



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR
POR EL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA MICROEMPRESA DE CASILLEROS EN LAS
PLAYAS DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”

AUTORES:

SANTANA MONTIEL GRACE DAYANNA
ZAMORA ÁLVAREZ RAÚL ENRIQUE

TUTOR DE TESIS:

MGS. ERNESTO JAVIER MALDONADO OJEDA

GUAYAQUIL, 2016



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE CASILLEROS EN LAS PLAYAS DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”		
	REVISORES: Ing. Alexander Ernesto Jacas Arencibia, Msc. Ing. Jorge Supo Garcia, Mgs	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Nº DE PÁGS.: 110 paginas	
ÁREA TEMÁTICA: PLAN DE NEGOCIO		
PALABRAS CLAVES: <i>Indicadores</i>		
RESUMEN: Se creará la empresa “LOCKERS STARS S.A” que brindara el servicio de alquiler de casilleros, la empresa se constituirá legalmente en la provincia del Guayas en el cantón General Villamil Playas, en donde alquilaremos casilleros que se asentarán en la playa del malecón para que los usuarios puedan encomendar sus objetos personales y así facilitar una mayor comodidad a la hora de divertirse. El proyecto es interesante puesto que no hay ninguna empresa dedicada al alquiler de casilleros a nivel provincial, la que daría mayor acogida de los turistas por ser un negocio innovador y sin competidor directo. El servicio estará enfocado en satisfacer al cliente, ofertando para ellos un servicio de mayor comodidad. La empresa necesitará un financiamiento de US\$ 18.489,40 para la apertura de la misma, la empresa cuenta con su margen del 55% de aporte propio.		
Nº DE REGISTRO(en base de datos):	Nº DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES:	Raul Enrique Zamora Teléfono: 0980750728	E-mail: raul_z_92@hotmail.com
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ab. Mariana Zúñiga	
	Teléfono: 042- 690388	

CAPTURA DEL ANTIPLAGIO



Plagiarism Detector - Originality Report

Plagiarism Detector Project: [<http://plagiarism-detector.com>] Application core version: 600



This report is generated by the unregistered Plagiarism Detector Demo version!

600 initial words analysis only partial plagiarism detection
 some important results are excluded
 no external file processing Register the software - get the complete functionality!

Originality report details:



Generation Time and Date:

07/07/2016 18:27:23



Document Name:

tesis completo raul y grace.doc



Document Location:

C:\Users\ZULAY\Desktop\tesis completo raul y grace.doc

Document Words Count:

17089

Important Hint: to understand what exactly is meant by any report value - you can click "Help Image"  . It will navigate you to the most detailed explanation at our web site.

Plagiarism Detection Chart:

<="">

Referenced 0% / Linked 0%

Original - 99% / 1% - Plagiarism

MALDONADO OJEDA ERNESTO JAVIER
 MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION
 CEDULA DE IDENTIDAD: 0916606395



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

HABIENDO SIDO NOMBRADO, MBA. ERNESTO JAVIER MALDONADO OJEDA, COMO TUTOR DE TESIS DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR TITULO DE INGENIERIA COMERCIAL PRESENTADO POR LOS EGRESADOS:

RAUL ENRIQUE ZAMORA ÁLVAREZ CON C.I N° 0941089989

GRACE DAYANA SANTANA MONTIEL CON C.I N° 0926581570

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CASILLEROS EN LAS PLAYAS DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”

CERTIFICO QUE: HE REVISADO Y APROBADO EN TODAS SUS PARTES, ENCONTRÁNDOSE APTO PARA SU SUSTENTACIÓN.

MALDONADO OJEDA ERNESTO JAVIER
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION
CEDULA DE IDENTIDAD: 0916606395



RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

ING. COM. MELVIN LEONARDO LÓPEZ FRANCO, MGS
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL
PRESENTE,

POR MEDIO DE LA PRESENTE CERTIFICO QUE LOS CONTENIDOS DESARROLLADOS EN ESTA TESIS SON DE ABSOLUTA PROPIEDAD Y RESPONSABILIDAD DE 2 AUTORES DE TESIS, GRACE DAYANA SANTANA MONTIEL CON CEDULA DE IDENTIDAD 0926581570 Y RAUL ENRIQUE ZAMORA ALVAREZ CEDULA DE IDENTIDAD 0941089989 CUYO TEMA ES:

TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CASILLEROS EN LAS PLAYAS DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”

DERECHOS QUE RENUNCIAMOS A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, PARA QUE HAGA USO COMO A BIEN TENGA.

Santana Montiel Grace Dayana
CI: 0926581570
dayita_12@hotmail.com

Zamora Álvarez Raúl Enrique
CI: 0941089989
raul_za_92@hotmail.com

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado:

A DIOS, por haberme dado fuerzas para continuar, dándome valor, paciencia y sabiduría para seguir en la ardua tarea de alcanzar mis propósitos.

A MIS PADRES, Sr. Raúl Zamora, Sra. Jacqueline Álvarez; por ser ejemplo de fortaleza y perseverancia en mi vida, por cumplir su importante rol de educarme y formarme como persona de bien para alcanzar las metas propuestas.

A MI ESPOSA, por llenar mi ser de momentos alegres con su presencia.

A MIS HERMANAS, Zulay, Katherine, mi sobrinita y mi hija Madeleine Zamora mi razón de amor incondicional y unión familiar.

A todas aquellas personas que estuvieron conmigo en todo momento pendientes para concluir esta etapa de una forma desinteresada y supieron apoyarme para culminar este trabajo.

Raúl Zamora A.

Este trabajo de investigación va dedicado a Dios quien ha sido mi guía y empuje en todos estos años de vida, a mi madre (+) por haberme impulsado en todas mis metas, a mi padre y hermana que siempre estuvieron y están junto a mi apoyándome para cumplir mis objetivos, y a todos mis demás familiares que de alguna u otra manera me apoyaron incondicionalmente.

Grace Santana M.

AGRADECIMIENTO

Es noble agradecer aquellas personas que con su confianza, apoyo y sugerencias aportaron para el desarrollo de este trabajo de graduación.

A nuestro Director de Tesis, Ingeniero, su apoyo fue fundamental e importante, para que esta investigación sea llevada con éxito.

A los Docentes de la Universidad Estatal de Guayaquil, por los conocimientos impartidos que han sido fundamentales en el ejercicio de nuestra profesión.

A todas las personas estoy muy agradecida por permitirme obtener este título profesional que dignifica nuestra razón de ser hacia el futuro.

A nuestros padres y familiares por ofrecernos todo el apoyo e impulso para ser mejores cada día.

RAUL ZAMORA A.

GRACE SANTANA M.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR
EL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE CASILLEROS EN LAS PLAYAS
DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”

RESUMEN

Se creará la empresa “LOCKERS STARS S.A” que brindará el servicio de alquiler de casilleros, la empresa se constituirá legalmente en la provincia del Guayas en el cantón General Villamil Playas, en donde alquilaremos casilleros que se asentarán en la playa del malecón para que los usuarios puedan encomendar sus objetos personales y así facilitar una mayor comodidad a la hora de divertirse. El proyecto es interesante puesto que no hay ninguna empresa dedicada al alquiler de casilleros a nivel provincial, la que daría mayor acogida de los turistas por ser un negocio innovador y sin competidor directo. El servicio estará enfocado en satisfacer al cliente, ofertando para ellos un servicio de mayor comodidad. La empresa necesitará un financiamiento de US\$ 18.489,40 para la apertura de la misma, la empresa cuenta con su margen del 55% de aporte propio.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR
EL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE CASILLEROS EN LAS PLAYAS
DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”

ABSTRACT

The company "LOCKERS STARS SA" that would provide the rental service lockers will be created, the company is legally constituted in the province of Guayas in the canton General Villamil Playas, where we will rent lockers to settle on the beach boardwalk to the users can entrust their personal belongings and thus facilitating greater comfort when fun. The project is interesting because there is no company dedicated to rent lockers at the provincial level, which would facilitate the reception of tourists for being an innovative business without direct competitor. The service will be focused on customer satisfaction, offering them a service for increased comfort. The company will need financing of US \$ 18.489,40 for opening the same, the company has margin of 55% of own contribution.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS:	PÁGINAS
Carátula	
Ficha Repositorio.....	I
Captura de Plagio.....	II
Certificado del Tutor.....	III
Renuncia derecho de autor.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
Resumen.....	VII
Abstracto.....	VIII
Índice General.....	IX
Índice Contenido.....	X
Índice de Tablas.....	XV
Índice de Figuras.....	XVII
Índice de Anexos.....	XVIII

Contenido

Descripción del negocio.....	1
Antecedentes.....	1
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	2
Visión	3
Misión	3
Situación Actual	3
Análisis del sector y de la empresa.....	3
Estado del sector:.....	5
Análisis de mercado.....	9
Competencia.....	21
Tamaño del Mercado Global.....	22
CAPITULO I	23
Plan de Mercadeo.....	23
1.1. Estrategias de precios.....	23
1.1.1. Política de precio de la competencia	24
1.1.2. Precio previsto	24
1.1.3. Margen de utilidad unitario mínimo para cubrir Inversión y rendimiento	
mínimo	25
1.1.4. Justificación para un precio diferente al de la competencia.....	25
1.2. Estrategia de ventas.....	25
1.2.1. Clientes iniciales.....	25
1.2.2. Conceptos especiales que se utilizarán para motivarla las ventas	26

1.2.3. Cubrimiento geográfico inicial.....	26
1.2.4. Plan de ampliación geográfica.....	26
1.3. Estrategia Promocional	27
1.3.1. Mecanismo y/o medios para llevar el servicio a la atención de los posibles compradores	27
1.3.2. Ideas básicas para presentar en la promoción.....	28
1.3.3. Mecanismo de ayuda a la venta.....	29
1.4. Estrategias de plaza o distribución.....	29
1.4.1. Canal de distribución que se usará	29
1.4.2. Política de inventario en días	31
1.5. Políticas de Servicios	31
1.5.1. Término de Garantías	31
1.5.2. Tipo de Servicios a clientes	31
1.5.3. Mecanismo de atención a los clientes.....	31
1.5.4. Políticas de cobros de servicios.....	32
1.5.5. Comparación de la política de servicios con la competencia	32
1.6. Tácticas de Ventas	32
1.6.1. ¿Tendrá fuerza propia de venta o recurrirá a representantes o a distribuidores? Si es propia la fuerza de venta ¿Cómo ustedes van a encontrarla y capacitarla?	32
1.7. Planes de Contingencia.....	32
1.7.1. Si alguna de las estrategias no le funciona cuál sería las correctivas, ¿Cómo considera las recomendaciones y los errores más frecuentes?.....	32
CAPITULO 2.....	33

Estudio Técnico	33
2.1. Análisis del Producto o Servicio	33
2.1.1. Bases Científicas y tecnológicas.....	33
2.1.2. Etapas de investigación y desarrollo.....	33
2.1.3. Productos y Servicios	34
2.1.4. Marketing y Ventas	34
2.1.5. Servicios a brindar	34
2.1.6. Cronograma de desarrollo.....	35
2.1.7. Recursos requeridos para el desarrollo	35
2.1.8. Especificación del servicio	35
2.1.9. Proceso Tecnológico	36
2.1.10. Diagrama básico de servicio	36
2.1.11. Materias primas básicas.....	36
2.1.12. Condiciones de operación	37
2.1.13. Maquinarias y equipos requeridos.....	39
2.2. Aspecto físico del negocio.....	39
2.2.1. Aspectos Geográficos.....	39
2.2.2. Facilidades de servicios básicos (agua, energía, teléfono, alcantarillado) .	40
2.2.3. Posición relativa a proveedores y clientes	40
2.2.4. Facilidades de transporte	40
2.2.5. Legislación local (Regularidades)	41
2.2.6. Situación laboral de la localidad	41
2.2.7. Áreas Requeridas.....	41
2.2.8. Tipos de construcciones	41

2.3. Equipos y maquinarias	42
2.3.1. Especificación del proceso	42
2.3.2. Tipos de equipos y maquinarias.....	42
2.3.3. Personal necesario	44
2.3.4. Necesidades de infraestructura	44
2.3.5. Forma de adquisición de equipos	44
2.4. Distribución de planta.....	44
2.4.1. Procesos Administrativos.....	45
2.4.2. Departamentos, áreas o zonas básicas	47
2.5. Sistema de control	50
2.5.1. Propiedades básicas del servicio.....	50
2.5.2. Proceso crítico de calidad	50
2.5.3. Equipos de control de calidad	52
2.5.4. Procesos críticos de costos.....	52
2.5.5. Puntos de inspección en costos	52
2.6. Riesgos	52
2.6.1. Tramites y permisos antes los organismos de gobierno	52
2.7. Análisis Social	55
2.7.1. Efectos (+) y (-) de la empresa para el conglomerado social, empleo, impuestos	55
2.7.2. Posibilidades de rechazo y apoyo de la comunidad.....	55
2.7.3. Servicios adicionales que la empresa trae a la comunidad	56
2.7.4. Servicios adicionales que la empresa demanda de la comunidad	56
CAPITULO 3.....	57

Estudio Económico	57
3.1. Variables macroeconómicas y microeconómicas.....	57
3.1.1. Inversiones.....	58
3.1.2. Inversión de Capital de trabajo.....	67
3.1.3. Costos.....	69
3.1.4. Proyecciones Financieras	73
3.1.4.1. Flujo de Caja.....	73
3.1.4.2. Estado de Resultado Proyectado	75
3.1.4.3. Balance General Proyectado	76
3.1.4.4. Punto de Equilibrio	77
3.1.4.5. Evaluación.....	79
Referencias.....	86
Anexos	89

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDOS:		PÁGINAS
Tabla 1	Segmento de Clientes.....	10
Tabla 2	Margen de Utilidad Año 2016.....	25
Tabla 3	Margen de Utilidad Año 2017.....	25
Tabla 4	Costo de publicidad.....	28
Tabla 5	Modelo de control de alquiler.....	38
Tabla 6	Equipos de Computación y Comunicación.....	42
Tabla 7	Puestos vacantes	44
Tabla 8	Matriz de proceso critico	51
Tabla 9	Efectos positivos y negativos.....	55
Tabla 10	Aporte a Socios	57
Tabla 11	Equipos de cómputos.....	58
Tabla 12	Equipos de oficina.....	58
Tabla 13	Instalación.....	59
Tabla 14	Muebles y enseres.....	59
Tabla 15	Maquinas y equipos.....	59
Tabla 16	Activos intangibles.....	60
Tabla 17	Gastos preoperacionales.....	61
Tabla 18	Amortizaciones.....	62
Tabla 19	Depreciación.....	63
Tabla 20	Amortización de intangibles.....	64

Tabla 21	Gastos operativos.....	64
Tabla 22	Presupuesto de sueldos.....	66
Tabla 23	Préstamo social.....	67
Tabla 24	Financiamiento del proyecto.....	68
Tabla 25	Inversión de capital.....	68
Tabla 26	Detalle de capital e interés.....	69
Tabla 27	Ingresos por ventas anuales.....	70
Tabla 28	Proyección de unidades alquiladas anuales.....	70
Tabla 29	Gastos de insumo.....	70
Tabla 30	Proyecciones de costo ventas.....	71
Tabla 31	Análisis de costo.....	71
Tabla 32	Flujo de efectivo.....	73
Tabla 33	Estado de resultado proyectado.....	75
Tabla 34	Balance general proyectado.....	76
Tabla 35	Análisis de punto de equilibrio.....	77
Tabla 36	Índices financieros.....	80
Tabla 37	Ratios, riesgos, razones financieras.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDOS:	PÁGINAS
Figura 1	Usted visita playas..... 13
Figura 2	Frecuencia de Visita..... 14
Figura 3	Necesidades de dejar encargado..... 14
Figura 4	Le gustaría que existiera servicio de casillero..... 15
Figura 5	En compañía de quien visita playa Villamil..... 16
Figura 6	Tamaño o dimensión que le gustaría de los casilleros... 17
Figura 7	Le gustaría adquirir el servicio..... 17
Figura 8	Le gustaría el servicio por hora..... 18
Figura 9	Le gustaría el servicio por todo el día..... 19

ÍNDICE DE ANEXOS

CONTENIDOS:		PÁGINAS
Anexos 1	Turistas Internacionales.....	90
Anexos 2	Estadísticas de Turistas.....	90
Anexos 3	Visitantes en el Año 2015.....	90
Anexos 4a	Mapa de Ubicación.....	91
Anexos 4b	Mapa de Tierra Playas Villamil.....	91
Anexos 5	Formula de muestra.....	91
Anexos 6	Imagen Playas Villamil.....	92
Anexos 7	Imagen Turismo.....	92
Anexos 8	Cubrimiento Geográfico.....	92
Anexos 9	Expansión al Malecón.....	93
Anexos 10	Local de Asentamiento de las oficinas.....	93
Anexos 11	Slogan diseño WEB.....	93
Anexos 12	Slogan del letrero.....	94
Anexos 13	Lockers modelo casillero.....	94
Anexos 14	Cronograma de desarrollo.....	94
Anexos 15	Imagen de diagrama de servicio.....	95
Anexos 16	Ubicación de Playas Villamil.....	95
Anexos 17	Ubicación Playas Villamil 2.....	96
Anexos 18	Playas Villamil.....	96
Anexos 19	Ubicación de empresa Playas Villamil.....	97
Anexos 20	Empresa de agua potable Playas Villamil.....	97

Anexos 21	Local de 4 metros por 10 metros de largo.....	98
Anexos 22	La computadora y sus características.....	98
Anexos 23	La impresora y sus características.....	99
Anexos 24	El teléfono y sus características.....	99
Anexos 25	Vehículo de alquiler.....	99
Anexos 26	Estructura organizacional.....	100
Anexos 27	Municipio General Villamil Playas.....	100
Anexos 28	Lockers.....	101
Anexos 29	Lockers Stars casilleros abiertos.....	102
Anexos 30	Malecón Villamil Playas.....	103
Anexos 31	Entrada a General Villamil.....	103
Anexos 32	Lockers cotizados.....	104
Anexos 33	Modelo de Encuestas.....	105
Anexos 34	Encuestas.....	107
Anexos 35	Encuestas.....	107
Anexos 36	Análisis de Sensibilidad (cristal ball).....	108

Descripción del negocio

Se creará la empresa “LOCKERS STARS S.A” que brindará el servicio de alquiler de casilleros, la empresa se constituirá legalmente en la provincia del Guayas en el cantón General Villamil Playas, en donde alquilaremos casilleros que se asentarán en la playa del malecón para que los usuarios puedan encomendar sus objetos personales y así facilitar una mayor comodidad a la hora de divertirse. El proyecto es interesante puesto que no hay ninguna empresa dedicada al alquiler de casilleros a nivel provincial, la que daría mayor acogida de los turistas por ser un negocio innovador y sin competidor directo. El servicio estará enfocado en satisfacer al cliente, ofertando para ellos un servicio de mayor comodidad. La empresa necesitará un financiamiento de US\$ 18.489,40 americanos para la apertura de la misma, la empresa cuenta con su margen del 55% de aporte propio.

