

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**MATERIA DE GRADUACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**SECRETARIADO EJECUTIVO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

**TEMA**

**DISPENSADORES DE MAPAS TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL**

**AUTOR(ES)**

**MARÍA ANTONIETA AGUIRRE SÁNCHEZ  
KEMBERLING GOMEZ ROMERO  
KAREN GUALE VERA**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**AÑO  
2009**

## **AGRADECIMIENTOS**

***A mi creador Jehová dios**, por ayudarme en las adversidades y darme fuerza para seguir luchando, por darme la inteligencia para llegar a culminar otra etapa de mi formación personal, eternamente agradecida contigo por tu amor y fidelidad.*

***A mi padre**, por haberme inculcado buenos valores tanto espirituales como humanos, gracias por tu paciencia, sin su apoyo no habría podido cumplir este propósito.*

***A mi madre**, porque gracias a sus consejos he aprendido a valorar la vida, con su amor y paciencia han hecho posible que hoy este aquí.*

***A mi familia**, el mejor regalo que Dios me ha dado son ustedes, en especial mi hermano Miguel por ser tan cariñoso y bueno conmigo.*

***A mis amigas y amigos**, que siempre han estado junto a mí, ocupan un lugar especial en mi corazón, gracias por caminar a mi lado.*

***A mis compañeras de carrera**. Las cuales he llegado a querer tanto en especial a Kimberly por haber estado junto a mi en la buenas y las malas y justas haber llegado a la meta.*

*Un agradecimiento especial a mis compañeras de tesis Karen Guale, Kimberly Gómez y nuestro director de tesis Edgar Salas por ser parte del desarrollo del proyecto.*

*A todos quienes de una u otra manera hicieron posible cumplir mi propósito, **les estoy eternamente agradecida.***

**M. Antonieta Aguirre Sánchez**

## **AGRADECIMIENTOS**

***A Dios,** por haberme dado fortaleza y así cumplir mis metas y llegar hasta donde he querido.*

***A mi madre,** por haberme dado todo su apoyo, económicamente y espiritualmente. Acompañado siempre este esfuerzo con el cuidado de mi tierna hija.*

***A mi padre,** gracias a su paciencia de llevarme a la universidad cada vez que yo lo necesitaba.*

***A mi hermana,** por haberme acompañado en el cuidado de mi hija ya que a veces necesitaba estar sola para realizar los trabajos de la universidad.*

***A mis compañeras de tesis,** por haberme sabido comprender en los momentos difíciles en especial a Antonieta Aguirre que me ha acompañado en el transcurso de la universidad ayudándome en mis deberes y comprenderme en todo momento.*

***Director de tesis,** por haberme guiado en la realización de este proyecto, gracias a su paciencia su apoyo incondicional le agradezco por sus consejos y su profesionalismo.*

***A mi esposo,** por apoyarme a continuar mis estudios.*

**Kemberling Gómez Romero**

## AGRADECIMIENTOS

*A la **Escuela Politécnica del Litoral** y a **Edcom** por la acertada contratación de los maestros cuyos conocimientos fueron impartidos y aprendidos, los cuales ya he venido poniendo en práctica en el campo laboral.*

*A todos los **profesores** que conocí durante el proceso de aprendizaje, por su dedicación y paciencia al impartir cada una de sus cátedras.*

*Gracias a **nuestro director de tesis**, Ing. Edgar Salas, quien nos ha sabido conducir con profesionalismo y con paciencia en el desarrollo de cada capítulo que comprende nuestro proyecto.*

*Y desde luego a mis **queridas compañeras** María Antonieta y Kemberling, gracias por depositar su confianza en mí ya que en tan poco tiempo hemos establecido un buen lazo de amistad y además por el esfuerzo y dedicación que han puesto en cada uno de los temas para el desarrollo de esta tesis.*

**Karen Guale Vera**

## **DEDICATORIA**

*Este proyecto lo dedico a Dios, a mis padres Ramón y Solbrisa mi razón de vivir, quienes de pequeña me han inculcado buenos valores y principios cristianos. A mis hermanos Miguel, Maribel, Ana, Fernando a mis tíos Luís y Mariana por haberme brindado su hogar con mucho amor y cariño, a mis amigos y amigas en especial a un gran amigo que aunque este lejos siempre te he sentido cerca gracias por ser tan bueno conmigo, A mis primos, y a toda mi familia, a ti abuelita querida que estas en cielo acompañada de nuestro creador. Gracias a ustedes he logrado cumplir este propósito en mi vida.*

**M. Antonieta Aguirre Sánchez**

## **DEDICATORIA**

*Este proyecto lo agradezco a Dios, ya que nosotros somos un instrumento de lo que él quisiera que seamos, a mi madre eternamente por ser mi guía, mi voluntad y apoyo en todo lo que necesitaba, siempre ella estuvo dispuesta a ayudarme nunca diciendo un no. A mi padre por ser el hombre que me dio la vida, a mi tía Bianchi por compartir esos momentos difíciles y bonitos. A mi hermana Naydeling que a pesar de ser la mas pequeña era un apoyo para mí por que siempre cuidada de mi pequeña hija. A mi hermana Solange por acompañarme en los momentos que necesitaba una compañía.*

**Kemberling Gómez Romero**

## DEDICATORIA

*La presente tesis está dedicada en primer lugar a Dios, ser supremo quien me ha dado fuerzas para llegar con pie firme y no desmayar en el proceso de mi carrera y en el desarrollo del presente trabajo.*

*A mi querido abuelito Segundo que aunque ya no estás conmigo sé que desde el cielo me apoyas, y me guías siempre por donde voy, te agradezco todas las enseñanzas impartidas y por toda la valentía que inculcaste en mi.*

*A mis padres Lupita y Martín quienes en todo momento me han brindado su amor y su apoyo incondicional, gracias por confiar en mi y hoy les regalo este trabajo con mucho amor.*

*También me adjudico una especial dedicatoria, por todo el empeño y dedicación para llevar adelante el desarrollo de este trabajo el mismo que al fin logro cristalizar.*

**Karen Guale Vera**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

*La responsabilidad del contenido de este trabajo final de graduación, me corresponde exclusivamente: y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.*



# ÍNDICE GENERAL

## CAPÍTULO 1

1. GENERALIDADES .....	1
1.1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	2-3
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	4-5
1.4. OBJETIVOS .....	5
1.4.1 OBJETIVOS GENERALES .....	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	5

## CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO TÉCNICO .....	6
2.1. ANTECEDENTES .....	7
2.2. INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN .....	7
2.2.1. PROVEEDOR PRINCIPAL .....	7
2.2.2.1. PARTE TANGIBLE .....	7-8
2.2.2.2. PARTE INTANGIBLE .....	8
2.2.3. CARACTERÍSTICAS .....	8
2.2.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	9-11
2.2.5. FUNCIONAMIENTO .....	12-18
2.3. BALANCE DE EQUIPOS Y OFICINAS .....	18-19
2.4. BALANCE DE PERSONAL .....	19-20

## CAPÍTULO 3

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	21
3.1. PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
3.2. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA .....	22
3.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
3.4. PLAN DE MUESTREO .....	23
3.4.1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN .....	23
3.4.2. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA .....	24-25
3.5. DISEÑO DE LAS ENCUESTAS .....	26-33
3.6. RESULTADOS ENCUESTAS CIUDADANÍA EN GENERAL .....	34-38
3.7. RESULTADOS ENCUESTAS DUEÑOS DE ESTABLECIMIENTO .....	38-42
3.8. RESULTADOS ENCUESTAS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES .....	43-49
3.9. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	50

## CAPÍTULO 4

4. PRESUPUESTOS DE GASTOS Y COSTOS .....	51
4.1. EQUIPOS DE OFICINA .....	52
4.2. GASTOS DE CONSTITUCIÓN .....	52
4.3. SERVICIOS BÁSICOS .....	52-53
4.4. GASTOS DE ALQUILER .....	53
4.5. PUBLICIDAD .....	54
4.6. SUELDOS Y SALARIOS .....	54
4.7. GASTOS .....	55

## CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	56
5.1. CONCLUSIONES .....	57
5.2. RECOMENDACIONES .....	58

## ÍNDICE DE FIGURAS

### CAPÍTULO 2

FIGURA 2.12 DISPENSADOR DE MAPAS .....	12
FIGURA 2.13 MODELO DE MAPA IMPRESO.....	13
FIGURA 2.14 FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES DE MANERA VISUAL .....	14
FIGURA 2.15 FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES DE MANERA IMPRESA.....	15
FIGURA 2.16 FLUJOGRAMA PARA LA OBTENCIÓN DE UN FOLLETO .....	16
FIGURA 2.18 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN .....	18-19

### CAPÍTULO 3

FIGURA 3.34 RESIDENTE DE GUAYAQUIL.....	34
FIGURA 3.34 AÑOS DE RESIDENCIA .....	34
FIGURA 3.35 ACTIVIDADES .....	35
FIGURA 3.35 CONOCIMIENTO DE CALLES .....	35
FIGURA 3.36 DESCONOCIMIENTO DE CALLES.....	36
FIGURA 3.36 PROBLEMA DE UBICACIÓN .....	36
FIGURA 3.37 ACEPTACIÓN DEL DM .....	37
FIGURA 3.37 LUGARES DE ACCESO.....	37
FIGURA 3.38 TIPO DE INFORMACIÓN .....	38
FIGURA 3.38 VALOR MONETARIO .....	38
FIGURA 3.39 DISPENSADORES DEL NEGOCIO .....	39
FIGURA 3.39 TIPO DE CONTRATACIÓN.....	39
FIGURA 3.40 DESEMPEÑO DE DISPENSADORES ACTUALES.....	40
FIGURA 3.40 INCONVENIENTE DE DESEMPEÑO .....	40
FIGURA 3.41 PROBLEMA DE DISPENSADORES .....	41
FIGURA 3.41 FRECUENCIA DE MANTENIMIENTO .....	41
FIGURA 3.42 CONSULTA DE VISITANTES.....	42
FIGURA 3.42 ACEPTACIÓN DEL DM .....	42
FIGURA 3.43 CONTRATACIÓN DEL DM.....	43
FIGURA 3.43 VISITA POR PRIMERA VEZ.....	43
FIGURA 3.44 FRECUENCIA DE VISITA .....	44
FIGURA 3.44 MOTIVO DE VISITA A GUAYAQUIL .....	44
FIGURA 3.45 INFORMACION DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL .....	45
FIGURA 3.45 MEDIOS DE INFORMACIÓN .....	45
FIGURA 3.46 REFERIDOS .....	46
FIGURA 3.46 ALTERNATIVA DE GUIA.....	46
FIGURA 3.47 ACEPTACIÓN DEL DM .....	47
FIGURA 3.47 INFORMACIÓN QUE SOLICITARA EL DM .....	47
FIGURA 3.48 UBICACIÓN DEL DM.....	48
FIGURA 3.48 VALOR MONETARIO .....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

### CAPÍTULO 2

TABLA 2.18	BALANCE DE EQUIPO .....	18
TABLA 2.20	BALANCE DE PERSONAL.....	20

### CAPÍTULO 4

TABLA 4.52	COSTOS DE EQUIPOS DE OFICINAS .....	52
TABLA 4.53	COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS .....	53
TABLA 4.53	GASTOS DE ALQUILER .....	53
TABLA 4.54	GASTOS DE PUBLICIDAD.....	54
TABLA 4.54	SUELDOS Y SALARIOS.....	54
TABLA 4.55	GASTOS .....	55



**CAPÍTULO 1**  
**GENERALIDADES**

## **1.1 INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO**

El presente proyecto denominado dispensador de mapas tiene como finalidad solucionar un problema que ha sido detectado en nuestros visitantes nacionales y extranjeros y para las personas que residen actualmente en Guayaquil, consiste básicamente en brindarles un producto-servicio que le sirva de guía para transitar en nuestra ciudad y saber de forma más rápida y precisa cuáles son los lugares que puede visitar al momento de requerirlo.

Nuestro modelo de negocio consiste en una máquina dispensadora con un software especialmente diseñado, que imprimirá mapas que detallarán la dirección exacta que nuestro cliente haya solicitado. También proporcionará folletos con nombres y direcciones de lugares turísticos, centros de diversión, hoteles, restaurantes existentes en nuestra ciudad. Estos folletos incluirán imágenes y los números telefónicos de los lugares antes mencionados. Será de fácil manejo para nuestros clientes que se encuentren desorientados y no tendrán la necesidad de consultar Internet.

## **1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

En la actualidad transitar por nuestra ciudad se ha vuelto una verdadera travesía, nacionales y extranjeros que nos visitan a diario, algunos vienen por turismo, otros por obtener una oportunidad laboral y hay quienes por establecer un negocio propio; en fin, la notoria extensión urbana embellecida por la regeneración, sus inmensas avenidas y la eliminación de ciertas líneas de transportes por la implementación de un nuevo sistema, son factores que de una u otra manera han influido en la ciudadanía provocando ciertas confusiones, pérdidas de tiempo y dinero al momento de trasladarse de un sitio a otro.

Hemos observado, que existen ciudadanos que generalmente preguntan a los transeúntes como llegar a un lugar, situación que es bastante molesta puesto que tenemos que interrumpir a alguien en las calles o por vergüenza o timidez muchas veces no lo hacemos y en otras ocasiones los transeúntes por no quedar mal nos suelen dar direcciones equivocadas haciéndonos perder aún más tiempo.

Hay que acotar además que la gente prefiere gastar en taxis, sin darse cuenta el valor marcado en el taxímetro, muchas veces la dirección está cerca y el taxista le hace un recorrido largo para ganar más o no tomamos en cuenta que podemos ser víctimas de un secuestro o asalto por parte de éste por eso es importante que el usuario tenga una idea de cuáles son las calles o el recorrido que deberá hacer hasta llegar a su destino. Conocer a donde nos dirigimos nos hace sentir seguros. La información obtenida de internet nos ha confirmado que existen portales tales como: Nokia Maps, Googlemaps, Yahoomap, Mapred, Rutaris, en los cuales al ingresar podemos acceder a un determinado país y ciudad y ubicar las calles de la misma pero no especifican los diversos sitios turísticos a los que se puede acceder como por ejemplo estando en la ciudad de Guayaquil; para poder acceder a este servicio, implica que las personas

deben trasladarse a un cyber, o contar con celulares que tengan acceso a internet, según encuestas realizadas un 40% cuenta con un servicio “plan Internet” .Un 40% visita los cybers y un 20% no tiene idea de cómo obtener información de este tipo.

