



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

**Implementación de una empresa de publicidad en taxis orientada al mercado
de Cuenca**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de

Ing. Comercial

Autor: Rony Abarca

Pablo Rodas

Director: Ing. José Erazo Soria.

Cuenca, Ecuador

2012

DEDICATORIA PABLO RODAS

Dedico este, mi trabajo a mi familia que me ha apoyado durante toda mi vida, y a mis hijos que son los que dan aliento para conseguir cada logro que pueda obtener.

DEDICATORIA RONY ABARCA

Dedico este trabajo con mucho cariño a mi madre, quien fue un apoyo durante toda mi trayectoria de estudiante y ejemplo en mi vida diaria.

A mis hermanos que son una estimulación para seguir adelante y cumplir con mis metas propuestas.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos primeramente a Dios, por ser nuestro guía y proveer de todos los recursos para poder obtener y cumplir con un objetivo importante en nuestra vida.

A nuestros compañeros y amigos por el apoyo incondicional brindado.

Al Ing. José Erazo, por asumir la responsabilidad de dirigir este trabajo de graduación y compartir sus conocimientos.

Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iv
Índice de Contenidos.....	v
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Introducción.....	1
Capítulo 1: Aspectos relevantes de la empresa:.....	2
1.1. Generalidades del taxismo en Cuenca.....	2
1.2. Organigrama Estructural.....	3
1.3. Organigrama Funcional.....	3
1.4. Objeto del negocio.....	7
1.5. Objetivos y políticas empresariales.....	7
2. Valores Clave.....	8
Capítulo 2: Estudio de Mercado.....	10
2.1. Detección de la necesidad.....	10
2.2. Definición del problema.....	10
2.3. Análisis situacional del mercado.....	12
2.3.1. Investigación de mercados.....	12
2.3.1.1. Resultados de las encuestas a taxistas.....	16
2.3.1.1.1. Conclusiones de la investigación.....	27
2.3.1.2. Resultados de las encuestas a Empresas.....	28

2.3.1.2.1.	Conclusiones de la investigación.....	38
2.3.2.	Análisis de la situación del mercado.....	39
2.3.2.1.	Fuerzas competitivas según Michael Porter.....	39
2.3.2.1.1.	Rivalidad del sector.....	39
2.3.2.1.2.	Competidores potenciales.....	39
2.3.2.1.3.	Productos sustitutos.....	40
2.3.2.1.4.	Poder de negociación de los clientes.....	40
2.3.2.1.5.	Poder de negociación de los proveedores.....	40
2.3.2.2.	Cadena de valor.....	41
2.3.2.3.	Foda.....	43
2.4.	Generación de las posibles soluciones.....	44
2.5.	Valuación física – técnica.....	44
2.5.1.	Estudio técnico.....	44
2.5.1.1.	Capacidad instalada.....	44
2.5.1.2.	Procesos.....	45
2.5.1.3.	Infraestructura de la empresa.....	45
2.6.	Valuación económica.....	46
2.6.1.	Relación costo beneficio.....	46
2.6.2.	Beneficios sociales.....	46
2.6.2.1.	Directo.....	46
2.6.2.2.	Indirecto.....	47
2.6.3.	Inversiones.....	47
2.6.4.	Costos.....	47
2.6.4.1.	Variables.....	47
2.6.4.2.	Fijos.....	48
2.6.5.	Punto de equilibrio.....	48
2.6.6.	Van o vpn.....	49
2.7.	Valuación financiera.....	49
2.7.1.	Fuentes de financiamiento.....	49
2.8.	Valuación social.....	50
2.9.	Valuación administrativo y legal.....	50
2.9.1.	Marco legal.....	50
2.10.	Solución viable.....	52

3. Conclusiones.....	53
4. Recomendaciones.....	54
4.1 Esquema Tentativo.....	55
5. Bibliografía.....	56
6. Anexos.....	57

RESUMEN EJECUTIVO

La presente monografía consiste en la implementación de una empresa de publicidad en taxis, orientada al mercado de Cuenca.

En el capítulo uno se dará a conocer los “aspectos relevantes de la empresa” como su organigrama estructural y funcional, se definirán los objetivos y políticas del negocio y la empresa respectivamente.

En el capítulo dos, se realizará el “Estudio de Mercado”, mediante el cual se hará la detección de la necesidad, definición del problema, el Análisis situacional del mercado en donde se realizara una investigación de mercado, mediante dos encuestas tanto a taxistas como a negocios, Adicionalmente se realiza la selección de la posible solución, la valuación física-técnica, la valuación económica-financiera en donde analizamos factores importantes como son: el VAN, la TIR y las Fuentes de Financiamiento. También se analizará el impacto social que causa el proyecto en la ciudad de Cuenca.

Para finalizar se expondrá algunas conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

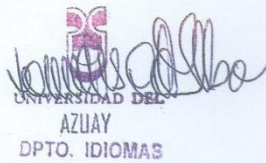
The present research project consists in the implementation of an advertisement company for taxis, marketed in the city of Cuenca.

In chapter one the "relevant aspects of the company" such as its structural and functional flow charts, the objectives and policies of the business and the company respectively will be presented.

In chapter two a "Market Study" will be performed, which will help us detect the needs and define the problems. During the situational analysis of the market, a market study will take place through two surveys to the taxi drivers and the businesses as well.

Additionally, the possible solutions are selected; the physical-technical valuation and the financial-economical valuation are performed in order to analyze important factors such as: the NPV, the IRR and the Financing Sources. The social impact caused by the project in the city of Cuenca will also be analyzed.

Finally, some conclusions and recommendations will be presented.



Translated by,
Diana Lee Rodas

INTRODUCCION

En la ciudad de Cuenca se percibe gran cantidad de publicidad, de todo tipo de empresas, ya sea en Gigantografías, letreros, prensa escrita, entrega de volates y algo novedoso que es la publicidad en Buses, lo cual más se asemeja al servicio que vamos a brindar. Incluso las empresas grandes que tienen recursos anuncian sus productos y servicios por la televisión, radio, páginas web.

El servicio de publicidad en vallas electrónicas sobre taxis es algo nuevo en la ciudad de Cuenca, es de gran impacto y está a un precio accesible. También se coloca dos pantallas led en la parte posterior de los asientos del chofer y copiloto con propaganda, para finalizar con la entrega de volantes a los usuarios del taxi. Como se puede notar son tres formas de llegar al público causando mayor impacto en el mismo.

Nos convertimos en una alternativa para que las grandes empresas utilicen nuestros servicios conjuntamente con los medios tradicionales; para que las Pymes se den a conocer de una mejor manera; y por último para que las microempresas puedan surgir y tengan la oportunidad de publicitar llegando a gran cantidad de personas, lo que no lograrían si utilizaran otros medios publicitarios como letreros, Gigantografías que normalmente utilizan para dar a conocer sus negocios.

CAPITULO 1

1. ASPECTOS RELEVANTES DE LA EMPRESA:

1.1. Generalidades del taxismo en Cuenca.

En la ciudad de Cuenca, actualmente existen 3.557 unidades vigentes que prestan el servicio de Taxi Convencional y que se encuentran debidamente legalizadas y registradas en la Unidad Municipal de Tránsito y Transporte Terrestre, distribuidas en 106 organizaciones; que pertenecen a la Unión de Taxistas del Azuay, actualmente presidida por el Sr. Mesías Vicuña.¹

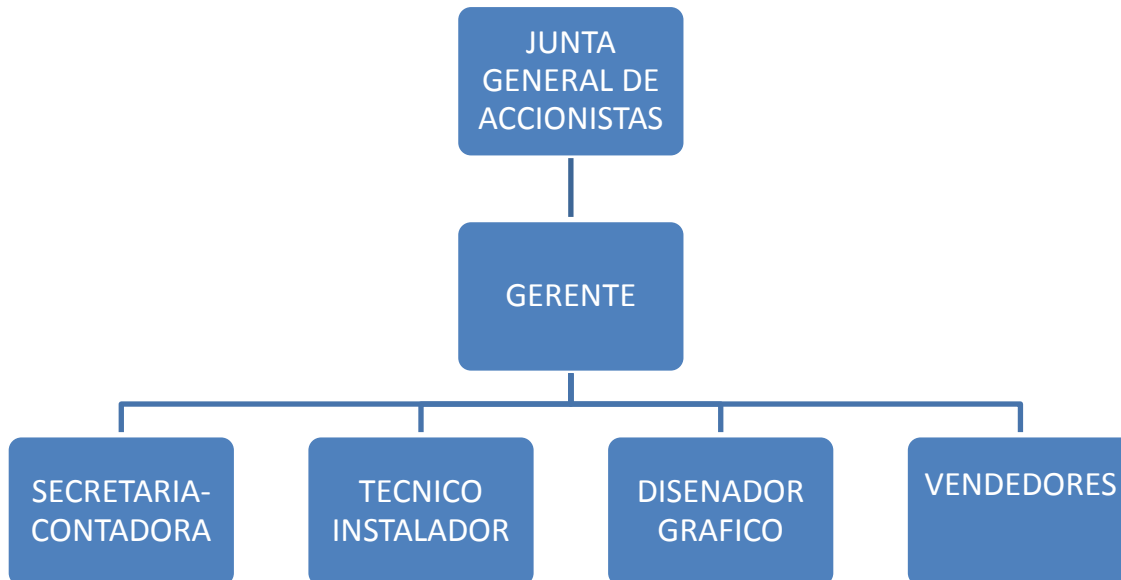
El servicio de taxis se lo puede tomar en las calles o llamando a cooperativas de taxis a domicilio durante las 24 horas. El costo se determina por un taxímetro o por un estimado del conductor. El recorrido arranca en 35 centavos de dólar, y el costo de un recorrido mínimo es de un dólar.

Los taxis en Cuenca son de color amarillo, placas tomates, tienen cuatro adhesivos del Registro Municipal para poder circular legalmente.

Para poder tener el permiso de funcionamiento de la unidad de taxi, el socio tiene que tener la licencia profesional, en caso de no tenerla deberá presentar el contrato de trabajo del chofer profesional que conducirá el taxi

¹ <http://www.cuenca.gov.ec/?q=node/621>

1.2. Organigrama Estructural.



Elaborado por: Rony Abarca y Pablo Rodas

❖ ORGANIGRAMA FUNCIONAL

➤ **Junta General de Accionistas**

Descripción

Son los encargados de dictaminar los lineamientos y estrategias de la empresa.

Funciones:

- Revisar y aprobar los balances presentados.
- Nombrar directivos de la empresa.
- Realizar modificaciones en los estatutos.

➤ **Gerente**

Descripción

El gerente debe lograr los objetivos organizacionales, estrategias de marketing y objetivos de mercado, mientras monitorea el entorno de la empresa.

Funciones:

- Planeación y presupuesto de ventas.
- Determinación del tamaño y estructura de la organización.
- Reclutamiento, selección y entrenamiento del personal.
- Distribución de los esfuerzos de ventas y establecimiento de las cuotas de ventas.
- Compensación, motivación y dirección del personal.
- Análisis del volumen de ventas, costos y utilidades.
- Medición y evaluación del desempeño de los empleados
- Monitoreo del ámbito de la comercialización.

➤ **Secretaria-Contadora**

Descripción

Cooperar en el fortalecimiento administrativo de la empresa mediante el ejercicio contable, registrando los movimientos de ingresos, gastos y costos de la dependencia en los reportes auxiliares y principales.

Funciones:

- Apoyar en el registro de los movimientos de ingresos, gastos y costos en los reportes contables y financieros.

- Acudir a las reuniones que organice el jefe inmediato, con el propósito de evaluar la contabilidad de la dependencia, así como los programas presupuestales establecidos.
- Revisar y verificar que el importe de las facturas recibidas sea correcto; asimismo, que las remisiones oficiales se apeguen a la normatividad establecida, y en su caso, informar a su jefe inmediato de cualquier irregularidad o anomalía que se detecte.
- Efectuar las cancelaciones de los comprobantes de gastos, así como controlar la documentación que respalda a los reportes contables.
- Archivar, controlar y custodiar la información generada por el área, así como de la que es recibida de las distintas dependencias.
- Apoyar en la elaboración de los informes y reportes, periódicos y eventuales, que le solicite la Dirección a su jefe inmediato.

➤ **Técnico**

Descripción:

Atender las órdenes de trabajo, verbales y por escrito, que implique realizar tareas en el área de instalación de paneles, instalación de pantallas en los taxis.

Funciones:

- Revisión del buen funcionamiento del panel y pantallas en el taxi.
- Detectar anomalías y diagnosticar la magnitud de las fallas.
- Reparación de fallas
- Mantenimiento de los paneles y pantallas.

➤ **Vendedor**

Descripción:

Reunir los rasgos y cualidades para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa en su zona de ventas.

Funciones:

- Realizar las ventas de los servicios publicitarios de la empresa
- Asesorar a los clientes sobre los diferentes paquetes publicitarios que la empresa ofrece
- Promocionar el servicio de la empresa, adquiriendo clientes para la misma

➤ **Diseñador grafico**

Descripción:

Será el encargado de la parte de diseño de la empresa, se le entregará las condiciones para las campañas publicitarias, deberá realizarlas de acuerdo a los requerimientos de cada una de las empresas.

Funciones:

- Diseño de volantes para entregar a los ocupantes de los taxis
- Diseño de promociones para la publicidad de las empresas.

1.3. Objeto del negocio.

El continuo movimiento del mercado, las aperturas constantes de nuevas compañías, un consumidor cada vez más exigente, entre otros factores, hoy en día se convierten en un reto de competitividad para las empresas que no sólo pueden proveerse de los recursos que nos presentan los medios tradicionales, lo que conlleva a buscar nuevas alternativas para poder no sólo comunicar e informar acerca de sus productos sino también crear una recordación y fidelización de sus marcas.

Por este motivo vemos la necesidad de introducir al mercado de Cuenca una Agencia enfocada a la publicidad en taxis mediante vallas electrónicas que se convierte en la respuesta para lograr una verdadera diferenciación frente a las marcas competidoras.

1.4. OBJETIVOS Y POLÍTICAS EMPRESARIALES.

- OBJETIVO GENERAL:

- Brindar soluciones publicitarias colocando paneles con publicidad sobre los taxis de la ciudad de Cuenca.

- OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Generar una rentabilidad que satisfaga a los accionistas.
- Satisfacer las necesidades de comunicación de las empresas mediante el uso de medios no tradicionales.

- Analizar la manera de promocionar los diversos productos de las empresas clientes, para de esta forma llegar de una manera eficaz a los ojos del consumidor.

POLITICAS EMPRESARIALES

- Brindar excelentes servicios con calidad a precios competitivos; para conseguir, ampliar y fidelizar clientes, generando relaciones sostenibles a largo plazo
- Los procesos de adquisición de bienes y servicios deberán ser: ágiles, oportunos, eficientes y con reglas claras que aseguren la competitividad, respetando los criterios de buena fe, transparencia y economía.
- Garantizar la transparencia en las diferentes etapas de análisis, evaluación, decisión y seguimiento de las inversiones.

2. VALORES CLAVE.

Integridad: Entendemos la importancia de garantizarle a nuestros clientes el valor de su inversión; haciendo nuestro trabajo en función de la ética y la honestidad.

Calidad: La excelencia y el mejoramiento continuo de nuestros productos y servicios es un principio que no se negocia.

Servicio: Sabemos el valor que tienen las marcas para nuestros clientes, es por eso que nos esmeramos en preservar y optimizar continuamente cada aspecto involucrado en la operación.

Innovación: Nos apasiona sorprender a nuestros clientes con ideas novedosas y efectivas, que acentúen el impacto de sus marcas; diferenciándolas de sus competidores.

Vanguardia: La investigación y desarrollo constante de nuevas tendencias y la búsqueda de recursos que maximicen la rentabilidad y los tiempos de respuesta, son parte de nuestra filosofía.

ESTUDIO DE MERCADO

2. CAPITULO II

2.1 DETECCION DE LA NECESIDAD

En la ciudad de Cuenca existen empresas de Marketing y Publicidad que ofrecen un servicio de difusión, pero el impacto causado en los consumidores no viene a ser el mismo, ya que el tipo de medio utilizado por estas empresas para llegar al grupo objetivo es masivo, lo cual se convierte en nuestros tiempos en algo ya obsoleto debido a la cantidad de publicidad que vemos día a día en nuestro mercado, por lo cual hemos visto la necesidad de enfocar nuestras herramientas publicitarias en un medio personalizado que realmente satisfaga las necesidades tanto del consumidor como de la empresa anunciante.

2.2 DEFINICION DEL PROBLEMA

Todas las empresas conocen, que uno de los factores más importantes para tener una acogida con eficacia de su producto en el mercado es el marketing y la publicidad, existiendo algunas herramientas publicitarias, plantearemos tres alternativas:

- Medios tradicionales o masivos como la TV, radio, prensa escrita, etc.
- Gigantografías, letreros, estantes
- Publicidad Móvil en buses y taxis.

