ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Producción y Comercialización de un Licor a Base de Caña de Azúcar con Frutas Tropicales Dirigido al Mercado de Guayaquil

Vanessa Navia Morán. Solange Santiana Calderón Ing. Constantino Tobalina D[1].
Facultad de Economía y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral, (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral Norte
Apartado 09-01-5863 Guayaquil, Ecuador
vvnavia@espol.edu.ec, solsanti@espol.edu.ec , ctobalin@espol.edu.ec

Resumen

Este nuevo e innovador producto (licor de caña de azúcar con frutas tropicales) busca de alguna forma satisfacer y precisar la idea de los populares "guarapos", que se venden en la sierra ecuatoriana, de tal manera que todos tengan acceso a esta tradicional bebida.
El primer paso a realizar es un estudio de mercado en el que se dará una explicación detallada del producto que vamos a ofrecer y del mercado al que planeamos ingresar, por lo tanto se efectuará un análisis imperioso y detallado del entorno de dicho mercado, mediante un estudio de la demanda existente y así lograr determinar las preferencias y gustos de los consumidores y analizar la posibilidad de que nuestro nuevo producto satisfaga dicha demanda; así también estudiaremos la oferta, como nuestros posibles competidores, los precios fijados por el mercado y los diferentes medios en los que vamos a hacer llegar "Let it be". Otro punto importante en nuestra investigación es la distribución óptima del producto, la disponibilidad de la materia prima y el costo que esto nos representará, se tomará en consideración también los diferentes procesos productivos para la elaboración del producto, así también el personal humano requerido para desarrollarlo. Por último se llevará a cabo un estudio financiero para analizar que tan viable es el proyecto y así poder determinar la rentabilidad que podrán obtener los inversionistas.

Palabras Claves: *producto, rentabilidad, mercado, beneficios, oferta, demanda*

Abstract

This new and innovative product (sugar cane liquor with tropical fruits) search of some form to satisfy and to specify the idea of the popular ones "guarapos" that are sold in the Ecuadorian mountain, in such a way that all have access to this traditional drink.
The first step to carry out is a market study in that a detailed explanation of the product will be given which we will offer and of the market to the one that plan to enter, an imperious and detailed analysis of the environment of this market will be made therefore, by means of a study of the existent demand and this way to be able to determine the preferences and consumer tastes and to analyze the possibility that our new product satisfies this demand; likewise we will study the offer, as our possible competitors, the prices fixed by the market and the different means in those that we will make arrive "Let it be." Another important point in our investigation is the good distribution of the product, the readiness of the raw material and the cost that this will represent us, he/she will also take in consideration the different productive processes for the elaboration of the product, likewise the required human personnel to develop it. Lastly it will be carried out a financial study to analyze that so viable it is the project and this way to be able to determine the profitability that you/they will be able to obtain the investors.

Passwords: *product, profitability, market, benefits, it offers, it demands*

[1] Docente de la Facultad de Economía y Negocios, FEN.

La variable a la cual es más sensible el Van es al precio por servicio. representando un 53.20% de la varianza del mismo.

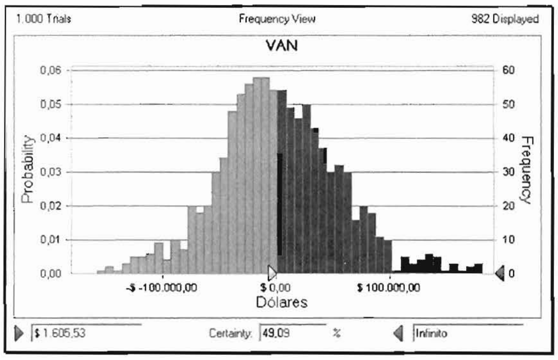

Figura 6. Probabilidad de que el VAN sea el del Escenario fijado

Nuestro escenario con el VAN de $1,605.53 tiene una certeza del 49.09%.

4. CONCLUSIONES

Luego de realizados los Análisis se ha determinado que la implementación de una Agencia de Servicio Técnico es viable por las siguientes razones:

1. La idea de una Agencia que preste los servicios de gasfitería, pintura, electricidad y construcción a domicilio fue aceptada por el 81.30% lo que significaría a una frecuencia de 3 prestaciones por año una cantidad de demanda anual de aproximadamente 1'932,927.

