



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN,  
IMPLEMENTACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE  
UNA EMPRESA NOTIFICADORA EN LA  
CIUDAD DE LOJA, AÑO 2008”

Tesis previa a la obtención del grado  
de Ingeniera en Administración de  
Empresas

**AUTORA:**

**MARIA FERNANDA DELGADO MERCHAN**

**DIRECTOR:**

Mgs. Violeta Salazar Maldonado

**LOJA, 2009**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

“Las ideas emitidas en el contenido del informe final de la presente investigación son de exclusiva responsabilidad del autor”.

**AUTOR**

**FIRMA**

María Fernanda Delgado

---

## **CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS**

Yo, **María Fernanda Delgado**, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

**AUTORA**

**FIRMA**

María Fernanda Delgado

---

## **AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR**

**Ing. Violeta Salazar Maldonado**

DOCENTE – DIRECTORA DE LA TESIS

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la egresada señora **María Fernanda Delgado**, ha sido cuidadosamente revisado por la suscrita, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y de forma establecidos por la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo que autorizo su presentación.

Loja, julio de 2009

---

Mgs. Violeta Salazar Maldonado

## **AGRADECIMIENTO**

Mi especial agradecimiento a las personas e instituciones que aportaron con su información para el desarrollo de la presente investigación.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, a través de su selecta planta docente, quienes compartieron abiertamente sus conocimientos y sabiduría.

Finalmente quiero exteriorizar mi sincero agradecimiento, a la Mgs. Violeta Salazar Maldonado, por la acertada dirección del presente trabajo, cuyos valiosos comentarios y sugerencias fueron vitales para el desarrollo y culminación del mismo.

María Fernanda

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto lo dedico con mucho cariño a mi María Grazia mi hija, a mis padres, esposo, hermanos y amigos que están junto a mi quienes me han brindado su amor, sacrificio, comprensión y apoyo incondicional para culminar una etapa muy importante en mi vida, como es la obtención de un título profesional.

María Fernanda

## **ESQUEMA DE CONTENIDOS**

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA  
CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS  
AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR  
AGRADECIMIENTO  
DEDICATORIA  
ESQUEMA DE CONTENIDOS  
RESUMEN**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **1 PLAN DE NEGOCIOS**

##### ***1.1 DEFINICIÓN, IMPORTANCIA Y OBJETIVOS***

##### ***1.2 BENEFICIOS QUE OFRECE UN PLAN DE NEGOCIOS***

##### ***1.3 CARACTERÍSTICAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS***

##### ***1.4 ÁREAS QUE CONTEMPLA UN PLAN DE NEGOCIOS***

###### **1.4.1 Investigación de mercados**

###### **1.4.2 Plan de Mercadeo**

###### **1.4.3 Estudio Técnico**

###### **1.4.4 Sistema administrativo organizativo**

###### **1.4.5 Inversiones**

###### **1.4.6 Evaluación Financiera**

###### **1.4.7 Aspecto legal**

#### **2 PLAN DE NEGOCIOS EMPRESA NOTIFICADORA**

##### ***2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO***

###### **2.1.1 Objetivo de la Investigación**

###### **2.1.2 Población y muestra**

###### **2.1.2.1 Demanda**

###### **2.1.2.2 Oferta**

###### **2.1.3 Análisis de resultados de oferta y demanda**

##### ***2.2 PLAN DE MERCADEO***

###### **2.2.1 Marketing Mix**

###### **2.2.2 Proceso del Servicio**

###### **2.2.3 Especificaciones del servicio**

##### ***2.3 ESTUDIO TÉCNICO***

###### **2.3.1 Instalaciones**

###### **2.3.2 Distribución de las oficinas**

###### **2.3.3 Macro Localización**

###### **2.3.4 Micro localización:**

###### **2.3.5 Localización**

###### **2.3.6 Capacidad Instalada y Utilizada**

###### **2.3.7 Recurso Humano requerido**

##### ***2.4 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA***

###### **2.4.1 Nombre de la Empresa**

###### **2.4.2 Descripción de la Empresa**

###### **2.4.3 Misión y Visión de la Empresa**

###### **2.4.4 Objetivos de la Empresa**

2.4.5	Estructura Organizativa
2.4.6	Manual de Funciones
2.4.7	Organigrama
2.4.8	Aspectos Legales
2.4.9	Definición y Régimen de Constitución de la Empresa
<b>2.5</b>	<b><i>INVERSIONES: COSTOS DE OPERACIÓN E INGRESOS</i></b>
2.5.1	Inversiones
2.5.2	Ingresos y Gastos
2.5.3	Capital de operación
2.5.3.1	Financiamiento
<b>2.6</b>	<b><i>ESTADOS FINANCIEROS</i></b>
2.6.1	Costos de Operación
2.6.2	Ingreso por Ventas
2.6.3	Puntos de Equilibrio
<b>2.7</b>	<b><i>EVALUACIÓN FINANCIERA</i></b>
2.7.1	Flujo de fondos
2.7.2	Indicadores de Rentabilidad
2.7.2.1	Valor Actual Neto (VAN)
2.7.2.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)
2.7.2.3	Periodo de Recuperación del Capital (PRC)
<b>3</b>	<b><i>DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS</i></b>
<b>4</b>	<b><i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i></b>
<b>4.1</b>	<b><i>CONCLUSIONES</i></b>
<b>4.2</b>	<b><i>RECOMENDACIONES</i></b>
<b>5</b>	<b><i>BIBLIOGRAFÍA</i></b>
<b>6</b>	<b><i>ANEXOS</i></b>
	Anexo Nro. 1: Medios de Comunicación de mayor sintonía en Loja
	Anexo Nro. 2: Tablas de apoyo al Estudio Financiero
	Anexo Nro. 3: Distribución de Costos
	Anexo Nro. 4: Modelo de encuesta para oferentes y demandantes
<b>7</b>	<b><i>ÍNDICE</i></b>



## **RESUMEN**

**Tas Tas Notificadora** se establecerá en la ciudad de Loja (Loja-Ecuador), con el propósito de brindar servicios de notificación puerta a puerta a las empresas de servicios ubicadas en la ciudad de Loja y sus alrededores. Sus potenciales clientes serán empresas e instituciones financieras, aseguradoras, televisión prepagada, Municipio, Consejo Provincial, Empresa Eléctrica, SRI, juzgados, entre otras que demandan el servicio de manera constante para lo cual se planea una organización que permita mantener una oferta permanente del servicio de buena calidad en el mercado.

Se ofrecerá el servicio de notificación puerta a puerta; reduciendo los riesgos de pérdida de información y retraso en la entrega, aportando como beneficios principales rapidez, seguridad y confidencialidad, que son aquellos que forman parte de las expectativas de los potenciales clientes.

El grupo emprendedor está liderado por un profesional formado en el área de la Administración de Empresas; quien, tiene experiencia directa en el manejo administrativo y técnico de este tipo de proyectos y una excelente formación en áreas gerenciales con énfasis en la calidad del servicio.

La empresa Tas Tas Notificadora requiere de una inversión total de \$ 13,557.79, de los cuales el grupo empresarial gestor aportará \$ 8,812.56 que representa el 65% de la inversión total y solicitará \$4,745.23 al Banco Nacional de Fomento que ofrece créditos productivos con el plan 5.5.5.

La oportunidad es clara, pues la demanda por servicios de notificación es creciente a nivel local. Se atenderán en promedio 58,813 documentos al año, obteniendo un ingreso aproximado anual (primer año) de \$32,347.15 por concepto de ventas a un costo promedio por documento de \$0.55.

La rentabilidad del proyecto, en un análisis a 5 años, es del 82,34%. El valor presente neto al 82.00%, alcanza un valor positivo de \$32,978.35 y el período

de recuperación de la inversión es de 2 años. El proyecto produciendo y vendiendo al 86.89% de su capacidad, alcanza su punto de equilibrio en el primer año , mientras que para el quinto año lo alcanza al 39.12% de su capacidad.

El impacto social de la empresa es positivo en el mercado de la ciudad de Loja, porque requiere del aporte de profesionales que existen en el medio. Para su operación demanda mano de obra indirecta de hombres y mujeres jóvenes, entre los 19 y 30 años. Así mismo, se impulsará el desarrollo del sector servicios, con la implementación de tecnologías limpias, con el objetivo de lograr desarrollo sostenible, mediante la conservación del medio ambiente, la salud de los trabajadores y usuario del servicio.

De esta manera se demuestra la viabilidad comercial, técnica, económica, financiera, legal, ambiental y jurídica para la creación y puesta en marcha de la empresa Tas Tas Notificadora.

# INTRODUCCIÓN

## **INTRODUCCIÓN**

El Plan de Negocios para la creación de una empresa notificadora en la ciudad de Loja bajo el uso de buenas prácticas administrativas, nace por la expectativa de contribuir al desarrollo económico y social del sector comercial, generando soluciones a la problemática de desempleo que enfrenta en general la sociedad ecuatoriana y lojana. Siendo esta una oportunidad para involucrar conocimientos técnicos y administrativos en procesos productivos, con el fin de generar cambios que impulsen a la inserción de la técnica y la ciencia en la implementación y administración de los negocios, en la calidad del servicio, la capacidad del talento humano para el desarrollo sostenible y la adopción de tecnologías, que permitan, ser competitivos, cumpliendo con normas y estándares de mercado.

El presente documento adopta la estructura de un de Plan de Negocios. Para ello es necesario en el primer capítulo denominado, Aspectos generales de la Investigación, enmarcar de manera detallada los aspectos relevantes que se tratarán en la investigación, seguidamente, se desarrollarán los módulos: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio de Organización, Estudio Financiero, Plan Operativo e Impacto del Proyecto; en los que se muestra de manera clara y detallada la viabilidad para la creación de una Empresa Notificadora en la ciudad de Loja, en ellos es posible identificar necesidades de inversión, ingresos, costos, gastos, utilidad del proyecto, punto de equilibrio, impacto económico, regional, social y ambiental.

Adicionalmente durante su preparación, se evaluó e interpretó el entorno de la actividad empresarial, se evaluaron los resultados, se definieron variables involucradas en el proyecto y se decidió la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha, buscando alternativas, propuestas ó cursos de acción; que sirvan como guía en la puesta en marcha.

Con la implementación de este proyecto se pretende generar alternativas de desarrollo microempresariales para la región aplicando las herramientas

gerenciales necesarias para impulsar el desarrollo del sector de servicios. También, es vital la elaboración de esta propuesta empresarial y académica para contribuir a la formación profesional, sirviendo de base a estudiantes de Administración de Empresas que deseen realizar proyectos empresariales bajo una perspectiva práctica.

**CAPÍTULO PRIMERO**  
**PLAN DE NEGOCIOS**

# 1 PLAN DE NEGOCIOS

Todo negocio que se inicia requiere de un plan de negocios. Sin embargo, muchos emprendedores desconocen que es y su importancia.

## 1.1 DEFINICIÓN, IMPORTANCIA Y OBJETIVOS

### Definición

“El Plan de Negocios es una ejecución útil tanto para lanzar una nueva empresa o una actividad en la empresa existente.”<sup>1</sup>

El plan de negocios es un documento escrito de la descripción y la estrategia completa destinada a crear una nueva empresa o a desarrollar una empresa existente; define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos.

En síntesis, un plan de negocios:

- Es el plan administrativo y financiero de una compañía nueva y sirve para la operación exitosa de una alianza empresarial.
- Explica en forma específica cómo va a funcionar un negocio y los detalles sobre cómo capitalizarlo, dirigirlo y hacerle publicidad.

### Importancia

La mayoría de los empresarios no le dan la importancia que tienen los planes en la fase inicial de un negocio, pero es trascendente no pasarla por alto si se quiere tener éxito. Por lo común, los planes aplicados durante la etapa inicial determinan el fracaso o el éxito. Es una oportunidad muy valiosa para elaborar

---

<sup>1</sup> NUENO, Pedro. Emprendiendo. El arte de crear Empresas y sus artistas. Madrid. 1992

un análisis tranquilo del modo en que se piensa administrar y operar y como cumplir con el plan maestro relacionado con la misión de la empresa.

Planear puede significar el éxito y la tranquilidad de los empresarios. Hay que ser fanáticos de la planeación precisamente porque nadie puede anticiparse a todas las posibles contingencias que se presenten. El proceso de aprendizaje puede ser mucho más costoso, complicado y doloroso si no se tiene un plan de negocios bien concebido.

### **Objetivos**

El Plan de Negocios tiene como objetivo ayudar a alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la empresa o la actividad que pretende poner en marcha. Al mismo tiempo encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir reunir los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

## **1.2 BENEFICIOS QUE OFRECE UN PLAN DE NEGOCIOS**

“El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la curva de aprendizaje, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, amén de que facilita el análisis de la viabilidad, factibilidad técnica y económica de un proyecto”<sup>2</sup>.

Cuando la empresa está operando y en crecimiento, un plan sirve para replantear objetivos, metas y necesidades, así como para solicitar créditos o inversiones adicionales para ampliación y/o proyectos especiales.

---

<sup>2</sup> Céspedes, Alberto. Principios de mercadeo. Pág. 435



### **1.3 CARACTERÍSTICAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS**

“Un plan de negocios debe:

- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.”<sup>3</sup>

### **1.4 ÁREAS QUE CONTEMPLA UN PLAN DE NEGOCIOS**

#### **1.4.1 Investigación de mercados**

Los mercados son sistemas complejos y dinámicos que cambian continuamente y producen nuevas oportunidades de inversión y necesidades de consumo. Igualmente el desarrollo social y la competitividad cambian continuamente el entorno y condiciones de operación de las PYMES.

De ahí la importancia de utilizar la investigación de mercados como una herramienta que permita al emprendedor obtener el registro y análisis de todos los hechos que afecten al nuevo negocio, con el fin de descubrir nuevas oportunidades comerciales y solucionar todos los problemas que la situación exige.

---

<sup>3</sup> Cómo elaborar un plan de negocios. En <http://www.conocimientosweb.net/zip/article635.html>

“Tiene por objeto determinar, con un buen nivel de confianza los siguientes aspectos: la existencia real de clientes, para los productos o servicios que van a producirse, la disposición de ellos para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada en términos de poder elaborar una proyección de ventas, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y ventas previstos, la identificación de los canales de distribución que se van a usar, y de las ventajas y desventajas competitivas, etc.”<sup>4</sup>

En síntesis, el objetivo principal de un estudio del Mercado es la determinación de la factibilidad del proyecto referente a la situación del mercado.

#### **1.4.2 Plan de Mercadeo**

“Actividades que aceleran el movimiento de bienes o servicios desde el fabricante hasta el consumidor y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución y técnicas de mercado, planificación del producto, promoción, investigación y desarrollo, ventas, transporte y almacenamiento de bienes y servicios.”<sup>5</sup>

#### **1.4.3 Estudio técnico**

“Tiene como finalidad definir la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad, con calidad y el costo requerido. Esto origina la necesidad de identificar procesos productivos, proveedores de materias primas, equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materias primas, insumos y servicios,

---

<sup>4</sup> VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial Ciencia y Arte en la Creación de Empresas. 2001, 381p

<sup>5</sup> Diccionario empresarial. Konral Fischer Rossi. 1992.

distribución de planta y equipos, requerimientos de capacitación del recurso humano, etc.”<sup>6</sup>

#### **1.4.4 Sistema administrativo organizativo**

“Su fin es definir las necesidades del perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y los resultados contando con todos estos elementos.”<sup>7</sup>

#### **1.4.5 Inversiones**

“Se determinaran las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas.”<sup>8</sup>

#### **1.4.6 Evaluación Financiera**

“Tiene como objeto central determinar las características económicas del proyecto, para ello hay necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, gastos, la utilidad, los puntos de equilibrio contable y económico y determinar la posibilidad de que al vender el producto al precio establecido, el negocio deje un excedente adecuado.”<sup>9</sup>

#### **1.4.7 Aspecto legal**

“Se define la posibilidad legal y social que existe para que el negocio se establezca y opere, temas como permisos, reglamentaciones, leyes, obligaciones, efectos sociales, tipo de sociedad, responsabilidades entre otros.”<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> IBIDEM 4

<sup>7</sup> IBIDEM 4

<sup>8</sup> IBIDEM 4

<sup>9</sup> IBIDEM 4

<sup>10</sup> IBIDEM 4

**CAPÍTULO SEGUNDO**  
**PLAN DE NEGOCIOS**  
**EMPRESA NOTIFICADORA**

## **2 PLAN DE NEGOCIOS EMPRESA NOTIFICADORA**

### **2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

El elemento fundamental de la investigación es la obtención de información. Es por ello que se ha recurrido a recabar información de instituciones competentes como el Instituto Nacional de estadística y Censos, Cámara de Comercio, Empresas que requerirían el servicio de notificación a domicilio y por supuesto a las empresas notificadoras existentes en la ciudad de Loja, a fin de obtener una información que permitan tomar una decisión con menor riesgo.

#### **2.1.1 Objetivo de la Investigación**

El objetivo principal del presente Estudio del Mercado es la determinación de la factibilidad del proyecto referente a la situación del mercado por medio de la elaboración de un plan de negocios que permitirá obtener y generar la información necesaria para anticiparnos a los escenarios posibles que se pueden generar en el mercado ante la decisión de implementar una empresa que preste el servicio de notificación al mercado de la ciudad de Loja.

#### **2.1.2 Población y muestra**

##### **Población**

El mercado al cual se dirige el presente estudio está conformado por las empresas de la ciudad de Loja que demandan o estarían en la capacidad de demandar servicios de mensajería dentro de la ciudad ya que generan documentación para notificación y que requiere ser entregada a domicilio.