Una de las desventajas para los que cuentan con plan de Internet en sus celulares, es que a veces tienen problemas para acceder debido a que la señal suele caerse y es una verdadera molestia.

Hay que considerar también, es que por lo general la mayoría de los cybers cierran a tempranas horas de noche que impide que los usuarios accedan a este servicio cuando realmente lo requieran.

Con relación a las personas que desean obtener folletos turísticos, deberán acudir a una agencia de turismo que les provea de este material, muchos guayaquileños o residentes en esta ciudad no conocen donde están ubicadas más aún los turistas extranjeros como nacionales e internacionales.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Las personas que estamos a cargo de este proyecto al haber observado y vivido estas experiencias, hemos detectado una necesidad en las personas preguntándonos cómo podemos transitar en Guayaquil y más aún, cómo guiamos a un turista nacional o extranjero si no conocemos al detalle los nombres de las calles y cómo acceder a ellas. No sabemos cuáles son los principales centros turísticos, centros comerciales, etc. Todas estas preguntas son las que queremos resolver a través del desarrollo de este proyecto el mismo que consiste en crear y poner a disposición de todos un dispensador de mapas que instalados en sitios estratégicos, permitan a las personas conocer cómo llegar a un determinado lugar y en un corto tiempo, además de poder conservar de forma impresa esta información para futuras consultas.

Anualmente Guayaquil es visitada por 500.000 extranjeros internacionales de acuerdo a información proporcionada por la Dirección Nacional de Migración. Aproximadamente 1`500.000 habitantes de ciudades vecinas visitan nuestra ciudad por diversos motivos.

Este modelo de negocio denominado “dispensador de mapas” no existe actualmente en Guayaquil, es por ello que representa una importante oportunidad dentro de este mercado y una gran ayuda para la gente que no conoce como trasladarse a determinado sitio.

La mayoría de los mapas facilitan la llegada a un punto de referencia, este nuevo producto – servicio es mucho más completo, con un simple botón usted obtendrá la información que requiera en cuanto a sitios turísticos se refiera.

Es un “producto” (porque hablamos de folletos impresos); y, “servicio” (porque lo estamos prestando a un consumidor final), nuestro dispensador no siempre será consumidor final debido a que muchas personas solo se acercaran a adquirir folletería será muy fácil de manipular y ayudará a las personas a

obtener un folleto de bolsillo que contendrá información sobre los diferentes sitios turísticos, restaurantes, centros de diversión que existen en nuestra ciudad. Este folleto será impreso en un papel especial que le permitirá al usuario conservarlo en su bolsillo o cartera por algún tiempo.

El diseño del **hardware**, que es la parte física, será revisado y corregido por “Distelectrónica” que es una empresa colombiana **con sucursal en Ecuador, que opera actualmente en la ciudad de Ambato**, ellos son especialistas en diseño, fabricación, y comercialización de este tipo de equipos electrónico que operan con monedas y circuitos electrónicos.

El **software** que es el conjunto de órdenes lógicas empleadas por el ordenador para controlar la entrada y salida de datos , será proporcionado por el Instituto Geográfico Militar quienes conocen la distribución de las vías dentro de la ciudad de Guayaquil, ellos nos entregarán dicho programa el mismo que será revisado e instalado por nuestro programador en sistemas para que él a su vez realice un programa adicional que permita acceder a través de la digitación por parte del usuario a las diferentes consultas de direcciones.

Es importante el apoyo del Instituto Geográfico Militar del Ecuador, institución técnica y científica, encargada de la elaboración de la cartografía nacional y del archivo de datos geográficos de nuestro país. Su actividad se enmarca en la ley de la cartografía nacional y elabora mapas, cartas y demás documentos cartográficos oficiales del territorio ecuatoriano que son la base para la planificación de obras y trabajos vitales para el desarrollo y progreso de la patria en áreas como vialidad, exploración petrolera, obras de ingeniería, planificación urbana, catastro, educación, **turismo (mapas y folletos de lugares turísticos)**, entre otros.

A su vez ellos nos proveerán de toda la folletería impresa de los lugares turísticos, tales como: hoteles, restaurantes, centros comerciales, etcétera. Los mismos que contendrán información detallada como: nombre del establecimiento, sucursales, teléfonos y la dirección donde podrá acceder a este tipo de servicio, estos serán colocados en nuestro “DM” distribuyéndolos en categorías. Como por ejemplo, si un cliente desea obtener el folleto para conocer que restaurantes existen dentro de nuestra ciudad, deberá <seleccionar la categoría> en nuestro “DM”, <restaurantes>; este folleto será impreso en un tipo de papel especial y de fácil manipulación.

Nuestro centro de operaciones estará ubicado en las calles Baquerizo Moreno 131 y Loja de la ciudad de Guayaquil, y contará con personal altamente calificado.

## **1.4 OBJETIVOS**

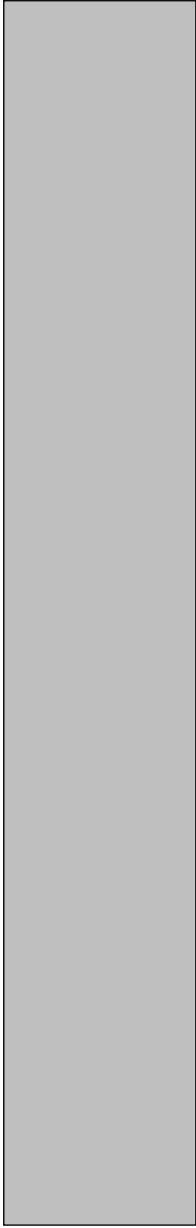
### **1.4.1 Objetivo General**

Resolver los problemas de ubicación que tiene actualmente la ciudadanía guayaquileña y los extranjeros para trasladarse de un sitio a otro.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Ubicar estratégicamente nuestro producto – servicio.
- Permitir a las personas nacionales y extranjeras, contar con la información precisa y al instante.
- Determinar el monto de la inversión necesaria.
- Lograr alianzas estratégicas con empresas de turismo, cadenas hoteleras, entre otros.





## **CAPÍTULO 2**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

## 2.1 ANTECEDENTES

Actualmente existen en el mercado un sinnúmero de dispensadores de todo tipo como: bebidas, revistas, jabón líquido, toallas sanitarias, de snack, servilletas, etc. De acuerdo a investigaciones realizadas en Internet para confirmar sobre la existencia de nuestro modelo de negocio, hemos podido observar que existen portales que ofrecen este tipo de servicios en los cuales al ingresar podemos acceder a un determinado país y ciudad, ubicar las calles de la misma pero éstos no especifican los diversos sitios turísticos a los que se puede acceder estando en Guayaquil.

En cuanto a dispensadores de mapas con direcciones que contengan información sobre centros turísticos y demás lugares que pueden visitarse dentro de la ciudad, no fueron encontrados en la investigación que realizamos vía Internet, lo que nos implica una gran ventaja para desarrollar nuestro “DM” el mismo que será de gran ayuda para los turistas nacionales e internacionales que visitan a diario nuestra ciudad en busca de turismo, plazas trabajo, educación, entre otros. Estos serán ubicados en lugares estratégicos pensando en darles a nuestros usuarios facilidad de acceso y ofrecerles un excelente servicio.

## 2.2 INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN

El presente trabajo le permitirá conocer todo acerca del dispensador de mapas “DM”, es importante conocer el funcionamiento del “DM” así como cada una de las partes que lo conforman, su estructura física, principales características.

El “DM” es un equipo con tecnología de punta que pondremos a disposición del mercado guayaquileño así como para el uso de turistas nacionales y extranjeros y para todas aquellas personas que estén interesadas en obtener información de nuestra bella ciudad, además de los lugares que existen y que por desconocimiento no los han visitado aún.

A fin de facilitarles la lectura y entendimiento de nuestros lectores, junto a cada palabra o término especial, técnico o científico colocaremos su significado dentro de un paréntesis.

### 2.2.1 PROVEEDOR PRINCIPAL

#### 2.2.2.1 PARTE TANGIBLE

Este tipo de dispensadores son actualmente fabricados por una empresa colombiana *DISTELECTRÓNICA*, empresa dedicada al diseño, fabricación, y comercialización de equipos electrónicos que operan con monedas y circuitos electrónicos para diferentes ramos de la industria.

Esta empresa cuenta con una sucursal en nuestro país, en la ciudad de Ambato por lo que no va a ser necesario realizar trámites de aduanas, siendo el proveedor quien deberá asumir este valor y darnos un precio final por el dispensador como tal.

Para que el dispensador de mapas "DM" pueda emitir la información, es necesario que cuente con un software así como con materia prima de excelente calidad y durabilidad como es el papel donde se imprimirán los mapas así también deberá almacenar los folletos turísticos solicitados por nuestros usuarios

El proveedor encargado de vendernos el software de mapas es el Instituto Geográfico Militar del Ecuador, quienes son los expertos en cartografía, en trazado de redes y vías de comunicación de nuestro país, además ellos estarán a cargo del diseño e impresión de todo lo relacionado a los folletos turísticos y nos proveerán del papel especial para la impresión de mapas con direcciones.

### 2.2.2.2 PARTE INTANGIBLE

Otro proveedor importante es el programador de sistemas, quien nos proveerá de un software (es la estación central de control), de acuerdo a las instrucciones que reciba de parte nuestra y una vez que conozca a cabalidad el funcionamiento de nuestro dispensador de mapas "DM".

Como se mencionó en el punto 2.2.2.1, el programador deberá utilizar el software que nos provea el Instituto Geográfico Militar del Ecuador para que el computador imprima de acuerdo a una orden lógica lo que requiera el usuario.

### 2.2.3 CARACTERÍSTICAS

Los "DM" son considerados **equipos de autoservicio**, es decir en los que el usuario se atiende por sí sólo; serán de fácil acceso y manipulación, con sólo pulsar cualquier tecla de "selección directa" el usuario tendrá acceso a la información impresa que requiera.

En cuanto a los folletos podrán ser impresos de acuerdo a las diferentes categorías que el usuario quisiera conocer y obtener: restaurantes, centros comerciales, lugares turísticos, hoteles, en fin todo lo que corresponda a turismo de Guayaquil en el cual se incluirán datos como: número de teléfono, sucursales; hasta que sitios turísticos existen en Guayaquil y cómo acceder a ellos.

También a través de nuestro dispensador de mapas puede ser utilizados de acuerdo a la necesidad del usuario, desde la visualización (observación) en la pantalla de una dirección o puede optar por la impresión de un plano que contenga las direcciones por sectores, es decir, por zonas o ciudadelas a los cuales desean acceder.

## 2.2.4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El dispensador de mapas “DM”, es un dispositivo automatizado, lo llamamos así debido a que es un sistema donde se transfieren tareas, realizadas habitualmente por operadores humanos a un conjunto de elementos “tecnológicos”.

La automatización persigue como objetivo realizar diversas operaciones imposibles de controlar intelectual o manualmente, mejorar la disponibilidad de los productos pudiendo proveer las cantidades necesarias en el momento en que un usuario lo requiera; además con ésta simplificamos el mantenimiento que el operario debe dar al equipo sin que éste requiera de grandes conocimientos para la manipulación del proceso.

Un sistema automatizado consta de dos partes principales:

- Parte de mando que llamaremos de ahora en adelante al “SOFTWARE”, es la estación central de control, es el elemento principal del sistema y el encargado de la supervisión, manejo, corrección de errores y comunicación
- Parte operativa o “HARDWARE”, es la parte que actúa directamente sobre la máquina, son los elementos que hacen que la máquina se mueva y realice las acciones, dentro de los cuales podemos detallar los siguientes:

**Pantalla o monitor**, es en la que se ve la información suministrada por el ordenador, aquí se visualiza una aplicación (tipo de programa informático diseñado como herramienta para permitir a un usuario realizar diversos tipos de trabajo), a través de la pantalla del “DM”, el usuario podrá visualizar una serie de fotografías plasmadas en forma de diapositivas (presentaciones gráficas) de los lugares turísticos que ofrece nuestra ciudad, además se podrán observar las diferentes marcas o nombres de los negocios o sus respectivos comerciales, los mismos que intervienen y que desean ser conocidos por los usuarios de este producto – servicio, dentro de los cuales destacamos a: restaurantes, centros comerciales, hoteles, cines, etcéteras; ya que con esto se busca dar mayor apertura para que los visitantes acudan a sus locales y utilicen los productos y servicios que ellos ofrecen, apoyando de esta forma al comercio de nuestra ciudad.

**Teclado**, es un elemento principal de un computador el cual nos permite ingresar todo tipo de texto o ejecutar cualquier instrucción al computador, con la finalidad de que se visualice la aplicación en la pantalla o monitor. A través de éste el usuario podrá acceder, digitando las direcciones que desee obtener para que el software busque y seleccione el mapa que deberá imprimir y entregar al usuario. El teclado sirve específicamente para esta opción y para ir confirmando o negando las preguntas que se realicen por pantalla.

**Teclas de selección directa**, son aquellas que visualizamos en la parte derecha del dispensador de mapas “DM” y nos permitirá seleccionar dentro de las diversas categorías propuestas, los folletos que desee obtener el usuario. Las teclas están elaboradas en metal, resistentes a todo tipo de clima para que vayan a ser denominadas

**Parlante.-** Es un dispositivo o aparato de salida que contiene un conjunto de piezas organizadas de tal forma que cumplan con una función específica, en este caso cumple la función de emitir sonidos y en el caso del dispensador mientras el cliente está realizando su requerimiento y mientras se éste se procesa va a emitir las melodías más representativas de nuestra ciudad, de esta forma damos a conocer a nuestros visitantes, nacionales como internacionales la cultura de nuestra ciudad.

**Procesador.-** Es por decirlo de alguna manera, el cerebro del computador que permite el procesamiento de información numérica, es decir, información ingresada en formato binario (el código binario es comúnmente usado en lenguaje de programación java, pascal, visual Basic), en pocos términos como el ser humano maneja su lenguaje que es el español, así mismo las computadoras tienen su lenguaje propio al que llamamos binario.