2. Dentro del Análisis de Competidores se encontró que nuestra posición ante la oferta existente es fuerte ya que el atributo de ofrecer un servicio garantizado es valorado por los clientes lo que podría darnos ventaja sobre la competencia.

3. En lo referente al Estudio Organizacional, se estableció que existe una gran dependencia del recurso humano, por ello se han fijado atractivas remuneraciones tratando de alinear a los trabajadores al principal objetivo de la empresa que es el de prestar un servicio de calidad.

4. Por medio del Estudio Técnico se halló que no se podrá cubrir en su totalidad la Demanda Potencial con la cantidad de personal que pensamos contratar para iniciar las operaciones, de acuerdo al análisis de la capacidad de diseño se determinó que en promedio podrán atenderse 13,200 prestaciones al año.

5. Por último, de acuerdo a los indicadores obtenidos en el Estado Financiero se podrá recuperar la Inversión Inicial en 3 años, y se obtendrá una rentabilidad superior a la que correspondería dadas las características de riesgo del proyecto.

5. RECOMENDACIONES

1. Encontrar algún tipo de estructura que nos haga menos dependientes del recurso humano, o encontrar el incentivo para que estos se alineen verdaderamente a los objetivos del accionista.

2. Disminuir los Costos Fijos, en especial lo referente al sueldo, ya que estos se lleven gran parte de nuestros ingresos dejándonos una rentabilidad apenas superior a la Tasa de Descuento.

3. Trabajar con otro tipo de indicador en lugar del riesgo país para determinar nuestra Tasa de Descuento, ya que esto hizo que la TMAR sea muy alta (55, 321%) y se castigó en exceso nuestro flujo.

4. Lograr que el Flujo sea menos sensible tanto a la cantidad como al precio ya que sólo con un pequeño aumento de uno de ambos los resultados se vuelven poco favorables para el accionista.

BIBLIOGRAFÍA

[1] Enciclopedia Virtual WIKIPEDIA, Disponible en http://www.wikipedia.org/.

[2] Página web del INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, Disponible en http://www.inec.gov.ec/.

[3] Sapag Ch, N y Reinald, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Cuarta Edición, Mac Graw-Hill, México. 2000, pp. 193-197.

[4] Página web del BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Disponible en http://www.bce.fin.ec.

[5] Página web YAHOO Finance, Disponible en http://www.yahoo.com.

- Una prima por riesgo del 11.66% para nuestro país.
- Una tasa libre de riesgo en promedio 0.69% que vendría a ser la rentabilidad de los Bonos del Tesoro a un año.

Tabla 10. Tasa de Descuento del Flujo de Caja

TMAR			
rd		rk	
rd	13,35%	riesgo país	39,24%
		rf	0,69%
		rm	11,66%
		Beta	1,32
		re	**55,321%**
rk	19,60%		

$$K_e = r_f + \beta\,(r_m - r_f)$$

Tomando que la rentabilidad requerida por los accionistas dado el riesgo del proyecto es 55.321%, se la usará para determinar el VAN.

Con esta tasa de descuento se obtuvieron los siguientes indicadores:

Tabla 11. Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES	
VAN	$ 1.605,53
TIR	71,09%

Este van mayor a cero ($1,605.53), es un criterio suficiente para aceptar el proyecto, ya que nos indica que esta será la cantidad de dinero que se ganará, después de recuperar la inversión, pagar el préstamo, y de obtener la rentabilidad que se le exigía al proyecto a través de la tasa de descuento.

Otro criterio que se utilizará para evaluar al proyecto, será el de la TIR, que medirá la rentabilidad de nuestro proyecto de manera porcentual, se obtuvo que esta fue del 71.09%

La TIR, que es la tasa que hace al VAN igual a cero, es lógicamente mayor a la tasa de descuento, ya que obtuvimos un VAN positivo, siguiendo este criterio tenemos otra razón más para no rechazar la ejecución del proyecto.