**Tabla 1. Demandantes Actuales - Potenciales**

Opciones	Cantidad
Instituciones Financieras	23
Seguros	13
Municipio	1
Consejo provincial	1
Empresa Eléctrica	1
Televisión prepagada	3
Internet	4
Otros (SRI, ...)	5
	51

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

En lo referente a la competencia (empresas notificadoras), se identifican 2 empresas: Así:

**Tabla 2. Competencia**

Opciones	Cantidad
URBANO EXPRESS	1
ESPINOSA-AGUIRRE	1
<b>Total:</b>	<b>2</b>

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

## Muestra

Debido al tamaño de la población se decidió aplicar los instrumentos a la totalidad de posibles demandantes y oferentes. En síntesis, se aplicaron 51 encuestas a empresas que generan documentación para notificación y a 2 gerentes de las empresas que a la fecha del cierre de recopilación de información (marzo de 2009) ofertan servicios de notificación en la ciudad de Loja.

### 2.1.2.1 Demanda

**Objetivo.-** Conocer el comportamiento de los demandantes de servicios de notificación en la ciudad de Loja.

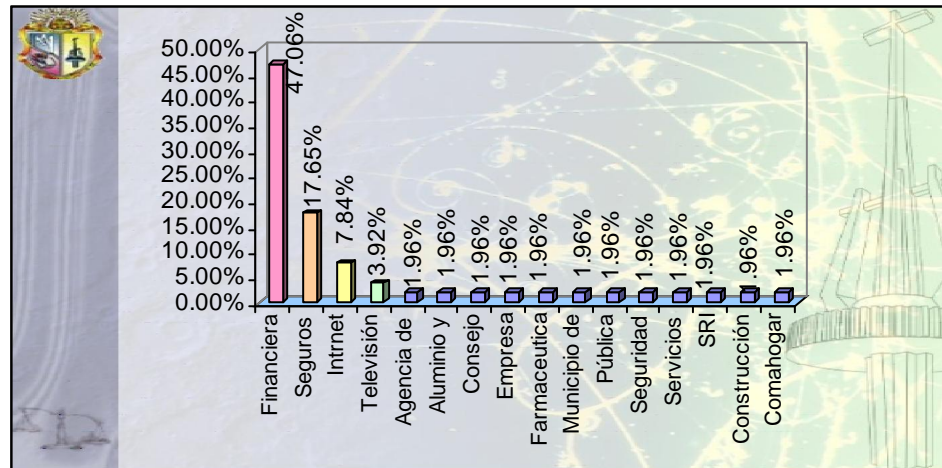
Para estudiar la demanda, se procedió a investigar a aquellas empresas que por su actividad utilizan actualmente los servicios de notificación a domicilio y también de aquellas organizaciones empresariales que sin ser actuales demandantes del servicio, generan documentación para notificación. Para ello, se diseñó una encuesta (ver Anexo Nro. 4) que entre sus preguntas, recaban información que permite conocer la situación actual y potencial de la demanda de servicios de notificación a domicilio, alrededor de cuatro variables principales: servicio, precio, plaza y promoción.

1. De las siguientes opciones escoja **una** en la que pueda ubicarse su empresa/institución.

**Tabla 3. Empresas/instituciones demandantes**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Financiera	24	47.06%
Seguros	9	17.65%
Internet	4	7.84%
Televisión prepagada	2	3.92%
Agencia de Viajes	1	1.96%
Aluminio y Vidrio	1	1.96%
Consejo Provincial	1	1.96%
Empresa eléctrica	1	1.96%
Farmacéutica	1	1.96%
Municipio de Loja	1	1.96%
Pública	1	1.96%
Seguridad	1	1.96%
Servicios Automotrices	1	1.96%
SRI	1	1.96%
Construcción (LICOSA)	1	1.96%
Comahogar (TodoHogar)	1	1.96%
<b>Total general</b>	<b>51</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación-Loja  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 1: Empresas/instituciones demandantes**

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

Las empresas que por su tipo de actividad tienen la mayor necesidad de mantener contacto con sus clientes a través de notificaciones son las Instituciones financieras (47.06%), seguidas de empresas de seguros (17.65%), proveedores de Internet (7.84%) y servicios de televisión prepagada (3.92%)

2. Anote nombres de empresas que presten el servicio de notificación a domicilio en la ciudad de Loja y que le vengan a su mente en este momento:

**Tabla 4. Posicionamiento de empresas que presten el servicio de notificación**

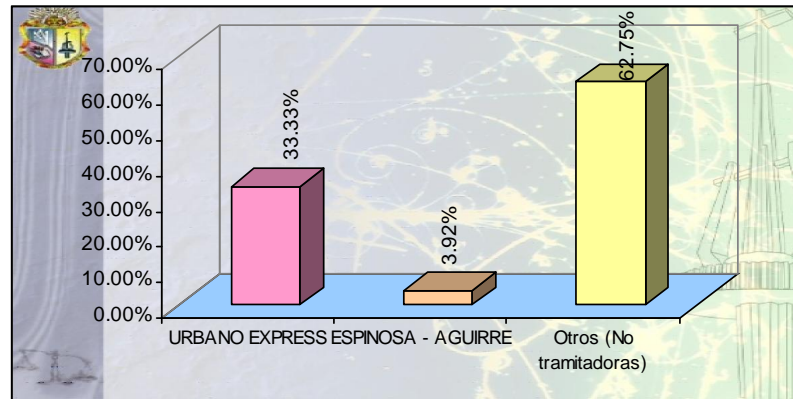
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
URBANO EXPRESS	17	33.33%
ESPINOSA – AGUIRRE	2	3.92%
Otros (No tramitadoras)	32	62.75%
<b>Total general</b>	<b>51</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora



**Gráfico Nro. 2: Empresa mejor posicionada**



**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación  
**Elaboración:** La Autora

La empresa mejor posicionada en la mente del consumidor en el área de servicios de notificación es “Urbano Express”, que la recuerda más fácilmente el 33.33% y que se constituiría en la principal competencia de la nueva empresa a crearse.

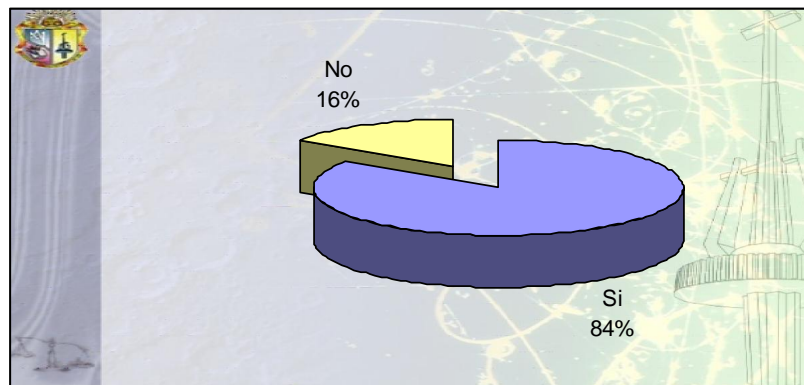
¿Genera su empresa/institución, documentos para notificación?

**Tabla 5. Genera documentos para notificación**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	84%
No	8	16%
<b>Total general</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 3: Genera documentos para notificación**



**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación  
**Elaboración:** La Autora

El 84% de las empresas del segmento de mercado seleccionado, generan documentación para notificación.

Si la respuesta a la pregunta anterior es SI:

3.1. ¿Aproximadamente cuantas notificaciones efectúa por mes?:

**Tabla 6. Cantidad de documentos al mes**

Opciones	Frecuencia	Total
2	1	2
5	1	5
10	2	20
20	3	60
30	5	150
35	1	35
40	1	40
50	2	100
70	1	70
100	4	400
120	1	120
130	1	130
200	2	400
215	1	215
300	4	1200
500	2	1000
800	1	800
1000	1	1000
1200	1	1200
1500	3	4500
2000	1	2000
2500	1	2500
3000	1	3000
5000	1	5000
NC	1	
<b>Total general</b>	<b>43</b>	<b>23947</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

De las empresas de la ciudad de Loja que generan documentos para notificación, se calcula que producen en total veinte y tres mil novecientos cuarenta y siete (23.947) documentos mensuales.

Cada qué tiempo efectúa notificaciones, (señale solamente una opción):

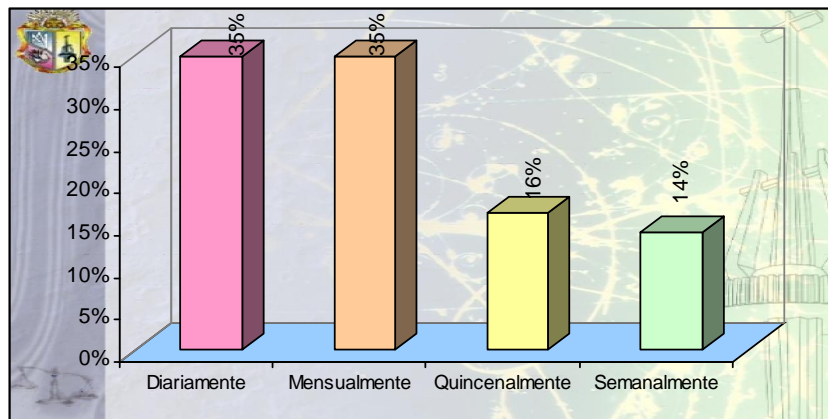
**Tabla 7. Periodicidad de notificación**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	15	35%
Mensualmente	15	35%
Quincenalmente	7	16%
Semanalmente	6	14%
<b>Total general</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 4: Periodicidad de notificación**



**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

El 35% de las empresas que generan documentación para notificación tiene la necesidad de realizar el reparto en forma diaria, un 35% efectúa el reparto de manera mensualmente, el 16% lo hace quincenalmente y el 14% restante lo hace semanalmente.

3.3. ¿Actualmente utiliza los servicios de alguna empresa notificadora?  
¿Cuál?

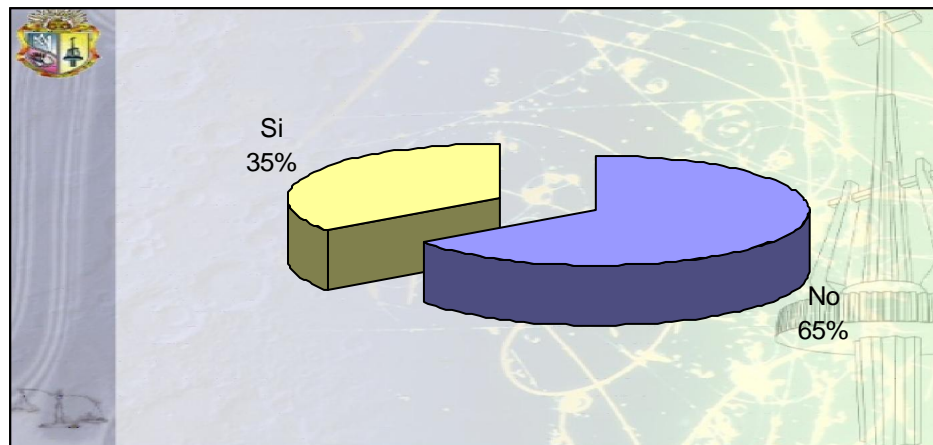
**Tabla 8. Utiliza los servicios de alguna empresa notificadora**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No	28	65%
Si	15	35%
<b>Total general</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 5: Utiliza los servicios de alguna empresa notificadora**



**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

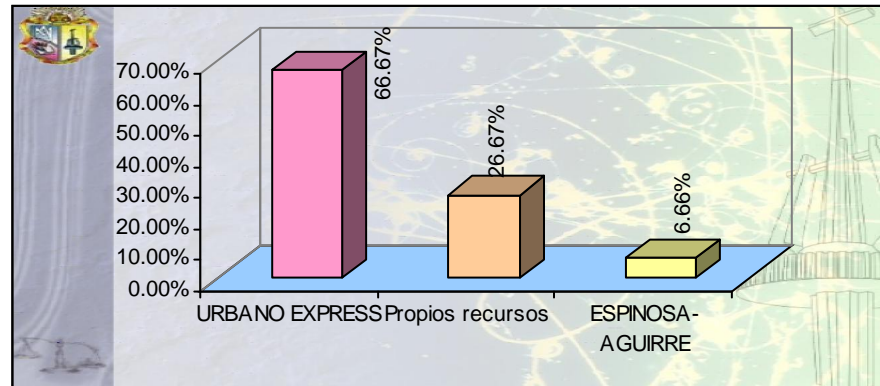
El 65% de empresas que generan documentación para notificación, al momento están utilizando los servicios de alguna empresa notificadora.

**Tabla 9. Empresa notificadora que le da el servicio**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
URBANO EXPRESS	10	66.67%
Propios recursos	4	26.67%
ESPINOSA-AGUIRRE	1	6.66%
<b>Total general</b>	<b>15</b>	<b>100.10%</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 6: Empresa notificadora que le brinda el servicio**

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

Del 15% que si utiliza los servicios de una empresa notificadora (ver Tabla 8), el 65% lo recibe de la empresa Urbano Express, un 26.67% utiliza su propio recurso humano (Municipio, Consejo provincial) y un 6.66% lo recibe de la empresa Espinosa Aguirre (Servicios generales Jet Curier).

**Tabla 10. Cantidad de documentos/mes y no utilizan notificadora**

Opciones	Frecuencia	Subtotal
2	1	2
5	1	5
10	1	10
20	3	60
30	5	150
35	1	35
40	1	40
50	2	100
70	1	70
100	2	200
200	2	400
215	1	215
300	3	900
500	1	500
1500	1	1500
2000	1	2000
5000	1	5000
<b>Total general</b>	<b>28</b>	<b>11,187.00</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

Por otro lado, quienes generan documentos de notificación y no hacen uso de los servicios de una empresa notificadora generan la cantidad mensual de documentos que se anota en la tabla anterior.

Como puede observarse, un total de 28 empresas generan mensualmente once mil ciento ochenta y siete documentos mensuales (11.187) y no están utilizando actualmente los servicios de una empresa notificadora.

Si la respuesta a la pregunta anterior es SI:

3.3.1. ¿Aproximadamente que valor cancela mensualmente por el servicio de notificación?

**Tabla 11. Valor cancelado mensualmente**

Opciones	Frecuencia	Subtotal
10	1	10
100	2	200
120	1	120
130	1	130
300	1	300
500	1	500
800	1	800
1000	1	1000
1200	1	1200
1500	2	3000
2500	1	2500
3000	1	3000
NC	1	
<b>Total general</b>	<b>15</b>	<b>\$ 12,760.00</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

Al analizar la información se constata que quienes realizan el proceso de notificación invierten mensualmente un aproximado de doce mil setecientos sesenta dólares (\$12.760), donde el numero de documentos mensuales mínimo es diez (10) y el máximo de tres mil (3.000).

3.3.2. ¿En qué está pensando cuando hace uso de los servicios de una empresa notificadora? Puede señalar más de una opción.

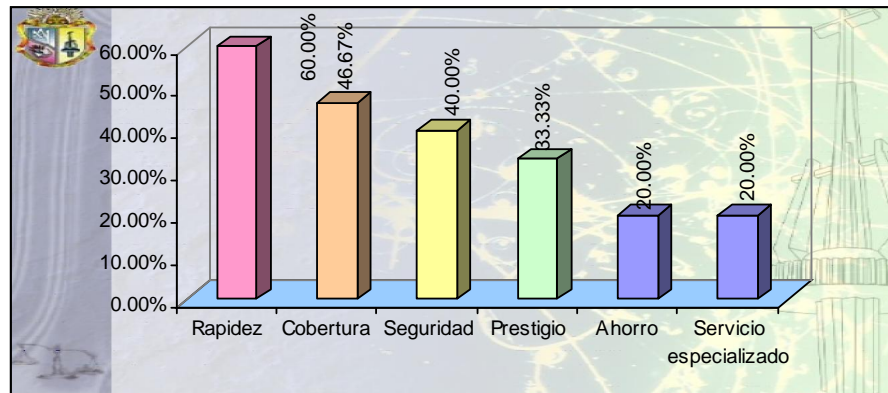
**Tabla 12. Variables que influyen la compra del servicio**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Rapidez	9	60.00%
Cobertura	7	46.67%
Seguridad	6	40.00%
Prestigio	5	33.33%
Ahorro	3	20.00%
Servicio especializado	3	20.00%

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 7: Variables que influyen la compra del servicio**



**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

Quienes si hace uso de los servicios de una empresa notificadora, consideran principalmente en su decisión de compra del servicio, aspectos como: rapidez (60%), cobertura (46.67%) y seguridad (40%).

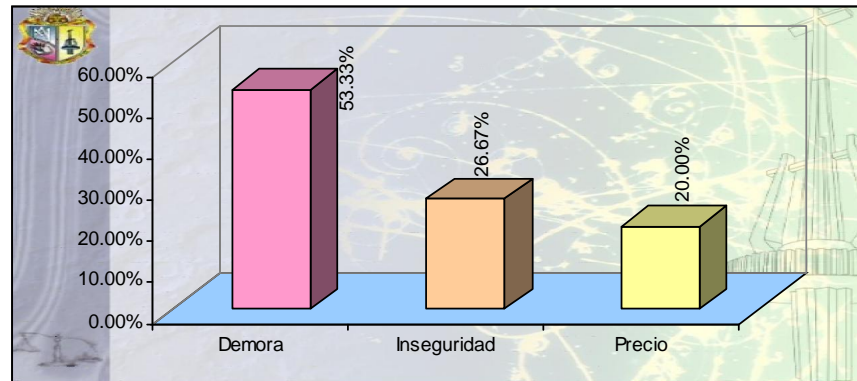
3.3.3. ¿Por qué motivos dejaría de utilizar los servicios de la empresa notificadora?

**Tabla 13. Variables que influyen para dejar el servicio**

Opciones	Frecuencia	Subtotal
Demora	8	53.33%
Inseguridad	4	26.67%
Precio	3	20.00%

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 8: Variables que influyen para dejar el servicio**

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación  
**Elaboración:** La Autora

Por otro lado, la demora (53.33%) constituye el principal motivo que desalentaría a hacer uso de los servicios de una empresa notificadora.