**Ranura de inserción de monedas**, es una cajita rectangular de 15 centímetros de alto por 10 centímetros de ancho ubicada en el lado derecho debajo de las teclas de selección directa, por la que los usuarios podrán ingresar el valor de acuerdo a la categoría que haya seleccionado.

**Ranura de dispensación de mapas y folletos**, es una bandeja metálica de 30 centímetros por 15 de alto ubicada en la parte inferior central del “DM” y por donde se expulsará lo requerido por el cliente ya sean los mapas o los folletos turísticos impresos.

**Suministro de energía eléctrica**, para poder operar es necesario contar con el suministro de energía, por ello hemos considerado que nuestro dispensador a más de manejarse con la energía que nos provee la CATEG (Corporación para la Administración Temporal Eléctrica de Guayaquil), es necesario que cuente con un generador de energía ya que de presentarse algún daño en el sector donde se encuentre instalado el “DM”, nuestro equipo continúe brindando el producto-servicio y de esta forma no dejar desabastecidos a nuestros usuarios.

**Gavetas de dispensación para el dinero**, es la bandeja donde se recibirá y almacenarán las monedas que reciba el “DM”, recordemos que el usuario para obtener nuestro producto-servicio deberá antes ingresar una moneda por el valor que se muestre junto a los botones de selección directa por la categoría que haya seleccionado.

**Estructura física**, podemos decir que el equipo automatizado “DM” estará fabricado con láminas calibre 18 de un material llamado **Acrilonitrilo Butadieno Estireno** o **ABS** que es un plástico muy resistente al impacto (golpes) y duradero, es usado tanto en industrias como para acciones domésticas. Un termoplástico representa el 70- 80% del consumo total de los plásticos y se caracterizan porque son resinas con una estructura lineal, que durante el moldeo en caliente no sufren modificación química, y quedan blandos y confortables. Sus cadenas poliméricas son independientes entre sí, es decir, no existen uniones químicas fuertes entre ellas, por lo que su estructura es como un entrecruzamiento caprichoso de cadenas.

Al calentarse los termoplásticos, permiten que las cadenas se deslicen y resbalen unas sobre otras adquiriendo el llamado estado viscoelástico (es un material sintético y poroso, por lo que transpira por sí mismo y no presenta problemas de humedad), permitiendo que puedan ser moldeados a presión. Su propiedad fundamental es que existe una temperatura, llamada de transición vítrea por encima de la cual las cadenas adquieren la suficiente energía como para deslizarse unas sobre otras de tal manera que el plástico se deforma.

El dispensador tendrá las siguientes medidas, las mismas que han sido consideradas pensando en nuestro grupo objetivo, estatura de las personas, comodidad, y ergonomía (postura para el cuerpo, iluminación y espacio físico).

<b>ALTURA</b>	:	1.70 centímetros
<b>FRENTE</b>	:	0.60 centímetros
<b>FONDO</b>	:	1 metro
<b>COLOR</b>	:	Celeste

La pintura que se utilizará en los “DM” será de color celeste, que representa al color de la bandera de nuestra ciudad, hemos seleccionado la pintura electrostática ( ) ya que es altamente genérica que evitará que con el paso del tiempo, la exposición al clima y cambios de temperatura ésta se corra y además no permite que pase corriente alrededor del equipo.

Por ser un equipo moderno, electrónico y automatizado, se lo ha diseñado para que sea de fácil instalación y mantenimiento para quienes lo van a utilizar.

A continuación presentamos el diseño del dispensador que proveerá de información tanto turística como de mapas con direcciones a las personas que lo requieran.



Figura 2-12: Dispensador de mapas

## 2.2.5 FUNCIONAMIENTO

El proceso de compra tanto de mapas como de folletos impresos se hará a través del dispensador de mapas “DM” éste es muy sencillo porque es automático y de fácil acceso y comprensión para todos.

El usuario se acerca motivado por un material P.O.P. (publicidad en el punto de venta), a realizar su requerimiento de información, si lo que desea obtener es un folleto con información sobre los centros comerciales, lugares turísticos (iglesias, malecones, plazas, mercados, miradores) , restaurantes, hoteles, con los que cuenta nuestra ciudad, por ejemplo: deberá insertar una moneda en la <ranura de inserción de monedas> del dispensador, se dirige al panel de categorías y presionará la tecla de <selección directa> en este caso con el nombre de “centros comerciales” en español, o “malles” en inglés; aparecerá una ventana en la pantalla confirmando el pedido realizado, si está correcto, el usuario deberá digitar “aceptar”, si no podrá cancelarlo y rectificar su solicitud de lo contrario deberá esperar 3 minutos aproximadamente para que su folleto sea expulsado por la ranura de dispensación.

Si lo que desea el usuario es obtener un mapa por sectores de la ciudad, bastará con ingresar la moneda en la <ranura de inserción>, luego en pantalla aparecerá un campo de texto o cuadro de texto que le permitirá al usuario ingresar el nombre de la calle a la que desee trasladarse y seguidamente el sistema le pedirá que ingrese el nombre de un sitio cercano o de referencia para poder ubicar de mejor forma el mapa, como por ejemplo:

Si el cliente se encuentra en este momento en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo ubicado en la Avenida de las Américas y desea llegar hasta la ESPOL de las Peñas, el usuario digita en el campo <ingrese nombre de calle> malecón y Loja; y a continuación para confirmar datos en pantalla se le pedirá que ingrese <un lugar de referencia> donde deberá digitar ESPOL, cualquiera de las dos opciones es válida para el software, porque ha sido diseñado para que aquellas personas que no conocen los nombres exactos de las calles, puedan darle la instrucción al equipo de un “lugar de referencia”, una vez que el equipo ubicó la dirección el cliente podrá optar por imprimir el mapa o por visualizarlo, para ello en pantalla aparecerán estas dos opciones que deberá seleccionarlo de acuerdo a su requerimiento. Si lo que desea es imprimir, deberá elegir esta opción y esperar que el equipo “DM” le suministre el mapa a través de la ranura de dispensación de mapas y folletos que está ubicada en la parte inferior del mismo.

A continuación mostraremos el diseño del mapa con direcciones que el dispensador de mapas imprimirá para los usuarios que requieran este tipo de información.



Figura 2-13: Modelo del mapa impreso

Es importante conocer que tanto en el panel de categorías, de inserción de monedas, y en pantalla cada instrucción estará expuesta tanto en el idioma inglés como en español para que no existan confusiones y demoras entre los usuarios de nuestro producto – servicio.

Para una mejor explicación de cada procedimiento, hemos elaborado los flujogramas que contienen detalladamente los pasos que deberán seguir nuestros usuarios para cada uno de sus requerimientos, tanto para consultar e imprimir un mapa con direcciones o para obtener un folleto turístico que los ayude a recorrer mejor nuestra ciudad, sin pérdida de tiempo y dinero.