Antecedentes

El estudio de alquiler de casilleros “CEMALE S.A. realizado en el 2014 en la ciudad de Guayaquil nos indica el rendimiento promedio anual del proyecto. Según el plan de casilleros de alquiler a usuarios del Centro Comercial Malecón 2000. El servicio de casilleros de alquiler tiene altas posibilidades de desarrollo y crecimiento, lo cual se observa en los niveles de ventas proyectados de acuerdo al incremento anual de visitantes que tiene el Malecón Simón Bolívar. Debido a estos resultados se concluyó que es factible y rentable la

implementación del negocio el mismo que cuenta con una gran afluencia de usuarios. (M León, 2014)¹

El Plan de negocio Safe Lockers estudio realizado en el año 2012 en la ciudad de Medellín se creó a raíz de la necesidad que se evidencia, cuando las personas asisten a lugares públicos y deben estar de un lado a otro cuidando sus pertenencias.

Este tipo de negocio contribuye a generar una cultura de la seguridad la cual nos ayudara a generar tranquilidad y disfrute de centros comerciales y el centro de la ciudad. Se pudo observar a través de diversos estudios que la creación de alquiler de casilleros en las Playas de la Provincia del Guayas, ayudaría a contribuir al desarrollo socioeconómico del sector por ofrecer servicios innovadores que darán comodidad y seguridad a los turistas que visiten sus balnearios, evidenciamos sus necesidades tales como el cuidado de sus prendas y objetos personales al no contar con un lugar convincente para el cuidado de las mismas, por ende se llega a la conclusión que al crear el servicio de alquiler de casilleros tendría una acogida favorable en la zona por ser el primer balneario en el país que contara con un servicio de este ámbito.

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocios para el lanzamiento de la empresa Locker Stars en la playa del malecón de General Villamil en Diciembre de 2016.

Objetivos específicos

- Elaborar un estudio para determinar los requerimientos técnicos y legales que necesita el proyecto para su ejecución.

1

- Realizar un plan de mercadeo para el lanzamiento de la empresa Locker Stars.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto a través de un estudio Económico.

Visión

Ser líderes en el negocio de alquiler de casilleros a corto y largo plazo, buscando la excelencia en el servicio y forjando una lealtad incomparable de los clientes.

Misión

Brindar la más alta calidad y servicio integral en el alquiler de casilleros, asegurando la lealtad de los clientes.

Situación Actual

Análisis del sector y de la empresa

Diagnostico de la estructura actual (país)

La idea de este negocio surge ante la necesidad o carencia de este tipo de servicio de alquiler de Casilleros en las playas de la provincia del Guayas. Se pretende proporcionar a las personas un servicio de seguridad y comodidad, servicio que se plasma en salvaguardar objetos personales.

Tiene como objetivo ofrecer a los clientes un servicio de calidad y seguridad a la hora de disfrutar de las distintas playas que ofrece la Provincia del Guayas, donde alquilaremos dichos casilleros para que los clientes puedan depositar en ella sus objetos personales y así facilitar una mayor comodidad a la hora de divertirse.

El alquiler de casilleros será muy útil para todas aquellas personas que necesiten guardar sus pertenencias durante un tiempo determinado para poder disfrutar de las hermosas

playas junto a su familia y amigos especialmente los que visitan las playas y retornan el mismo día.

El alquiler de casilleros es una ventaja más de atracción para las playas de la Provincia del Guayas, ofrecen seguridad y comodidad para el turista nacional y extranjero a un precio accesible y sobre todo ofrece puestos de trabajo en la zona a desarrollarse.

Perspectiva del sector (país)

El Ministerio de Turismo indicó que un total de 416.037 turistas arribaron a Ecuador durante el primer trimestre del 2015, evidenciando un crecimiento del 6,4% con relación a igual período del 2014. Este último segmento mostró un mayor dinamismo al incrementarse en 24% respecto al primer trimestre de 2014. Ecuador espera recibir más de 1,6 millones de turistas en este 2015, un 7 % más respecto de las entradas el año pasado.²

Estudios realizados a la Dirección de Turismo de la Prefectura del Guayas y del Cantón Playas en relación al perfil del turista confirman que aproximadamente el 91% de los turistas que visitan el territorio son de procedencia nacional y un 9% son extranjeros. En cuanto a la permanencia se puede decir que como promedio en temporada alta el 56% de turistas que visitan el Cantón Playas se hospedan y un 44% de excursionistas visitan el balneario sin hospedarse.

Posibilidad de crecimiento (empresa)

La principal fuente de crecimiento económico en todo país, es la productividad y capacidad de expansión en las empresas, las empresas PYMES tienen grandes posibilidades

² Ministerio de Turismo, 2015; www.ministerioturismo.gob.ec

de crecimiento dentro del mercado si cuentan con recurso humano especializado debido a que adhieren sus conocimientos, son esas pequeñas empresas las que pueden generar una excelente calidad de servicio.

En el Ecuador, una de las opciones de crecimiento podría ser la implementación de nuevas empresas en áreas no tan explotadas, se analizara la factibilidad de colocar casilleros que contribuyan con el desarrollo de la población y el crecimiento de la compañía, decidiendo implementarla debido que no existe una empresa destinada a el cuidado de objetos personales, el cual ayudara a los turistas a poder disfrutar del sol, arena y mar sin la necesidad de preocuparse por sus pertenencias y asi evitar un gasto innecesario de los demandantes al alquilar otros lugares en busca de sus necesidades.

Estado del sector:

(UNIVERSO, 2014) La falta de lugares expresamente habilitados para depositar objetos personales obligaba a los turistas a no quitarle el ojo de encima a sus pertenencias e, incluso, a no despegarse de ellas. El cantón Playas tiene una alta estacionalidad de la demanda con dos temporadas muy marcadas: alta y baja. La primera se concentra en los meses de enero - abril que se define como temporada alta de la costa (comprende el período de vacaciones de la región costa), julio y agosto que se define como temporada alta de la sierra (comprende el período de vacaciones de la región sierra) en las cuales se produce mayor afluencia de visitantes. En la temporada baja que comprende los meses de mayo, junio, septiembre, octubre, noviembre y diciembre el turismo y el comercio disminuyen considerablemente. El Ministerio de Turismo indicó que un total de 416.037 turistas arribaron a Ecuador durante el primer trimestre del 2015, evidenciando un crecimiento del 6,4% con relación a igual período del 2014. Además indicó que el ingreso de turistas por vía aérea fue

de 252.993 turistas, que representa el 61%, mientras que el 34% (142.332) lo hicieron por vía terrestre y el 5% (20.710) por vía marítima.³

Productos – Mercados

El servicio que se ofrecerá es el alquiler de casilleros que llamará la atención de muchos clientes por el motivo que en Playas Villamil no existe este servicio.

Clientes

El proyecto está dirigido para todo tipo de personas y grupos familiares, estudiantiles y empresariales que buscan diversión al máximo sin necesidad de preocuparse de sus pertenencias.

El número de turistas nacionales que ingresaron en febrero del año 2014 fue de 3,758 visitantes en comparación a Febrero del 2015 la población fue de 3,560 visitantes, demuestra un decrecimiento de 198 visitantes. Se ofrecerán combos con un precio asequible, dándole un plus adicional y marcando así una diferencia.

Empresas Nuevas

La empresa brindará servicios enfocándose a las necesidades de los clientes, donde se ofrecerán combos empresariales, colegiales y familiares de las cuales podrán hacer uso las personas que se acojan a este con precios asequibles, dándole un plus adicional y marcando así una diferencia para futuros competidores del sector.

³ <http://www.turismo.gob.ec/416-037-turistas-visitaron-el-pais-durante-el-primer-trimestre/>; <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/articulo.php?ida=27>

Tecnología

Uno de los principales impulsores que ayudara a que el proyecto pueda generar cambios en la Parroquia el Morro es la tecnología, con la utilización de equipos altamente avanzadas y de mejor calidad.

(TURISMO, 2014, 2015) Tendencias Económicas, sociales o culturales (PAIS)

Las principales fuentes de ingresos para el país son el banano y el petróleo, el camarón, productos marítimos, el turismo, las flores naturales y manufactura de metales. En la economía el turismo está ubicado en cuarto lugar promoviendo en el 2013 \$ 900.6 miles de dólares. De enero a septiembre del 2014 el turismo se incrementó llegando en tercer lugar de los ingresos para el país, aportando \$ 1,096.5 millones de dólares.

Las llegadas de turistas internacionales a Ecuador en el año 2013 fue de 1,364.057 habitantes, los llegados por vía aérea fue el 70%, y los llegados por vía terrestre ocupó el 29%. Mostrando un Superávit en la balanza turística de 264.3 millones de dólares. El Ministerio de Turismo indica que en Diciembre del 2014 se registra un crecimiento en la llegada de extranjeros al Ecuador, en el orden del 14% con respecto a diciembre del año 2013.

En el primer trimestre del año 2015 los visitantes extranjeros fueron 416,037, mostrando un incremento del 6,4% versus el 2014. El saldo de la balanza turística sugiere que durante el año 2014 por cada dólar que salió del país por concepto de turismo ingresaron \$ 1,46 del extranjero.

(POTER, 2014) *Las 5 Fuerzas Competitivas De Porter*

Poder de negociación de los Compradores o Clientes

Los clientes son indispensables para poner en marcha un negocio, ellos son la base fundamental para el crecimiento de la empresa, esta fuerza competitiva se refiere el poder de negociación de los compradores y los principales clientes son las familias y grupos de amigos ofreciendo una completa diversión, cabe recalcar que ese momento va ser único y será una experiencia inolvidable. Siempre hay que ponerse a disposición del cliente para que este se sienta satisfecho.

Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

El poder de negociación con los proveedores es de suma importancia, por lo que se debe llegar a un acuerdo para que nuestra inversión no sea alta, y así poder seguir adquiriendo los productos de buena calidad.

Los proveedores contactados han sido mediante una página de mercado libre por lo que su precio es adecuado y más fácil de conseguir.

Se estima poder realizar las compras directamente con los señores de Metálicas Anchundia puesto que son especialistas en todo tipo de equipos para oficina entre estos casilleros a medida del cliente o ya con medidas standars y de toda calidad.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Porter nos indica que “cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza”.⁴

⁴ <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Es decir, al tratarse de montar un pequeño negocio será muy fácil la entrada de nuevas empresas al mercado.

En la Parroquia Villamil Playas no se encuentra alguna empresa que desarrolle la misma actividad pero sin embargo puede haber organizaciones que quisieran adoptar esta actividad en el futuro.

Amenaza de productos sustitutos

En la Parroquia Villamil Playas en estos tiempos no existen una sociedad dedicada al alquiler de casilleros, por lo tanto no existe alguna amenaza directa que pueda sustituir el servicio que se le brindara a los posibles consumidores.

Rivalidad entre los competidores

En Playas Villamil no existe una competencia directa para dicho proyecto ya que se está estableciendo un negocio innovador para el sector.

Pero sin embargo existe una amenaza indirecta porque hay restaurantes que por su servicio están implementando el alquiler de duchas y casilleros.

Análisis de mercado

“LOCKERS STARS S.A” es una empresa innovadora de alquiler de servicios que garantizan la seguridad de las pertenencias de los turistas y poder ayudarles brindándole un servicio de confort. Se estudiará los servicios de Villamil playas para saber cómo está y con qué propuestas de mercadeo se puede penetrar.

Tipos De Compradores Potenciales

Los compradores potenciales de nuestro servicio serán los turistas en temporadas altas. Este negocio lo podrán disfrutar personas de diferentes edades pues por lo que se trata es de resguardar sus pertenencias y que ellos puedan disfrutar del sol, arena y mar.

Características Básicas de los clientes

Tabla n° 1: Segmentación de Clientes

CRITERIOS	VALORES O TRAMOS MÁS COMUNES
Criterios Geográficos	
Región	Costa - Sierra
Ciudad a Ubicarse	Provincia de Guayas – Cantón Playas Villamil
Criterios Demográficos	
Ciclo de Vida Familiar	Todo tipo
Ingresos	Desde \$ 1 en adelante
Ocupación	Sin Restricción alguna
Criterios Psicográficos	
Clase social	Todas

Nota.-Se toma la segmentación de mercado para considerar el tipo de turistas que visitarán con mayor frecuencia los balnearios. Elaborado por: Raúl Zamora

Localización geográfica de los clientes

Los futuros clientes serán turistas de los alrededores del sector Playas Villamil y turistas extranjeros que vayan a disfrutar del sol, mar y arena sin necesidad de preocuparse de sus pertenencias.

Base de decisión de compra de los clientes

Los clientes pasan por unas de las fases antes de consumir el producto:

- Reconocimiento de la necesidad
- Búsqueda de información

- Evaluación de alternativas
- Decisión de compra
- Conducta posterior a la compra

Los turistas al ver un servicio nuevo e innovador se interesan en este, por la comodidad y seguridad que los casilleros brindaran, adicionalmente al realizar investigaciones de mercado en el entorno se visualiza un interés aceptable del servicio a ofrecer.

La búsqueda de la información se da mediante diferentes fuentes ya sean personales, comerciales. Cuando un producto ingresa en el mercado esto poco a poco se va haciendo reconocido por medio de amigos, familiares, conocidos. También por medio de distintas publicidades y exhibidores, en las cuales los medios de comunicación son tan elementales como la televisión, la radio y hoy en día el internet a tomado posesión en la vida de los seres humanos, estos son las redes sociales como el Facebook.

A base de estas fuentes el consumidor graba en sus mentes el servicio que se va a dar en el sector de Playas por lo que le ayudara a relajarse sin tener necesidad de estar pendiente de sus pertenencias.

Elaboración y Aplicación de Encuesta

El proyecto se ejecutará bajo una investigación cuantitativa y obtener la mayor recopilación de datos necesarios para llevar a cabo el proceso de la investigación.

Esta investigación cuantitativa consigue la realidad social, es relativamente firme y adaptable del tiempo es decir asume la realidad como estable. Ya que esto permite saber cuáles son las necesidades con respecto al turismo que hasta el día de hoy no cuenta con un servicio como el que se ofrece.

El proyecto se encauzará en una investigación de carácter descriptivo, bajo una lógica inductiva y con resultado aplicativo. La herramienta fundamental a utilizarse en el presente

proyecto son las encuestas, esto permite saber cómo pueden cooperar los individuos facilitándonos su opinión personal y sin dificultad.

Cálculo del Tamaño de la Muestra

Para poder determinar el tamaño de la muestra se lo realizara mediante la fórmula infinita, debido a que se desconoce el tamaño de la población, la formula de aplicar es la siguiente:

Donde:

n = Es el total de la población

Z= es el nivel de confianza (1,96 elevado al cuadrado)

p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.50)

q = proporción no deseada 1 – p (en este caso 1-0.50 = 0.50)

e = margen de error (en la investigación se uso un 5%).

Reemplazando con la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5 * 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 385 \text{ Encuestas}$$

Aplicación de Encuesta.

Las encuestas se aplicarán mediante un cuestionario estructurado de preguntas cerradas con opción múltiple, las cuales se realizarán abordando a varias personas del mercado seleccionado y también a algunos turistas que estén visitando la provincia del Guayas. La fecha escogida para esta labor es la tercera semana del mes de marzo de 2016 comprendida desde el 21 de marzo al 26 del mismo. Se realizó en la ciudad de Guayaquil y sus alrededores de la localidad.

Tabulación y Análisis de de las encuestas

Resultados de la encuesta

1.-Usted viaja o visita la playa del malecón en General Villamil?

SI NO



Figura n° 1.-Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: Los resultados dieron que un 75% de los viajeros y turistas visitan General Villamil Playas por lo cerca y variedad de atractivos de estas playas y un 25% indico que no visitan de una muestra encuestada de 385 personas.

2.- Con qué frecuencia visita la playa del malecón General Villamil?

Fines de semana	<input type="text" value="235"/>	1 vez al mes	<input type="text" value="58"/>
Cada 15 días	<input type="text" value="86"/>	1 vez al año	<input type="text" value="6"/>



Figura n° 2.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: Realizando la encuesta se llega a la conclusión que un 61% de 385 personas encuestadas solo viajan a playas Villamil todos los fines de semana, un 22% indica que viajan cada quince días, un 15% indican que lo hacen una vez al mes y un 2% viaja solo una vez al año.

3.- En algún momento se vio en la necesidad de dejar encargado sus pertenencias para poder disfrutar de la playa del malecón General Villamil?

SI	207	NO	178
----	-----	----	-----



Figura n° 3.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: Se realizó la encuesta a 385 personas de las cuales un 54% las que indicaron que si se han visto en la necesidad de dejar encargados sus pertenencias con las personas que alquilan las carpas y sillas para poder disfrutar un poco más de la playa y del malecón y un 46% indica que no han dejado con nadie porque para ir a bañarse se turnaban con el resto de amigos y/o familiares.

4.- Le gustaría que existiera un servicio de alquiler de casilleros en la playa del malecón General Villamil, del cual pueda hacer uso?