De estas alternativas analizaremos las ventajas y desventajas.

- **Medios tradicionales o masivos como la TV, radio, prensa escrita, etc.**
 - o Ventajas:
 - Llega de forma masiva al público
 - Llega a todos los rincones del país e incluso fuera del país
 - Buena apreciación del producto o servicio que se publicita

- Desventajas
 - Altos costos
 - Limitación en tiempo
 - Producción del Comercial

- **Gigantografías, Letreros, Banner.**
 - Ventajas
 - Menos costoso que el de medios masivos
 - Potencia la imagen a mostrar consiguiendo un mayor impacto emocional fijando su marca de una manera más efectiva
 - Indica que productos o servicios se brindan en ese local

 - Desventajas
 - Ubicaciones limitadas por los municipios
 - Se considera complicado elegir las mejores localizaciones debido a que suelen estar copadas por los grandes anunciantes

- **Publicidad en Taxis y Buses**
 - Ventajas
 - Atractiva. La propaganda en taxis resalta por su movilidad, no espera a que el público circule por donde se encuentra ubicada, pues al encontrarse en movimiento por más de 12 horas de lunes a domingo está en constante venta y sobre todo a un costo bajo.
 - Alta resolución. Imagen digital y texto al nivel del ojo del consumidor.
 - Longevidad del mensaje. De 18 a 24 horas diarias de alta exposición en localidades múltiples.
 - Tanto la publicidad en taxis como en buses es una alternativa innovadora en la vía pública

- Es el medio de comunicación visual más impactante, económico y de inmediato retorno ya que el mismo llega a los múltiples grupos sociales de una forma masiva
- Desventajas:
 - Tamaño reducido en los taxis para colocar el anuncio

2.3 ANALISIS SITUACIONAL DEL MERCADO

2.3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En la investigación que realizamos se previno la necesidad de identificar dos universos los cuales son los: establecimientos económicos (empresas, instituciones, entidades y personas que puedan publicitar); y los taxistas que deben estar de acuerdo en implementar los paneles publicitarios en sus unidades.

En el primer caso los establecimientos económicos de la ciudad de Cuenca, en algún momento deberán ejecutar algún tipo de campaña publicitaria constituyéndose nuestro mercado objetivo, que según el censo realizado en el año 2010, proporcionados por el INEC es de 28.246 establecimientos, empresas y unidades productoras.

Para el caso de los taxistas la definición del universo es más sencilla ya que existen 3.557 siendo este el universo, según la página de la Ilustre Municipalidad de Cuenca.

- Estimación de la Muestra

Para estimar la muestra tomaremos en cuenta el *coeficiente de confianza* del 95%, que nos permite conocer el grado de certeza de la información a levantar.

Se va a determinar el error máximo de un 5%, el cual es aceptable en los resultados.

La probabilidad de que ocurra es de un 50% y de que no ocurra es igual de un 50%.

El intervalo de confianza es de: 95% de confianza, $z=1,96$.

Se aplicara la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 N p q}{E^2 (N-1) + z^2 p q}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

z = nivel de confianza

N = tamaño de la población

p = probabilidad de cumplimiento

q = probabilidad de no cumplimiento

E = error muestral

- Datos para calcular la muestra de establecimientos económicos:

$z = 95\%$ ($k = 1,96$)

$N = 28246$ establecimientos económicos

$p = 50\%$

$q = 50\%$

$E = 5\%$

- Cálculo de muestra de establecimientos económicos:

$$n = \frac{1,96^2 * 28246 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 (28246 - 1) + (1,96^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 28246 * 0,50 * 0,50}{0,0025 * 28245 + (3,8416 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{27127,4584}{71.5729}$$

$$n = 379$$

Se deberá realizar 379 encuestas a establecimientos económicos en la ciudad de Cuenca.

Se utilizó el tipo de muestra "Aleatorio simple".²

- Datos para calcular la muestra de unidades de taxi

$$z = 95\% (k = 1,96)$$

$$N = 3.557 \text{ unidades de taxi}$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$E = 5\%$$

² **MERCADOTECNIA UN ANÁLISIS GLOBAL DE GESTIÓN José Erazo Soria pg:162**

- Cálculo de muestra de unidades de taxi:

$$n = \frac{1,96^2 * 3557 * 0,50 * 0,50}{0,05^2(3557-1) + (1,96^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 3557 * 0,50 * 0,50}{0,0025 * 3556 + (3,8416 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = 346$$

Se deberán realizar 346 encuestas a taxistas en la ciudad de Cuenca

Se utilizó el método "Aleatorio simple".³

³ **MERCADOTECNIA UN ANÁLISIS GLOBAL DE GESTIÓN** José Erazo Soria pg:162



CUESTIONARIO

"TAXISTAS"

Presentación: Buenos días/tardes; Somos egresados de la facultad de Ciencias de la Administración de la UDA. Estamos realizando un trabajo de Investigación que pretende implementar la publicidad móvil sobre taxis en la ciudad de Cuenca. **Los datos se tratarán de forma estrictamente confidencial y de forma global**, sin que se utilice para otros fines diferentes al indicado.

1. **¿Ha visto publicidad móvil sobre taxis en el Ecuador?**

Si No

2. **¿Es usted el chofer o el dueño del taxi?**

Si No

3. **¿Le interesaría incrementar sus ingresos con la implementación de publicidad móvil sobre su unidad?**

Si No

4. **¿Por cuánto al mes dejaría que le instalen la publicidad móvil en su unidad sin que esta dañe su unidad?**

- a. \$5-\$10
- b. \$10-\$15
- c. \$15-\$20

5. ¿Le interesaría invertir \$250 en el panel superior para aumentar sus ingresos con la publicidad móvil un 10%?

Si No

6. ¿Es usted socio de una cooperativa de transporte?

Si No

7. ¿Cuántos km recorre en promedio diario?

- a. 50-80 km diarios
- b. 80-100 km diarios
- c. 100-150 km diarios
- d. Más de 150 km diarios

8. ¿Cuántas horas al día su unidad esta en circulación?

- a. 8 horas
- b. 16 horas
- c. 24 horas

9. ¿Aproximadamente cuantas personas se suben en su taxi diario?

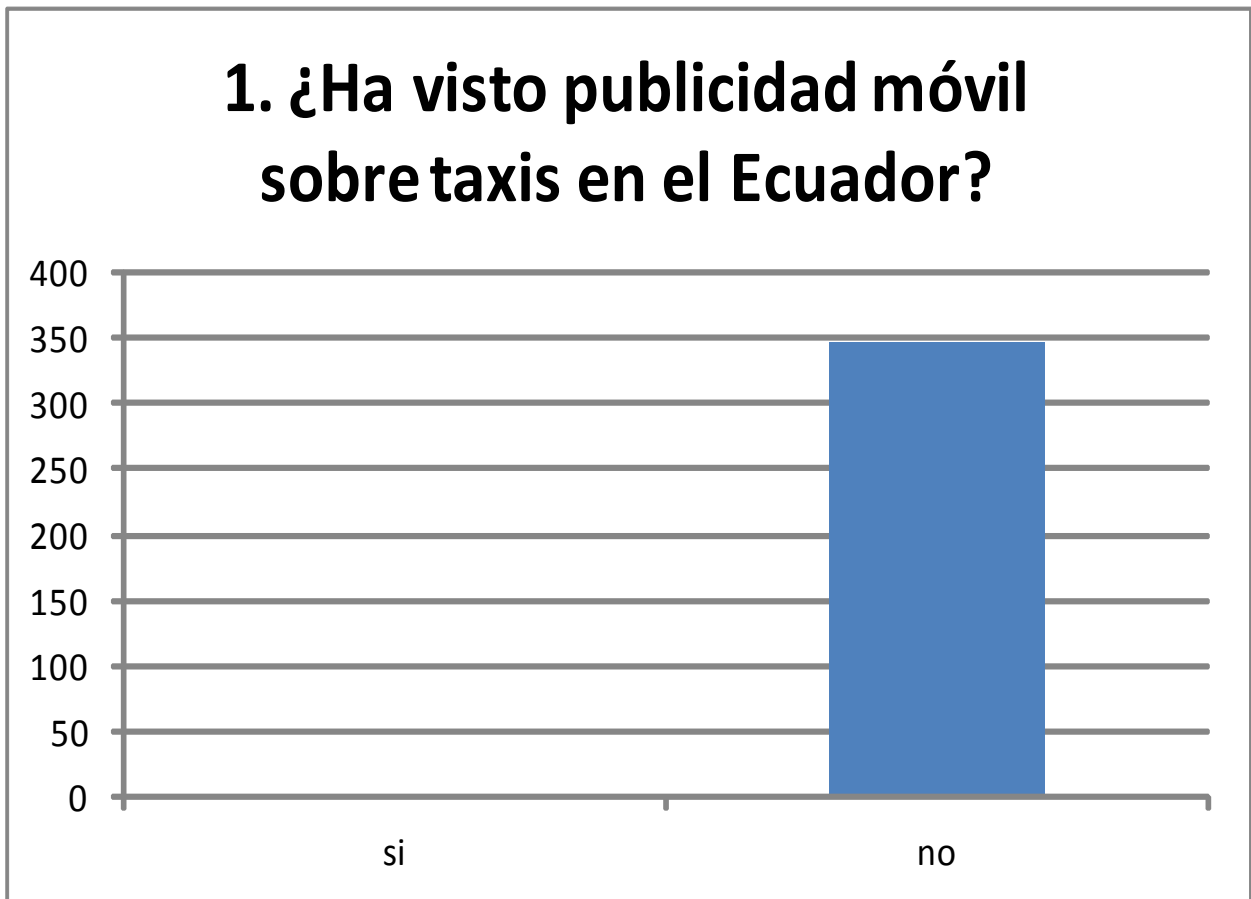
- a. De 20 a 40
- b. De 40 a 60
- c. Más de 60

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A TAXISTAS

1. ¿Ha visto publicidad móvil sobre taxis en el Ecuador?

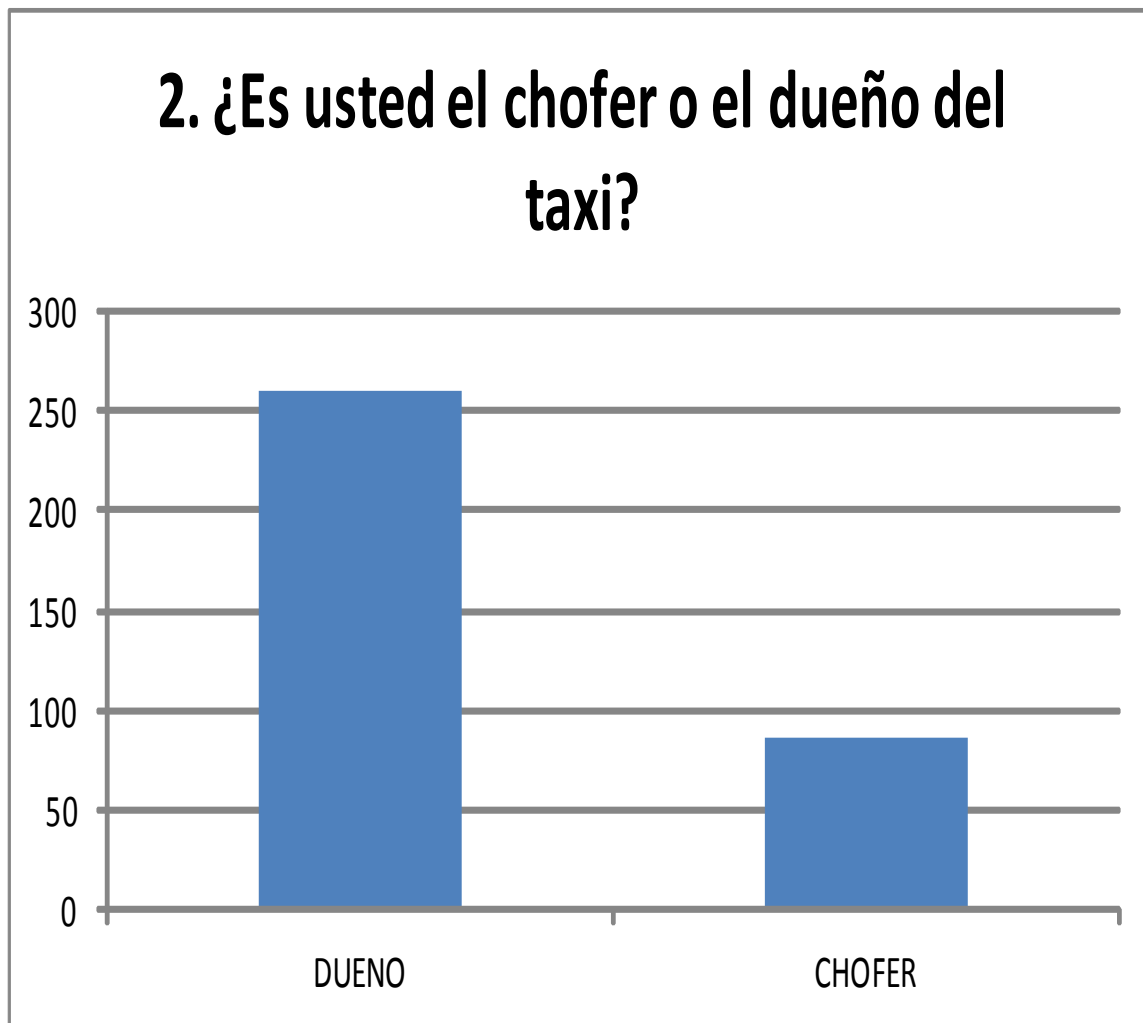
si	0
no	346



Podemos ver que en la ciudad de Cuenca y el Ecuador en general nadie ha visto publicidad sobre taxis todavía lo que demuestre que nuestro producto va a ser innovador en el mercado local y nacional.

2. ¿Es usted el chofer o el dueño del taxi?

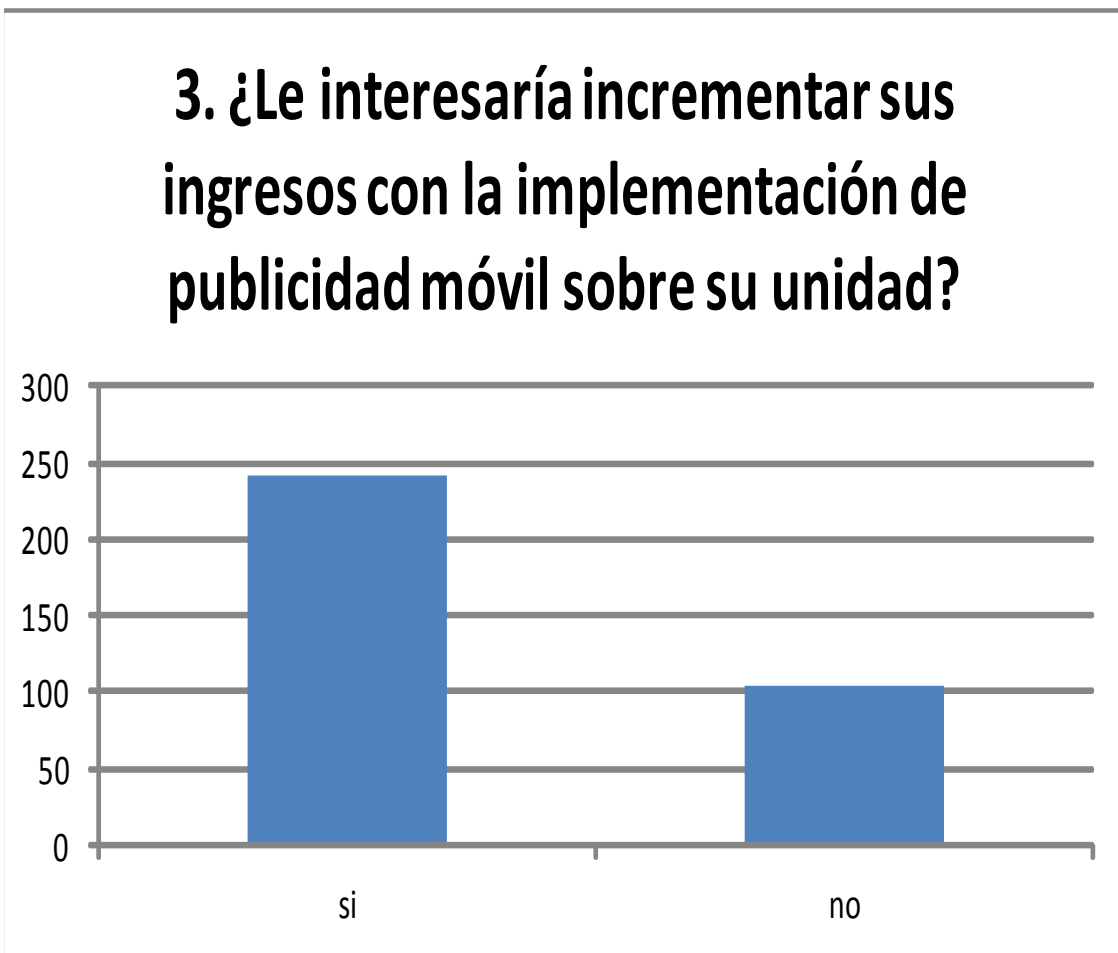
DUENO	260
CHOFER	86



De los encuestados 260 fueron los dueños y 86 los choferes lo que nos da un 75% del mercado potencial consultado para el análisis de la demanda.