También determinaremos el período de recuperación de la inversión, también conocido como Payback, para saber en cuanto tiempo recuperamos nuestra inversión, además de la rentabilidad exigida al proyecto dado su riesgo. Para el proyecto, se obtuvo lo siguiente:

Tabla 12. Payback

PAYBACK				
Período /Años	Saldo de Inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad Exigida	Recuperacion de la Inversión
1	$ 6.713,60	$ 5.791,05	$ 3.203,68	$ 2.587,37
2	$ 4.126,23	$ 4.714,28	$ 2.607,99	$ 2.106,29
3	$ 2.019,94	$ 4.722,57	$ 2.612,58	$ 2.109,99
4	$ (90,05)	$ 4.219,53	$ 2.334,29	$ 1.885,24
5	$ (1.975,28)	$ (1.998,26)	$ (1.105,46)	$ (892,80)
Se realiza una nueva Inversión				
6	$ 1.998,26	$ 3.565,20	$ 1.972,31	$ 1.592,89
7	$ 405,37	$ 4.985,52	$ 2.758,05	$ 2.227,47
8	$ (1.822,10)	$ 4.018,28	$ 2.222,96	$ 1.795,32
9	$ (3.617,42)	$ 4.150,71	$ 2.296,22	$ 1.854,49
10	$ (5.471,91)	$15 706,83	$ 8.689,20	7 017,63

En el caso de lo aportado por el accionista para la Inversión Inicial, se recupera al final del tercer año.

El aporte de capital propio para la compra de vehículos en el quinto año se recupera al final del séptimo año.

3.5. Conclusiones del Estudio Financiero

Luego de haber realizado el Estudio Financiero, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Se necesita una Inversión Inicial de $31,713.60 para poner el proyecto en marcha, de los cuales el 78.83% será financiado vía deuda y el 21.17% con capital propio.
- Se necesitará producir por lo menos $12,939 y $13,281 unidades para cubrir por lo menos los Costos Fijos, durante los 5 primeros años de operación, y durante los 5 años restantes respectivamente.
- Con una tasa de descuento del 55.321% se obtuvo un VAN de $1,605.53, y se tiene una TIR de 71.09%.
- Según el Payback la Inversión Inicial hecha por el accionista se recupera a los 3 años, la segunda inversión hecha por el accionista para financiar la compra de los vehículos se recupera luego de dos años.

Habiendo además hecho un Análisis de Sensibilidad con la Herramienta Cristal Ball, se obtuvo lo siguiente:

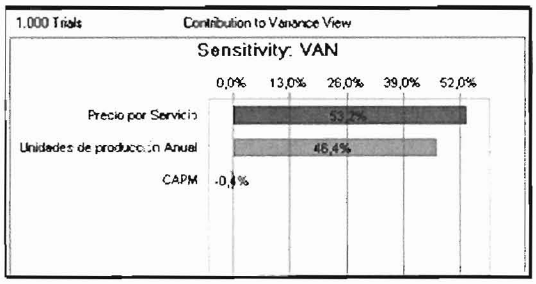

Figura 5. Contribución de los Supuestos a la Varianza del VAN

[6] BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Riesgo País al 12 de Diciembre del 2008.

Tabla 5. Tabla de Amortización del 1er Préstamo

Tabla de Amortización				
Año	Monto	Intereses	Capital	Saldo
0				$ 25.000,00
1	$7.168,66	$ 3.337,50	$3.831,16	$ 21.168,84
2	$7.168,66	$ 2.826,04	$4.342,62	$ 16.826,22
3	$7.168,66	$ 2.246,30	$4.922,36	$ 11.903,86
4	$7.168,66	$ 1.589,16	$5.579,50	$ 6.324,36
5	$7.168,66	$ 844,30	$6.324,36	$ (0,00)

Para calcular los intereses se tomó como referencia la máxima tasa activa referencial fijada por el Banco Central para este año.

Luego en el 5to año para comprar vehículos nuevos se necesitaban alrededor de $13,000, los cuales fueron financiados de la siguiente manera:

Tabla 6. Estructura de Financiamiento del cambio de vehículos

Deuda	
Tasa	13.35%
% Préstamo	78.83%
Monto del préstamo $	10,247.97
Plazo (años)	5
Anualidad	$2,938 57

El nuevo préstamo se pagará de la siguiente manera:

Tabla 7. Tabla de Amortización del Segundo Préstamo

Tabla de Amortización				
Año	Monto	Intereses	Capital	Saldo
0				$ 10.247,97
1	$2.938,57	$ 1.368,10	$1.570,46	$ 8.677,50
2	$2.938,57	$ 1.158,45	$1.780,12	$ 6.897,38
3	$2.938,57	$ 920,80	$2.017,77	$ 4.879,61
4	$2.938,57	$ 651,43	$2.287,14	$ 2.592,47
5	$2.938,57	$ 346,10	$2.592,47	$ (0,00)

También se deben de considerar como los Egresos por Reemplazo de las herramientas, maquinarias y de los muebles y equipos de oficinas según se indicó en el Estudio Técnico.