SI

301

NO

84

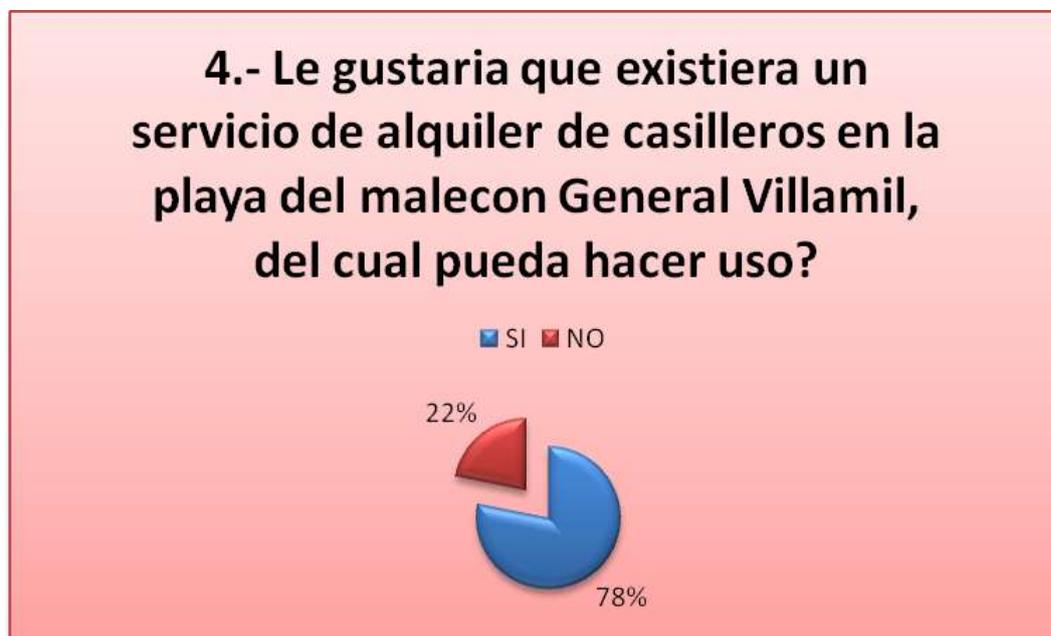


Figura n° 4.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: Se realizó la encuesta a 385 personas de las cuales un 78% indican que si desean que si les gustaría que se realizara este servicio y un 22% indica que no le gustaría.

5.- En compañía de quien disfruta con mayor frecuencia de General Villamil Playas?

De familia

147

De la pareja

81

De amigos

105

Compañeros de
trabajo

52



Figura n° 5.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: De una población de 385 personas encuestada, 38% disfruta de la compañía de sus familiares supieron indicar que por la cercanía que existe de Guayaquil es más fácil disfrutar los fines de semana del sol, arena y mar; un 27% indico que disfrutaban en compañía de sus amigos, un 21% indico que en compañía de su pareja y el 14% indico que ellos van de repente van a playas en compañía de sus compañeros de trabajo.

6.- A usted de que tamaño/dimensión le gustaría que fuesen los casilleros para guardar sus pertenencias

a.- pequeño (bolsos)

22

b.- mediano (bolsos grande)

261

c.- grande (maletas)

102



Figura n° 6.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: De una población de 385 personas encuestada, un 68% le gustaría que el tamaño de los casilleros fuesen medianos porque así entraría hasta un bolso grande, un 26% indicó que le gustaría los casilleros de tamaño grande para que entren las maletas sin necesidad de dañarse y un 6% indicaron que les gustaría pequeño.

7.- El servicio a adquirir lo hiciera por:

a.- Hora b.- Todo el día



Figura n° 7.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: De una población de 385 personas encuestada, un 52% estaría dispuesta a alquilar el servicio todo el día dicen que sería más rentable y a su vez que disfrutarían con mayor tranquilidad de la playa.

8.- Cuanto estaría usted pagar por el servicio de alquiler de casilleros si escoge:

a.- Hora

0,50 dólares	40
1,00 dólares	96
1,50 dólares	21

b.- Todo el día

1,50 dólares	35
2,50 dólares	59
3,00 dólares	134

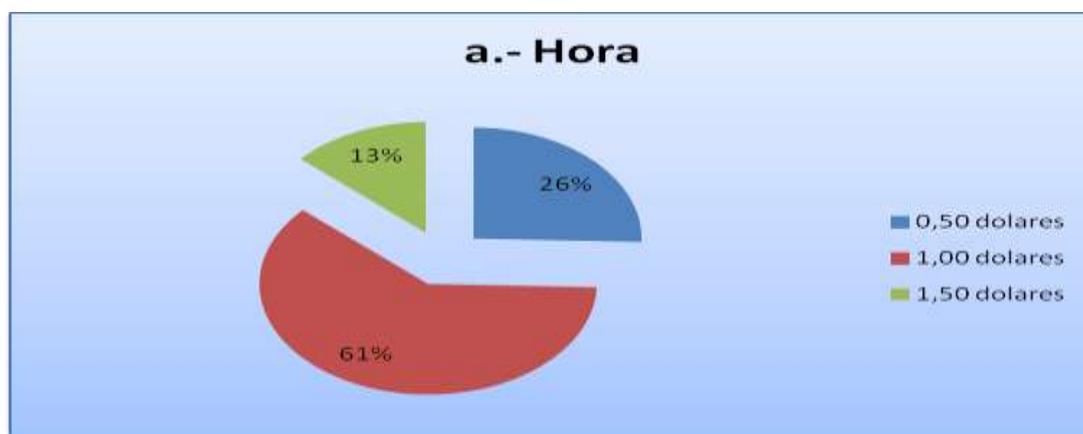


Figura n° 8.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: La población encuestada estaría dispuesto a cancelar por el servicio de alquiler por cada hora, el 61% de 385 personas encuestadas dicen que cancelarían \$ 1,00 dólares, el 26% dice que estaría dispuesto a cancelar \$ 0,50 dólares y el 13% de las personas cancelarían por hora \$ 1,50 dólares.



Figura n° 9.- Fuente: Turistas y Viajeros del Terminal Terrestre de Guayaquil
Autores: Zamora Raúl, Santana Grace

Análisis: La población encuestada estaría dispuesta a cancelar por el servicio de alquiler por día lo siguiente, el 59% de 385 personas encuestadas dicen que cancelarían \$ 3,00 dólares, el 26% dice que estaría dispuesto a cancelar \$ 2,50 dólares y el 15% de las personas cancelarían por hora \$ 1,50 dólares.

Opiniones de clientes (Interés de su servicio)

Mediante el proceso de la encuesta se observó que las personas si están interesados en que se realice un proyecto para esa parte de la provincia, el turismo se incrementa y esto es beneficioso para todos y que sea un servicio eficiente y seguro.

Opiniones de Cliente (No interés de su servicio)

Algunos no estuvieron interesados en el servicio, puesto que no frecuentan playas Villamil.

Formas Posibles de evitar la falta de interés

Para evitar la falta de interés de los futuros clientes se necesitará hacer promociones, concursos, show artísticos, para que todas las personas que concurran al lugar guarden sus pertenencias sin necesidad de preocuparse sabiendo que estarán en un lugar seguro.

Evaluación y análisis de los datos obtenidos hasta la fecha

De un total de 385 encuestas realizadas en los sectores de Guayaquil se puede observar un gran interés por las respuestas positivas que se dieron al momento de analizar cada una de las preguntas realizadas. Dando a conocer que hubo una aceptación del servicio en un 78% de personas encuestadas, las que indicaron que les gustaría un servicio de alquiler para poder estar tranquilo disfrutando del sol, arena y mar.

Los resultados son favorables porque hay turistas que visitan con frecuencia General Villamil Playas y su malecón, puesto que por su cercanía se puede visitar con frecuencia, por eso se cuenta con un 61% que indican que les gusta visitar las playas los fines de semanas. Se realizó una pregunta que es de suma importancia para ver la acogida que tendría el servicio de alquiler de casilleros y si alguna vez tuvieron la necesidad de encargar sus pertenencias para poder ir a disfrutar del mar, pues un 54% de personas indicaron que si tuvieron la necesidad.

Las personas encuestadas indicaron que estarían dispuesto a pagar entre \$ 1,00 dólar por hora y \$ 3,00 dólares por el día. Los encuestados decidieron mencionar que el medio de comunicación que se puede utilizar de una manera eficaz para poder hacer publicidad y que llegue información sobre el alquiler de los casilleros seria por las redes sociales y por medios de comunicación como radio y televisión.

Interpretación Global

Al realizar la encuesta en varios sectores del cantón Guayaquil para poder analizar las posibilidades que tenga el proyecto, se pudo analizar que si obtuvo una gran aceptación por parte de las personas que viajan a diferentes lugares de las Costas Ecuatorianas y que estarían dispuestos a visitar el malecón de General Villamil Playas y acceder al servicio de alquiler de casilleros y disfrutar de los beneficios del nuevo proyecto que se está dando.

Muchos mencionaron que se debe incrementar beneficios para el turista como el del servicio de alquiler de casilleros porque hay personas que solo disfrutan del día y llevan prendas para cambiarse o sus pertenencias menores y no tienen donde dejarlas. A la gran parte de personas encuestadas le parece una idea magnífica el de implementar un servicio de alquiler de casilleros en el Malecón de la playa de General Villamil.

Competencia

En la provincia del Guayas se encuentran diferentes playas como, Villamil Playas, Puerto Engabao, Puerto El Morro, Posorja en las cuales ninguna de estas playas cuenta con un servicio de alquiler de casilleros, por lo que en la actualidad no se tiene competencia directa que ofrezca el servicio de alquiler de casilleros, seremos los pioneros y únicos en dar esta asistencia, procurando ser eficientes, rápidos y brindando garantías del mismo.

Desde Villamil Playas en la provincia del Guayas se instalarán los casilleros como prueba y monitoreo de la acogida del servicio de alquiler de los mismos y luego se distribuirán a playas aledañas.

Se mantendrá como referencia el servicio de alquiler de carpas y parasoles, estos servicios serán una guía porque no contamos con una competencia directa.

Se avizora que en dos años ya exista competencia directa o indirecta, puesto que es un nuevo servicio de alquiler de casilleros en la sociedad en la que se vive y aunque sea

novedoso no resulta complicado el imitarlo debido a la mínima inversión que se necesita para la implementación del negocio. Así que se encaminara en diferenciar el negocio de los posibles competidores que puedan presentarse a futuro.

Tamaño del Mercado Global

Nivel total de consumo de unidades

Analizando las encuestas se puede denotar una aceptación favorable para el negocio, por lo que se estima 3200 veces el alquiler de los casilleros durante los meses de temporada, teniendo en cuenta la afluencia de turistas esta cantidad puede variar, se considera que se tendrán 10 lockers cada uno tendrá 20 casilleros y contabilizando solo desde el día jueves a domingo se llegaran a estos valores, en temporadas baja se mantendrán cuatro lockers en el malecón de la playa para no perder los consumidores que puedan visitar el balneario.

Definición de la participación del mercado

La participación de mercado (market share, inglés), es el porcentaje que tenemos del mercado (expresado en unidades del mismo tipo o en volumen de ventas explicado en valores monetarios) de un producto o servicio específico.⁵

⁵ Philip Kotler, K. L. (2006). Dirección de Marketing. En P. K. Kelle, *Dirección de Marketing* (pág. 817). Mexico: pearson .

CAPITULO I

Plan de Mercadeo

El Plan de Mercadeo es un instrumento necesario que propicia lo elementos adecuados para administrar en forma sistemática y coordinada todas las actividades de la empresa para una correcta adecuación de las estrategias mercadológicas.

Lo antes mencionado indica la importancia que tiene el Plan de Mercadeo porque es un proyecto que programa de todas las actividades a seguir para la planificación del servicio de una empresa.

Tal proyecto contiene todas las actividades de mercadeo que la empresa pretende llevar a cabo en un periodo determinado, publicidad, ventas, promociones y precio con el objeto de proporcionar el servicio en la cantidad, presentación, precio y en el lugar adecuado para los consumidores.

Por lo tanto constituye una guía para los usuarios y de este modo puedan satisfacer las expectativas tanto como la de los clientes, empleados y al propietario de la empresa.

Un servicio bien diseñado.- Para satisfacer las necesidades y deseos del cliente de la manera más gratificante para él. Esto es con la máxima calidad al menor precio posible.

Una organización y estructura efectiva.- Para dar a conocer el servicio y atraer a los clientes, lo haremos con una publicidad agresiva y daremos promociones por la apertura.

Un plan de Marketing de Resultados.- En nuestro plan de marketing, será el volanteo, publicidad con ayuda de sponsors.

1.1. Estrategias de precios

Según (Lamb, Hair y McDaniel, 2002, p. 607 - 610)

Una estrategia de precios es un marco de fijación de

*precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.*⁶

Se tendrá un precio fijo, para determinar el precio lo que se hizo fue hacer encuestas para ver el cual sería el precio que estaría dispuestos a pagar los turistas nacionales y extranjeros por el servicio de alquiler, donde se encontró que el precio que estarían dispuestos a pagar esta entre un rango de \$ 0,50 a \$ 1,50 por hora y de \$ 1,50 a \$ 3,00 por hora concluyendo que el precio de venta seria de \$ 1,00 por hora/fracción y \$ 3,00 por día.

1.1.1. Política de precio de la competencia

Los precios de los servicios estarán relacionados con los valores referenciales de los alquileres de carpas y parasoles, dando relación a su vez a los comentarios de los turistas al momento de la realización de la encuesta. Estableciendo un precio de \$ 1,00 por hora y \$ 3,00 todo el día que los turistas estarían dispuestos a pagar.

1.1.2. Precio previsto

En base a las encuestas desarrolladas la tendencia de aceptación será de \$ 3,00 dólares por el día completo siempre y cuando superen las tres horas de uso del servicio y de \$ 1,00 por cada hora/fracción usada menor a las tres horas.

⁶ Lamb, Hair y McDaniel, *Fundamentos de Marketing*, , 10 Edicion Editorial Club Universitario (2002) , pagina 607 - 610, Thomson, 2006

1.1.3. Margen de utilidad unitario mínimo para cubrir Inversión y rendimiento mínimo

El margen de utilidad unitario mínimo para cubrir la inversión es de 5%, se observan las ventas de la empresa para el año 2016 y 2017 generaron el 30,24% y el 30,56% de utilidad respectivamente, también podemos ver que existe un aumento del 5,08% en la utilidad. Adicional se puede mostrar que a pesar del aumento en se ha tenido en los costos de venta , gastos de administración y ventas, las ventas crecieron lo suficiente para cubrir dicho aumentos.

Formula = Utilidad Neta / Ventas

Tabla N° 2.- Margen de Utilidad - Año 2016

Ventas	\$ 69.120,00
Utilidad Neta	\$ 3.566,12
Margen de Utilidad Unitario Mínimo	5%

Nota de tabla.- El margen de utilidad está en función a las utilidades sobre las ventas del año 2015 pudiendo notar una rentabilidad del 5%.

Tabla N° 3.- Margen de Utilidad - Año 2017

Ventas	\$ 71.193,60
Utilidad Neta	\$ 3.908,55
Margen de Utilidad Unitario Mínimo	5%

Nota de tabla.- El margen de utilidad está en función a las utilidades sobre las ventas del año 2016 pudiendo notar una rentabilidad del 5%.

1.1.4. Justificación para un precio diferente al de la competencia

El servicio de casilleros no cuenta con competidores directos puesto que no tendremos precios diferentes con relación a otros.

1.2. Estrategia de ventas

1.2.1. Clientes iniciales

Los clientes iniciales serán los turistas cercanos en la playa, porque son los que se encuentran a una distancia de 200 metros por cada puesto donde estarán ubicados los

casillero y su precio se encuentra al alcance de su economía, estos no son solo clientes iniciales sino que serán clientes potenciales.

1.2.2. Conceptos especiales que se utilizarán para motivarla las ventas

Para poder tener acogida de los turistas nacionales y extranjeros en las primeras semanas, se realizaran entregas de camisetas para las personas que utilicen el servicio de alquiler por todo el día. Cuyo costo por camiseta es de \$ 1,05, se adquirieron 300 unidades solo se entregaran en el primer mes del lanzamiento del negocio.

Publicidad por medio de volante con modelos para llamar la atención de los futuros consumidores. Se entregaran 250 volantes diarias por el primer mes, la modelo estarán contratadas por seis horas el fin de semana con un costo de \$ 110,00.

1.2.3. Cubrimiento geográfico inicial

Los casilleros se encontraran ubicados a lo largo de la playa del malecón cada 200 metros se encontrara un puesto conformado por dos lockers, en total se ocupara 1 kilometro d la playa que se ubicaran desde puerto pesquero, a medida que el negocio vaya cogiendo acogida se irán implementando mas lockers, y asi mismo se implementaran en otras playas de la provincia del Guayas.

1.2.4. Plan de ampliación geográfica

Lockers Stars inicialmente se acentuara en General Villamil Playas en la playa del malecón como plan piloto, donde ofrecerá el servicio de alquiler de casilleros y en mediano plazo se tiene previsto adquirir cinco lockers mas para cubrir toda la playa puesto que el municipio de General Villamil Playas prevee realizar una nueva infraestructura del malecón,

donde esto generara mayor fuente de ingresos y oportunidades de que Lockers Stars se desarrolle.

A largo plazo se expandirá a Data Villamil – Posorja una vez que se ha constatado que esta playa es la segunda más concurrida en la provincia del Guayas, para ello se tiene previsto empezar con seis lockers cada 150 metros de la playa teniendo esta una extensión de 2,5 kilómetros.

1.3. Estrategia Promocional

Según (FERRE José y FERRE Jordi, 1996, p. 25)

Se entiende por estrategia de promoción cualquier acción comercial destinada a estimular o incentivar la demanda que se ejerce con carácter temporal y en base a proporcionar a quien va destinada un beneficio tangible.⁷

Es necesario tener presente que “Un cliente satisfecho vale más que diez rótulos en la calle”. Las estrategias que se citan a continuación, beneficiarán de forma directa tanto al cliente como al empresario:

Se colocará anuncios publicitarios.

Se otorgará cupones o vales de descuentos para temporada playera.

1.3.1. Mecanismo y/o medios para llevar el servicio a la atención de los posibles compradores

Se promocionará por medio de:

⁷ (FERRE José y FERRE Jordi, 1996, p. 25)

Radio.- Es un medio con un mayor alcance a la ciudadanía a nivel nacional. Gracias a las emisoras se capta un público seleccionado. Se puede escuchar y realizar actividades.