4. Cuánto estaría dispuesta su empresa/institución a pagar por documento entregado, a una nueva empresa notificadora:

**Tabla 14. Valor que pagaría/documento**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
0.5	10	5
1	5	5
0.3	4	1.2
0.4	3	1.2
0.25	2	0.5
0.7	2	1.4
0.8	2	1.6
0.2	1	0.2
0.35	1	0.35
0.45	1	0.45
0.75	1	0.75
NC	19	
<b>Total general</b>	<b>51</b>	<b>17.65</b>
<b>Promedio</b>	<b>32</b>	<b>\$ 0.55</b>

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación  
**Elaboración:** La Autora

Calculado un promedio, se determina que las empresas que generan documentos para notificación, contando a las que utilizan y no utilizan los



servicios de una empresa notificadora en la actualidad, se calcula que estarían dispuestos a cancelar un valor alrededor de los cincuenta y cinco centavos por documento.

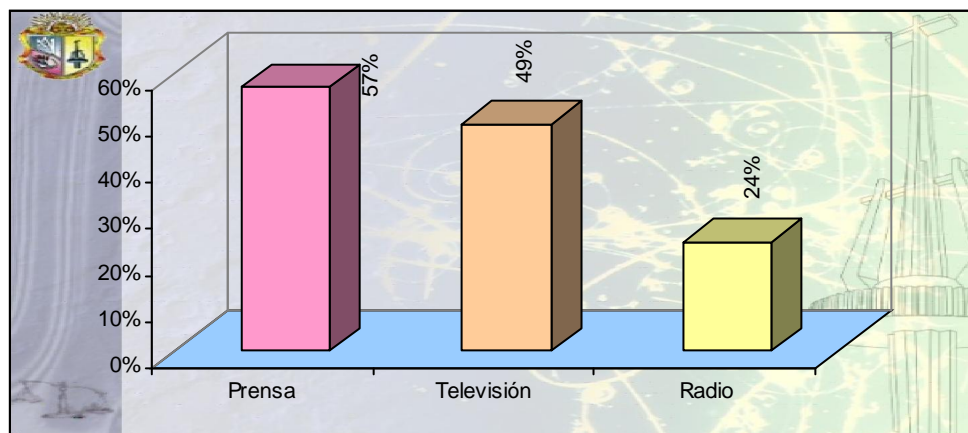
5. Cuál es el medio de comunicación que mas lee, escucha o mira.

**Tabla 15. Medio de preferencia**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	29	57%
Televisión	25	49%
Radio	12	24%

**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación  
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 9: Medio de preferencia**



**Fuente:** Encuesta a empresas que generan documentación para notificación  
**Elaboración:** La Autora

Quienes están involucrados en el proceso de decisión de compra, dan preferencia a medios de comunicación como prensa (57%) y televisión (49%), particularidades que deberán ser consideradas al momento de decidir el medio para promocionar el servicio por parte la nueva empresa notificadora a implantarse.

### 2.1.2.2 Oferta

**Objetivo.-** Conocer el comportamiento de los oferentes de servicios de notificación en la ciudad de Loja.

Para estudiar la oferta, se procedió a investigar que empresas actualmente están ofertando el servicio de notificación puerta a puerta en la ciudad de Loja, a las mismas que se aplicó a sus gerentes una encuesta centrada principalmente en las variables servicio, precio, plaza y promoción (ver Anexo Nro. 4).

**Tabla 16. Oferentes**

Empresas
ESPINOSA-AGUIRRE
URBANO EXPRESS

**Fuente:** Oferentes del servicio de notificación en la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La Autora

En la ciudad de Loja, se identifican dos empresas que prestan el servicio de notificación a domicilio, estas son, la empresa lojana ESPINOSA-AGUIRRE Servicios Generales Jet Courier) y la sucursal de la empresa URBANO EXPRESS. Estos datos se ratifican con los proporcionados por los demandantes según la Tabla 9.

1. ¿Qué servicios presta?. (Puede señalar varias opciones de ser el caso).

**Tabla 17. Servicios ofertados**

Opciones	Empresa	Empresa
Mensajería	URBANO EXPRESS	ESPINOSA-AGUIRRE
Notificación	URBANO EXPRESS	ESPINOSA-AGUIRRE
Paquetería		ESPINOSA-AGUIRRE

**Fuente:** Encuesta a oferentes del servicio de notificación en la ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

En general, este tipo de empresas oferta tres tipos distintos de servicios: Mensajería, notificación y paquetería. Ambas empresas, URBANO EXPRESS y

ESPINOSA-AGUIRRE, ofertan el servicio de Notificación a domicilio, con predominio por parte de la empresa URBANO EXPRESS (ver Tabla 9).

2. ¿Es una Empresa? (Señale solamente una opción).

**Tabla 18. Tipo de empresa**

Empresa	Tipo
ESPINOSA-AGUIRRE	Local
URBANO EXPRESS	Sucursal

**Fuente:** Encuesta a oferentes del servicio de notificación en la ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

La empresa Espinosa-Aguirre (Servicios Generales Jet Courier) es una empresa local que tiene ubicadas sus oficinas en las calles Lauro Guerrero y Maximiliano Rodríguez (esquina), mientras que la empresa URBANO EXPRESS que es una sucursal cuyo cede se encuentra en la ciudad de Quito; en la ciudad de Loja, esta ubicada en la calle Ramón Pinto 06-37 y Colón.

¿Qué tipo de empresa/institución utiliza con mayor frecuencia sus servicios de notificación? (Puede señalar más de una opción).

**Tabla 19. Mayores demandantes**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Financieras	2	100%
Fybeca	1	50%
Porta	1	50%
Seguros	1	50%
Municipio	1	50%
Consejo Provincial	1	50%

**Fuente:** Encuesta a oferentes del servicio de notificación en la ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

Las empresas oferentes del servicio de notificación coinciden en señalar que sus mayores demandantes son las instituciones financieras, seguidas por otras en menor proporción.

## 4. ¿Aproximadamente cuánto factura mensualmente por servicio prestado?

**Tabla 20. Facturación mensual**

<b>Servicios</b>	<b>Monto \$</b>
Mensajería	8400
Notificación	24000
Paquetería	8000
<b>Total general</b>	<b>40400</b>

**Fuente:** Encuesta a oferentes del servicio de notificación en la ciudad de Loja  
**Elaboración:** La Autora

Aunque resultó dificultoso obtener esta información, por el recelo existente en los directivos de estas empresas, se pudo obtener un dato aproximado que el servicio de notificación genera un movimiento mensual de veinte y cuatro mil dólares (24.000).

¿Al prestar el servicio, ¿en qué aspecto pone mayor interés su empresa? (Puede señalar más de una opción).

**Tabla 21. Beneficios a ofertar**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ahorro	2	100%
Cobertura	2	100%
Información inmediata al cliente (WEB)	1	100%
Prestigio	2	100%
Rapidez	2	100%
Seguridad	2	100%
Servicio especializado	2	100%

**Fuente:** Encuesta a oferentes del servicio de notificación en la ciudad de Loja  
**Elaboración:** La Autora

A criterio de los directivos de las empresas oferentes, su servicio está orientado a ofrecer a sus clientes Ahorro, Cobertura, Prestigio, Rapidez, Seguridad y Servicio especializado. Estos aspectos coinciden con aquellos mencionados por los demandantes en la Tabla 12.

## 6. ¿Qué medio de comunicación utiliza para publicitar su servicio?

**Tabla 22. Medio de mayor sintonía**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Auspicios	1	50%
Páginas amarillas	1	50%
Prensa	1	50%
Radio	1	50%

**Fuente:** Encuesta a oferentes del servicio de notificación en la ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

Los oferentes manifiestan que recurren a la prensa escrita y la radio para la promoción de sus servicios, por otro lado también hacen uso de los auspicios como un medio alternativo para promocionarse y las páginas amarillas.

### 2.1.3 Análisis de resultados de oferta y demanda

#### Análisis de la demanda

En el análisis de la demanda, se determinará y cuantificará las fuerzas del mercado que actúan sobre los requerimientos de cada producto en el mercado y se establecerá las oportunidades del producto para satisfacer aquellos requerimientos de los potenciales compradores.

Para establecer la demanda potencial, efectiva y real de los productos de este estudio, se aplicó una investigación de campo a las fuentes primarias (empresas que generan documentación para notificación a domicilio en la ciudad de Loja) con el propósito de conocer sus gustos, preferencias y cantidades del producto demandado, además se estableció criterios sobre calidad, precios, motivación de compra, entre otros.

## Demanda Potencial

“Esta constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado”<sup>11</sup>

Para el cálculo de la demanda potencial y al no existir datos oficiales a nivel local ni nacional respecto del crecimiento o generación anual de nuevas empresas, se procedió a considerar el Índice de Actividad Emprendedora TEA (Total Entrepreneurial Activity) que para el 2008 en el Ecuador es de 17.2%<sup>12</sup> y el porcentaje de empresas que generan documentos para notificación que representa el 84% (de acuerdo a los resultados de la pregunta Nro. 3, Tabla 5).

**Tabla 23: Proyección de la demanda potencial**

<b>AÑO</b>	<b>EMPRESAS (crecimiento) 17.20%</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (Empresas) 84%</b>
0	51	43
1	60	50
2	70	59
3	82	69
4	96	81
5	113	95

**Fuente:** Tasa de actividad emprendedora 2008 por países miembros del GEM y Tabla 5 (empresas que generan documentos para notificación)

**Elaboración:** La autora

Del cuadro se desprende que en el año 2009 (año 0), la demanda potencial es de 43 empresas, considerando la totalidad de empresas que generan documentos para notificación.

<sup>11</sup> Pasaca, Manuel. Formulación y Evaluación de proyectos de inversión, 2007. Pág. 44

<sup>12</sup> Tasa de actividad emprendedora 2008 por países miembros del GEM. En <http://www.iae.edu.ar/SiteCollectionDocuments/Investigacion/GEMGlobalReport2008.pdf>

## Demanda Real

“Esta constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado”<sup>13</sup>

Para el cálculo de la **demanda real** se considera el porcentaje de empresas que a pesar de generar documentos para notificación, al momento no utilizan los servicios de una empresa notificadora, equivale al 65% (de acuerdo a los resultados de la pregunta Nro. 3.3, Tabla 8).

Para calcular la demanda real, se multiplica el valor de la demanda potencial por el 65%, así para todos los años.

**Tabla 24: Proyección de la demanda real**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (Empresas)</b>	<b>DEMANDA REAL (Empresas) 65%</b>
0	43	28
1	50	33
2	59	38
3	69	45
4	81	53
5	95	62

**Fuente:** Tabla 23 y Tabla 8

**Elaboración:** La Autora

## Demanda Efectiva

“La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado, ya que existen restricciones, producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirían que puedan acceder al producto, aunque quisieran hacerlo.”<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Pasaca, Manuel. Formulación y Evaluación de proyectos de inversión, 2007. Pág. 44

<sup>14</sup> Pasaca, Manuel. Formulación y Evaluación de proyectos de inversión, 2007. Pág. 44

En nuestro caso, la **demanda efectiva** esta determinada por el 100% de la demanda real, ya que no existen factores que limiten la demanda.

Para la proyección se decidió tomar como referencia que:

	NRO. EMPRESAS	%	NRO. DOCUMENTOS
No utiliza notificadora	28	65.12%	15594
Son atendidos por 2 empresas	11	25.58%	6125
Tienen su propio RRHH	4	9.30%	2228
	43	100.00%	23947

Esto es: EL 65.12% de empresas no utilizan actualmente los servicios de una notificadora y producen 15.594 documentos mensuales. El 25.58% son actualmente atendidos por las dos empresas existentes en el mercado lojano y producen 6.125 documentos mensuales; mientras que el 9.30% utiliza su propio recurso humano y produce 2.227 documentos por mes (fuente: Tabla 9).

**Tabla 25: Proyección de la demanda Efectiva**

AÑO	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA (100%)	DOCUMENTOS POR MES (15594)	PRODUCCIÓN DOCUMENTOS AL AÑO (12 meses)
0	28	28	15,594	187,128
1	33	33	18,379	220,544
2	38	38	21,163	253,959
3	45	45	25,062	300,741
4	53	53	29,517	354,207
5	62	62	34,530	414,355

**Fuente:** Tabla 24 y Tabla 6

**Elaboración:** La Autora

La columna DOCUMENTOS POR MES se calcula mediante regla de tres: si 28 empresas generan mensualmente 15,594 documentos, ¿33 empresas cuántos documentos producirán? El proceso se repite para todos los años.

El dato 187,128 documentos anuales, resulta de multiplicar 15,594 (documentos mensuales generados por las 28 empresa) X 12 (meses que tiene un año). Lo mismo para el resto de celdas.



### Análisis de la oferta

De la observación realizada, se detectan en Loja a dos empresas que ofertan el servicio de notificación (ver tablas 9 y 16), mismas que en total atienden al 25.58% de las empresas que generan documentación para notificación. El 25.58% se determina considerando que 15 empresas indican que si realizan el proceso de notificación (ver Tabla 8) menos 4 empresas que indican que lo hacen con sus propios recursos ((ver Tabla 9), resultan 11 empresas atendidas por los oferentes locales, que representan aproximadamente el 25.58% respecto del total de empresas que generan documentación para notificación. Así:

$$25.58\% = \frac{15 - 4}{43} * 100$$

**Proyección de la oferta.-** Al no existir datos históricos sobre la oferta de servicios de notificación en nuestro medio, se procede a considerar el mismo dato utilizado para la proyección de la demanda y que corresponde al Índice de Actividad Emprendedora TEA (Total Entrepreneurial Activity) que para el 2008 en el Ecuador es de 17.2%<sup>15</sup>.

Si calculamos el 25.58% del total de documentos mensuales generados por las empresas que si generan documentos para notificación, que es de 23.948, resulta que las dos empresas están atendiendo en total, aproximadamente **6.126** documentos mensuales.

---

<sup>15</sup> Tasa de actividad emprendedora 2008 por países miembros del GEM. En <http://www.iae.edu.ar/SiteCollectionDocuments/Investigacion/GEMGlobalReport2008.pdf>

**Tabla 26: Proyección de la oferta**

AÑO	EMPRESAS	EMPRESAS	PROMEDIO DOCUMENTOS POR MES	PRODUCCIÓN DOCUMENTOS AL AÑO
	(proyectado)	(redondeando)	(6126)	(12 meses)
0	2	2	6,126	73,512
1	2.34	2	6,126	73,512
2	2.75	3	9,189	110,268
3	3.22	3	9,189	110,268
4	3.77	4	12,252	147,024
5	4.00	4	12,252	147,024

**Fuente:** Tabla 16 y Tabla 6

**Elaboración:** La Autora

### **Demanda Insatisfecha**

“Esta constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades del consumidor”.

Para lograr una visión amplia de la relación oferta-demanda que oriente a determinar si existe o no demanda insatisfecha, se procede a continuación a elaborar un cuadro comparativo entre las dos variables:

**Tabla 27: Demanda Insatisfecha**

AÑO	DEMANDA EFECTIVA (Anual)	OFERTA (Anual)	DEMANDA INSATISFECHA (Demanda – Oferta)
0	187,128	73,512	113,616
1	220,544	73,512	147,032
2	253,959	110,268	143,691
3	300,741	110,268	190,473
4	354,207	147,024	207,183
5	414,355	147,024	267,331

**Fuente:** Tabla 25

Tabla 26

**Elaboración.-** La Autora

Como se ha podido apreciar del estudio, existe demanda insatisfecha, específicamente la de las empresas que generando documentación para notificación, al momento no utilizan los servicios de una empresa notificadora.

Hay que señalar que las expectativas son alentadoras desde el punto de vista que incluso existe la posibilidad de brindar servicio a 4 instituciones que al momento están realizando el proceso de notificación utilizando su propio recurso humano (ver Tabla 9).

Por lo expuesto, se concluye que las condiciones para el proyecto en la ciudad de Loja son favorables y por lo tanto es incentivo para continuar con el resto del proyecto.

Con este precedente, la empresa notificadora que se proponga, deberá plantarse como una alternativa innovadora, un servicio que cubra las demandas y expectativas del consumidor actual y que se proyecte a ofrecer beneficios tales como: Rapidez, cobertura y seguridad (ver Tabla 12), en atención a los gustos y preferencias del cliente, sobre la base de que uno de los objetivos del estudio de mercado es determinar la posibilidad de ofrecer un mejor bien o servicio.

## **2.2 PLAN DE MERCADEO**

Para una buena comercialización es importante que la empresa adopte una política de marketing que se base en un plan, para que a través de métodos idóneos la empresa se comuniqué con los clientes del servicio.

Para el cumplimiento de este plan se diseñan estrategias comerciales que orientan a los administradores en la toma de decisiones, las mismas que a continuación se enlistan:

1. Llevar a la práctica la misión empresarial de tal forma que día a día se haga posible el logro de la visión, debiendo constituirse ésta en la principal estrategia.
2. En la empresa, todos deben conocer los beneficios del servicio
3. Atender en forma eficiente y oportuna a los clientes.
4. Adoptar los sistemas de promoción y publicidad que se planifiquen.
5. Ofrecer el servicio en condiciones de seguridad y siempre a tiempo .

Para asegurar la fidelidad del cliente, el servicio deberá mantener estándares de calidad y brindar una atención al cliente bajo un enfoque CRM (Customer Relationship Management  $\cong$  Programas de Fidelización de Clientes).

### 2.2.1 Marketing Mix

“Se refiere a las actividades de marketing (programación del producto, fijación del precio, distribución física, canales de venta, publicidad, venta personal y promoción de ventas), convenientemente proporcionadas, según el caso: o sea, se puede definir como la dosificación de las actividades de mercadotecnia”<sup>16</sup>

#### **PRODUCTO/SERVICIO: Empresa notificadora**

El servicio consiste en el retiro de documentos desde las oficinas de nuestros demandantes, contacto telefónico con clientes y posterior entrega de los documentos a domicilio verificando los datos.

#### **Marca**

Para entrar al mercado se ha decidido crear una marca con un nombre corto, de fácil pronunciación, y fácil de recordar. En lo que respecta al slogan es el resumen de nuestra misión que va acompañado al logotipo que representa la actividad que realizamos.



**Colores.-** los colores que contiene la marca representan:

Color rojo: rapidez (rápido como el fuego)

Color azul celeste: paz, seguridad

Azul Oscuro: Confidencialidad

<sup>16</sup> JABAL Juan, Enciclopedia de Mercadotecnia. 2008. Pág. 22.

