.152** dólares mensuales.
- ✓ Para este escenario se estima tener 14 vehículos para el alquiler mensual durante el día cuyo costo será de 50 dólares mensuales, obteniendo ingresos por este servicio de **700** dólares mensuales.
- ✓ Por la noche se estima alquilar el parqueadero a 10 clientes, cuyo costo mensual es de 30 dólares, obteniendo ingresos mensuales por este servicio de **300** dólares lo que anualmente representaría ingresos de **3.600** dólares.
- ✓ Los ingresos del fin de semana al igual que en el escenario optimista y normal serán calculados multiplicando el número de clientes por las horas diarias ocupadas y por el precio de cada servicio. En este análisis al igual que en los anteriores no se tomara en cuenta el alquiler mensual en el día ni en la noche ya estos valores están calculados en la primera parte. Los ingresos mensuales de los fines de semana en este escenario son de **158,40** dólares.
- ✓ Los ingresos obtenidos en este escenario son razonables ya que se tendrá el 65% de la capacidad instalada sin utilizarse. Los ingresos anuales en este escenario son de 27.725 dólares.

PARQUEADERO LOPEZ
ESTADO DE RESULTADOS
ESCENARIO PESIMISTA OCUPANDO EL 35% DE SU CAPACIDAD INSTADA

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------------|------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | | 27.725,00 | 28.556,75 | 29.413,45 | 30.295,86 | 31.204,73 |
| Costo de Ventas | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Utilidad Bruta en Ventas | | 27.725,00 | 28.556,75 | 29.413,45 | 30.295,86 | 31.204,73 |
| Gastos Operativos | | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 | 1.272,00 |
| Suministros y materiales | | 192 | 192 | 192 | 192 | 192 |
| Instrumentos de limpieza | | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Pago de servicios básicos | | 720 | 720 | 720 | 720 | 720 |
| Gastos de Administración | | 12600 | 12600 | 12600 | 12600 | 12600 |
| Sueldo Administración | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Sueldo Contador | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Sueldo Jefe de Marketing | | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Gastos en Ventas | | 10800 | 10800 | 10800 | 10800 | 10800 |
| Sueldo Atención al cliente | | 3600 | 3600 | 3600 | 3600 | 3600 |
| Sueldo Guardia | | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 |
| EBITDA | | 3.053,00 | 3.884,75 | 4.741,45 | 5.623,86 | 6.532,73 |
| Depreciaciones | | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 |
| EBIT | | 2.616,80 | 3.448,55 | 4.305,25 | 5.187,66 | 6.096,53 |
| Gastos financieros | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EBT | | 2.616,80 | 3.448,55 | 4.305,25 | 5.187,66 | 6.096,53 |
| Impuesto a la renta (24%) | | 628,03 | 827,65 | 1.033,26 | 1.245,04 | 1.463,17 |
| BDT | | 1.988,77 | 2.620,90 | 3.271,99 | 3.942,62 | 4.633,36 |
| 15% participación trabajadores | | 298,32 | 393,13 | 490,80 | 591,39 | 695,00 |
| Beneficio neto | | 1.690,45 | 2.227,76 | 2.781,19 | 3.351,23 | 3.938,36 |

Figura 3.20. Estado de resultados. Escenario Pesimista 35% capacidad del parqueadero

3.4 Evaluación financiera

“Las empresas usan los flujos de efectivo relevantes para tomar decisiones sobre los gastos de capital propuestos. Estas decisiones se aceptan como aceptación o rechazo de los proyectos o de las clasificaciones de los proyectos.”²¹

3.4.1 Flujo de caja

“El flujo de caja, es el enfoque principal del administrador financiero, tanto en la administración de las finanzas diarias como en la planificación y la toma de decisiones estratégicas que se centran en la creación de valor para los accionistas.”²²

Para el flujo de fondos de Parqueadero López se han tomado en cuenta los siguientes elementos involucrados en dicho análisis:

- ✓ Todas las erogaciones correspondientes en la inversión que se realizó en la etapa de ejecución y puesta en marcha del negocio (fijas, diferidas y de capital de trabajo).
- ✓ Los costos que se pagan en el periodo de funcionamiento del proyecto. (costos de operación, administración y ventas).
- ✓ Los ingresos recibidos por el servicio de Parqueadero.
- ✓ El valor residual de la depreciación.