Descripción de las pautas comerciales en Radio Canela a continuación:

- Valor real de cuña individual: \$15
- Cuñas rotativos en horarios
- Periodo: 1 mes
- Cuñas diarias de jueves a domingo de 30”.
- Valor \$ 240 al mes

Flyer.- Se lee más detenidamente, su mensaje es conciso y caro. Serán entregados dentro de la playa del malecón de General Villamil, a los alrededores de los puestos de los casilleros.

El valor de las volantes \$ 65 por dos veces a la semana. Internet (Redes Sociales).- El uso de nuevas tecnologías permiten una expansión de los mensajes al target más joven y día a día el marketing viral es uno de los más importantes hoy en día.

Tabla n° 4.- Costos de Publicidad

PUBLICIDAD		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUALES
CUÑA PUBLICITARIA RADIO, TV	\$ 240,00	\$ 1.440,00
HOJAS VOLANTE (1000)	\$ 65,00	\$ 390,00
MODELOS POR TEMPORADA	\$ 387,50	\$ 2.325,00
CAMISSETAS (300)	\$ 315,00	\$ 315,00
TOTAL	\$ 1.060,00	\$ 4.470,00

Nota.- Valores de costos mensuales y Anuales de los gastos de publicidad.
Elaborado por: Grace Santana

1.3.2. Ideas básicas para presentar en la promoción

Radio.- Cuña: Dar pautas al locutor de lo que se desea en la publicidad.

Colocar una pancarta en un lugar visible del malecón, e informar a cada persona que del servicio que se ofrece.

1.3.3. Mecanismo de ayuda a la venta

Dar promociones dos por uno el primer día de apertura del negocio.

Los vendedores deben promocionar el servicio de manera verbal y personal a los posibles clientes, dándole a conocer ventajas, promociones y precios.

Otorgar camisetas a los clientes que alquilen los casilleros por todo el día.

1.4. Estrategias de plaza o distribución

Establecer alianzas estratégicas con empresas especializadas en transporte de cargas para trasladar los casilleros, a un costo de \$ 560,00. El camión es de 4 toneladas donde entraran los 10 lockers cuyas medidas son de 1,5 metros de ancho por 2,00 metros de largo

Ofrecer el servicio de los casilleros mediante modelos que se encargaran de la entrega de volantes, abarcando el perímetro de la playa del malecón General Villamil, cuyo valor asciende a \$ 440,00 mensuales por un tiempo de seis meses.

El canal de distribución seleccionado es el indirecto corto. Teniendo en cuenta que la distribución de nuestro servicio será dado desde la playa del Malecón de General Villamil.

1.4.1. Canal de distribución que se usará

Se realizará una distribución directa del servicio de casilleros hacia los clientes, ya que no se necesita intermediarios para poder llegar a disfrutar de este servicio. Es una opción que permitirá estar al tanto de las necesidades que tiene cada uno de ellos, brindando directamente el servicio.

1.4.1.1. Logística de entrada

Se realizara el respectivo recibo y se llenara una bitácora para tener un registro de las personas que se acojan al servicio de alquiler .

1.4.1.2. Características del Producto

Los casilleros serán altamente seguros y de plástico reciclable 100% ABC por lo que estarán a expensas de arena y es una zona muy salubre.

1.4.1.3. Nombre de la Empresa y del Producto

El nombre de la empresa es Lockers Stars S.A., este nombre fue escogido por la gerencia, aunque marca mucho la línea del producto con su slogan CUANDO LA SEGURIDAD TE AYUDA A DSFRUTAR.

El logotipo utiliza los colores pasteles. Se colocaron en un fondo armonioso para que resaltaran los colores. La letra utilizada se llama Magneto, esta letra es de fácil lectura y demuestra un estilo de transparencia en el producto.

1.4.1.4. Política de Calidad

Ser una empresa preocupada por las necesidades de sus clientes y brindar la mejor calidad en servicios.

1.4.1.5. Estructura de la Empresa

La estructura de la empresa ha sido realizada según las áreas de trabajo, dividiéndolas en administrativas y campo.

Los empleados serán seleccionados según su experiencia, aptitudes y conocimientos, dándoles la oportunidad de escalar puestos a medida que la empresa vaya creciendo, además de incentivarlos a la atenta realización de sus actividades mediante capacitaciones, eventos sociales, bonificaciones, entre otros.

1.4.2. Política de inventario en días

Los inventarios se realizarán todos los días para evitar pérdidas de los casilleros.

1.5. Políticas de Servicios

1.5.1. Término de Garantías

El alquiler de casilleros está garantizado en un 100%, debido a que cuenta con un departamento de ventas.

1.5.2. Tipo de Servicios a clientes

La empresa tiene un sistema de seguimiento, donde los empleados se reunirán una vez a la semana para informar si los clientes tienen otras peticiones, o si están a gusto con los servicios brindados, y así planificar nuevas estrategias.

1.5.3. Mecanismo de atención a los clientes

Cuando el cliente adquiere el servicio de alquiler de casilleros, se le brindara toda la información posible de las políticas de seguridad del alquiler.

1.5.4. Políticas de cobros de servicios

Una vez utilizado el mismo y el cliente proceda al retiro de sus pertenencias, se le hará el respectivo cobro.

1.5.5. Comparación de la política de servicios con la competencia

La empresa no cuenta con competencia directa puesto que no puede realizar comparación de políticas.

1.6. Tácticas de Ventas

1.6.1. ¿Tendrá fuerza propia de venta o recurrirá a representantes o a distribuidores? Si es propia la fuerza de venta ¿Cómo ustedes van a encontrarla y capacitarla?

El servicio de alquiler de casilleros contara con personal de atención al clientes (vendedores) encargados de los casilleros y brindarles un servicio personalizados a los futuros clientes.

1.7. Planes de Contingencia

1.7.1. Si alguna de las estrategias no le funciona cuál sería las correctivas, ¿Cómo considera las recomendaciones y los errores más frecuentes?

En el caso de que la estrategia promocional que incluye el servicio de volanteo no tuviera una buena acogida, se contrataría una agencia de publicidad, para así aumentar el número de clientes.

CAPITULO 2

Estudio Técnico

2.1. Análisis del Producto o Servicio

“LOCKERS STARS S.A” ofrecerá los servicios de renta de casilleros para los turistas de las playas de la provincia del guayas y puedan disfrutar del balnearios con tranquilidad sabiendo que sus pertenencias están bien cuidadas. Con esta idea se intenta poder ofrecer al público un servicio de bienestar a la hora disfrutar de los acontecimientos de actividades turísticas.

Se ofrecerán diferentes tipos de casilleros a lo que tamaño se refiere, dependiendo las necesidades de los futuros clientes.

2.1.1. Bases Científicas y tecnológicas

El Ecuador es uno de los principales países que consta con maravillosas playas en la cual incursiona el turismo y no cabe duda que existen turistas de diferentes lugares como: Colombia, Estados Unidos, Argentinos, Chilenos y entre otros extranjeros y nacionales.

Por ende El servicio va a enfocado a la tenencia de pertenencias brindando seguridad y calidad de servicio al cliente para ayudarles en lo que los usuarios deseen.

2.1.2. Etapas de investigación y desarrollo

Al iniciar el proyecto se llevó a cabo una investigación cuantitativa para poder implementar los casilleros en la playa del malecón de General Villamil, ya que con los resultados de las encuestas se pudo obtener una respuesta positiva en la cual impulsa a seguir adelante con el proyecto.

El proyecto se dividió en las siguientes etapas:

Descripción del Negocio

Análisis del Mercado

Desarrollo de las encuestas y Resultado de las encuestas

Plan de Mercadeo

Estudio Técnico

Análisis Financiero

2.1.3. Productos y Servicios

Nuestros productos tendrán una materia prima requerida a la zona playera y para comodidad del cliente y de sus pertenencias.

2.1.4. Marketing y Ventas

Se promocionara el servicio a través de volantes, con megáfonos, revistas entre otros medios.

2.1.5. Servicios a brindar

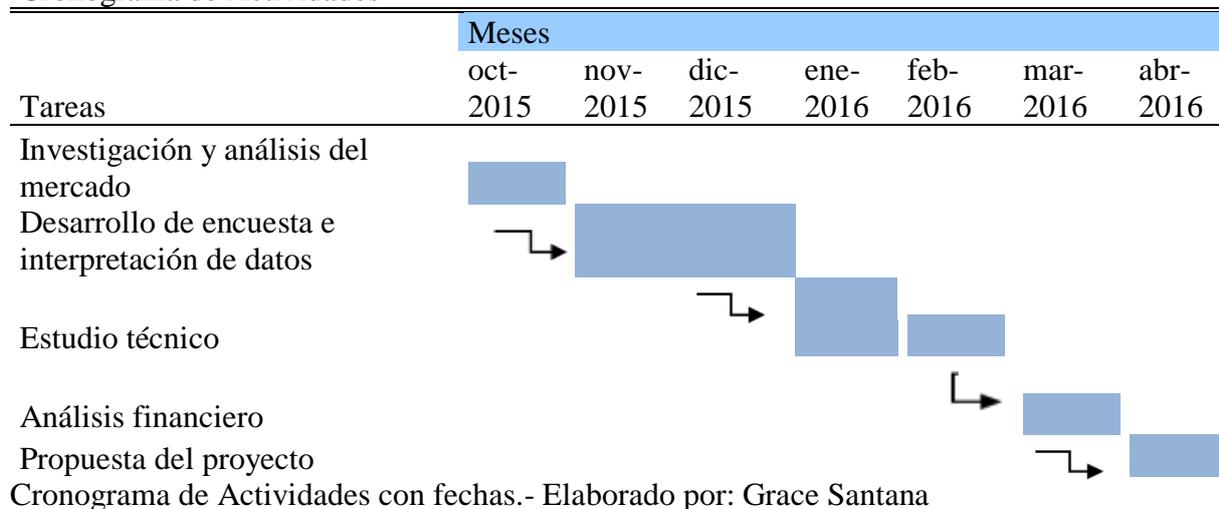
Se brindara un servicio de calidad, se realizara encuestas para ir mejorando la calidad del servicio, tomaremos en cuenta las peticiones y recomendaciones de nuestros futuros clientes para mejorar la calidad.

Lockers.- Es el conjunto de casilleros.

Casilleros.- lugar o espacio para guardar objetos.

2.1.6. Cronograma de desarrollo

Cronograma de Actividades



2.1.7. Recursos requeridos para el desarrollo

Para poder llevar a cabo el servicio de casilleros se necesita de los siguientes recursos:

Recursos Humano

Recursos Materiales

Recursos Económicos

2.1.8. Especificación del servicio

Lo que se implementara será los casilleros que estarán ubicados en la playa del malecón General Villamil de la Provincia del Guayas.

El servicio a ofertar será por hora o día como el usuario lo desee según sus necesidades y por inauguración se tendrá obsequios tales como camisetas y bolsos que se pedirán financiamiento a sponsors.

Se puede observar que al fomentar este proyecto es de gran ayuda para que los visitantes puedan tener el privilegio de poder disfrutar con tranquilidad del sol, arena y mar

sin la necesidad de estarse preocupando por sus pertenencias porque estarán en un lugar seguro.

2.1.9. Proceso Tecnológico

Pasos para la implementación de los casilleros en la playa del malecón:

La adquisición de los casilleros se realizara en la provincia del Guayas y los proveedores realizaran la entrega de los mismos en Playas Villamil sin recargo alguno.

Se colocaran los casilleros cada 10 metros para que los visitantes del contorno de la playa del malecón puedan hacer uso de los casilleros.

Se repartirán volantes a través de modelos.

2.1.10. Diagrama básico de servicio

- 1.- Llega el cliente
- 2.- Saludarle amablemente
- 3.- Preguntar tiempo estimado de alquiler por hora o día
- 4.- Recepción de pertenencias
- 5.- Realizar bitácora
- 6.- Darle a conocer los costos y/o promociones del día y por horas.
- 7.- Entrega de pertenencias al cliente luego del tiempo alquilado haya transcurrido.
- 8.- Cliente se retira.

2.1.11. Materias primas básicas

La materia prima indispensable para el alquiler de casilleros es el número oportuno de estos para temporadas con gran afluencia de turistas y poder cubrir las necesidades de todos,

además se los acentuará cada diez metros en el contorno de la playa del malecón ya que es donde se centran la mayor cantidad de turista por la infraestructura del malecón.

Otros servicios básicos es la necesidad de tener personas que realicen el servicio adecuado para llamar la atención y captar la mayor cantidad de clientes, como también se tendrán personas entregando volantes y flyer en toda la playa.

2.1.12. Condiciones de operación

Al momento de utilizar los servicios se le indicara al usuario que el alquiler será por hora o todo el día que el indique la forma que desee adquirir el servicio, por lo así se mantiene informado a los clientes. Y lo más importante se llevara un control (bitácora) del momento que se alquile el casillero hasta q el cliente lo retire se le hará firmar un registro de entrada y solo podrán ser entregados con el número de casillero y hoja de alquiler, detallada a continuación:

Tabla n 5.- Modelo de Control de Alquiler de casilleros
LOCKERS STARS

CONTROL DE REGISTRO DE ALQUILER

PERSONA ENCARGADA:

DIA:

CASILLERO NUMERO:

CEDULA IDENTIDAD	NOMBRE COMPLETO	TELEFONO 1	TELEFONO 2	HORA DE ENTRADA	HORA DE ENTREGA	FIRMA RECIBIDO

<p>RECIBO DE ENTREGA</p> <p>Yo _____ entrego a el Sr.(a) encargada de los casilleros mis pertenencias a las _____ horas, mis prendas fueron guardadas en el casillero numero _____.</p> <p style="text-align: center;">Firma encargado de casilleros</p>

2.1.13. Maquinarias y equipos requeridos

2.1.13.1. Casilleros de plásticos polipropileno - Dimensiones de 35x50x40 cm

Con relación a las características de nuestro servicio ofertaremos un solo tipo de casilleros en lo que a tamaño se refiere. Los casilleros serán hechos con material plástico reciclable 100% ABS, y su tamaño servirá para guardar bolsos y objetos desde pequeño a medianos que es lo que nos indicaron los encuestados según el estándar que ellos usan. Se adquirirán 10 lockers los cuales tendrán un costo de \$ 650, los cuales incluye sus llaves y cerradura por cada lockers.

2.2. Aspecto físico del negocio

2.2.1. Aspectos Geográficos

El cantón Playas se encuentra ubicado al suroeste de la provincia del Guayas, su cabecera cantonal es la ciudad General Villamil más conocida como Playas Villamil, a 97 km de la ciudad de Guayaquil limitada al norte y al este con Guayaquil al sur con Santa Elena y al oeste el Océano Pacífico.

Playas Villamil posee 17 Km. del Perfil Costanero Ecuatoriano de hermosas playas que han sido por mucho tiempo el destino turístico de muchas personas cautivadas por la belleza natural y las cálidas aguas que bañan sus costas.

Su territorio tiene una extensión de 280 km², se encuentra determinado por las siguientes coordenadas:

Latitud: 2° 38' 0" S; Longitud: 80° 23' 0"

Clima: 22° C a 32°

2.2.2. Facilidades de servicios básicos (agua, energía, teléfono, alcantarillado)

Con la ubicación geográfica donde se implementara el proyecto el agua es un insumo que se proveerá directamente hay, donde se situara las bodegas para guardar los casilleros se tendrá una oficina y el agua potable o no sería ningún inconveniente por lo que solo se necesita para la área administrativa. los costos de estos servicios tendrán un promedio de gastos anuales de: agua \$ 120,00; luz \$ 360,00; teléfono \$ 300,00; alquiler de local \$ 3000,00; internet \$ 240,00; alquiler camión \$ 6720,00.

Con respecto a la energía eléctrica todo el sector de General Villamil cuenta con un servicio óptimo para ofrecer a la comunidad y esto nos facilitara a que la empresa cuente con la energía eléctrica en perfecta condición y una línea telefónica que será proporcionado por la empresa que brinda sus servicios en la comunidad.

2.2.3. Posición relativa a proveedores y clientes

Una vez adquirido los equipos para el funcionamiento del negocio, no se tendrá muchas visitas de los proveedores, caso contrario sería para ofrecer algunas cosas para publicidad. Y en el caso de los clientes la posición del negocio sería muy factible ya que se ubicará en la playa del malecón de General Villamil.

2.2.4. Facilidades de transporte

Para las personas que vienen de otros lugares se dirigen desde el Terminal Terrestre de Guayaquil y se coge un transporte que se dirija al malecón de General Villamil para poder disfrutar de las playas y para la empresa se alquilara un camión para la transportación de los lockers cuyo valor anual haciende a \$ 6720,00.

2.2.5. Legislación local (Regularidades)

Para el funcionamiento del negocio se requiere los permisos de la Ilustre Municipalidad de Playas Villamil, del Ministerio del Ambiente y del Ministerio de Turismo.

2.2.6. Situación laboral de la localidad

En General Villamil casi no existe un servicio como el de Lockers Stars, ya que la población se encarga a la pesca, agricultura, este será un proyecto novedoso que se avizora competidores en poco tiempo.

2.2.7. Áreas Requeridas

Departamento administrativo

Administrador

Secretaria

Contador

Vendedores

2.2.8. Tipos de construcciones

El servicio de casilleros será implementado en la playa del malecón puesto que no requiere de una construcción, se alquilara un local donde se adecuara una oficina, los casilleros se trasladarán todos los días desde las bodegas hasta la playa del malecón y viceversa.

2.2.9. Servicios especiales (aire, gas, grúas, aceites, agua, refrigeración, vapor, Ventilación, iluminación, Vías de acceso, Puertas, Servicio Higiénico)

El servicio de alquiler será al aire libre ya que es una zona para poder visualizar el medio ambiente, los servicios se dará durante el día no se necesitara de tanta iluminación simplemente la necesaria para los departamentos que se encontraran en las bodegas.

Las vías de acceso a la playa del malecón es decir a General Villamil Playas están en constante mantenimiento para que haya mayor afluencia de turismo.

2.3. Equipos y maquinarias

2.3.1. Especificación del proceso

Se adquirirá equipos de computación y comunicación para los departamentos administrativos para las necesidades y prioridades que se presenten.

También se requerirá de muebles de oficina para poder realizar las gestiones administrativas y se requerirá de un vehículo el cual estará enfocado al traslado diario de los casilleros.

2.3.2. Tipos de equipos y maquinarias

Se les proveerá de un computador de escritorio e impresora al Administrador del negocio, secretaria y al Contador.