**Eslogan.-** Rapidez, seguridad y confidencialidad. Aspectos que los demandantes requieren en la prestación del servicio.

### **Nuestra Empresa**

TAS TAS Notificadora. Se recurre al modismo lojano TAS TAS que significa rapidez en la ejecución del encargo.

#### **2.2.2 Proceso del Servicio**

**Recepción.-** El primer contacto lo tendrá con la Secretaria, misma que se encargará de atenderlo personalmente o solicitará al Gerente (administrador / Marketing) que le ayude con ese cliente.

**Información y Asesoramiento.-** Corresponde informar principalmente acerca de los beneficios de contar con el apoyo de TAS TAS Notificadora, despejando dudas y librando objeciones. Su principal función será asesorar sobre como el potencial cliente puede canalizar su trámite de notificación, de tal manera que asegure el éxito de su entrega. En este proceso el asesor registrará en una matriz, información personal que permita realizar un seguimiento del cliente.

**Recepción de documentación.-** se recabará del cliente los documentos de acompañamiento necesarios para ejecutar la entrega con éxito como: Listado de personas a ser notificadas con sus respectivas direcciones y documento o documentos a entregar.

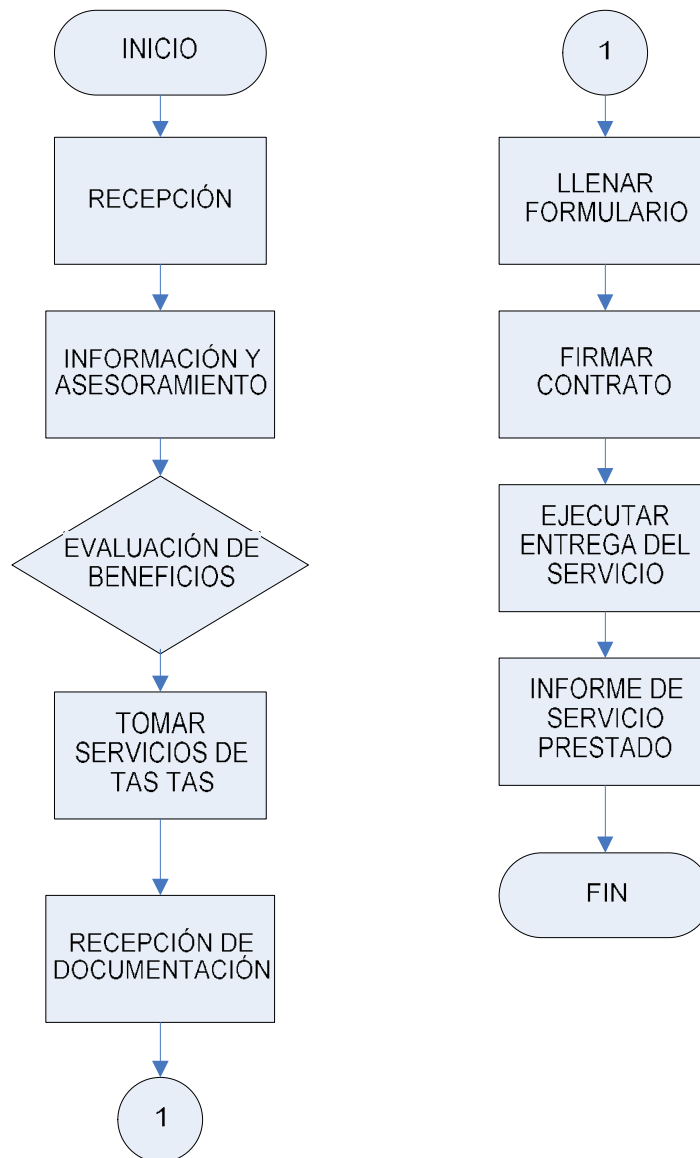
**Formularios.-** Los formularios digitales y/o impresos serán llenados sobre la base de la información proporcionada por el cliente.

**Ejecución de la entrega.-** Los profesionales miembros del equipo de TAS TAS Notificadora ejecutan los procedimientos establecidos en las leyes y reglamentos hasta culminar con el proceso. Los motorizados realizarán todas las

mañanas un cronograma de recorridos y entregas de acuerdo a direcciones consignadas.

**Informe del servicio prestado.-** El proceso culmina cuando el mensajero entrega una copia certificada por la notificadora con el acuso de recibido debidamente firmado, y sellado si el caso lo amerita, a la empresa o persona que contrato el servicio. El ciclo del servicio se describe en el siguiente gráfico:

**Gráfico Nro. 10: Ciclo del Servicio**



**Fuente:** Estimación de pasos a seguir en el servicio en Tas Tas Notificadora  
**Elaboración:** La autora

## **2.2.3 Especificaciones del servicio**

### **NUESTROS SERVICIOS**

#### **Gestoría**

Entregamos sus notificaciones en los hogares u oficinas de sus clientes, para que usted no tenga que trasladarse y no se vea afectado por la ausencia inesperada de alguno de sus gestores o mensajeros.

#### **Entrega de documentos con acuso de recibo**

Entregamos sus notificaciones en las manos de la persona notificada y procedemos a impregnar la rúbrica de la persona receptora para que tenga usted la seguridad de que sus envíos han llegado a su destinatario indicando el día y la hora de recepción.

#### **Asignación de Mensajeros**

Si así lo requiere, podemos asignar a nuestro personal para que se reporte directamente en sus instalaciones y permanezca al servicio de su empresa por el tiempo que dure la realización de la guía de direcciones de notificaciones. Usted tendrá a su disposición personal que ha demostrado su confiabilidad y seriedad.

#### **Notificación Automática por Correo Electrónico**

Si usted lo desea, nuestro sistema de información le enviará una notificación automática a su cuenta de correo electrónico para informarle del particular. Este servicio no tiene ningún costo adicional.

## **GARANTÍA DE SATISFACCIÓN**

### **Política de Calidad**

Lograr la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas de los clientes con objetivos de competitividad, productividad y crecimiento. Para tal fin se asegurarán estándares de calidad en los procesos de logística y comunicación, mediante la aplicación de buenas prácticas relacionadas con mejoramiento continuo, además de contar con un talento humano comprometido e idóneo.

Nuestros servicios están respaldados por nuestra garantía de satisfacción: sólo facturamos las entregas realizadas a plena satisfacción del cliente.

### **Servicio Profesional**

Nuestro personal será capacitado para tratar con cortesía y profesionalismo a las personas con las que tengan contacto para entregar la notificación. Con nosotros, la imagen y reputación de su empresa está en buenas manos.

### **Cobertura**

Ofrecemos nuestros servicios en la zona urbana y rural de la ciudad de Loja.

### **Precios Competitivos**

Le ofrecemos tarifas competitivas en todos nuestros servicios. Pregunte a nuestros ejecutivos (Secretaria o Marketing) o solicite una cotización por correo electrónico.



## Requisitos y trámites para acceder a nuestros servicios

### Requisitos

- **Personas Naturales**

1. Copia Cédula de identidad
2. Copia del Registro único de contribuyente RUC
3. Nombres y apellidos de las personas a ser notificadas con su respectivo número de cédula.
4. Dirección con calles, número de casa, teléfono de su domicilio y del lugar donde labora si el caso de entrega lo amerita y de tener correo electrónico.

- **Personas Jurídicas**

1. Copia del Registro Único de Contribuyente RUC
2. Comunicación suscrita por el representante legal constando:
  - Dirección domiciliaria
  - Número telefónico
  - Nombres y apellidos de personas a ser notificadas y números de cédula de identidad

- **Instituciones del Sector Público**

1. Oficio suscrito por representante legal, constando:
  - Nombres y apellidos de personas a ser notificadas y números de cédula de identidad
  - Dirección de la persona o de la institución
  - Número telefónico

Antes de realizar la respectiva notificación, se deben llenar y firmar los formularios provistos por nuestros asesores (ver Anexo Nro. 5).

## PRECIO

El precio por la entrega de documentos se fijará tomando en consideración los adoptados por la competencia, utilizando márgenes de utilidad razonables de acuerdo al servicio ofrecido y a la condición de ser una empresa nueva en la localidad.

## PLAZA

El mercado objetivo de Tas TAS Notificadora lo constituye la zona urbana y rural de la ciudad de Loja.

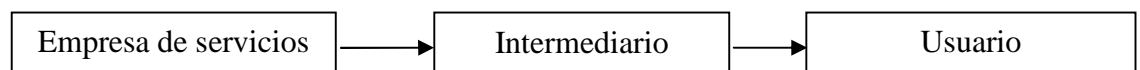
### A. Determinación de miembros participantes

Los miembros que participarían en los canales de distribución serían los que a continuación se señalan:

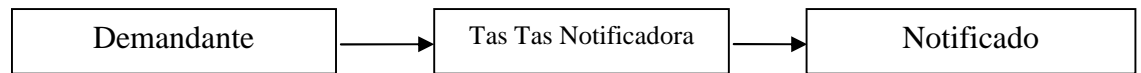
- **Empresa:** Tas Tas Notificadora
- **Comercializadora:** Tas Tas Notificadora a través de motorizados.
- **Cliente final:** Personas naturales o jurídicas de la ciudad de Loja que necesiten notificar a personas o empresas.

### B. Selección de canal

El canal de distribución a ser utilizado será:



Esto es:



## PROMOCIÓN

Para dar a conocer los servicios que ofertamos es necesario iniciar una intensa campaña de promoción y publicidad. A continuación se detalla un cronograma de actividades a llevarse a cabo para dicho efecto.

Objetivos Publicitarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer los beneficios de contar con el apoyo de Tas Tas NOTIFICADORA</li> <li>• Posicionar la marca en la mente del cliente</li> <li>• Realizar las ventas del servicio</li> </ul>
Estrategia (s) Publicitarias (s)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llegar al mercado meta: a través de publicaciones en el diario de mayor circulación en la ciudad, dando a conocer la existencia del servicio y sus beneficios; los noticieros televisivos y radiales, locales, que son vistos y escuchados por la mayoría de demandantes de nuestro servicio.</li> <li>• Realizar acercamientos directos con gerentes generales y personal encargado en empresas que ameriten realizar notificaciones.</li> </ul>
Medios publicitarios <sup>17</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diario LA HORA. Publicación ¼ de página a full color en la revista gente.</li> <li>• Medio televisivo local: ECOTEL, noticiero de la mañana.</li> <li>• Radio local: Poder. Noticiero del medio día.</li> </ul>

<sup>17</sup> Estudio de Mercado. Ver Anexo Nro 1.

## **2.3 ESTUDIO TÉCNICO**

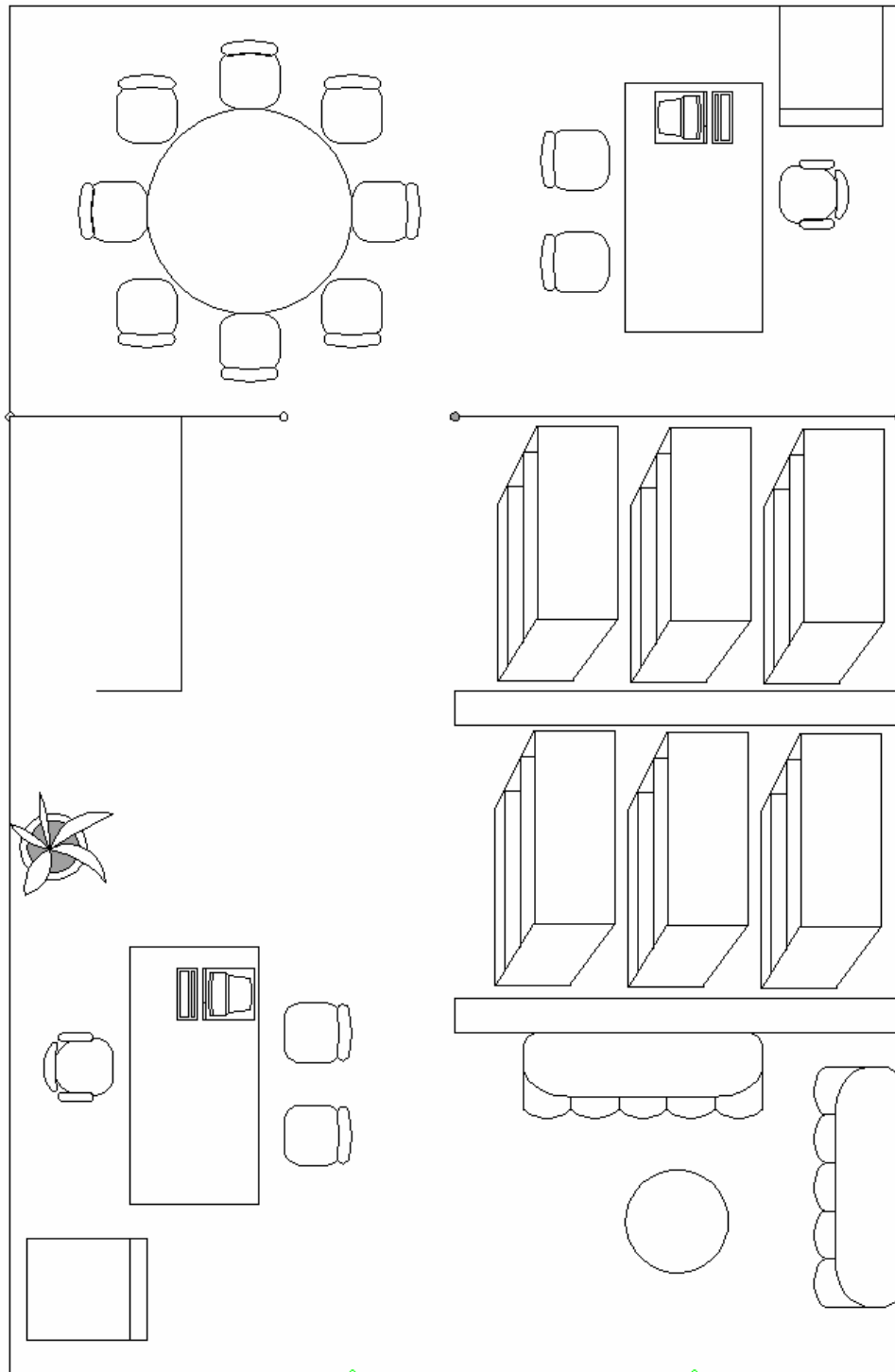
### **2.3.1 Instalaciones**

Las instalaciones de la oficina notificadora estarán adecuadas conforme los requerimientos del servicio a ofrecer. Es decir estarán ubicadas en un lugar céntrico de la ciudad

Se instalarán módulos para ofrecer asesoría a las personas que lo soliciten y se pondrá una división de ambiente para contar con una oficina privada para la gerente/administradora. De igual manera se realizarán las instalaciones tecnológicas respectivas.

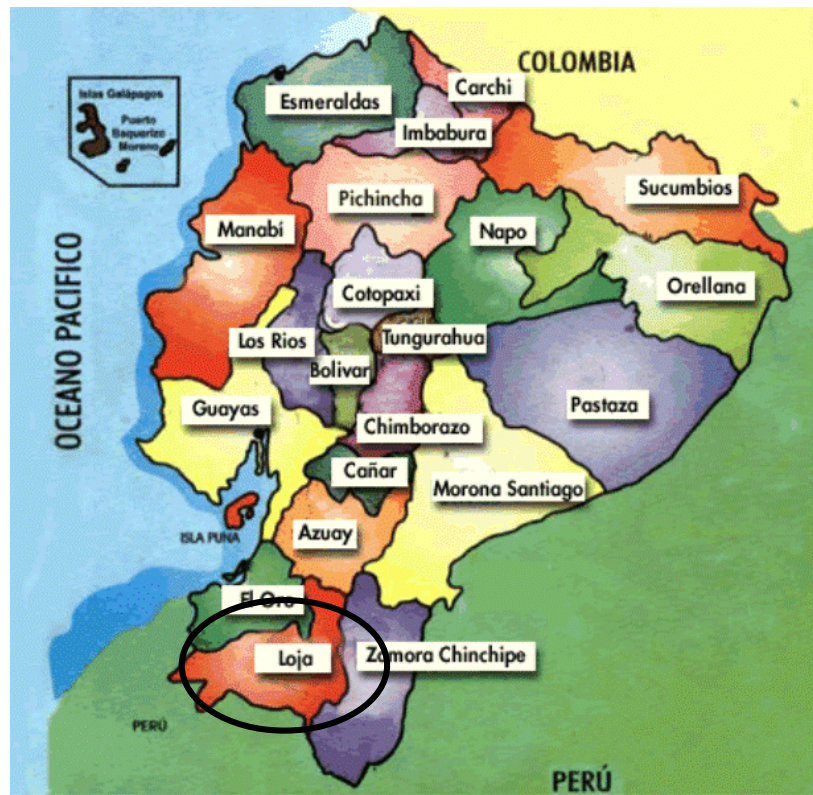
### **2.3.2 Distribución de las oficinas**

El área física para el funcionamiento de la empresa estará distribuida de la siguiente manera: Área administrativa (oficinas) y baño, con un total de 60m<sup>2</sup>. La organización física de TAS TAS NOTIFICADOARA se distribuirá en dos ambientes; uno destinado a gerencia, secretaría y sala de estar, y el otro donde se instalarán perchas como repositorios de documentos; separados por paneles, cuidando de dejar espacio suficiente para la libre circulación de las personas. La distribución física se muestra en la Gráfico Nro 11:

**Gráfico Nro. 11: Distribución Física**

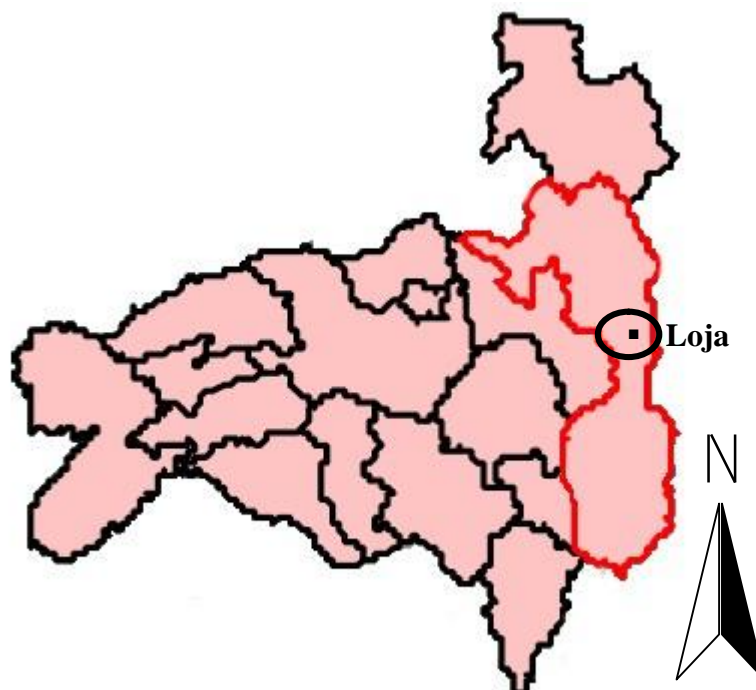
### 2.3.3 Macro Localización

Mapa Político del Ecuador

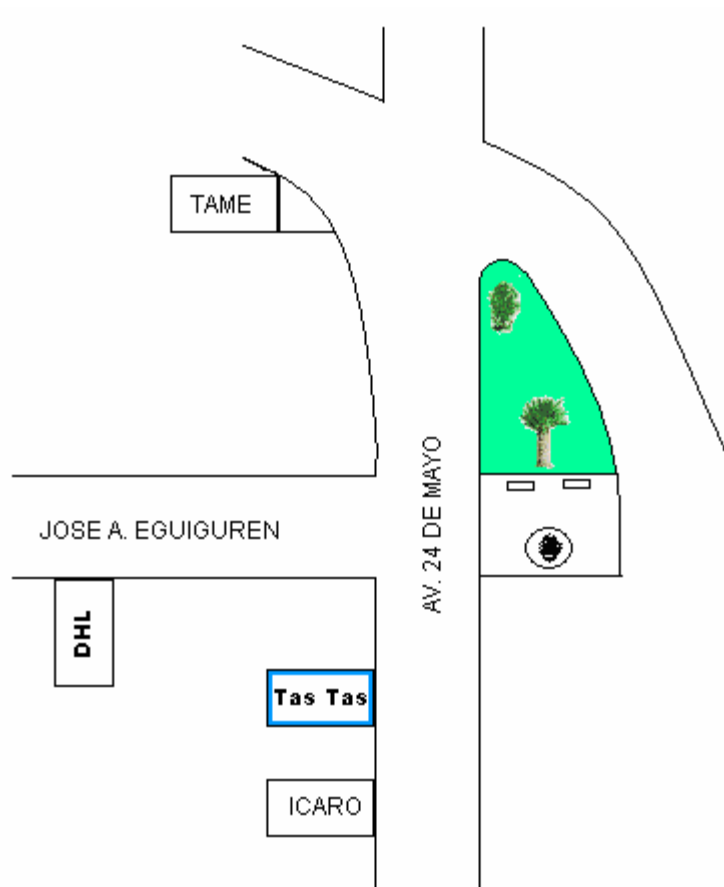


### 2.3.4 Micro localización:

Mapa Político de Loja



### 2.3.5 Localización



### 2.3.6 Capacidad Instalada y Utilizada

Con respecto a la capacidad, el estudio de mercado determinó una demanda insatisfecha de 147,032 documentos al año, para el primer año de funcionamiento de la empresa (ver Tabla 27) de la cual se ha propuesto cubrir el 40% que representa el 58,813 documentos anuales, llegando a abarcar el 48% al quinto año de operación; esto es 128,319 documentos anuales (ver Tabla 28).

En cuanto a la capacidad a utilizarse, para el primer año se pretende cubrir el 46% de su capacidad instalada y para los años restantes se plantea un incremento proporcional del 2% hasta llegar a su capacidad máxima (48% de la demanda insatisfecha).

**Tabla 28: Capacidad instalada y utilizada**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>% A CUBRIR</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA %</b>
0	113,616			
1	147,032	40%	58,813	46%
2	143,691	42%	60,350	47%
3	190,473	44%	83,808	65%
4	207,183	46%	95,304	74%
5	267,331	48%	128,319	100%

**Fuente:** Tabla 27

**Elaboración:** La autora

### 2.3.7 Recurso Humano requerido

Para el funcionamiento de TAS TAS NOTIFICADORA se necesitará del siguiente recurso humano:

- 1 Gerente (que cumple además funciones de administración y marketing).
- 1 Secretaria - contadora
- 2 Motorizados (Notificadores)

El Gerente realizará visitas al sector empresarial.

## 2.4 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

### 2.4.1 Nombre de la Empresa

**Nombre Comercial:** Tas Tas Notificadora

**Nombre Legal:** MFD Notificadora. Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, entrega de notificaciones.

**Domicilio:** Provincia de Loja, Cantón Loja, Av. 24 de Mayo entre José Antonio Eguiguren y 10 de Agosto.



## **2.4.2 Descripción de la Empresa**

Tas Tas Notificadora es una empresa de servicios de entrega de notificaciones que se plantea cubrir el mercado de la ciudad de Loja. Nuestros clientes serán personas naturales o jurídicas dedicadas al comercio y/o producción de servicios que necesitan realizar servicio de notificación puerta a puerta a sus clientes.

El segmento de mercado que cubrirá Tas Tas Notificadora estará conformado por empresas de servicios: Financiera, Seguros, Internet, SRI, Televisión prepagada, Agencias de Viajes, Consejo Provincial, Empresa eléctrica, entre otras que requieren hacer llegar notificaciones a sus clientes y usuarios.

El servicio que Tas Tas notificadora entregue estará orientado a ofrecer a sus clientes rapidez, seguridad y confidencialidad, que asegure su fidelidad.

## **2.4.3 Misión y Visión de la Empresa**

### **Misión**

Brindar al empresario lojano servicios de notificación puerta a puerta, ofreciendo rapidez, seguridad y confidencialidad en el servicio. Generando a través de éste servicio ingresos suficientes para garantizar la estabilidad laboral y mejorar el estilo de vida de nuestros colaboradores, produciendo utilidades que gratifiquen el esfuerzo de inversión del accionista”.

### **Visión**

Convertirse en el mediano plazo en el principal proveedor de servicios de notificación; abarcando la demanda insatisfecha de la ciudad Loja.

#### **2.4.4 Objetivos de la Empresa**

- Realizar la entrega de notificación puerta a puerta.
- Buscar siempre la satisfacción del cliente
- Poner en práctica estrategias modernas de administración en lo relacionado a negocios de servicios.
- Mantener una excelente relación con el cliente asegurando la entrega de su notificación.

#### **2.4.5 Estructura Organizativa**

##### **Niveles Jerárquicos**

Tas Tas Notificadora se instituye de acuerdo a los siguientes niveles: Nivel Directivo ejercido por el Gerente (con funciones de Administrador - Marketing); Nivel Asesor, representado por el Asesor Jurídico; Nivel de Apoyo ejecutado por la secretaria y Nivel Operativo conformado por los motorizados; todos sujetos a lo que disponen las leyes y reglamentos.

##### **El Nivel Directivo**

Tomará decisiones sobre las actividades básicas relacionadas a su competencia y que se encuentran consignadas en la Ley y reglamentos, ejerciendo su autoridad para lograr su cabal cumplimiento. Es de su responsabilidad proponer normas técnicas y lineamientos básicos para la vida administrativa de Tas Tas Notificadora, cuyas directrices se encuentran plasmadas en la misión, visión, objetivos estratégicos y el respectivo manual de funciones.

##### **El Nivel Asesor**

El Nivel Asesor constituye la instancia de consulta y asesoramiento para la toma de decisiones del Nivel Directivo, esta representado por el asesor jurídico.

### **Nivel de Apoyo (Auxiliar)**

El Nivel de Apoyo se encarga de desarrollar actividades para el adecuado y eficiente funcionamiento de los demás niveles en el cumplimiento de la finalidad y objetivos empresariales. Pertenece a este nivel la Secretaria General.

### **El Nivel Operativo**

El Nivel Operativo se encarga de la ejecución de las actividades básicas de Tas Tas Notificadora, llevando a cabo las disposiciones emanadas del nivel directivo referentes a actividades y proyectos relacionados con el accionar mismo de la empresa; esta constituido por los motorizados.

### **2.4.6 Manual de Funciones**

“El elemento que constituye la base de una correcta organización es el manual de funciones. Del mismo modo que el objetivo de los organigramas es el de presentar áreas de responsabilidad claras y, eventualmente, niveles jerárquicos, los manuales tienen por objeto indicar por escrito a cada elemento humano lo que se espera de él en materia de funciones, tareas, responsabilidad, autoridad, comunicación e interrelaciones dentro y fuera de la empresa”.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Enciclopedia de la Pequeña y Mediana Empresa, Pág. 397

<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Gerente (Administrador / Marketing)
<b>DEPENDENCIA:</b>	Tas Tas Notificadora
<b>SUPERVISA A:</b>	Secretaria – Motorizados
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa. Así mismo desempeñar todas las actividades relacionadas al director de Marketing.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con las disposiciones generales de la ley, políticas y reglamentos específicos de la empresa.</li> <li>- Planificar cursos de capacitación permanentes para todos los colaboradores de la empresa.</li> <li>- Desarrollar funciones inherentes al cargo de director de Marketing.</li> <li>- Hacer contactos personales con todos los gerentes/personal encargado, de los clientes potenciales.</li> <li>- Firmar contratos con los clientes</li> <li>- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando.</li> <li>- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la resolución de los problemas inherentes al cargo.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formación profesional, graduado en el área de Administración de empresas, Marketing, o afines.</li> </ul> </li> <li>• <b>CAPACITACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cursos realizados: gestión empresarial, administración de personal, mercadeo, finanzas, internet, motivación, liderazgo, entre otros.</li> </ul> </li> </ul>	

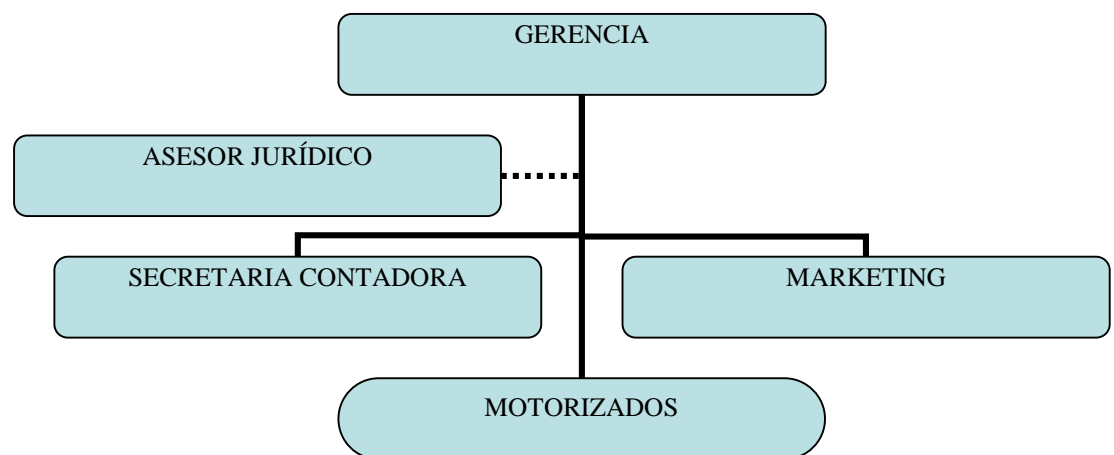
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Secretaria / Contadora
<b>DEPENDENCIA:</b>	Gerencia
<b>SUPERVISA A:</b>	Motorizados
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Realizar labores de secretaria-recepcionista, asesor de ventas y llevar el registro de las transacciones contable de Tas Tas notificadora.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redactar y digitar todo tipo de correspondencia como oficios, memorándum, circulares, cartas de venta.</li> <li>- Tramitar órdenes, controles y más documentos de la empresa.</li> <li>- Atender al público que solicite información y concretar entrevistas con la gerente de la empresa y motorizados.</li> <li>- Llevar la contabilidad de Tas Tas Notificadora.</li> <li>- Mantener archivos de la correspondencia enviados y recibidos.</li> <li>- Emitir informes al Gerente cuando éste lo requiera.</li> <li>- Mantener actualizada la base de datos de clientes potenciales y realizarles el seguimiento respectivo.</li> <li>- Llenar el formulario para entrega recepción de notificaciones.</li> <li>- Sellar los formularios de entrega-recepción de las notificaciones.</li> <li>- Pagar sueldos más viáticos a los motorizados.</li> <li>- Emitir las respectivas facturas por servicio prestado.</li> <li>- Controlar la asistencia del personal con un libro destinado para el efecto.</li> <li>- Ejercer su trabajo con eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.</li> <li>- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formación profesional en Contabilidad y Auditoría.</li> </ul> </li> <li>• <b>CAPACITACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Haber participado en cursos de relaciones humanas, recursos humanos, motivación y liderazgo, internet, tributación.</li> </ul> </li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Un año en labores inherentes al cargo.</li> </ul> </li> </ul>	

<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Director de Marketing.
<b>DEPENDENCIA:</b>	
<b>SUPERVISA A:</b>	Secretaría-contadora y motorizados
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de marketing de la empresa.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar planes de marketing.</li> <li>- Establecer el cronograma de publicidad.</li> <li>- Visitar a todos los potenciales clientes de la empresa.</li> <li>- Realizar estudios de mercado para determinar el comportamiento de mercado.</li> <li>- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la resolución de los problemas inherentes al cargo.</li> <li>- Crear una buena imagen de la empresa a nivel local, regional y nacional.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formación profesional, graduado en el área de Administración de Empresas o Marketing</li> </ul> </li> <li>• <b>CAPACITACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cursos realizados mercadeo, internet, motivación y liderazgo, comunicación audiovisual, entre otros.</li> </ul> </li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 2 años en labores inherentes al cargo.</li> </ul> </li> </ul>	

<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>	Motorizados
<b>DEPENDENCIA:</b>	Gerente, Secretaría
<b>SUPERVISA A:</b>	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	
Realizar labores de entrega puerta a puerta de notificaciones.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retirar las notificaciones de la empresa que solicite el servicio de notificación puerta a puerta.</li> <li>- Distribuir las notificaciones puerta a puerta.</li> <li>- Hacer firmar el acta de entrega-recepción de las notificaciones.</li> <li>- Entregar una copia del reporte firmado de entrega-recepción a la secretaria.</li> <li>- Proporcionar a los potenciales clientes la información que requieran respecto del servicio que oferta Tas Tas Notificadora.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bachiller en educación media.</li> </ul> </li> <li>• <b>CAPACITACIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conocimiento de computación</li> <li>➤ Cursos de Relaciones Humanas</li> <li>➤ Cursos de atención al cliente.</li> </ul> </li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Actividades similares al cargo.</li> </ul> </li> </ul>	

### 2.4.7 Organigrama

“Es una sinopsis o esquema de organización gráfica, en el que se detalla la estructura administrativa y técnica, los distintos órganos y funciones de la empresa, la jerarquía y la coordinación entre los distintos departamentos, así como la definición de los responsables que deben llevar a cabo cada una de las funciones señaladas”.<sup>19</sup>



### 2.4.8 Aspectos Legales

La empresa va a constituirse como una **EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**<sup>20</sup>; por ser la que más se ajusta a la característica de la Inversionista. Este tipo de Compañía se incorpora a la legislación ecuatoriana con la expedición de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, promulgada en el registro oficial Registro Oficial No. 196 de 26 de enero de 2006.

**Concepto:** “La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios

<sup>19</sup> IBIDEM, Pág. 404

<sup>20</sup> Registro Oficial No. 196 de 26 de enero de 2006. Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada



separados. Deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, y podrá desarrollar cualquier actividad económica que no estuviera prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto de capital que hubiere destinado para ello.”<sup>21</sup>

#### **Características:**

- Se constituye por una sola persona.
- El capital inicial de la empresa estará constituido por el monto total del dinero que la gerente-propietaria hubiere destinado para la actividad de la misma.
- Deberá registrarse en el registro mercantil de su domicilio principal.
- La persona natural a quien pertenece se llama “gerente propietaria”

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal. La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietaria, al que en todo caso se agregará la expresión “Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada” o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa. Es por ello que se ha denominado como: **MFD NOTIFICADORA Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, entrega de notificaciones.**

#### **2.4.9 Definición y Régimen de Constitución de la Empresa**

Se ha considerado la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada ya que es la que mejor se adapta a los intereses de la inversionista y además tiene características relevantes (ya mencionadas) que se identifican con el tipo de negocio a emprenderse.

---

<sup>21</sup> IBIDEN 12.

### **Trámites de Implantación**

Para poder implantar Tas Tas Notificadora, la Gerente propietaria que es a la vez la administradora del negocio, deberá cubrir los siguientes requisitos:

- Hacer escritura de constitución
- Inscribir la empresa en el Registro Mercantil del domicilio
- Abrir una cuenta en un banco bajo la designación especial de “Cuenta de integración de Capital”
- Obtener el RUC.

### **Trámites Laborales**

Una vez que se haya abierto Tas Tas Notificadora, se deberá hacer lo siguiente:

- Sacar el permiso de funcionamiento en el I. Municipio del cantón Loja.
- Tramitar la documentación de empleados y trabajadores para las aportaciones al IESS.

## **2.5 INVERSIONES: COSTOS DE OPERACIÓN E INGRESOS**

### **2.5.1 Inversiones**

Los requerimientos para poner en marcha el proyecto de Tas Tas Notificadora, en lo que se refiere a activos y personal, se presentan en los siguientes cuadros:

#### **Equipos e Instalaciones**

**Los equipos de computación** a ser adquiridos para la administración de la información responderán a las necesidades de Tas Tas Notificadora en cuanto a administración de la información, contabilidad, potenciales clientes; y, demás documentos propios de la gestión del servicio y la venta. La conexión a Internet

permitirá un acceso rápido a la información generada y/o recabada por Tas Tas Notificadora.

