“PROYECTO DE DESARROLLO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CÍA. SERVIGRUAS A TRAVÉS DEL SISTEMA DE MEMBRESÍAS”

INTEGRANTES:
PAOLA AGUILAR GRANJA
CHRISTIAN ARMENDÁRIZ ZAMBRANO

CONTENIDO

- DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO
- ESTUDIO DE MERCADO
- LA FACTIBILIDAD COMERCIAL Y LOGÍSTICA
- LA FACTIBILIDAD FINANCIERA

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- El Sistema de Venta de Membresías en el Contexto Internacional
- El Sistema de Venta de Membresías en el Ecuador
- Descripción General de La Compañía (Servigruas)
- Descripción General de Comercialización de Membresías (Servigruas)

El Sistema de Venta de Membresías en el Contexto Internacional

Existen alrededor del mundo un sinnúmero de empresas que prestan el servicio de grúas a través de membresías, considerándose a Automóvil Club, la más importante, ya que posee empresas en diversos países de América.

El Sistema de Venta de Membresías en el Ecuador

- En el Ecuador no existen Compañías que ofrecen un Servicio de Membresías de grúas en forma directa.
- Existen Compañías que ofrecen el Servicio de Remolque a tenedores de tarjetas de crédito.

Misión de la Compañía Servigruas

“Brindar un servicio de excelencia en el mercado ecuatoriano, buscando la óptima satisfacción de su clientela, contando con un personal altamente calificado, que contribuyan a generar rentabilidades atractivas”

Visión de la Compañía Servigruas

“Convertirse en mediano plazo en la empresa líder en el mercado ecuatoriano en el servicio de grúas, aprovechando las oportunidades que ofrece el sistema de Venta de Membresías”

Historia de La Compañía Servigruas

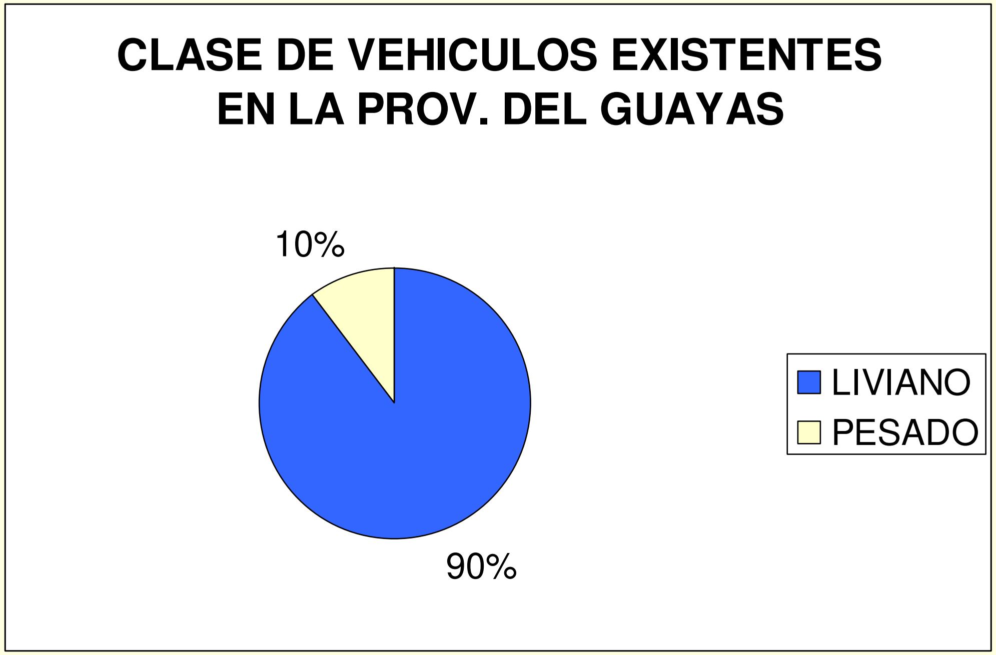
- Inicio: 11 de abril de 1994
- Dueño: Ing. Washington Pazmiño
- Inicio de actividades como Compañía establecida: 14 de abril del 2001
- Primera Oficina: Centro de Negocios del Terminal Bloque B oficinas 49-50 (Matriz)
- Oficina Actual: Av. Fco. De Orellana, local 2 manzana 4 solar 10

Servicios que ofrece Servigruas

- Remolque de vehículos
- Paso de gasolina
- Paso de corriente
- Mecánica ligera
- Cerrajería víal
- Cambio de llanta

Fuerza de Ventas

Traslado, embarque y desembarque de vehículo livianos



Mercados a los que apunta la venta de membresías

Vehículos del año 2002 y anteriores a este

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

- ***Análisis del consumidor***
- ***Análisis de la Competencia***

Análisis del consumidor

- Objetivos de la Investigación de Mercado
- Segmentación del mercado
- Unidad de Muestreo
- Resultados obtenidos de la encuesta al Consumidor Final

Objetivos de la Investigación de Mercado

- Determinar el conocimiento de los consumidores con respecto a la adquisición de membresías
- Determinar cuales son las principales causas que inducen a los clientes a la adquisición de membresías
- Determinar el grado de aceptación de la Compañía Servigruas en los clientes
- Conocer las preferencias de los consumidores en el momento de presentarse averías en los vehículos
- Conocer el precio que estarían los consumidores dispuestos a pagar por la adquisición de membresías
- Determinar el tiempo máximo de espera por parte de los consumidores en la realización del servicio

Segmentación del mercado

- Segmentación geográfica
- Segmentación Demográfica
- Segmentación Socioeconómica

Segmentación geográfica: Por ciudad

- Servigruas desarrolla sus operaciones principalmente en la ciudad de Guayaquil, el segmento al cual va a ser dirigido el servicio de grúas a través de la comercialización de membresías

Segmentación Demográfica: Por sexo y edad

- Propietarios de vehículos ya sean hombres o mujeres mayores de 18 años

Segmentación Socioeconómica: Estratos Sociales

- Guayaquil :
- 401.773 mujeres,591.179 hombres pertenecen a la PEA de Guayaquil
- 35,95% son propietarios de vehículos livianos y pesados: 356.964

Unidad de Muestreo

$$n = \frac{4 . P . Q}{e^2}$$

n = Tamaño de la muestra (número de encuestas)
P = Probabilidad de que el evento ocurra
Q = Probabilidad de que el evento no ocurra
e = Error permitido

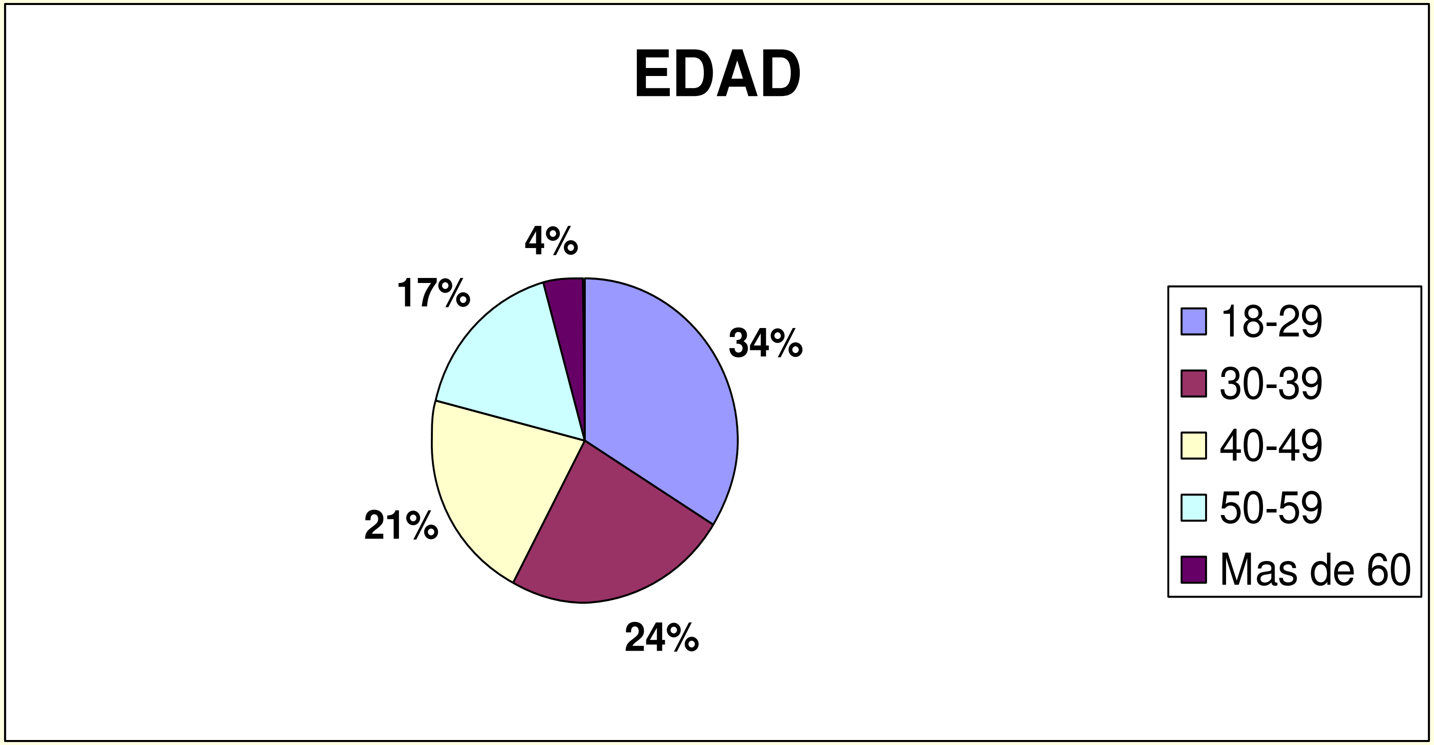
Tamaño de la muestra

$$n = \frac{4 \times 0.5 \times 0.5}{0.052}$$

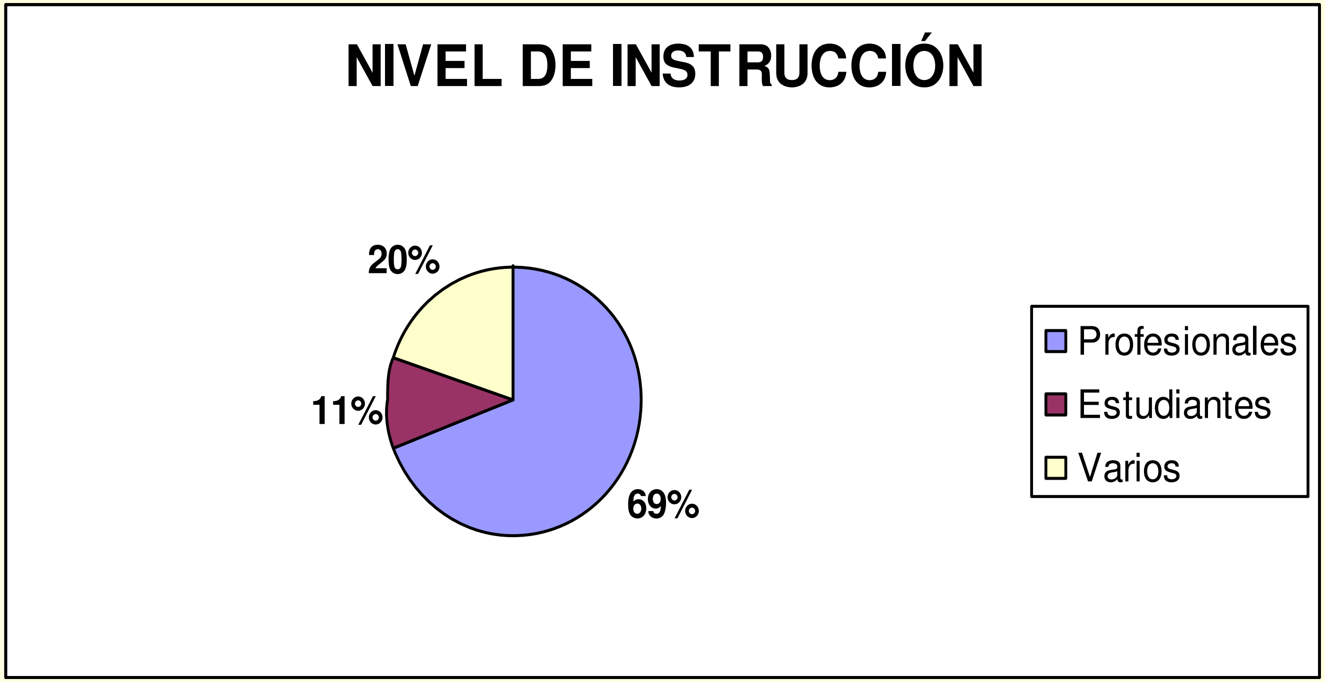
n = 400

Resultados obtenidos de la encuesta al Consumidor Final

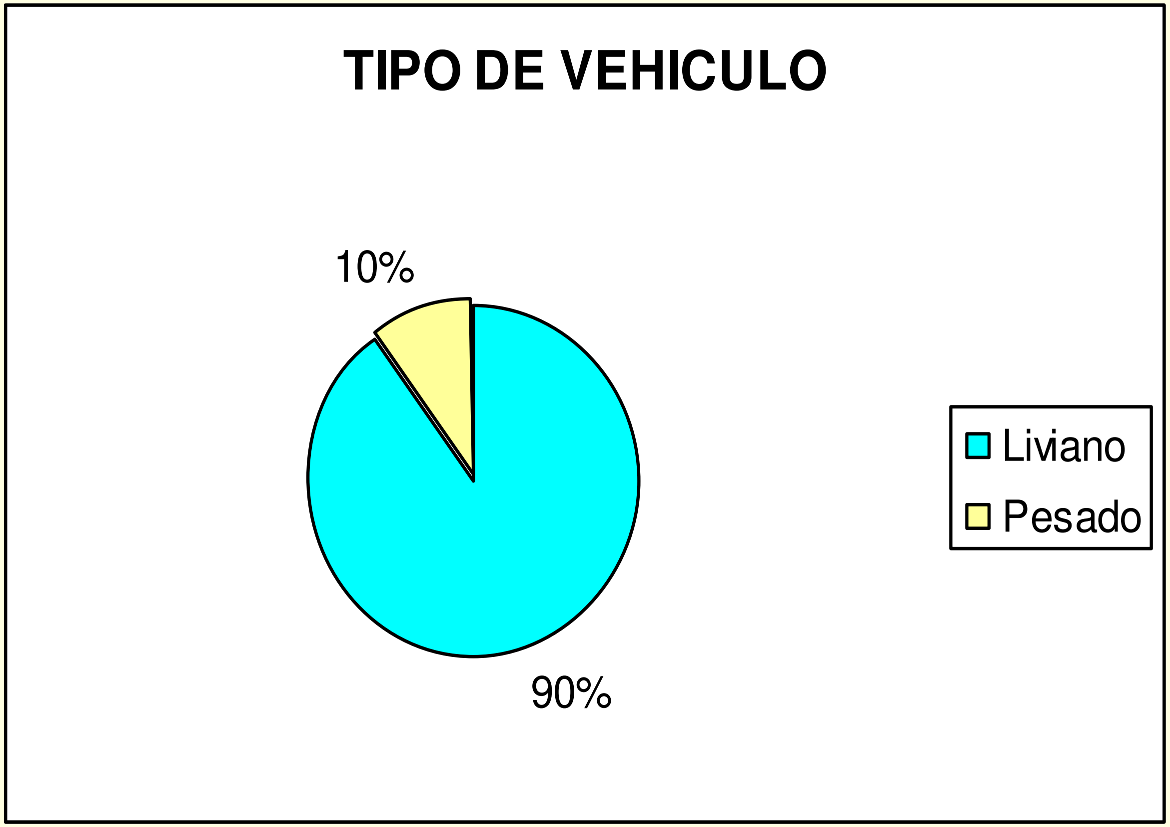
Personas encuestadas según la edad



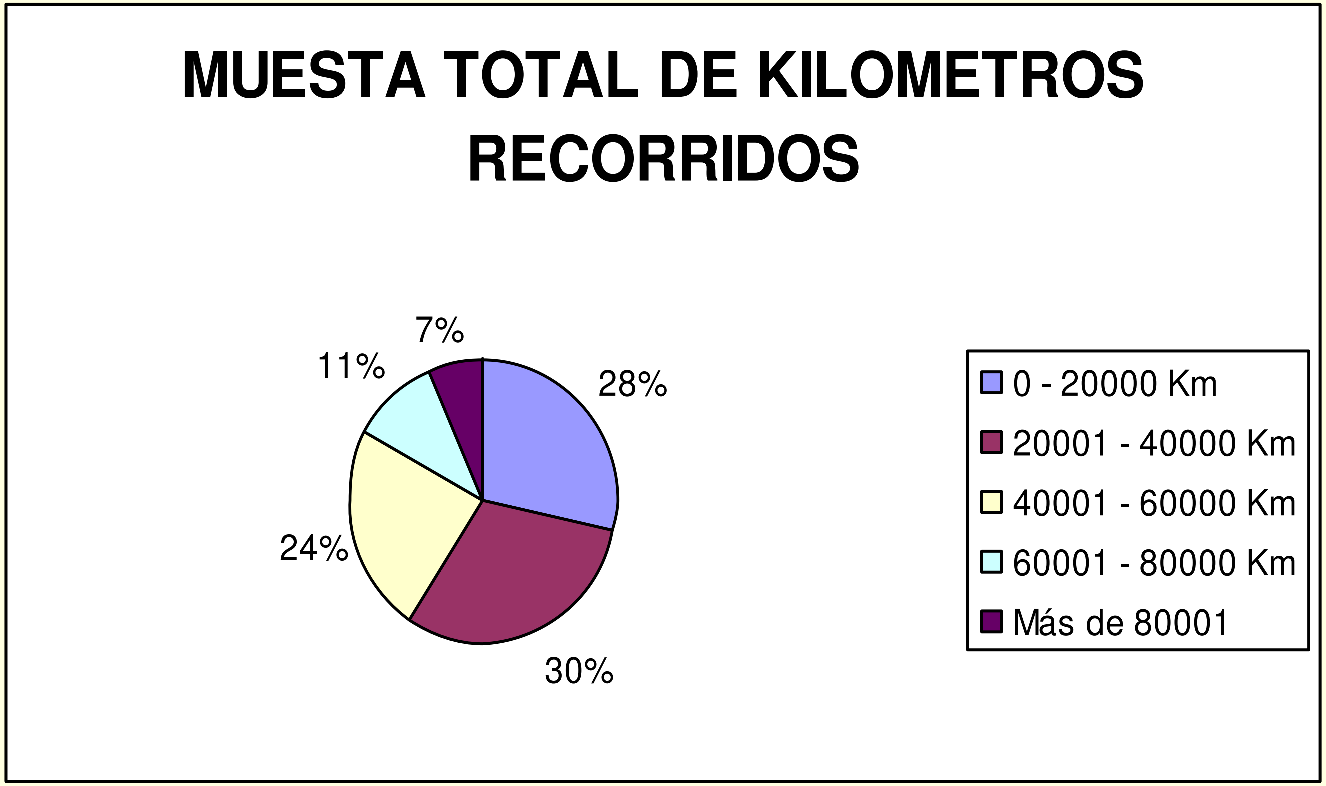
Personas encuestadas según nivel de instrucción



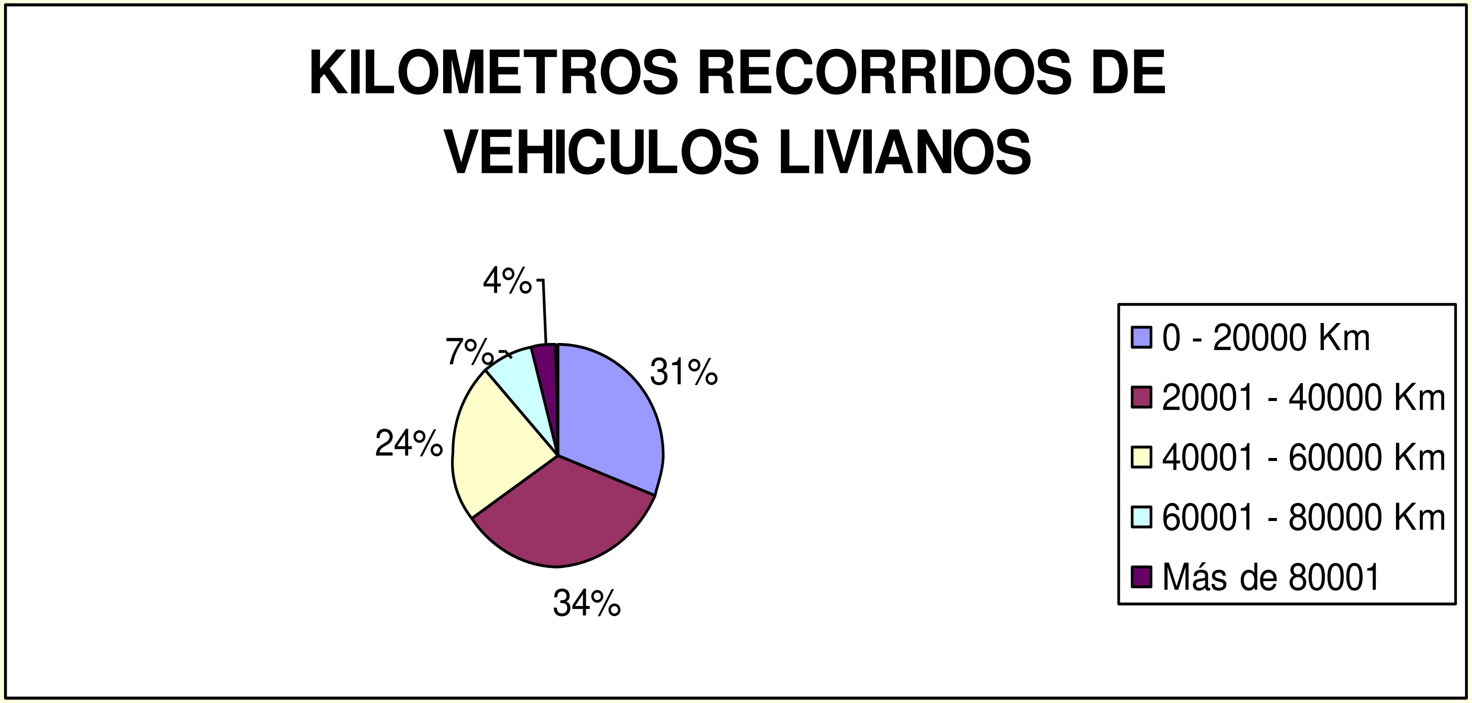
¿Qué tipo de vehículo posee?