TABLA N° 6: Equipos de computación y comunicación

DESCRIPCION	CANTIDAD
Computadores de escritorio	3
Impresoras	1
Teléfono convencional	2

Nota .- descripción de equipos de computación y cantidad a adquirir
Elaborado por: Grace Santana

2.3.2.1. Características de los Equipos de Computación

COMPUTADORA DE ESCRITORIO

- Procesador Core i3 3.0Ghz

- Memoria Ram 4 Gb
- Disco Duro 500Gb
- Monitor de 18.5" QBEX LED
- Windows 7

IMPRESORA

- Impresora Canon Color B/N
- Copiadora
- Scanner

TELÉFONO FAX

- Identificador de llamadas
- Altavoz
- Teléfono
- Fax

2.3.2.2. Necesidades de muebles de oficina

Se adecuará en una sección de bodega y las oficinas de cada empleado de la compañía dependiendo de su función, a continuación detallamos:

La oficina del Administrador deberá tener su respectivo sillón ejecutivo con su escritorio, una papelería metálica, un archivador vertical y dos sillas para visitantes.

2.3.2.3. Necesidades de movilización

Unos de los aspectos importantes para poder transportar al personal que estará atendiendo cada sector donde van a estar ubicados los casilleros.

Es por eso que se ha decidido realizar el alquiler de un camión que se encargue de transportar los casilleros de tal manera que permita optimizar el tiempo y recursos.

2.3.3. Personal necesario

Los puestos a ofertarse serán de aproximadamente 8, como muestra en la tabla numero 7 se muestra un detalle de todas las vacantes que requieren con sus respectivos requisitos y horarios de trabajo.

TABLA N° 7.- Puestos vacantes

PUESTO	VACANTES
Administrador	1
Secretaria General	1
Contador	1
Vendedores	5

Elaborado por: Raúl Zamora

2.3.4. Necesidades de infraestructura

Se instalaran los casilleros al contorno de la playa en el malecón, el espacio suficiente para colocar los 10 lockers.

2.3.5. Forma de adquisición de equipos

Las adquisiciones de los equipos y maquinarias se realizaran mediante compras a crédito y contado, diferidos a 3 años plazo la adquisición de los casilleros.

2.4. Distribución de planta

2.4.1. Procesos Administrativos

Factores Externos Favorables:

Programas del gobierno para ayudar a financiar este tipo de proyectos.

Gran auge de turistas nacionales e internacionales en este balneario.

Las personas siempre buscan su comodidad y donde dejar en buen resguardo sus pertenencias.

Factores Externos Desfavorables:

Por la crisis económica, los costos no deberán ser elevados.

Las personas del recinto viven en su mundo enclaustrados.

Factores internos Favorables:

Ideas y percepciones claras acerca de cómo las personas les gusta resguardar sus pertenencias.

Experiencia en promoción para temporada y estrategias de ventas.

Factores Internos Desfavorables:

No poder invertir en todos los lockers en el primer año.

Falta de capital para hacer una mejor inversión inicial.

2.4.1.1. Objetivos a Corto Plazo

Hacer que los casilleros tengan una buena acogida mediante vallas publicitarias.

Participar en una feria de emprendedores en Guayaquil para darnos a conocer y buscar una mejor alianza estratégica.

2.4.1.2. Objetivos a Largo Plazo

Lanzar en cada temporada una nueva promoción para los turistas.

Ampliar el mercado potencial en el segundo año a playas aledañas al sector.

Ampliar el mercado potencial en el tercer año a distintas provincias del Ecuador.

2.4.1.3. Proceso Estratégico

Las estrategias que se vayan a implementar deben ser claves para Las estrategias que adopte una empresa son claves para determinar el éxito que va a tener. Además para establecer cuál será su participación en el mercado y la imagen que mostrará frente a sus clientes y competidores.

2.4.1.4. Planificación y Estructura Organizacional

Lockers Stars poseerá una distribución organizacional definida y realizada en base a las necesidades y aspectos fundamentales de la empresa para su correcto desarrollo y desempeño.

La delegación de funciones se hará en base a los conocimientos, experiencias y aptitudes que tengan los empleados para poder desempeñarlas; por lo que deben tener un perfecto conocimiento de sus actividades y obligaciones. Además de que la empresa les brindará la oportunidad de superarse y escalar puestos de trabajo a través de capacitaciones constantes y la integración en mecanismo como el círculo de calidad que les da la oportunidad de promover y comunicar sus ideas e integrarse de mejor manera a sus responsabilidades.

2.4.1.5. Control de Actividades

En la empresa se realizará un estricto control de las actividades con el fin de que estos se dirijan de forma eficaz, clara y específica, para ello se contará con la utilización de canales de distribución que serán sistemas que se encargarán de guiar a los empleados con respecto a las actividades que les correspondan y sus dimensiones, lo que logrará que los resultados sean efectivos y confiables.

2.4.1.6. Organigrama

Este proyecto busca crear una empresa y conformarla por un equipo multidisciplinario de profesionales que velarán por el cumplimiento de los compromisos adquiridos tanto internos como externos en una organización funcional.

Al ser una empresa pequeña, debe de ser de responsabilidad limitada, donde se considera que no se requiere de un excesivo personal como se describe en el organigrama divisional que a continuación se mostrará:

2.4.2. Departamentos, áreas o zonas básicas

2.4.2.1. Definición y Descripción De Puestos

Los puestos de trabajo para el primer año serán solo tres: gerente general, secretaria y profesional en mercadeo.

Cargo: Administrador

Departamento: Administración

Descripción del puesto: Liderar el desarrollo de la empresa. El objetivo principal es hacer que la empresa sea rentable.

Descripción específica del puesto:

Mantener informada a la junta directiva del funcionamiento de la empresa.

Representante legal de la compañía.

Atender los clientes importantes de la compañía.

Buscar alianzas estratégicas con proveedores.

Pagar la nómina después de que el contador la revisó.

Pagarle a los proveedores, hacer análisis financieros y estadísticos de los comportamientos de los clientes.

Especificaciones del puesto: Líder, estratega y negociador.

Esta persona debe ser un buen líder para poder llevar la idea de negocio.

También debe ser estratega ya que esto es necesario para buscar oportunidades donde la empresa pueda mejorar y abrir el mercado. Finalmente esta persona debe ser un negociador para que pueda hablar con los proveedores y negociar los insumos a menores costos.

Realizar actividades de integración y motivación con el equipo de trabajo.

Seleccionar el talento humano dentro de la empresa.

Cargo: Vendedores

Departamento: Mercadeo – Ventas

Descripción del puesto: Organizar y evaluar el proceso completo de prestación del servicio, a partir del momento de la recepción de la información por parte del cliente hasta la realización del evento.

Responsabilidades del puesto: Tiene la responsabilidad de promocionar el servicios que ofrece la empresa y ajustarse a los requerimientos del cliente.

Descripción específica del puesto: A continuación se muestra un detalle de estas actividades:

Supervisar cotizaciones.

Organizar y programar los requerimientos y necesidades del cliente.

Dar soluciones a inconvenientes que se presenten con los clientes.

Ofrecer y promocionar el portafolio de servicios.

Prestar el servicio post - venta y su respectiva evaluación.

Diseño e implementación permanente de estrategias de promoción y comercialización del servicio.

Participar activamente en la realización de planes de acción, de mercadeo y de mejoramiento continuo.

Cargo: Secretaria Ejecutiva

Departamento: Administración

Descripción del puesto: Encargada de recibir y transmitir la información de los servicios que requiere el personal de la empresa; así mismo brindar apoyo durante el desarrollo del esquema completo de la prestación del servicio:

Asistir al Gerente General en todos los trámites documentales a que hubiere lugar en el desarrollo de los programas y proyectos de la organización.

Llevar debidamente actualizado el formulario de contactos de clientes.

Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada.

Atención de llamadas telefónicas, envío de faxes, correos electrónicos.

Participar en la elaboración y ejecución de planes de acción.

Citar por orden del Gerente General a reuniones de la junta directiva ordinaria o extraordinaria.

2.4.2.1.1. Contratación y Reclutamiento

La empresa contratará personas que puedan hacer carrera en la misma, se buscarán personas equilibradas en teoría y práctica.

El proceso de contratación será de la siguiente forma:

1. Establecer la política respecto de la responsabilidad del reclutamiento y selección.
2. Analizar el puesto y determinar los criterios de selección.
3. Encontrar y atraer un grupo de solicitantes.
4. Elaborar y aplicar procedimientos de selección para evaluar a los solicitantes.

2.5. Sistema de control

2.5.1. Propiedades básicas del servicio

Cuando los clientes requieran del servicio de casilleros se realizara un registro en una bitácora y se les restringirán sus cédulas para llevar un control de los casilleros alquilados se entregara un recibo donde indique el numero de casillero y en caso de pérdida se tendrá que identificar con alguna otra documentación o revisando el físico cedula vs persona.

2.5.2. Proceso critico de calidad

El proceso crítico de calidad se lo puede establecer mediante una matriz con parámetros de mayor importancia, que se observará a continuación:

Tabla N° 8.- Matriz de Procesos Críticos

PROCESOS	TIEMPO DE RESPUESTA			NIVEL DE IMPORTANCIA			RELACIÓN CON EL CLIENTE		Total
	Inmediata (5)	Media (3)	Espera (1)	Muy (5)	Media (3)	Poco (1)	Directa (3)	Indirecta (1)	
Administración de estructura organizacional		1		1			1		3
Reclutamiento, selección y contratación de personal		1		1			1		3
Gestión de nómina		1			1		1		3
Evaluación continua de personal		1		1			1		3
Desarrollo de personal		1		1				1	3
Servicios al personal			1		1		1		3
Gestión de clima laboral y comunicación			1		1			1	3
Desvinculación									

Elaborado por: Grace Santana y Raúl Zamora

2.5.3. Equipos de control de calidad

El control de calidad de los equipos estará encargado el personal de Ventas y Administrativo, se llevará un registro de todas las observaciones.

2.5.4. Procesos críticos de costos

Uno de los procesos críticos de costos sería que el proveedor de publicidad no nos haga llegar el producto a tiempo, y eso nos incurriría demora al momento de entregar volantes con las modelos contratadas.

2.5.5. Puntos de inspección en costos

Los costos y gastos que se realicen, estarán a cargo del Contador, lo cual deberá entregarle diariamente un reporte al gerente administrativo.

2.6. Riesgos

2.6.1. Tramites y permisos antes los organismos de gobierno

2.6.1.1. Para el funcionamiento del negocio se requiere los siguientes permisos de diferentes organismos del Gobierno:

Permiso Benemérito Cuerpo De Bomberos

Servicio de Rentas Internas (SRI)

Ilustre Municipalidad de Guayaquil

Ministerio de Turismo

2.6.1.2. Trámites para el funcionamiento

Patente

Certificado De Bomberos Uso De Suelo (No Negativa)

Ruc (Última Actualización)

Tasa De Trámite Y Formulario De Tasa De Habilitación

Copia De Cedula Y Certificado De Votación

Contrato De Arriendo O Concesión

Con Copias De Cedula (Si El Lugar No Es Propio)

Tasa Del Ministerio De Turismo

Certificado De Medio Ambiente

Ministerio De Salud Pública

2.6.1.2.1. Requisitos Para El Ruc

Persona Natural Cédula y certificado de votación (original)

Patente Municipal

Planilla de algún servicio básico

Pago de servicio de Tv, celular o estado de cuenta.

Contrato de arrendamiento

2.6.1.2.2. Permiso Benemérito Cuerpo De Bomberos

Copia de cedula Copia del RUC

Uso de Suelo

Impuesto predial Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor,

La capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.

2.6.1.2.3. Registro De Patentes

Registro De Patente: Personas Naturales

Requisitos generales: Formulario

“Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales”

Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.

Original y copia legible del R.U.C. actualizado.

Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos).⁸

2.6.1.2.4. Tasa De Habilitación Y Control

Patente Certificado De Bomberos Uso De Suelo (No Negativa)

Ruc (Última Actualización)

Tasa De Trámite Y Formulario De Tasa De Habilitación

Copia De Cedula Y Certificado De Votación

Tasa Del Ministerio De Turismo

2.6.1.2.5. Uso De Suelo

Lo puede obtener de dos maneras:

A través de la ventanilla municipal #5 adjuntando los siguientes requisitos: Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2)

⁸ <http://www.guayaquil.gob.ec/>, *Permiso de Patentes, uso de suelo*

Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)

Impuesto Predial. Lista de precio de los servicios ofertados.

2.7. Análisis Social

2.7.1. Efectos (+) y (-) de la empresa para el conglomerado social, empleo, impuestos

Tabla N° 9: Efectos Positivos y Negativos

EFFECTOS POSITIVOS	EFFECTOS NEGATIVOS
Gracias al proyecto que se realizará en Playas Villamil se incrementará la visita de turistas.	Restara uso de carpas y parasoles.
Ofrece fuentes de empleo a los habitantes de General Villamil.	La empresa deberá invertir en publicidad y modelos para la distribución de volantes en toda la zona.
Diversión e incentivar las actividades familiares sin necesidad de cuidar sus pertenencias.	El incremento de impuestos afectará a los precios de los equipos.

Elaborado por: Grace Santana

2.7.2. Posibilidades de rechazo y apoyo de la comunidad

La comunidad al principio podrían estar temerosas, debido a que el servicio de alquiler de casilleros es nuevo en el entorno y se puedan sentir que les resten clientes, sin embargo el servicio de alquiler realizará publicidad a nivel nacional para que incremente el turismo en esta zona.

2.7.3. Servicios adicionales que la empresa trae a la comunidad

Se generará empleo para los habitantes del cantón Playas Villamil, y el incentivo de que las familias realicen actividades juntas sin necesidad de preocuparse por el cuidado de sus pertenencias.

2.7.4. Servicios adicionales que la empresa demanda de la comunidad

La empresa requerirá que los habitantes tengan conocimientos básicos del inglés, ya que el turismo en Ecuador se está incrementando.

CAPITULO 3

Estudio Económico

3.1. Variables macroeconómicas y microeconómicas

En este capítulo se analiza los efectos y cambios potenciales, en las variables básicas del emprendimiento, también tiene como objetivo determinar los principales indicadores de factibilidad.

En este capítulo se verifica que el proyecto tenga una factibilidad financiera, se analiza el impacto que tienen los ingresos y egresos, y se estima la utilidad que permite que la empresa sea viable.

El capital inicial se ha calculado en \$ 18489,40 los cuales serán obtenidos de la siguiente forma:

Tabla N° 10.- Aporte de Socios

	Aportes	Porcentaje de Accionistas
Socio Emprendedor 1	\$ 5.000,00	50%
Socio Emprendedor 2	\$ 5.000,00	50%
Total	\$ 10.000,00	100%
Se hizo un préstamo al Banco Pichincha de:		
Préstamo al Banco	\$ 8.489,40	
Total de Inversión	\$ 18.489,40	

Nota.-Los aportes de socios ascienden a \$5000,00 por cada uno y se obtiene un préstamo bancario de \$ 8489,40. Elaborado por: Grace Santana

Las proyecciones han sido realizadas a un plazo de 5 años.

3.1.1. Inversiones

En el cuadro se detallan las inversiones de activos fijos que LOCKERS STARS S.A. pagara al contado.

3.1.1. Presupuesto inversión Activos Fijos

ALQUILER DE CASILLEROS
LOCKERS STARS

Tabla N° 11.- Equipos De Cómputo

No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora de escritorio	3	\$ 340,00	\$ 1.020,00
2	Impresora Epson l220	2	\$ 150,00	\$ 300,00
3	Cámara de vigilancia	2	\$ 120,00	\$ 240,00
4	Reguladores de energía	3	\$ 21,00	\$ 63,00
	TOTAL			\$ 1.623,00

Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla N° 12.- Equipos De Oficina

No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Teléfonos convenciones	2	\$ 50,00	\$ 100,00
2	Aire acondicionado 12.000btu	1	\$ 540,00	\$ 740,00
	TOTAL			\$ 840,00

Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla n° 13.- Instalaciones

No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Línea telefónica	1	\$ 100,00	\$ 100,00
2	Cartel luminoso	1	\$ 125,00	\$ 125,00
3	Divisiones y adecuaciones	1	\$ 33,00	\$ 33,00
	TOTAL			\$ 258,00

Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla N° 14.- Muebles Y Enseres

No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorios ejecutivos	4	\$ 100,00	\$ 400,00
2	Sillas giratoria	2	\$ 33,00	\$ 66,00
4	Sillas de ejecutivos	5	\$ 22,00	\$ 110,00
5	Archivadores verticales	2	\$ 38,00	\$ 76,00
	TOTAL			\$ 652,00

Nota.- Se detalla los gastos de inversión tanto como de instalación, muebles y enseres, equipos de computo, equipos de oficina.

Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla N° 15.- Maquinaria Y Equipos

No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Casilleros	10	\$ 650,00	\$ 6.500,00
	TOTAL			\$ 6.500,00

Nota.- Maquinarias y equipos detallan la inversión de los casilleros adquiridos. Elaborado por: Raúl Zamora

TOTAL DE ACTIVOS**\$ 9.873,00**

Los activos intangibles corresponden al Software y programas de instalación.

Tabla N° 16.- Activos Intangibles

No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Software	1	\$ 865,00	\$ 865,00
2	Programa extras	2	\$ 180,00	\$ 360,00
	TOTAL			\$ 1.225,00

Nota.- Este cuadro detalla la inversión de los activos intangibles los cuales serán de \$ 1225,00. Elaborado por: Raúl Zamora

\$ 11.098,00**TOTAL DE ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES****3.1.1.1. Gastos Preoperacionales**

Para los gastos preoperaciones, existen valores que necesitamos cancelar para poder aperturar el negocio, realizar el respectivo tramite de para el funcionamiento del alquiler de casilleros, también figura el gasto de constitución de la escritura y nombramientos de representante legal y notariados, honorarios de Abogado y permisos tales como; Bomberos, Municipal, SRI, instalaciones de líneas telefónicas y publicitarios.