Como Egresos también tenemos los Gastos Varios para que el negocio esté en marcha como son los gastos en Sueldos, luz, agua, teléfono y el Gasto de Publicidad.

3.3. Análisis Costo – Volumen – Utilidad

En este análisis determinaremos la cantidad de arreglos que se deben realizar por año para cubrir por lo menos los Costos.

Además durante los primeros 5 años de Operación hay que cancelar el capital y los intereses de la deuda adquirida para poder realizar la Inversión Inicial:

Tabla 8. Costos Fijos y Variables Primeros 5 Años

COSTOS FIJOS ANUALES (1 eros 5 años)		
Salarios Anuales	$	118,385 46
Alquiler local y garage	$	12,000.00
Gastos varios (luz y agua), teléfono	$	1,800.00
Depreciación Anual	$	4,739.97
Amortización de Deuda	$	7,168.66
Gastos de Publicidad		$69,400.00
Gasolina	$	-
Costos Anuales Totales	**$**	**213,494.09**

COSTOS VARIABLES ANUALES	
Gasolina	0,75
Costos Anuales Totales	**9900**

$$Q = \frac{Cf}{P - Cv} = \frac{213,494.09}{17.25 - 0,75} = 12,939$$

Como observamos el punto de equilibrio (12,939 unidades), puede ser cubierta de acuerdo al Estudio Técnico.

Luego con el segundo préstamo los Costos Fijos serán los siguientes:

Tabla 9. Costos Fijos y Variables últimos años

COSTOS FIJOS ANUALES (Años 6 al 10)		
Salarios Anuales	$	118,385.46
Alquiler local y garage	$	12,000.00
Gastos varios (luz y agua), teléfono	$	1,800.00
Amortización de Deuda	$	2,938.57
Depreciación Anual	$	4,739.97
Amortización de Deuda	$	2,938.57
Gastos de Publicidad	$	76,340.00
Gasolina	$	-
Costos Anuales Totales	**$**	**219,142.56**

COSTOS VARIABLES ANUALES	
Gasolina	0,75
Costos Anuales Totales	**9900**

$$Q = \frac{Cf}{P - Cv} = \frac{219,142.56}{17.25 - 0.75} = 13281$$

En este caso el Punto de Equilibrio también es menor que la capacidad máxima de atención, según el Estudio Técnico.

3.4.1. Indicadores para la Aceptación del Proyecto

En vista de que se va a descontar el flujo del accionista y no el de la empresa, esta será la tasa que se obtenga por el método del CAPM:

Los datos que se usaron son:

- Un Beta promedio de 1.32 para los mercados emergentes[5].
- Un Riesgo país del 39.24% [(6)].

[5] YAHOO FINANCE, Rentabilidad Bonos del Tesoro Americano, Al 12 de Diciembre del 2008.

Tabla 3. Capacidad de Servicio

	Capacidad Máxima de Servicio			
	por técnico / diaria	# de técnicos	diaria	por año (330)
Máxima	3	16	48	15840
Mínima	2	16	32	10560
Promedio	2,5	16	40	13200

- Atenderemos la demanda de acuerdo a la capacidad promedio de servicio anual detallado anteriormente, es decir 13,200 por año.
- Se invertirá además cada 2 años $1,013.60 en herramientas, cada 3 años $850 en equipo de oficina, cada 5 años $24,000 en vehículos, y cada 10 años $1,850 en Muebles de Oficina.

2.2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En nuestra compañía el recurso humano es el factor más importante, ya que de este dependerá nuestra imagen, la calidad del servicio ofrecido y las relaciones con el cliente.

2.2.1. Estructura de la Organización

Figura 4. Pirámide Organizacional

De acuerdo a la pirámide jerárquica podemos observar que el administrador está en la punta de la pirámide, en segundo lugar se encuentras los técnicos respectivos para cada área a la que vamos a servir, y por último vemos al guardia que estará en la noche para el cuidado de los vehículos y oficina, junto con los chóferes que se encargarán del mantenimiento y el cuidado de los vehículos.

2.2.2. Conclusiones del Estudio Organizacional

Como se indicó anteriormente el recurso humano es lo más importante dentro de la organización, es por eso que hemos tratado de fijar sueldos competitivos para que los técnicos se sientan a gusto y proporcionen un buen servicio a los clientes, ya que esto será lo que nos distinguirá de la competencia.