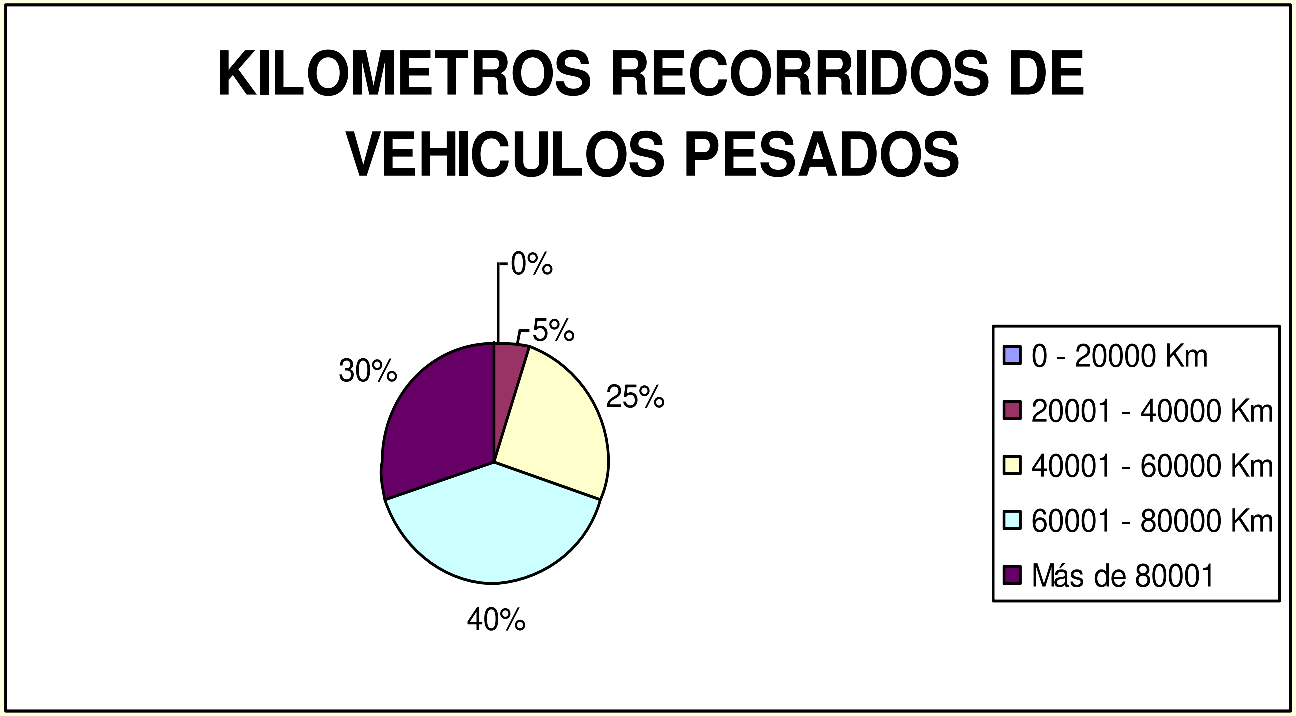
¿Cuántos kilómetros aproximadamente recorre su vehículo por año?



Kilómetros recorridos de vehículos livianos

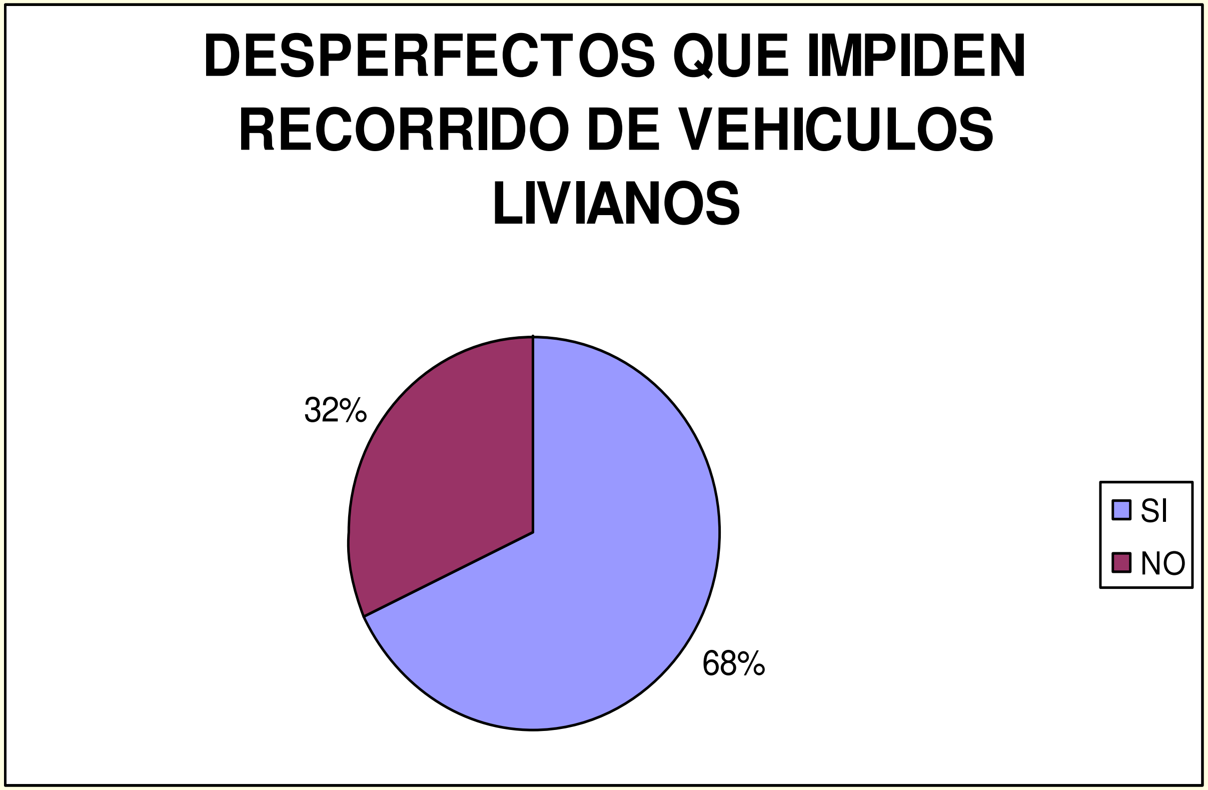


Kilómetros recorridos de vehículos pesados

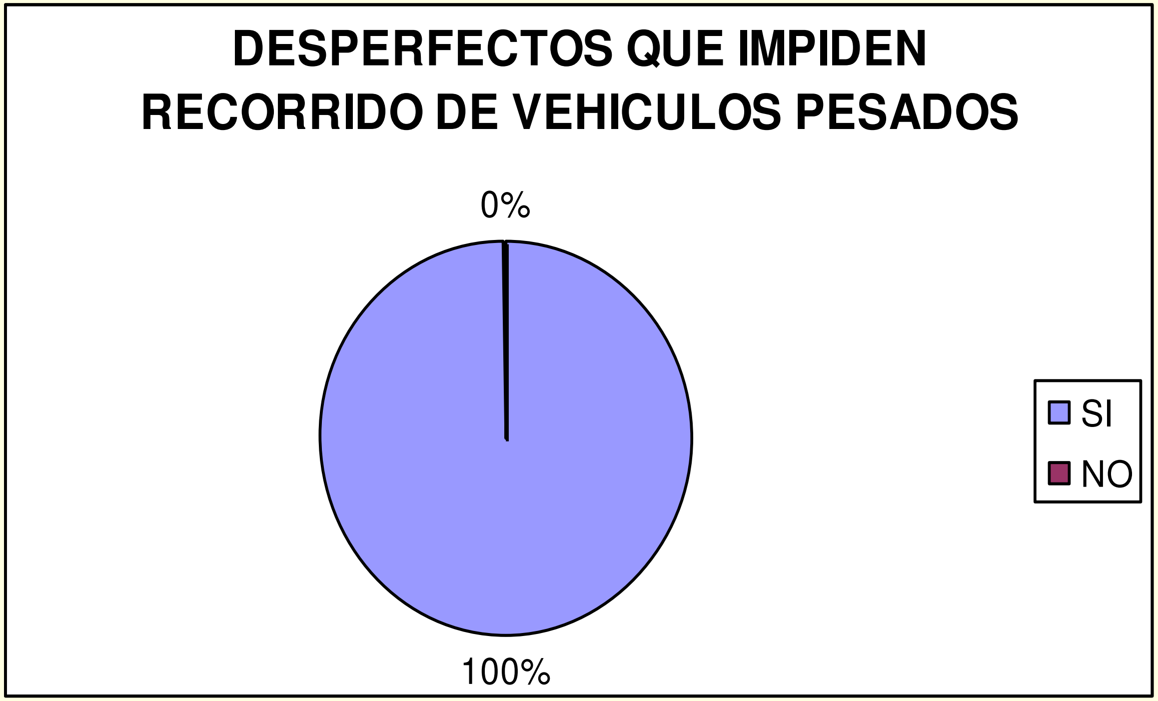


¿Alguna vez a sufrido un desperfecto en su vehículo?

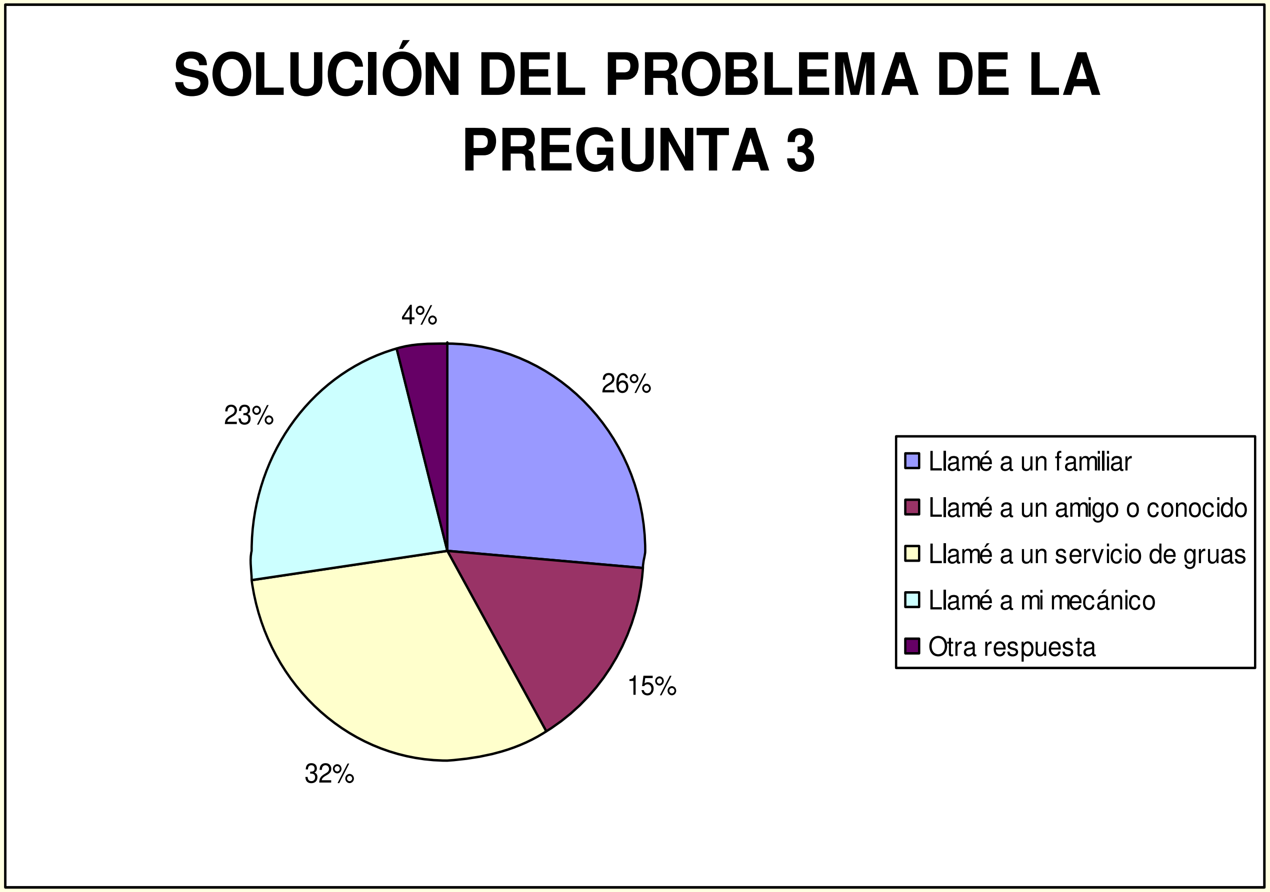
Defectos que impiden recorrido de vehículos livianos



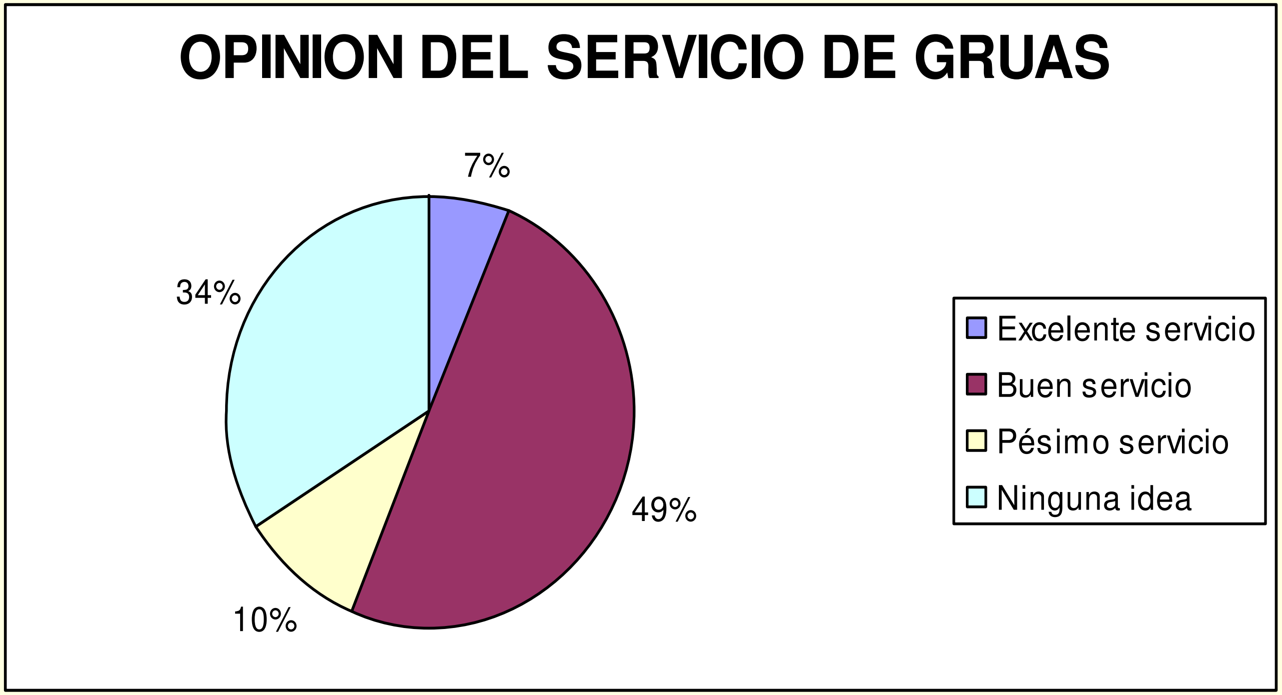
Desperfectos que impiden recorrido de vehículos pesados



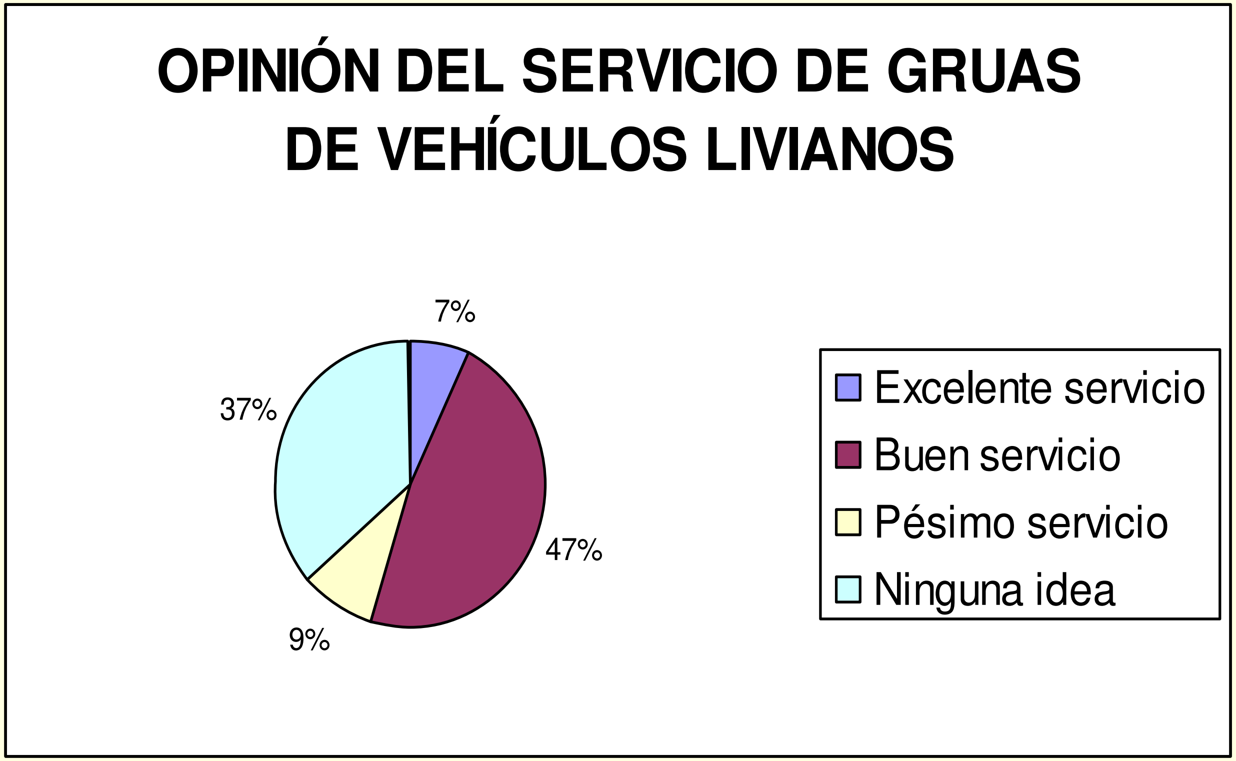
¿Cómo solucionó el problema de la pregunta 3?



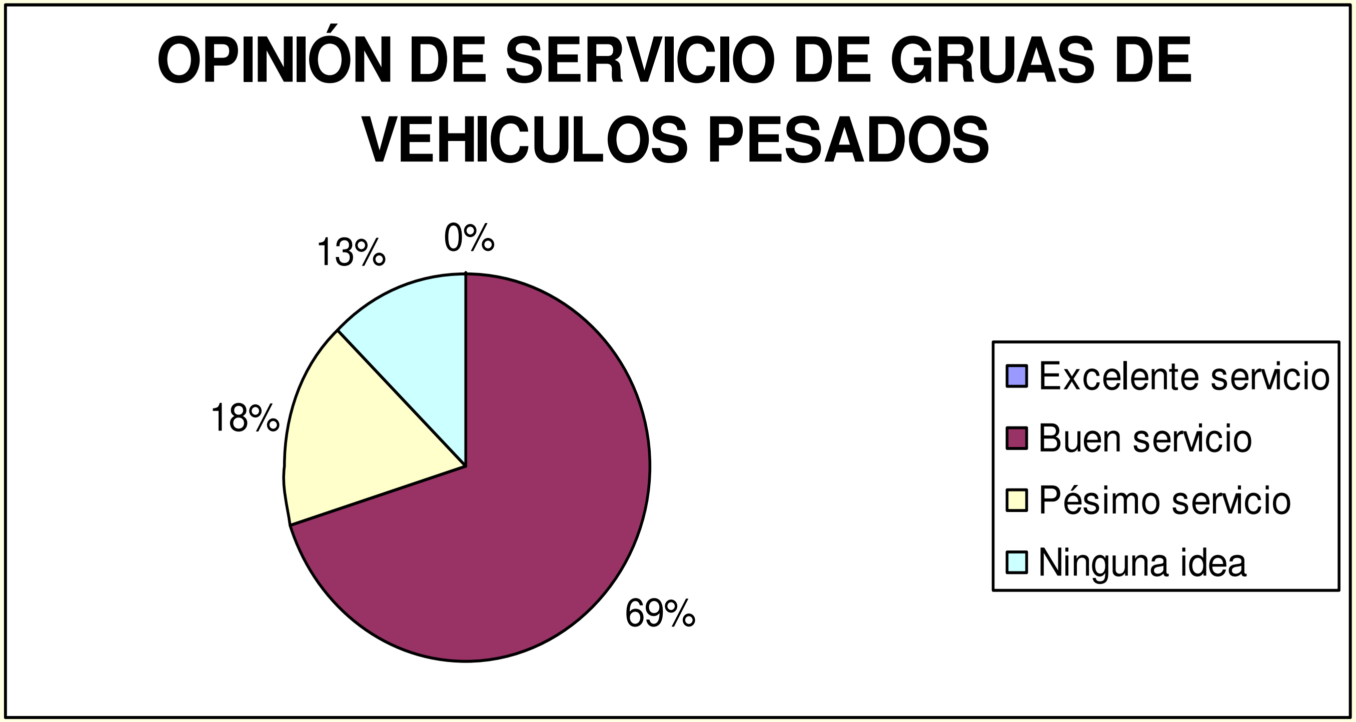
¿Qué opinión tiene usted acerca del servicio de grúas?