Tabla N° 17.- Gastos Preoperacionales

No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Patente (uso de suelo)	1	\$ 85,00	\$ 85,00
2	Permisos del municipio (funcionamiento)	1	\$ 134,00	\$ 134,00
3	Permiso del bmc bomberos	1	\$ 40,00	\$ 40,00
4	Arriendo anticipados por dos meses	2	\$ 250,00	\$ 500,00
5	Depósito de garantía para local	1	\$ 250,00	\$ 250,00
6	Escritura de constitución	1	\$ 50,00	\$ 50,00
7	Honorarios del abogado	1	\$ 200,00	\$ 200,00
8	Registro notariado y nombramiento de Rep. Legal	1	\$ 65,00	\$ 65,00
	TOTAL			\$ 1.324,00

Nota.- Los gastos preoperacionales ascienden a \$ 1324,00. Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla n° 18.- De Amortización

		Capital	\$ 8.489,40	
		Tasa de interés mensual	1,91%	22,95%
		Plazo en años	3	
		Forma de Pago	MENSUAL	
		Total Periodos	36	
		Periodos de Gracia	0	
		Periodos Normales	36	
		Valor Dividendo	\$328,40	
No. De Dividendos	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				\$ 8.489,40
1	\$ 162,36	\$ 166,04	\$ 328,40	\$ 8.323,36
2	\$ 159,18	\$ 169,22	\$ 328,40	\$ 8.154,14
3	\$ 155,95	\$ 172,45	\$ 328,40	\$ 7.981,69
4	\$ 152,65	\$ 175,75	\$ 328,40	\$ 7.805,94
5	\$ 149,29	\$ 179,11	\$ 328,40	\$ 7.626,82
6	\$ 145,86	\$ 182,54	\$ 328,40	\$ 7.444,29
7	\$ 142,37	\$ 186,03	\$ 328,40	\$ 7.258,26
8	\$ 138,81	\$ 189,59	\$ 328,40	\$ 7.068,67
9	\$ 135,19	\$ 193,21	\$ 328,40	\$ 6.875,46
10	\$ 131,49	\$ 196,91	\$ 328,40	\$ 6.678,55
11	\$ 127,73	\$ 200,67	\$ 328,40	\$ 6.477,88
12	\$ 123,89	\$ 204,51	\$ 328,40	\$ 6.273,36
13	\$ 119,98	\$ 208,42	\$ 328,40	\$ 6.064,94
14	\$ 115,99	\$ 212,41	\$ 328,40	\$ 5.852,53
15	\$ 111,93	\$ 216,47	\$ 328,40	\$ 5.636,06
16	\$ 107,79	\$ 220,61	\$ 328,40	\$ 5.415,45
17	\$ 103,57	\$ 224,83	\$ 328,40	\$ 5.190,62
18	\$ 99,27	\$ 229,13	\$ 328,40	\$ 4.961,49
19	\$ 94,89	\$ 233,51	\$ 328,40	\$ 4.727,98
20	\$ 90,42	\$ 237,98	\$ 328,40	\$ 4.490,00
21	\$ 85,87	\$ 242,53	\$ 328,40	\$ 4.247,47
22	\$ 81,23	\$ 247,17	\$ 328,40	\$ 4.000,30
23	\$ 76,51	\$ 251,90	\$ 328,40	\$ 3.748,40
24	\$ 71,69	\$ 256,71	\$ 328,40	\$ 3.491,69
25	\$ 66,78	\$ 261,62	\$ 328,40	\$ 3.230,07
26	\$ 61,78	\$ 266,63	\$ 328,40	\$ 2.963,44
27	\$ 56,68	\$ 271,73	\$ 328,40	\$ 2.691,72
28	\$ 51,48	\$ 276,92	\$ 328,40	\$ 2.414,79
29	\$ 46,18	\$ 282,22	\$ 328,40	\$ 2.132,58
30	\$ 40,79	\$ 287,62	\$ 328,40	\$ 1.844,96
31	\$ 35,28	\$ 293,12	\$ 328,40	\$ 1.551,84
32	\$ 29,68	\$ 298,72	\$ 328,40	\$ 1.253,12
33	\$ 23,97	\$ 304,44	\$ 328,40	\$ 948,69
34	\$ 18,14	\$ 310,26	\$ 328,40	\$ 638,43
35	\$ 12,21	\$ 316,19	\$ 328,40	\$ 322,24
36	\$ 6,16	\$ 322,24	\$ 328,40	\$ 0,00
Totales	\$ 3.333,04	\$ 8.489,40	\$ 11.822,44	

3.1.1.2. Depreciación de Equipos

El cálculo para la depreciación y amortización de los activos se utilizara para distribuir los costos de los bienes adquiridos durante su vida útil estimada.

El método de depreciación que utilizara la empresa de Alquiler de Servicios de Casilleros LOCKERS STARS será el de línea recta, y se divide en una depreciación de equipos y software a 3 años y en una depreciación de muebles y enseres a diez años.

Tabla N° 19.- Depreciación

DEPRECIACION					
ACTIVOS	TIEMPO ESTIMADO	COSTO	% DEPREC.	DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL
Muebles y enseres	10	\$ 652,00	10,0%	\$ 65,20	\$ 5,43
Equipos de computación	3	\$ 1.623,00	33,33%	\$ 540,95	\$ 45,08
Instalación	5	\$ 258,00	20,0%	\$ 51,60	\$ 4,30
Equipos de oficina	5	\$ 840,00	20,0%	\$ 168,00	\$ 14,00
Maquinarias y equipos	10	\$ 6.500,00	10,0%	\$ 650,00	\$ 54,17
TOTALES		\$ 3.373,00		\$ 825,75	\$ 68,81

Nota.- La depreciación tienen tiempos mínimos de 3 años y un máximo de 10 años con respecto al uso de los activos.

Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla N° 20.-Amortizacion de Intangibles

ACTIVOS	TIEMPO ESTIMADO	COSTO	% DEPREC.	DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL
Software	3	\$ 1.225,00	33,3%	\$ 408,29	\$ 34,02
Gastos Preoperacionales (constitución)	10	\$ 1.324,00	10,00%	\$ 132,40	\$ 11,03
TOTALES		\$ 2.549,00		\$ 540,69	\$ 45,06

Nota.- La amortización es en relación a los gastos de constitución de la empresa. Elaborado por: Raúl Zamora

3.1.1.3. Presupuesto de gastos de operación

El presupuesto de la operación que se está ejecutando es el normal sin proyectos que la empresa pueda desarrollar en el transcurso del 2015.

Tabla N° 21.- Gastos operativos

GASTOS OPERATIVOS	COSTO MENSUAL	2016	2017	2018	2019	2020
Agua	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 123,60	\$ 127,31	\$ 131,13	\$ 135,06
Luz	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 381,92	\$ 393,38	\$ 405,18
Teléfono fijo	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,82	\$ 337,65
Arriendo local	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.090,00	\$ 3.182,70	\$ 3.278,18	\$ 3.376,53
Arriendo de camión	\$ 560,00	\$ 6.720,00	\$ 6.921,60	\$ 7.129,25	\$ 7.343,13	\$ 7.563,42
Internet	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 247,20	\$ 254,62	\$ 262,25	\$ 270,12
Dominio y Hosting	\$ 59,00	\$ 708,00	\$ 729,24	\$ 751,12	\$ 773,65	\$ 796,86

Seguro en general	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.273,08	\$ 1.311,27	\$ 1.350,61
Publicidad	\$ 1.060,00	\$ 4.470,00	\$ 4.604,10	\$ 4.742,22	\$ 4.884,49	\$ 5.031,02
Suministros y útiles de oficina	\$ 47,85	\$ 574,20	\$ 591,43	\$ 609,17	\$ 627,44	\$ 646,27
Permisos de funcionamiento municipal	\$ 0,00	\$ 134,00	\$ 138,02	\$ 142,16	\$ 146,43	\$ 150,82
Cuerpo de bombero	\$ 0,00	\$ 40,00	\$ 41,20	\$ 42,44	\$ 43,71	\$ 45,02
Comisión de vendedores	\$ 0,00	\$ 960,00	\$ 988,80	\$ 1.018,46	\$ 1.049,02	\$ 1.080,49
Prestaciones de aportes	\$ 0,00	\$ 7.823,18	\$ 8.057,88	\$ 8.299,61	\$ 8.548,60	\$ 8.805,06
Sueldo a personal	\$ 0,00	\$ 29.160,00	\$ 30.034,80	\$ 30.935,84	\$ 31.863,92	\$ 32.819,84
Intereses bancarios	\$ 0,00	\$ 1.724,78	\$ 1.159,14	\$ 449,12	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 2.161,85	\$ 57.534,16	\$ 58.642,80	\$ 59.657,29	\$ 60.984,42	\$ 62.813,95
Incremento			3%	3%	3%	3%

Nota.- Los gastos operativos detallan todo lo que son los costos fijos que tienen un valor aproximado de \$ 2161,85.

Elaborado por: Raúl Zamora

3.1.1.4. Presupuesto de gastos personales

LOCKERS STARS contara con personal capacitado en sus diferentes áreas, se contrataran tres vendedores por temporadas y dos de planta, se manejara en el departamento administrativo un Administrador, una Secretaria y un Contador. Habrá un incremento de salario del 3% por año.

Tabla n° 22- Presupuesto de sueldo

LOCKERS STARS S.A.**Presupuesto de Sueldos**

Proyección:	dic. 2016							
Moneda:	US\$	0%	6,14%	350	12,15%	6,14%	9,45%	(28,82%+350)
Colaboradores	Sueldos	Comisiones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Aportes Personales	Subtotal
Administrador	6.000,00		500,00	350,00	729,00	500,00	567,00	7.512,00
Secretaria	4.380,00		365,00	350,00	532,17	365,00	413,91	5.578,26
Contador	4.380,00		365,00	350,00	532,17	365,00	413,91	5.578,26
Vendedor 1	2.880,00	480,00	280,00	350,00	349,92	280,00	272,16	4.347,76
Vendedor 2	2.880,00	480,00	280,00	350,00	349,92	280,00	272,16	4.347,76
Vendedor 3	2.880,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.880,00
Vendedor 4	2.880,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.880,00
Vendedor 5	2.880,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.880,00
Total Colaboradores	29.160,00	960,00	1.790,00	1.750,00	2.493,18	1.790,00	1.939,14	33.124,04
	8						Promedio	4.732,01
							Máximo	7.512,00
							Mínimo	2.880,00

Nota.- En el presupuesto de sueldo se tendrá a 3 personas en el departamento administrativo-contable y 5 vendedores.
Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla n° 23.- Prestaciones Sociales

Prestaciones sociales	
PRESTACIONES SOCIALES	ALICUOTAS
APORTE AL IESS	20,60%
SECAP	0,50%
IECE	0,50%
DECIMO TERCER	8,33%
DECIMO CUARTO	8,33%
FONDO DE RESERVA	8,33%
VACACIONES	4,16%
TOTAL	41,30%

Elaborado por: Grace Santana

3.1.2. Inversión de Capital de trabajo

Para tener un margen de seguridad en el funcionamiento del emprendimiento se considera oportuno calcular el capital de trabajo en relación a un trimestre de funcionamiento de la empresa.

De acuerdo a los recursos disponibles con los que el proyecto cuenta con \$ 6.067,40 que servirán para cubrir imprevistos en el primer trimestre.

Tabla n° 24.- Financiamiento del Proyecto

INVERSION TOTAL	\$ 18.489,40	INICIAL	Efectivo	\$ 10.000,00
Activos Fijos	\$ 12.422,00		Préstamo Bancario	\$ 8.489,40
Capital de Trabajo	\$ 6.067,40		Total Inversión	\$ 18.489,40

INVERSION TOTAL	\$ 18.489,00	100%	INICIAL
Financiamiento	\$ 8.489,40	47,16%	
Aporte Propio	\$ 10.000,00	52,84%	

Nota.- Se tiene un capital de trabajo \$ 6067,40 y un financiamiento de \$8489,40 y un aporte propio.

Tabla n° 25.- Inversión De Capital

No.	DESCRIPCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TRIMESTRE
1	Agua	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 40,00
2	Luz	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 120,00
3	Teléfono	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 100,00
4	Internet	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 140,00
5	Suministros De Oficina	\$ 47,85	\$ 47,85	\$ 47,85	\$ 47,85	\$ 191,40
6	Dominio, Hosting	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 236,00
7	Publicidad	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00	\$ 4.240,00
8	Arriendo Local	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 1.000,00
	TOTALES					\$ 6.067,40

Nota.- La inversión del capital se rigen según los gastos básicos de la empresa. Elaborado por: Raúl Zamora

CAPITAL DE TRABAJO = ACTIVOS - PASIVOS

CAPITAL DE TRABAJO = \$ 6.067,40

Tabla n° 26.- Detalle de Capital e Intereses

No.	Saldo. Cap.	Pago Cap.	Pago inter.	Cuota
0	\$ 8.489,40			
1	\$ 6.273,36	\$ 2.216,04	\$ 1.724,78	\$ 3.940,81
2	\$ 3.491,69	\$ 2.781,67	\$ 1.159,14	\$ 3.940,81
3	\$ 0,00	\$ 3.491,69	\$ 449,12	\$ 3.940,81

Nota.- Detalle de capital obteniendo un préstamo bancario de \$ 8489,40 con un plazo de tres años pagando cuotas anuales de \$ 3940,81. Elaborado por: Raúl Zamora

3.1.3. Costos

3.1.3.1. Análisis De Costos

Se realiza el análisis de costo para determinar los egresos que se van a tener en relación a costos básicos y costos variables.

Una relación entre el costo, volumen y la utilidad es el margen de contribución. El margen de contribución es el exceso de ingresos por ventas sobre los costos variables; dará una visión del potencial de utilidades que puede generar el servicio de los casilleros.

Los ingresos mensuales serán de \$ 5760 con %760 unidades repetidas de alquiler a un costo de \$ 1,00, se ha tomado en cuenta un incremento en cada año del tres por ciento relacionado al anterior, porcentaje que ha sido tomado de la pagina del INEC.

Tabla n° 27.- Ingresos Por Ventas Anuales

LOCKERS	VENTAS MENSUALES	2015	2016	2017	2018	2019
CASILLEROS MEDIANOS	\$ 5.760,00	\$ 69.120,00	\$ 71.193,60	\$ 73.329,41	\$ 75.529,29	\$ 77.795,17
INCREMENTO			3%	3%	3%	3%

Nota.- Las ventas anuales son de \$ 69120 y mensualmente son de \$ 5760. Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla n° 28.- Proyección De Unidades Alquiladas Anuales

LOCKERS	UNIDADES MENSUALES	2015	2016	2017	2018	2019
CASILLEROS MEDIANOS	5.760	69120	71885	74760	77751	80861
INCREMENTO			3%	3%	3%	3%

Nota.- Las proyecciones de unidades alquiladas de los casilleros será de 5760 veces alquiladas a un precio mínimo de \$ 1,00.

Elaborado por: Raúl Zamora

Tabla n° 29.- Gastos de Insumo

Gastos de Insumos

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
5	Mesas	40	200
10	Sillas	12	120
5	Parasoles	18	90
Total			410

Notas.-Los gastos de insumo serán los artículos que usaran las personas encargadas de los casilleros para tener una buena atención a los clientes. Elaborado por: Raúl Zamora

Las proyecciones de ventas son valores estimados de \$ 69120 al año con un costo de venta de \$ 6500 y teniendo una utilidad bruta de \$ 62620.

LOCKERS	UNIDADES MENSUALES	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS MENSUALES	5.760	\$ 69.120,00	\$ 71.193,60	\$ 73.329,41	\$ 75.529,29	\$ 77.795,17
COSTO DE VENTA		\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00
UTILIDAD		\$ 62.620,00	\$ 64.693,60	\$ 66.829,41	\$ 69.029,29	\$ 71.295,17

Nota: Los costos de ventas van envase a gastos relacionados con comisiones, las ventas tiene una proyección por 5760 veces utilizados los casilleros, la utilidad bruta refleja la diferencia de ambos. Elaborado por: Grace Santana

Tabla n° 31.- Análisis de Costos

DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
Costos variables					
Comisiones de vendedores estables	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00
Total de costos variables	\$ 6.500,00				
Costos fijos					
Gastos de agua	\$ 120,00	\$ 123,60	\$ 127,31	\$ 131,13	\$ 135,06
Gastos de luz	\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 381,92	\$ 393,38	\$ 405,18
Gastos de teléfono	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,82	\$ 337,65
Gastos arriendo local	\$ 3.000,00	\$ 3.090,00	\$ 3.182,70	\$ 3.278,18	\$ 3.376,53
Gastos de arriendo camión	\$ 6.720,00	\$ 6.921,60	\$ 7.129,25	\$ 7.343,13	\$ 7.563,42
Gastos de internet	\$ 240,00	\$ 247,20	\$ 254,62	\$ 262,25	\$ 270,12
Gastos de publicidad	\$ 4.470,00	\$ 4.604,10	\$ 4.742,22	\$ 4.884,49	\$ 5.031,02

Gastos suministros y útiles de oficina	\$ 574,20	\$ 591,43	\$ 609,17	\$ 627,44	\$ 646,27
Permisos de funcionamiento	\$ 134,00	\$ 138,02	\$ 142,16	\$ 146,43	\$ 150,82
Permiso de bombero	\$ 40,00	\$ 41,20	\$ 42,44	\$ 43,71	\$ 45,02
Costos de mano de obra sueldos	\$ 29.160,00	\$30.034,80	\$30.935,84	\$31.863,92	\$32.819,84
Costos de prestaciones del personal	\$ 5.884,04	\$ 6.060,56	\$ 6.242,38	\$ 6.429,65	\$ 6.622,54
Intereses bancarios	\$ 1.724,78	\$ 1.159,14	\$ 449,12	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación muebles y enseres	\$ 65,20	\$ 65,20	\$ 65,20	\$ 65,20	\$ 65,20
Depreciación de equipo de computo	\$ 540,95	\$ 540,95	\$ 540,95	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación de instalación	\$ 51,60	\$ 51,60	\$ 51,60	\$ 51,60	\$ 51,60
Depreciación de equipo de oficina	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00
Depreciación de maquinarias y equipos	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
Amortización de software	\$ 408,29	\$ 408,29	\$ 408,29	\$ 0,00	\$ 0,00
Amortización de gastos de constitución	\$ 132,40	\$ 132,40	\$ 132,40	\$ 132,40	\$ 132,40
Total de costos operativos	\$ 54.743,46	\$55.707,88	\$56.573,84	\$56.798,72	\$58.470,67
Costos totales	\$ 61.243,46	\$62.207,88	\$63.073,84	\$63.298,72	\$64.970,67
Incremento		3%	3%	3%	3%

Nota.- Los costos variables representan a las comisiones de los vendedores y los costos fijos representan los servicios básicos y gastos de permiso de funcionamiento y depreciaciones, con un incremento del 3%. Elaborado por: Grace Santana

3.1.4. Proyecciones Financieras

3.1.4.1. Flujo de Caja

El flujo de caja proyectado en el primer año tenemos un saldo inicial de \$ 3.366,52, teniendo unas ventas de \$ 69120,00 y unos costos \$ 61.243,46 así se puede demostrar que desde el primer año se tiene liquidez y rentabilidad para poder ejercer el negocio.