3. ¿Le interesaría incrementar sus ingresos con la implementación de publicidad móvil sobre su unidad?

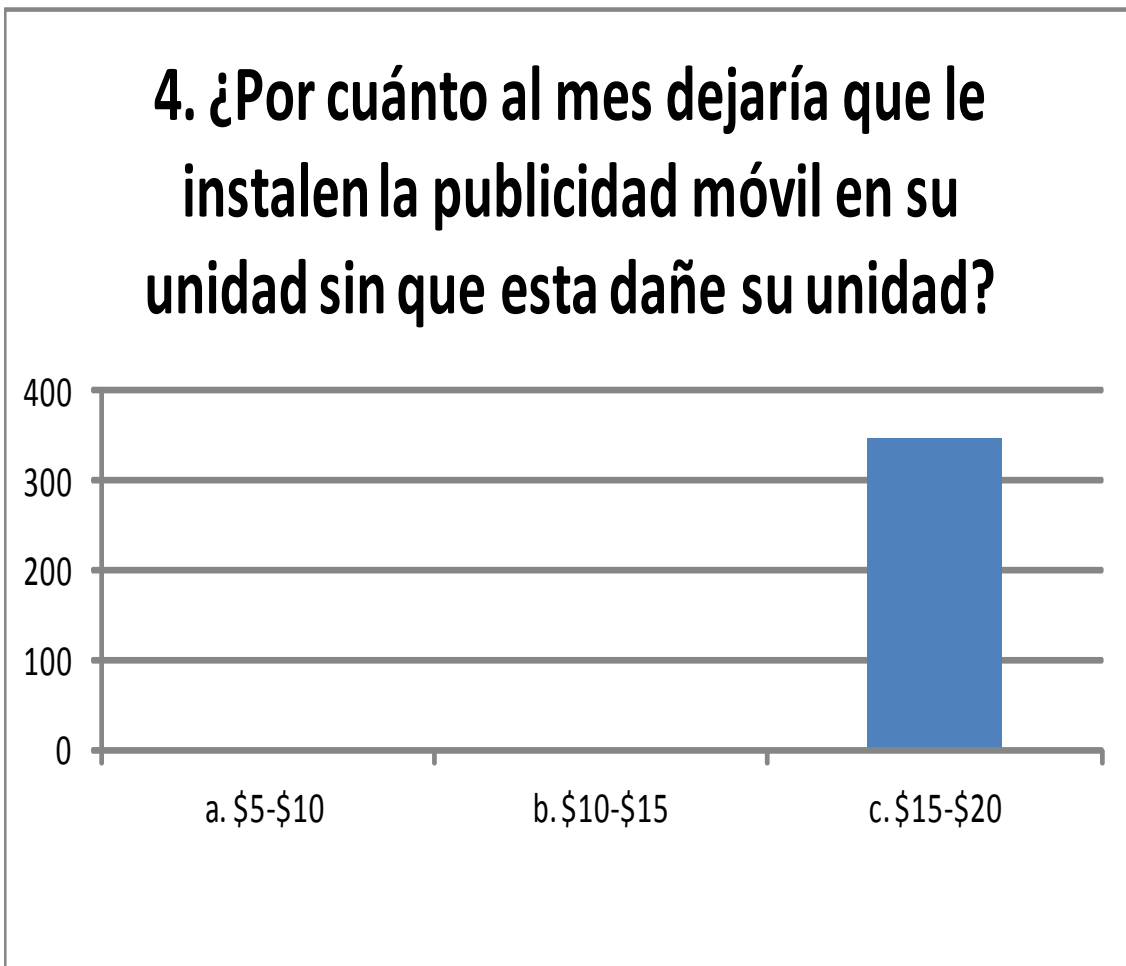
si	242
no	104



Podemos observar que 242 de 346 personas encuestadas si les interesaría incrementar sus ingresos con la implementación de publicidad móvil sobre su unidad, dándonos un 70% de aceptación. Extrapolando estos datos tendríamos como mínimo 2.490 taxis dispuestos a poner el panel en su unidad.

4. ¿Por cuánto al mes dejaría que le instalen la publicidad móvil en su unidad sin que esta dañe su unidad?

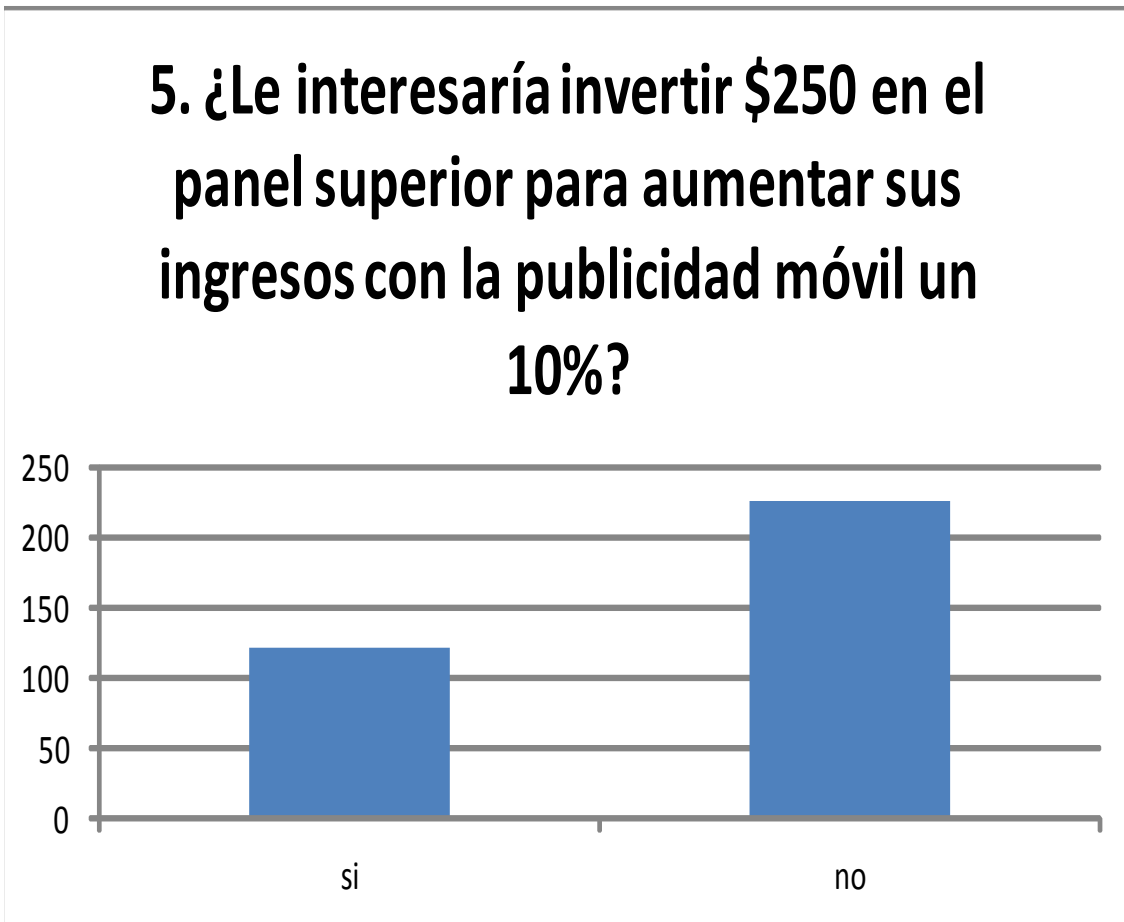
a. \$5-\$10	0
b. \$10-\$15	0
c. \$15-\$20	346



A los taxistas en un 100% les interesaría recibir un valor de \$15 a \$20 por instalar publicidad móvil en sus unidades.

5. ¿Le interesaría invertir \$250 en el panel superior para aumentar sus ingresos con la publicidad móvil un 10%?

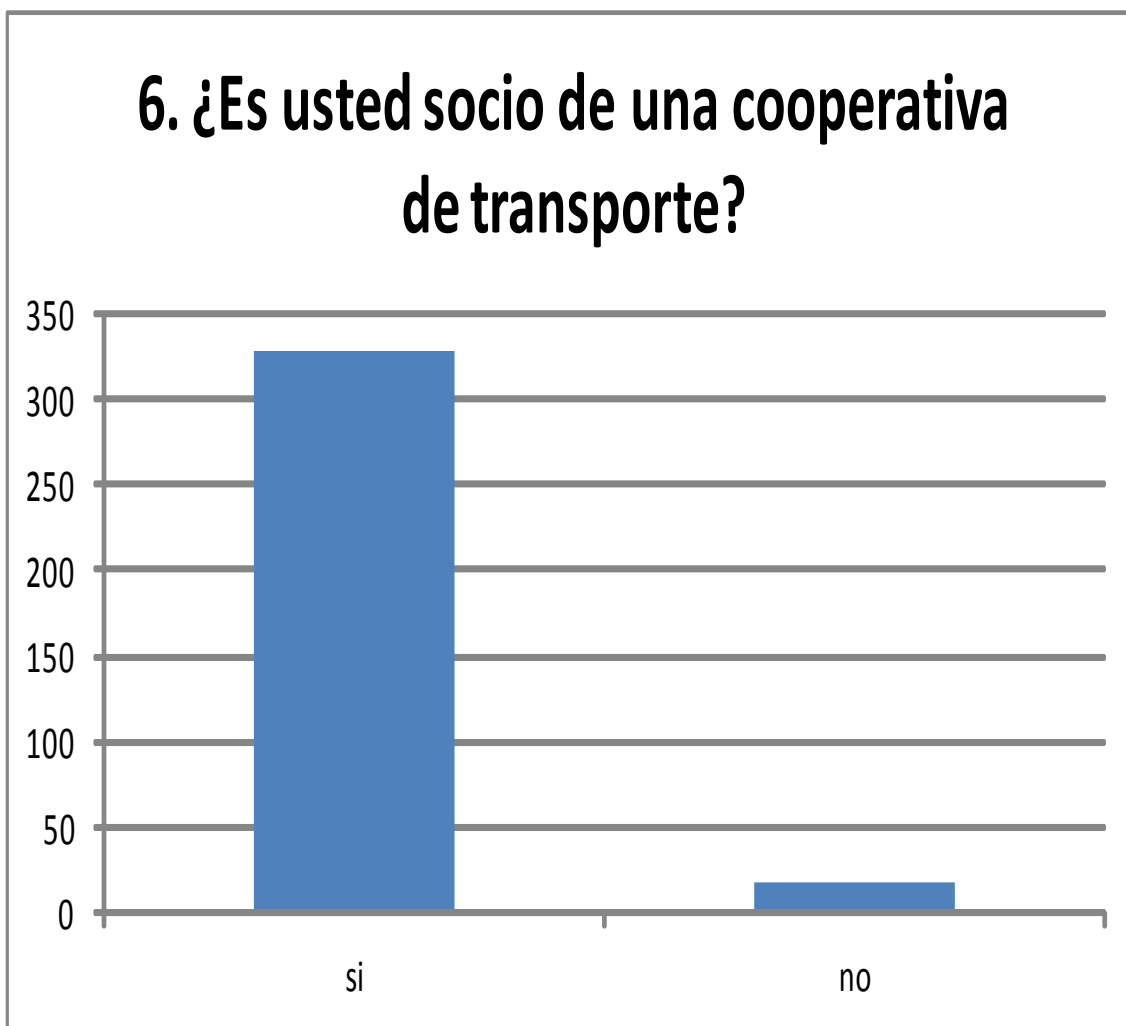
si	121
no	225



A un 65% no le interesa invertir en el panel superior por lo que nos tocaría asumir a nosotros ese costo, y el otro 35% si le interesaría, por lo que a ellos tendríamos que darles un mayor margen de ganancia que a los otros taxistas.

6. ¿Es usted socio de una cooperativa de transporte?

si	329
no	17



Un 95% de taxistas encuestados es socio de una cooperativa de taxi que es el mercado objetivo ya que el 5% es pirata.

7. ¿Cuántos km recorre en promedio diario?

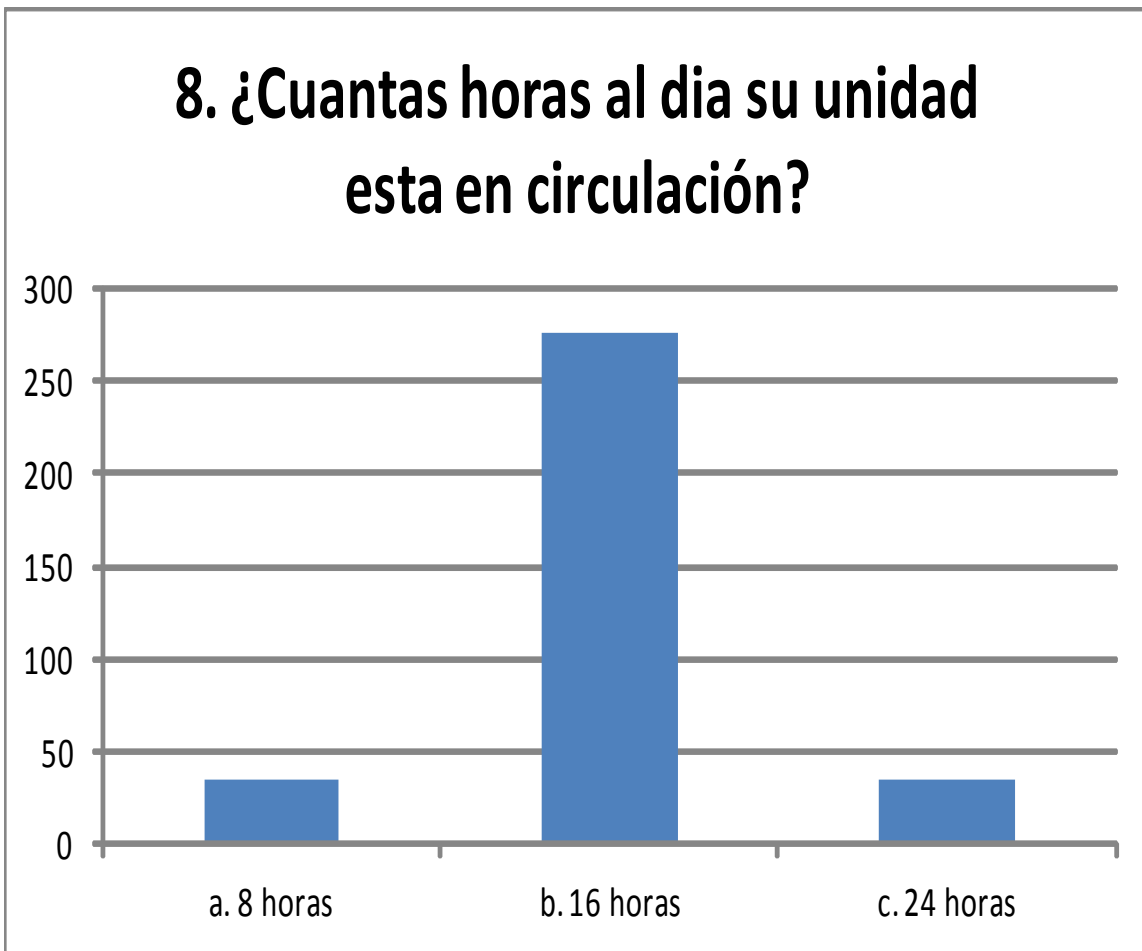
a. 50-80 km diarios	0
b. 80-100 km diarios	35
c. 100-150 km diarios	173
d. Más de 150 km diarios	138



Podemos observar que el recorrido que tendrá la publicidad en taxi en su mayoría un 50% será de 100-150 km diarios, en un 40% más de 150 km diarios, y tan solo un 10% de 80-100 km diarios, lo que demuestra un buen recorrido para que las personas puedan ver la publicidad.

8. ¿Cuántas horas al día su unidad esta en circulación?