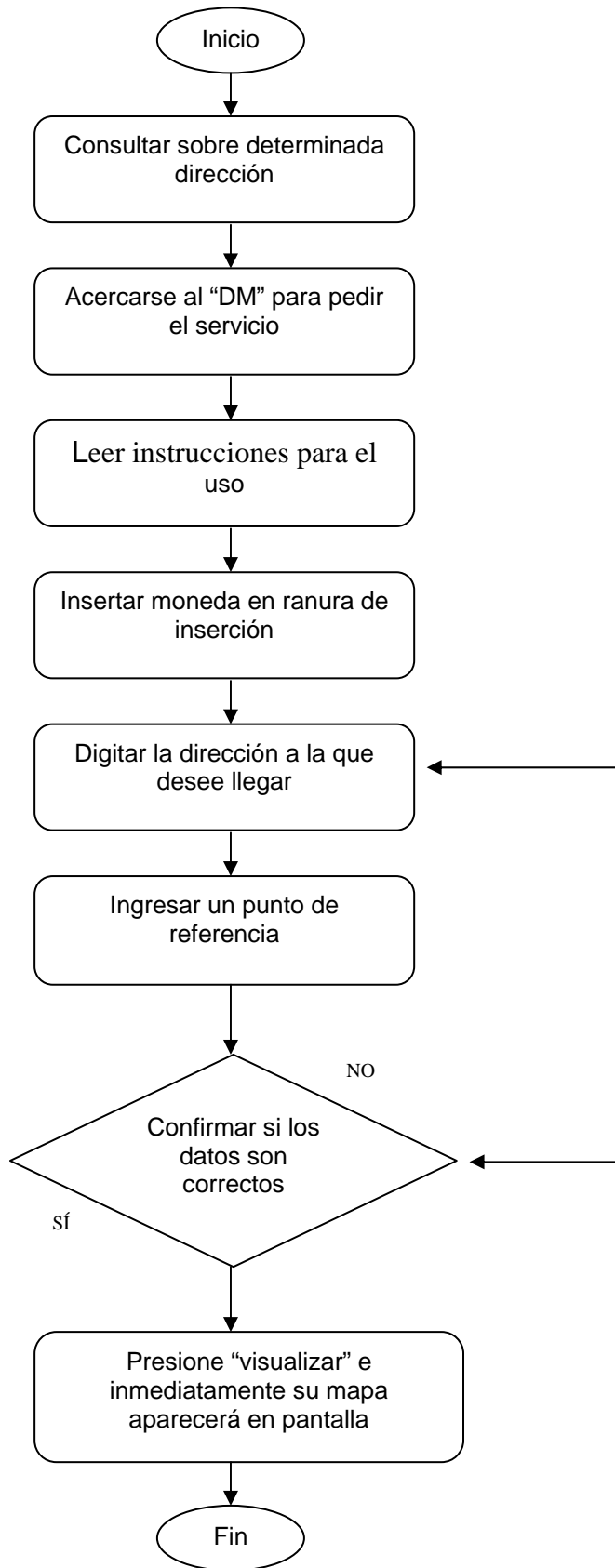


Figura 2-14: Flujograma de actividades de manera visual

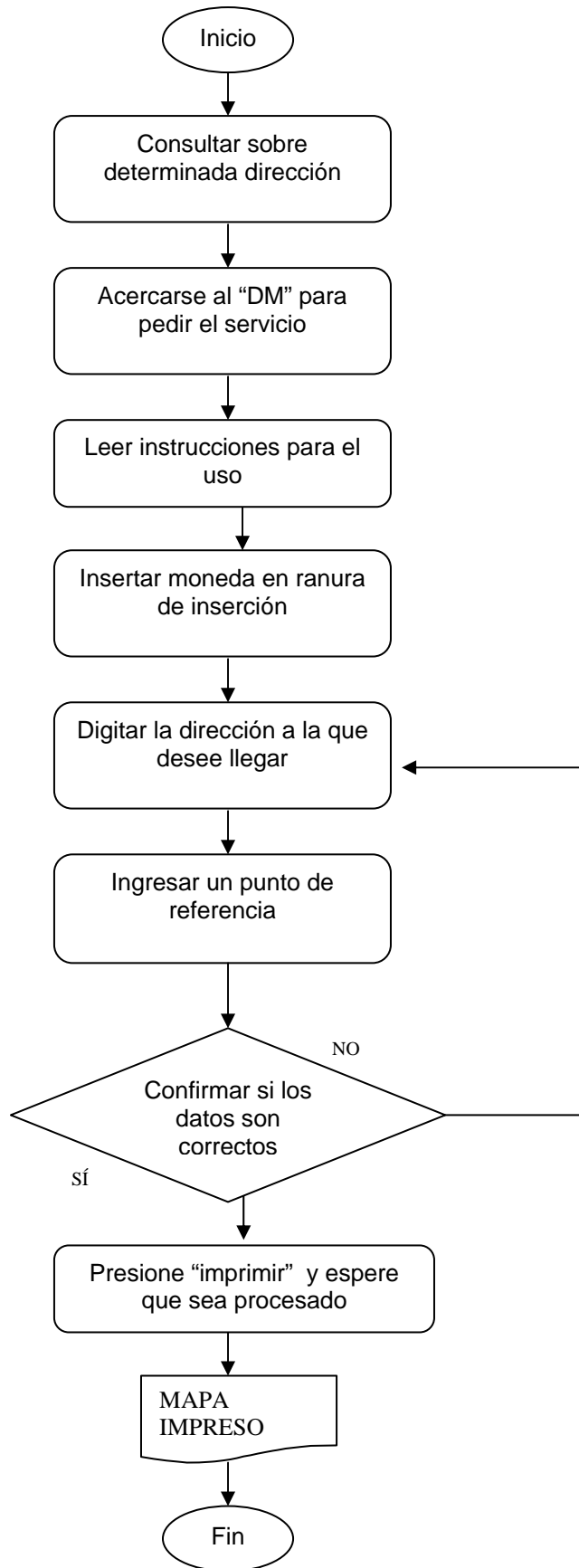


Figura 2-15: Flujograma de actividades de manera impresa

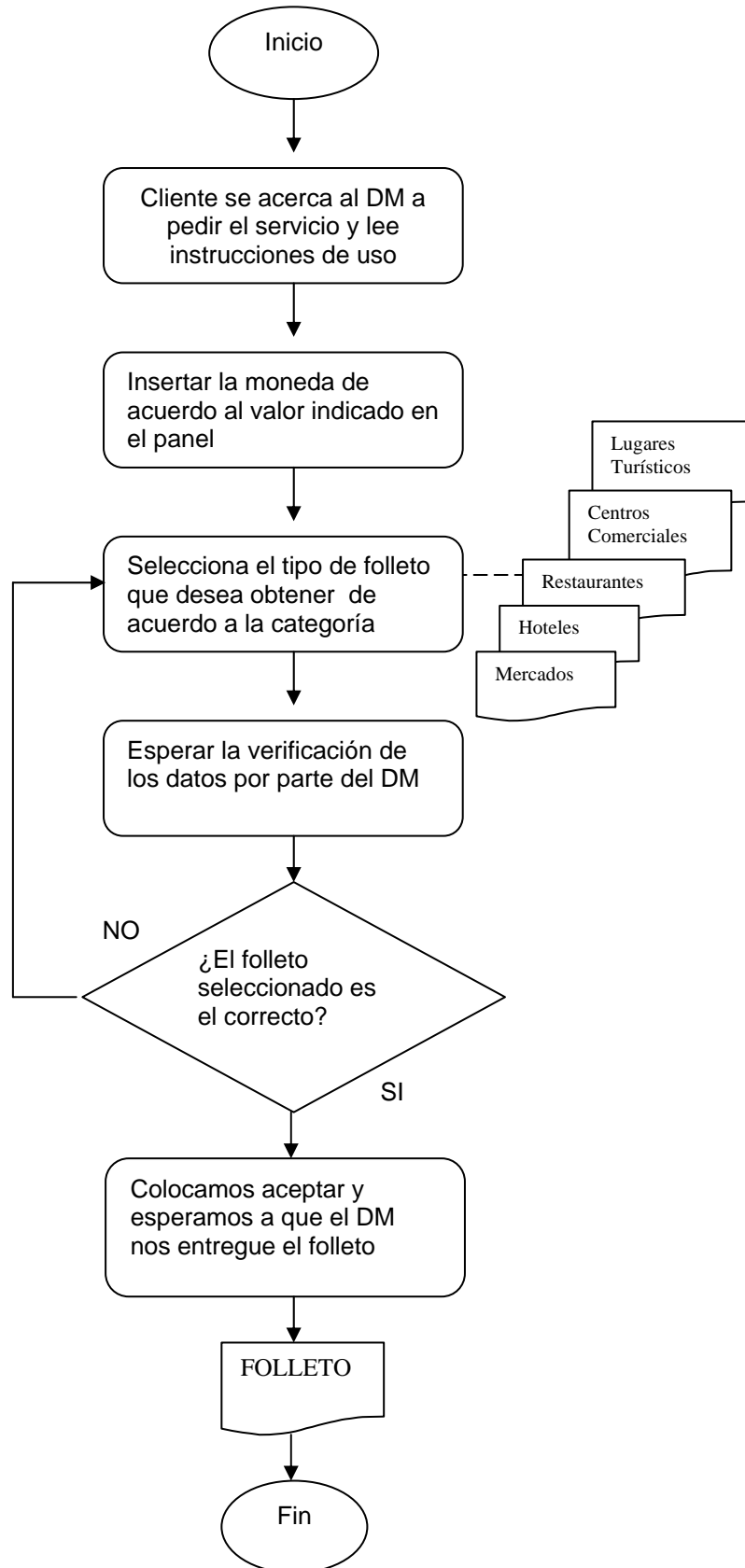
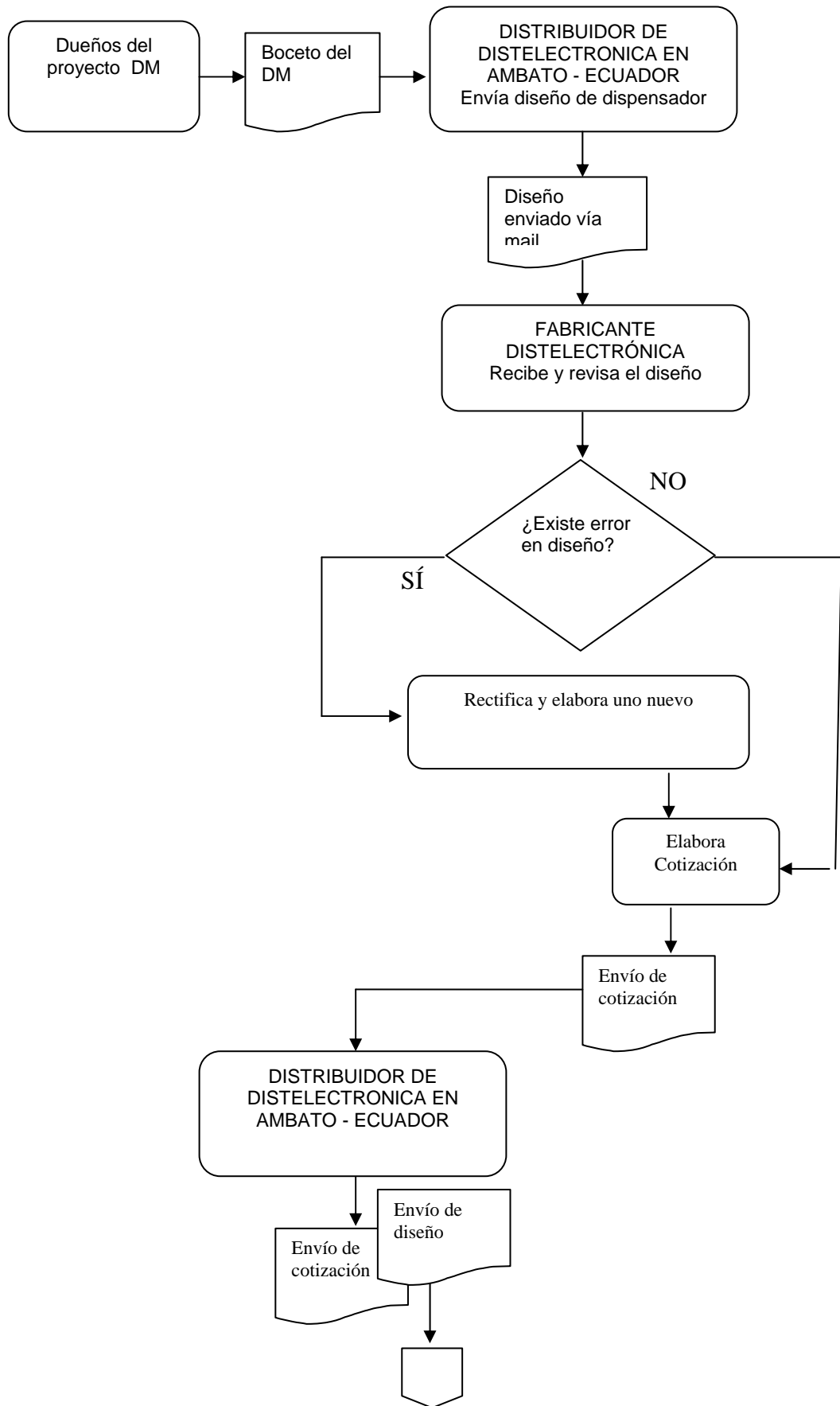


Figura 2-16: Flujograma para la obtención de un folleto



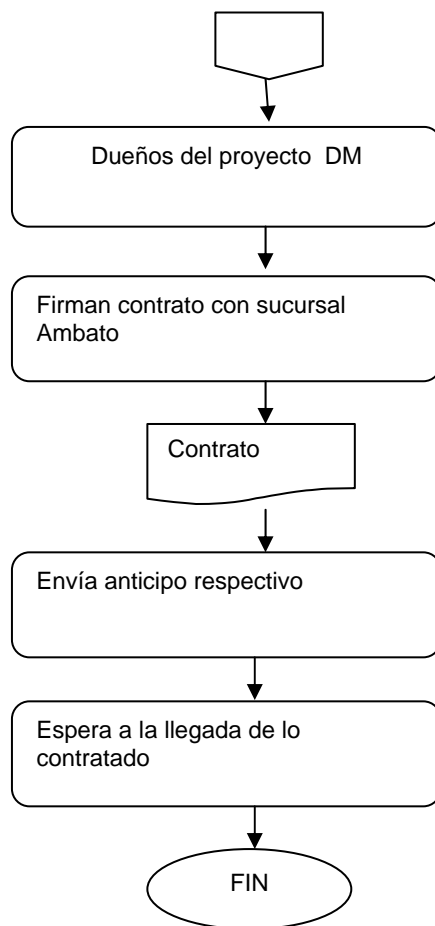


Figura 2-18: Flujograma del proceso de contratación.

## 2.3 BALANCE DE EQUIPOS Y OFICINA

En todo proyecto es necesario contar con los implementos o herramientas para poder desarrollar eficientemente un producto y además ofrecer a nuestro público objetivo un excelente servicio.

A continuación encontraremos un cuadro en el cual hemos detallado la materia prima que necesitamos para poder entregar a nuestros consumidores cada uno de nuestros productos.

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MEDIDA	TOTAL
1	Dispensador Fabricados	5	unidad	\$ 100.000,00
2	Software de mapas	1	global	\$ 1.000,00
<b>Total de Inversión estimada</b>				<b>\$ 101.000,00</b>

Figura 2-18: Tabla de Balances y equipo

El ítem número 1, hace mención a los dispensadores ya fabricados, como lo decíamos anteriormente, dicha fabricación estará a cargo de la empresa Distelectrónica con sucursal en la ciudad de Ambato, iniciaremos con cinco dispensadores los mismos que serán instalados en: aeropuerto, Terminal Terrestre, tres estaciones de metro vía ubicadas una en la parada de la Espol, otra en la parada del sector bancario, y la parada del correo.

El ítem número 2, El software de mapas es indispensable para que nuestro dispensador será adquirido a través del proveedor llamado Instituto Geográfico Militar, esto nos significa una sola compra por eso es considerado como costo global.

El material para impresión de mapas será entregado por el mismo Instituto Geográfico Militar; también estarán a cargo de entregarnos la folletería impresa que será colocada en cada dispensador de mapas, así mismo realizaremos una compra para los cinco equipos.

## **2.4 BALANCE DE PERSONAL**

Para obtener el producto final en nuestras manos y llevarlo al consumidor o usuario final, es necesario que antes se realicen ciertos procedimientos que van desde la elaboración del diseño hasta la consecución del producto final.

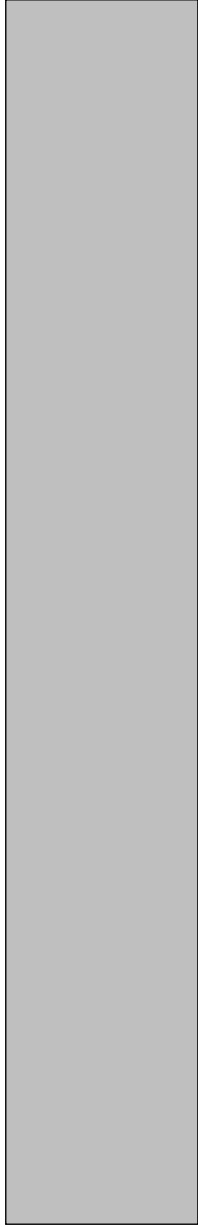
Como hemos venido indicando la empresa colombiana Distelectrónica dedicada al diseño y fabricación de equipos que operan con monedas, ha sido seleccionada para que confeccione el "DM"; la sucursal ubicada en Ambato será la intermediaria entre el fabricante (Distelectrónica) y nosotros quienes seremos los comercializadores del mismo.

El proceso inicia desde que nos ponemos contacto con el proveedor local en este caso Distelectrónica de la ciudad de Ambato, a quien le entregamos el boceto del "DM", para que a su vez ellos se encarguen de enviarlo al diseñador y los encargados de presupuestar y confeccionar dicho equipo.

Si el diseño está de acuerdo y cumple con las normas establecidas para este tipo de equipos, Distelectrónica tendrá que enviar un presupuesto por la fabricación del mismo a la sucursal de Ambato; de existir alguna anomalía y por ende se tiene q rediseñar algo, la empresa deberá reenviar un diseño a Ambato para que ellos nos los presenten así como la cotización respectiva. Una vez de acuerdo se firma el contrato respectivo y se realiza un pago por anticipado para confeccionarlo, luego debemos esperar a que el proveedor nos indique cuando los dispensadores ya hayan llegado.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Diseñador</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>
<b>fabricantes</b>	<b>2</b>	<b>1000,00</b>
<b>Programador</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>
<b>Instaladores</b>	<b>2</b>	<b>200,00</b>
<b>Total</b>		<b>1400,00</b>

**Figura 2-20: Tabla de Balances del personal**



**CAPÍTULO 3**  
**INVESTIGACIÓN DE  
MERCADO**



### **3.1 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente capítulo se pretende diseñar e implementar una investigación de mercado que permita identificar las preferencias del usuario, la cual permitirá formarse una clara idea del eventual nivel de aceptación que tendrá el producto-servicio en el mercado Guayaquileño.

Identificadas las características básicas de los clientes, dentro de los cuales se encuentran el uso de nuestro dispensador; el estudio del mercado proveerá las herramientas necesarias y suficientes al momento de estimar la demanda; así como la aceptación de nuestro producto-servicio, ejes fundamentales la factibilidad económica del proyecto, los resultados que obtengamos de este estudio permitirá delinear estrategias de comercialización para posicionar el producto-servicio en la mente del usuario final.

La presente investigación está dirigida hacia aquellos individuos de estrato social medio-alto, turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad, a los residentes y no residentes quienes cuentan con un flujo de ingresos significativos para poder obtener nuestro producto-servicio. Además se han incluido a los dueños de establecimientos como gasolineras para conocer el criterio de ellos acerca de los dispensadores.

### **3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Nuestra ciudad anualmente es visitada por 500.000 extranjeros internacionales y aproximadamente, 1'500.000 habitantes de ciudades vecinas que vienen a nuestra ciudad por diversos motivos por ello y como apoyo al turista decidimos elaborar este proyecto de inversión para la comercialización de dispensadores de mapas.

A través de la investigación de mercados quisiéramos conocer la aceptación de nuestro producto-servicio, saber que piensan los dueños o los administradores de los lugares que consideramos de mayor afluencia como lo son la Terminal terrestre, aeropuerto, estaciones de servicio como las gasolineras, estaciones de metrovía).

Con esta encuesta buscamos información como: visitantes que llegan a la ciudad, tanto de fuera del país como de provincias, saber la frecuencia de visitas, conocer por qué motivo vienen, aceptación del equipo, entre otros.

### 3.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### OBJETIVOS GENERALES

- Determinar la existencia de un nicho de mercado para producto-servicio en nuestra ciudad.
- Identificar las actuales oportunidades de mercado para la oferta del producto.
- Definir el segmento de mercado para el producto-servicio.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el perfil, gustos y preferencia de nuestros usuarios.
- Establecer el grado de conocimiento de producto por parte de los guayaquileños.
- Determinar la demanda de nuestro producto -servicio, la cual permitirá conocer la frecuencia de uso del dispensador.
- Saber cuál sería el valor monetario que estarían dispuestos a asumir por obtener nuestro producto

### 3.4 PLAN DE MUESTREO

#### 3.4. 1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN.

La población es definida como el conjunto que representa todas las mediciones de interés para el estudio.