En los siguientes cuadros observaremos los flujos de caja netos proyectados; este estado está simplificado ya que se han tomado los valores netos del estado de resultados en el que se detalló todos los ingresos y egresos, de igual manera se presentan los resultados según los tres escenarios propuestos.

²¹ LAWRENCE J. GITMAN; “Principios de Administración Financiera”. Pearson. Pág. 92

²² LAWRENCE J. GITMAN; “Principios de Administración Financiera”. Pearson. Pág. 98

PARQUEADERO LÓPEZ
FLUJO DE CAJA PURO DEL PROYECTO
ESCENARIO OPTIMISTA

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| EBIT | | 93.538,20 | 97.097,59 | 101.199,97 | 104.976,12 | 108.865,57 |
| Intereses | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EBT | | 93.538,20 | 97.097,59 | 101.199,97 | 104.976,12 | 108.865,57 |
| Impuestos | | 22.449,17 | 23.303,42 | 24.183,30 | 25.089,58 | 26.023,05 |
| BDT | | 71.089,03 | 73.794,17 | 77.016,67 | 79.886,54 | 82.842,52 |
| Depreciación | | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 |
| Valor residual | | 0 | 0 | 0 | 0 | 800 |
| FLUJO DE CAJA | -39.903,00 | 71.525,23 | 74.230,37 | 77.452,87 | 80.322,74 | 84.078,72 |

Tabla 3.21. Flujo de caja puro del proyecto. Escenario Optimista

Elaborado por: El autor

Análisis:

Este escenario permite analizar el flujo de caja en un escenario optimista en donde se utiliza el 80% de la capacidad instalada del parqueadero, al realizar este análisis se observa que la inversión será recuperada en el primer semestre año de funcionamiento del parqueadero.

Este escenario es especial, ya que para lograr estos ingresos se necesita que el parqueadero este utilizando su capacidad en un 80%; lo cual para la demanda existente no sería imposible.

PARQUEADERO LÓPEZ
FLUJO DE CAJA PURO DEL PROYECTO
ESCENARIO NORMAL

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| EBIT | | 34.243,80 | 36.024,36 | 37.858,34 | 39.747,33 | 41.693,00 |
| Intereses | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EBT | | 34.243,80 | 36.024,36 | 37.858,34 | 39.747,33 | 41.693,00 |
| Impuestos | | 8.218,51 | 8.645,85 | 9.086,00 | 9.539,36 | 10.006,32 |
| BDT | | 26.025,29 | 27.378,51 | 28.772,34 | 30.207,97 | 31.686,68 |
| Depreciación | | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 |
| Valor residual | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| FLUJO DE CAJA | -39.903,00 | 26.461,49 | 27.814,71 | 29.208,54 | 30.644,17 | 32.122,88 |

Tabla 3.22. Flujo de caja puro del proyecto. Escenario Normal.

Elaborado por: El autor

Análisis:

Este escenario es el más importante ya que con él la empresa pretende trabajar, pues es el que se acerca a la realidad del mercado, en este pretender utilizar el 50% de su capacidad instalada y los ingresos por su actividad son razonables pues justifican la inversión y los costos.

Vemos que los flujos de caja representan valores significativos y al observar el estado de resultados para este escenario, la utilidad para los accionistas es razonable y permitirá a la empresa seguir invirtiendo en la ampliación del parqueadero y porque no en la apertura de nuevas sucursales para generar mayores beneficios.

PARQUEADERO LÓPEZ
FLUJO DE CAJA PURO DEL PROYECTO
ESCENARIO PESIMISTA

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| EBIT | | 2.616,80 | 3.448,55 | 4.305,25 | 5.187,66 | 6.096,53 |
| Intereses | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EBT | | 2.616,80 | 3.448,55 | 4.305,25 | 5.187,66 | 6.096,53 |
| Impuestos | | 628,03 | 827,65 | 1.033,26 | 1.245,04 | 1.463,17 |
| BDT | | 1.988,77 | 2.620,90 | 3.271,99 | 3.942,62 | 4.633,36 |
| Depreciación | | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 | 436,2 |
| Valor residual | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| FLUJO DE CAJA | 39.903,00 | 2.424,97 | 3.057,10 | 3.708,19 | 4.378,82 | 5.069,56 |

Figura 3.23. Flujo de caja puro del proyecto. Escenario Pesimista
 Elaborado por: El autor

Análisis:

El flujo de caja para este escenario se reduce significativamente; la inversión no se recupera en recuperara en los cinco primeros años ya que la capacidad ociosa de la empresa es del 65%. En este escenario a los socios no les conviene invertir.