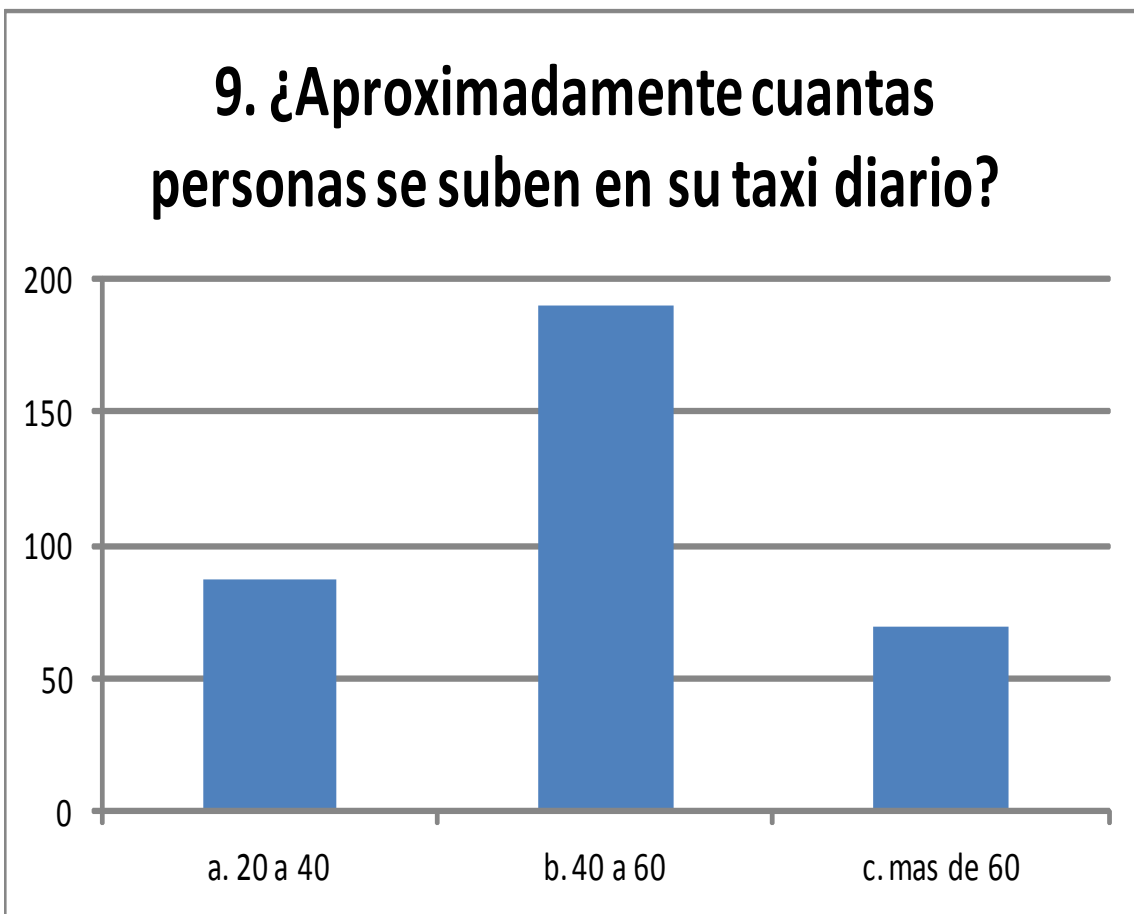
a. 8 horas	35
b. 16 horas	276
c. 24 horas	35



El tiempo que la publicidad va a estar a la vista del público es de dieciséis horas al día en un 80%, ocho horas al día en un 10%, 24 horas al día en un 10%; lo que nos indica un buen tiempo para que los potenciales clientes puedan observar la publicidad.

9. ¿Aproximadamente cuantas personas se suben en su taxi diario?

a. 20 a 40	87
b. 40 a 60	190
c. mas de 60	69



Las personas que recibirán la publicidad directamente, además de ver la valla en la parte superior del taxi, podrá ver publicidad en pantallas en los asientos del taxi y se les entregará una hoja volate serán: de 40 a 60 personas en un 60%, de 20 a 40 personas en un 25% y más de 60 personas en un 20%.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN:

Como podemos observar a lo largo de la encuesta las respuestas han sido favorables para la empresa, obteniendo en cada pregunta un mayor porcentaje de aceptación de los taxistas al servicio que se va a brindar.

La encuesta nos permitió conocer puntos importantes como:

- El interés de los taxistas de incrementar sus ingresos con la implementación de publicidad en sus unidades
- El valor que nos cobrarían por publicitar en sus unidades
- Conocer la distancia que recorren diariamente los taxis, que será el recorrido que haga la publicidad por la ciudad
- Las horas que los taxis se encuentran en servicio siendo esta las horas que la publicidad será visible para los potenciales clientes
- La cantidad de personas que usan los taxis diariamente, que serán los potenciales clientes que reciban de una manera directa la publicidad.



CUESTIONARIO

“ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS”

Presentación: Buenos días/tardes; Somos egresados de la facultad de Ciencias de la Administración de la UDA. Estamos realizando un trabajo de Investigación que pretende implementar la publicidad móvil sobre taxis en la ciudad de Cuenca. **Los datos se tratarán de forma estrictamente confidencial y de forma global**, sin que se utilice para otros fines diferentes al indicado.

1. ¿Ha visto publicidad móvil sobre taxis?

Si No

2. ¿Cree usted que rinda buenos resultados la publicidad móvil sobre taxis?

Si No

Si su respuesta es sí indique el más importante de las siguientes afirmaciones.

- a.Los taxis circulan por toda la ciudad
- b.Los taxis son usados por cualquier persona sin importar su estrato
- c.Los taxis son vistos por toda persona ya sea este peatón o conductor de vehículo.

3. Considerando que por una publicidad en la radio cobran de \$220 a \$600 dólares por 8 minutos de tiempo al aire al día y por una publicidad en la televisión cobran \$5000 por 30 segundos de tiempo al aire; y estos costos sin contar la producción del spot publicitario. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por tener la publicidad de su empresa circulando en 12 taxis de la ciudad por un mes?

- a. \$60-\$80 por unidad
- b. \$80-\$100 por unidad
- c. \$100-\$120 por unidad

4. ¿Al momento usted publicita su empresa de alguna manera?

Si No

5. ¿Tiene su institución presupuesto para publicidad?

Si No

Si su respuesta es sí indique su aproximado

- a. 0-\$1000
- b. \$1000 a \$5000
- c. \$5000 a \$10000
- d. \$10000 o mas

6. ¿Le interesaría invertir en publicidad móvil sobre taxis poniendo su publicidad en el panel que va en la parte superior del taxi, su imagen en las pantallas de las cabeceras de los asientos y que el chofer entregue flayers a las personas que utilicen el servicio por la cantidad que usted señalo?

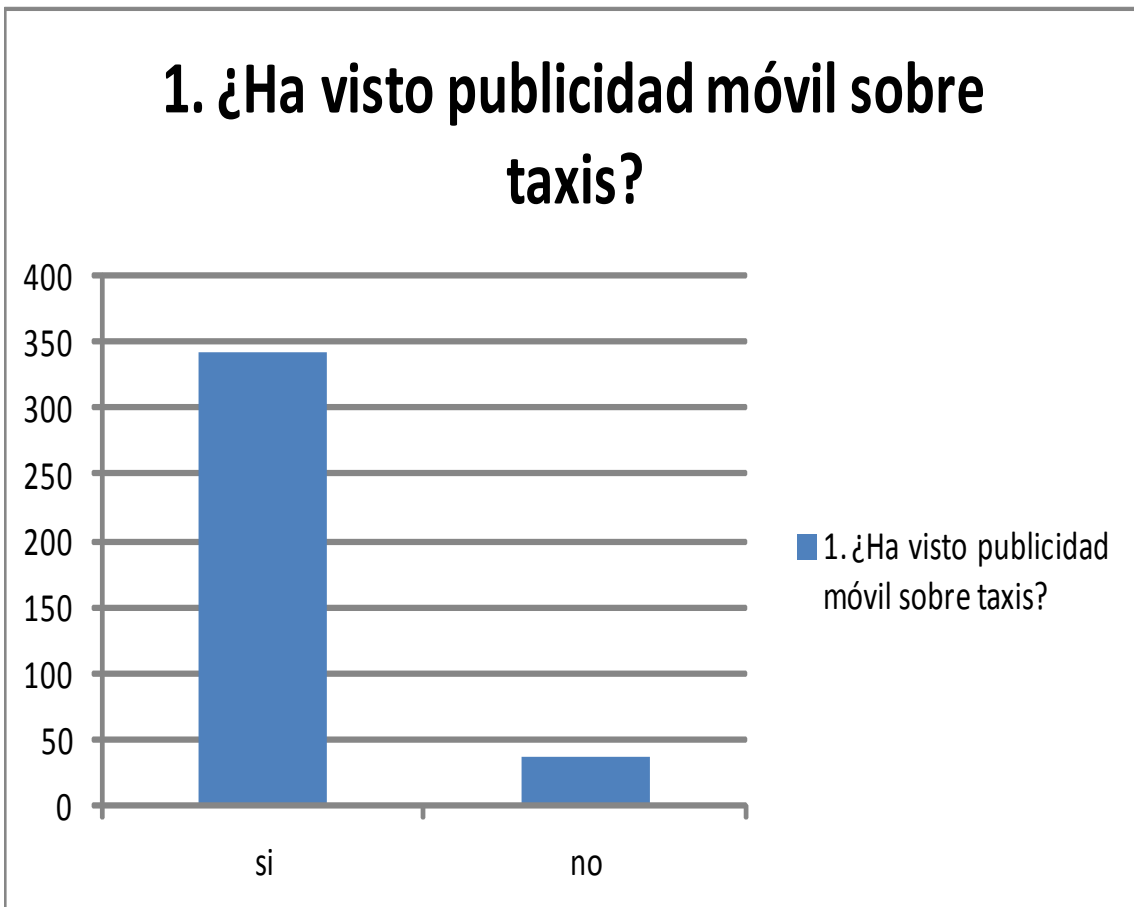
Si No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A EMPRESAS

1. ¿Ha visto publicidad móvil sobre taxis?

si	341
no	38

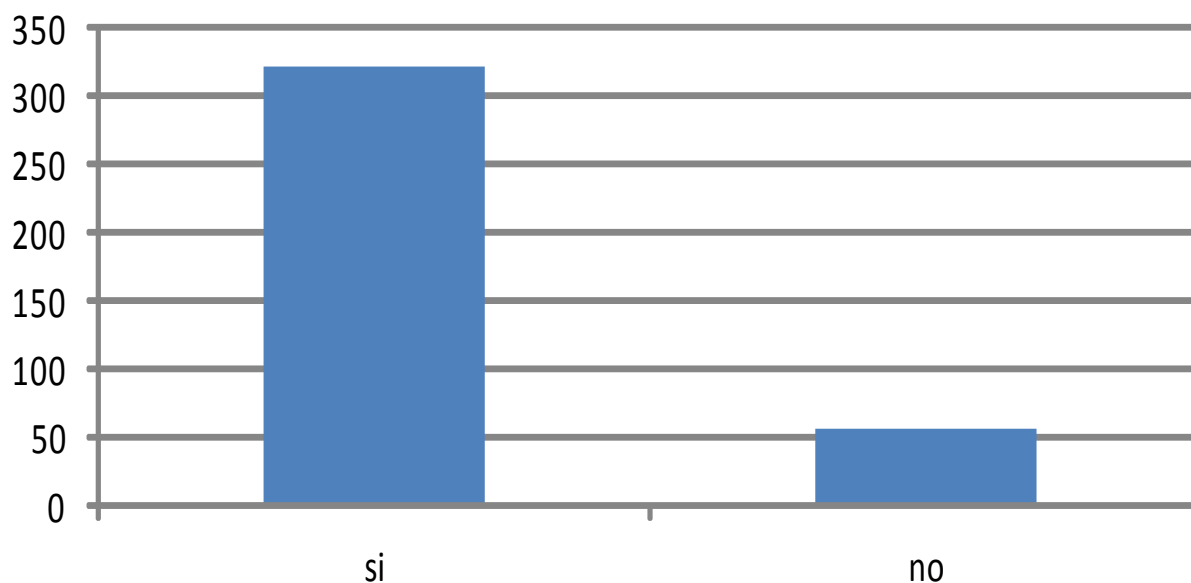


En las empresas encuestadas 341 que representa un 90% ha visto publicidad en taxis, pero lo ha hecho fuera del país y un 10% no lo ha hecho.

2. ¿Cree usted que rinda buenos resultados la publicidad móvil sobre taxis?

si	322
no	57

2. ¿Cree usted que rinda buenos resultados la publicidad móvil sobre taxis?



Estos mismos empresarios en un 85% creen que si rendirá buenos resultados la publicidad sobre taxis, con los cuales se podrá conversar para brindarles el servicio, y un 15% cree que no, a los cuales tocará negociar para poderles brindar el servicio.

2. ¿Cree usted que rinda buenos resultados la publicidad móvil sobre taxis?
Si su respuesta es sí indique el mas importancia de las siguientes afirmaciones.

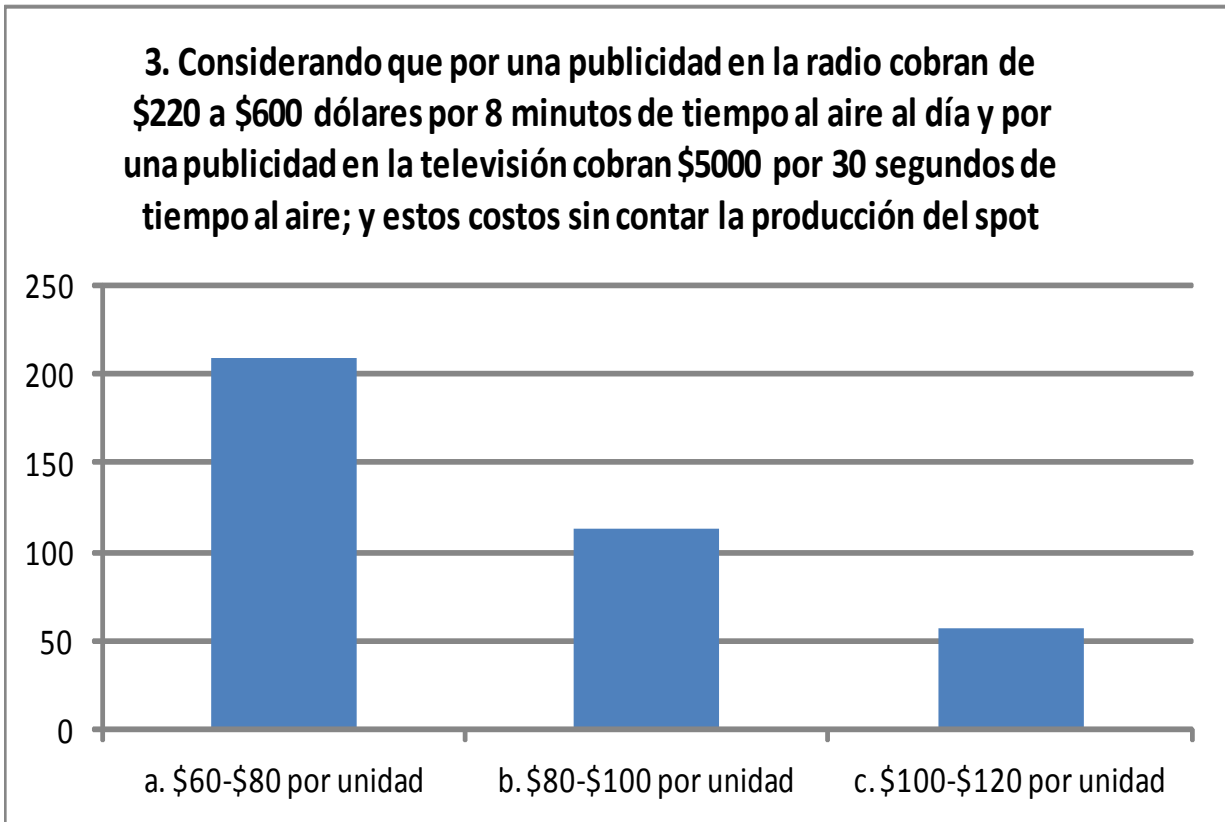
- | | |
|--|-----|
| a. Los taxis circulan por toda la ciudad | 57 |
| b. Los taxis son usados por cualquier persona sin importar su estrato | 113 |
| c. Los taxis son vistos por toda persona ya sea este peatón o conductor de vehículo. | 209 |



En un 55% los empresarios creen que los taxis son vistos por toda persona, ya sea este peatón o conductor de vehículo, en un 30% creen que los taxis son usados por cualquier persona sin importar su estrato, y un 15% cree que los taxis circulan por toda la ciudad; lo que nos indica que la mayoría de empresarios cree que las personas van a prestar atención a la publicidad que llevan los taxis.

3. Considerando que por una publicidad en la radio cobran de \$220 a \$600 dólares por 8 minutos de tiempo al aire al día y por una publicidad en la televisión cobran \$5000 por 30 segundos de tiempo al aire; y estos costos sin contar la producción del spot publicitario. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por tener la publicidad de su empresa circulando en 12 taxis de la ciudad por un mes?