**Tabla 29: Adecuaciones e instalaciones**

DESCRIPCIÓN	U. medida	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
División	m2	22	25	550
Red inalámbrica de PC	u	4	30	120
<b>Total:</b>				<b>670</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio

**Elaboración:** La autora

**Tabla 30: Derechos de servicios básicos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Internet	1	56	56
Línea telefónica	1	136	136
<b>Total:</b>			<b>192</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio

**Elaboración:** La autora

**Tabla 31: Equipos de administración y venta**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	599.00	1198.00
Impresora	2	54.00	108.00
Calculadora	4	3.00	12.00
Teléfono	4	54.00	216.00
Perforadora	2	2.00	4.00
Engrapadora	2	2.50	5.00
<b>Total:</b>			<b>1543.00</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio

**Elaboración:** La autora

**Tabla 32: Muebles y enseres de Administración y Ventas**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	120.00	120.00
Escritorios pequeños	1	75.00	75.00
Sillón ejecutivo	1	90.00	90.00
Silla tipo secretaria	1	20.54	20.54
Silla regular	12	17.00	204.00
Archivador	2	102.00	204.00
Sillón de espera	2	220.00	440.00
Mesa de reuniones	1	120.00	120.00
Perchas	6	45.00	270.00
Mesa de centro	1	35.00	35.00
<b>Total:</b>			<b>1578.54</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio

**Elaboración:** La autora

## 2.5.2 Ingresos y Gastos

### Inversiones

Es el “monto de dinero que se ha estimado para cubrir los costos que demanda el presente proyecto para su implementación, incluido el financiamiento para los tres primeros meses de ejecución”<sup>22</sup>.

### Activos:

- **Activos Fijos.-** “Es aquel que esta constituido por el conjunto de elementos tangibles e intangibles destinados a servir, de forma duradera, a la actividad de la empresa y que generalmente no se destinan a la venta”<sup>23</sup>.

**Tabla 33: Activos Fijos**

RUBRO	P/T
Adecuaciones	670
Equipo de oficina	1543.00
Muebles y enseres	1578.54
Sistema	500
<b>Total:</b>	<b>4291.54</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio y Anexo Nro. 2

**Elaboración:** La autora.

- **Activos diferidos.-** “Bajo este rubro se agrupan los valores ocasionados en la fase previa a la ejecución del plan de negocios”<sup>24</sup>.

**Tabla 34: Activos Diferidos**

RUBRO	P/T
Estudios preliminares	1000
Regulaciones legales	291
Derechos de servicios básicos	192
<b>Total:</b>	<b>1483</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio y anexo Nro. 2

**Elaboración:** La autora.

<sup>22</sup> Miranda, Juan. Gestión de proyectos. 2007. Pag. 405

<sup>23</sup> IBIDEM 22. Pág. 381

<sup>24</sup> IBIDEM 22. Pág. 381

### 2.5.3 Capital de operación

“Es el monto de capital que la empresa destina para cubrir los costos de operación de los 3 primeros meses de funcionamiento de la empresa, bajo el supuesto de que en ese periodo aún no genera ingresos suficientes”<sup>25</sup>.

**Tabla 35: Capital de operación**

RUBRO	TABLAS	P/T
Gastos administrativos	52	5,869.72
Gastos de venta	66	1,267.92
<b>Total:</b>		<b>7,137.64</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio y Anexo Nro. 2

**Elaboración:** La autora.

**Tabla 36: Inversiones**

DESCRIPCIÓN	TABLAS	SUBTOTAL	TOTAL
<b>Activos fijos</b>			<b>4291.54</b>
Adecuaciones	29	670.00	
Equipo de oficina	46	1,543.00	
Muebles y enseres	47	1578.54	
Sistemas	48	500.00	
<b>Activos diferidos</b>			<b>1,483.00</b>
Estudios preliminares	49	1,000.00	
Regulaciones legales	50	291.00	
Derechos de servicios básicos	51	192.00	
<b>Capital de operación</b>			<b>7,137.64</b>
Gastos Administrativos	52	5,869.72	
Gastos de ventas	66	1,267.92	
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>		<b>12,912.18</b>	<b>12912.18</b>

**Fuente:** Cotizaciones del medio y Anexo Nro. 2

**Elaboración:** La autora.

**Tabla 37: Inversiones**

RUBRO	VALOR TOTAL
Activos fijos	4,291.54
Activos diferidos	1,483.00
Capital de operación	7,137.64
5% IMPREVISTOS	645.61
<b>TOTAL:</b>	<b>13,557.79</b>

**Fuente:** Tabla 36

**Elaboración:** La autora.

<sup>25</sup> Baca, Gabriel. Evaluación de proyectos. 2008. Pág. 139

### 2.5.3.1 Financiamiento

El total de la inversión para el presente proyecto es de \$13,557.79 (Trece mil quinientos cincuenta y siete dólares con setenta y nueve), para lo cual se pretende buscar fuentes de financiamiento propias y ajenas. Con respecto al crédito, se ha considerado al Banco Nacional de Fomento (BNF), ya que concede créditos productivos a cinco años plazo, 5% de interés y un monto máximo de \$5000 dólares.

**Tabla 38: Financiamiento**

DESCRIPCIÓN	MONTO	TOTAL	PORCENTAJE
Propio	13,557.79	8,812.56	65%
Ajeno		4,745.23	35%
Total:		13,557.79	100%

**Fuente:** Cotizaciones BNF ver amortización en Anexo Nro. 2

**Elaboración:** La autora.

## 2.6 ESTADOS FINANCIEROS

### 2.6.1 Costos de Operación

Se determinan los costos de operación del proyecto que incluyen las adecuaciones que se realizarán en el 1er. año para cubrir la demanda insatisfecha del primero al quinto año.

El presupuesto se ha proyectado para cinco años de vida útil y para su cálculo se considera un incremento anual por efectos de inflación 5,41% que es la inflación que se registra en el mes de mayo de 2009.

**Tabla 39: Costos de operación proyectados**

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
Depreciaciones	545.27	545.27	545.27	545.27	545.27
Mantenimiento de Equipos	180.00	189.74	200.00	210.82	222.23
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>725.27</b>	<b>735.01</b>	<b>745.28</b>	<b>756.10</b>	<b>767.50</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Remuneraciones	14,759.68	15,558.18	16,399.88	17,287.11	18,222.34
SOAT motorizados	92.50	97.50	102.78	108.34	114.20
Suministros de Oficina	207.30	218.51	230.34	242.80	255.93
Arriendo de oficina	6,000.00	6,324.60	6,666.76	7,027.43	7,407.62
Teléfono	300.00	316.23	333.34	351.37	370.38
Útiles de aseo	15.00	15.81	16.67	17.57	18.52
Energía Eléctrica	300.00	316.23	333.34	351.37	370.38
Agua	120.00	126.49	133.34	140.55	148.15
Internet	345.36	364.04	383.74	404.50	426.38
Amortización Activos Diferidos	494.33	494.33	494.33	0.00	0.00
Amortización de Sistemas	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>22,734.17</b>	<b>23,931.94</b>	<b>25,194.50</b>	<b>26,031.04</b>	<b>27,433.91</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Amortización de Crédito	858.77	901.70	946.79	994.13	1,043.84
Intereses	237.26	194.32	149.24	101.90	52.19
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>1,096.03</b>	<b>1,096.03</b>	<b>1,096.03</b>	<b>1,096.03</b>	<b>1,096.03</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Publicidad	1,267.92	1,336.51	1,408.82	1,485.04	1,565.38
Movilización	2,640.00	2,782.82	2,933.37	3,092.07	3,259.35
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>3,907.92</b>	<b>4,119.34</b>	<b>4,342.19</b>	<b>4,577.11</b>	<b>4,824.73</b>
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>27,738.12</b>	<b>29,147.30</b>	<b>30,632.73</b>	<b>31,704.17</b>	<b>33,354.66</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>28,463.40</b>	<b>29,882.32</b>	<b>31,378.00</b>	<b>32,460.27</b>	<b>34,122.17</b>

Fuente: Tablas 35, 36 37 y las del Anexo Nro. 2

Elaboración: La autora.

## 2.6.2 Ingreso por Ventas

Los ingresos son las proyecciones de la venta que se percibirá como pago por servicios en los cinco años de vida útil del proyecto.

Para determinarlos se ha procedido a calcular el ingreso anual proyectado sobre la base a la demanda proyectada y el costo promedio por entrega de notificación que es de \$0,55.

**Tabla 40: Ingresos por ventas**

<b>AÑO</b>	<b>COSTO PROMEDIO POR TRÁMITE</b>	<b>NRO. DOCUMENTOS A CUBRIR (anual)</b>	<b>VENTAS</b>
1	0.55	58,813.00	32,347.15
2	0.58	60,350.00	34,988.21
3	0.60	83,808.00	50,191.51
4	0.62	95,304.00	58,959.84
5	0.64	128,319.00	82,004.26

**Fuente:** Estudio de mercado y proyecciones

**Elaboración:** La autora.

### 2.6.3 Puntos de Equilibrio

Para determinar las ventas mínimas y la capacidad que se debe utilizar para que el proyecto empiece a generar una utilidad, es necesario determinar los costos fijos y variables, aplicando las respectivas fórmulas matemáticas, a continuación se presentan dichos cálculos para los años 1, 3 y 5:

**Tabla 41: Punto de equilibrio**

<b>AÑOS / COSTOS</b>	<b>FIJO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>	<b>VTA. TOTAL</b>	<b>PE Capac.</b>	<b>PE Ingresos</b>
AÑO 1	25,742.82	2,720.58	28,463.40	32,347.15	86.89	28,106.75
AÑO 3	28,355.09	3,022.91	31,378.00	50,191.51	60.11	30,172.30
AÑO 5	30,763.33	3,358.84	34,122.17	82,004.26	39.12	32,077.19

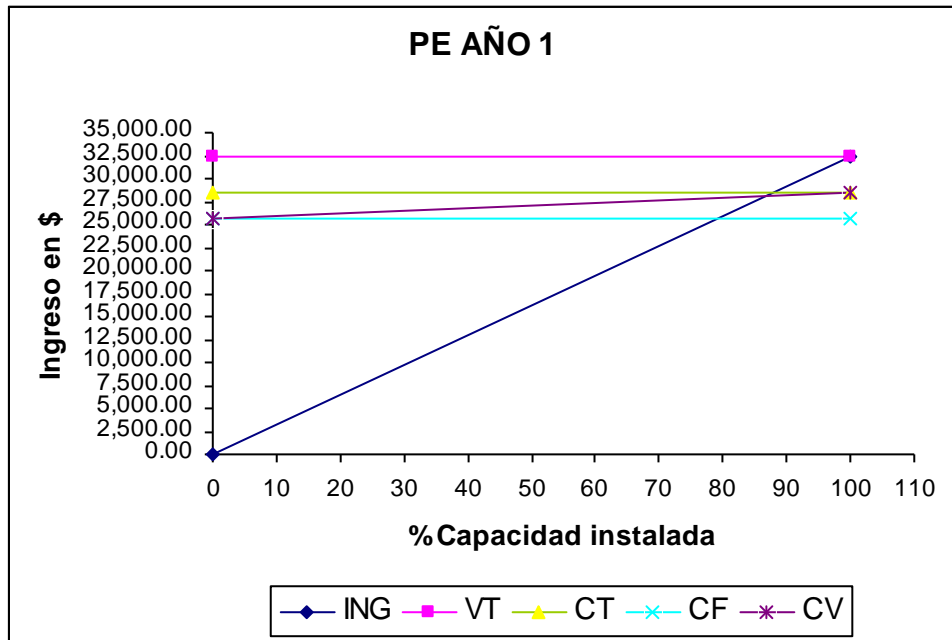
**Fuente:** Tabla 40 y cálculos del Anexo Nro. 3: Tablas 72, 73 y 74

**Elaboración:** La autora.

De darse estas circunstancias, la empresa no incurriría ni en pérdidas ni ganancias. Representados gráficamente los datos para los años 1,3 y 5, serían los siguientes:



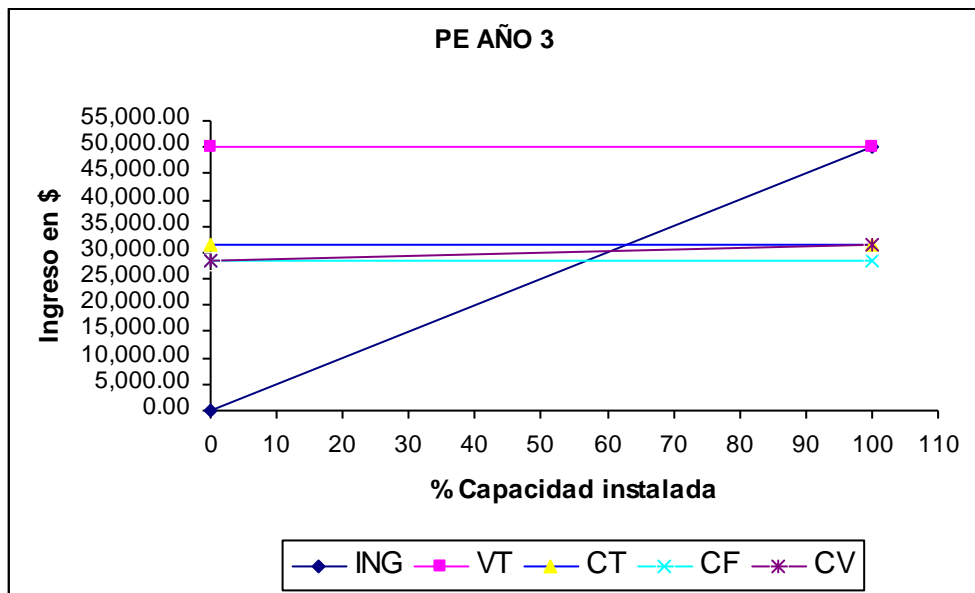
**Gráfico Nro. 12: Punto de equilibrio en el 1<sup>er</sup> año**



**Fuente:** Tabla 41 y cálculos del Anexo Nro. 3: Tabla 72

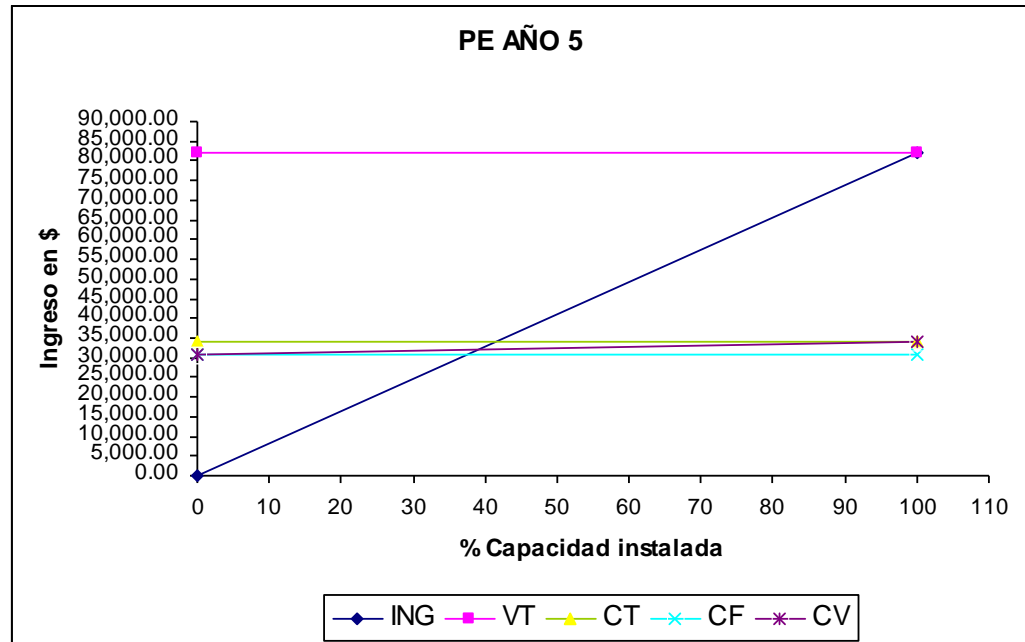
**Elaboración:** La autora.

**Gráfico Nro. 13: Punto de equilibrio en el 3<sup>er</sup> año**



**Fuente:** Tabla 41 y cálculos del Anexo Nro. 3: Tabla 73

**Elaboración:** La autora.

Gráfico Nro. 14: Punto de equilibrio en el 5<sup>to</sup> año

**Fuente:** Tabla 41 y cálculos del Anexo Nro. 3: Tabla 74

**Elaboración:** La autora.

**Nota:** Las tablas de clasificación de costos y cálculo matemático del punto de equilibrio se desglosan en el Anexo Nro. 3.

Los datos presentados significarían que Tas Tas Notificadora en el primer año, operando al 86,89% de su capacidad instalada y generando unos ingresos por ventas de \$ 28,106.75, alcanzaría a cubrir sus costos fijos y variables, para no incurrir ni en pérdidas ni ganancias; mientras que en el quinto año, operando al 39,12% de su capacidad instalada y generando unos ingresos por ventas de \$32,077.19, alcanzaría a cubrir sus costos fijos y variables, sin incurrir ni en pérdidas ni ganancias.

De acuerdo al estudio, el negocio comienza a obtener ganancias luego de dos años y 18 días, conforme lo demuestra más tarde el cálculo del período de recuperación de capital (ver tabla 45).

## 2.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 2.7.1 Flujo de fondos

El flujo de caja proyectado, se constituye en la principal herramienta del estudio de un proyecto, puesto que su seguimiento dependerá de los resultados determinados; para su estimación se consideran los ingresos, que se constituyen del capital propio y ajeno (créditos), con el que da inicio la empresa; se considera como ingresos, los obtenidos por la entrega recepción de notificaciones puerta a puerta de Tas TAS Notificadora. Los egresos comprenden las inversiones fijas, diferidas y del capital de trabajo, así mismo se considera el pago de la deuda. Una vez realizadas estas operaciones, se obtiene un flujo positivo en los 5 años de vida del proyecto.