3.4.2 Análisis de rentabilidad

El análisis de rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla.

Para el análisis de Rentabilidad se van a realizar dos análisis del VAN (valor actual neto) y la TIR (tasa interna de retorno).

Para evaluar el proyecto se debe tomar en cuenta los siguientes criterios del VAN:

- ✓ Si $VAN > 0$; Proyecto conveniente
- ✓ Si $VAN = 0$; Proyecto Indiferente
- ✓ Si $VAN < 0$; Proyecto no conveniente

La tasa interna de retorno corresponde a la tasa de descuento que hace al $VAN=0$. Es decir busca que la totalidad de los ingresos sean igual a la totalidad de los egresos. Su criterio dice que es conveniente el proyecto cuando la tasa de descuento es menor a la tasa interna de retorno (TIR).

- ✓ Si $TIR > 0$; Proyecto conveniente
- ✓ Si $TIR = 0$; Proyecto Indiferente.
- ✓ Si $TIR < 0$; Proyecto no conveniente.

Para nuestro análisis la tasa de descuento que se aplicara será del 15% en la misma que estará considerados factores como:

- ✓ Robos (Debido a que tanto las cámaras de seguridad como la vigilancia con guardia de seguridad no eximirá al parqueadero de posibles robos tomando en consideración la realidad del país en el crecimiento en el índice delincencial).
- ✓ Entrada de nuevos competidores.
- ✓ La cultura de las personas ya que actualmente utilizan las orilla de las aceras para estacionar sus vehículos.

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

| ESCENARIO OPTIMISTA | | ESCENARIO NORMAL | | ESCENARIO PESIMISTA | |
|---------------------|---------------|------------------|-------------|---------------------|--------------|
| Año 0 | -39.903,00 | Año 0 | -39.903,00 | Año 0 | -39.903,00 |
| Año 1 | 71.525,23 | Año 1 | 26.461,49 | Año 1 | 2.424,97 |
| Año 2 | 74.230,37 | Año 2 | 27.814,71 | Año 2 | 3.057,10 |
| Año 3 | 77.452,87 | Año 3 | 29.208,54 | Año 3 | 3.708,19 |
| Año 4 | 80.322,74 | Año 4 | 30.644,17 | Año 4 | 4.378,82 |
| Año 5 | 84.078,72 | Año 5 | 32.122,88 | Año 5 | 5.069,56 |
| | | | | | |
| Tasa descuento | 15% | Tasa descuento | 15% | Tasa descuento | 15% |
| TIR | 181,96% | TIR | 64,26% | TIR | -19,31% |
| VAN | \$ 188.760,84 | VAN | \$49.422,30 | VAN | \$-24.365,61 |

Figura 3.24. Cuadro de los análisis de rentabilidad.

Elaborado por: El autor.

En el presente análisis se puede observar que el proyecto es viable en el escenario optimista en el que se pretende utilizar el 80% de la capacidad instalada y en el escenario normal en el cual se utiliza el 50% de la capacidad ya que la tasa de retorno en ambos casos es mayor que la tasa del mercado y los ingresos obtenidos justifican los costos y los gastos y se obtiene utilidades para los socios; en el escenario pesimista en donde se ocupa el 35% de la capacidad del parqueadero no conviene invertir ya que obtiene pérdida.

3.4.3 Razones financieras

“Se puede definir como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los Estados Financieros y datos operacionales de un negocio. Esto implica el cálculo e interpretación de Porcentajes, Tasas (razones), Tendencias, Indicadores y Estados Financieros complementarios o auxiliares, los

cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la firma, ayudando así a los administradores, inversionistas y acreedores a tomar decisiones.”²³

Es una herramienta de gran utilidad para analizar la situación financiera de una empresa, a través de ellas se puede medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa.