La muestra es un subconjunto de unidades del total, que permite inferir la conducta del universo en su conjunto.

La población que se ha considerado para la realización del presente estudio de mercado es la ciudad de Guayaquil debido que en esta ciudad iniciaremos la operaciones con la empresa ya demás servirá como mercado de prueba (es una muestra del mercado total que se emplea para evaluar la aceptación de un producto y en función de su resultado se decide si se lanza el producto o se debe hacer cambio antes de su lanzamiento definitivo) para nuestro producto servicio.

Nuestro estudio de mercado se concentra en los tres principales universos o poblaciones: Dueños de lugares estratégicos como: Estaciones de gasolineras, metrovía, cadenas de servicios (comisariatos) etcétera; los turistas extranjeros y nacionales, para ellos nos enfocaremos en realizar nuestras encuestas en Terminal terrestre y

aeropuerto. Los habitantes de la ciudad de Guayaquil en base al censo del 2009 por el INEC se determinaron 3'226.000 habitantes.

## 1. Ciudadanía en General

Según información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (I.N.E.C) los individuos de estrato social medio alto y alto se encuentran dentro del quintil más rico de la población, pues es el 20% más rico del país que concentra cerca del 45,9% del consumo nacional.

## 2. Lugares estratégicos:

Gasolineras	85
Estación de metrovía	25
Comisariatos	10
Terminal	1
Aeropuerto	1

## 3. Turistas

Anualmente nuestra ciudad recibe turistas tanto nacionales como internacionales, en base al ministerio de turismo se recibe:

**Nacionales** 1'500.000

**Extranjeros** 500.000

### 3.4.2 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA.

Se ha decidido desagregar el universo en subconjuntos menores, homogéneos internamente pero heterogéneos entre sí, tal que el (los) estrato (s) se constituyan, cada uno, en un universo en particular, de tamaño más reducido, y sobre el cual se seleccionen muestras. Es decir se utilizará un muestreo aleatorio simple.

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 90%, y un grado de significancia del 10%. Dado que no se cuenta con información estadística relevante de estudios previos realizados, se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra, para el caso de una población infinita:

$$n = \frac{z^2 (p \times q)}{D^2}$$

**Donde:**

**n:** Tamaño de la muestra.

**Z:** Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 90%.

**p:** Probabilidad de éxito, en este caso “p” representa la probabilidad que el dispensador de mapas producido en Guayaquil sea comprado y consumido por el cliente meta.

**q:** Probabilidad de fracaso.

**D:** Máximo error permisible.

De acuerdo a la tabla normal, el valor “Z” asociado a un nivel de confianza del 90% es de 1,64. Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad que los consumidores potenciales compren los dispensadores de mapas producido en el Ecuador sea del 50%, y por tanto la probabilidad de fracaso “q” se ubique en el 50%.

Mientras que el margen de error máximo permisible es del 5%.

**Resumiendo:**

$$n = \frac{(1.64)^2 (0.50)(0.50)}{(0.05)^2}$$

**n = 67.24**  
**n = 100**

Este muestreo se realizará a tres grupos: 100 encuestas dirigidas a la ciudadanía en general, 100 a turistas nacionales y extranjeros y 30 a los dueños de establecimientos (autoservicios).

### 3.5.- DISEÑO DE LA ENCUESTA

#### CUESTIONARIO PARA LA CIUDADANÍA EN GENERAL

**NOMBRE DEL ENCUESTADO:** \_\_\_\_\_

**EDAD:** \_\_\_\_\_ años

**ZONA: DIRECCIÓN** \_\_\_\_\_

**FECHA DE LA ENCUESTA:** \_\_\_\_\_/2009

Buen día, estimado Sr., Sra., Srta., mi nombre es \_\_\_\_\_, y estoy realizando una encuesta para conocer la aceptación de un nuevo producto en el mercado y quisiera me brinde su colaboración

1.- ¿Reside actualmente en Guayaquil?

SÍ   
(Pase a la pregunta #2)

NO   
(Pase a la pregunta # 3)

2.- ¿Cuántos años tiene viviendo en esta ciudad?

1 a 10 años   
11 a 20 años   
21 a 30 años   
Siempre   
Otros  \_\_\_\_\_ años

3.- ¿Cuál es su actividad?

Turismo   
Trabajo   
Estudios   
Otros  Especifique \_\_\_\_\_

4.- ¿Conoce ud la ubicación de las calles de Guayaquil?

Definitivamente

Probablemente

No estoy seguro

Definitivamente no

5.-¿A su criterio, el no conocer la ciudad que le podría ocasionar?

Llegar tarde a una reunión

Perder tiempo

Ser víctima de robos

Otros

Especifique: \_\_\_\_\_

6.- ¿Alguna vez ha tenido dificultad para ubicar una dirección o lugar turístico dentro de la ciudad?

SÍ   
(Pase a la pregunta 7)

NO   
(Finalizar la encuesta)

7.- ¿Le gustaría que existiera a su disposición un dispensador que le provea de información turística como de mapas con direcciones de la ciudad ?

SÍ

NO   
(Finalizar la encuesta)

8.-¿En qué lugares quisiera tener a disposición este equipo dispensador?

- Aeropuerto
- Terminal Terrestre
- Estaciones de servicio (gasolineras)
- Estaciones de metrovía
- Todas las anteriores
- Otros  Especifique\_\_\_\_\_

9.-Seleccione qué tipo de información usted obtendría del dispensador

- Mapas con direcciones
- Bares/Discotecas
- Centros comerciales
- Iglesias
- Malecones
- Restaurantes
- Todas las anteriores
- Otros  Especifique\_\_\_\_\_

10.- Cuánto estaría ud dispuesto a pagar por este tipo de producto-servicio?

- \$ 1 a \$ 5
- \$ 6 a \$ 10
- \$ 11 a \$ 20

**CUESTIONARIO PARA LOS DUEÑOS DE ESTABLECIMIENTOS**

NOMBRE DEL ENCUESTADO: \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL NEGOCIO \_\_\_\_\_

ZONA: NORTE      CENTRO       SUR       

DIRECCIÓN \_\_\_\_\_

FECHA DE LA ENCUESTA: \_\_\_\_\_/2009 HORA: \_\_\_\_\_

Buen día, estimado sr, sra, srta, mi nombre es \_\_\_\_\_, y estoy realizando una encuesta a los dueños/administradores de este tipo de negocios, con la finalidad de conocer la aceptación de un nuevo producto en el mercado

1.- ¿Con qué tipo de dispensadores cuenta actualmente su negocio?

Bebidas Toallas Sanitarias Snacks Cigarrillos 

2.- ¿Cuál es la forma de contrato que sigue con ellos?

Son rentados Son propios Están a consignación Renta espacio 

3.- ¿Cómo calificaría el desempeño de estos equipos?

Excelente Muy bueno Bueno Malo 

4.- ¿Ha tenido algún tipo de inconvenientes durante el uso de alguno de ellos?

SI NO



5.- ¿Con qué frecuencia tiene inconvenientes con los dispensadores?

- A diario
- Cada 15 días
- Cada mes
- Nunca

6.- ¿Cada cuánto tiempo le dan mantenimiento a sus dispensadores?

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Anualmente
- Nunca

7.- ¿Con qué frecuencia sus visitantes le consultan cómo llegar a un determinado lugar dentro de la ciudad?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

8.- ¿Le gustaría contar con un dispensador que provea de información turística y además de mapas con direcciones de Gquil?

SÍ   
(pase a la pregunta 8)

NO   
(Termine la encuesta)

9.- Si decidiera contar con un dispensador, cómo le gustaría que fuera la modalidad de contratación?

- Rentarlo
- Comprarlo
- Tenerlo a consignación

**CUESTIONARIO PARA TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES**

NOMBRE DEL ENCUESTADO: \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_ años

UBICACIÓN: TERMINAL TERRESTRE  AEROPUERTO 

FECHA DE LA ENCUESTA: \_\_\_\_\_/2009

Buen día, estimado sr,sra, srta, mi nombre es \_\_\_\_\_, y estoy realizando una encuesta para conocer la aceptación de un nuevo producto en el mercado y quisiera me brinde su colaboración

1.- Nacionalidad

\_\_\_\_\_

2.- ¿Es la primera vez que viene a Guayaquil?

Sí NO 

3.- ¿Con qué frecuencia viene?

Semanalmente Quincenalmente Mensualmente Anualmente 

4.- ¿Qué motivo lo atrae visitar nuestra ciudad?

Turismo Trabajo Estudios Otros 

5.- ¿Cuenta al momento con algún tipo de información impresa (folletos) de Guayaquil?

Sí NO

6.-¿Qué alternativa utiliza cuando no sabe cómo llegar a una determinada dirección?

Pregunta a los transeúntes

Coge Taxi

Otros  Especifique\_\_\_\_\_

7.- ¿Le gustaría que existiera a su disposición un dispensador que le provea de información turística como de mapas con direcciones de la ciudad?

Sí me gustaría   
(Pase a la pregunta #8)

NO me gustaría   
(Termine la encuesta)

8.- ¿Con qué tipo de información debería contar una persona que recorre nuestra ciudad?

Mapas con direcciones

Bares/Discotecas

Centros comerciales

Iglesias

Malecones

Restaurantes

Todas las anteriores

Otros  Especifique\_\_\_\_\_

9.-¿En qué lugares quisiera tener a disposición este equipo dispensador?

Aeropuerto

Terminal Terrestre

Estaciones de servicio (gasolineras)

Estaciones de metrovía

Todas las anteriores

Otros Especifique \_\_\_\_\_

10.. ¿- Cuánto estaría ud dispuesto a pagar por este tipo de producto-servicio?

\$ 1 a \$ 5

\$ 6 a \$ 10

\$ 11 a \$ 20

### 3.6. RESULTADOS ENCUESTA CIUDADANIA EN GENERAL

Para obtener información de la **ciudadanía en general** se realizaron cien encuestas en el centro de la ciudad de Guayaquil, las personas se mostraron muy colaboradoras en todo momento y facilitaron la gestión del encuestador.

A continuación mostraremos los resultados obtenidos de dichas encuestas.

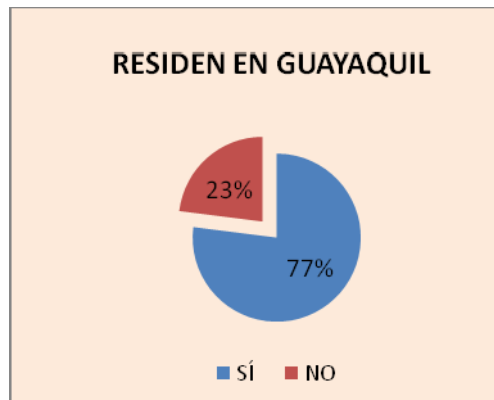


Figura 3-34: Residentes de Guayaquil

Esta pregunta nos da conocer que de las cien personas encuestadas un 77% reside actualmente en la ciudad mientras que un 23% no. Es de vital importancia ya que a esta gran mayoría va dirigido nuestro dispensador de mapas.

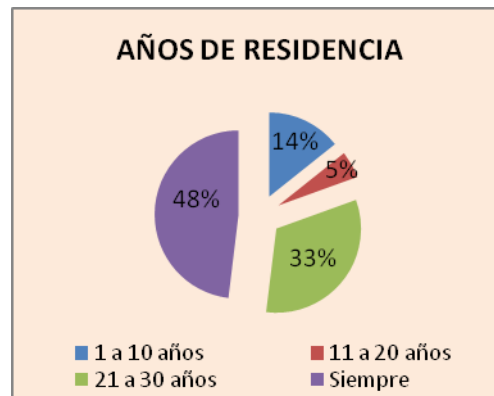
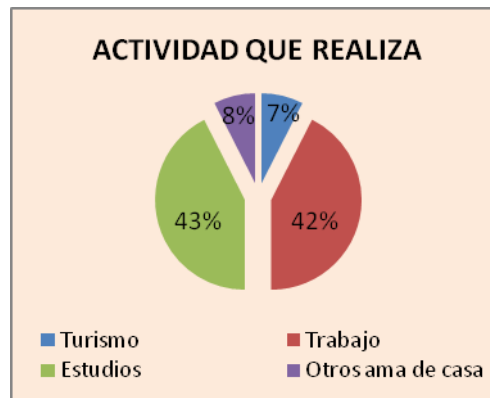


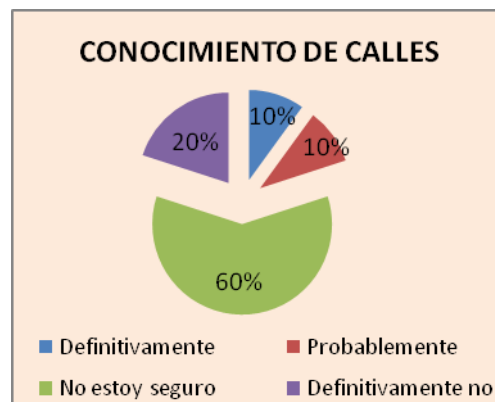
Figura 3-34: Años de residencia

De acuerdo al gráfico podemos notar que un 48% ha vivido siempre en la ciudad, mientras que hubo un grupo de personas (25) que estaban dentro del rango de 21 a 30 años residiendo en esta ciudad; los otros grupos oscilan entre un 5% al 14%.



**Figura 3-35: Actividades**

Del cien por ciento de los encuestados un 43% nos indicó que residen o que viajan constantemente a Guayaquil por estudios, el 42% lo hace por trabajo. Otro grupo lo conforman un 8% que indicaron no ejercer ni trabajo ni estudios si no más bien dedicado al trabajo de casa y un 7% lo realiza por turismo.



**Figura 3-35: Conocimientos de calles**

El resultado obtenido en esta respuesta, nos indica que del cien por ciento, un sesenta por ciento no está seguro de conocer las calles de la ciudad, punto favorable para la utilización de nuestro "DM", un veinte por ciento dice que definitivamente; un 20% dice que definitivamente no conoce, y un 10% dice conocer definitivamente y otro 10% manifestó conocer probablemente.