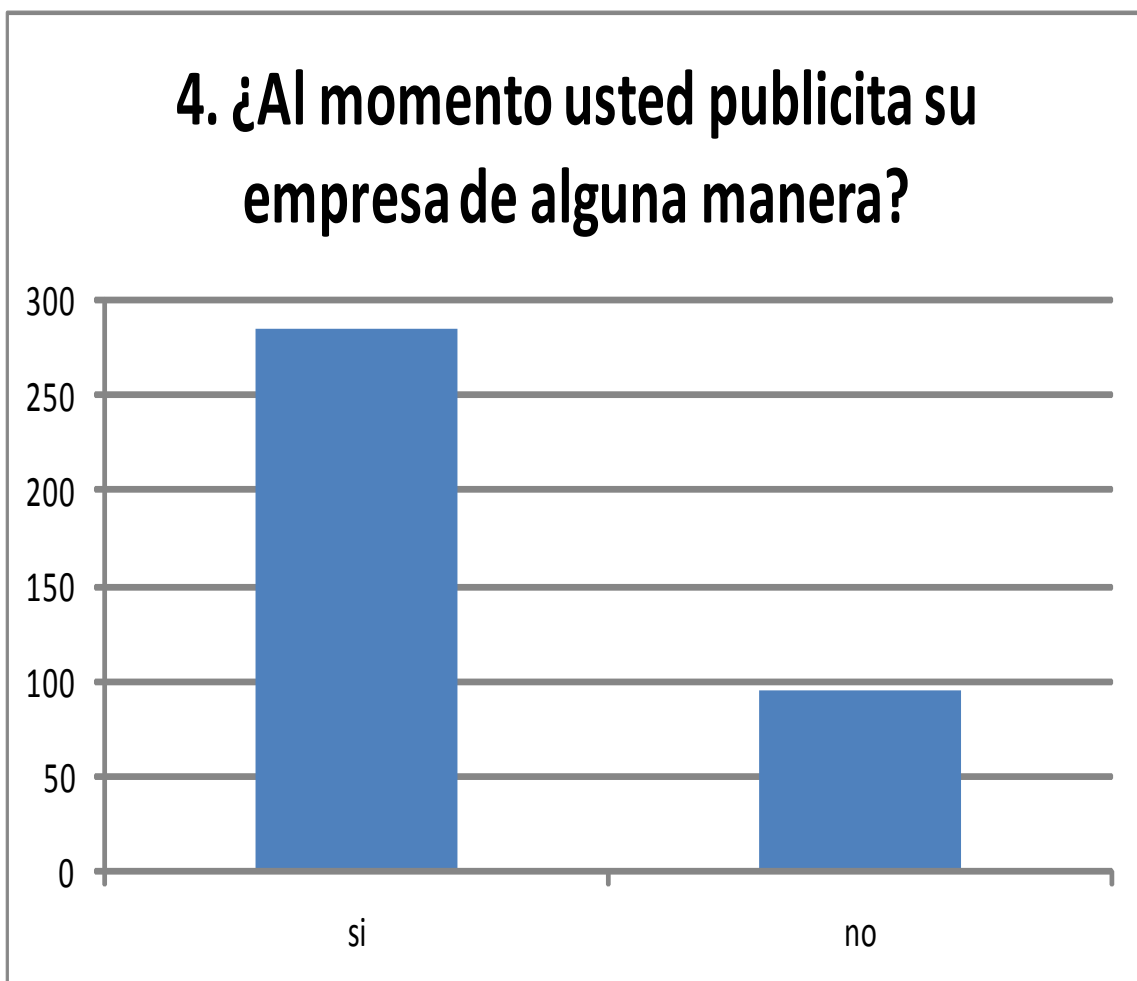
- a. \$60-\$80 por unidad 209
- b. \$80-\$100 por unidad 113
- c. \$100-\$120 por unidad 57



Un 55% de empresas estarían dispuestas a pagar entre \$60-\$80 por la publicidad en taxis, un 30% de \$80-\$100 por la publicidad en taxis; y el 15% de \$100-\$120 por la publicidad en taxis; lo que nos da una idea que el precio tendría que estar entre \$60-\$120.

4. ¿Al momento usted publicita su empresa de alguna manera?

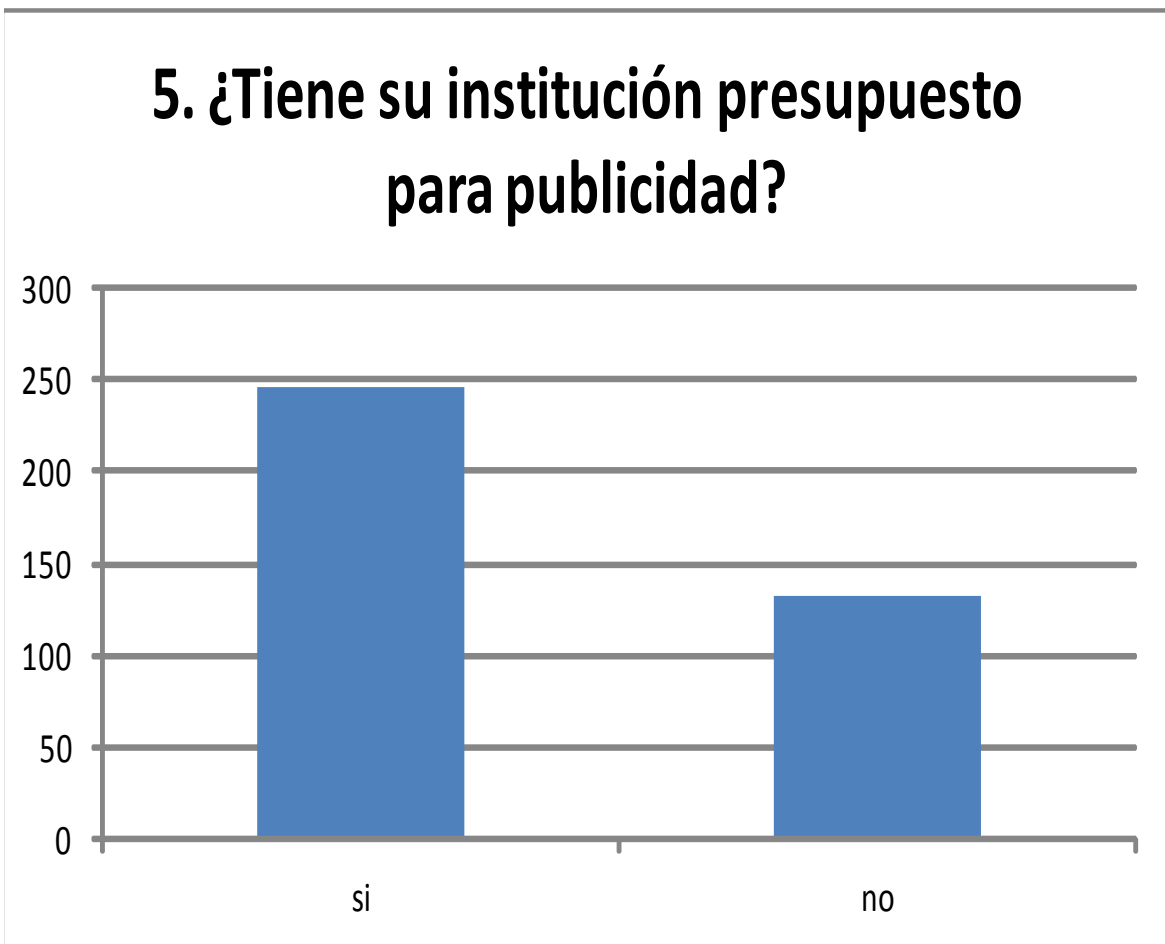
si	284
no	95



Un 75% de las empresas publicitan su empresa y un 25% no lo hace, lo que nos permite ser una alternativa o reemplazar el tipo de publicidad de las empresas que si lo hacen, y ser el único tipo de publicidad de las empresas que no lo hacen.

5. ¿Tiene su institución presupuesto para publicidad?

si	246
no	133

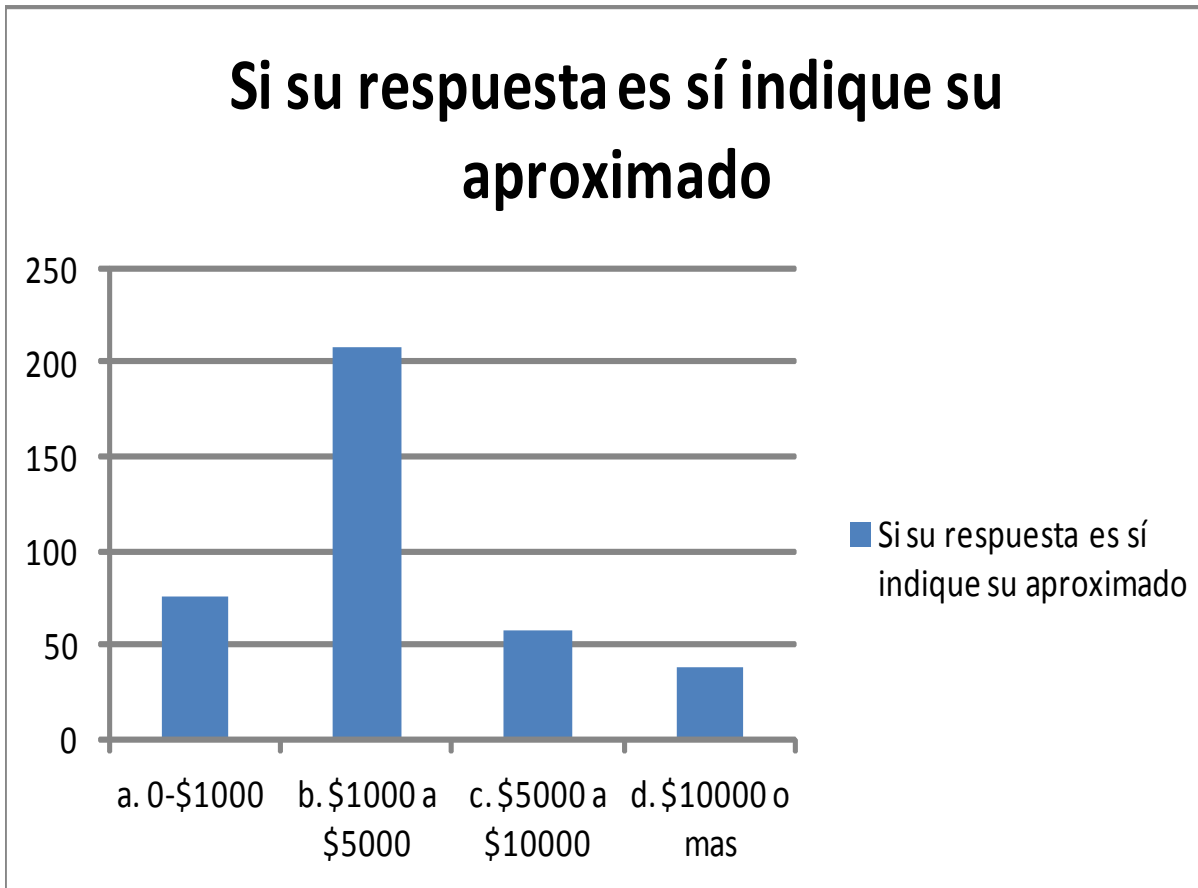


En un 65% las empresas si tiene presupuesto para la publicidad, a las cuales podremos ofrecer campañas de publicidad largas, y un 35% no tiene presupuesto para publicidad podríamos ofrecerles campañas publicitarias cortas ya que los costos de publicitar en taxi es económico.

5. ¿Tiene su institución presupuesto para publicidad?

Si su respuesta es sí indique su aproximado

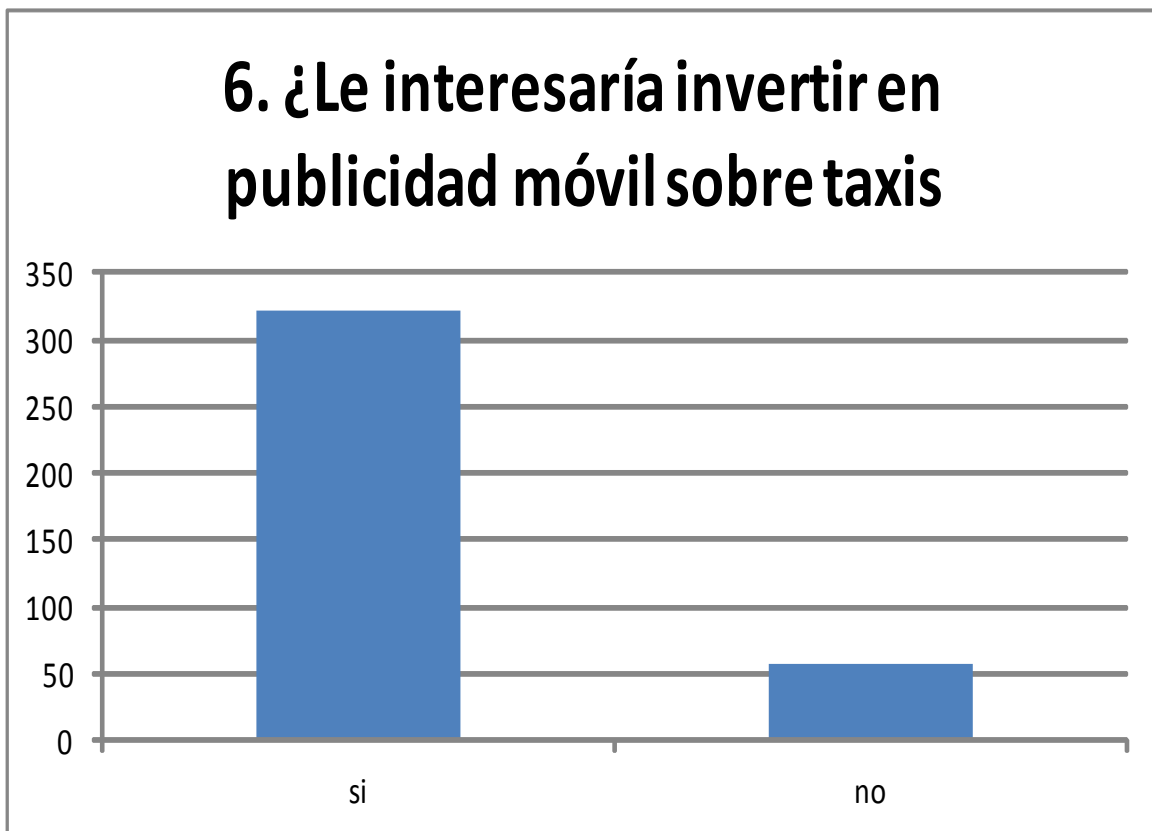
a. 0-\$1000	76
b. \$1000 a \$5000	208
c. \$5000 a \$10000	57
d. \$10000 o mas	38



En un 55% podremos ofrecerle campañas publicitarias de \$1.000 a \$5.000, en un 15% campañas publicitarias de \$5.000 a \$10.000, en un 10% campañas publicitarias mayores a \$10.000 y en un 20% campañas publicitarias menos a \$1.000.

6. ¿Le interesaría invertir en publicidad móvil sobre taxis poniendo su publicidad en el panel que va en la parte superior del taxi, su imagen en las pantallas de las cabeceras de los asientos y que el chofer entregue flyers a las personas que utilicen el servicio por la cantidad que usted señalo?

si	322
no	57



Conociendo un poco del servicio que brindamos en 85% le interesaría a las empresas invertir en publicidad con nosotros y en un 15% no le interesaría, dándonos un alto porcentaje de aceptación en el mercado.