Tabla n° 32.- Flujo de Efectivo

Flujo de caja proyectado							
Inversión inicial	INICIAL	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Ventas		\$ 69.120,00	\$ 71.193,60	\$ 73.329,41	\$ 75.529,29	\$ 77.795,17	\$ 366.967,47
(A) total ingreso operativo		\$ 69.120,00	\$ 71.193,60	\$ 73.329,41	\$ 75.529,29	\$ 77.795,17	\$ 366.967,47
Inversión							
Capital de trabajo	\$ 6.067,40						
Inversión de activos fijos	\$ 11.098,00						
Gastos de constitución	\$ 1.324,00						
Total de inversión	\$ 18.489,40						
Costos variables		\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 32.500,00
Costos fijos							
Gastos de agua		\$ 120,00	\$ 123,60	\$ 127,31	\$ 131,13	\$ 135,06	\$ 637,10
Gastos de luz		\$ 360,00	\$ 370,80	\$ 381,92	\$ 393,38	\$ 405,18	\$ 1.911,29
Gastos de teléfono		\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,82	\$ 337,65	\$ 1.592,74
Gastos arriendo local		\$ 3.000,00	\$ 3.090,00	\$ 3.182,70	\$ 3.278,18	\$ 3.376,53	\$ 15.927,41
Gastos de arriendo camión		\$ 6.720,00	\$ 6.921,60	\$ 7.129,25	\$ 7.343,13	\$ 7.563,42	\$ 35.677,39
Gastos de internet		\$ 240,00	\$ 247,20	\$ 254,62	\$ 262,25	\$ 270,12	\$ 1.274,19
Gastos de publicidad		\$ 4.470,00	\$ 4.604,10	\$ 4.742,22	\$ 4.884,49	\$ 5.031,02	\$ 23.731,84
Gastos suministros y útiles de oficina		\$ 574,20	\$ 591,43	\$ 609,17	\$ 627,44	\$ 646,27	\$ 3.048,51
Permisos de funcionamiento		\$ 134,00	\$ 138,02	\$ 142,16	\$ 146,43	\$ 150,82	\$ 711,42

Amortización de software	\$	408,29	\$	408,29	\$	408,29	\$	-	\$	-	\$	1.224,88
Amortización de gastos de constitución	\$	132,40	\$	132,40	\$	132,40	\$	132,40	\$	132,40	\$	662,00
Flujo neto generado	\$	3.366,52	\$	3.143,31	\$	2.785,99	\$	8.772,46	\$	9.146,63	\$	27.214,92
	(8.489,40)											
(H) saldo inicial de caja			\$	3.366,52	\$	6.509,83	\$	9.295,83	\$	18.068,28	\$	37.240,46
(I) flujo acumulado (g+h)	\$	(8.489,40)	\$	3.366,52	\$	6.509,83	\$	9.295,83	\$	18.068,28	\$	27.214,92
												5.965,98

Nota.- En el primer año se obtendrá un flujo neto de \$ 3366,52 con una inversión de \$ 18489,40. Elaborado por: Raúl Zamora

3.1.4.2. Estado de Resultado Proyectado

Se obtiene una utilidad del primer año de \$ 3566,12 en el primer año de inicio, en el segundo año ha crecido en un 9,60% en relación al año 2016.

Tabla n° 33.- Estado de Resultados Proyectado

Descripción	% Incremento Anual						Total
	2016	2017	2018	2019	2020	3,00%	
(+) VENTAS	\$ 69.120,00	\$ 71.193,60	\$ 73.329,41	\$ 75.529,29	\$ 77.795,17	\$ 608.361,35	
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 30.119,10	
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$62.620,00	\$ 64.693,60	\$ 66.829,41	\$ 69.029,29	\$ 71.295,17	\$ 578.242,25	
(-) COSTOS FIJOS	\$ 52.727,02	\$ 53.691,45	\$ 54.557,40	\$ 55.731,52	\$ 57.403,47	\$ 274.110,86	
(-) DEPRECIACIONES	\$ 2.016,44	\$ 2.016,44	\$ 2.016,44	\$ 1.067,20	\$ 1.067,20	\$ 8.183,72	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 7.876,54	\$ 8.985,72	\$ 10.255,57	\$ 12.230,57	\$ 12.824,50	\$ 52.172,89	
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.216,04	\$ 2.781,67	\$ 3.491,69	\$ -	\$ -	\$ 8.489,40	
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 5.660,51	\$ 6.204,04	\$ 6.763,88	\$ 12.230,57	\$ 12.824,50	\$ 43.683,49	
(X) PARTICIPACION DE EMPLEADOS 15%	\$ 849,08	\$ 930,61	\$ 1.014,58	\$ 1.834,58	\$ 1.923,67	\$ 6.552,52	
(X) Impuestos 22% a la Renta	\$ 1.245,31	\$ 1.364,89	\$ 1.488,05	\$ 2.690,72	\$ 2.821,39	\$ 9.610,37	

UTILIDAD NETA	\$ 3.566,12	\$ 3.908,55	\$ 4.261,24	\$ 7.705,26	\$ 8.079,43	\$ 27.520,60
----------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------

Nota.- Se obtiene una utilidad de 3566,12 en el primer año, con unas ventas de \$ 69120 y se realizara un incremento anual de 3%.
Elaborado por: Grace Santana

3.1.4.3. Balance General Proyectado

Tabla n° 34.- Balance General Proyectado

Descripción	INICIAL	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
Activos Corrientes	\$ 6.067,40	\$ 69.120,00	\$ 71.193,60	\$ 73.329,41	\$ 75.529,29	\$ 77.795,17	\$ 373.034,87
CAJA - BANCO	\$ 6.067,40	\$ 69.120,00	\$ 71.193,60	\$ 73.329,41	\$ 75.529,29	\$ 77.795,17	
Activos Fijos Netos	\$ 9.873,00	\$ 8.397,25	\$ 6.921,51	\$ 5.445,76	\$ 4.510,80	\$ 3.576,00	\$ 38.724,32
MUEBLES Y ENSERES	\$ 652,00	\$ 652,00	\$ 652,00	\$ 652,00	\$ 652,00	\$ 652,00	\$ 3.912,00
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		(\$ 65,20)	(\$ 130,40)	\$ (195,60)	\$ (260,80)	\$ (326,00)	(\$ 978,00)
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 1.623,00	\$ 1.623,00	\$ 1.623,00	\$ 1.623,00			\$ 6.492,00
DEPRECIACION ACUM. DE EQUIPO DE COMPUTO		\$ (540,95)	\$ (1.081,89)	\$ (1.622,84)	\$ -	\$ -	\$ (3.245,68)
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 39.000,00
DEPRECIACION ACUM. DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS		\$ (650,00)	\$ (1.300,00)	\$ (1.950,00)	\$ (2.600,00)	\$ (3.250,00)	\$ (9.750,00)
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 5.040,00
DEPRECIACION ACUM. DE EQUIPO DE OFICINA		\$ (168,00)	\$ (336,00)	\$ (504,00)	\$ (672,00)	\$ (840,00)	\$ (2.520,00)
INSTALACIONES	\$ 258,00	\$ 258,00	\$ 258,00	\$ 258,00	\$ 258,00	\$ 258,00	\$ 1.548,00
DEPRECIACION ACUM. DE INSTALACION		\$ (51,60)	\$ (103,20)	\$ (154,80)	\$ (206,40)	\$ (258,00)	\$ (774,00)
Otros Activos	\$ 2.549,00	\$ 2.008,31	\$ 1.467,62	\$ 926,92	\$ 794,40	\$ 662,00	\$ 8.408,25
Activos Diferidos							
SOFTWARE	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00			\$ 4.900,00
AMORTIZACION ACUM. DE SOFTWARE		\$ (408,29)	\$ (816,59)	\$ (1.224,88)	\$ -	\$ -	\$ (2.449,76)
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.324,00	\$ 1.324,00	\$ 1.324,00	\$ 1.324,00	\$ 1.324,00	\$ 1.324,00	\$ 7.944,00
AMORTIZACION ACUM. CONSTITUCION		\$ (132,40)	\$ (264,80)	\$ (397,20)	\$ (529,60)	\$ (662,00)	\$ (1.986,00)
Total Activos	\$ 18.489,40	\$ 79.525,56	\$ 79.582,72	\$ 79.702,09	\$ 80.834,49	\$ 82.033,17	\$ 420.167,44
Pasivos	\$ 8.489,40	\$ 10.092,53	\$ 6.946,32	\$ 2.951,76	\$ 4.525,31	\$ 4.745,06	\$ 37.750,39

PRESTAMO BANCARIO	\$ 8.489,40	\$ 6.273,36	\$ 3.491,69				\$ 18.254,45
INTERESES BANCARIOS		\$ 1.724,78	\$ 1.159,14	\$ 449,12			\$ 3.333,04
PARTICIPACION A TRABAJADORES 15%		\$ 849,08	\$ 930,61	\$ 1.014,58	\$ 1.834,58	\$ 1.923,67	\$ 6.552,52
IMPUESTO A LA RENTA 22%		\$ 1.245,31	\$ 1.364,89	\$ 1.488,05	\$ 2.690,72	\$ 2.821,39	\$ 9.610,37
CAPITAL SOCIAL	\$ 10.000,00	\$ 65.866,91	\$ 68.727,85	\$ 72.489,09	\$ 68.603,92	\$ 69.208,67	\$ 354.896,45
UTILIDAD O PERDIDA		\$ 3.566,12	\$ 3.908,55	\$ 4.261,24	\$ 7.705,26	\$ 8.079,43	\$ 27.520,60
Pasivo + Patrimonio	\$ 18.489,40	\$ 79.525,56	\$ 79.582,72	\$ 79.702,09	\$ 80.834,49	\$ 82.033,17	\$ 420.167,44

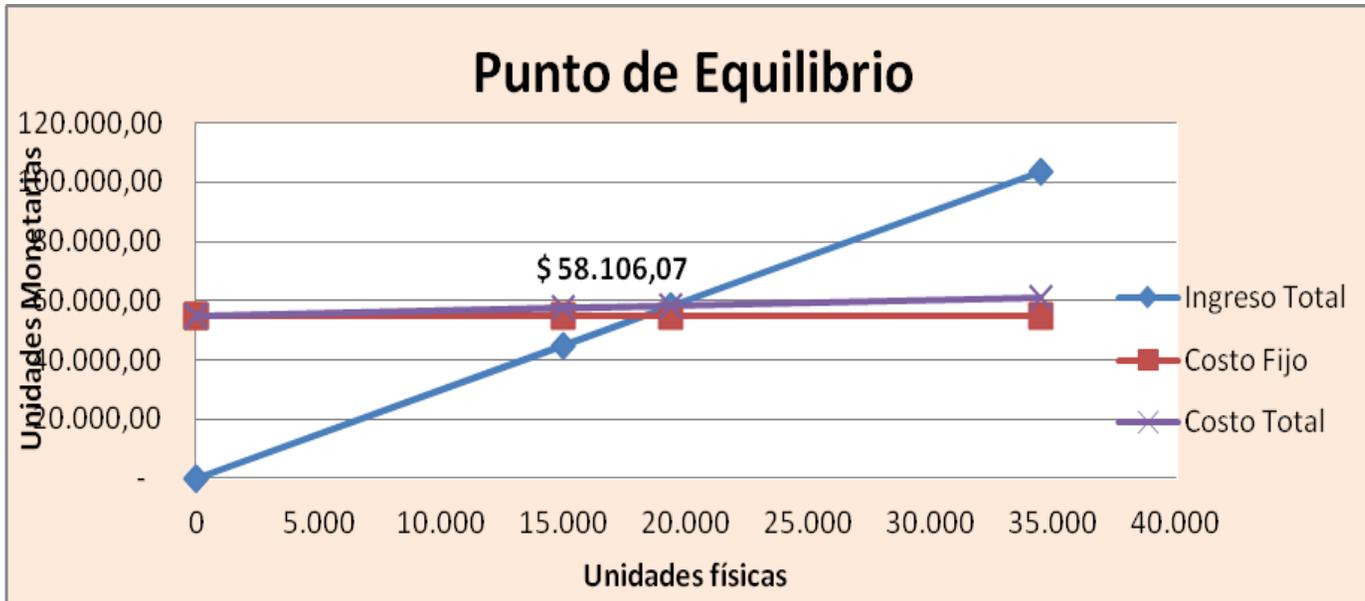
Nota.- Se realizara una inversión de \$ 18.489,40 el 55% será aporte de socios y la diferencia con un préstamo bancario cada año se incrementara el 4% según el caso. Elaborado por: Raúl Zamora

3.1.4.4. Punto de Equilibrio

Tabla n° 35.- Análisis del Punto de Equilibrio
Proyección de Resultados y Punto de Equilibrio

	Valor Año	Valor Mes	%
Ventas	69.120	5.760	100%
(-) Costos Variables	6.500	542	9%
(=) Margen Contribución	62.620	5.218	91%
(-) Costos Fijos	52.727	4.393	79%
(=) Utilidad antes impuestos y participación	7.877	656	21%

Nota.- Los costos fijos y variables representan un 88% de las ventas teniendo así una utilidad antes de impuestos del 21%. Elaborado por: Raúl Zamora



3.1.4.5. Evaluación

En base al análisis y evaluación de las cifras presentadas en el Estado de Resultados y Estado de Situación Financiera Proyectado se considera que la creación de un servicio de alquiler de Lockers en el Cantón Guayaquil es conveniente o favorable.

Además del análisis realizado se concluye que no existen un servicio de casilleros en los alrededores del sector que satisfagan dichas necesidades correspondientes a la del alquiler de casilleros, además de brindar una oportunidad de trabajo hacen de este proyecto un modelo a seguir con respecto a la creación de otras microempresas en la localidad o sus alrededores.

El estudio de mercado permite tener la certeza de poder iniciar la creación de un servicio de alquiler de casilleros en la playa del malecon de General Villamil, en base a los parámetros que se detallan a continuación:

Tabla n 36.- Índices Financieros

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Flujos Netos	-\$18.489	\$3.367	\$3.143	\$2.786	\$8.772	\$9.147	\$9.215
<i>Flujo Acumulado</i>		\$3.367	\$6.510	\$9.296	\$18.068	\$27.215	\$36.430
Tasa de Descuento mensual	1,00%						
Tasa de Descuento anual	11%						
INDICES NOMINALES							
Payback (Recuperación de la Inversión)		(Menor al plazo)					
Año de Recuperación de la Inversión		Año	2				
Diferencia con Inversión Inicial		\$18.489	\$6.510	\$11.490			
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete		\$2.786	12	\$232			
Número de Meses		\$11.490	\$232	2,02			
PAYBACK	2	Año (s)	1	Mes(es)			
Tasa de Rendimiento Promedio		(Mayor a la T. Dcto.)					
<i>Sumatoria de Flujos</i>	\$36.430						
<i>Años</i>	5						
<i>Inversión Inicial</i>	\$18.489						
TRP	0,405						

INDICES DESCONTADOS

Suma Flujos Descontados **\$18.260**

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$18.259,77
Índice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	1,01
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	0,01
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	19%

Tabla n° 37.- Ratios-Riesgo-Razones Financieras

Punto de Equilibrio	<i>En US</i>	\$58.106,70
	<i>En %</i>	84%
	<i>En unid.</i>	4.850
Valor Agregado sobre Ventas	<i>(Menor a 50%)</i>	46%
Índice de Empleo	<i>(Mayor al 50%)</i>	262,75%
Riesgo de Iliquidez	<i>(Menor a 50%)</i>	14%
Margen Neto de Utilidad	<i>(Mayor a la T. Dcto)</i>	2%
Rotación de Activos	<i>(Mayor a 1)</i>	2,6

Al realizar la evaluación total de los cálculos financieros efectuados anteriormente a este proyecto, se establece que el servicio de alquiler de casilleros a turistas de Playas Villamil tiene altas posibilidades de desarrollo y crecimiento, lo cual se observa en los niveles de ventas proyectadas, de acuerdo con el incremento anual de visitantes que tiene el balneario.

Posteriormente en el análisis efectuado al VAN de \$ 18.259,77 y la TIR de 19% se determina recuperación de la inversión. Debido a estos resultados se concluye que es factible y rentable la implementación del negocio en el balneario, el mismo que cuenta con una gran afluencia de turistas en el sector.

Las estrategias de marketing están dirigidas totalmente a la captación de clientes mediante los diferentes medios de comunicación, con la publicidad no solo en el sector.

Analizando el mercado se puede concluir que este proyecto, no tiene competencia directa, en este sector no hay un servicio parecido o igual y la tendencia sobre la idea es innovadora y contribuirá positivamente en el incremento del turismo y en el cuidado y seguridad que se les brindara a los usuarios de Playas Villamil.

Para la creación e implementación de la microempresita de servicio de alquiler se cuenta con las siguientes activos e inversiones:

La infraestructura de la microempresita se instalará en la planta baja de una residencia céntrica de la población, su ubicación es estratégica puesto que está cerca del malecon y el sector es el más adecuado con accesos a una vía principal que conduce una vez observado de manera física la infraestructura donde se colocarán los casilleros se pudo detectar que hay que realizar ciertas adecuaciones tales como:

La mano de obra, es la parte importante de este proyecto es aquí donde se otorga la oportunidad a las personas de la población, otorgando así una fuente de trabajo al sector y su comunidad.

Factibilidad

Factibilidad Técnica.- La propuesta de crear una microempresa de servicio de alquiler de casilleros en el malecón de Playas Villamil es viable y por ende factible por cuanto se cuenta con todos los recursos para realizarlo y aun más importante el mercado a conquistar.