**Tabla 42: Flujo de caja**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas		32,347.15	34,988.21	50,191.51	58,959.84	82,004.26
Ingreso por préstamo	4,745.23					
Capital propio	8,812.56					
Valor residual						739.14
<b>Total ingresos</b>	<b>13,557.79</b>	<b>32,347.15</b>	<b>34,988.21</b>	<b>50,191.51</b>	<b>58,959.84</b>	<b>82,743.40</b>
<b>Egresos</b>						
Activo fijo	4,291.54					
Activo diferido	1,483.00					
Capital de Operación	7,137.64	27,738.12	29,147.30	30,632.73	31,704.17	33,354.66
Imprevistos (5%)	645.61					
Depreciación		545.27	545.27	545.27	545.27	545.27
Amortización		494.33	494.33	494.33		
<b>Total egresos</b>	<b>13,557.79</b>	<b>26,698.51</b>	<b>28,107.70</b>	<b>29,593.12</b>	<b>31,158.90</b>	<b>32,809.39</b>
<b>Flujo de caja</b>		<b>5,648.64</b>	<b>6,880.52</b>	<b>20,598.40</b>	<b>27,800.94</b>	<b>49,934.01</b>

Fuente: Tablas Nro.35, 36, 37, 38, 39 y 40

Elaboración: La autora.

## 2.7.2 Indicadores de Rentabilidad

### 2.7.2.1 Valor Actual Neto (VAN)

“El Valor Actual Neto expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si el VAN es positivo y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.
- Si el VAN es igual a cero, la decisión de invertir es indiferente”<sup>26</sup>.

**Tabla 43:VAN**

<b>AÑO</b>	<b>Flujo de caja</b>	<b>Factor de Actualización 25.50*</b>	<b>Valor actualizado</b>
0		1.255	-13,557.79
1	5,648.64	0.79681275	4,500.91
2	6,880.52	0.63491056	4,368.51
3	20,598.40	0.50590483	10,420.83
4	27,800.94	0.40311142	11,206.88
5	49,934.01	0.32120432	16,039.02
			46,536.14
		<b>VAN:</b>	<b>32,978.35</b>

**Fuente:** Tabla 42 y BCE

**Elaboración:** La autora

\* Para el valor de actualización se ha considerado la tasa de inflación vigente al mes de mayo de 2009 que reporta el Banco Central del Ecuador que es del 5.41% más la tasa de oportunidad que aspira obtener el proyectista que es de: 20%. Sumadas las dos tasas tenemos un valor de actualización redondeado de 25,5%

Cálculo del VAN:

<sup>26</sup> Miranda, Juan. Gestión de proyectos. 2007. Pág. 230

VAN = Sumatoria del flujo neto – Inversión.

VAN = 46,536.14 – 13,557.79.

VAN = 32,978.35

En este caso el VAN es positivo, lo cual significa que la inversión se debe aceptar.

### 2.7.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“TIR, conocida también como criterio de rentabilidad, se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean iguales a la inversión neta relacionada con un proyecto.

Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios:

- si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto<sup>27</sup>.

**Tabla 44:TIR**

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0		82.00%	-13,557.79	83.00%	-13,557.79
1	5,648.64	0.5494505	3,103.65	0.5464481	3,086.69
2	6,880.52	0.3018959	2,077.20	0.2986055	2,054.56
3	20,598.40	0.1658769	3,416.80	0.1631724	3,361.09
4	27,800.94	0.0911411	2,533.81	0.0891653	2,478.88
5	49,934.01	0.0500775	2,500.57	0.0487242	2,432.99
			74.24		-143.58

**Fuente:** Tabla 42

**Elaboración:** La autora

La fórmula para su cálculo es:

$$TIR = Tm + Dt \left[ \frac{VAN \text{ mayor}}{VAN \text{ mayor} - VAN \text{ menor}} \right]$$

<sup>27</sup> IBIDEM 26. Pág. 232

De donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

Tm = Tasa menor

Dt = Diferencia de tasas

$$TIR = 82 + 1 \left[ \frac{74,24}{74,24 - (-143,58)} \right]$$

$$TIR = 82,34\%$$

El cálculo de la TIR devuelve un valor del 82,34% que resulta superior a la Tasa de Oportunidad considerada (25,5%), por lo que se deduce que es rentable invertir en el presente proyecto.

### 2.7.2.3 Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

**Tabla 45:PRC**

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	Flujo acumulado
0	13,557.79		
1		5,648.64	5,648.64
2		6,880.52	12,529.15
3		20,598.40	33,127.55
4		27,800.94	60,928.49
5		49,934.01	110,862.50

Fuente: Tabla 42

Elaboración: La autora

PRC = Año que supera la inversión + (Inversión -  $\Sigma$  de flujo que supera el valor de la inversión) / Flujo del año que supera la inversión

$$PRC = 3 + (13,557.79 - 33,127.55) / 20,598.40$$

$$PRC = 2.049937661$$

De donde se deduce:

$$2.049937661 = 2 \text{ años}$$

$$0,04993 * 12 = 0,60 = 0 \text{ meses}$$

$$0,60 * 30 = 17,98 = 18 \text{ días}$$

Lo que significa que la inversión se recuperará en 2 años, 0 meses y 18 días

### Resumen de Indicadores

INDICADOR		RESULTADO
<b>VAN</b>	Inversión inicial: 13,557.79	32,978.35
<b>TIR</b>	Tasa de oportunidad: 25.5%	82.34%
<b>PRC</b>	Proyección a: 5 años	2 años 18 días

La inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto es de \$13,557.79, luego de cinco años, el proyecto genera un VAN de 32,978.35 (sumatoria de flujos – inversión inicial), lo que significa que el proyecto es rentable, generando un retorno de 82.34% superior a la tasa de oportunidad fijada por la inversionista que es del 25.5% (5.5% por inflación + 20% aspiración del inversionista). Por otro lado, la inversión se recupera a los dos años y 18 días, para luego comenzar a generar ganancias.

# **DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS**



### 3 DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS

La hipótesis sujeta a comprobación luego del procesamiento, análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, es la siguiente:

- *La implementación de una empresa notificadora es financieramente viable y tiene buena proyección al largo plazo como negocio individual o de sociedad.*

Los resultados del estudio financiero demuestran la inversión requerida de \$13,557.79 se recupera en el lapso de 2 años con un VAN a los 5 años de \$32,978.35 superior a la inversión inicial y con una rentabilidad proyectada (TIR) a los 5 años del 82.34%, porcentaje que es superior a la tasa de oportunidad del mercado fijada en el 25%.

Por otro lado, a largo plazo se verifica que el punto de equilibrio se reduce conforme pasan los años, esto es que en el primer año la empresa debe trabajar al 86.89% de su capacidad, mientras que al quinto año lo puede hacer al 39.12% de su capacidad para alcanzar a cubrir sus costos fijos y variables, sin incurrir ni en pérdidas ni ganancias.

Los resultados obtenidos permiten proceder a aceptar la hipótesis planteada.

# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 CONCLUSIONES

Luego de haber desarrollado el marco teórico, el estudio de mercado, estudio técnico y financiero de la presente investigación, se ha considerado importante anotar las siguientes conclusiones, obtenidas del respectivo análisis del tema propuesto:

- **Capítulo I.-** El Plan de Negocios se constituye en una de las más importantes herramientas de gestión a la hora de potenciar un negocio existente o brindar mayor seguridad y asegurar el éxito de un emprendimiento.
- **Capítulo II.-** La investigación de mercado demuestra que existe demanda insatisfecha de servicios de trámites de notificación, y que ésta, exige por sobre todo que el servicio que se le otorgue cumpla con beneficios como rapidez, seguridad y confidencialidad.
- **Capítulo II.-** Todo lo relacionado a la infraestructura física y tecnológica se la encuentra en nuestro medio a precios accesibles, lo que facilita la implantación de Tas Tas Notificadora.
- **Capítulo II.-** La constitución de “TAS TAS Notificadora” como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se ajusta de mejor manera a las características e intereses de la inversionista.
- **Capítulo II.-** El financiamiento ajeno es relativamente pequeño, de ahí que un crédito en el Banco Nacional de Fomento (BNF) resulta ser una buena opción.

- **Capítulo II.-** Los flujos de caja para el presente proyecto resultan positivos, lo cual permite recuperar la inversión alrededor del segundo año de ejecución (2 años 0 meses 18 días).
- **Capítulo II.-** La TIR del proyecto de 82,34% demuestra que es rentable frente a la Tasa de oportunidad (25%). El VAN devuelve un valor positivo de \$32,978.35, lo que indica que la inversión para el periodo proyectado (5 años) es rentable.
- Todos los datos obtenidos nos permiten asegurar que la implementación del Tas Tas Notificadora es factible.

## 4.2 RECOMENDACIONES

Sobre la base del conocimiento obtenido de la realidad del mercado de notificación en la ciudad de Loja, se procede a plantear las siguientes recomendaciones:

- Ejecutar el plan de Negocios siguiendo los lineamientos propuestos en él, estando siempre pendientes de las fluctuaciones del mercado en cuanto a nueva competencia, inflación, aspectos legales, entre otros,
- Aprovechar la existencia de demanda insatisfecha y la existencia de poca competencia para capturar el grupo de mercado que necesitando del servicio aún no ha decidido contratarlo.
- Realizar las adquisiciones y contrataciones a nivel local con la finalidad de aportar la generación de empleo y al movimiento económico de la ciudad.
- Decidir por la constitución de la empresa como Unipersonal de Responsabilidad Limitada, siempre y cuando el aporte ajeno no provenga de otra persona natural.
- Aprovechar el crédito 5.5.5. que actualmente está brindando El Banco Nacional de Fomento.
- A partir del segundo año que se recupera el capital, implementar la política de reinversión a fin de potenciar el crecimiento de la empresa.
- Mantener un control constante del comportamiento de los indicadores financieros a fin de realizar los ajustes que sean necesarios para cumplir o superar lo proyectado.
- Implementar Tas Tas Notificadora, manteniendo siempre como guía el plan de negocios diseñado en la presente investigación.

## 5 BIBLIOGRAFÍA:

- ALCARAZ RODRÍGUEZ, Rafael, El emprendedor de éxito guía de planes de negocios, McGraw-Hill, 2001.
- ALHAMA BELAMARIC, Rafael y otros, Nuevas Formas Organizativas, Cuba, 2004
- Baca, Gabriel. Evaluación de proyectos. 3ra. Ed. McGraw-Hill. Colombia. 1997
- BRIGHAM, Eugene y BESLEY, Scott, Fundamentos de Administración Financiera, editorial McGraw-Hill, 2001.
- CFN. Programa de desarrollo empresarial. Módulo I: Administración y Marketing. 2001.
- CÓDIGO DEL TRABAJO
- CÓDIGO TRIBUTARIO
- Diccionario empresarial. Konral Fischer Rossi. 1992.
- ECO, UMBERTO, Como se hace una tesis, editorial Gedisa, España.
- ESPINOSA, Mireya; MORILLO, Rosa. Nociones Básicas de Investigación Científica. Loja. 1996.
- GALINDO, Lourdes; GARCIA, José. Fundamentos de administración. Editorial Mc. Graw Hill, 1998.
- GHOSHAL, Sumantra; BARTLETT Christopher. El nuevo papel de la iniciativa individual en la empresa. Editorial Paidós. 1998.
- GOODSTEIN, Leonard y OTROS. Planeación estratégica aplicada. Editorial. Mc. Graw Hill. 2000.
- HERNÁNDEZ BRAVO, Juan MBA, Artículo de Marketing de servicios, Universidad de Santiago de Chile, 2003.
- ILDEFONSO GRANDE, Esteban, Marketing de Servicios, editorial ESIC, Madrid 2005.
- JABAL Juan, Enciclopedia de Mercadotecnia.
- JANY, José N. 2002. Investigación Integral de Mercados.
- MARIN XIMENEZ, José Nicolás y KETELHÖHN ESCOB Werner, Inversiones Estratégicas Un Enfoque Multidimensional, Editorial Asociación libro libre, 1995.

- MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de proyectos, MM editores, 2005.
  - NUENO, Pedro. Emprendiendo. El arte de crear Empresas y sus artistas. Madrid. 1992
  - OCÉANO CENTRUM PYME. Enciclopedia Práctica, Editorial Océano. 2003.
  - Pasaca, Manuel. Formulación y Evaluación de proyectos de inversión. UNL. 2006.
  - SAPAG, Chain. Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos. Impreso por Panamericana Formas e Impresos S.A. Tercera edición. Colombia.
  - VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial Ciencia y Arte en la Creación de Empresas. 2001.
- 
- Cómo elaborar un plan de negocios. En <http://www.conocimientosweb.net/zip/article635.html>
  - [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
  - [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

## 6 ANEXOS

### Anexo Nro. 1: Medios de Comunicación de mayor sintonía en Loja

MEDIO	Mañana	Mediodía	NC	Noche	Todo el día	(en blanco)	Total general
88.9					1		1
95.3					1		1
Luz y Vida	2						2
Poder		1			3		4
Super Laser	1	1			1		3
NC			1				1
Comercio						1	1
Crónica						3	3
La hora						25	25
Ecotel	2	1		5			8
UV Televisión			2	4			6
Ecuavisa			1				1
RTS				1			1
TC				1			1
TeleAmazonas				1			1
Varios		1		3			4
NC			3				3

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora



## Anexo Nro. 2: Tablas de apoyo al Estudio Financiero

**Tabla 46. Equipo de Oficina**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	599.00	1198.00
Impresora	2	54.00	108.00
Calculadora	4	3.00	12.00
Teléfono	4	54.00	216.00
Perforadora	2	2.00	4.00
Engrapadora	2	2.50	5.00
<b>Total:</b>			<b>1543.00</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 47. Muebles y Enceres**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	120.00	120.00
Escritorios pequeños	1	75.00	75.00
Sillón ejecutivo	1	90.00	90.00
Silla tipo secretaria	1	20.54	20.54
Silla regular	12	17.00	204.00
Archivador	2	102.00	204.00
Sillón de espera	2	220.00	440.00
Mesa de reuniones	1	120.00	120.00
Perchas	6	45.00	270.00
Mesa de centro	1	35.00	35.00
<b>Total:</b>			<b>1578.54</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 48. Sistemas**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sistema contabilidad	1	500	500
			0
<b>Total:</b>			<b>500</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 49. Estudios Preliminares**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudio técnico	1	1000	1000
			0
<b>Total:</b>			<b>1000</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 50. Regulaciones Legales**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Patente municipal	1	1	1
Permiso de Funcionamiento	1	40	40
Constitución legal	1	250	250
<b>Total:</b>			<b>291</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 51. Derechos de Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Internet	1	56	56
Línea telefónica	1	136	136
<b>Total:</b>			<b>192</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 52. Gastos Administrativos**

(cálculo para 3 meses)

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Sueldos y Salarios	3,229.92
SOAT motorizados	92.50
Suministros de oficina	207.30
Servicios básicos	165.00
Útiles de aseo	15.00
Arriendo de Oficina	1,500.00
Movilización motorizados	660.00
<b>Total:</b>	<b>5,869.72</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 53. Arriendo Oficina**

DESCRIPCIÓN	Unidad medida	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arriendo de oficina	u	12	500	6,000.00
<b>Total:</b>				6,000.00
	Para capital de operación		1500	3 meses

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 54. Amortización de crédito con periodo de gracia**

PERIODOS	SALDO ANTERIOR	INTERESES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
0	4,745.23	5.00%			
1	4,745.23	237.26	858.77	1,096.03	3,886.46
2	3,886.46	194.32	901.70	1,096.03	2,984.76
3	2,984.76	149.24	946.79	1,096.03	2,037.97
4	2,037.97	101.90	994.13	1,096.03	1,043.84
5	1,043.84	52.19	1,043.84	1,096.03	0.00

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 55. Útiles de aseo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	1	2	2
Recogedor basura	1	1	1
Basurero	4	3	12
<b>Total:</b>			<b>15</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 56. Energía Eléctrica**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Consumo de energía eléctrica	12	25	300
			0
<b>Total:</b>			<b>300</b>
Para capital de operación 75			

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 57. Agua**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Consumo de agua potable	12	10	120
			0
<b>Total:</b>			<b>120</b>
Para capital de operación			30

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 58. Suministros de Oficina**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma de papel	3	3.50	10.50
Esferos	12	0.15	1.80
Correctores	2	0.25	0.50
Sello (RUC empresa)	1	8.00	8.00
Sello (varios servicios)	1	6.00	6.00
Facturas	5	8.50	42.50
Cartuchos de tinta	6	23.00	138.00
<b>Total:</b>			<b>207.30</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

Tabla 59. Depreciación Equipo de Oficina		%	Vida útil		
		33.33%	3		
AÑOS	VALOR ACTIVO	V. RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	V. ACTUAL	
0		514.28		1,543.00	
1	1543.00		342.91	1,200.09	
2	1200.09		342.91	857.19	
3	857.19		342.91	514.28	
4	514.28		514.28	0.00	
5	514.28		514.28		

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

		%	Vida útil		
<b>Tabla 60. Depreciación Muebles y Enseres</b>		10%	10		
AÑOS	VALOR ACTIVO	V. RESIDUAL	DEPRECIACION	V. ACTUAL	
0		157.85		1,578.54	
1	1578.54		142.07	1,436.47	
2	1436.47		142.07	1,294.40	
3	1294.40		142.07	1,152.33	
4	1152.33		142.07	1,010.27	
5	1010.27		142.07	868.20	
6	868.20		142.07	726.13	
7	726.13		142.07	584.06	
8	584.06		142.07	441.99	
9	441.99		142.07	299.92	
10	299.92		142.07	157.85	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: La autora