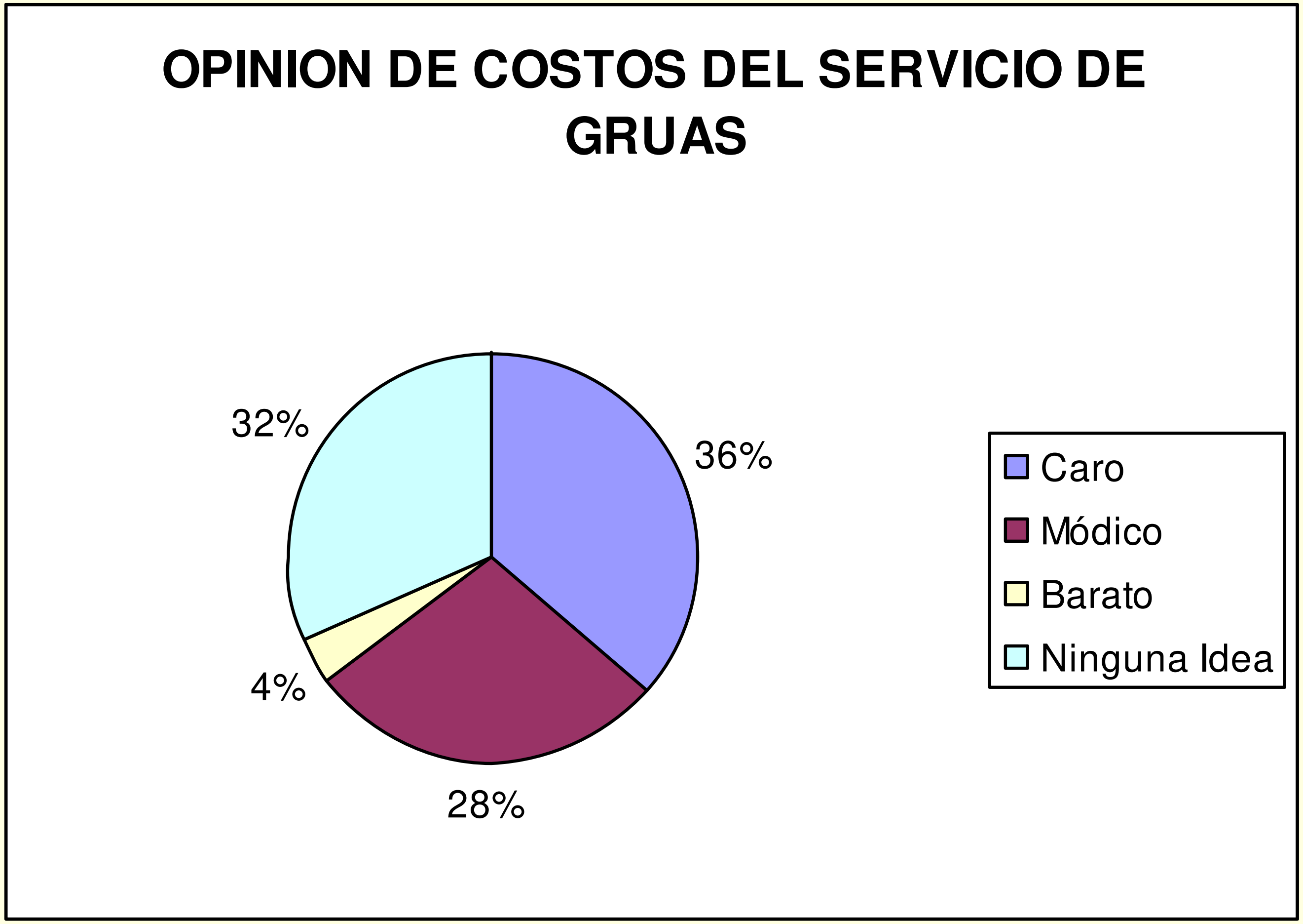
Servicio de grúas de vehículos livianos



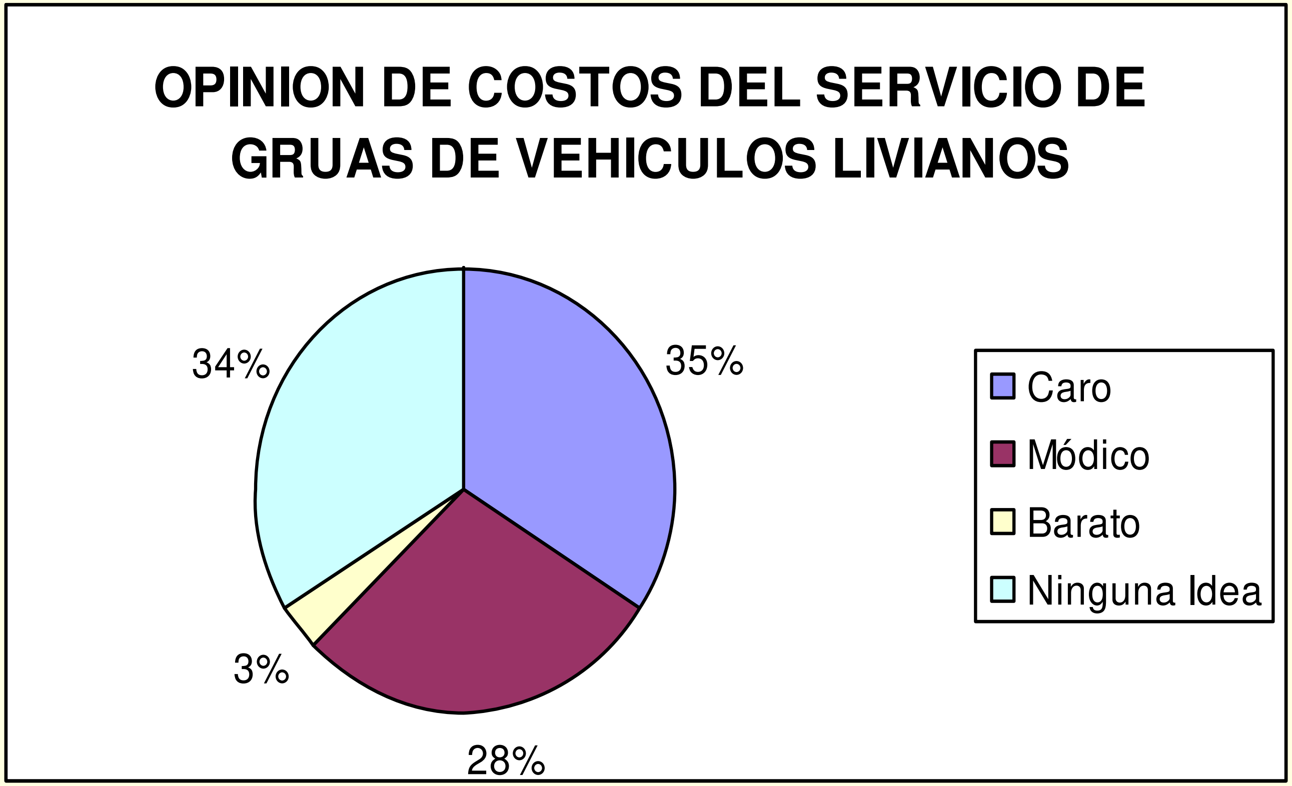
Servicio de grúas de vehículos pesados



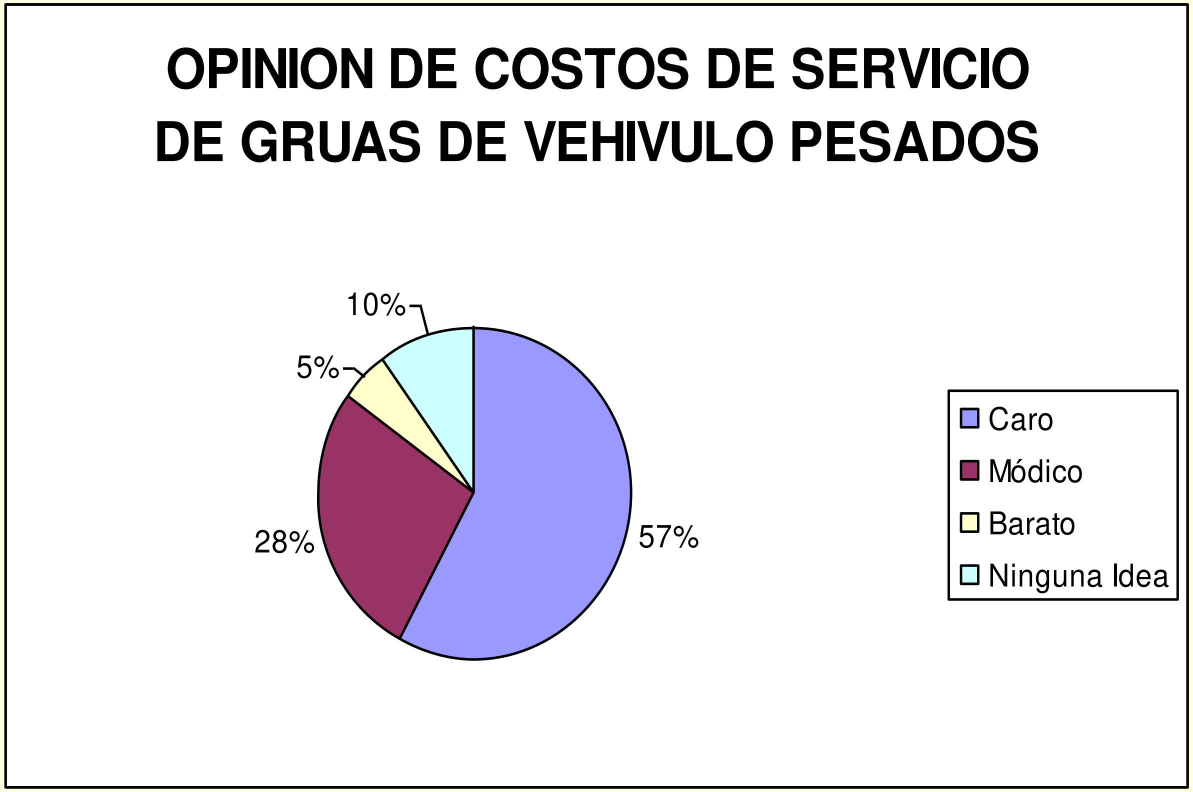
¿Qué opinión tiene usted acerca de los costos en el servicio de grúas?



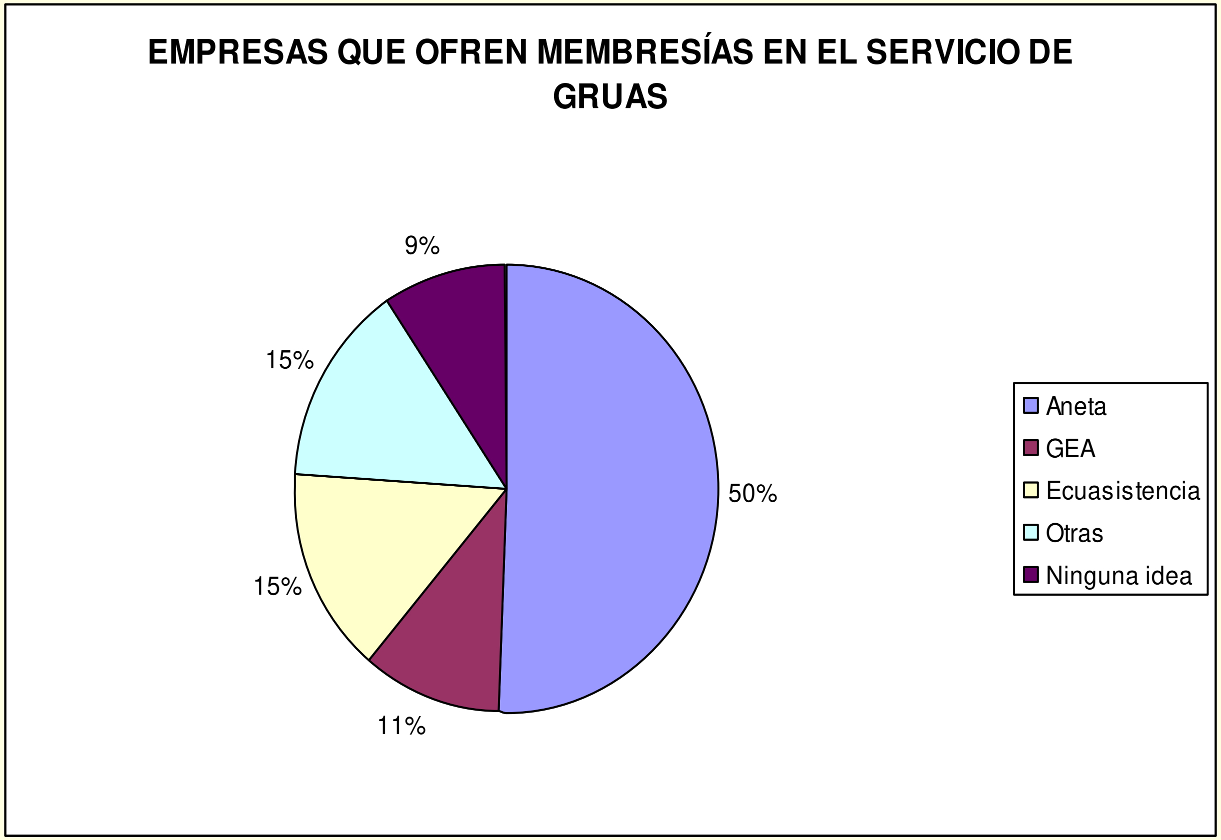
Costos del servicio de grúas de vehículos livianos



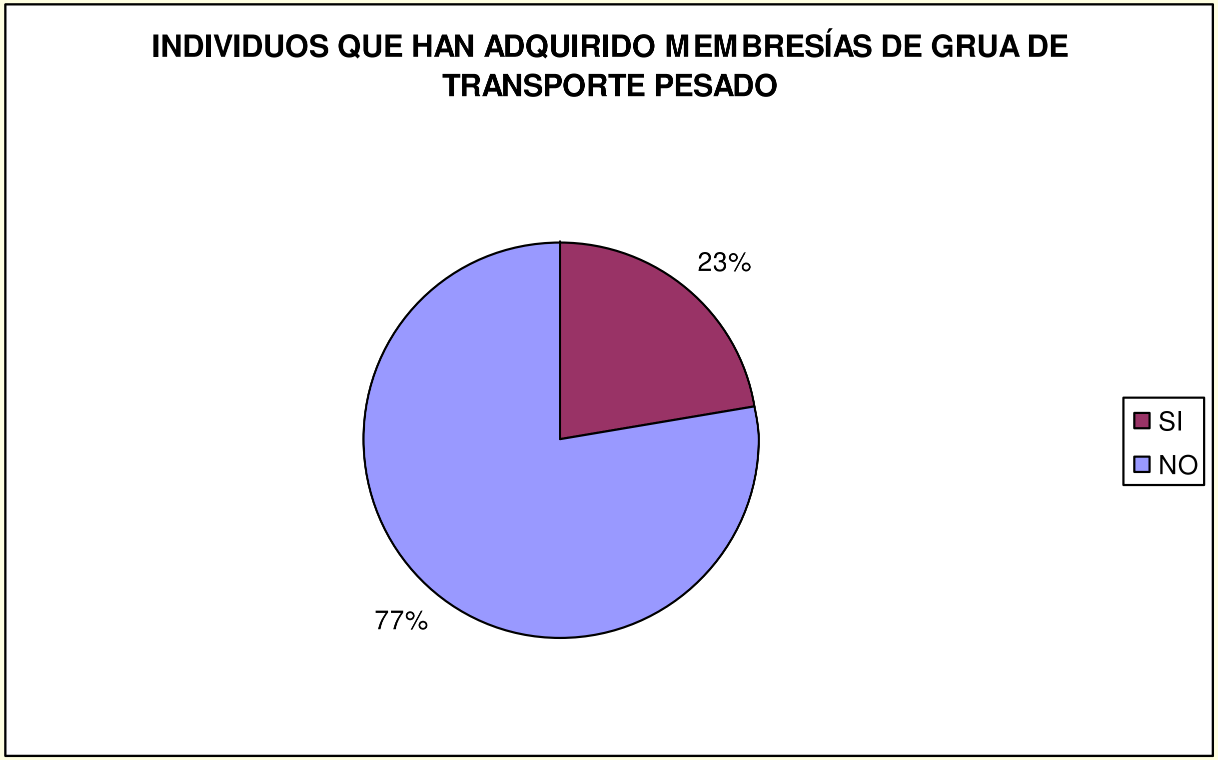
Costos del servicio de grúas de vehículos pesados



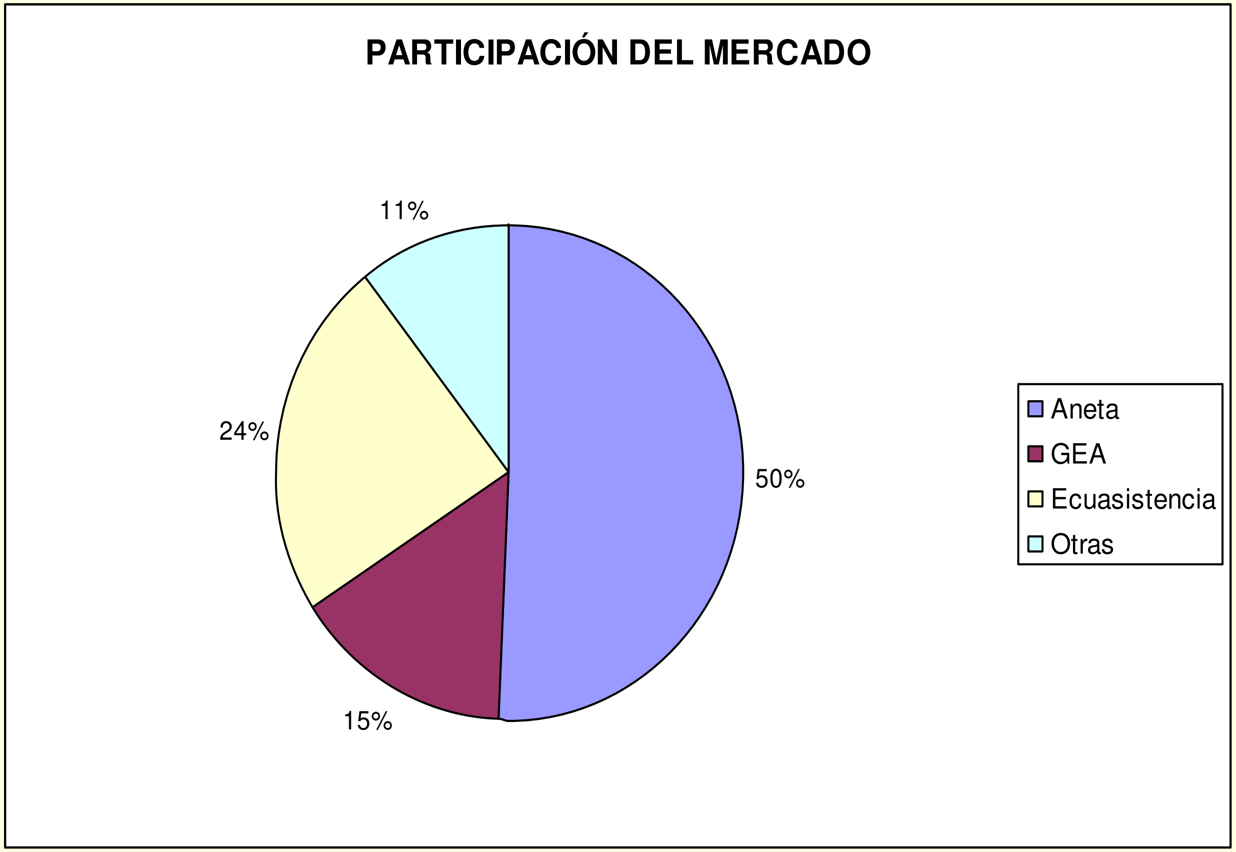
¿Conoce empresas que ofrecen membresías en el servicio de grúas?