El recurso humano significará para la Agencia un egreso de 118,385.46 dólares anuales.

La persona que se encargará de la coordinación de todas las actividades será el administrador, quien será el encargado de reportarse con el dueño de la Agencia.

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1. Inversiones del Proyecto

3.1.1. Inversión Inicial

Para poner a funcionar nuestro proyecto, requerimos incurrir en una Inversión Inicial de $31,713.60 que se detalla en los siguientes desembolsos:

- Herramientas y maquinarias, por un valor de $,1013.60.
- Dos vehículos, por un total de $24,000.
- Muebles y equipos de oficina, por un total de $2,700.
- Capital de Trabajo por $3,000, el cálculo de este monto se lo realizó a partir del Método de Déficit Acumulado Máximo.
- También se considera una cantidad de $1,000 por concepto de Gastos de Constitución.

Esta inversión se financiará el 78.83% vía deuda con un préstamo de $25,000, para lo cual se considerará la tasa máxima activa convencional fijada por el Banco Central en 13.35%, y el resto se financiará con capital propio.

Tabla 4. Financiamiento de la Inversión Inicial

Deuda		Capital Propio	
Tasa	13,35%	% de la Inv Inicial	21,17%
% Préstamo	78,83%	Capital propio $	6 713,60
Monto del préstamo $	25.000,00		
Plazo (años)	5		
Anualidad	$7.168,66		

3.2. Ingresos y Egresos del Proyecto

3.2.1. Ingresos

Para determinar los ingresos de nuestro proyecto, hemos asumido un precio de $17.25 cada trabajo realizado.

Al ser necesario el reemplazo de activos, también se tendrá un ingreso por la venta de los mismos, como se detallará en el flujo de caja

3.2.2. Egresos

Dentro de los Egresos del Proyecto se detallan los siguientes:

- **Egreso por Pago de Préstamo:** Para financiar la inversión inicial se debió realizar un préstamo pagadero a 5 años, a continuación se detalla la respectiva Tabla de Amortización:

1.2.7. Resultados del Estudio de Mercado

Para la realización de las encuestas dado que nuestra población es considerada como infinita por ser mayor a 100,000 unidades, usamos la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

$$\boxed{\eta = \frac{z^2 * p * q}{e^2}}$$

Previamente se hizo una encuesta piloto a 20 personas, obteniendo un porcentaje del 75% de respuestas positivas p y al ser q=1-p, tenemos q=25%.

Se trabajará con la Distribución Normal, con un margen tolerable de error del 5%, por lo tanto Z=1.96, con lo que se tiene:

$$\boxed{\eta = 288.12}$$

1.2.7.1. Resultados de las Encuestas: Dentro de los resultados obtenidos, se destacan:

Tabla 1. Repuestos

¿Cómo prefiere obtener los repuestos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	por su propia cuenta	228	76,0	76,0	76,0
	la empresa los proporcione	61	20,3	20,3	96,3
	termino encuesta en 3	11	3,7	3,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

Tabla 2. Aceptación del Servicio

¿Contrataría el servicio por medio de una Agencia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	si	244	81,3	81,3	81,3
	no y termina la encuesta	45	15,0	15,0	96,3
	termino encuesta en 9	11	3,7	3,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

Como se puede observar, de lo obtenido en las encuestas se deduce que las personas prefieren obtener los repuestos por cuenta propia, y la idea de una Agencia que los preste tiene una aceptación del 81.3%.

2. ESTUDIO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

2.1. Estudio Técnico

2.1.1. Efectos Económicos del Estudio Técnico

La Agencia por el momento no invertirá en obras físicas, ya que va a alquilar el espacio donde funcionará; tampoco hemos considerado una futura expansión o ampliación, ya que nuestro supuesto es el de una demanda constante durante todo el horizonte de duración del proyecto.

2.12. Costos Por Rubro

En cuanto a técnicas para estimar los costos, nos hemos basado en los estándares generalmente aceptados por el sector, ya que por ser una empresa nueva no contamos con datos históricos. Para la estimación de nuestros costos hemos tomado en cuenta:

- Los salarios
- El alquiler de una oficina- estacionamiento.
- Gastos varios: luz, agua y teléfono.
- Dentro de los costos variables, la gasolina, ya que este se gastará dependiendo de si demandan nuestros servicios o no.