Figura 3-36: Desconocimientos de calles

Un ochenta y tres por ciento de los encuestados nos dice que el no conocer las calles realmente les han hecho perder su tiempo; mientras que un diecisiete por ciento opinó que llegó tarde a una reunión.



Figura 3-36: Problema de ubicación

De las cien personas encuestadas la mayoría, es decir, un ochenta y un por ciento se inclinó por decir que ha tenido dificultades para ubicar una dirección determinada dentro de la ciudad. mientras que un 19% dice que no ha tenido ningún tipo de inconvenientes.

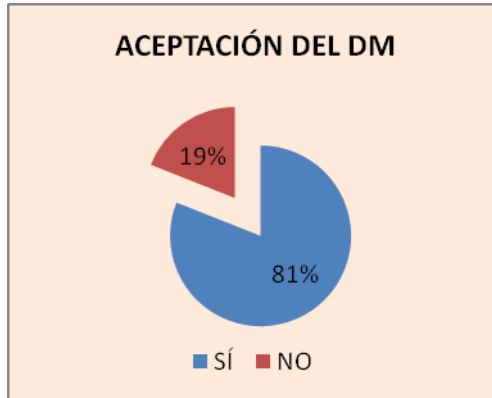


Figura 3-37: Aceptación del DM

De acuerdo a las encuestas un 81% se inclinó e interesó en la existencia del dispensador de mapas y folletos mientras que un 19% dijo que no.

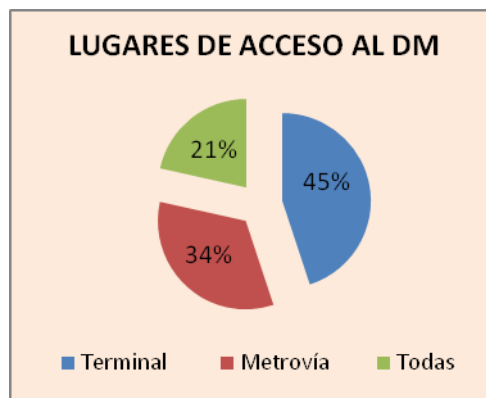


Figura 3-37: Lugares de acceso

El 45% de los encuestados prefiere que los dispensadores de mapas sean ubicados dentro de las instalaciones del terminal terrestres de Guayaquil; mientras que otros indicaron por las estaciones de metrovía, es decir un 34%, y un grupo correspondiente al 21% nos indicó que los dos lugares serían factibles.

Esto nos da a saber los lugares que son más concurridos por los usuarios y donde podremos ubicarnos con los DM.



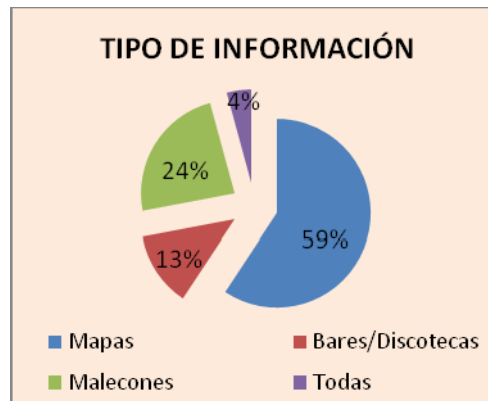


Figura 3-38: Tipo de información

Estos datos nos ayudan a conocer un poco más sobre las necesidades de nuestros usuarios, como podemos apreciar un 59% nos ha indicado que obtendría mapas con direcciones, otro grupo el del 24% nos indicó que obtendría información de malecones que existen en nuestra bella ciudad, un 13% optó por elegir bares y discotecas y un 4% dijeron que todas serían importantes.

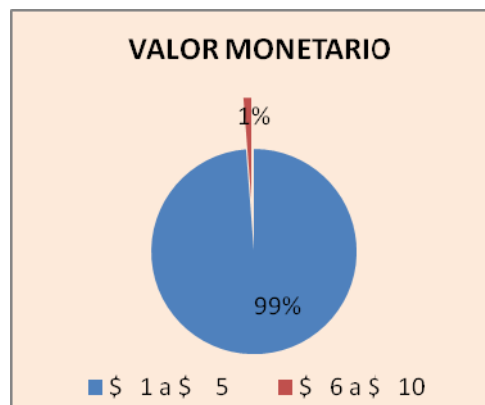


Figura 3-38: Valor monetario

El valor es importante al momento de adquirir un determinado producto, un 99% opinó que puede pagar por este tipo de información entre \$1 a \$5, así es que tenemos que revisar detalladamente los costos para obtener las ganancias esperadas y ofrecer al público un producto que guarde los márgenes de calidad ofrecidas.

### 3.7 RESULTADOS ENCUESTAS DUEÑOS DE ESTABLECIMIENTOS

Para obtener información de la **los dueños de establecimientos de negocios o administradores de los autoservicios** se realizaron treinta encuestas divididas de acuerdo a: 10% en el sector norte cercanos a las ciudadelas, garzota y alborada, y 10% en el sector centro de la ciudad de Guayaquil a lo largo de la Avenida Quito y Avenida Machala y 10% en el sector sur (a lo largo de la avenida Portete). Los administradores trataron de dar la mayor cantidad de respuestas posibles y se mostraron muy colaboradores en todo momento facilitando la gestión del encuestador.

A continuación mostraremos los resultados obtenidos de dichas encuestas.

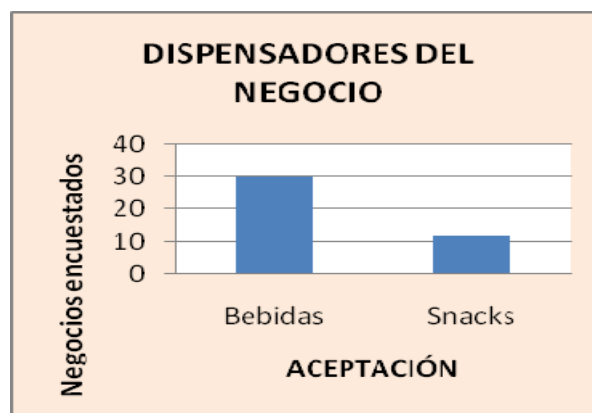


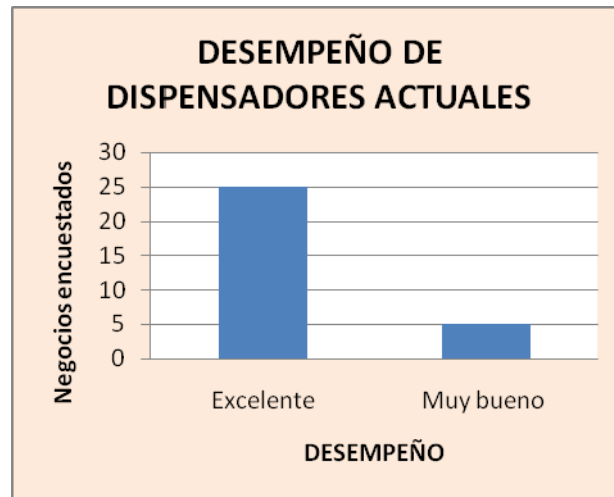
Figura 3-39: Dispensadores del negocio

De las estaciones de servicios Primax de la ciudad de Guayaquil ubicadas en diferentes zonas de la ciudad, podemos indicar que el 30% de ellas posee dispensadores de bebidas gaseosas y 12% de snacks.



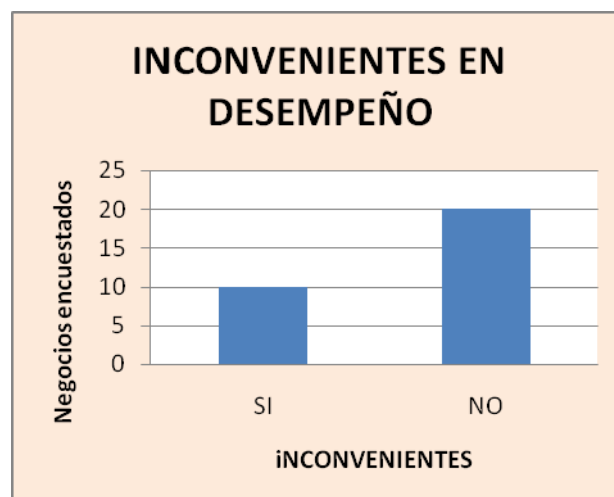
Figura 3-39: Tipo de Contratación

En cuanto al modelo de negocios que manejan actualmente los dueños de establecimientos, los 30 encuestados coincidieron en que estos equipos dispensadores tanto de bebidas gaseosas como de snacks son propios por lo que es una ventaja para nosotros en cierto punto saber que ellos están dispuestos a adquirirlos con recursos propios.



**Figura 3-40: Desempeño de dispensadores actuales**

A través de estos resultados podemos medir el grado de satisfacción que tienen actualmente los dueños de establecimientos desde el primer momento que empezaron a utilizar estos equipos y podemos ver que de los 30 encuestados, 25 de ellos es decir la mayoría, piensa que estos equipos han tenido un excelente desempeño; y sólo 5 de ellos nos respondieron que muy bueno.



**Figura 3-40: Inconvenientes en desempeño**

De los treinta encuestados, el 10% contestó que si ha tenido problemas con sus dispensadores; y un 20% señalaron que no, que el funcionamiento ha sido satisfactorio.

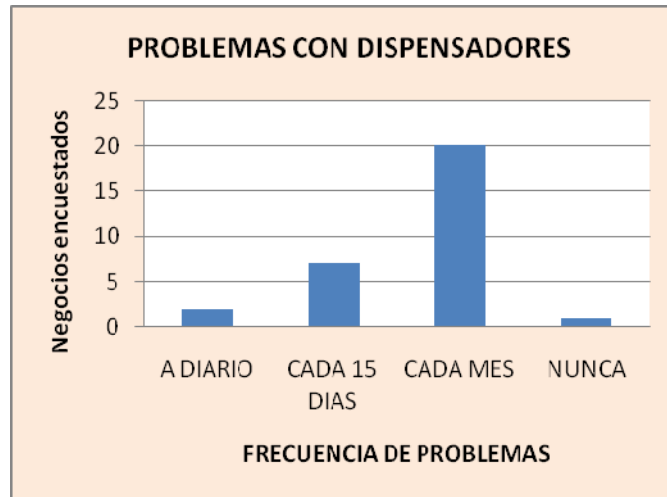


Figura 3-41: Problema con dispensadores

Con estas respuestas se han determinado, que hay que tener previsto el mantenimiento periódico para estos equipos a fin de evitar molestias a los dueños de establecimientos y dejar de atender a los usuarios, el gráfico muestra que el 20% de los encuestados tiene algún tipo de problemas cada mes, y otros un 7% cada quince días, mientras que un 2% nos manifestó que a diario tiene inconvenientes y un 1% manifestó que nunca.

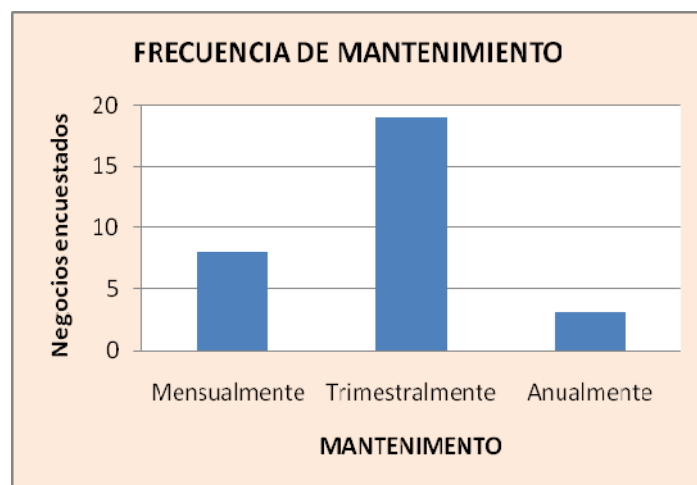
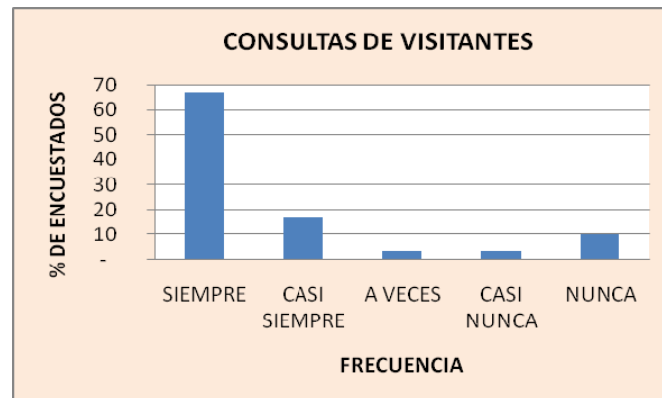


Figura 3-41: Frecuencia de mantenimiento

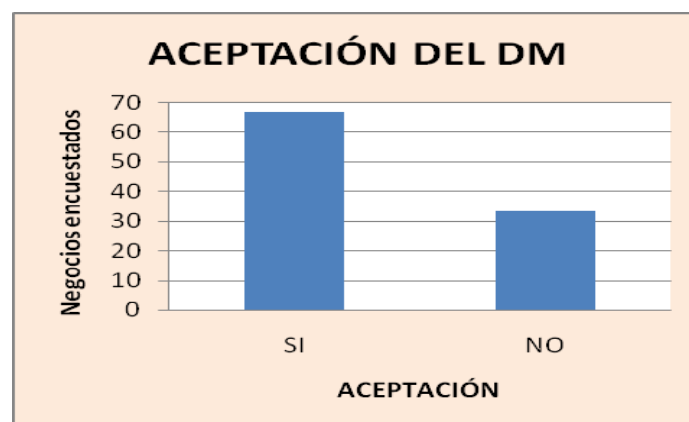
Los dueños de establecimientos señalaron que a sus dispensadores normalmente les dan mantenimiento trimestralmente, esto lo señaló un 63%, otro grupo, el 26% optó por mensualmente, un 10% nos dijo mensualmente, que nos da la pauta del por qué pueden ocurrir las fallas en los equipos, el mantenimiento debe ser periódico a fin de que ningún dispensador no presente fallas ni al establecimiento ni al usuario al momento de solicitar información.