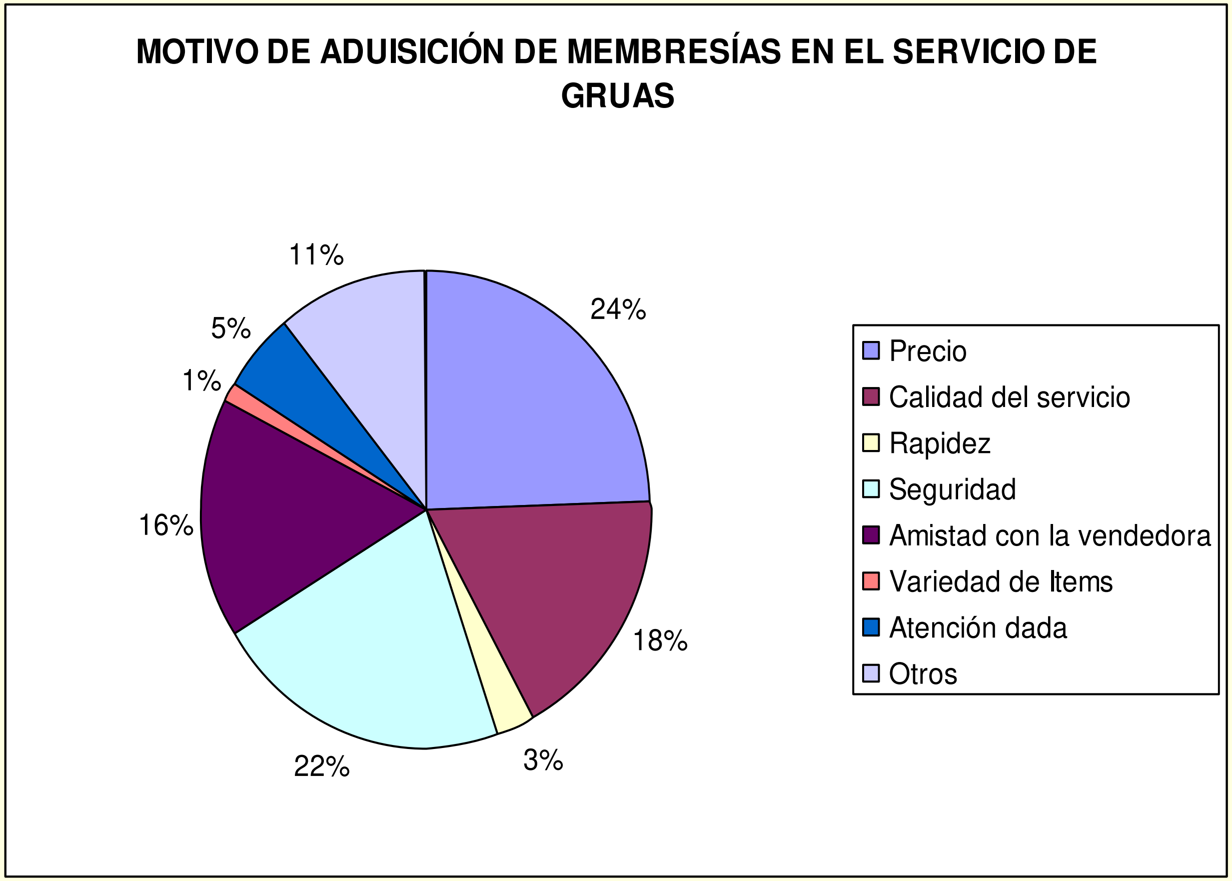
¿Alguna vez ha adquirido membresías del servicio de grúas?



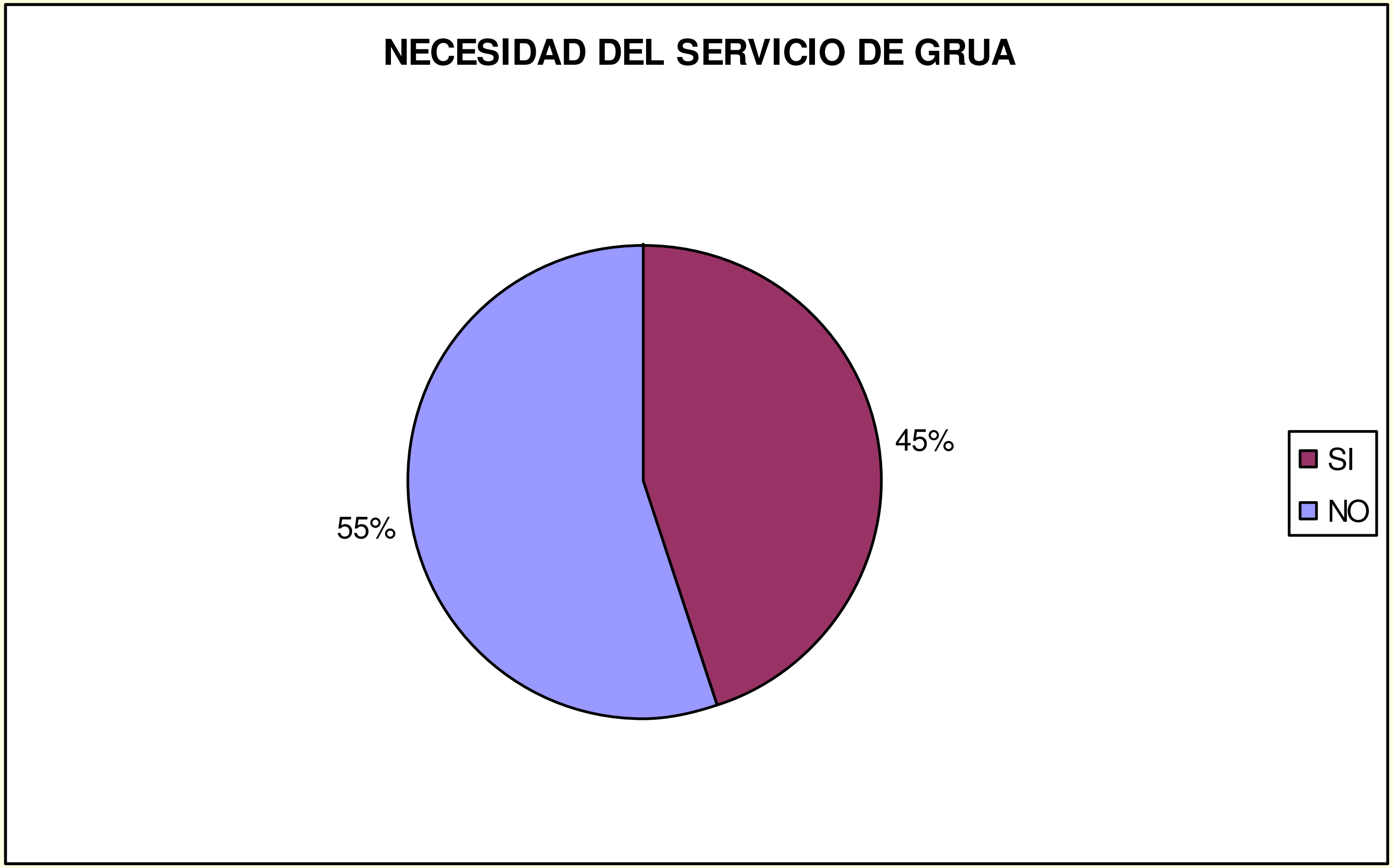
¿Con qué Compañía?



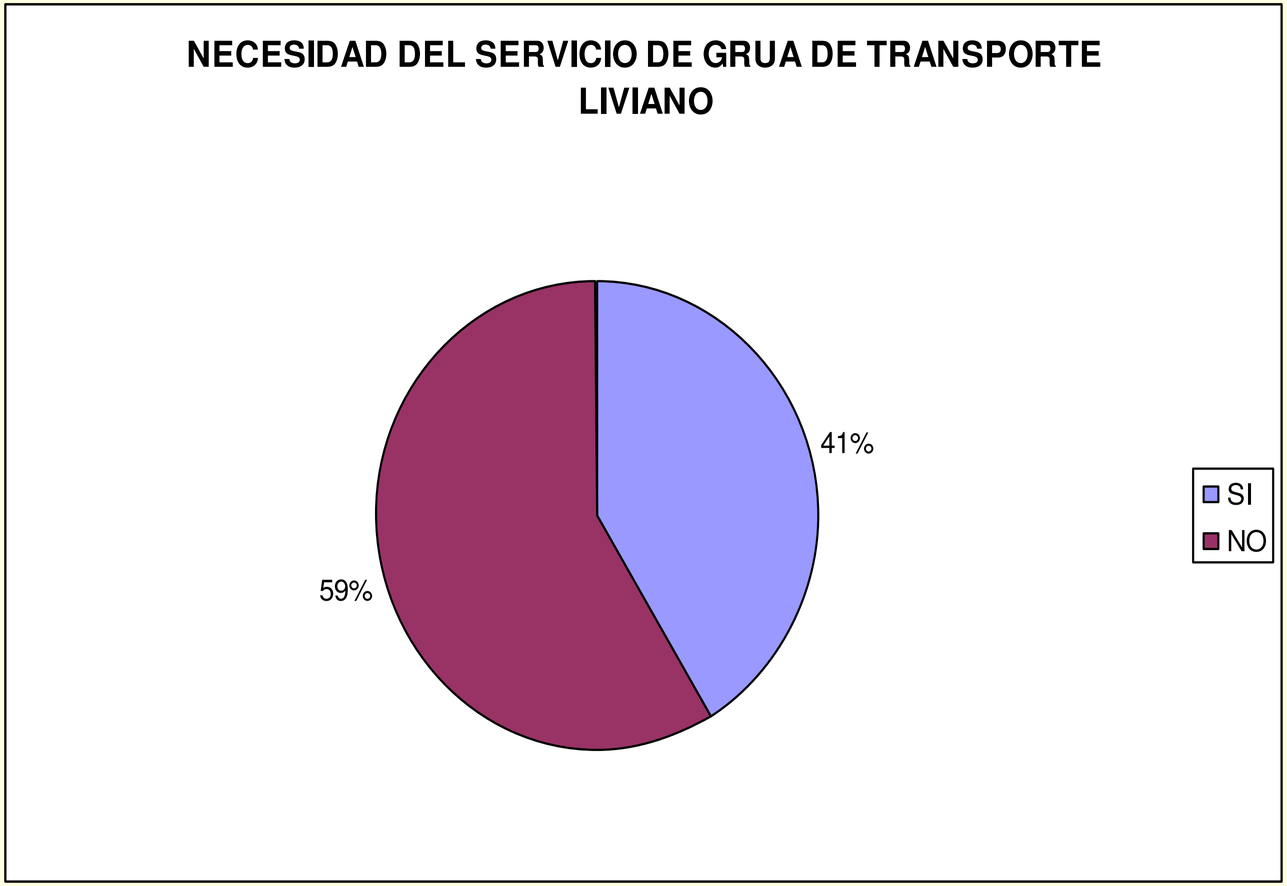
¿Qué lo motivó a adquirir una membresía en el servicio de grúas?



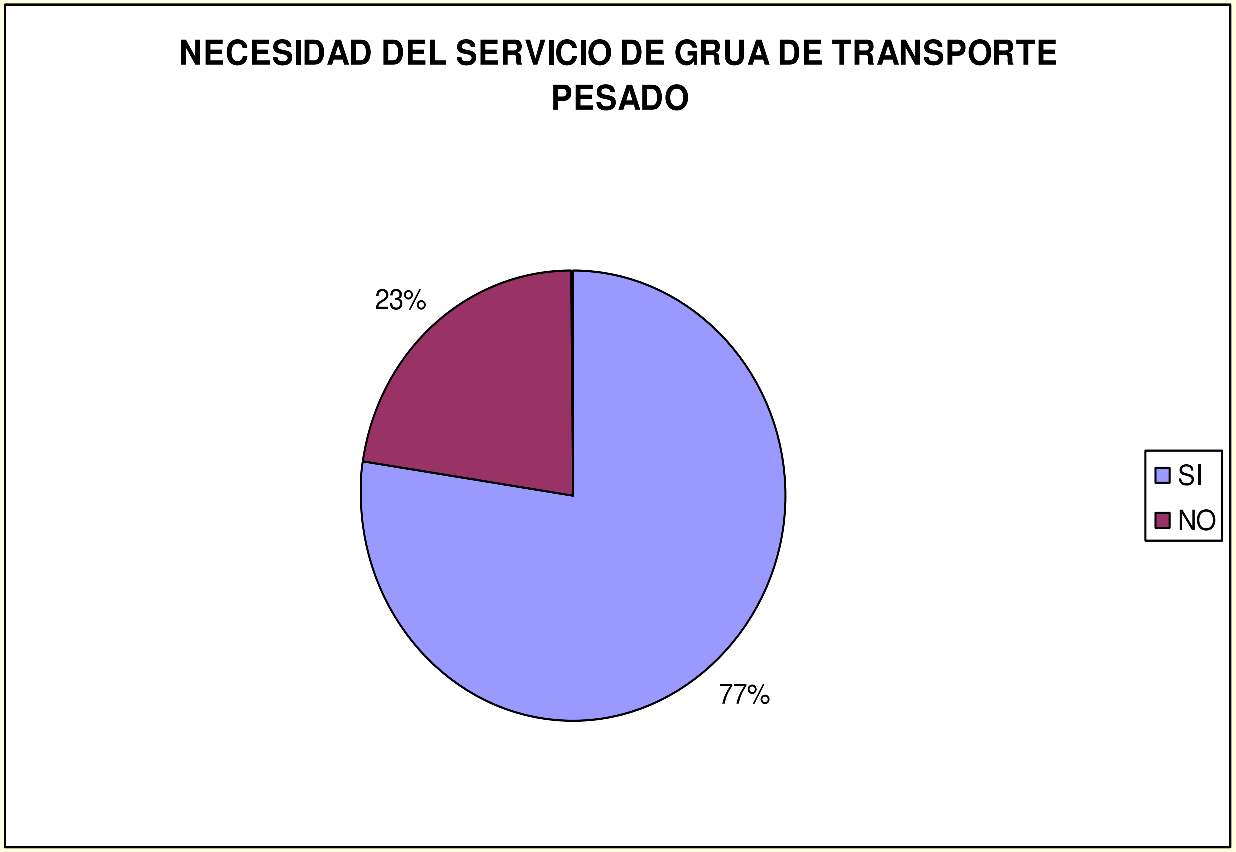
¿Alguna vez ha tenido la necesidad de l servicio de grúas?



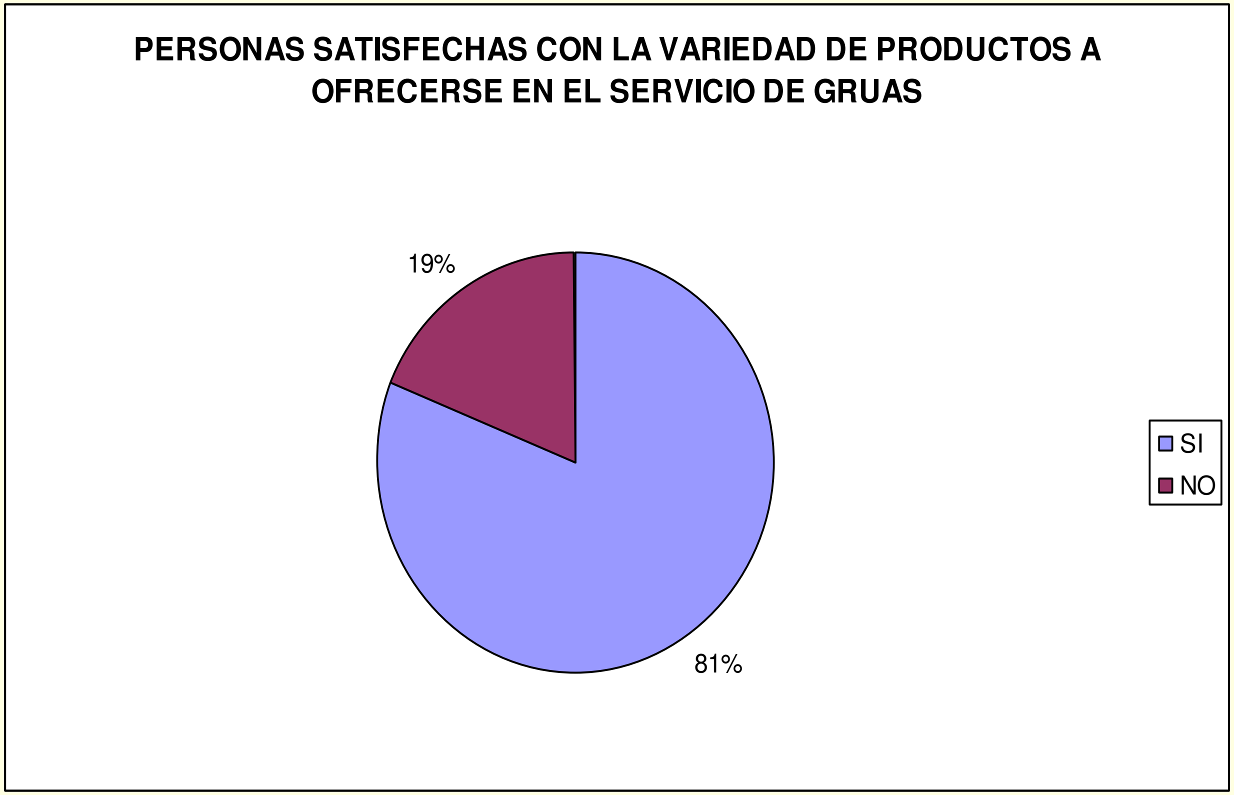
Necesidad del servicio de grúas de transporte liviano



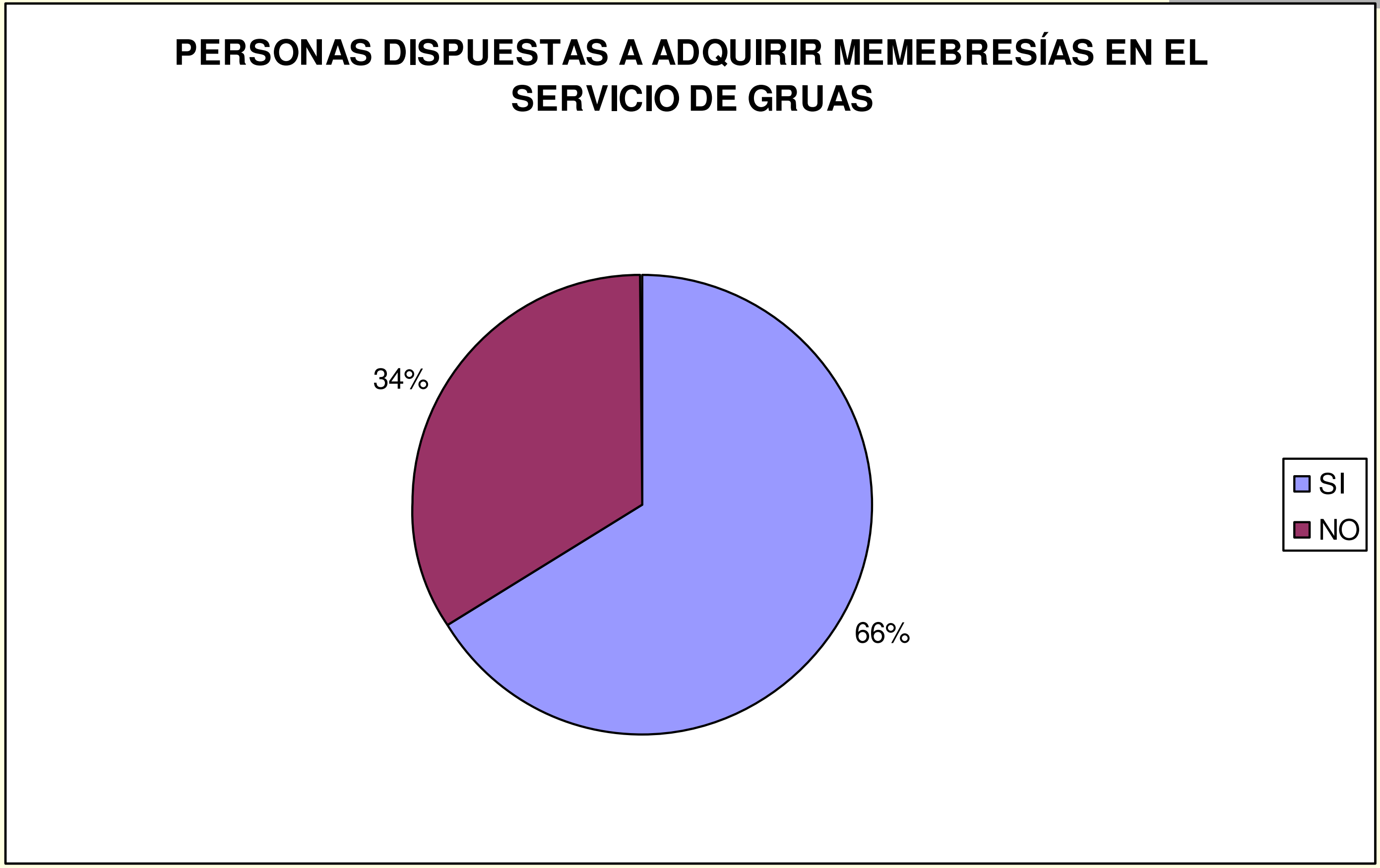
Necesidad del servicio de grúas de transporte pesado



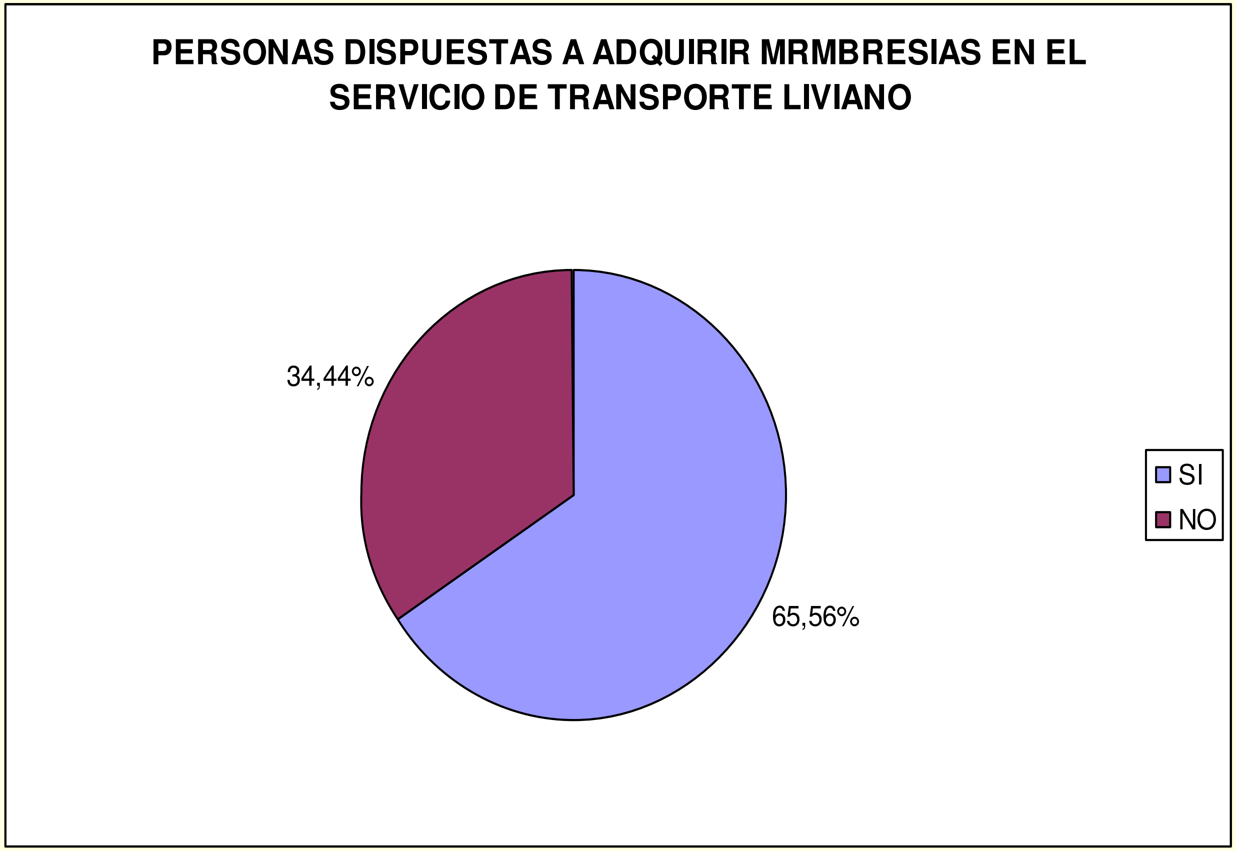
¿Piensa usted que una membresía en la cual se ofrecieran una variedad de productos como remolque de vehículos, paso de corriente, paso de gasolina, cambio de llanta y mecánica ligera le generaría mayor satisfacción al consumidor?