Para mantener los altos estándares de calidad seremos nosotros quienes proveeremos de herramientas al personal.

2.1.3. Balance de Personal

Considerando el mercado que pretendemos abarcar, hemos estimado que tendremos 4 técnicos profesionales en cada una de las 4 áreas que procuramos comprender. Una secretaria, dos guardias, (Para seguridad de la central y cuidado de los vehículos), y dos chóferes.

2.1.4. Estudio de Localización

Por comodidad y facilidad determinamos que la ubicación de la central debe ser en el norte de la ciudad, considerando que el norte de la ciudad es muy extenso, nos dedicamos sólo a tomar en cuenta 3 áreas específicas, urdenor, alborada y garzota, debido que estas ciudadelas poseen:

- Un alto nivel comercial
- Cercanía geográfica a nuestro segmento de mercado.

Después de tomar en cuenta estos aspectos, decidimos que la ubicación debe ser en Urdenor, ya que tráfico es menos congestionado que en los otros lugares que consideramos y el alquiler es menor.

2.1.5. Conclusiones del Estudio Técnico

- Localización: Ciudadela Urdenor
- Capacidad: 13,200 prestaciones por año

provea, si es este el caso, nosotros adquiriremos los repuestos en la ferretería que se adecué a nuestros requerimientos de precio y calidad.

1.2.3. Análisis de la Oferta

Este análisis tiene como objetivo, evaluar el mercado, en los siguientes factores: localización, inversión fija, amenaza de nuevos competidores, amenaza de servicios sustitutos, rivalidad entre competidores y el poder de negociación tanto con los clientes como con los competidores y con los trabajadores.

1.2.3.1. Localización: Este servicio se ofrece de manera informal por lo tanto sus oferentes están en su mayoría en la calle y se reúnen en lugares determinados, donde los clientes conocen de antemano que pueden acudir cuando necesiten del servicio.
Además, existe la oferta por parte de las empresas dedicadas a las tarjetas de crédito y lo ofrecen sólo para sus socios.

1.2.3.2. Inversión Fija: El único rubro que podríamos considerar como inversión fija en el caso de los comerciantes informales, son las herramientas necesarias para realizar su trabajo.

En el caso de las Operadoras de Tarjetas de Crédito al dedicarse ellos como actividad principal al manejo de tarjetas de crédito, estos ya poseen oficinas, líneas telefónicas, personal, y demás por lo que se dificulta el calculo de esta inversión.

1.2.3.3. Amenaza de Ingreso de Nuevos Competidores: Una amenaza podría ser que los trabajadores informales se organizaran, entonces ellos estarían establecidos de manera que las personas confiarían más y perderían el miedo a contratarlos.

Otra amenaza podría ser que se establecieran otras agencias de Asistencia Técnica, o que las que hay se promocionen más; también que las operadoras de tarjetas de crédito ya no sólo presten al servicio a sus socios.

1.2.3.4. Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos: En cuanto a la amenaza de algún servicio sustituto es poco probable que se de por la naturaleza del mismo, ya que cuando se presenta un desperfecto en la casa, si no se repara la familia solo tiene las opciones de no tomarle atención o mudarse de casa, ante lo cual se opta por la reparación.

1.2.3.5. Rivalidad entre Competidores: No se espera una rivalidad fuerte con el sector informal, ya que a pesar de que es el mismo servicio, es diferente la manera de realizar el contacto con los usuarios y la contratación del servicio.

De igual forma, no existirá una rivalidad fuerte con las Operadoras de Tarjetas de Crédito, ya que ellos sólo prestan su servicio a sus clientes de tarjetas de crédito.

1.2.3.6. Poder de Negociación con los Clientes: Dada la naturaleza del sector, el número de potenciales usuarios es tan grande de manera que ninguno tendía el poder de fijar el precio.

1.2.4. Análisis de la Demanda

La creación de este servicio, beneficiará a toda la población de Guayaquil; pero en especial se beneficiará al jefe de hogar que es el responsable de que todo marche correctamente.

Se estima que en este año la ciudad tiene 3'328.534 habitantes, y que en el Área Urbana el número de ocupantes por vivienda en la provincia de Guayas sea de en promedio 4.2 personas [(3)].

$$Numfamilias = \frac{3328.534}{4.2} = 792508{,}1$$

Podemos concluir que en esta ciudad existe un número aproximado de 792,508 familias que son nuestra unidad de investigación.