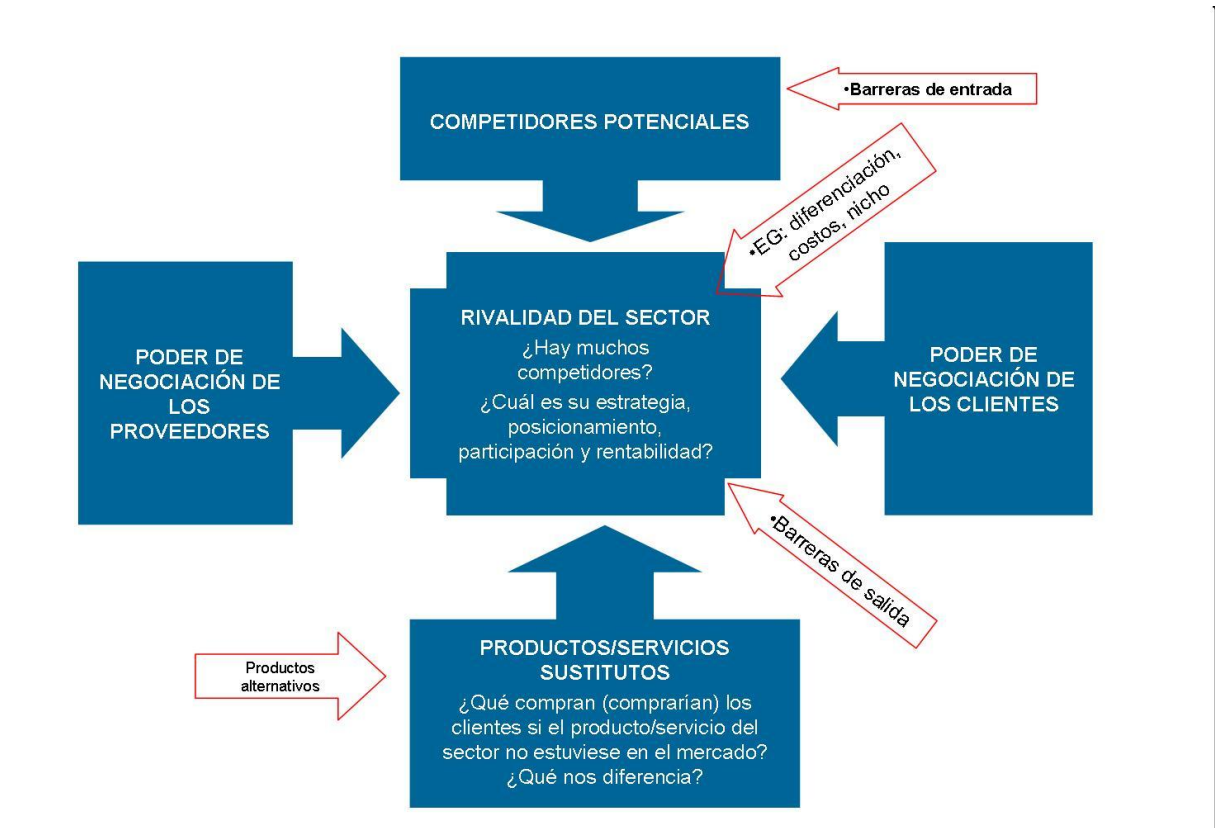
CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Al igual que la encuesta anterior, esta nos permite sacar conclusiones muy importantes sobre los establecimientos económicamente activos (Microempresas, Pymes y Grandes empresas) que son nuestros potenciales clientes, las mismas que son:

- Un 85% de taxistas encuestados reconoce que la publicidad en taxis dentro de la ciudad de Cuenca es algo novedoso
- La creencia de que con la publicidad en taxis se obtendrá buenos resultados.
- El precio que los clientes estarían dispuestos a pagar por este servicio
- Saber cuántos establecimientos económicamente activos ya publicitan sus negocios

2.3.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL MERCADO

1. FUERZAS COMPETITIVAS SEGUN MICHAEL PORTER



a. Rivalidad del Sector

En el mercado de Cuenca al momento no existen competidores, ya que es algo innovador que no hay al momento, seremos los pioneros en prestar este servicio.

b. Competidores Potenciales.

La publicidad en taxis, actualmente no existe en Cuenca, es un servicio innovador que vamos a brindar, pero coexisten empresas publicitarias que pueden ser futuros

competidores potenciales como Señal X, para lo cual se tendrá que tratar de poner barreras de entradas.

Se lo podría hacer mediante convenios con el gremio de taxistas para que nos den preferencia y poder brindar nuestro servicio, así podemos posicionarnos en el mercado de Cuenca

c. Productos Sustitutos

Existen muchos productos sustitutos en la ciudad de Cuenca, tales como: la radio, la tv, la prensa escrita, vallas exteriores y el principal sustituto la publicidad en buses. Pero la empresa puede competir tanto en precios como en innovación que nos permite obtener una ventaja sobre los demás.

d. Poder de Negociación de los Clientes.

En nuestra ciudad, los establecimientos económicos tienen el poder adquisitivo necesario para utilizar nuestro servicio, por ese motivo se crea una oferta atractiva donde se publicita mediante vallas electrónicas en la parte superior del taxi, publicidad mediante pantallas led en el interior del taxi, además de la entrega de flayers, todo incluido dentro del paquete y a un precio atractivo.

También el servicio que se brinda es diferente en la ciudad y somos la única empresa que lo realiza, esto nos permite una ventaja en el mercado.

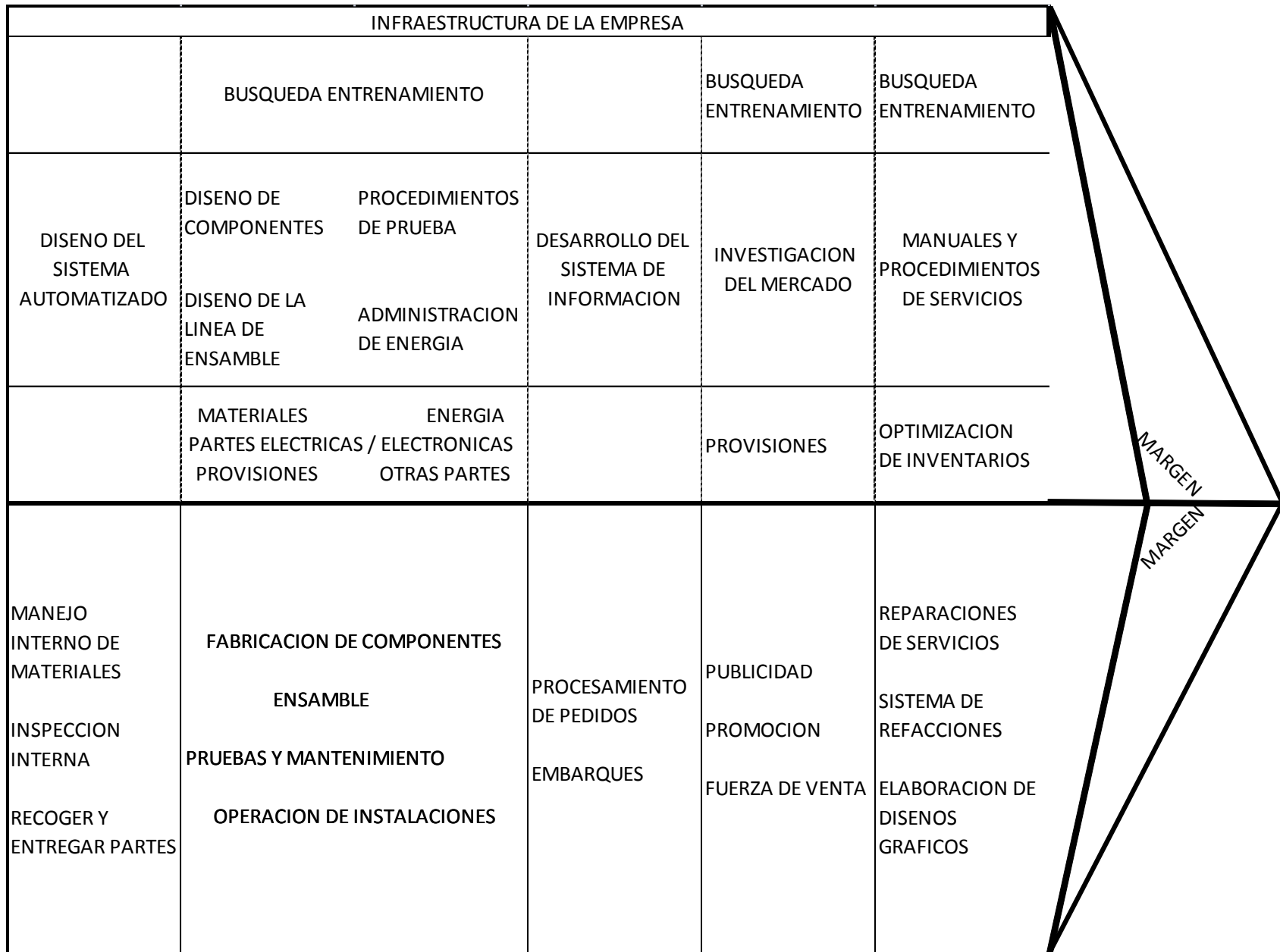
e. Poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores son muy importantes, para nosotros los taxistas son los principales, pues son los que nos facilitan de los taxis para poder colocar la publicidad; por lo que se realizó una encuesta para conocer el precio que nos cobrarían para permitir brindar nuestro servicio, con esto podemos mantener una relación cordial de negocios con los mismos.

2. CADENA DE VALOR



CADENA DE VALOR



3. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
SER LOS PRIMEROS EN INCURSIONAR CON ESTE MEDIO	EXISTEN NUMEROSAS EMPRESAS GRANDES QUE SE ANUNCIAN DE ESTA MANERA EN OTROS PAÍSES TALES COMO COCA COLA, VISA, McDonald's, etc.
FABRICACIÓN DE LOS PANELES EN NUESTRAS INSTALACIONES	APUNTAR A LAS PYMES DE CUENCA POR EL BAJO COSTO
CAPACIDAD DE LOGRAR DESCUENTOS CON LOS PROVEEDORES POR COMPRAS NUMEROSAS EN PANTALLAS	ACEPTACIÓN POR PARTE DE LOS TAXISTAS YA QUE LES ESTARÍAMOS MEJORANDO EL VEHÍCULO CON LAS PANTALLAS EN LAS CABECERAS DE LAS UNIDADES

DEBILIDADES	AMENAZAS
NO TENER UN LOCAL PROPIO	PUEDE SER UN NICHOS ATRACTIVO PARA EMPRESAS GRANDES Y TRANSNACIONALES
NO ARRANCAR CON UN PORTAFOLIO DE CLIENTES	RESTRICCIONES ARANCELARIAS CAMBIANTES
	ALTOS ÍNDICES DE ACCIDENTES EN LOS TAXIS

2.4 GENERACION DE LAS POSIBLES SOLUCIONES

Luego de un análisis de las diferentes alternativas que se presentó en la definición del problema, tanto de las ventajas y desventajas, se tomó la decisión de implementar la publicidad en taxis, por ser algo novedoso en la ciudad y todas las ventajas que esta elección nos brinda.

La ubicación del local se va a encontrar en la zona urbana de la ciudad, es un local que ofrece al cliente comodidad, posibilidad de parqueo, fácil ubicación.

La capacidad instalada como lo mencionaremos más adelante nos permite atender a 35 taxis al mes, a los mismos que se les equipara con una valla publicitaria en el techo, dos pantallas led en el asiento del chofer y copiloto.

2.5 VALUACIÓN FÍSICA - TÉCNICA

2.5.1 ESTUDIO TÉCNICO

2.5.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada de la empresa va a ser de 35 vallas publicitarias y 70 pantallas mensuales, para poder equipar 35 taxis al mes.

2.5.1.2 Procesos

Pasos para definir el proceso de producción:

- Limpieza del techo del taxi
- Instalación de la base para colocar la valla
- Instalación de la Valla
- Instalación de las dos pantallas en el taxi
- Entrega de hojas volantes al taxista
- Revisión que las pantallas y que la valla funcionen correctamente

2.5.1.3 INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA

La empresa en la ciudad de Cuenca contará con:

- Oficina, la misma que cuenta con:
 - o Cinco computadoras
 - o Una impresora
 - o Cinco Escritorios
 - o Cinco teléfonos

- Ubicación
 - o Se va a encontrar en la zona urbana de la ciudad, es un local que ofrece al cliente comodidad, posibilidad de parqueo, fácil ubicación.
 - o En el mismo lugar se va a tener el taller que permite realizar las instalaciones en los taxis.

- Taller, el mismo que cuenta con:
 - o Herramientas para la instalación de los paneles

- Personal
 - o Junta General de Accionistas
 - o Gerente
 - o Secretaria contadora
 - o Técnico Instalador
 - o Diseñador Grafico
 - o Vendedor

2.6 Valuación Económica

a. **Relación costo beneficio**

En la relación costo-beneficio tomaremos de las proyecciones realizadas la suma de los ingresos y la suma de los egresos, para con estos traerlos a valor presente y analizarlos.

Los datos a continuación son por los cinco años de vida del proyecto.

Ingresos:	\$1'344,000.00	Ingresos valor presente:	\$790,588.24
Egresos:	\$ 804,815.35	Egresos valor presente:	\$473,420.79

ACB (análisis costo-beneficio)

$$ACB=790,588.24/473,420.79=1.67$$

El ACB siendo mayor que uno nos da la pauta de que el proyecto es aconsejable

b. **Beneficios Sociales**

1. **Directo**

Tomando como pauta que el costo-beneficio monetario es positivo y que al implementar el proyecto se va generar fuentes de trabajo, y que no se va a producir ningún daño a las unidades de los taxistas ni tampoco al ornato de la ciudad, es aconsejable.

2. Indirecto

Al tener más ingresos los taxistas van a su vez a redistribuir estos ingresos en diferentes productos y servicios de la ciudad, como también el municipio e instituciones públicas van a tener un nuevo en donde puedan exhibir sus mensajes sociales.

c. Inversiones

ACTIVO	VALOR UNITARIO	VIDA UTIL	VALOR DEPRECIABLE
muebles de oficina	\$ 2.500,00	5	\$ 500,00
utilies de oficina	\$ 250,00	5	\$ 50,00
HERRAMIENTAS	\$ 500,00	5	\$ 100,00
CONSTITUCION/PERMISOS	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00
TOTALES	\$ 4.250,00		\$ 850,00

Podemos notar del cuadro de inversiones que tenemos una inversión total de \$4.500. Se da una inversión tan baja ya que para comenzar no se va a necesitar de la compra de un bien inmueble pues se puede arrendar alguno. Se puede notar también que no se compra equipo de oficina como es computadoras e impresoras, se decide que es mejor alquilar estos obteniendo así un apalancamiento operativo además de otros beneficios al no tener que comprarlos. Los bienes muebles que se necesitan son estrictamente los del área administrativa y herramientas para el área operativa, que se usa para la instalación de los paneles en las unidades de taxi.

d. Costos

i. Variables

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	LETRERO	\$ 200,00	\$ 200,00
2	PANTALLAS	\$ 75,00	\$ 150,00
1	FUNDA DE GUAYPE	\$ 0,50	\$ 0,50
0,25	DESENGRASANTE	\$ 4,50	\$ 1,13
1	CINTA AISLANTE	\$ 1,00	\$ 1,00
0,25	SILICON	\$ 5,25	\$ 1,31
12	METROS DE CABLE # 16	\$ 0,30	\$ 3,60
2	FUSIBLES	\$ 0,10	\$ 0,20
2	CAJAS DE FUSIBLES	\$ 3,00	\$ 6,00
2	BOTONES DE ENCENDIDO	\$ 1,00	\$ 2,00
12	BRIDAS	\$ 1,00	\$ 12,00
SUBTOTAL			\$ 377,74
IVA			\$ 45,33
TOTAL POR UNIDAD INSTALADA			\$ 423,07

Como podemos notar el cuadro de costos variables nos da un total de \$423,07 por unidad instalada; pero debemos hacer distinguir que no se hace esta instalación cada que se hace una venta del espacio publicitario, no obstante solo se cambia la lona o la plancha de plástico según indique el cliente. Para estos paneles se debe dar un mantenimiento para obtener una duración prolongada el costo del mantenimiento es de \$80 y se debe hacer 4 veces al año.

ii. **Fijos**

ARRIENDO	\$	500,00
SUELDOS Y SALARIOS	\$	2.130,00
SERVICIOS BASICOS	\$	125,00
ALQUILER EQUIPOS DE COMPUTACION	\$	125,00
TOTAL		\$ 2.880,00

El total de los gastos fijos es de \$2880 mensual, aquí tomamos en cuenta lo anteriormente dicho que es el alquiler de las computadoras. El mayor rubro y el más importante es el de sueldos y salarios pero sin alguno de estos no se podría operar.

e. **Punto de equilibrio.**

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Variable Unitario	\$ 743,07	\$ 456,79	\$ 420,48	\$ 398,69	\$ 384,17
Costo Fijo Unitario	\$ 246,86	\$ 170,66	\$ 132,79	\$ 110,25	\$ 95,40
Costo Total Unitario	\$ 989,92	\$ 627,45	\$ 553,26	\$ 508,94	\$ 479,57
Costo Fijo Total Anual	\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34
Producción: TAXIS	140,00	210,00	280,00	350,00	420,00
PUNTO DE EQUILIBRIO					
Precio de Venta Unitario	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Total Ingresos	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
(-) Costo Variable Unitario	\$ 743,07	\$ 456,79	\$ 420,48	\$ 398,69	\$ 384,17
= Contribución Marginal	\$ 216,93	\$ 551,21	\$ 637,92	\$ 712,63	\$ 782,72
Costo Fijo Total Anual	\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34
Punto de Equilibrio o CME	159,00	65,00	58,00	54,00	51,00

Del cuadro del punto de equilibrio podemos ver en resumen los costos en que se incurre siendo estos fijos y variables, como también comparar con el precio de venta del servicio y las unidades necesarias requeridas para igualarlas. Podemos ver que de lo proyectado en ventas para el primer año es 140 unidades y el requerimiento es de 159 teniendo un déficit, pero para los próximos años es superado ya que los mayores costos de instalación se incurren en el primer año.

f. VAN o VPN

CONCEPTOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones:						
Inversión Fija	\$ (4,250.00)					
Capital de trabajo	\$ (15,389.24)	\$ (15,169.59)	\$ -	\$ -	\$ -	
Flujo de efectivo operacional		\$ (19,358.83)	\$ 51,254.46	\$ 90,474.98	\$ 134,713.21	\$ 193,709.35
Recup. Capital de trabajo						\$ 30,558.83
Flujo neto de efectivo	\$ (19,639.24)	\$ (19,358.83)	\$ 51,254.46	\$ 90,474.98	\$ 134,713.21	\$ 224,268.18
Factor de valor presente		1.70	2.89	4.91	8.35	14.20
Valor presente	\$ 56,687.37	\$ (11,387.55)	\$ 17,735.11	\$ 18,415.43	\$ 16,129.26	\$ 15,795.12
Valor presente neto	\$ 37,048.13					

Si tomamos la siguiente definición de van:

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada⁴

Y Podemos notar que el van o vpn es mayor a uno podemos concluir que los flujos y el proyecto son aceptables.