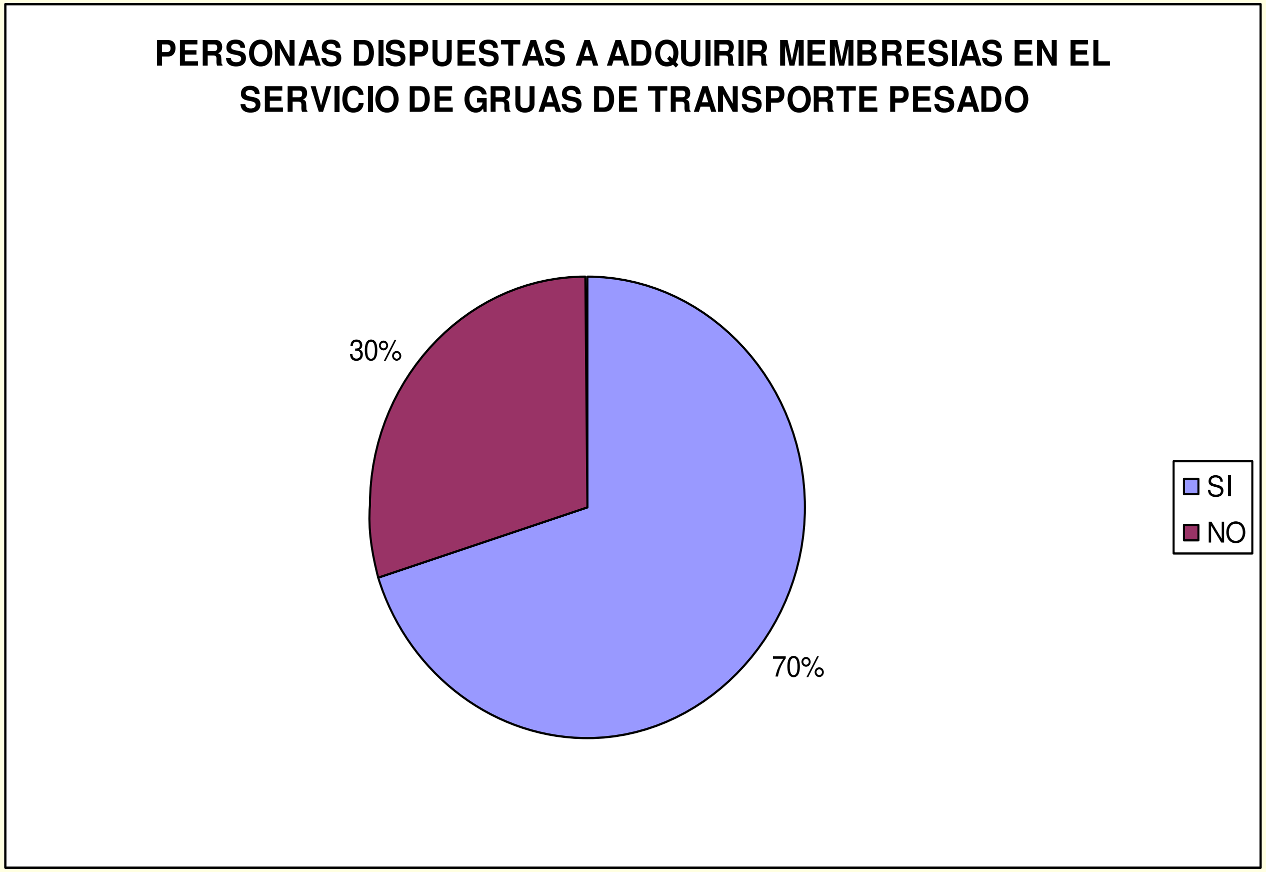
¿Usted estaría dispuesto ha adquirir una membresía con las características mencionadas en la pregunta 11?



Disposición de compra (Vehículos livianos)

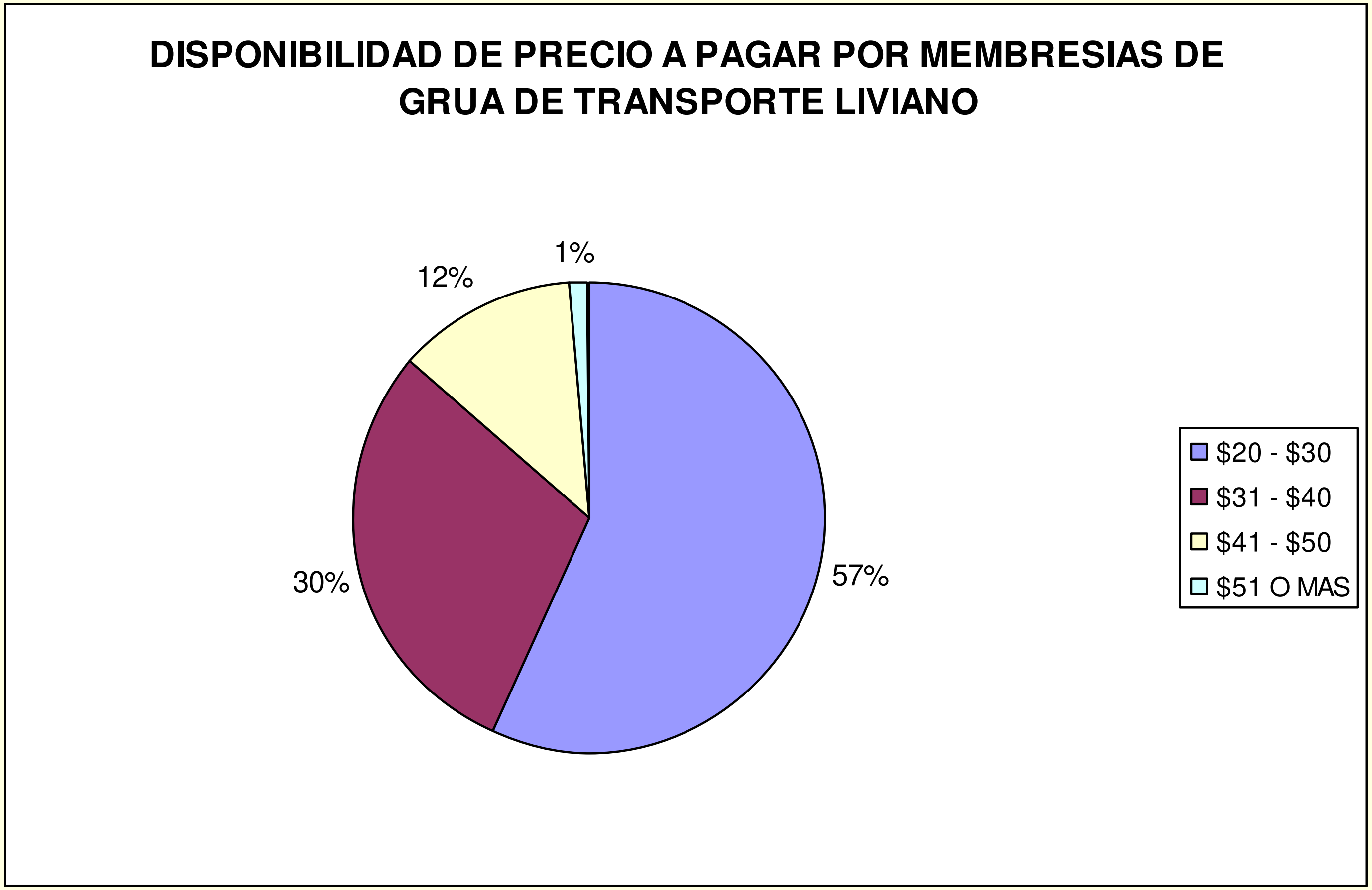


Disposición de compra (Vehículos pesados)



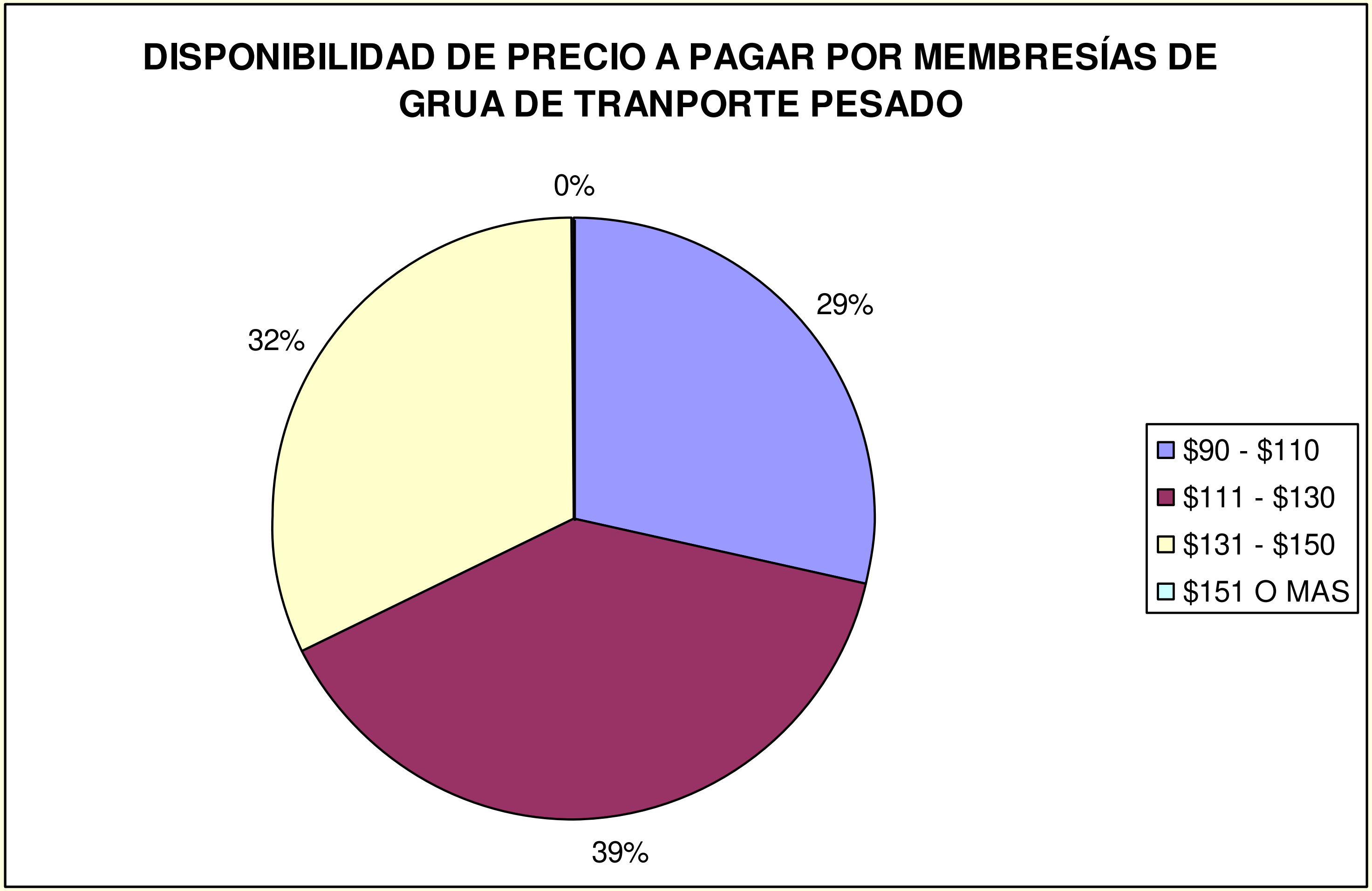
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la membresía anual en el servicio de grúas de un vehículo liviano como automóvil, camioneta, furgoneta, jeep, etc.? (Dentro del perímetro urbano)

Disposición a Gastar (Vehículos livianos)

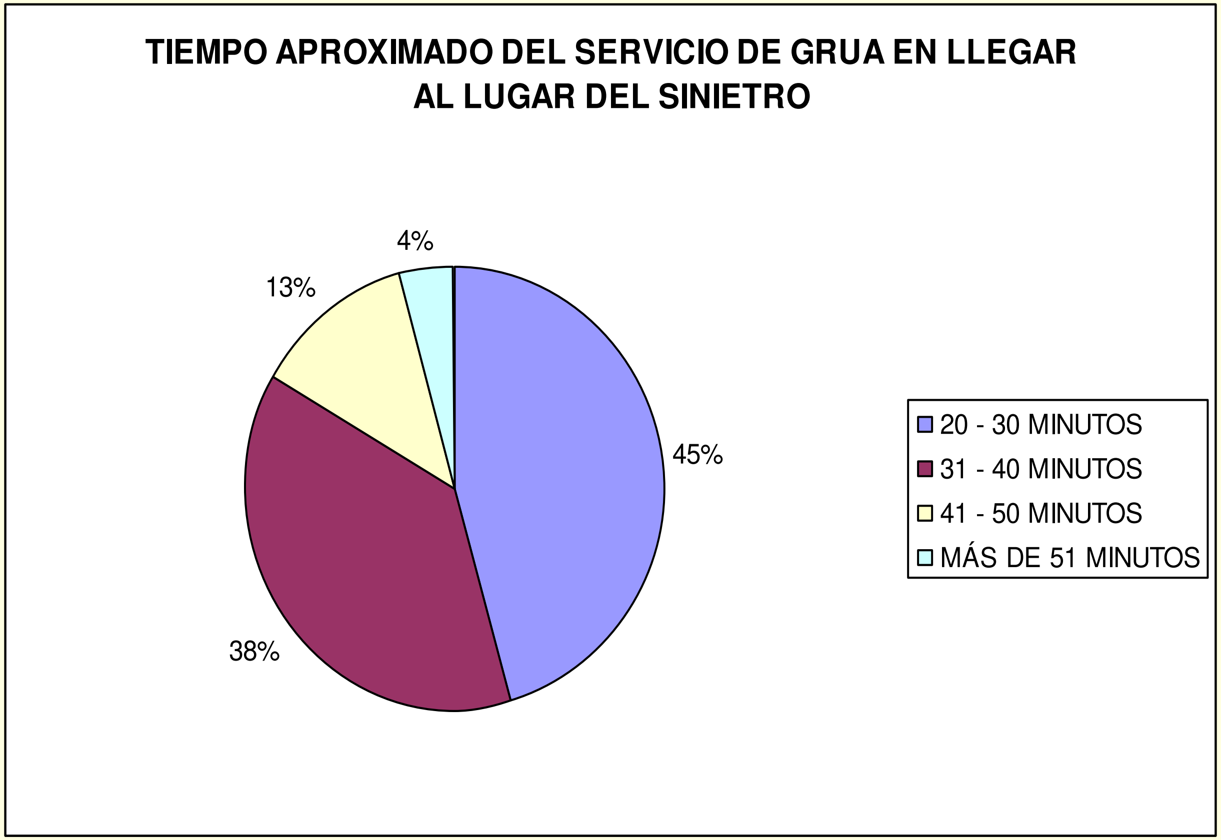


¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la membresía anual en el servicio de grúas de un vehículo pesado como camión, bus, tractor, etc.? (Dentro del perímetro urbano)

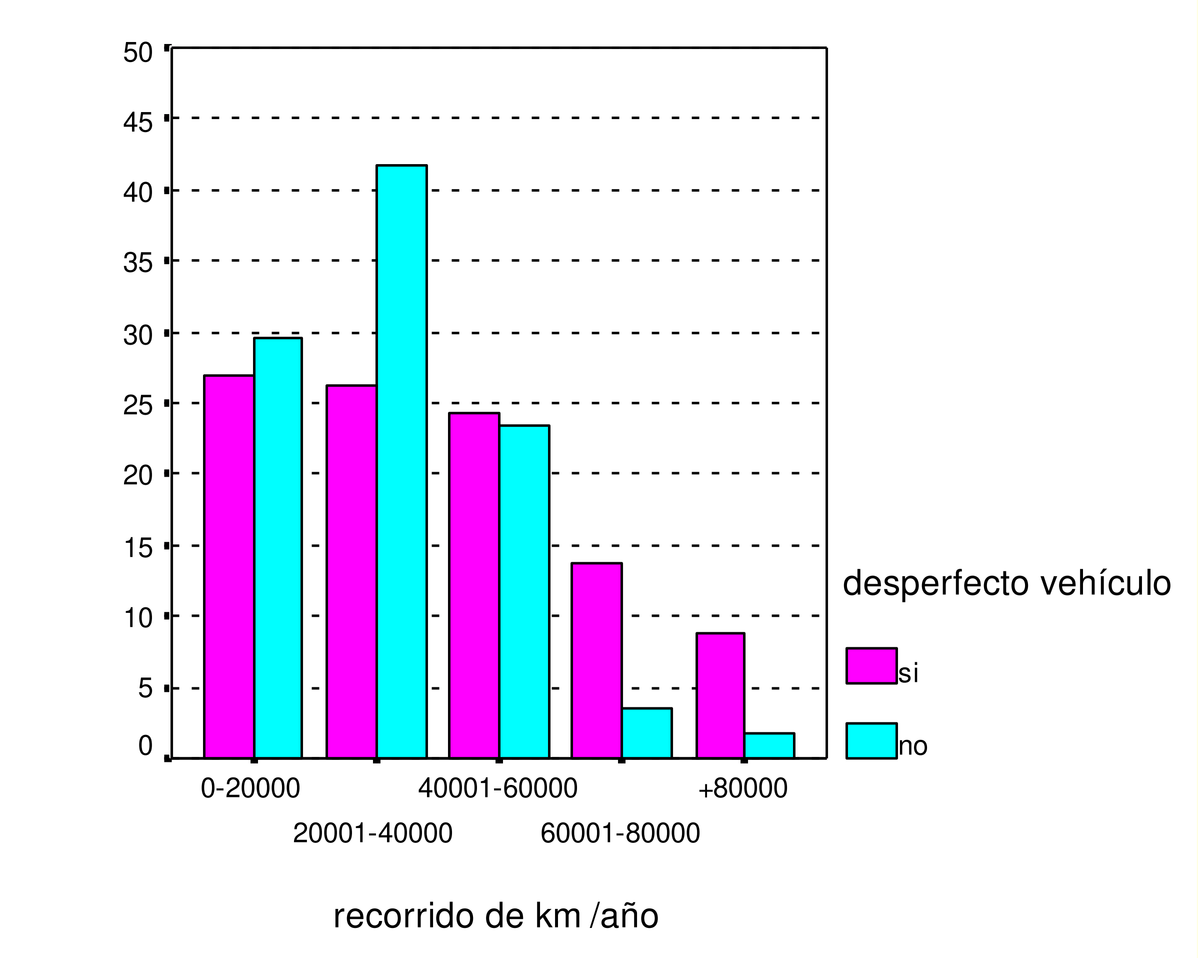
Disposición a Gastar (Vehículos pesados)



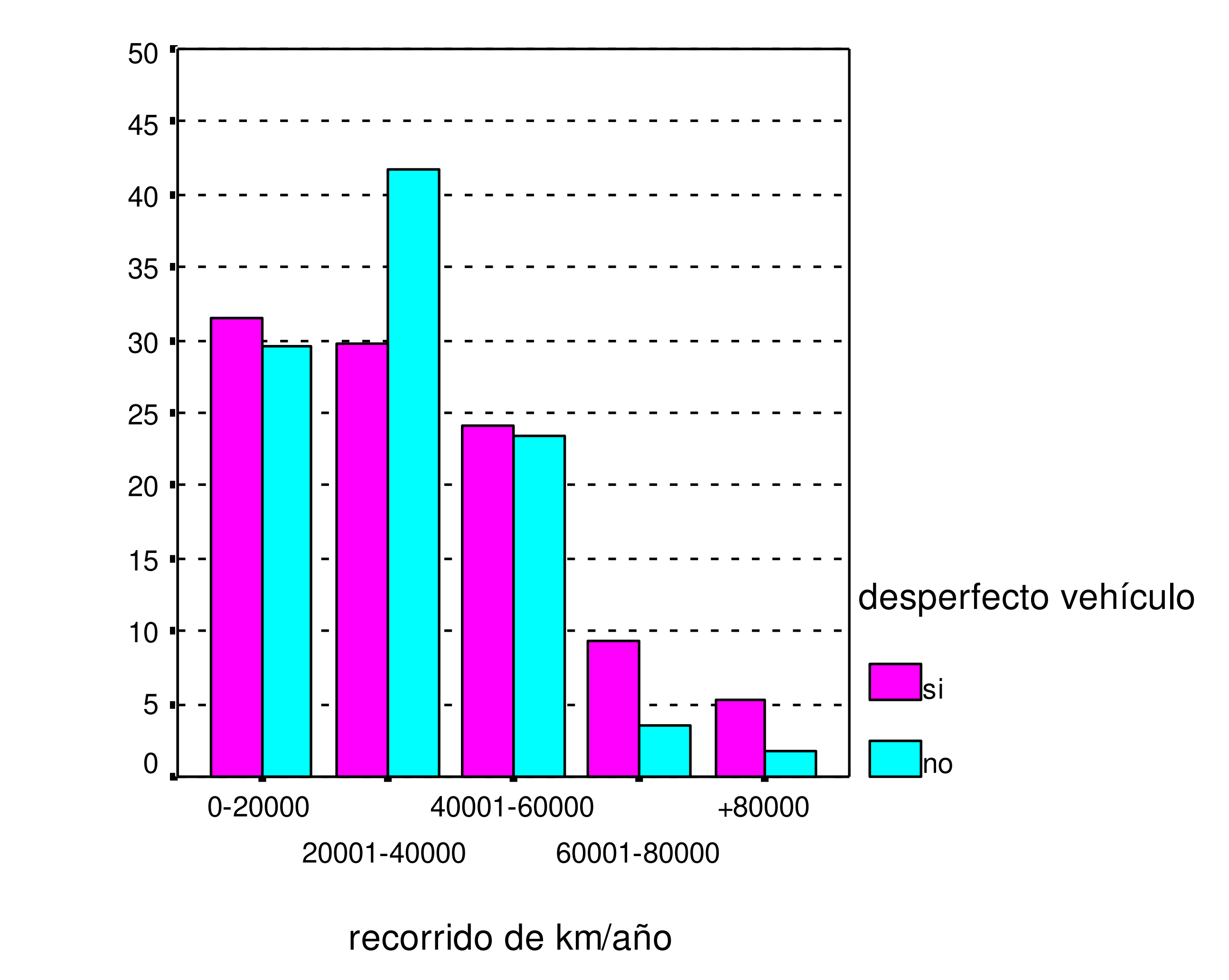
¿Cuánto cree que demora una grúa en llegar al lugar del siniestro? (Depende de la distancia a la que esta el siniestro).