**Figura 3-42: Consulta de visitantes**

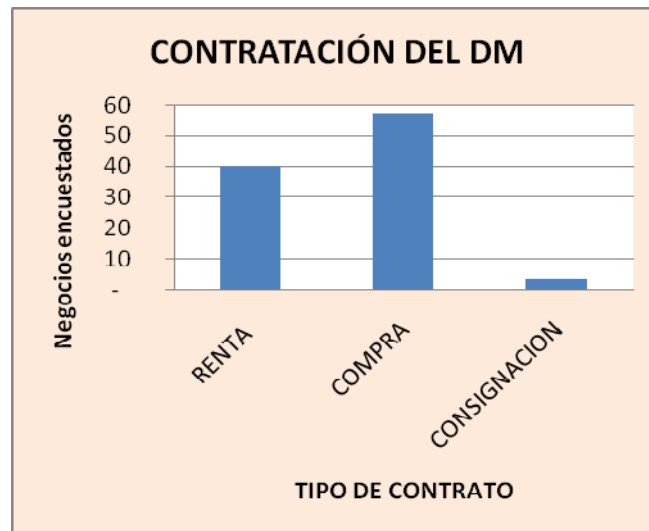
Como podemos observar un 66% de los encuestados nos manifestó que recibe a menudo preguntas de los transeúntes consultando sobre cómo llegar a determinado sector; un 16% dice que casi siempre recibe estas consultas; el 10% manifestó que nunca que nunca le han consultado; mientras que dos grupos coincidieron en un 3% cada uno, en decirnos que a veces y casi nunca son consultados.

Estas respuestas nos sirven para determinar que existe desconocimiento por parte de las personas que circulan por las diferentes zonas de la ciudad y que necesitan obtener información, consultando a otros cómo llegar a determinada dirección.



**Figura 3-42: Aceptación del DM**

Un 66% de los encuestados nos dice que está dispuesto a aceptar el dispensador y un 33% no, la gran mayoría está de acuerdo con la existencia debido a que ellos ven necesario que los clientes que visitan sus negocios puedan optar por este tipo de producto novedoso y que será de gran utilidad. Tenemos un grupo objetivo de establecimientos que estarían dispuestos a adquirirlo y eso es un punto a nuestro favor para la comercialización.



**Figura 3-43: Contratación del DM**

Un 40% de los dueños de establecimientos optaron por indicarnos que estarían dispuestos a firmar un contrato de arriendo por el dispensador; pues aunque cuenten actualmente con dispensadores propios ellos empezaron arrendándolos; un 57% optaría directamente por la compra pues manifestó que es mucho más rentable; y un 3% indicó que quisiera probarlo y tenerlo a consignación inicialmente.

Estos datos nos dan conocer un mercado objetivo de establecimientos de servicios a quienes podemos llegar con nuestro producto a través de comercialización o venta directa y otros a través de renta.

### 3.8 RESULTADOS ENCUESTAS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Para obtener información de los *turistas nacionales e internacionales* se realizaron cien encuestas 50 en las afueras del terminal terrestre de Guayaquil y 100 en las afueras del aeropuerto de esta ciudad. Los turistas que arribaban a la ciudad aun cuando venían fatigados del viaje nos demostraron ser muy colaboradores en cada una de nuestras encuestas. A continuación mostraremos los resultados obtenidos de dichas encuestas.



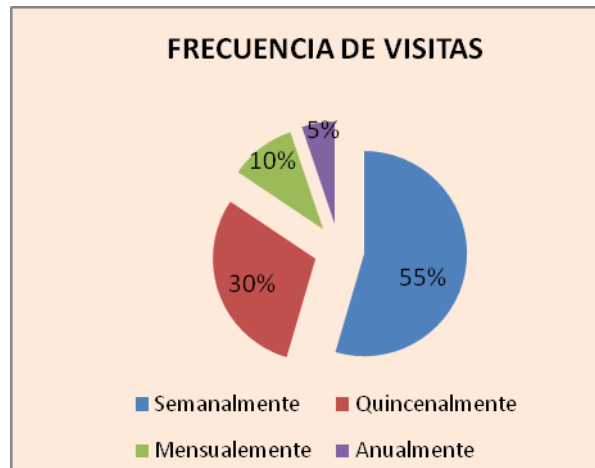
Figura 3-44: Nacionalidades

De acuerdo a las encuestas realizadas, podemos ver que el 55% de los encuestados vienen fuera del país y un 45% visitan la ciudad desde alguna provincia del Ecuador.

Estas personas conforman nuestro grupo objetivo más importante pues la gran mayoría es de afuera y no conoce muy bien la ciudad.

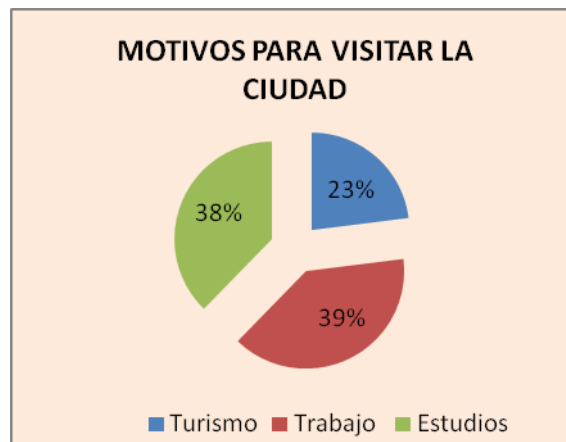


Figura 3-44: Visita por primero vez



**Figura 3-45: Frecuencia de visita**

Un 55% de los visitantes nos indicó que semanalmente están visitando la ciudad, un 30% nos afirma que lo realiza cada quince días, un 10% cada mes y un pequeño grupo pero significativo lo realiza anualmente. Con estos datos conocemos que tanto visitan a la ciudad los extranjeros y nacionales y quienes podrían utilizar con frecuencia nuestro producto.



**Figura 3-45: Motivos de visita a Guayaquil**

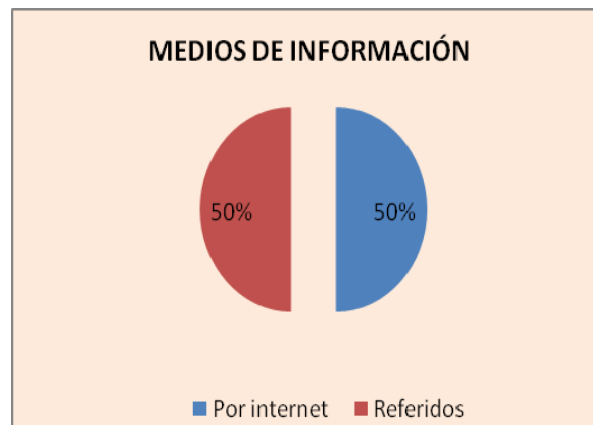
Los resultados que se aprecian en el gráfico, nos demuestran el por qué la ciudad es tan visitada por turistas nacionales y extranjeros, su mayor potencial es el de las plazas de trabajo con un 39%, seguido de un 38% de personas que vienen a realizar sus estudios y un 23% que se dedica netamente a hacer turismo y conocer la ciudad.





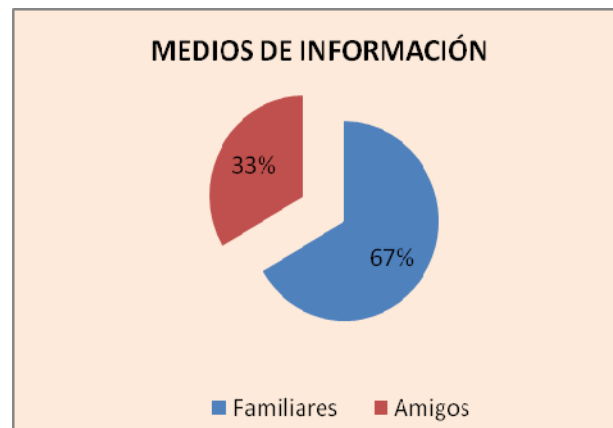
**Figura 3-46: Información de la ciudad**

Aún cuando la mayoría de los encuestados viene de las afueras de la ciudad y otros fuera del país, la gran mayoría, es decir, un 88% al ser consultado respondió no contar con ningún tipo de material impreso o folletos de la ciudad y sólo un 12% nos manifestó que sí.



**Figura 3-46: Medios de Información**

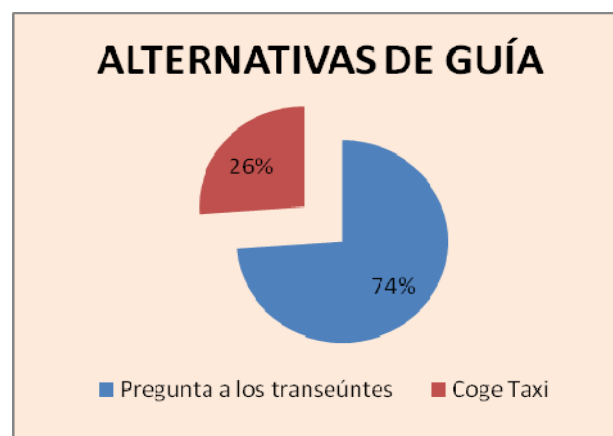
Los visitantes nos dan a conocer que han utilizado tanto el internet así como referencias de personas que conocen para obtener información sobre nuestra ciudad, tal como lo indican las encuestas la votación fue dividida en 50% a 50%



**Figura 3-47: Referidos**

Del 50% que indicaron haber obtenido información de referidos, se obtuvo que el 33% correspondía a personas que tienen familiares y un 16% que consultan normalmente a sus amigos.

Esto nos indica que las personas no conocen a ciencia cierta la ciudad y cuando vienen a la ciudad deben solicitar ayuda a sus parientes o amigos para movilizarse dentro de ella.



**Figura 3-47: Alternativa de guía**

En estos datos podemos ver que la mayoría de los turistas, es decir un 74% prefieren preguntar a los transeúntes cómo llegar a una dirección dentro de la ciudad y un 26% coge un taxi hasta llegar a su destino.

Tenemos muchas personas a quienes podemos llegar con nuestro producto, se observa un porcentaje alto de desconocimiento por parte de los visitantes.

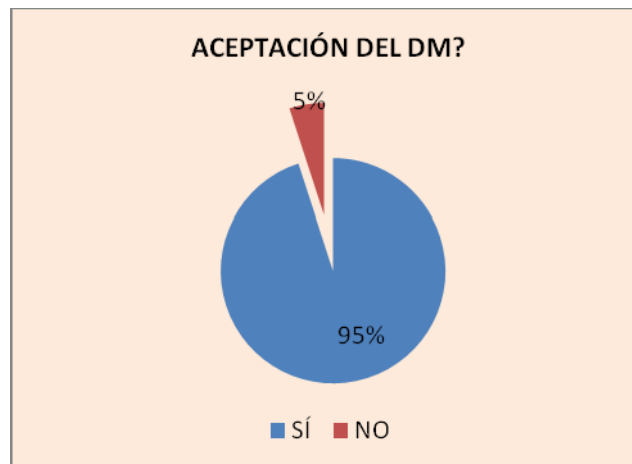


Figura 3-48: Aceptación del DM

El 95% de los encuestados incluyendo turistas nacionales como extranjeros estuvieron de acuerdo con que quisieran que exista un dispensador que le s provea de información tanto turística de nuestra ciudad como de mapas con direcciones mientras que en un porcentaje mor, un 5% indicó que no está de acuerdo con este producto.

Este es parte de nuestro grupo objetivo y a quien va destinado nuestro producto, tal como nos podemos dar cuenta existe mucho interés en la existencia de este producto.

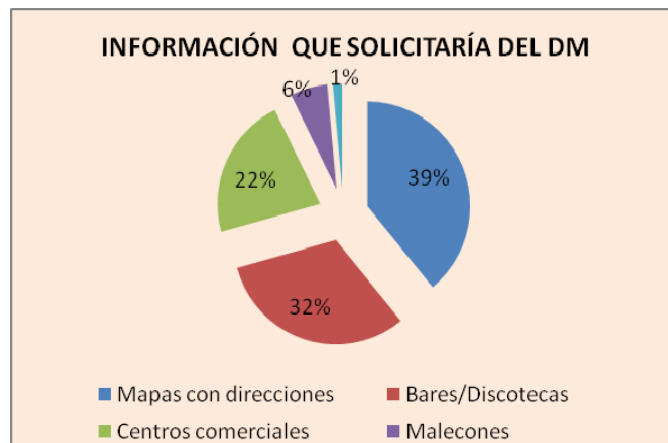
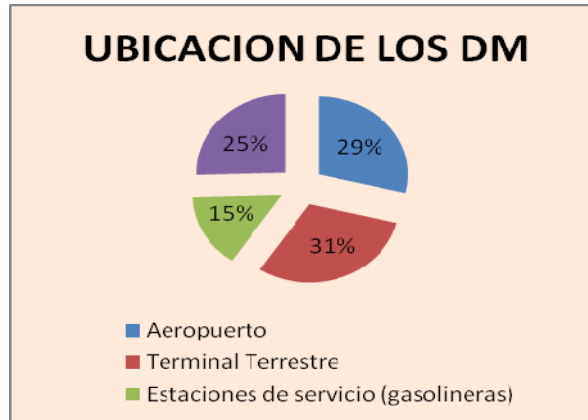


Figura 3-48: Información que solicitara el DM

Sin duda la mayoría de los visitantes se inclinó por la opción de mapas con direcciones, respuesta que obtuvo un 39%, seguido de lugares de distracción como bares y discotecas que obtuvo un 32%; los centros comerciales también son bastante concurridos por nuestros turistas, por ello nos da como resultado

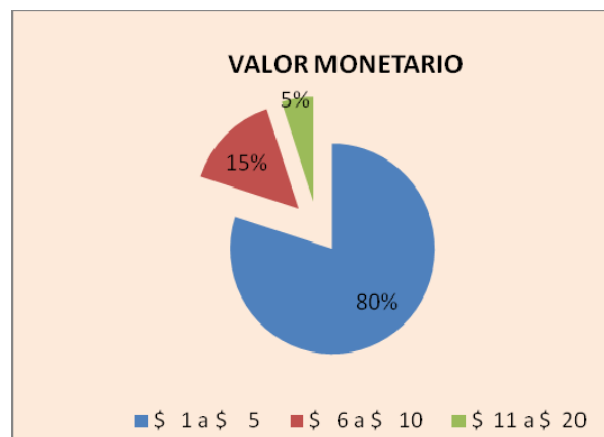
un 22% de la encuesta; la respuesta de información sobre los malecones construidos obtuvo un 6% y la de restaurantes un 1%.