- a. **Tir:** la tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero: a mayor TIR, mayor rentabilidad.⁵

En el caso del proyecto el van es \$37,048.13 y para que esta sea haga cero tenemos una TIR de 122.04% siendo aceptable.

2.7 Valuación Financiera

g. Fuentes de financiamiento

El financiamiento del proyecto se lo hará con recursos propios ya que para la implementación del mismo no se necesita de grandes capitales

⁴ <http://www.abanfin.com/?tit=valor-actual-neto-van-formulario-economico-financiero&name=Manuales&fid=ee0bcdb>

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno

inmediatamente no se va a adquirir ningún terreno o edificio para la operación del negocio siendo el resto de las inversiones en artículos necesarios pero no extremadamente costosos y el retorno esperado es aceptable siendo estas las razones para que esta decisión se haya tomado.

2.7 VALUACIÓN SOCIAL

El impacto social que se va a obtener es positivo ya que la empresa va a generar:

- Seis fuentes de trabajo Directo.
- Trabajo indirecto con la posibilidad de más de tres mil taxistas que recibieran ingresos por colocar la publicidad en sus unidades.
- Se utilizara tecnología nacional en lo que se refiere a las vallas o paneles publicitarios, flayers.
- Se utilizaría tecnología importada de la China a lo que se refiere las pantallas led

2.8 VALUACIÓN ADMINISTRATIVO Y LEGAL

MARCO LEGAL

Para constituir legalmente nuestra empresa debemos seguir los siguientes pasos

1. Realizar un oficio dirigido a la Superintendencia de Compañías para la aprobación del nombre
2. Obtener el RUC en el SRI
3. Obtener los permisos Municipales

4. Pedir la autorización a la Universidad del Azuay para la realización del proyecto

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Mediante un oficio se solicita la reservación del nombre, el cual en el transcurso de 24 horas será aprobación

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES. Pasos a seguir para obtener el RUC

1. Cedula original y copia a colores
2. Certificado de votación actualizado
3. Original y copia de planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono) de la Universidad del Azuay ya que es en lugar donde se realizara el proyecto
4. Original y copia del pago al Impuesto de las Patente Municipales

MUNICIPIOS

1. Obtener el permiso de funcionamiento
2. Obtener el permiso de las Patentes Municipales

2.9 SOLUCIÓN VIABLE

El proyecto es factible porque;

1. Se puede obtener todo lo anteriormente indicado como necesario para el proyecto.
2. No hay ningún impedimento legal para la ejecución del mismo.
3. Las ordenanzas no impiden la colocación de los paneles en los taxis mas solo requieren un porcentaje para la publicitación de instituciones públicas.
4. Al revisar los estados financieros se ve que en cada año proyectado se obtienen utilidades y que al traer al valor presente con una tasa exigible por los accionistas de un 70% nos da \$18.267.82 siendo este aceptable, también al analizar la TIR se puede observar que es de un 89.41% siendo este aceptable también.
5. El Valor Económico Agregado (EVA) nos da \$14.976,87 siendo este el valor que le queda líquido después de todo lo que se ha gastado.

3. CONCLUSIONES

Los taxis con publicidad ofrecen una oportunidad única de difundir productos y servicios en las principales calles de Cuenca, de una manera nunca antes vista en el mercado publicitario de la ciudad.

El éxito y recorrido del producto en otras naciones ratifica en la aceptación del mismo como medio alternativo de publicidad. La longevidad del producto y los bajos costos de inversión, mejoran la relación costo-beneficio para el anunciante, y lo convierten en una alternativa interesante para las empresas, inclusive para sustituir sin reserva a otros medios tradicionales más caros.

Es inevitable que los factores de alta movilidad y presencia que los taxis promueven en la calle, logren que los productos y servicios exhibidos en el medio generen en la mente del consumidor urbano niveles muy altos de recordación.

A medida que las empresas reconozcan al nuevo medio como una plataforma favorable de mercadeo la publicidad sobre taxis crecerá rápidamente, que influirá directa e indirectamente en las tasas de rentabilidad corporativas y el reconocimiento de sus marcas. Esto es al final, el objetivo de toda campaña publicitaria.

4. RECOMENDACIONES:

1. Luego del primer año la empresa debería buscar medios para financiar la adquisición de los paneles y de las pantallas ya que constituyen un gran costo dentro de su estructura.
2. Al obtener el crédito les servirá como escudo fiscal pudiendo obtener mayores ganancias por acción.
3. Se recomienda a los dueños del proyecto implementarlo mientras las condiciones y variables planteadas no cambien.

ESQUEMA TENTATIVO

Índice.

Introducción.

CAPITULO I

1. ASPECTOS RELEVANTES DE LA EMPRESA:

1. Generalidades del taxismo en cuenca.
2. Estructura organizacional.
3. Objeto del negocio.
4. Objetivos y políticas empresariales.
5. Valores clave.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO:

- 2.1. Detección de la necesidad.
- 2.2. Definición del problema.
- 2.3. Análisis situacional del mercado.
- 2.4. Generación de la posible solución.
- 2.5. Valuación física- técnica.
- 2.6. Valuación económica-financiera.
- 2.7. Valuación social.
- 2.8. Solución viable.

3. Conclusiones.

4. Recomendaciones.

5. Bibliografía.

6. Anexos.

Bibliografía

Autor	Título	Editorial año
SAPAG CHAIN, Nassir	Preparación y Evaluación de Proyectos	Mc Graw Hill 1991
FONTAINE, Ernesto R	Evaluación Social de Proyectos	U Cat de Chile/ Alfaomega 2005
BACA URBINA, Gabriel	Evaluación de proyectos	Mc Graw Hill 2001
ILPES	Guía para la presentación de proyectos	Siglo XXI 1973
SOLANET, M; COZZETTI	Evaluación Económica de Proyectos de Inve	El Ateneo 1984
GINESTAR, ANGEL	Pautas para Identificar, Formular y Evaluar	Asociación Argentina de Evaluación 2001
SAPAG CHAIN, Nassir	Criterios de evaluación de proyectos	Mc Graw Hill 2001

V. MERCADO	ACTIVO	VALOR UNITARIO	VIDA UTIL	VALOR DEPRECIABLE	VALOR RESIDUAL	VALOR VENTA	V.LIBROS 1 AÑO	V.LIBROS 2 AÑO	V.LIBROS 3 AÑO	V.LIBROS 4 AÑO	V.LIBROS 5 AÑO
\$ 1.000,00	muebles de oficina	\$ 2.500,00	5	\$ 500,00	10%	\$ 250,00	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ -
\$ -	utilies de oficina	\$ 250,00	5	\$ 50,00	0%	\$ -	\$ 200,00	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ -
\$ 350,00	HERRAMIENTAS	\$ 500,00	5	\$ 100,00	10%	\$ 50,00	\$ 400,00	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ -
\$ -	CONSTITUCION/PERMISOS	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00	0%	\$ -	\$ 800,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ -
\$ 1.350,00	TOTALES	\$ 4.250,00		\$ 850,00		\$ 300,00	\$ 3.400,00	\$ 2.550,00	\$ 1.700,00	\$ 850,00	\$ -

PROYECCION AL 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016

AÑOS	UNIDAD DE MEDIDA	PRODUCTO: letreros	
		MERCADO TOTAL	MERCADO Para la EMPRESA
2012	TAXI	700	140
2013	TAXI	700	210
2014	TAXI	700	280
2015	TAXI	700	350
2016	TAXI	700	420

	DEMANDA REAL	
	ANNUAL	MENSUAL
PARA EL PROYECTO	140,00	11,67
	210,00	17,50
	280,00	23,33
	350,00	29,17
	420,00	35,00

SUELDOS Y SALARIOS

	MENSUAL	ANUAL	COMISION ANUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE COMERCIAL	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ -	\$ 6.000,00
SECRETARIA- CONTADORA	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ -	\$ 4.200,00
TECNICO-INSTALADOR	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ -	\$ 3.600,00
DISENADOR GRAFICO	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ -	\$ 5.040,00
VENDEDOR	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 3.360,00	\$ 6.720,00
VENDEDOR	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 3.360,00	\$ 6.720,00
TOTAL	\$ 2.130,00	\$ 25.560,00	\$ 6.720,00	\$ 32.280,00

DETALLE	DATOS												UNIDADES MENSUALES	
	TOTAL	UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTO DE INSTALACION	\$ 59.229,24	\$ 423,07	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77	\$ 4.935,77
COMISION TAXISTAS	\$ 26.880,00	\$ 192,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00
MANTENIMIENTO 4 ANUALES X UNIDAD	\$ 11.200,00	\$ 80,00	\$ -	\$ -	\$ 2.800,00	\$ -	\$ -	\$ 2.800,00	\$ -	\$ -	\$ 2.800,00	\$ -	\$ -	\$ 2.800,00
COMISION POR VENTAS	\$ 6.720,00	\$ 48,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 104.029,24	\$ 743,07	\$ 7.735,77	\$ 7.735,77	\$ 10.535,77	\$ 7.735,77	\$ 7.735,77	\$ 10.535,77	\$ 7.735,77	\$ 7.735,77	\$ 10.535,77	\$ 7.735,77	\$ 7.735,77	\$ 10.535,77
ARRIENDO	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 25.560,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00	\$ 2.130,00
SERVICIOS BASICOS	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00
ALQUILER EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 34.560,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00	\$ 2.880,00
TOTAL EGRESOS	\$ 138.589,24	\$ 3.623,07	\$ 10.615,77	\$ 10.615,77	\$ 13.415,77	\$ 10.615,77	\$ 10.615,77	\$ 13.415,77	\$ 10.615,77	\$ 10.615,77	\$ 13.415,77	\$ 10.615,77	\$ 10.615,77	\$ 13.415,77

DETALLE	DATOS	UNIDADES ANUALES ANOS	UNIDADES MENSUALES					DESCUENTO PROVEEDORES
			2012	2013	2014	2015	2016	
COSTO DE INSTALACION	\$	423,07	\$ 59.229,24	\$ 28.726,18	\$ 28.133,89	\$ 27.541,60	\$ 26.949,30	3% 5% 7% 9%
COMISION TAXISTAS	\$	192,00	\$ 26.880,00	\$ 40.320,00	\$ 53.760,00	\$ 67.200,00	\$ 80.640,00	
MANTENIMIENTO 4 ANUALES X UNIDAD	\$	80,00	\$ 11.200,00	\$ 16.800,00	\$ 22.400,00	\$ 28.000,00	\$ 33.600,00	
COMISION POR VENTAS	\$	48,00	\$ 6.720,00	\$ 10.080,00	\$ 13.440,00	\$ 16.800,00	\$ 20.160,00	
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$		\$ 104.029,24	\$ 95.926,18	\$ 117.733,89	\$ 139.541,60	\$ 161.349,30	
COSTO VARIABLE UNITARIO TOTAL	\$		\$ 743,07	\$ 456,79	\$ 420,48	\$ 398,69	\$ 384,17	
NUMERO DE TAXIS ANUALES		140,00		210,00	280,00	350,00	420,00	
ARRIENDO	\$	500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	
SUELDOS Y SALARIOS	\$	2.130,00	\$ 25.560,00	\$ 26.838,00	\$ 28.179,90	\$ 29.588,90	\$ 31.068,34	5% INCREMENTO EN SUELDOS
SERVICIOS BASICOS	\$	125,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
ALQUILER EQUIPOS DE COMPUTACION	\$	125,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$		\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34	
COSTOS FIJOS UNITARIOS	\$		\$ 246,86	\$ 170,66	\$ 132,79	\$ 110,25	\$ 95,40	
TOTAL EGRESOS	\$		\$ 138.589,24	\$ 131.764,18	\$ 154.913,79	\$ 178.130,49	\$ 201.417,64	
precio de venta	\$	960,00						
ingresos anuales	\$		\$ 134.400,00	\$ 201.600,00	\$ 268.800,00	\$ 336.000,00	\$ 403.200,00	
utilidad anual	\$		\$ (4.189,24)	\$ 69.835,82	\$ 113.886,21	\$ 157.869,51	\$ 201.782,36	
UTILIDAD UNITARIA	\$		\$ (29,92)	\$ 332,55	\$ 406,74	\$ 451,06	\$ 480,43	

REQUERIMIENTOS PARA LA INSTALACION DE PANELES Y PANTALLAS

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	LETRERO	\$ 200,00	\$ 200,00
2	PANTALLAS	\$ 75,00	\$ 150,00
1	FUNDA DE GUAYPE	\$ 0,50	\$ 0,50
0,25	DESENGRASANTE	\$ 4,50	\$ 1,13
1	CINTA AISLANTE	\$ 1,00	\$ 1,00
0,25	SILICON	\$ 5,25	\$ 1,31
12	METROS DE CABLE # 16	\$ 0,30	\$ 3,60
2	FUSIBLES	\$ 0,10	\$ 0,20
2	CAJAS DE FUSIBLES	\$ 3,00	\$ 6,00
2	BOTONES DE ENCENDIDO	\$ 1,00	\$ 2,00
12	BRIDAS	\$ 1,00	\$ 12,00
SUBTOTAL			\$ 377,74
IVA			\$ 45,33
TOTAL POR UNIDAD INSTALADA			\$ 423,07

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO MENSUAL	-	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00
EGRESO MENSUAL	10.615,77	10.615,77	13.415,77	10.615,77	10.615,77	13.415,77	10.615,77	10.615,77	13.415,77	10.615,77	10.615,77	13.415,77
SALDO	(10.615,77)	584,23	(2.215,77)	584,23	584,23	(2.215,77)	584,23	584,23	(2.215,77)	584,23	584,23	(2.215,77)
SALDO ACUMULADO	(10.615,77)	(10.031,54)	(12.247,31)	(11.663,08)	(11.078,85)	(13.294,62)	(12.710,39)	(12.126,16)	(14.341,93)	(13.757,70)	(13.173,47)	(15.389,24)

CAPITAL DE TRABAJO 2.012 2.013 2.014 2.015 2.016
\$ (15.389,24) \$ (15.169,59) \$ - \$ - \$ -

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO MENSUAL	11.200,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00	17.640,00
EGRESO MENSUAL	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35	10.980,35
SALDO	219,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65	6.659,65
SALDO ACUMULADO	(15.169,59)	(8.509,94)	(1.850,29)	4.809,37	11.469,02	18.128,67	24.788,32	31.447,97	38.107,62	44.767,28	51.426,93	58.086,58

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO MENSUAL	17.640,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00	24.696,00
EGRESO MENSUAL	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48	12.909,48
SALDO	4.730,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52	11.786,52
SALDO ACUMULADO	62.817,10	74.603,61	86.390,13	98.176,65	109.963,17	121.749,68	133.536,20	145.322,72	157.109,24	168.895,75	180.682,27	192.468,79

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO MENSUAL	24.696,00	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50	32.413,50
EGRESO MENSUAL	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21	14.844,21
SALDO	9.851,79	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29	17.569,29
SALDO ACUMULADO	202.320,58	219.889,87	237.459,17	255.028,46	272.597,75	290.167,04	307.736,34	325.305,63	342.874,92	360.444,21	378.013,51	395.582,80

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO MENSUAL	32.413,50	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01	40.841,01
EGRESO MENSUAL	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80	16.784,80
SALDO	15.628,70	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21	24.056,21
SALDO ACUMULADO	411.211,49	435.267,70	459.323,91	483.380,11	507.436,32	531.492,53	555.548,73	579.604,94	603.661,15	627.717,35	651.773,56	675.829,76

COSTOS Y GASTOS

COSTOS VARIABLES DE PRODUCCIÓN

	AÑO				
	1	2	3	4	5
COSTO DE INSTALACION	\$ 59.229,24	\$ 28.726,18	\$ 28.133,89	\$ 27.541,60	\$ 26.949,30
COMISION TAXISTAS	\$ 26.880,00	\$ 40.320,00	\$ 53.760,00	\$ 67.200,00	\$ 80.640,00
MANTENIMIENTO 4 ANUALES X UNIDAD	\$ 11.200,00	\$ 16.800,00	\$ 22.400,00	\$ 28.000,00	\$ 33.600,00
TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 97.309,24	\$ 85.846,18	\$ 104.293,89	\$ 122.741,60	\$ 141.189,30
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