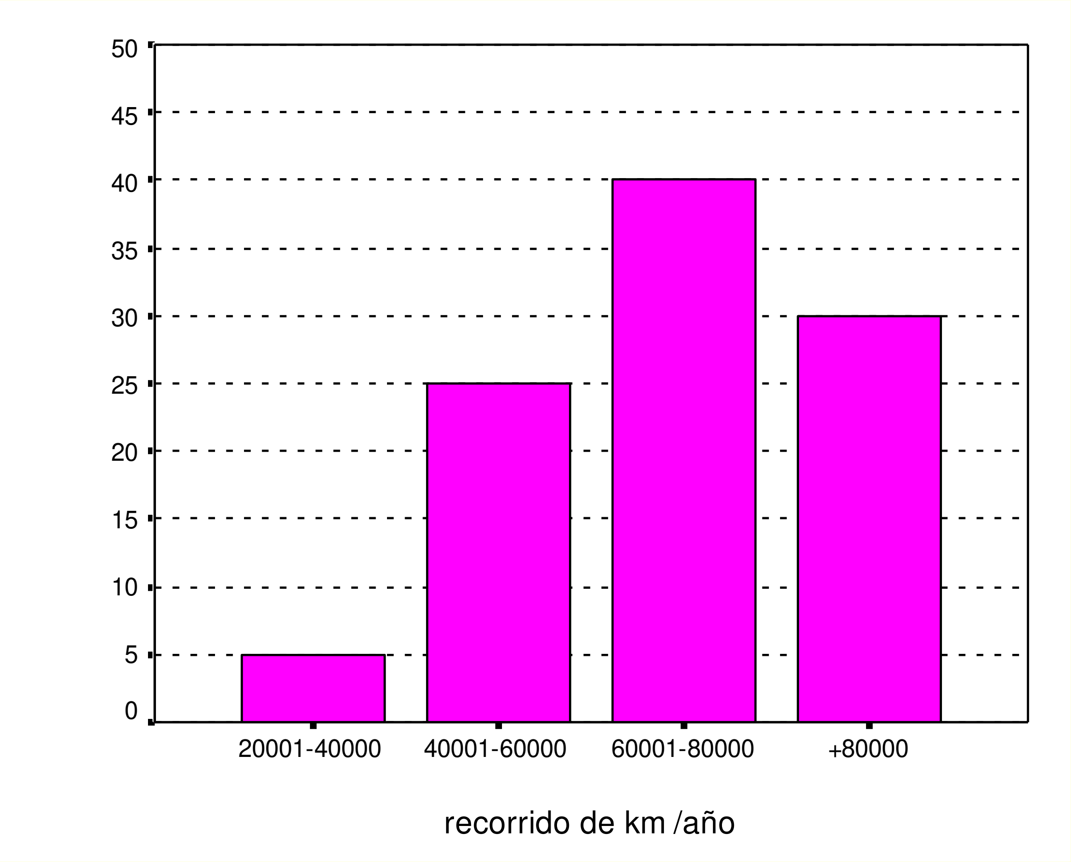
Análisis de cuándo un vehículo tiene desperfectos con respecto al kilometraje recorrido del mismo



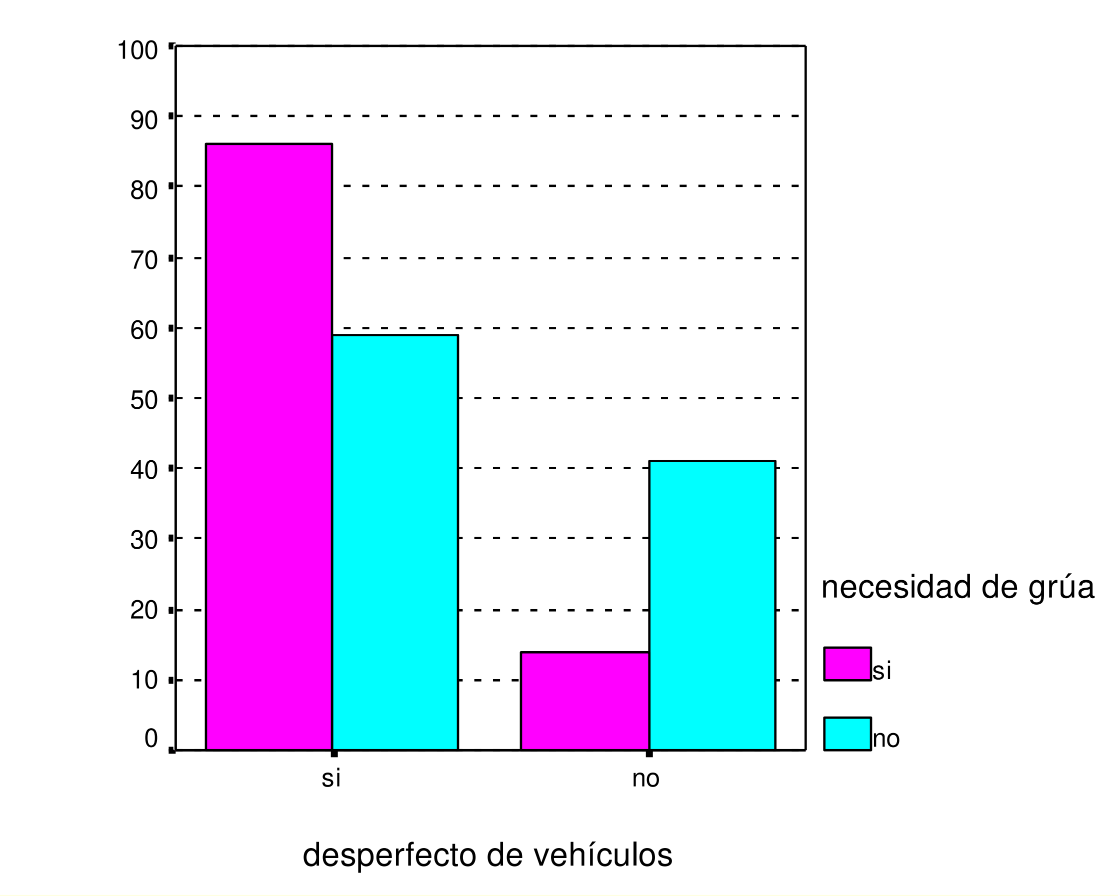
Análisis de cuándo un vehículo tiene desperfectos con respecto al kilometraje recorrido del mismo. (Transporte liviano)



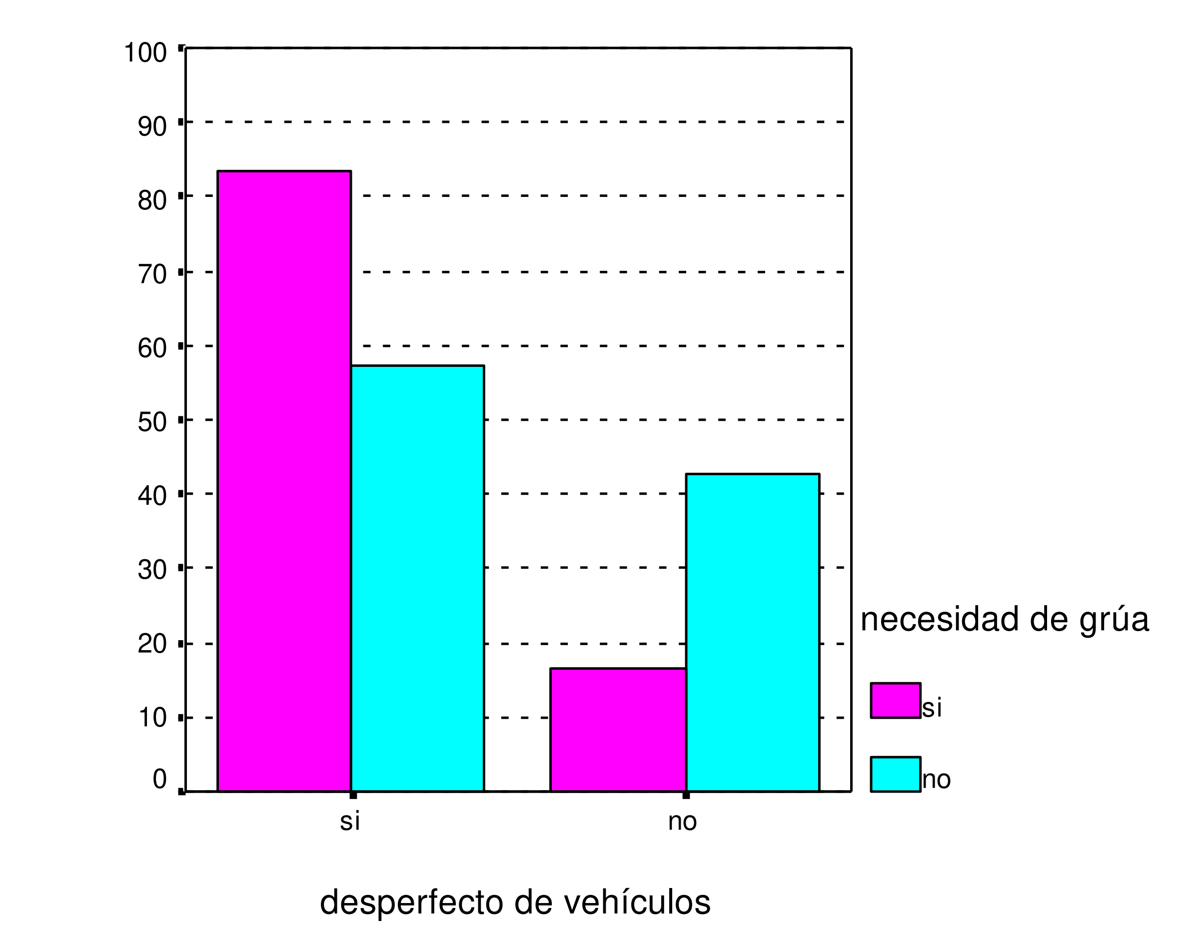
Análisis de cuándo un vehículo tiene desperfectos con respecto al kilometraje recorrido del mismo. (Transporte pesado)



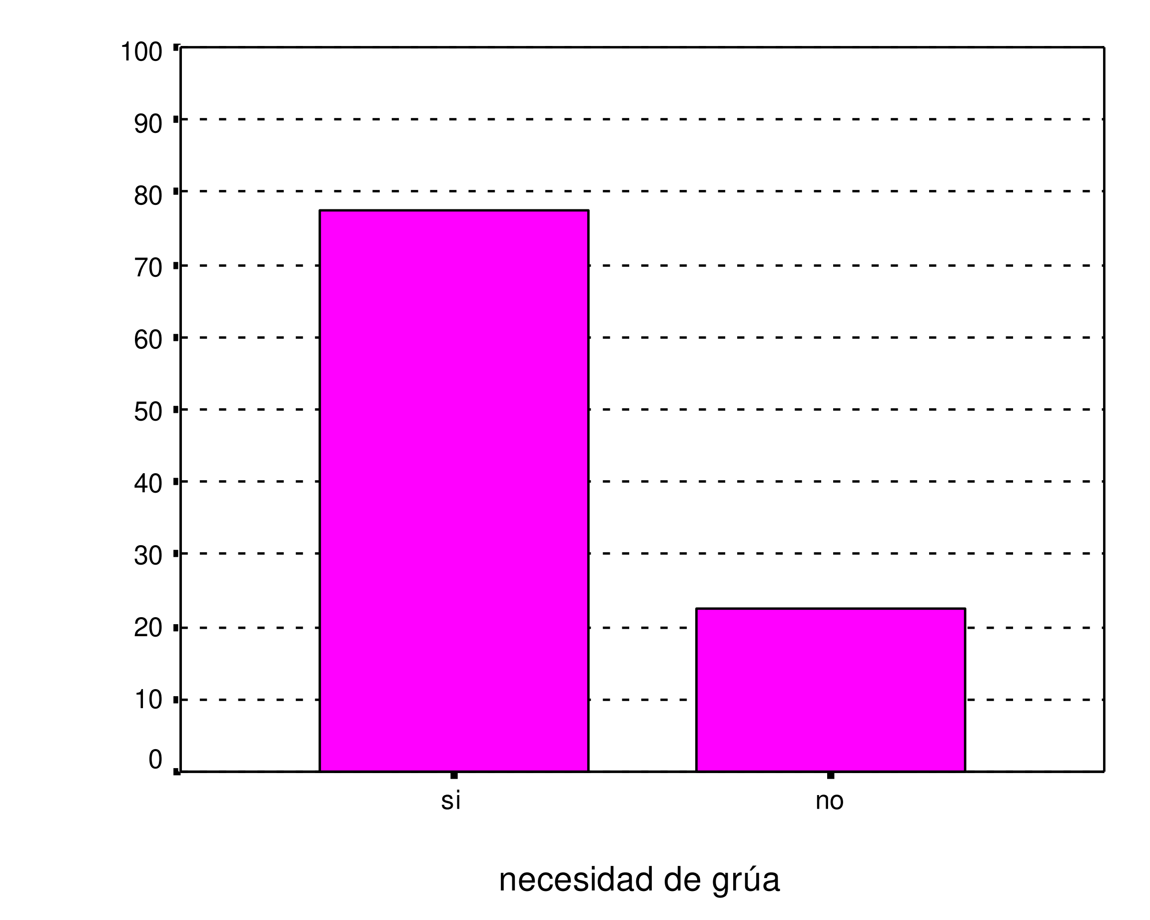
Análisis de la pregunta 3 con respecto a resultados obtenidos en la pregunta 10



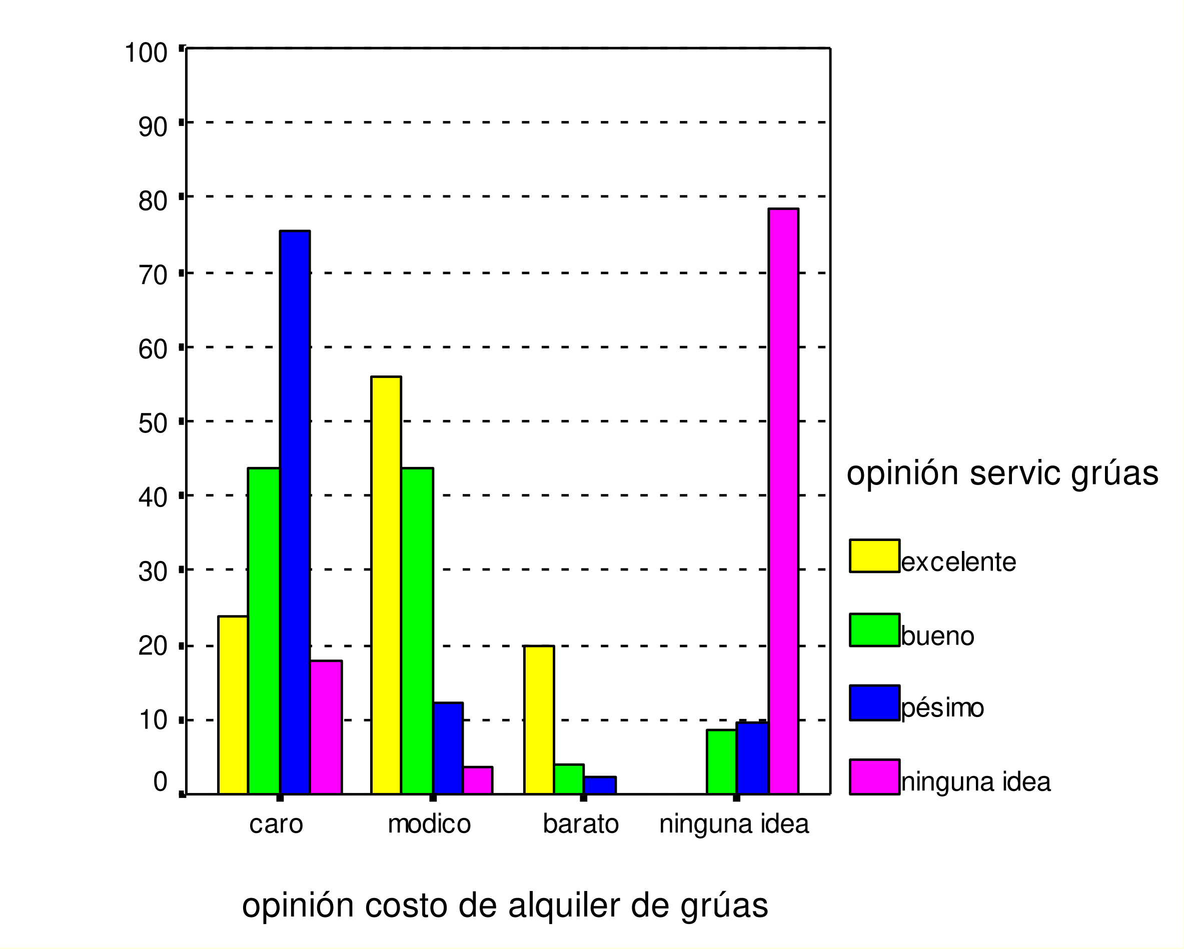
Análisis de la pregunta 3 con respecto a resultados obtenidos en la pregunta 10 (Transporte liviano)



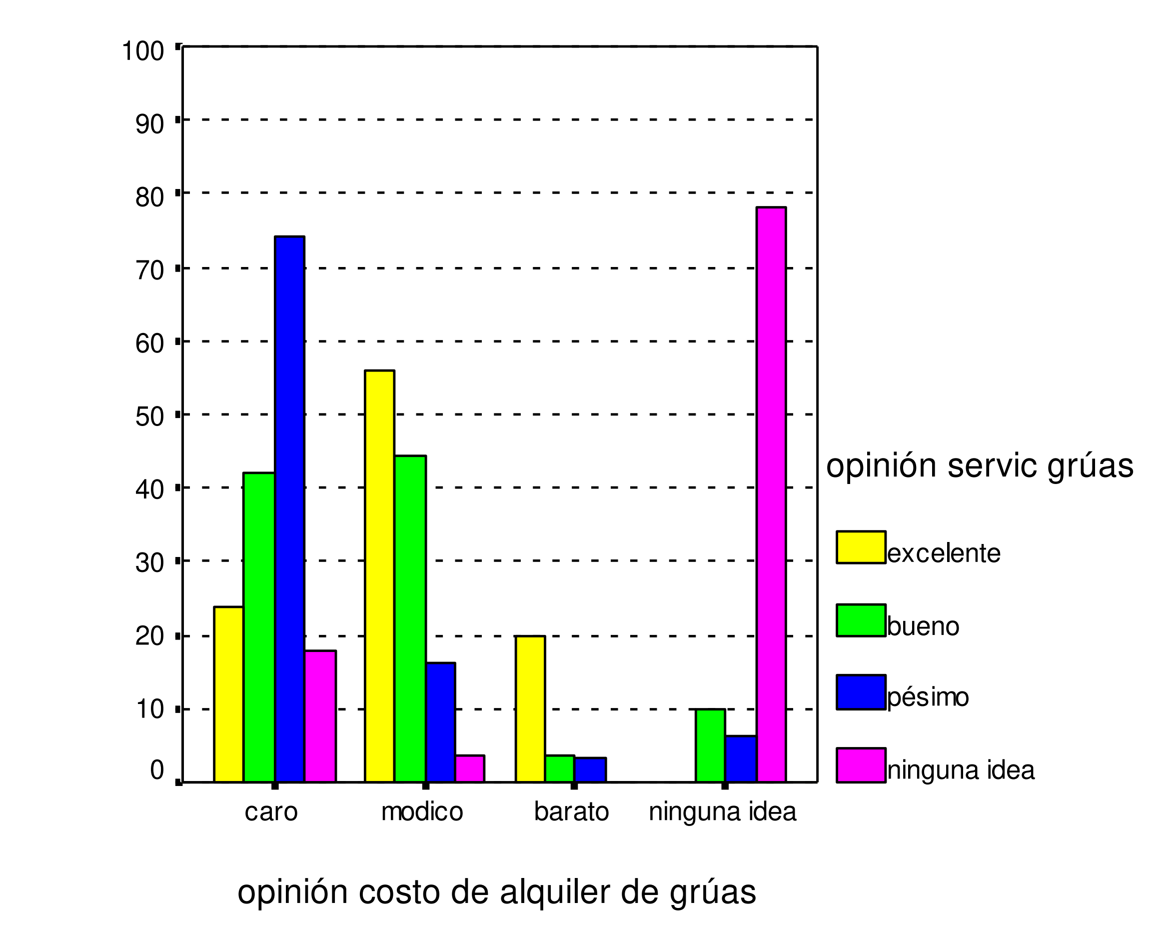
Análisis de la pregunta 3 con respecto a resultados obtenidos en la pregunta 10 (Transporte pesado)