Con esto tenemos un mejor panorama de la información que necesitan las personas que visitan nuestra ciudad, esto nos ayudará para el cálculo de impresión de folletería turística.



**Figura 3-49: Ubicación del DM**

De acuerdo al gráfico, se puede observar que un 31% desea que los dm sean ubicados en el terminal terrestre seguido de un 29% que quisiera estén el aeropuerto; tenemos también el 25% de encuestados que opinaron que deberían colocarse en las estaciones de metrovía; y un 15% que solicita se los ubique en las estaciones de servicio como son las gasolineras de la ciudad.



**Figura 3-49: Valor monetario**

A diferencia de las anteriores respuestas obtenidas en cuanto al precio, esta vez tenemos diferencias de criterios, por ejemplo un 80% dice que estaría dispuesta a pagar entre \$1 a \$5 por obtener información ya sea turística o de

mapas con direcciones de nuestro DM; un 15% dice que podría pagar entre \$6 a \$10 y un grupo pequeño es decir, un 5% dijo que puede pagar entre \$11 a \$20.

### **3.9 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

Luego de haber realizado el estudio de mercado, edición y tabulación de los datos obtenidos a través de la encuesta, concluimos que el dispensador de mapas es realmente un producto – servicio que tanto la ciudadanía en general como turistas nacionales y extranjeros y los dueños de establecimientos desearían que exista en el mercado para poder utilizarlo y gozar de todas sus bondades.

Es notorio que la mayoría de los residentes y visitantes aún no conocen la ciudad por completo más aún los turistas extranjeros que para ellos sería una verdadera travesía transitar en la ciudad si no contaran con información turística y más que todo de direcciones.

También es valiosa la información que nos dieron a conocer los encuestados como es la ubicación de los dispensadores, siendo los lugares más mencionados: el aeropuerto y terminal terrestre así como estaciones de metro vía por ser sitios de mayor acceso a ellos al momento de llegar a la ciudad o movilizarse dentro de ella.

Adicionalmente conocimos cuál es el rango de precios que un usuario estaría dispuesto a pagar por obtener un folleto o mapa turístico y cuáles serían los sitios de acceso al dispensador de mapas.

En cuanto a los resultados obtenidos de los dueños de establecimientos, se puede observar que ellos cuentan con dispensadores propios actualmente, les llama la bastante la atención la idea de que en el mercado guayaquileño exista un dispensador de mapas con direcciones y que a su vez imprima folletos turísticos pues consideran serían de gran beneficio para la ciudadanía en general y los visitantes.; hay que resaltar que los dueños de los negocios también nos dieron a conocer sobre las revisiones periódicas que tendríamos que realizar a estos equipos.



**CAPÍTULO 4**  
**PRESUPUESTO DE  
COSTOS Y GASTOS**

## 4.1 EQUIPOS DE OFICINA

Como hemos indicado, este proyecto se basa en la comercialización de dispensadores de mapas y folletos turísticos, dichos equipos serán importados directamente desde Colombia por la empresa Distelectrónica de la ciudad de Ambato, y nuestro objetivo es comercializarlos e instalarlos en los diferentes lugares de la ciudad de Guayaquil, actuando como intermediarios en cada negociación.

En este caso, al ser sólo intermediarios es necesario que contemos con ciertos implementos de comunicación como lo son: un telefax con línea convencional y una línea celular para realizar los contactos con el proveedor y con los interesados en adquirir nuestro producto; un equipo de oficina importante sería un computador con sus respectivos implementos.

Adicionalmente a la inversión que se va a realizar es importante considerar la compra de un vehículo que nos ayude a movilizar los equipos desde nuestra bodega hasta el lugar donde serán instalados.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Telefax	1	unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Línea Celular (plan corporativo)	1	global	\$ 150,00	\$ 150,00
Camión	1	unidad	\$ 150,00	\$ 1.500,00
Computador y accesorios	1	global	\$ 150,00	\$ 700,00
<b>Total</b>				<b>\$ 2.500,00</b>

Tabla 4-52: Costos de equipos de oficinas

## 4.2 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son Gastos de Constitución todos aquellos que resultan necesarios para la CONSTITUCIÓN LEGAL de una Sociedad mercantil y que tienen su DEVENGO antes de que dicha constitución legal se haya formalizado,

Para poder realizar la comercialización de los dispensadores de mapas la figura legal sería como persona natural y no jurídica para ello, es necesario obtener el registro único de contribuyentes (R.U.C) el mismo que permitirá que una imprenta autorizada nos emita los talonarios de factura respectivos para poder entregar a nuestros clientes.

### 4.3 SERVICIOS BÁSICOS

En cuanto a lo que corresponde a servicios básicos que almacenará los equipos dispensadores, en la tabla podemos apreciar a detalle los gastos previstos que incluyen el consumo de agua, luz y contratación de equipo de radio.

El ítem relacionado a radio frecuencia Motorola citado en el anexo, lo ponemos como parte de los gastos debido a que es necesario tener contacto con el operario del camión que trasladará los equipos.

DESCRIPCIÓN	MESES	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Agua	12	mes	\$ 5,00	\$ 60,00
Luz	12	mes	\$ 10,00	\$ 120,00
Radio Frecuencia Motorola	12	mes	\$ 180,00	\$ 2.160,00
<b>Total</b>				<b>\$ 2.280,00</b>

Tabla 4-53: Costos de servicios básicos

### 4.4 GASTOS DE ALQUILER

Para almacenar los dispensadores optamos por alquilar un espacio físico o bodega ubicada en las calles Baquerizo Moreno y Loja de esta ciudad que es donde básicamente será nuestro centro de almacenamiento y es de donde partirá el camión para la entrega de los dispensadores, cabe indicar que éste una vez terminada su jornada de trabajo será parqueado en la parte posterior al local lo que evita un gasto innecesario de parqueo.

DESCRIPCIÓN	MESES	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Arriendo bodega	12	mes	\$ 300,00	\$ 3.600
<b>Total</b>				<b>\$ 3.600,00</b>

Tabla 4-53: Gastos de alquiler

### 4.5 PUBLICIDAD

Una forma de dar a conocer un nuevo producto es realizar campañas publicitarias, lo que conlleva una gran inversión porque del mensaje que se dé va a depender que llegue a la conciencia de nuestro grupo objetivo para que conozcan y usen nuestro dispensador.

Durante 15 días se difundirá una invitación a través de los medios de comunicación (televisión y radio) para que las personas sean parte de la



campaña que hemos denominado **DISPENSADOR 100% GUAYAQUILEÑO**, con el cual queremos dar a conocer los beneficios que obtendrán de nuestro dispensador, y a incentivar a los turistas nacionales y extranjeros así como a la ciudadanía en general a conocer más la ciudad en la que residen.

Una vez que se hizo el lanzamiento del producto se colocarán banners en cada estación de servicio, Terminal terrestre, aeropuerto, estaciones de metrovía para que a través de éstos los posibles usuarios conozcan que allí hay un dispensador.

DESCRIPCIÓN	PAUTAS	DIAS	VALOR UNITARIO	GASTO TOTAL
Televisión	10	5	\$ 350,00	\$ 17.500,00
Radio	10	15	\$ 20,00	\$ 3.000,00
<b>Total</b>				<b>\$ 20.500,00</b>

Tabla 4-54: Gastos de publicidad

## 4.6 SUELDOS Y SALARIOS

Tendremos personal a cargo que nos ayudarán en las diferentes operaciones desde que se instala el software a cada equipo siguiendo por el traslado del mismo e instalación en el sitio. Nuestro personal estará contratado bajo la modalidad de servicios prestados para lo cual es necesario que para cancelarles sus sueldos deberán presentar su respectiva factura.

A continuación se detallan los sueldos y salarios del personal que integrará la empresa:

DESCRIPCIÓN	SUELDO MES	MESES	SALARIO ANUAL
Inversionistas	\$ 750,00	12	\$ 9.000,00
Programador	\$ 250,00	12	\$ 3.000,00
Instalador	\$ 250,00	12	\$ 3.000,00
Secretaria	\$ 216,00	12	\$ 2.592,00
Chofer	\$ 250,00	12	\$ 3.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 20.592,00</b>

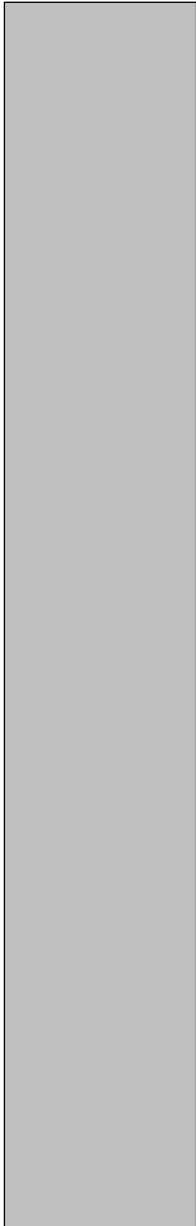
Tabla 4-54: Sueldos y salarios

## 4.7 GASTOS

En base a los cuadros antes detallados se presenta el siguiente cuadro resumen:

<b>GASTOS</b>	
Gastos de equipos de oficinas	1.350,00
Dispensadores fabricados	100.000,00
Software	1.000,00
<b>TOTAL GASTOS INV. INICIALES</b>	<b>102.350,0</b>
Gastos de sueldo y salarios	20.592,0
Gastos de servicios básicos	2.280,0
Gastos de alquiler	3.600,0
Gastos de publicidad	20.500,0
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>46.972,0</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTOS</b>	<b>149.322,0</b>

Tabla 4-55: Gastos



**CAPÍTULO 5**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**

## 5.1 CONCLUSIONES

Para el desarrollo de este proyecto se realizó un análisis completo de todos los aspectos involucrados en la comercialización de dispensadores de mapas turísticos en la ciudad de Guayaquil, pasando por un proceso desde la concepción de la idea, estudio técnico y de mercados, que nos permitió conocer desde la aceptación del producto sabiendo quienes estarían dispuestos a utilizarlo además a través del estudio financiero determinar la factibilidad económica de este proyecto.

Al realizar el estudio técnico se analizaron dos opciones: una que sería fabricar en nuestro país dicho equipo lo que implicaba mucha inversión y la segunda opción que era importarlo ya fabricado desde otro país, alternativa que consideramos más viable incluso porque se obviarían los trámites de aduanas entre otro tipo de procedimientos; motivo por el cual decidimos ponernos en contacto con una sucursal de la empresa DISTELECTRONICA, situada en nuestro país, en la ciudad de Ambato para que sean ellos los encargados del traslado y entrega de los equipos, para así podernos encargar de su comercialización.

A través de la investigación pudimos darnos cuenta además que era necesario que nuestro dispensador a más de procesar información de mapas con direcciones también imprima folletos turísticos de nuestra ciudad pues así lo habían manifestado los encuestados, situación que nos representa una gran ventaja diferencial.

Como resultado de la tabulación podemos observar en cada gráfico cómo fue la manifestación de las personas ante la opción de contar con un nuevo producto en el mercado guayaquileño,

La ciudadanía en general y turistas nacionales y extranjeros, nos dieron a conocer el valor monetario que ellos, como interesados en obtener información sobre la ciudad, estarían dispuestos a pagar, pues lo consideran de mucha importancia para el desarrollo de sus actividades tanto personales como laborales.

Al momento de presentar una alternativa nueva al mercado, es importante conocer cuál es la información que sería de mayor utilidad, a través de las encuestas la obtuvimos, siendo dentro de las más destacadas, la impresión de mapas con direcciones y siendo en el siguiente orden: folletos de lugares turísticos,

Los dueños de establecimientos también aportaron indicándonos que estarían dispuestos a acoger nuestro dispensador en sus locales de atención pues piensan que sería un gran atractivo para sus negocios y además sería de gran utilidad para las personas que visitan sus establecimientos.

El estudio financiero es realmente una herramienta fundamental para llevar a cabo todo proyecto, al ser este un proyecto de inversión nos enfocamos básicamente en las personas involucradas y que trabajarán directamente en nuestro dispensador, por ello este proyecto contiene un estado financiero de costos por honorarios que serán pagados al programador de sistemas a partir de la instalación de cada software en cada equipo dispensador; el intermediario, es decir las que estamos desarrollando este proyecto vemos viable manejarnos en esta modalidad a fin de recibir comisiones por la venta de cada equipo.

Analizando la factibilidad del proyecto estimamos que la inversión será recuperada en un tiempo no mayor de cinco años.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

Se recomienda la implementación de un programa (software) al dispensador, el cual proporcione a los usuarios, información detallada y precisa de las diferentes líneas de transporte público que los trasladen a cada una de las direcciones que ellos hayan consultado en el "DM", con la finalidad de facilitarles el rápido acceso a sus lugares de destino, siendo esto una ventaja especialmente para aquellos que recién visitan nuestra ciudad y conozcan los diversos lugares turísticos que Guayaquil tiene para ofrecerlos.

Finalmente se sugiere vender la idea de negocio a la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil para que a través de su departamento de promoción y cultura se promueva la utilización de este producto-servicio en la ciudadanía y visitantes.

A medida que el dispensador vaya ganando la acogida necesaria, sería importante propagar la instalación de los mismos en las principales ciudades de nuestro país como serían Quito, Cuenca, Ambato, Loja, Machala y la zona costera de Manabí, pues dichas ciudades son las mayormente visitadas por turistas extranjeros y por que no los nacionales.

No es recomendable que el dispensador sea similar a un cajero automático porque para poderlo instalar nos implicaría muchos gastos.