	AÑO				
	1	2	3	4	5
ARRIENDO	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 25.560,00	\$ 26.838,00	\$ 28.179,90	\$ 29.588,90	\$ 31.068,34
SERVICIOS BASICOS	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
ALQUILER EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34

GASTOS DE VENTAS

	AÑO				
	1	2	3	4	5
COMISION POR VENTAS	\$ 6.720,00	\$ 10.080,00	\$ 13.440,00	\$ 16.800,00	\$ 20.160,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 6.720,00	\$ 10.080,00	\$ 13.440,00	\$ 16.800,00	\$ 20.160,00

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Variable Unitario	\$ 743,07	\$ 456,79	\$ 420,48	\$ 398,69	\$ 384,17
Costo Fijo Unitario	\$ 246,86	\$ 170,66	\$ 132,79	\$ 110,25	\$ 95,40
Costo Total Unitario	\$ 989,92	\$ 627,45	\$ 553,26	\$ 508,94	\$ 479,57
Costo Fijo Total Anual	\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34
Producción: TAXIS	140,00	210,00	280,00	350,00	420,00

PUNTO DE EQUILIBRIO

Precio de Venta Unitario	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Total Ingresos	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
(-) Costo Variable Unitario	\$ 743,07	\$ 456,79	\$ 420,48	\$ 398,69	\$ 384,17
= Contribución Marginal	\$ 216,93	\$ 551,21	\$ 637,92	\$ 712,63	\$ 782,72
Costo Fijo Total Anual	\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34
Punto de Equilibrio o CME	159,00	65,00	58,00	54,00	51,00

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

CODIGO	CUENTA	AUXILIAR	DEBITOS	CREDITOS
1	<u>ACTIVOS</u>		34.808,83	
11	CORRIENTES		30.558,83	
1101	DISPONIBLE		30.558,83	
110101	Capital de Trabajo		30.558,83	
12	FIJO TANGIBLE		4.250,00	
1201	DEPRECIABLE		4.250,00	
120101	muebles de oficina		2.500,00	
120102	utilies de oficina		250,00	
120103	HERRAMIENTAS		500,00	
120104	CONSTITUCION/PERMISOS		1.000,00	
3	<u>PATRIMONIO</u>			34.808,83
31	CAPITAL			34.808,83
3101	CAPITAL PAGADO			34.808,83
310101	Aportes de los Socios			34.808,83
	<u>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</u>			34.808,83

CONCEPTOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones:						
Inversión Fija	\$ (4.250,00)					
Capital de trabajo	\$ (15.389,24)	\$ (15.169,59)	\$ -	\$ -	\$ -	
Ingreso por ventas		\$ 134.400,00	\$ 211.680,00	\$ 296.352,00	\$ 388.962,00	\$ 490.092,12
Costos		\$ 139.439,24	\$ 132.614,18	\$ 155.763,79	\$ 178.980,49	\$ 202.267,64
Costos de Operación		\$ 104.029,24	\$ 95.926,18	\$ 117.733,89	\$ 139.541,60	\$ 161.349,30
Costos fijos		\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34
Depreciación Activos Fijos		\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
Otros Ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 14.700,00
Venta de Activos: Obras Fisicas y Prod						\$ 14.700,00
Valor en Libros de Activos vendidos						
Utilidad antes de impuestos y part. Trab.		\$ (5.039,24)	\$ 79.065,82	\$ 140.588,21	\$ 209.981,51	\$ 302.524,48
Impuesto a las Utilidades		\$ -	\$ (28.661,36)	\$ (50.963,23)	\$ (76.118,30)	\$ (109.665,12)
Utilidad neta		\$ (5.039,24)	\$ 50.404,46	\$ 89.624,98	\$ 133.863,21	\$ 192.859,35
Adicion de la depreciacion		\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
Valor en Libros de Activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo operacional		\$ (19.358,83)	\$ 51.254,46	\$ 90.474,98	\$ 134.713,21	\$ 193.709,35
Recup. Capital de trabajo						\$ 30.558,83
Flujo neto de efectivo	\$ (19.639,24)	\$ (19.358,83)	\$ 51.254,46	\$ 90.474,98	\$ 134.713,21	\$ 224.268,18
Factor de valor presente		1,70	2,89	4,91	8,35	14,20
Valor presente	\$ 56.687,37	\$ (11.387,55)	\$ 17.735,11	\$ 18.415,43	\$ 16.129,26	\$ 15.795,12
Valor presente neto	\$ 37.048,13					
Tasa de Descuento: 13%						
TIR	122,04%					
Tasas de Rendimiento Exigida (Retorno Empresarial)	70,00%					

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALORES HOY
\$ (4.250,00)						\$ (4.250,00)
\$ (15.389,24)	\$ (8.923,29)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (24.312,53)
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 79.058,82	\$ 73.245,67	\$ 60.319,97	\$ 46.570,56	\$ 34.517,01	\$ 293.712,03
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 82.023,08	\$ 45.887,26	\$ 31.704,41	\$ 21.429,40	\$ 14.245,63	\$ 195.289,79
	\$ 61.193,67	\$ 33.192,45	\$ 23.963,75	\$ 16.707,37	\$ 11.363,77	\$ 146.421,01
	\$ 20.329,41	\$ 12.400,69	\$ 7.567,66	\$ 4.620,26	\$ 2.822,00	\$ 47.740,02
	\$ 500,00	\$ 294,12	\$ 173,01	\$ 101,77	\$ 59,87	\$ 1.128,76
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.035,32	\$ 1.035,32
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.035,32	\$ 1.035,32
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ (2.964,26)	\$ 27.358,41	\$ 28.615,55	\$ 25.141,16	\$ 21.306,69	\$ 99.457,56
	\$ -	\$ (9.917,43)	\$ (10.373,14)	\$ (9.113,67)	\$ (7.723,67)	\$ (37.127,91)
	\$ (2.964,26)	\$ 17.440,99	\$ 18.242,41	\$ 16.027,49	\$ 13.583,01	\$ 62.329,65
	\$ 500,00	\$ 294,12	\$ 173,01	\$ 101,77	\$ 59,87	\$ 1.128,76
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ (11.387,55)	\$ 17.735,11	\$ 18.415,43	\$ 16.129,26	\$ 13.642,88	\$ 54.535,13
	\$ -	\$ -	\$ 6.219,99	\$ -	\$ 2.152,25	\$ 8.372,24
	\$ (11.387,55)	\$ 17.735,11	\$ 18.415,43	\$ 16.129,26	\$ 15.795,12	\$ 56.687,37

FUENTE: Ventas Anuales, Costos Anuales, y Cuadro de Inversiones y Depreciaciones

RECUPERACION DE 420 PANELES Y 840 PANTALLAS INSTALADAS EN LA VIDA DEL PROYECTO

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	ANO #1	ANO #2	ANO #3	ANO #4	ANO #5	
Ventas Netas	\$ 134.400,00	\$ 211.680,00	\$ 296.352,00	\$ 388.962,00	\$ 490.092,12	\$ 1.521.486,12
- Costo de Ventas	\$ 6.720,00	\$ 10.080,00	\$ 13.440,00	\$ 16.800,00	\$ 20.160,00	\$ 67.200,00
Gastos de Fabricación	\$ 97.309,24	\$ 85.846,18	\$ 104.293,89	\$ 122.741,60	\$ 141.189,30	\$ 551.380,21
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 30.370,76	\$ 115.753,82	\$ 178.618,11	\$ 249.420,40	\$ 328.742,82	\$ 902.905,91
- Gastos de Administración	\$ 34.560,00	\$ 35.838,00	\$ 37.179,90	\$ 38.588,90	\$ 40.068,34	\$ 186.235,13
- Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 4.250,00
Utilidad Antes de Beneficios	\$ (5.039,24)	\$ 79.065,82	\$ 140.588,21	\$ 209.981,51	\$ 287.824,48	\$ 712.420,77
- 15% Utilidad de Trabajadores	\$ -	\$ 11.859,87	\$ 21.088,23	\$ 31.497,23	\$ 43.173,67	\$ 106.863,12
Utilidad Antes de Impuestos	\$ (5.039,24)	\$ 67.205,95	\$ 119.499,98	\$ 178.484,28	\$ 244.650,80	\$ 605.557,66
- 25% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 16.801,49	\$ 29.874,99	\$ 44.621,07	\$ 61.162,70	\$ 151.389,41
Utilidad Neta	\$ (5.039,24)	\$ 50.404,46	\$ 89.624,98	\$ 133.863,21	\$ 183.488,10	\$ 454.168,24

15%

25%

FACTOR DEL VALOR PRESENTE	1,70	2,89	4,91	8,35	14,20	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	ANO #1	ANO #2	ANO #3	ANO #4	ANO #5	TOTALES
Ventas Netas	\$ 79.058,82	\$ 73.245,67	\$ 60.319,97	\$ 46.570,56	\$ 34.517,01	\$ 293.712,03
- Costo de Ventas	\$ 3.952,94	\$ 3.487,89	\$ 2.735,60	\$ 2.011,47	\$ 1.419,86	\$ 13.607,76
Mano de Obra	\$ 57.240,73	\$ 29.704,56	\$ 21.228,15	\$ 14.695,90	\$ 9.943,91	\$ 132.813,24
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 17.865,15	\$ 40.053,22	\$ 36.356,22	\$ 29.863,20	\$ 23.153,23	\$ 147.291,03
- Gastos de Administración	\$ 20.329,41	\$ 12.400,69	\$ 7.567,66	\$ 4.620,26	\$ 2.822,00	\$ 47.740,02
- Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 500,00	\$ 294,12	\$ 173,01	\$ 101,77	\$ 59,87	\$ 1.128,76
Utilidad Antes de Beneficios	\$ (2.964,26)	\$ 27.358,41	\$ 28.615,55	\$ 25.141,16	\$ 20.271,37	\$ 98.422,24
- 15% Utilidad de Trabajadores	\$ -	\$ 4.103,76	\$ 4.292,33	\$ 3.771,17	\$ 3.040,71	\$ 14.763,34
Utilidad Antes de Impuestos	\$ (2.964,26)	\$ 23.254,65	\$ 24.323,22	\$ 21.369,99	\$ 17.230,67	\$ 83.658,91
- 25% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 5.813,66	\$ 6.080,80	\$ 5.342,50	\$ 4.307,67	\$ 20.914,73
Utilidad Neta	\$ (2.964,26)	\$ 17.440,99	\$ 18.242,41	\$ 16.027,49	\$ 12.923,00	\$ 62.744,18

15%

25%

estructura de capital original del 2012

estado de resultados	\$	
utilidad operacional	\$ 30.370,76	
impuesto a la renta	\$ (1.826,72)	36,25%
una	\$ 32.197,48	

fuentes balance pasivo y patrimonio	\$	%
PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS	\$ 34.808,83	100%
total = anf	\$ 34.808,83	100%

fuentes	valores	participacion	tasa-costo	ponderacion
PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS	\$ 34.808,83	100%	70,00%	70,00%
total	\$ 34.808,83	100%		70%

una	\$ 32.197,48
anf	\$ 34.808,83
cpc	70%
eva	\$ 7.831,30

APALANCAMIENTO OPERATIVO

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
q = cantidad demandada	140,00	210,00	280,00	350,00	420,00
p = precio de venta unitario	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
v = costo variable unitario	743,07	456,79	420,48	398,69	384,17
f = costos fijos	34.560,00	35.838,00	37.179,90	38.588,90	40.068,34
Indice:					
AO = $\frac{q(p-v)}{q(p-v)-f}$	30.370,76	115.753,82	178.618,11	249.420,40	328.742,82
	- 4.189,24	79.915,82	141.438,21	210.831,51	288.674,48
AO =	-7,25	1,45	1,26	1,18	1,14

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON REDUCCIÓN DE LAS VENTAS

PORCENTAJE DE VENTAS:

67,95%

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
DATOS:						
Precio Unitario Original:		960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Costo Unitario Original:		743,07	456,79	420,48	398,69	384,17
Cantidad de Ventas Proyectada.		140,00	210,00	280,00	350,00	420,00
Cantidad de Ventas		95,13	142,70	190,26	237,83	285,39
Ingresos		91.324,80	143.836,56	201.371,18	264.299,68	333.017,60
- Costos Variables		70.687,87	65.181,84	80.000,18	94.818,51	109.636,85
- Costos Fijos		34.560,00	35.838,00	37.179,90	38.588,90	40.068,34
Utilidad Antes de Impuestos		-13.923,07	42.816,72	84.191,11	130.892,27	183.312,40
- 36.25% Impuestos y Trabajadores		-	15.521,06	30.519,28	47.448,45	66.450,75
Utilidad Neta o Pérdida Neta		-13.923,07	27.295,66	53.671,83	83.443,82	116.861,66
+ Depreciones y Amortizaciones		850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
+ Valor Residual						14.700,00
Inversión Fija	4.250,00		-	-		1.350,00
Inversión Variable	30.558,83					30.558,83
INVERSIÓN TOTAL	34.808,83	-	-	-	-	31.908,83
FLUJO NETO SIN FINANCIAMIENTO	-34.808,83	-13.073,07	28.145,66	54.521,83	84.293,82	164.320,49
Factor de valor presente		1,70	2,89	4,91	8,35	14,20
CALCULO VAN =	3,1	-7.690,04	9.738,98	11.097,46	10.092,53	11.573,03
TASA DE RENDIMIENTO EXIGIDA=	70,00%					

36,25%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON REDUCCIÓN DEL PRECIO UNITARIO

PRECIO UNITARIO:

85,10%

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
DATOS:						
Precio Unitario Original:		960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Precio Unitario con Variación		816,96	857,81	900,70	945,73	993,02
Costo Unitario Original:		743,07	456,79	420,48	398,69	384,17
Cantidad de Ventas Proyectada.		140,00	210,00	280,00	350,00	420,00
Ingresos		114.374,40	180.139,68	252.195,55	331.006,66	417.068,39
- Costos Variables		104.029,24	95.926,18	117.733,89	139.541,60	161.349,30
- Costos Fijos		34.560,00	35.838,00	37.179,90	38.588,90	40.068,34
Utilidad Antes de Impuestos		-24.214,84	48.375,50	97.281,76	152.876,17	215.650,75
- 36.25% Impuestos y Trabajadores		-	17.536,12	35.264,64	55.417,61	78.173,40
Utilidad Neta o Pérdida Neta		-24.214,84	30.839,38	62.017,12	97.458,56	137.477,35
+ Depreciones y Amortizaciones		850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
+ Valor Residual						14.700,00
Inversión Fija	4.250,00		-	-		1.350,00
Inversión Variable	30.558,83					30.558,83
INVERSIÓN TOTAL	34.808,83	-	-	-	-	31.908,83
FLUJO NETO SIN FINANCIAMIENTO	-34.808,83	-23.364,84	31.689,38	62.867,12	98.308,56	184.936,18
		1,70	2,89	4,91	8,35	14,20
CALCULO VAN =	3,91					
TASA DE RENDIMIENTO EXIGIDA=	70,00%					

36,25%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL COSTO VARIABLE UNITARIO

PORCENTAJE DE VENTAS: 100,00%

PRECIO UNITARIO: 100,00%

COSTO VARIABLE UNITARIO: 127,84%

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
DATOS:						
Precio Unitario Original:		960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Costo Unitario Original:		743,07	456,79	420,48	398,69	384,17
Costo Unitario con Variación		949,94	583,96	537,54	509,69	491,12
Cantidad de Ventas Proyectada.		140,00	210,00	280,00	350,00	420,00
Ingresos		134.400,00	211.680,00	296.352,00	388.962,00	490.092,12
- Costos Variables		132.990,98	122.632,03	150.511,00	178.389,98	206.268,95
- Costos Fijos		34.560,00	35.838,00	37.179,90	38.588,90	40.068,34
Utilidad Antes de Impuestos		-33.150,98	53.209,97	108.661,10	171.983,13	243.754,83
- 36.25% Impuestos y Trabajadores		-	19.288,61	39.389,65	62.343,88	88.361,13
Utilidad Neta o Pérdida Neta		-33.150,98	33.921,36	69.271,45	109.639,24	155.393,70
+ Depreciones y Amortizaciones		850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
+ Valor Residual						14.700,00
Inversión Fija	4.250,00		-	-		1.350,00
Inversión Variable	30.558,83					30.558,83
INVERSIÓN TOTAL	34.808,83	-	-	-	-	31.908,83
FLUJO NETO SIN FINANCIAMIENTO	-34.808,83	-32.300,98	34.771,36	70.121,45	110.489,24	202.852,53
		1,70	2,89	4,91	8,35	14,20
CALCULO VAN =	10,6					
TASA DE RENDIMIENTO EXIGIDA=	70,00%					

36,25%