		%	Vida útil		
<b>Tabla 61. Depreciación de Adecuaciones</b>		10%	10		
AÑOS	VALOR ACTIVO	V. RESIDUAL	DEPRECIACION	V. ACTUAL	
0		67.00		670.00	
1	670.00		60.30	609.70	
2	609.70		60.30	549.40	
3	549.40		60.30	489.10	
4	489.10		60.30	428.80	
5	428.80		60.30	368.50	
6	368.50		60.30	308.20	
7	308.20		60.30	247.90	
8	247.90		60.30	187.60	
9	187.60		60.30	127.30	
10	127.30		60.30	67.00	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: La autora

**Tabla 62. Teléfono**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Consumo de teléfono	12	25	300
<b>Total:</b>			<b>300</b>

Para capital de operación 75

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: La autora

**Tabla 63. Internet**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Consumo Internet	12	28.78	345.36
			0
<b>Total:</b>			<b>345.36</b>
		Para capital de operación	86.34

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 64. Amortización Activos Diferidos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Amortización Activos Diferidos			494.33
<b>Total:</b>		<b>0</b>	<b>494.33</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 65. Amortización de Sistemas**

	%	Vida útil	
	20%	5	
AÑO	VALOR ACTUAL	AMORTIZACION	VALOR TOTAL
0			500.00
1	500.00	100.00	400.00
2	400.00	100.00	300.00
3	300.00	100.00	200.00
4	200.00	100.00	100.00
5	100.00	100.00	0.00

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 66. Publicidad**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Ecotel - Noticiero Mañana	44	4.32	190.08
Ecotel - Noticiero noche	22	4.32	95.04
Radio Poder 12-13H00	66	1.00	66.00
La Hora	4	75.00	300.00
Carta de venta	28	0.10	2.80
Credenciales	4	1.00	4.00
Evento inauguración	1	450.00	450.00
Capacitación RRHH	4	40.00	160.00
<b>Total:</b>			<b>1267.92</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 67. Movilización**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Motorizado	2	110	220	2640
<b>Total:</b>		<b>110</b>	<b>220</b>	<b>2640</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 68. Mantenimiento de Equipos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	4	30	120
Impresora	4	15	60
			0
<b>Total:</b>			<b>180</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 69. Resumen de valor residual**

Valor Residual	VALOR TOTAL
Adecuaciones	67.00
Muebles y enceres	157.85
Equipo de oficina	514.28
	<b>739.14</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 70. Resumen de depreciaciones**

Depreciaciones	VALOR TOTAL
Adecuaciones	60.30
Muebles y enceres	142.07
Equipo de oficina	342.91
	<b>545.27</b>

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora

**Tabla 71. Remuneraciones**

Cargo	Sueldo básico	Aporte personal	Aporte patronal	Total a pagar	Firma	Décimo 3ro	Décimo 4to
		9.35%	12.15%				
				Pago mensual		Una vez al año	
Gerente	300.00	28.05	36.45	336.45		300	220
Secretaria - Contadora	220.00	20.57	26.73	246.73		220	220
Motorizado 1	220.00	20.57	26.73	246.73		220	220
Motorizado 2	220.00	20.57	26.73	246.73		220	220
Total				1,076.64		960.00	880
			Total anual:	14,759.68			
			Para capital de operación	\$3229.92			

**Fuente:** Cotizaciones del medio, Estudio de Mercado

**Elaboración:** La autora



### Anexo Nro. 3: Distribución de Costos

Tabla 72. Distribución de Costos Año 1

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Depreciaciones	545.27		545.27
Mantenimiento de Equipos		180.00	180.00
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>725.27</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Remuneraciones	14,759.68		14,759.68
SOAT motorizados	92.50		92.50
Suministros de Oficina		207.30	207.30
Arriendo de oficina	6,000.00		6,000.00
Teléfono		300.00	300.00
Útiles de aseo	15.00		15.00
Energía Eléctrica		300.00	300.00
Agua		120.00	120.00
Internet		345.36	345.36
Amortización Activos Diferidos	494.33		494.33
Amortización de Sistemas	100.00		100.00
<b>Total Gastos Administrativos</b>			<b>22,734.17</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Amortización de Crédito	858.77		858.77
Intereses	237.26		237.26
<b>Total Gastos Financieros</b>			<b>1,096.03</b>
<b>Gastos de Ventas</b>			
Publicidad		1,267.92	1,267.92
Movilización	2,640.00		2,640.00
<b>Total Gastos de Ventas</b>			<b>3,907.92</b>
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>			<b>27,738.12</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>25,742.82</b>	<b>2,720.58</b>	<b>28,463.40</b>

- Cálculo del punto de equilibrio en función de la capacidad instalada:

Venta total = 32,347.15

PE = Costo fijo / (Ventas totales presupuestadas – Costos variables) \* 100

PE = 25,742.82 / (32,347.15 – 2,720.58) \* 100

PE = 86.89%

- Cálculo del punto de equilibrio en función de los ingresos:

PE = Costo fijo / (1 - (Costos variables totales/Ventas totales presupuestadas))

PE = 25,742.82 / (1 – (2,720.58/ 32,347.15))

PE = \$28,106.75

Tabla 73. Distribución de Costos Año 3

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Depreciaciones	545.27		545.27
Mantenimiento de Equipos		200.00	200.00
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>745.28</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Remuneraciones	16,399.88		16,399.88
SOAT motorizados	102.78		102.78
Suministros de Oficina		230.34	230.34
Arriendo de oficina	6,666.76		6,666.76
Teléfono		333.34	333.34
Útiles de aseo	16.67		16.67
Energía Eléctrica		333.34	333.34
Agua		133.34	133.34
Internet		383.74	383.74
Amortización Activos Diferidos	494.33		494.33
Amortización de Sistemas	100.00		100.00
<b>Total Gastos Administrativos</b>			<b>25,194.50</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Amortización de Crédito	946.79		946.79
Intereses	149.24		149.24
<b>Total Gastos Financieros</b>			<b>1,096.03</b>
<b>Gastos de Ventas</b>			
Publicidad		1,408.82	1,408.82
Movilización	2,933.37		2,933.37
<b>Total Gastos de Ventas</b>			<b>4,342.19</b>
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>			<b>30,632.73</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>28,355.09</b>	<b>3,022.91</b>	<b>31,378.00</b>

- Cálculo del punto de equilibrio en función de la capacidad instalada:

Venta total = 50,191.51

PE = Costo fijo / (Ventas totales presupuestadas – Costos variables) \* 100

PE = 28,355.09 / (50,191.51 – 3,022.91) \* 100

PE = 60.11%

- Cálculo del punto de equilibrio en función de los ingresos:

PE = Costo fijo / (1 - (Costos variables totales/Ventas totales presupuestadas))

PE = 28,355.09 / (1 – (3,022.91/ 50,191.51))

PE = \$30,172.30

Tabla 74. Distribución de Costos Año 5

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Depreciaciones	545.27		545.27
Mantenimiento de Equipos		222.23	222.23
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>			<b>767.50</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Remuneraciones	18,222.34		18,222.34
SOAT motorizados	114.20		114.20
Suministros de Oficina		255.93	255.93
Arriendo de oficina	7,407.62		7,407.62
Teléfono		370.38	370.38
Útiles de aseo	18.52		18.52
Energía Eléctrica		370.38	370.38
Agua		148.15	148.15
Internet		426.38	426.38
Amortización Activos Diferidos	0.00		0.00
Amortización de Sistemas	100.00		100.00
<b>Total Gastos Administrativos</b>			<b>27,433.91</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Amortización de Crédito	1,043.84		1,043.84
Intereses	52.19		52.19
<b>Total Gastos Financieros</b>			<b>1,096.03</b>
<b>Gastos de Ventas</b>			
Publicidad		1,565.38	1,565.38
Movilización	3,259.35		3,259.35
<b>Total Gastos de Ventas</b>			<b>4,824.73</b>
<b>COSTO TOTAL DE OPERACIÓN</b>			<b>33,354.66</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>30,763.33</b>	<b>3,358.84</b>	<b>34,122.17</b>

Venta total = 82,004.26

PE = Costo fijo / (Ventas totales presupuestadas – Costos variables) \* 100

PE = 30,763.33 / (82,004.26 – 3,358.84) \* 100

PE = 39.12%

- Cálculo del punto de equilibrio en función de los ingresos:

PE = Costo fijo / (1 - (Costos variables totales/Ventas totales presupuestadas))

PE = 30,763.33 / (1 - (3,358.84/ 82,004.26))

PE = \$32,077.19

## Anexo Nro. 4: Modelo de encuesta para oferentes y demandantes



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### Encuesta a formularse a clientes del servicio de notificación

**Objetivo.-** Conocer el mercado de servicios de notificación en la ciudad de Loja.

1. De las siguientes opciones escoja **una** en la que pueda ubicarse su empresa/institución.

<input type="checkbox"/>	Institución Financiera
<input type="checkbox"/>	Seguros
<input type="checkbox"/>	Municipio
<input type="checkbox"/>	Consejo provincial
<input type="checkbox"/>	Empresa Eléctrica
<input type="checkbox"/>	Televisión prepagada
<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="checkbox"/>	Otros: .....

2. Anote nombres de empresas que presten el servicio de notificación a domicilio en la ciudad de Loja y que le vengan a su mente en este momento:

1	.....
2	.....
3	.....

3. Genera su empresa/institución, documentos para notificación?

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

Si la respuesta a la pregunta anterior es SI:

- 3.1. Aproximadamente cuantas notificaciones efectúa por mes?: .....

- 3.2. Cada qué tiempo efectúa notificaciones, (señale solamente una opción):

<input type="checkbox"/>	Diariamente
<input type="checkbox"/>	Una vez a la semana
<input type="checkbox"/>	Una vez al mes
<input type="checkbox"/>	Dos veces en el mes
<input type="checkbox"/>	Otra: .....

3.3. Actualmente utiliza los servicios de alguna empresa notificadora?

<input type="checkbox"/>	Si: Cuál? .....	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	-----------------	--------------------------	----

Si la respuesta a la pregunta anterior es SI:

3.3.1. Aproximadamente que valor cancela mensualmente por el servicio de notificación? \$.....

3.3.2. En qué esta pensando cuando hace uso de los servicios de una empresa notificadora?. Puede señalar más de una opción.

<input type="checkbox"/>	Seguridad
<input type="checkbox"/>	Prestigio
<input type="checkbox"/>	Cobertura
<input type="checkbox"/>	Rapidez
<input type="checkbox"/>	Ahorro
<input type="checkbox"/>	Servicio especializado
<input type="checkbox"/>	Otra: .....

3.3.3. Por qué motivos dejaría de utilizar los servicios de la empresa notificadora?

<input type="checkbox"/>	Inseguridad
<input type="checkbox"/>	Demora
<input type="checkbox"/>	Otra: .....

4. Cuánto estaría dispuesta su empresa/institución a pagar por documento entregado, a una nueva empresa notificadora: \$.....

5.Cuál es el medio de comunicación que mas lee, escucha o mira.

	NOMBRE
	HORARIO
Prensa	<input type="checkbox"/> ....., .....
Radio	<input type="checkbox"/> ....., .....
Televisión	<input type="checkbox"/> ....., .....
Otro.	<input type="checkbox"/> ....., .....

**GRACIAS POR SU AYUDA!**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

*La Universidad Católica de Loja*

### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Encuesta a formularse a gerentes de empresas notificadoras que prestan servicios en la ciudad de Loja.**

**Objetivo.-** Conocer el mercado de servicios de notificación en la ciudad de Loja.

Empresa/Institución: .....

Dirección:.....

1. ¿Qué servicios presta?. (Puede señalar varias opciones de ser el caso).

<input type="checkbox"/>	Mensajería
<input type="checkbox"/>	Notificación
<input type="checkbox"/>	Paquetería
<input type="checkbox"/>	Otra: .....

2. Es una Empresa? (Señale solamente una opción).

<input type="checkbox"/>	Local
<input type="checkbox"/>	Sucursal
<input type="checkbox"/>	Franquicia

3. ¿Qué tipo de empresa/institución utiliza con mayor frecuencia sus servicios de notificación? (Puede señalar más de una opción).

<input type="checkbox"/>	Instituciones Financieras
<input type="checkbox"/>	Seguros
<input type="checkbox"/>	Municipio
<input type="checkbox"/>	Consejo provincial
<input type="checkbox"/>	Eléctrica
<input type="checkbox"/>	Televisión prepagada
<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="checkbox"/>	Otros: .....

4. Aproximadamente cuánto factura mensualmente por servicio prestado?

Mensajería	\$ .....
Notificación	\$ .....
Paquetería	\$ .....

5. Al prestar el servicio, ¿en qué aspecto pone mayor interés su empresa?.  
(Puede señalar más de una opción).

<input type="checkbox"/>	Seguridad
<input type="checkbox"/>	Prestigio
<input type="checkbox"/>	Cobertura
<input type="checkbox"/>	Rapidez
<input type="checkbox"/>	Ahorro
<input type="checkbox"/>	Servicio especializado
<input type="checkbox"/>	Otra: .....

6. ¿Qué medio de comunicación utiliza para publicitar su servicio?

<input type="checkbox"/>	Prensa
<input type="checkbox"/>	Radio
<input type="checkbox"/>	Televisión
<input type="checkbox"/>	Otro: .....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

**Anexo Nro. 5: Modelo de formulario de entrega - recepción**

Nombre de persona notificada: XXXXX YYYYY ZZZZZ	
Dirección; .....	
Fecha;.....	
Recibí conforme	Entregue conforme
Nombre: .....	Nombre: .....
Firma: .....	

Nombre de persona notificada: AAAA BBBB CCCCC	
Dirección; .....	
Fecha;.....	
Recibí conforme	Entregue conforme
Nombre: .....	Nombre: .....
Firma: .....	

Nombre de persona notificada: EEEEE RRRRR YYYYY	
Dirección; .....	
Fecha;.....	
Recibí conforme	Entregue conforme
Nombre: .....	Nombre: .....
Firma: .....	

Nombre de persona notificada: TTTT JJJJ DDDDD	
Dirección; .....	
Fecha;.....	
Recibí conforme	Entregue conforme
Nombre: .....	Nombre: .....
Firma: .....	

Nombre de persona notificada: ZZZZ XXXX CCCCC	
Dirección; .....	
Fecha;.....	
Recibí conforme	Entregue conforme
Nombre: .....	Nombre: .....
Firma: .....	

Nombre de persona notificada: HHHH JJJ KKKK	
Dirección; .....	
Fecha;.....	
Recibí conforme	Entregue conforme
Nombre: .....	Nombre: .....
Firma: .....	



## 7 ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS.....	iii
AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	vii
RESUMEN .....	ix
INTRODUCCIÓN.....	xii
<b>1 PLAN DE NEGOCIOS.....</b>	<b>15</b>
1.1 DEFINICIÓN, IMPORTANCIA Y OBJETIVOS.....	15
1.2 BENEFICIOS QUE OFRECE UN PLAN DE NEGOCIOS .....	16
1.3 CARACTERÍSTICAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS .....	17
1.4 ÁREAS QUE CONTEMPLA UN PLAN DE NEGOCIOS .....	17
1.4.1 Investigación de mercados .....	17
1.4.2 Plan de Mercadeo.....	18
1.4.3 Estudio técnico .....	18
1.4.4 Sistema administrativo organizativo.....	19
1.4.5 Inversiones .....	19
1.4.6 Evaluación Financiera.....	19
1.4.7 Aspecto legal.....	19
<b>2 PLAN DE NEGOCIOS EMPRESA NOTIFICADORA.....</b>	<b>21</b>
2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	21
2.1.1 Objetivo de la Investigación .....	21
2.1.2 Población y muestra .....	21
2.1.2.1 Demanda .....	22
2.1.2.2 Oferta .....	34
2.1.3 Análisis de resultados de oferta y demanda .....	37
2.2 PLAN DE MERCADEO .....	43
2.2.1 Marketing Mix .....	44

2.2.2	Proceso del Servicio.....	45
2.2.3	Especificaciones del servicio .....	47
2.3	ESTUDIO TÉCNICO .....	52
2.3.1	Instalaciones.....	52
2.3.2	Distribución de las oficinas.....	52
2.3.3	Macro Localización.....	54
2.3.4	Micro localización: .....	54
2.3.5	Localización .....	55
2.3.6	Capacidad Instalada y Utilizada.....	55
2.3.7	Recurso Humano requerido .....	56
2.4	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	56
2.4.1	Nombre de la Empresa .....	56
2.4.2	Descripción de la Empresa.....	57
2.4.3	Misión y Visión de la Empresa .....	57
2.4.4	Objetivos de la Empresa .....	58
2.4.5	Estructura Organizativa.....	58
2.4.6	Manual de Funciones .....	59
2.4.7	Organigrama.....	64
2.4.8	Aspectos Legales.....	64
2.4.9	Definición y Régimen de Constitución de la Empresa .....	65
2.5	INVERSIONES: COSTOS DE OPERACIÓN E INGRESOS.....	66
2.5.1	Inversiones .....	66
2.5.2	Ingresos y Gastos .....	68
2.5.3	Capital de operación.....	69
2.5.3.1	Financiamiento .....	70
2.6	ESTADOS FINANCIEROS .....	70
2.6.1	Costos de Operación .....	70
2.6.2	Ingreso por Ventas .....	71
2.6.3	Puntos de Equilibrio.....	72
2.7	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	75
2.7.1	Flujo de fondos.....	75

2.7.2	Indicadores de Rentabilidad.....	76
2.7.2.1	Valor Actual Neto (VAN) .....	76
2.7.2.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	77
2.7.2.3	Periodo de Recuperación del Capital (PRC) .....	78
<b>3</b>	<b>DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS.....</b>	<b>81</b>
<b>4</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>83</b>
4.1	CONCLUSIONES .....	83
4.2	RECOMENDACIONES .....	85
<b>5</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA:.....</b>	<b>86</b>
<b>6</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>88</b>
	Anexo Nro. 1: Medios de Comunicación de mayor sintonía en Loja .....	88
	Anexo Nro. 2: Tablas de apoyo al Estudio Financiero .....	89
	Anexo Nro. 3: Distribución de Costos.....	97
	Anexo Nro. 4: Modelo de encuesta para oferentes y demandantes .....	100
<b>7</b>	<b>ÍNDICE .....</b>	<b>105</b>