La competencia en relación a al servicio de alquiler en esta población es escasa por no decir nula y la demanda es muy prometedora, lo cual induce a lograr buenos resultados en la ejecución de este trabajo investigativo.

Factibilidad Operativa.- Se cuenta con talento humano, los estudios realizados, espacio y aspecto logístico para llevar a cabo los planteamientos y estrategias que se han puesto de manifiesto en el desarrollo de este tema investigativo.

Factibilidad Económica.- Mediante las aportaciones personales y préstamo financiero factor que en los actuales momentos se abre como gran oportunidad puesto que las instituciones financieras o bancos de fomento facilitan créditos a personas que quieran ser emprendedoras bajo un estudio coherente y sustentable.

Conclusión

El estudio de mercado permite tener la certeza de poder iniciar la creación de una microempresa de alquiler de casilleros, en base a los parámetros que se detallan a continuación:

- Aceptación poblacional sobre la creación de una empresa de alquiler de casilleros.
- Negocios asentados en el sector indican que el proyecto por lo que es innovador daría fuentes de trabajo a los habitantes.

Se propuso ocho plazas de trabajo entre administración y vendedores como inicio para emprender esta microempresa, este personal deberá entrar en un período de prueba.

Las metas medianas y a corto plazo serán la guía y estímulo para poder lograr la gran meta a alcanzar, la cual consiste en el crecimiento de la microempresa, el reconocimiento a nivel poblacional y por ende la incrementación de fuentes de trabajo para la población del sector.

El plan de negocio que se desarrolló obtuvo más alcance que lo que se planeó inicialmente.

Esta empresa entrará a participar en el mercado supliendo un 1.5% a corto plazo de la demanda total.

Desde el punto de vista técnico se puede decir que la adquisición de los muebles y equipos y sitio para la ubicación de la empresa no representa dificultad, sin embargo se debe tener especial cuidado en la administración de los costos de inversión.

3.1.4.5.1. Recomendación

Se recomienda llevar a cabo las implementaciones planteadas en este proyecto de grado, empezar paulatinamente las modificaciones pero considerando un lapso de tiempo a corto plazo, previniendo los factores o posibles factores de última hora que se puedan presentar, las cuales se deben solucionar en el transcurso de la creación e implementación de la microempresa, estar activos y fomentar oportunidades de captar mercado, es decir buscar estrategias de ventas, darse a conocer en la localidad, idear estrategias de marketing, etc.

Se debe llegar a consolidar la microempresa como una que ofrece un producto de calidad, la población toma mucho en consideración el tipo de atención que se le brinde.

Se debe incursionar dentro del mercado y conocer todo lo concerniente a este trabajo, cuáles son los meses de mayor turismo, cuáles son las tendencias del mercado e ir las incorporando y adaptando a la población en donde está asentada la empresa.

Se recomienda seguir los pasos de selección y capacitación de personal, para lograr tener mano de obra calificada y el mejor funcionamiento del sistema.

Se recomienda tener un proceso de expansión y transformación de una microempresa a una empresa mediana.

En resumen, se recomienda realizar la inversión total en este estudio, puesto que el beneficio o utilidad a obtener mostró su factibilidad.

Referencias

FUENTES DE LIBROS

- *José María Cortés Díaz: Técnicas de Prevención de Riesgos Laborales 9a Edición Madrid (2007). (Análisis de Riesgo)*
- *Scheaffer, Mendenhall Y Ott. Elementos de muestreo. 3 era Edición, Grupo editorial Iberoamericano S.A. de C.V. (1987) capitulo 4 páginas 30 - 32 - 56. (Análisis de Mercado. Pág. II – 13)*
- *Lamb, Hair y McDaniel, Fundamentos de Marketing, , 10 Edición Editorial Club Universitario (2002) , pagina 607 - 610, Thompson, 2006*
- *Zorrilla, Arena. “Introducción a la metodología de la investigación”. México, Aguilar León y Cal, Editores, 11ª Edición. 1993.*
- *Selltiz, Claire; Society for the Psychological Study of Social Issues. Editorial: New York, Holt, Rinehart and Winston [1965, 1959].*
- *Dankhe. Diferentes diseños. Tipos de investigación. Colombia: McGraw-Hill. (1986). Recuperado en. 1996 de <http://www.revistaespacios.com/volumen17>*
- *Ander-Egg, E., Aguilar, M. “Cómo elaborar un Proyecto: guía para diseñar proyectos sociales y culturales” Publicación Buenos Aires : Instituto de Ciencias Sociales Aplicadas, 1989.*
- *Hernández, Fernández y Baptista. Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. México. 2001.*
- *Sainz de Vicuña José Maria, El plan de Marketing en las Pyme, 2011.*
- *Rodrigo Varela Villegas, Innovación Empresarial (Arte y ciencia en la creación de empresas), 2da.Edicion, 2011.*

- *Philip Kotler, Jesús García De Madariaga Miranda, Javier Flores Zamora, John T. Bowen, James C. Makens Marketing Turismo, 5ta. Edición, 2011*
- *Roberto Dvoskin, Fundamentos de Marketing (teoría y experiencia), 1era. Edición, pagina 365, 2004.*
- *Philips Kotler, Dirección de Marketing (conceptos esenciales), 5ta. Edición, 2002.*
- *Malhotra, Naresh K, Investigación de Mercado (un enfoque aplicado), 4ta Edición, México 2004.*
- *Kerlinger Técnicas de estudio, (1979, p. 116). (2000)*
- *Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer, Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva" en Manual de técnica de la investigación educacional.*
- *J Krajewski, Lee J, Ritzman, Larry P., Administración de operaciones, estrategia y análisis, 5ta. Edición, México 2000.*
- *JL Sánchez-Crespo - 1976 - Instituto Nacional de Estadística*
- *Ochoa Setzer, Guadalupe. Administración Financiera. México: McGraw-Hill, 2002.*
- *Moyer, McGuigan y Kretlow. Administración Financiera Contemporánea. México: Editorial Thomson, 2005.*
- *Gitman, L. (2007). Principios de Administración Financiera. (11ª Ed.) México.: Addison Wesley.*
- *Moreno, Joaquín – Las Finanzas en la Empresa. Información, Análisis, Recursos y Planeación.*
- *Pérez García, Luís; Rodríguez Solaz, Félix – Análisis de la Situación Financiera de la Empresa, Editorial Pueblo y Educación, Playa, Ciudad de la Habana, 1986.*

- *Besley, S & Brigham, E. Fundamentos de Administración Financiera. 12ª. Edición en Español, México: McGraw-Hill, 2001.*

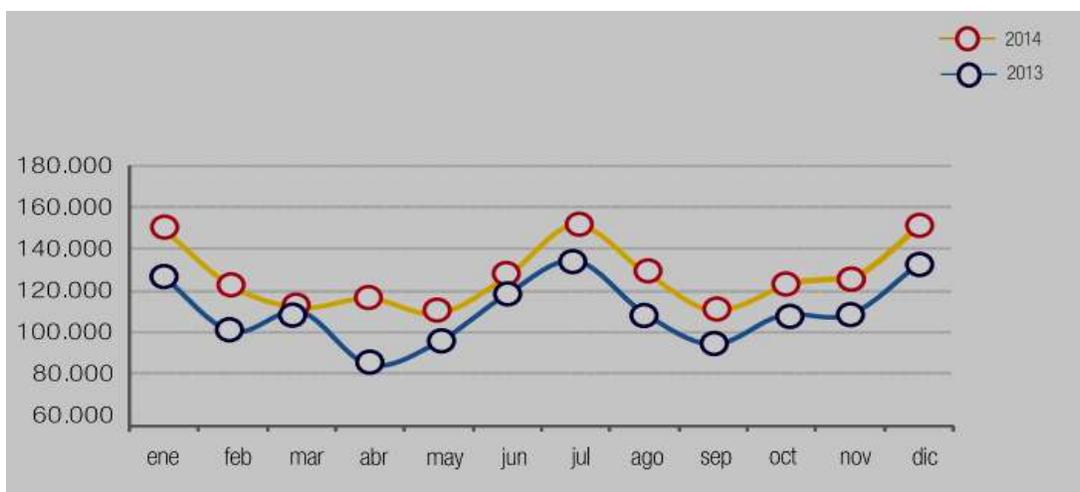
Referencias de Internet:

- *<http://www.metalicasanchundia.com/>*
- *<http://www.turismo.gob.ec/>*
- *Ministerio de turismo, 2014-2015, www.ministeriodeturismo.gob.ec*
- *<http://www.guayaquil.gob.ec/>*
- *El universo. (21 de septiembre de 2014). En playas no se sienten seguros ante aumento de casos de delincuencia.
[Http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/21/nota/4007221](http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/21/nota/4007221)*
- *<http://www.5fuerzasdeporter.com>*
- *<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/4933/1/alquiler%20de%20casilleros%20cemale%20s.a%20lic%2068.pdf>*
- *http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais*
- *<http://docplayer.es/3806205-escuela-politecnica-nacional.html>*
- *<http://aindicadoresf.galeon.com/>*
- *[Https://www.clubensayos.com/negocios/creacion-de-empresa-textil/240709.html](https://www.clubensayos.com/negocios/creacion-de-empresa-textil/240709.html)*

Anexos



Anexo n° 1.- Turismo Internacional.- Fuente: Ministerio de Turismo

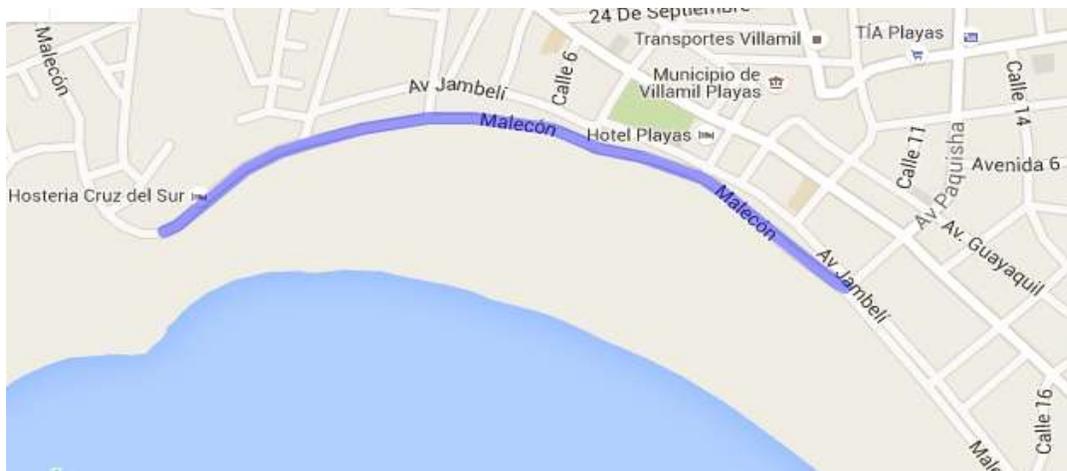


Anexo n°2.- Estadística de Turistas.- Fuente: Ministerio de Turismo



Anexo n° 3.- Visitantes en el año 2015.- Fuente: Ministerio de Turismo⁹

⁹ Ministerio de Turismo, 2014-2015, www.ministeriodeturismo.gob.ec



Anexo n° 4a.- Mapa de Ubicación.- Fuente: Google Maps



Anexo n° 4b.- Mapa de Tierra Playas Villamil.- Fuente: Google Maps

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Anexo n° 5: Formula de Muestra¹⁰

¹⁰ SUÁREZ, Mario, (2011), *Interprendizaje de Estadística Básica*



Anexo n°6.- Playa Villamil.- Fuente: Ministerio de Turismo



Anexo n°7.- Turistas en Playas Villamil.- <http://fotos.lahora.com.ec/cache/8/87/879/8792/turistas-se-broncean-mientras-esperan-el-ano-nuevo-20131229075257-8792fc355b13911efc8e0c7dfe0b8408.jpg>



Anexo n° 8.- Cubrimiento Geográfico de Lockers.- La imagen muestra la distancia que se tendrá entre lockers



Anexo n° 9.- Expansión del malecón, El malecón tiene una longitud de 300 metros de longitud
Fuente Google Maps.



Anexo n° 10.- Plaza.- Local donde se encontraran las oficinas de Lockers Stars, fuente.- Google Maps

Slogan de Pagina Web



Anexo n° 11: Diseño de Página Web.- Elaborado por: Grace Santana



LOCKERS STARS S.A.

Anexo n° 12.- Slogan del Letrero de la empresa. Elaborado por: Grace Santana



Anexo n° 13.- Lockers Stars.- Modelo Casilleros Elaborado por: Grace Santana



Anexo n° 14.- Cronograma de Desarrollo.- Autoras: Raúl Zamora y Grace Santana



Anexo n° 15.- Imagen de Diagrama Básico de Servicio.- Elaborado por: Raúl Zamora



Anexo n° 16.- Ubicación de Playas Villamil



Anexo n° 17.- Ubicación de Playas Villamil



Anexo n° 18.- Playas Villamil



Anexo n° 19.- Ubicación de la empresa en Playas Villamil



Anexo n° 20.- Empresa Agua Potable de Playas Villamil
Autora: Grace Santana



Anexo n°.- 21.- Local de 4 metros por 10 metros de largo



Anexo n° 22: La computadora y sus características



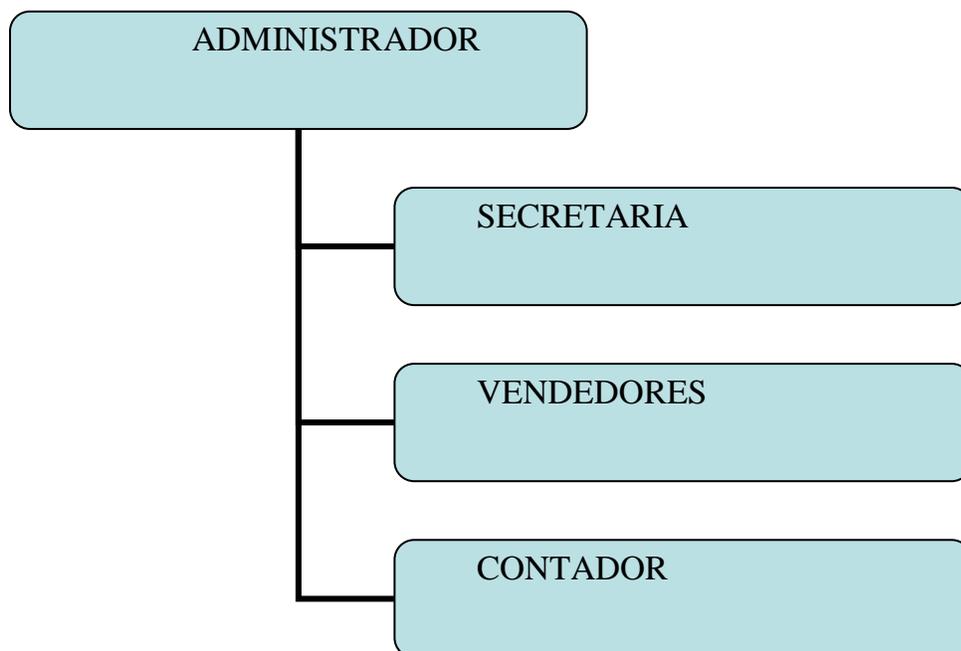
Anexo n° 23: Impresora y sus características



Anexo n° 24: Teléfono Fax Y Sus Características



Anexo n° 25- Vehículo de alquiler



Anexo n° 26: Estructura Organizacional
Elaborado por: Los autores.



Anexo n° 27.- Municipio de General Villamil Playas
Fuente: Municipio de Playas



Anexo n° 28.- Lockers Stars.- Casilleros Plástico Reciclable ABS



Anexo n° 29.- Lockers Stars.- Casilleros Abiertos, tamaño mediano dimensiones 45cm * 50cm * 35cm



Anexo n° 30.- Malecón Villamil Playas
Elaborado por: Raúl Zamora



Anexo n ° 31.- Entrada a General Villamil Playas
Elaborado por: Grace Santana



Anexo n°32.- Lockers Cotizados

Anexo n° 33.- Modelo de Encuesta



ENCUESTA SOBRE EL SERVICIO DE ALQUILER DE CASILLEROS
EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS EN EL MALECON DEL
CANTON GENERAL VILLAMIL PLAYAS.



Buenos días/tardes somos estudiantes de la Carrera Ingeniería Comercial, estamos cumpliendo el proceso de Titulación y deseáramos que nos ayudaran con la siguiente información para que disfrute del servicio de un alquiler de casilleros a ubicarse en la Provincia del Guayas en el Malecón del cantón General Villamil Playas, para lo cual le agradecemos contestar esta encuesta.

1.-Usted viaja o visita la playa del malecón en General Villamil?

SI

NO

2.- Con qué frecuencia visita la playa del malecón General Villamil?

Fines de semana

1 vez al mes

Cada 15 días

1 vez al año

3.- En algún momento se vio en la necesidad de dejar encargado sus pertenencias para poder disfrutar de la playa del malecón General Villamil?

SI

NO

Al contestar SI la pregunta numero tres siga con la encuesta por favor, si su respuesta fue NO la encuesta llego a su final. Gracias

4.- Le gustaría que existiera un servicio de alquiler de casilleros en la playa del malecón General Villamil, del cual pueda hacer uso?

SI

NO

5.- En compañía de quien disfruta con mayor frecuencia de General Villamil Playas?

De familia

De la pareja

De amigos

Compañeros de trabajo

6.- A usted de que tamaño/dimensión le gustaría que fuesen los casilleros para guardar sus pertenencias?

a.- pequeño

b.- mediano

c.- grande

7.- El servicio a adquirir lo hiciera por:

a.- Hora

b.- Todo el día

8.- Cuanto estaría usted pagar por el servicio de alquiler de casilleros si escoge:

a.- Hora

b.- Todo el día

a.- 0,50 dólares

a.- 1,50 dólares

b.- 1,00 dólares

b.- 2,50 dólares

c.- 1,50 dólares

c.- 3,00 dólares

Muchas gracias por su cooperación.

Que tenga un buen día.



Anexo a n° 34.- Encuestas
Elaborado por: Grace Santana



Anexo n° 35.- Encuesta
Elaborado por: Grace Santana