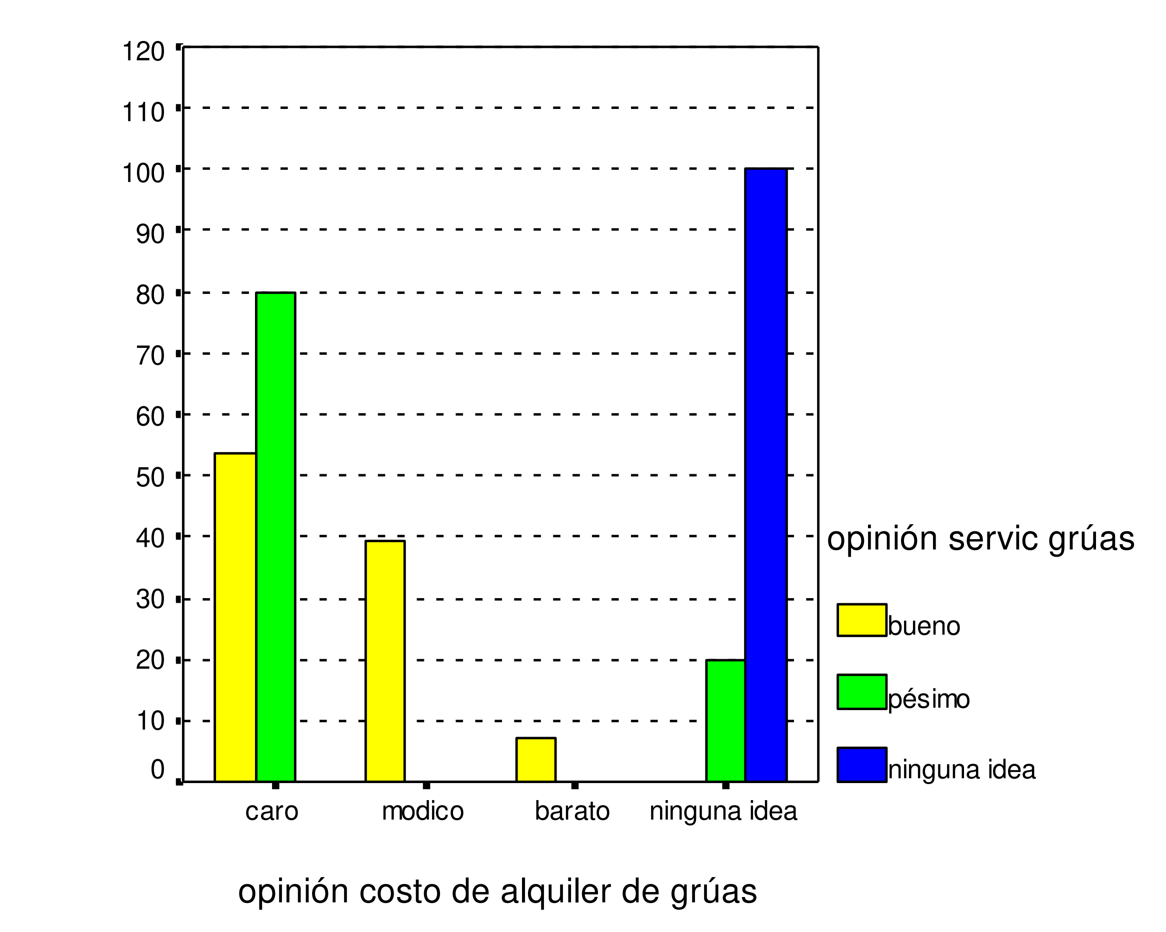
Análisis del servicio de grúas con respecto al costo del mismo



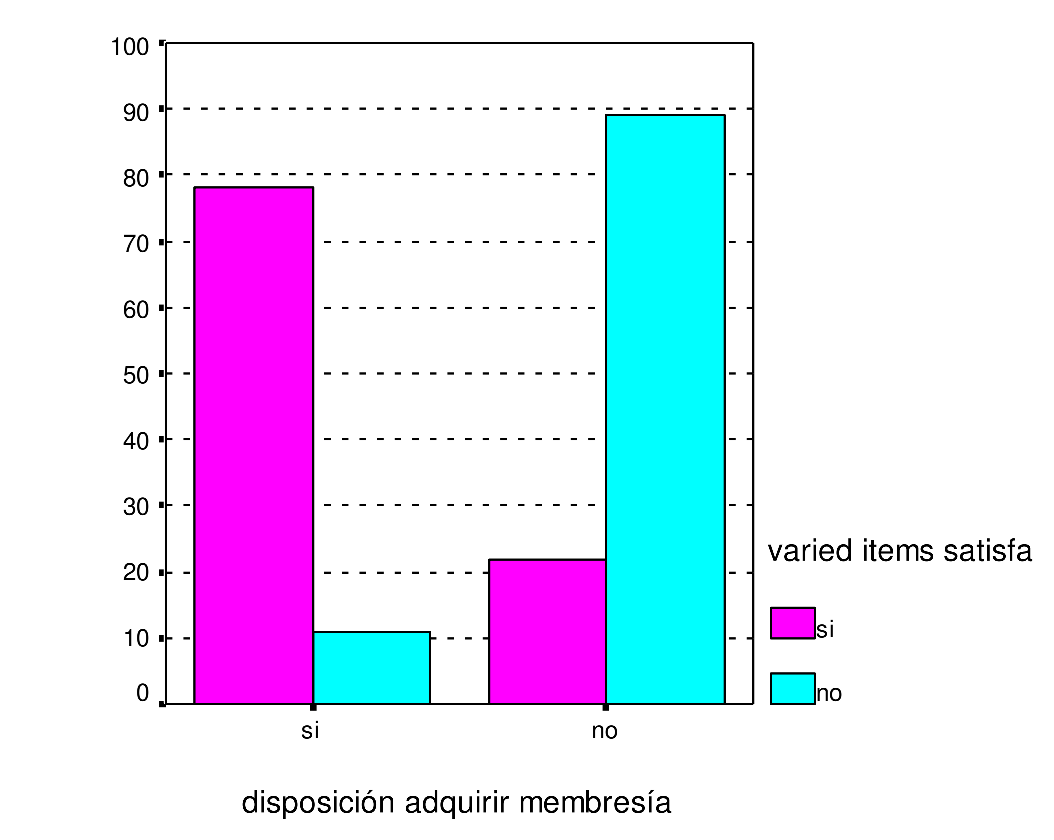
Análisis del servicio de grúas con respecto al costo del mismo (Vehículos livianos)



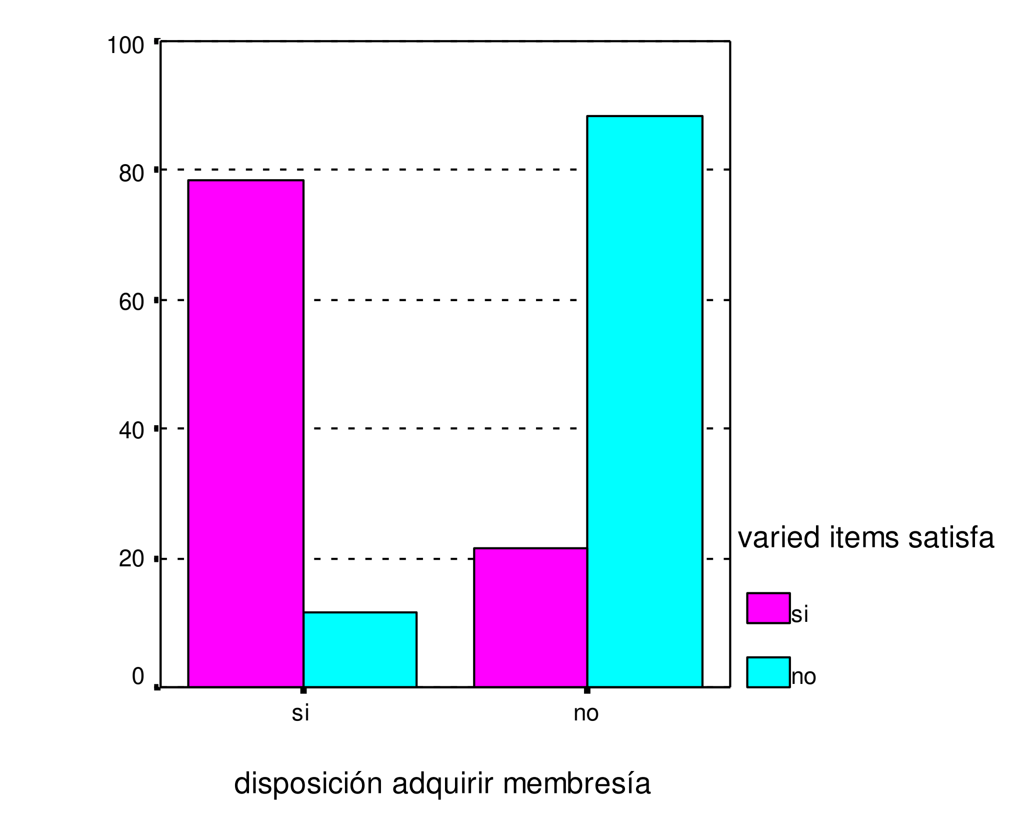
Análisis del servicio de grúas con respecto al costo del mismo (Vehículos pesados)



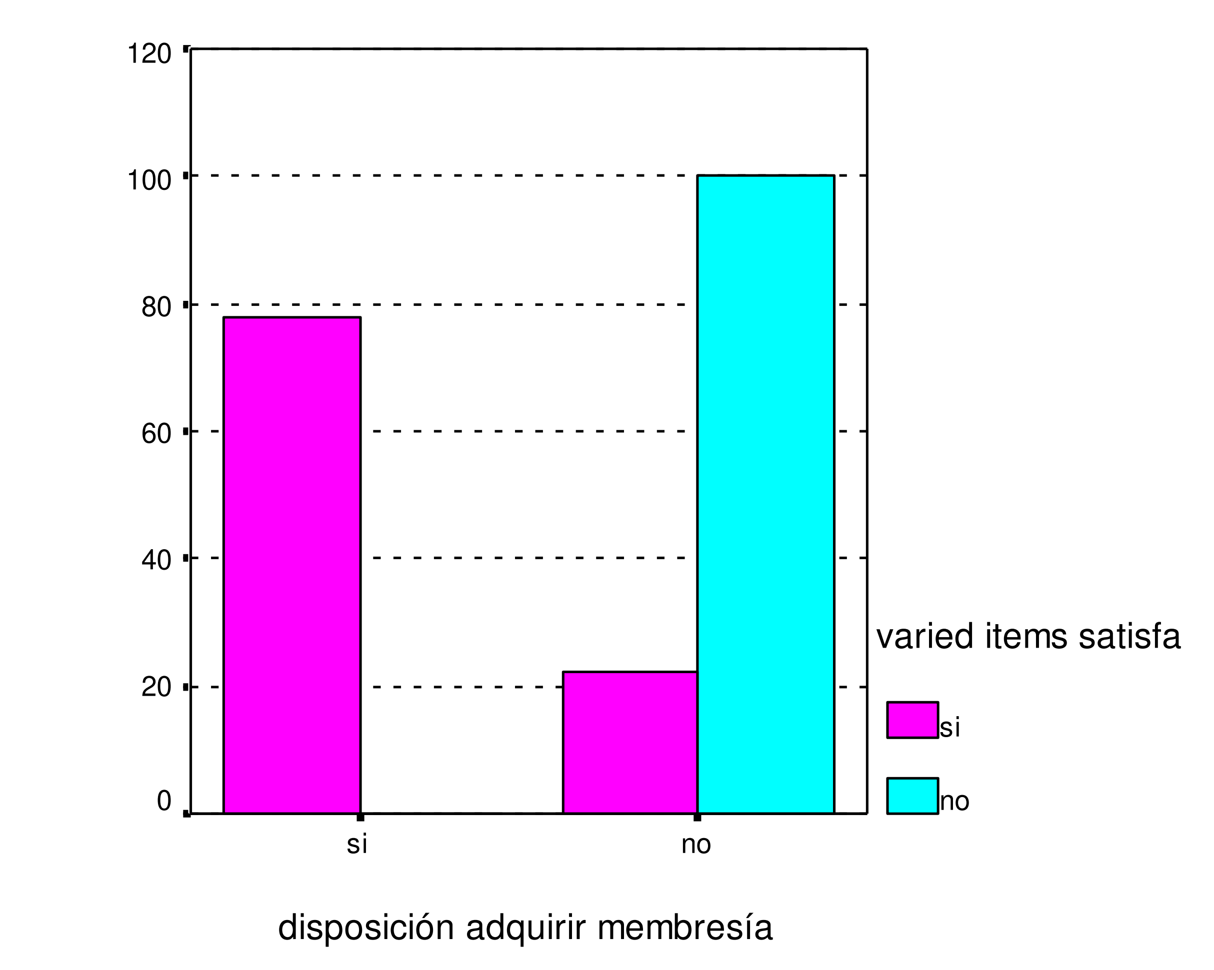
Análisis de la variedad de ítems en el servicio de grúas con respecto a la adquisición del mismo



Análisis de la variedad de ítems en el servicio de grúas con respecto a la adquisición del mismo (Transporte liviano)



Análisis de la variedad de ítems en el servicio de grúas con respecto a la adquisición del mismo (Transporte pesado)



Análisis de la Competencia

- Principales Competidores
- Estructura competitiva: Modelo de las cinco fuerzas de Porter
- Competidores potenciales
- Proveedores
- Competidores del Sector
- Sustitutos

Principales Competidores

- No se puede menciona competencia directa.
- Existen Compañías que ofrecen Servicio de grúas, más no membresías.
- Existen Compañías que ofrecen servicio de grúas a propietarios de ciertas tarjetas de crédito.

Estructura competitiva: Modelo de las cinco fuerzas de Porter

COMPETIDORES POTENCIALES

La amenaza es baja, no existen competidores entrantes
*** Grúas Muñoz, Carrasco, Aneta**

PROVEEDORES
INSUMOS:

* Combustibles,
* Repuestos,
* Aceites,
* Llantas,
* Aditivos.

COMPETIDORES ACTUALES

Actualmente no existen

CLIENTES

* Familias con Vehículos,
* Cooperativas de transporte,
* Empresas,
* Mayores de edad con carro.

SUSTITUTOS

No existen sustitutos

Competidores potenciales

- Actualmente no existen competidores potenciales.
- Con el tiempo se puede dar que otras empresas deseen invertir en este tipo de negocio.

Proveedores

- Proveedores de Combustible
- Proveedores de Aceite
- Proveedores de repuestos
- Proveedores de aditivos

Competidores del Sector

- No existen competidores directos.
- La compañía posee servicios personalizados que otras empresas no brindan.

Sustitutos

- No existen servicios sustitutos.
- En el futuro la competencia podría crear sistemas similares al de Exonorte S.A.

LA FACTIBILIDAD COMERCIAL Y LOGÍSTICA

- **Esquema Comercial del Proyecto de Comercialización de Membresías en Guayaquil**
- **Matriz “Crecimiento de Mercado Relativo” O “Boston Consulting Group” – BCG**
- **Matriz “Crecimiento” – “Participación” O Matriz “Ansoff”**
- **Análisis del ciclo de vida del producto**
- **Aceptación Comercial de las Membresías**
- **Análisis del entorno interno y externo.**
- **LA FACTIBILIDAD LOGÍSTICA**

Esquema Comercial del Proyecto de Comercialización de Membresías en Guayaquil

Etapa 1: Fuerza de venta de membresías

Etapa 2: Canales de Distribución

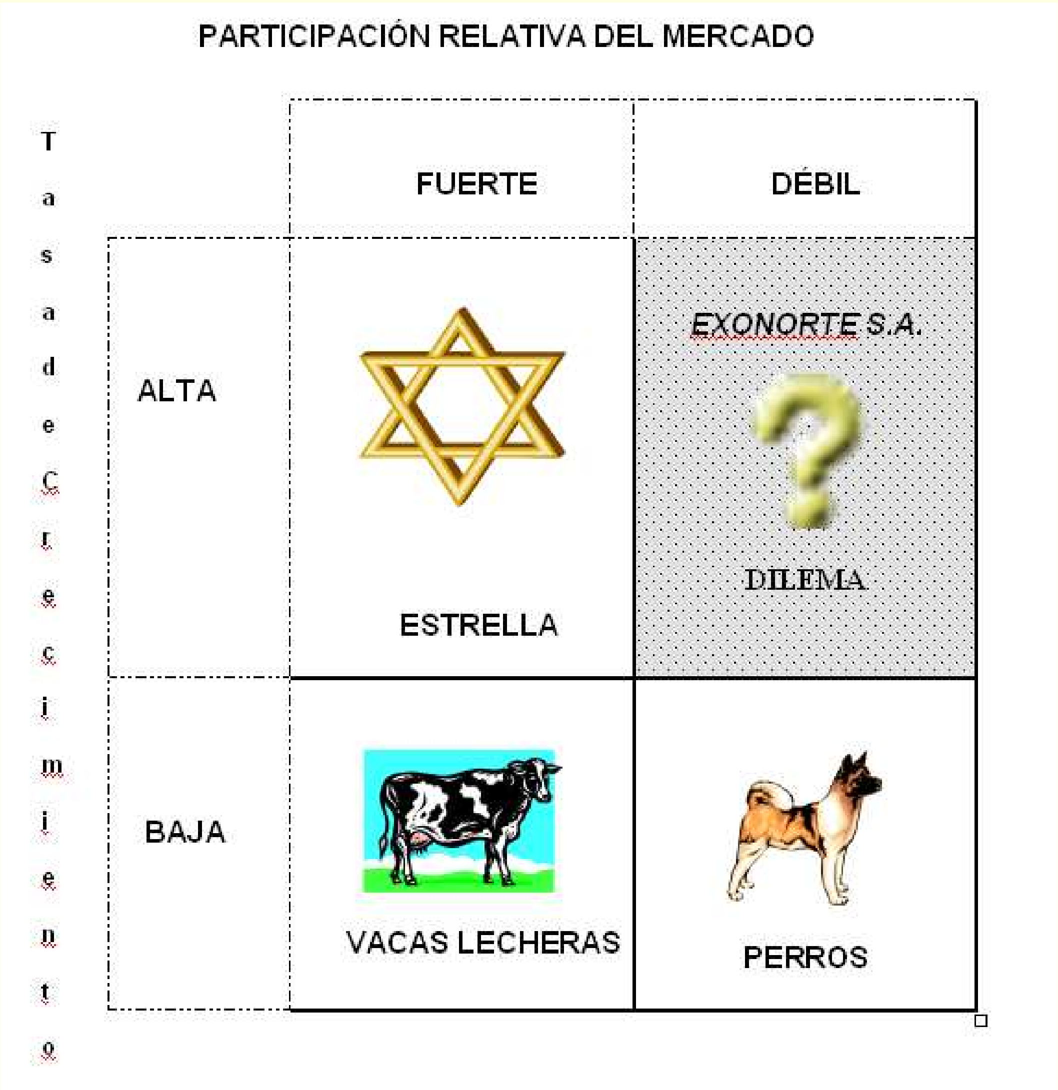
Etapa 1: Fuerza de venta de membresías

El traslado, embarque y desembarque de vehículos livianos.