Es por eso que evaluaremos si se debe emprender o no el negocio del parqueadero motivo por el cual utilizaremos los ratios financieros una vez acabados los estados financieros.

Parqueadero López ha visto la necesidad de evaluar las razones de rentabilidad.

3.4.3.1 Ratios de rentabilidad

“Permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios. Los propietarios, los acreedores y la administración prestan mucha atención al incremento de las utilidades debido a la gran importancia que el mercado otorga a las ganancias.”²⁴

A continuación se muestran los principales indicadores de rentabilidad que se han determinado para Parqueadero López utilizando el estado de resultados del escenario normal detallado en la Figura y el balance general que se presenta a continuación para el año 2013.

²³ MSC.RUBEN BARREIROS A. Modulo de Administración Financiera. s.a. Pág. 4

²⁴ LAWRENCE J. GITMAN; Principios de Administración Financiera. Pearson. Pág. 59

PARQUEADERO LÓPEZ
BALANCE GENERAL INICIAL

| ACTIVOS | | PASIVO | |
|------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|
| Activos Corriente | | Capital Social | |
| Caja Bancos | 5.012 | Aporte de los socios | 39.903,00 |
| Activos Fijos | | Patrimonio | 210.000,00 |
| Muebles y enseres | 2.181,00 | | |
| Construcción y obras civiles | 32.710,00 | | |
| Terreno | 210.000,00 | | |
| Total activo: | 249.903,00 | Pasivo + patrimonio: | 249.903,00 |

Figura 3.25. Balance General

✓ **Margen Neto**

Este indicador establece el porcentaje de Rendimiento Neto sobre las Ventas al descontar el Costo de Ventas y todos los otros Egresos que tiene la Compañía en el manejo de sus operaciones

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{22.121,49}{59.352,00} = 37,27\%$$

Este indicador significa que la Utilidad Neta corresponde al 37,27% de las Ventas Netas. Esto equivale a decir, que por cada USD \$ vendido se ganará 37,27 centavos de Utilidad Neta.

✓ **Utilidad Ventas**

Este ratio expresa la utilidad obtenida por la empresa, por cada dólar de ventas. Lo obtenemos dividiendo la utilidad antes de intereses e impuestos por el valor de ventas.

$$\text{Utilidad Ventas} = \frac{\text{Utilidad antes de int. e imp.}}{\text{Ventas}} = \frac{34.243,80}{59.352,00} = 57,70\%$$

Este índice nos indica que por cada dólar vendido en el 2013, se ha obtenido se obtiene el 57,70 de utilidad.

✓ **Utilidad Activo**

Este ratio nos permite analizar la eficiencia en el uso de los activos del parqueadero, lo calculamos dividiendo las utilidades antes de intereses e impuestos para el total de activos

$$\text{Utilidad Activo} = \frac{\text{Utilidad antes de int. e imp.}}{\text{Activo Total}} = \frac{34.243,80}{249.903,00} = 13,70\%$$

Como podemos observar Parqueadero López produce una utilidad del 13,70% sin tomar en consideración los intereses, impuestos.

✓ **Rendimiento sobre la inversión**

Este ratio lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, lo que nos permitirá establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Además es un indicador que servirá principalmente a los accionistas para la toma de decisiones.

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \frac{22.121,49}{249.903,00} = 8,85\%$$

El porcentaje obtenido nos indica, que por cada dólar invertido en los activos produjo un rendimiento de 8,85% sobre la inversión.

✓ Rendimiento sobre el patrimonio

Para el cálculo de este indicador dividimos la utilidad neta para el patrimonio neto de la empresa. El cual nos permite medir la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

$$\text{Rendimiento sobre el patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital o Patrimonio}} = \frac{22.121,49}{210.000,00} = 10,53\%$$

Esto significa que por cada Dólar que los accionistas mantienen en el 2013 genera un rendimiento del 10,53% sobre el patrimonio. Es decir, mide la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor de los propietarios.

3.5 Punto de equilibrio

“Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidades ni pérdida.”²⁵

Esta herramienta analiza las relaciones existentes entre el costo fijo, el costo variable y las utilidades, permitiendo establecer un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, el mismo se puede expresar en valores, porcentaje y/o unidades.

A continuación realizaremos el análisis de los costos fijos y variables para Parqueadero López.

²⁵ Zamorano García, Enrique. “Equilibrio Financiero de las empresas”. IMCP, AC. Pág. 112

✓ **Costos fijos**

“Los costos fijos son aquellos que no cambian aunque los volúmenes de producción cambien”²⁶. En el caso del parqueadero independientemente de que venda o no venda el servicio, entre ellos: Sueldos, pago de servicios básicos, costos de depreciación.

| COSTOS FIJOS | VALOR |
|--------------------------------------|------------------|
| Sueldos de un año | 23.400,00 |
| Pago de servicios básicos de una año | 720,00 |
| Depreciación fija para 5 años | 436,2 |
| Total costos fijos | 24.556,20 |

Tabla 3.26. Costos fijos
Elaborado por: El autor

✓ **Costos variables**

“los costos variables son aquellos que cambian cuando hay diferentes niveles de producción.”²⁷

Para Parqueadero López son los gastos operacionales que incluyen suministros de oficina, materiales de limpieza.

| COSTOS VARIABLES | VALOR |
|---------------------------|---------------|
| Materiales de oficina | 384,00 |
| suministros de limpieza | 180 |
| Total costos fijos | 564,00 |

Tabla 3.27. Costos fijos
Elaborado por: El autor

²⁶ Méndez, J. Silvestre. “Fundamentos de Economía”. Mc Graw-Hill 3ra Edición. 2007

²⁷ Méndez, J. Silvestre. “Fundamentos de Economía”. Mc Graw-Hill 3ra Edición. 2007

Fórmula para calcular el punto de equilibrio

Debido a que en el parqueadero se tendrá diferentes precios por el servicio que se brinde se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Ventas en punto de equilibrio} = \text{Costos fijos} \times \frac{1}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

Para este análisis se tomara en cuenta las ventas proyectadas en el estado de resultados del escenario normal.

Desarrollando la fórmula del punto de equilibrio tenemos:

| | | | | |
|-------------------------------|---|--------------|---|---|
| Ventas en punto de equilibrio | = | Costos Fijos | X | $\frac{1}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$ |
| | = | 24.556,20 | X | $\frac{1}{1 - \frac{564}{59.352,00}}$ |
| | = | 24.556,20 | X | $\frac{1}{0,990497372}$ |
| | = | \$ 24791,79 | | |

Lo que significa que para el negocio en el año 2013 se debe vender \$24.791,79 para llegar al punto de equilibrio.

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar el Plan de Negocios para la creación del Parqueadero López se puede concluir que la apertura del negocio en la ciudad de Esmeraldas es viable para su creación debido a la gran demanda existente en la zona.

En el desarrollo de esta Monografía se ha utilizado los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos durante los años de estudio; Mediante el análisis interno como externo en el que se desarrollo el proyecto permitió establecer las estrategias que se utilizaran en la marcha del negocio. Por otro lado, al analizar las necesidades del cliente se ha planteado que el servicio esté basado en la seguridad, responsabilidad, honradez de parqueadero López, los cuales constituyen factores claves de interés para el cliente.

Los métodos de Investigación exploratorio y concluyente nos permitieron estudiar a la competencia para plantearnos estrategias que nos permitirán diferenciarnos.

Para concluir podemos indicar que el análisis financiero demostró que el negocio es rentable en dos de los tres escenarios planteados: optimista, normal.

Al observar los estados financieros en el escenario normal que es en el que la empresa operara es rentable, pues el VAN es mayor a cero y la TIR es mayor que la tasa de descuento (15%) y que los objetivos planteados son alcanzables a corto plazo.

Se recomendaría a los accionistas que en los primeros años no se repartan las utilidades ya que estos ingresos servirán para ampliar el negocio y abrir nuevas sucursales del parqueadero permitiendo de esta manera obtener mejores ingresos e independencia económica para los socios de la empresa.

5 . ANEXOS



La presente encuesta tiene el objetivo de realizar una investigación sobre la aceptación de un nuevo parqueadero en el centro de la ciudad.
Le solicito dedicar unos minutos para llenar la siguiente encuesta:

1. ¿Le gustaría que en el centro de la ciudad se abriera un nuevo parqueadero público?

SI

NO

2. ¿Por qué le gustaría dejar su vehículo en un parqueadero?

Seguridad _____

Comodidad _____

Cercanía _____

Otros _____

3. Por cuánto tiempo utilizaría el servicio del parqueadero?

Más de una hora: _____

Por una hora: _____

Media hora: _____

Fracción de hora: _____

4. ¿Cuánto pagaría por dejar su vehículo en el parqueadero?

Más de una hora: _____

Por una hora: _____

Media hora: _____

Fracción de hora: _____

5. ¿Ha utilizado el servicio del parqueadero que existente actualmente?

SI

NO

6. ¿Cómo considera el servicio del parqueadero existente?

Muy bueno Bueno Regular Malo

7. ¿Como le calificaría al precio del parqueadero que está prestando sus servicios actualmente?

Muy caro Caro Normal Barato

8. ¿Usted arrienda parqueadero?

En la Jornada Laboral En la mañana
En la tarde En la noche

9. ¿Qué servicio le gustaría que tenga nuestro parqueadero?

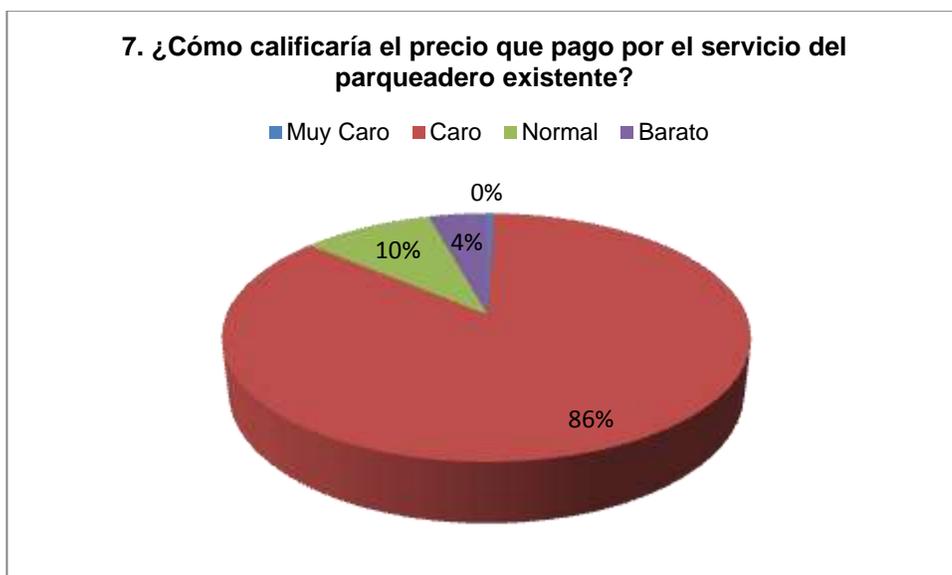
| | | | |
|------------------|-------|---------------------|-------|
| Señalización | _____ | Iluminación | _____ |
| Seguridad | _____ | SSHH | _____ |
| Cámaras | _____ | Espacio Vehículo | _____ |
| Sistema de cobro | _____ | Atención al cliente | _____ |

Gracias por su colaboración

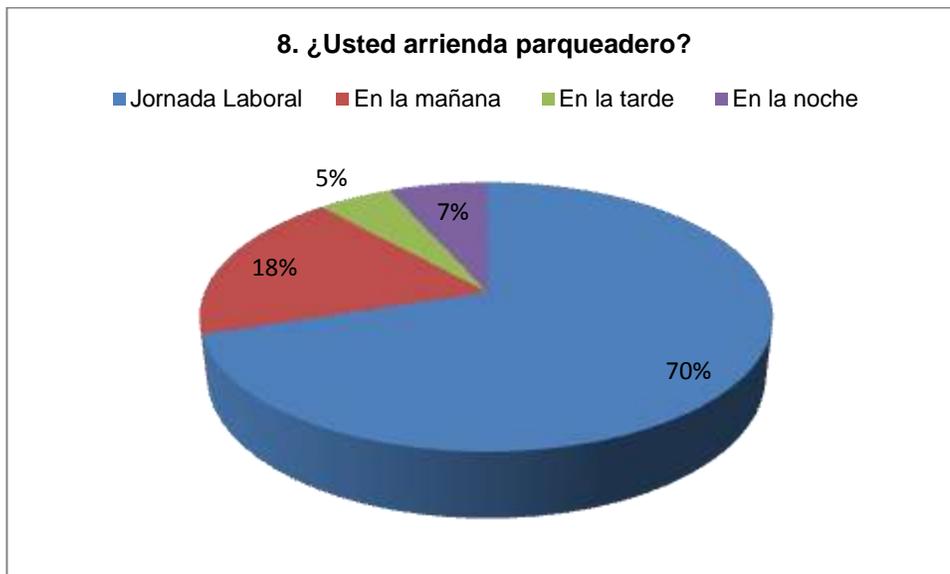
GRAFICOS



Según los resultados obtenidos podemos ver que la competencia no brinda un buen servicio al usuario reflejado en un 92% de personas que lo catalogan como regular dejando un margen mínimo que piensan que tienen un buen servicio.



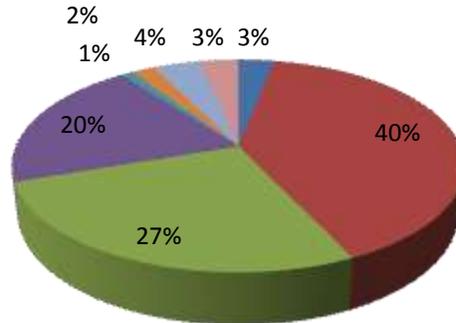
Dentro de la apreciación que vemos en este grafico un 86% de clientes dicen que el parqueadero existente tiene un sistema de cobro caro lo cual refleja su insatisfacción por los precios.



La mayor parte de la población esmeraldeña ha utilizado el servicio de parqueadero lo cual al existir una gran demanda nos permitirá tener una buena aceptación por la falta de espacio existente en el parqueadero existente.

9. ¿Qué servicio le gustaría que tenga nuestro parqueadero?

- Señalización
- Seguridad
- Camaras
- Sistema de cobro
- Iluminacion
- SSHH
- Espacio vehicular
- Atencion al cliente



Como podemos ver de los 2 servicios con los que contara nuestro local son los que prefirieron las personas encuestadas (cámara y seguridad) los que nos dará una ventaja competitiva ante la competencia.

6 BIBLIOGRAFIA

1. BORELLO, Antonio. El plan de negocios. Colombia: McGraw-Hill. 2001.
2. GESTIÓN DE PROYECTOS. Identificación, formulación y evaluación financiera económica social y ambiental de José Miranda Miranda Cuarta edición. MM Editores. 2004
3. HERNÁNDEZ BRAVO Juan MBA. Artículo Marketing de servicios. Universidad de Santiago de Chile: 2003.
4. JOSE ERAZO SORIA Mercadotecnia Un Análisis Global de Gestión
5. KINNEAR, Thomas y James TAYLOR. Investigación de Mercados. Quinta. Colombia: McGraw-Hill, 2003.
6. KOTLER, PHILIP. Dirección de Marketing, Prentice -Hall. México 2001
7. LAWRENCE J. GITMAN. Principios de Administración Financiera. Pearson. 2003
8. MSC.RUBEN BARREIROS A. Modulo de Administración Financiera.
9. MIRANDA Miranda Juan José. Gestión de Proyectos. Cuarta Edición. 2004.
10. NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN; Preparación y Evaluación de Proyectos 4ta Edición. McGraw-Hill. 2004
11. NORTH RIDGE BUSINESS SCHOOL Programa de marketing y Administración de empresas nivel 1
12. PHILIP ROTHER Y GARY ARMSTRONG Fundamentos de Mercadotecnia Segunda Edición

13. SAPAG CHAIN Nassir- SAPAG CHAIN Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta. Chile: Mc Graw- Hill, 2001

14. ZIKMUND WILLIAM Investigación de Mercados. Editorial: Cengage Learning 2008

REFERENCIAS ELECTRONICAS

1. CN. Crece Negocios. com. Ratios Financieros ms frecuentes.
<<http://www.crecenegocios.com/ratios-financieros/>>
- 2 <<http://www.gerencie.com>