1.2.5. Análisis de Precios

Ya que nuestro objetivo es el de introducir el servicio, dentro de las estrategias precio-calidad se cobrará un precio medio con calidad alta[4].

		Precio		
		Alto	Mediano	Bajo
Calidad	Alta	1. Superior	2. De Valor alto	3. De Supervalor
	Media	4. De Sobrecobro	5. De valor medio	6. De buen valor
	Baja	7. De imitación	8. De economía falsa	9. De economía

Figura 3. Estrategias de Precios

[3] INEC, 2001, Encuesta de Condiciones de Vida. Consultada el 6 de Noviembre del 2008.
[4] Sapag Ch, N y Reinald, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Cuarta Edición, Mac Graw-Hill, México. 2000, pp. 193-197

1. ANÁLISIS DEL SECTOR Y ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Análisis del Sector

Según el Estudio Mensual de Opinión Empresarial realizado en el mes de agosto por el Banco Central, el Índice de Confianza Empresarial del Sector Servicios en la Provincia del Guayas, aumentó en 16.4 puntos en agosto del 2008 con relación al mes de julio, determinando que el ICE agregado del sector asciende a 328.0 puntos .

Las variables que influyeron de manera positiva en el ICE agregado del sector servicios fueron: personal ocupado, ventas y percepción del negocio.

Figura 1. ICE en el Sector Servicios, Guayas

1.1.2. Barreras de Entrada

El Análisis de las Barreras de Entrada es un aspecto muy importante cuando se está pensando el ingresar a un sector, ya que estas son una medida importante de la competitividad del mercado[2].
Algunas de estas barreras son:

Gastos de Inversión: Para ofrecer el servicio que se propone en este proyecto no se requiere de una gran infraestructura física.

Dumping: En lo que respecta a los trabajadores informales es poco probable que operen a un precio por debajo del coste ya que en la mayoría de casos esta es su única fuente de ingresos.

Propiedad intelectual: Lo que se propone en este proyecto es un servicio por lo cual el riesgo de no poder ofrecerlo por estar protegido por algún tipo de patente.

[2] Enciclopedia VIRUTAL Wikipedia, Disponible en www.wikipedia.org, Consultado el 12 de Noviembre del 2008.

Lealtad de los consumidores: Esta barrera podría afectar a la agencia, ya que más que por lealtad por costumbre los guayaquileños contratan a trabajadores informales para reparaciones en su domicilio.

Publicidad: La publicidad realizada por los competidores actuales no es extraordinaria, en el caso de los trabajadores informales por la misma naturaleza de su situación no promocionan su servicio.

Costes irrecuperables: En el caso del servicio que se propone, la inversión inicial no es exagerada, ya que su principal rubro que son los vehículos para trasladar al personal pueden ser vendidos en el caso de que la empresa cierre.

1.2. ESTUDIO DE MERCADO

1.2.1. Del Servicio Ofrecido

1.2.1.1. Ciclo de vida del Servicio

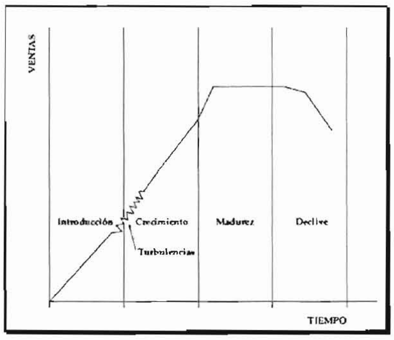

Figura 2. Ciclo de Vida de un Producto

El servicio que se propone se hallaría en la etapa de introducción, en esta etapa se espera que las ventas se incrementen mientras la agencia se da a conocer y obtiene prestigio.

Si el servicio es bien recibido, las ventas empezarán a crecer más rápidamente (Etapa de Crecimiento), hasta que se estabilicen (Etapa de Madurez) y luego empiecen a bajar (Etapa de Declinación).

Se espera que a través de una adecuada estrategia demorar el proceso, y permanecer en la etapa de crecimiento el mayor tiempo posible.

1.2.2. Mercado de las Materias Primas

Para la prestación de este servicio no necesitaremos materia prima directa, lo importante es la mano de obra que son los profesionales con los que contaremos; en cuanto a los repuestos y demás materiales básicos que el técnico no tenga en su auto, el cliente decidirá si los adquiere por su propia cuenta o la empresa se los