Etapa 2: Canales de Distribución

- Publicidad Televisiva (canal 22, ECUAVISA Internacional)
- Operadoras (vendedoras por medio de teléfono)
- Puerta a puerta

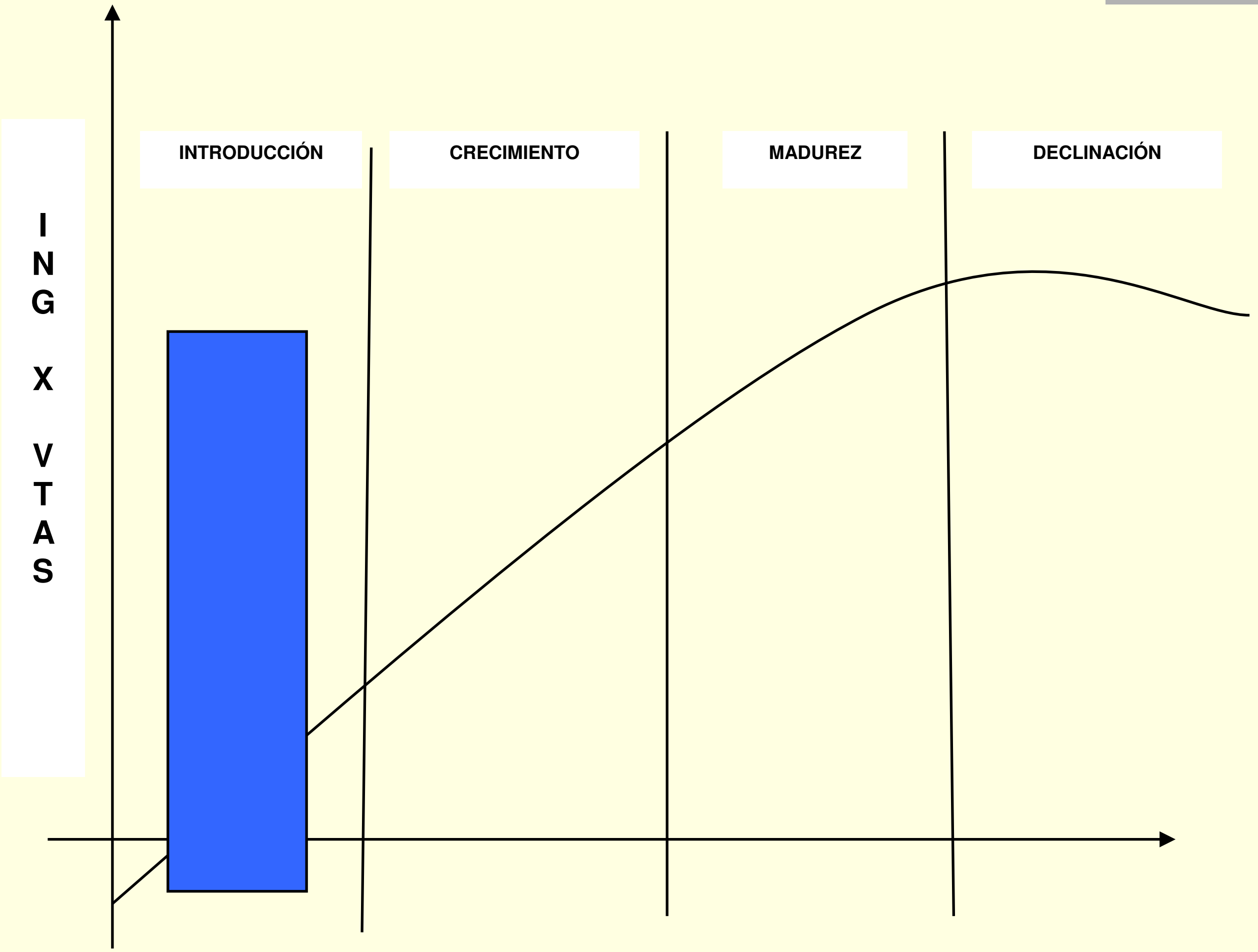
Matriz “Crecimiento de Mercado Relativo” O “Boston Consulting Group” – BCG



Matriz "Crecimiento" – "Participación" O Matriz "Ansoff"

	SERVICIOS ACTUALES	SERVICIOS NUEVOS
MERCADOS ACTUALES	Penetración del mercado	Desarrollo del mercado
MERCADOS NUEVOS	Desarrollo del mercado	Diversificación

Análisis del ciclo de vida del producto



Aceptación Comercial de las Membresías

- La calidad del Servicio
- La percepción de los Precios
- La percepción de la Relación Precio – Calidad del Servicio

La calidad del Servicio

- Actualmente la calidad del servicio es muy buena.

- El valor agregado que se dará en el servicio al consumidor a través del sistema de membresías, incentivará la adquisición de estas.

La percepción de los Precios

El precio del Servicio de Membresías, se basa en Encuestas mediante las cuales los consumidores manifiestan sus preferencias en precios

La percepción de la Relación Precio – Calidad del Servicio

Se da por la variedad de ítems que se ofrecen y a la comodidad del Consumidor, al encontrar todo en un mismo lugar y sin pagar valores adicionales.

Análisis del entorno interno y externo

- Fortalezas
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

Fortalezas

- Servicios personalizados
- El precio del servicio incluye la totalidad de items a ofrecerse.
- El personal a cargo de la compañía será gente con ideas innovadoras
- El personal que trabaja en atención al cliente y en ventas será totalmente capacitado y con un nivel académico de excelencia
- El ambiente será confortable y otorgará seguridad al Consumidor
- Precios altamente competitivos.

Oportunidades

- El costo de la membresía anual es bajo.
- El campo de acción no esta debidamente explotado.
- La aceptación de las personas por este tipo de servicios es cada vez mayor.
- Otras empresas no cuentan con la variedad de ítems.
- La trayectoria y prestigio que ha ganado Exonorte S.A. (Servigruas).

Debilidades

- Se deberá ir adquiriendo experiencia en ese campo.
- Algunas personas tienen la percepción errada de los Servicios de Remolque de vehículos que se ofrecen en el Mercado
- Por la estimación de incremento de servicios con el Sistema de Membresías, respecto del crecimiento del Mercado, esta deberá adquirir grúas, para satisfacer la demanda

Amenazas

- Posibles Compañías que ofrezcan un Servicio Similar al que se desea implementar.
- Dejar el camino ya trazado para otras empresas que deseen incurrir en este campo.
- Empresas de Remolque de vehículos ya existentes.
- Luchar con el nivel de lealtad que poseen las otras empresas con sus clientes.

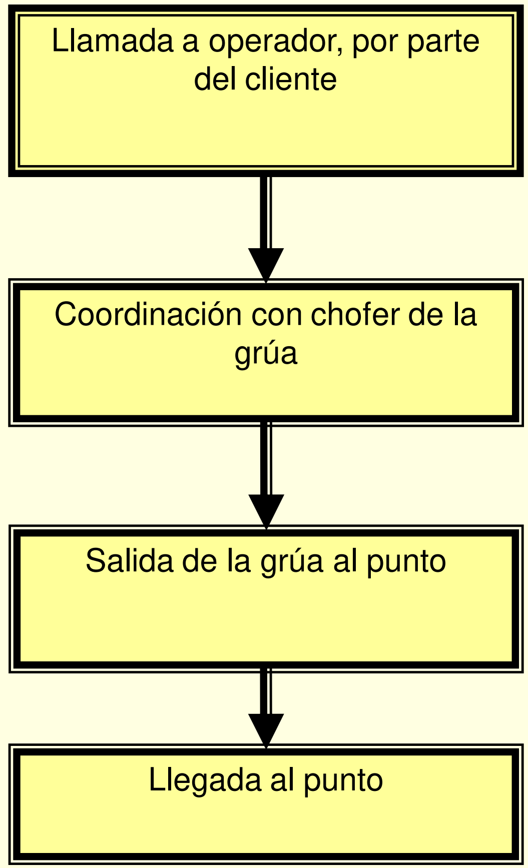
LA FACTIBILIDAD LOGÍSTICA

- Los Principales Actores del Círculo Logístico
- El tiempo previsto en la Cadena logística
- Costos de la Cadena Logística

Los Principales Actores del Círculo Logístico

- Operadores
- Grúas
- Personal Especializado
- Clientes

El tiempo previsto en la Cadena logística



Costos de la Cadena Logística

- Operadores: Percibirán el mismo sueldo que en la actualidad.

- Grúas: Lo concerniente a combustible, repuestos, aceite, etc.

- Personal Especializado: Se sumarán 2 choferes a los 5 ya existentes

LA FACTIBILIDAD FINANCIERA

- **Análisis Financiero**
- **Flujo de Caja**

Análisis Financiero

- Estimación de Costos y Gastos
- Análisis Costo. Volumen. Utilidad
- Estudio Técnico
- Financiamiento
- Inversiones del Proyecto
- Determinación Del Tamaño óptimo y el VAUE
- Cálculo de la Depreciación Anual y Valor de Desecho

Estimación de Costos y Gastos

- Costos Fijos
- Costos Variables

Costos Fijos

Gastos Fijos Mensuales		
Agua	$ 263.58	
Luz	$ 175.72	
Teléfono	$ 298.72	
Publicidad	$ 678.97	
Gastos de Alquiler	$ 120.00	
Gastos Varios	$ 30.83	
Gerente General	100	
Contadora - Asistente	700	
Coordinadora de Marketing	700	
Choferes (3)	900	
Comisiones a Vendedores	$ 9,412.50	
Total		**$ 13,380.32**

Costos Variables

Gastos Variables Mensuales		
Combustible	$ 1,686.41	
Lubricante	$ 1,073.74	
Peaje	$ 47.74	
Reparación y Mantenimiento	$ 910.41	
Repuestos	$ 1,688.10	
Vulcanizadora	$ 62.97	
Total		**$ 5,469.35**
Costo Total Mensual		**$ 18,849.67**

Análisis Costo. Volumen. Utilidad

- Punto de equilibrio para membresías livianas

$$PEL = \frac{CF}{Ppv - Cv}$$

$$PEL = \frac{12160.01}{25 - 5.87}$$

$$PEL = 636$$

$$CV = \frac{\$4970.54}{847}$$

$$CV = 5.87$$ ***mes***

Análisis Costo. Volumen. Utilidad

- Punto de equilibrio para membresías pesadas

$$PEP = \frac{CF}{Ppv - Cv}$$

$$PEP = \frac{1220.31}{120 - 5.87}$$

$$PEP = 11$$ **Membresías Pesadas**

$$CV = \frac{\$498.81}{85}$$

$$CV = 5.87$$ ***mes***

Estudio Técnico

- Balance del personal
- Inversión en Activos fijos
- Inversión en Activos intangibles

Balance del personal

BALANCE DE PERSONAL				
	Cantidad	C. Unitario (mensual)	Costo Total (mensual)	Costo Total (anual)
Gerente General	1	100	100	1.200
Contadora - Asistente	1	700	700	8.400
Coordinadora de Marketing	1	700	700	8.400
			1.500	**18.000**

Inversión en Activos fijos

BALANCE DE ACTIVOS FIJOS (INVERSION INICIAL)					
	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Util (años)	Valor de Desecho
Edificio					
Gastos de Alquiler de Oficina		$ 120,00	**$ 120,00**	20	12
Equipos de Oficina			**$ 20,00**	10	$ 2,00
Sumadoras	1	$ 20,00	$ 20,00		
Muebles de Oficina			**$ 620,00**	10	$ 62,00
Escritorios	1	$ 200,00	$ 200,00		
Sillones Ejecutivos	1	$ 50,00	$ 50,00		
Sillas Giratorias	2	$ 30,00	$ 60,00		
Muebles	2	$ 70,00	$ 140,00		
Anaqueles y archivadores	2	$ 80,00	$ 160,00		
Mesa de Centro	1	$ 10,00	$ 10,00		
Equipos de Computación			**$ 830,00**	3	$ 83,00
Computadoras, incluido impresora	1	$ 830,00	$ 830,00		
Vehículo				5	$ 5.489,81
Grúas Marca Ford	2	$ 27.449,04	**$ 54.898,08**		
TOTAL DE INVERSION INICIAL (1)					**$ 56.488,08**

Inversión en Activos intangibles

BALANCE DE ACTIVOS INTANGIBLES				
	Cantidad	Costo Unitario mensual	Costo Total mensual	Costo Total (anual)
Capacitación de Personal por Sistema		$1.200,00	**$ 1.200,00**	
Software Base	1	$ 3.500,00	**$ 3.500,00**	
TOTAL DE INVERSION INICIAL (2)				**$ 4.700,00**

Financiamiento

CONCEPTO	IMPORTE
Capital de la Cía.	$ 6.290,00
Préstamo Bancario	$ 54.898,08
TOTAL	**$ 61.188,08**

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

AÑOS	DIVIDENDO	INTERESES	AMORTIZACION DE CAPITAL	SALDO INSOLUTO
0	-	-	-	$ 54,898.08
1	$ 30,506.84	$ 4,029.52	$ 26,477.32	$ 28,420.76
2	$ 30,506.84	$ 2,086.08	$ 28,420.76	$ 0.00

Inversiones del Proyecto

- **Ventas de Enero a Junio 2007**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Precio Membresía liviano	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00
Precio Membresía Pesado	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Cantidad (Vehiculos/mes)	932	932	932	932	932	932
QL	847	847	847	847	847	847
QP	85	85	85	85	85	85
Ventas	31,375	31,375	31,375	31,375	31,375	31,375
100% Contado	**31,375**	**31,375**	**31,375**	**31,375**	**31,375**	**31,375**

Inversiones del Proyecto

- **Ventas de Julio a Diciembre 2007**

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Precio Membresía liviano	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Precio Membresía Pesado	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Cantidad (Vehiculos/mes)	932	932	932	932	932	932
QL	847	847	847	847	847	847
QP	85	85	85	85	85	85
Ventas	31.375	31.375	31.375	31.375	31.375	31.375
100% Contado	**31.375**	**31.375**	**31.375**	**31.375**	**31.375**	**31.375**

Egreso Mensual

- **Egreso de Enero a Junio 2007**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Mano de Obra Directa	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700
Gastos de Operación	858,01	858,01	858,01	858,01	858,01	858,01
Costos Indirectos	728,97	728,97	728,97	728,97	728,97	728,97
Gastos Administrativos	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Gastos de Ventas	5.469	5.469	5.469	5.469	5.469	5.469
Egreso Mensual	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**

Egreso Mensual

- **Egreso de Julio a Diciembre 2007**

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Mano de Obra Directa	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700
Gastos de Operación	858,01	858,01	858,01	858,01	858,01	858,01
Costos Indirectos	728,97	728,97	728,97	728,97	728,97	728,97
Gastos Administrativos	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Gastos de Ventas	5.469	5.469	5.469	5.469	5.469	5.469
Egreso Mensual	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**	**11.256,34**

Saldo acumulado

- **Saldo acumulado de Enero a Junio 2007**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ingreso Mensual	-	31.375	31.375	31.375	31.375	31.375
Egreso Mensual	11.256	11.256	11.256	11.256	11.256	11.256
Saldo Mensual	- 11.256	20.119	20.119	20.119	20.119	20.119
Saldo Acumulado	- 11.256	8.862	28.981	49.100	69.218	89.337

Saldo acumulado

- **Saldo acumulado de Julio a Diciembre de 2007**

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso Mensual	31.375	31.375	31.375	31.375	31.375	31.375
Egreso Mensual	11.256	11.256	11.256	11.256	11.256	11.256
Saldo Mensual	20.119	20.119	20.119	20.119	20.119	20.119
Saldo Acumulado	109.456	129.574	149.693	169.812	189.930	210.049

Determinación Del Tamaño óptimo y el VAUE

Rubros	$
Ingresos	$376,500.00
Costo Variable	$65,632.23
Costo Fijo	$160,563.81
VAUE Inversion	-$ 14,359.87
VAUE valor de desecho	$ 0.00
VAUE Total	$135,944.09

Cálculo de la Depreciación Anual y Valor de Desecho

ACTIVOS	VALOR DE COMPRA	VIDA CONTABLE	DEP. ANUAL	AÑOS A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
Vehículos - Bus	$54,898.08	5	$ 10,979.62	5	$ 54,898.08	$ 0.00
Eq. de Computación	$830.00	3	$ 276.67	3	$ 830.00	$ 0.00
Muebles de Oficina	$620.00	10	$ 62.00	5	$ 310.00	$ 310.00
Equipos de Oficina	$20.00	10	$ 2.00	5	$ 10.00	$ 10.00
		Dep. Anual	**$11,320.28**		VALOR DE DESECHO	**$ 320.00**

Flujo de Caja

- **PAYBACK**
- **Evaluación Económica**

PAYBACK

PERIODO	SALDO DE LA INVERSION	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACION DE LA INVERSION
1	$49.931,74	$57.839,83	$5.592,76	$52.247,06
2	-$2.315,32	$57.353,97	$5.545,78	$51.808,18
3	-$54.123,50	$87.401,54	$8.451,20	$78.950,33
5	-$211.967,94	$98.915,62	$9.564,55	$89.351,08

Evaluación Económica

- Tasa de descuento (Costo Ponderado de Capital)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad
- Costo Ponderado de Capital
- Ventas

Tasa de descuento (Costo Ponderado de Capital)

ACCIONISTAS	%APORTACION	TMAR	PONDERACION
Inversión Privada	0.1028	0.3000	0.0308
Inversión Financiada	0.8972	0.0734	0.0659
		Costo Ponderado de Capital	**0.0967**

Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Precio Membresía liviana		$ 25,00	$ 25,00	$ 25,00	$ 25,00	$ 25,00
Preco Membresía Pesada		$ 120,00	$ 120,00	$ 120,00	$ 120,00	$ 120,00
Cantidad Membresía liviana		10164	10164	10164	10164	10164
Cantidad Membresía pesada		1020	1020	1020	1020	1020
Ingresos		$ 367.675,00	$ 367.675,00	$ 367.675,00	$ 367.675,00	$ 367.675,00
Venta de Equipos de Cómputo				**$ 83,00**		
Costos Variables		$65.632,23	$65.632,23	$65.632,23	$65.632,23	$65.632,23
Costos Fijos		$160.563,81	$160.563,81	$160.563,81	$160.563,81	$160.563,81
Gastos Administrativos		$28.800,00	$28.800,00	$28.800,00	$28.800,00	$28.800,00
Intereses		$4.029,52	$2.086,08	$0,00	$0,00	$0,00
Depreciación		$11.320,28	$11.320,28	$11.320,28	$11.320,28	$11.320,28
Utilidad Antes de Impuestos		$97.329,15	$99.272,59	$101.441,67	$101.358,67	$101.358,67
Impuestos		$24.332,29	$24.818,15	$25.360,42	$25.339,67	$25.339,67
Utilidad Neta		$72.996,86	$74.454,44	$76.081,25	$76.019,00	$76.019,00
Depreciación		$11.320,28	$11.320,28	$11.320,28	$11.320,28	$11.320,28
Inversión	$6.290,00					
Préstamo	$54.898,08					
Amortización		$26.477,32	$28.420,76	$0,00	$0,00	$0,00
Capital de Trabajo	-$11.256,34					$11.256,34
Valor de Desecho						$320,00
Flujo de Caja	-$49.931,74	$57.839,83	$57.353,97	$87.401,54	$87.339,29	$98.915,62
VAN	**$239.482,97**					
TIR	**125%**					

Tasa interna de Retorno (TIR)

- **TIR > TMAR Se acepta el proyecto**
- **TIR < TMAR Se rechaza el proyecto**

Análisis de Sensibilidad

VARIACION VENTAS	VENTAS	VAN	TIR	TASA DE DESCUENTO	CONCLUSIONES
	$ 367,675.00	$ 239,482.97	125%	0.097	Con este nivel de ventas la TIR es mayor que la TMAR demostrando así la rentabilidad y viabilidad del proyecto.
1%	$ 363,998.25	$ 253,991.33	132%	0.097	Si se disminuye el nivel de ventas en 1% la rentabilidad aún es alta.
2%	$ 360,321.50	$ 243,196.08	127%	0.097	A pesar que la TIR disminuye aún sigue siendo rentable el proyecto.
3%	$ 356,644.75	$ 232,353.63	121%	0.097	Con una disminución de un 3% en las ventas el proyecto todavía es rentable.
4%	$ 352,968.00	$ 221,605.57	116%	0.097	Con una disminución de un 4% en las ventas el proyecto todavía es rentable.
5%	$ 349,291.25	$ 239,482.97	111%	0.097	Con una disminución de un 5% en las ventas el proyecto todavía es rentable.
10%	$ 330,907.50	$ 156,834.03	84%	0.097	Con una disminución de un 10% en las ventas el proyecto todavía es rentable, pero comienza a disminuir
15%	$ 312,523.75	$ 102,857.75	59%	0.097	Con una disminución de un 15% en las ventas el proyecto todavía es rentable, pero hay una disminución considerable en estas
20%	$ 294,140.00	$ 48,881.47	33%	0.097	Con una disminución de un 20% en las ventas el proyecto casi no es rentable
25%	$ 275,756.25	**-$ 5,094.82**	**7%**	0.097	Con una disminución de las ventas en un 25%, la empresa tiene un VAN negativo, lo cual significa que ya no existe rentabilidad, es decir TIR<TMAR

CONCLUSIONES

- Al realizar el estudio financiero, muestra que con una inversión de $61,188.08, la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN) muestran al proyecto como atractivo y viable. La TIR de la inversión es del 125%, mientras que la TMAR es del 30%. El VAN por su parte es de $239,482.97.
- De acuerdo con el estudio de mercado se pudo concluir que Exonorte S.A. (Servigruas), tendrá una gran aceptación en el mercado, debido a que además de prestar servicios de remolques.
- Por medio de los resultados recopilados de la investigación de mercado se pudo concluir que la compañía Exonorte S.A. (Servigruas), tiene un nivel de aceptación elevado en la Ciudad de Guayaquil.
- De acuerdo con el plan de marketing la compañía se debe posicionar netamente como fiel cumplidora de lo que ofrece y manteniendo la calidad de sus servicios
- Con relación al precio del paquete se logró establecer acorde con las especificaciones del mercado, dando una mayor rentabilidad esperada.
- Exonorte S.A. (Servigruas) tendrá que verse muy asociada con la publicidad por lo que es necesario gastar en este rubro.

RECOMENDACIONES

- Los profesionales al volante, deben ser personas con experiencia, licencias profesionales y muy responsables.
- Constantemente deberá capacitarse a las ejecutivas de ventas y al personal de servicios al cliente para que tengan conocimientos necesarios de como tratar a los clientes.
- La mejor forma de seguir el proyecto es ver la rentabilidad que este genera y una de las alternativas para lograrlo es minimizar los costos.
- Siempre hacer participar al personal de la compañía dándoles oportunidades de superación y tomando en cuenta ideas.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN