

Enero 2020 - ISSN: 1696-8352

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE ALMACENAMIENTO TEMPORAL PARA LA PARROQUIA URBANA LA AURORA, CANTÓN DAULE”

Autores e información del artículo

Génesis Kiara Urbina Díaz

genesisurbina2295@hotmail.com

Estudiante Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Gerson Aarón Barragán Reyes

gerson.barragan20@gmail.com

Estudiante Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

MSC. Beatriz Garcés Álava

Tutor Docente de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

bgarcesa@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Génesis Kiara Urbina Díaz, Gerson Aarón Barragán Reyes y Beatriz Garcés Álava (2020): “Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de almacenamiento temporal para la parroquia urbana La Aurora, Cantón Daule”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (enero 2020). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/creacion-empresa-almacenamiento.html>

Resumen

El presente trabajo consiste en la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de almacenamiento temporal para la parroquia urbana la aurora, cantón Daule. Asimismo, este crecimiento ha dado cabida a la presencia de nuevos proyectos empresariales como lo son edificios, oficinas, centros comerciales, alquiler de locales comerciales y demás negocios que surgen a raíz de la expansión inmobiliaria. No obstante, debido al reducido tamaño de los establecimientos que se comercializan en este sector, algunos propietarios demandan de soluciones de almacenamiento temporal, tanto para electrodomésticos, mobiliario, equipos de oficina o de cómputo, así como documentos importantes, ya sea para venderlos, coleccionarlos o simplemente utilizarlos en alguna ocasión determinada, evitando así que estén expuestos a la intemperie y eso cause algún deterioro o pérdida. Bajo este contexto, por tratarse de un sector en crecimiento tanto de viviendas como de áreas comerciales, aún no cuenta con una empresa que ofrezca soluciones de almacenamiento temporal para sus habitantes, por lo que existe una oportunidad de mercado que debe ser aprovechada a fin de brindar un servicio de calidad a los clientes. Entonces se propone la creación de un negocio enfocado principalmente a los habitantes de La Aurora, beneficiándolos principalmente por la cercanía a la zona.

Palabras claves: Administración de empresas (M10), Marketing y Publicidad (M30), Contabilidad (M41), Estrategia de empleo de la empresa (M51), Formación (M53).

[M Administración de empresas y economía de la empresa; Marketing; Contabilidad](#)

Abstract

The present work consists in the elaboration of a business plan for the creation of a temporary storage services company for the urban aurora parish, Daule canton. Likewise, this growth has given rise to the presence of new business projects such as buildings, offices, shopping centers, rental of commercial premises and other businesses that arise as a result of the real estate

expansion. However, due to the small size of the establishments that are marketed in this sector, some owners demand temporary storage solutions, both for appliances, furniture, office or computer equipment, as well as important documents, either to sell them, collect them or simply use them on a certain occasion, thus avoiding being exposed to the weather and that causes some deterioration or loss. Under this context, as it is a growing sector of both homes and commercial areas, it still does not have a company that offers temporary storage solutions for its inhabitants, so there is a market opportunity that must be taken advantage of in order to Provide quality service to customers. Then the creation of a business focused mainly on the inhabitants of La Aurora is proposed, benefiting them mainly due to the proximity to the area.

Keywords: Business administration (M10), Marketing and Advertising (M30), Accounting (M41), Company employment strategy (M51), Training (M53).

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La creciente demanda inmobiliaria que presenta la ciudad de Guayaquil en la última década ha hecho que el desarrollo de nuevas urbanizaciones se desplace a zonas aledañas, como el caso de la parroquia satélite “La Aurora”, perteneciente al cantón Daule, sector que ha convertido en un punto de desarrollo económico, debido a que, por ser una zona residencial, la falta de comercio hizo que importantes grupos empresariales empiecen a crear empresas, oficinas, supermercados, bancos, y demás centros comerciales para atender a la demanda de sus habitantes. A pesar de ello, se ha notado un problema común en la mayoría de los residentes, y esta se relaciona con la necesidad de disponer de espacios para el almacenamiento temporal de sus guardar documentos importantes, muebles, enseres y demás artículos que tal vez no pueden conservar debido al limitado espacio que poseen algunas viviendas. Asimismo, en la zona no se ha identificado ninguna empresa que brinde un servicio de almacenamiento en bodegas, ya sea para hogares o empresas que deseen almacenar cualquier artículo, por lo que existe una oportunidad de negocio que debe ser atendida y aprovechada para crear nuevos emprendimientos.

En ciudades cercanas como Guayaquil, existe la empresa City Box, considerada como la única oferta de servicio de mini bodegas para hogares y empresas, la misma que pone a disposición a los clientes espacios temporales que van desde los 2m² hasta los 20m², pero estos poseen precios considerablemente elevados, ya que al ser los únicos en el mercado, solo de esta forma los propietarios de inmuebles podrían almacenar sus artículos de manera segura, existiendo grandes galpones que brindan este tipo de servicio para empresas y sus plazos son de meses e incluso años. Es entonces que se puede identificar que el cantón Daule y más aún, la parroquia La Aurora carecen de una empresa que brinde los servicios de almacenamiento para hogares en plazos y precios que se adapten al perfil socioeconómico de los habitantes de este sector del cantón, por lo que se propone la creación de un negocio enfocado principalmente a los habitantes de La Aurora, beneficiándolos principalmente por la cercanía a la zona.

1.1. Objetivos de la investigación

1.1.1. Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de almacenamiento temporal en la parroquia urbana La Aurora, cantón Daule.

1.1.2. Objetivos Específicos

- 1 Elaborar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los posibles clientes.
- 2 Determinar las estrategias de marketing para posicionar a la empresa de servicios de almacenamiento para el sector definido.
- 3 Diseñar la estructura organizacional y funciones de sus colaboradores.
- 4 Analizar la inversión y sus beneficios, para la creación de la empresa de servicios de almacenamiento.

1.2. Justificación

Esta investigación es importante porque desde el punto de vista económico y social, la parroquia de La Aurora contará con un negocio cercano para sus habitantes para que estos depositen en las instalaciones de cuyo negocio, las pertenencias que deseen almacenar, evitando que estos tengan que movilizarse hacia la única opción que actualmente se encuentra a su disposición en la ciudad de Guayaquil, representándoles un ahorro en cuanto a tiempo y dinero.

Además, el estudio contribuye además con el enriquecimiento de la biblioteca académica de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, ya que se analizarán teorías relacionadas con la creación de nuevos negocios, lo que resulta altamente importante por el impulso que han venido dando los últimos dos gobiernos del país en lo que respecta a la creación de nuevos negocios. Finalmente, la propuesta se encuentra relacionada con el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, ya que dentro de este documento estatal se establecen varios lineamientos para promover un mejoramiento en el nivel de calidad de vida de los ciudadanos, ya que lograrán una mayor cantidad de recursos económicos para emplearlos en satisfacer sus distintas necesidades.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El mercado del almacenamiento o bodegaje se encuentra en constante crecimiento en el mundo, por lo que el Ecuador no es la excepción, ya que el desarrollo de este sector se encuentra relacionado de manera directa con las actividades comerciales que derivan de las transacciones, tanto en lo que respecta con el comercio local, así como aquellas hacia el exterior desde las principales ciudades como Quito y Guayaquil, por lo que el alquiler de bodegas se ha vuelto una actividad atractiva (Mora, 2014). Es entonces que, ha surgido un nicho de mercado, el cual corresponde a la prestación de servicios de almacenamiento temporal como una alternativa para solucionar el problema de espacio que las personas presentan por distintos motivos, como es el reducido espacio de los departamentos, oficinas o nuevas viviendas, por lo que mientras buscan una solución permanente, el almacenamiento temporal se vuelve una solución. En Guayaquil, es City Box, una empresa ubicada en el norte de la ciudad, la que es la más reconocida, contando con un edificio que alberga bodegas de entre 2 y 27 metros cuadrados, las cuales son alquiladas por valores que oscilan entre los 40 y 350 dólares mensuales; los beneficios principales que ofrece esta empresa son los siguientes:

- Ubicación privilegiada y fácil accesibilidad
- Cámaras de vigilancia por medio de un circuito cerrado durante las 24 horas
- Alarma en todo el edificio
- Acceso libre con clave personal para los clientes
- Puertas de seguridad en forma de cortinas metálicas con candado individual
- Alarmas contra incendios y detectores de humo y
- Personal de vigilancia
- Horario extendido
- Ascensor de montacargas y lo necesario para que los clientes puedan movilizar sus pertenencias
- Suministros de embalajes
- Soporte durante las 24 horas

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Plan de Negocios

El plan de negocios es la herramienta que le permite a las personas al momento de emprender, contar con un orden para realizar distintas actividades, además del desarrollo adecuado de sus ideas, pudiendo comprender de mejor manera el negocio que se desea llevar a cabo, consiguiendo una adecuada planificación y comunicación para todas las partes involucradas (Caicedo, 2011). La importancia del Plan de Negocios yace en la utilidad que posee para los administradores e inversionistas, pudiendo emplearlo para que alcancen una comprensión

adecuada del negocio, identificando los factores positivos y negativos que posee, así como también, los tipos de servicios y productos que se ofrecerán a un mercado meta; además, se definirá la naturaleza del mercado y las características del capital humano que llenará cada uno de los puestos de la entidad (Berry, 2012). El objetivo del Plan de Negocios específicamente es de conseguir que se definan de la manera más sencilla posible cada una de las acciones respectivas para que una organización se desenvuelva en su mercado, alcanzando posteriormente los objetivos que se hayan planteado en primera instancia. A continuación se describen cada uno de los puntos mencionados por Berry (2012):

- **Elementos de portada:** hacer referencia a la carátula de presentación que debe tener todo proyecto; es el nombre de la empresa o el proyecto y describe el logotipo, eslogan y actividad económica que se realizará con el proyecto, así como los participantes o promotores de este.
- **Resumen Ejecutivo:** como su nombre lo indica, es un resumen de los puntos más relevantes del proyecto, especialmente ligados a los resultados de la investigación de mercado, las estrategias implementadas y el impacto desde el punto de vista financiero, mostrando a breves rasgos los resultados obtenidos en dichas fases.
- **Misión y visión:** comprende la filosofía empresarial, de lo que hace la empresa en la actualidad; y de lo que espera convertirse en el futuro, ya sea a mediano o largo plazo.
- **Panorama General de la Empresa:** consiste en un análisis situacional del entorno, tomando en cuenta factores que se definen del macro y microambiente, para lo cual se utilizan metodologías como el análisis PEST y las cinco Fuerzas de Porter, a fin de elaborar el FODA, como base para la formulación de estrategias.
- **Plan de productos y servicios:** consiste en el diseño del bien o servicio que la empresa pretende comercializar en el mercado, tomando en cuenta los resultados obtenidos en la investigación de mercado.
- **Plan de Marketing:** comprende el conjunto de acciones que se emplearán para captar el interés de los clientes, y diseñar estrategias que permitan llegar al mercado objetivo mediante la promoción de los bienes y servicios que ofrece la empresa.
- **Plan de Administración:** abarca la estructura organizacional de la empresa, es decir los integrantes que la conforman y su rol, pero también involucra los aspectos financieros, en este caso, la inversión, fuentes de financiamiento y presupuestos de operación del negocio.

2.2.2. Análisis Financiero

Al efectuar un análisis financiero es posible que las personas responsables de las empresas puedan definir si una inversión resulta o no conveniente, estableciéndose como una herramienta muy útil para la toma de decisiones en momentos cruciales, existiendo la posibilidad de efectuarse estudios sobre varios elementos que pudieran incidir de manera positiva o negativa con las finanzas de una entidad (Sapag, 2012). Los aspectos principales que se toman en consideración dentro de un análisis financiero son los siguientes:

- **TMAR (Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable):** es el valor que se obtiene luego de la sumatoria del promedio de las tasas de interés activa y pasiva que están en vigencia dentro de un determinado sistema financiero, así como el porcentaje de riesgo que tiene cada tipo de empresa de acuerdo al giro de negocio que lleva a cabo. De igual manera, dentro de la TMAR se pueden dar varios métodos que permiten su respectivo cálculo, para lo cual se hace mención del Costo Capital Promedio Ponderado, el cual, por sus siglas en inglés se conoce como *Capital Asset Pricing Model (CAPM)*, utilizándose para hallar la tasa de descuento que poseen los inversionistas. Se toma en consideración factores como la tasa libre de riesgo, la rentabilidad del mercado, la tasa de interés y la beta del activo de la empresa.

- **TIR (Tasa Interna de Retorno):** Es la tasa de sensibilización del costo del capital , término que se emplea para referirse a la cantidad que el VAN permite que se exprese en cero (0), esta clase de tasa se puede dar en factores como la cantidad, el precio, de valor de insumos o de tipo cambiario, todo esto dependiendo del contexto en el que se desarrolle una entidad (Sapag, 2012). La TIR permite reflejar el rendimiento neto que posee una inversión en particular luego de su recuperación, por lo que se la considera como una tasa que hace que una inversión se encuentre al mismo nivel que el costo de capital.
- **VAN (Valor Actual Neto):** Este es un método empleado en la evaluación de proyectos de inversión que se dan en una organización en diferentes periodos, esto porque permite definir el nivel de rentabilidad en términos monetarios al que se puede llegar posterior a la recuperación de toda la inversión. Este indicador se puede calcular mediante la totalidad de los valores que se cuentan en los flujos de caja que se han proyectado al iniciar actividades, para restarle la inversión inicial (Sapag, 2012).

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

El desarrollo de la presente investigación se fundamentó en la aplicación de los métodos inductivo – deductivo. En primera instancia, se aplicó el método inductivo debido a que consiste en realizar un análisis de cada una de las partes que conforman la problemática de estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2015), es decir, ayudó a determinar las variables inmersas en la oportunidad de negocio de abrir una empresa que ofrezca servicios de almacenamiento temporal, para lo cual fue necesario consultar aspectos como: tipo de artículos que requiere almacenar, espacio que solicitaría en las bodegas, precio que estaría dispuesto a pagar, tiempo que duraría el contrato y demás aspectos que sirven de base para entender el comportamiento del cliente potencial.

Luego, se aplicó el método deductivo que consiste en hacer una interpretación general, a modo de conclusión, de las variables previamente identificadas, y en esta fase de establecer de forma concreta lo que se podría hacer para atender dicha oportunidad de mercado pues, identificando las necesidades de los clientes se elaboran estrategias que capten el interés de los clientes potenciales; además, se podrá tener una visión clara de la cantidad de servicios que se brindaría al mes y así se podrá estimar la capacidad instalada del negocio.

3.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación fue descriptivo, ya que consistió en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo para establecer su estructura o comportamiento (Arias, 2012); esto se aplicó al momento de presentar la información recolectada mediante gráficos y tablas estadísticas, por lo que a través de este tipo de estudio se identificaron aspectos esenciales de una población en particular, y tener claros sus patrones de comportamiento, preferencias, hábitos y tomar decisiones para la formulación de una propuesta que se acople a sus necesidades. Así se pudo conocer las expectativas que tienen los habitantes de la parroquia La Aurora sobre el servicio de almacenamiento temporal.

3.3. Enfoque

Para efectos de este proyecto, el enfoque de investigación fue de carácter cuantitativo debido a que la aplicación de técnicas como la encuesta, requiere de una medición numérica de las variables que, al ser tabuladas, dan como resultado un dato cuantitativo expresado en frecuencia absoluta o frecuencia relativa (porcentajes). Esta medición ayudó a determinar de forma más precisa el alcance del estudio, pudiendo establecer intervalos de frecuencia sobre opiniones relacionadas a los factores que inciden en la decisión de compra, precio que estaría

dispuesto a pagar, superficie del almacenamiento que requieren y demás variables identificadas durante el estudio de campo.

Se podría concluir indicando que el enfoque es mixto. Debido a que la investigación fue de carácter cualitativo porque utilizó herramientas como la observación en el campo, es decir en las urbanizaciones de la parroquia La Aurora, para constatar la situación problemática que se manifiesta en la baja o nula oferta de empresas que brinden servicios de almacenamiento para hogares y empresas, y así tener una base para la formulación de estrategias para la captación de este mercado.

3.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se aplicó para la recolección de datos fue la encuesta, la cual se apoyó en un instrumento conocido como cuestionario de preguntas cerradas, debido a que presenta un conjunto de preguntas que ya poseen respuestas estandarizadas; posteriormente, esas respuestas fueron tabuladas a través de una base de datos en la Hoja de Cálculo de Excel, para poder establecer las tablas y figuras que ayudaron a interpretar los resultados. La encuesta fue escogida debido a que es una forma sencilla de llegar a un mayor número de personas y así, tener una opinión más cercana del grupo objetivo o mercado meta del negocio.

3.5. Población

De acuerdo con Arias (Arias, 2012) la población constituye un conjunto de individuos que son escogidos para una investigación debido a que poseen características que los hacen similares. En este caso, la población se determina por el número de habitantes que residen en la parroquia urbana La Aurora, si bien se estima que en este sector residen alrededor de 100.000 habitantes, en la página oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Daule (2019) se establece que en total hay 48.000 habitantes; por tanto, se tomará como referencia este dato debido a que es el censo oficial del cantón, y seguramente la diferencia se debe a que el resto de habitantes se encuentra empadronado dentro de la zona urbana de Guayaquil y no han hecho el cambio de domicilio al cantón Daule.

Asimismo, en lo que concierne al número de establecimientos que se dedican a la actividad comercial en el cantón, existe un total de 3.582 empresas según el Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón (GAD del Cantón Daule, 2015).

3.6. Muestra

La muestra corresponde a una porción de la población que es lo suficientemente representativa y, ante lo cual, permite recolectar datos a una población más accesible. Sin embargo, al no tener un dato oficial de la cantidad de habitantes que residen en esta zona, se decidió efectuar un cálculo estadístico a través de la fórmula de poblaciones infinitas, teniendo como resultado que debería aplicarse una muestra a 385 residentes de las diferentes urbanizaciones que se localizan en el sector.

n/c (nivel de confianza) =	95%	n =	$\frac{Z^2 (p)(q)}{e^2}$
Z (desviación estándar) =	1.96		
P (porción favorable) =	50%		
Q (porción desfavorable) =	50%	n =	$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2}$
E (error) =	5%		
n (muestra)=	?		
		n =	$\frac{0.96}{0.0025}$
		n =	385

Mientras que si se realiza el cálculo de la muestra para empresas, se obtiene una muestra de 347 administradores que deberían ser objeto de estudio.

n/c (nivel de confianza) =	95%	n =	$\frac{Z^2 (p)(q)(N)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p)(q)}$
Z (desviación estándar) =	1.96		
P (porción favorable) =	50%		
Q (porción desfavorable) =	50%		
N (población) =	3582	n =	$\frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (3582)}{(3582- 1) (0.05)^2 + (1.96)^2(0.50) (0.50)}$
E (error) =	5%		
n (muestra)=	?		
			$\frac{46099.20}{120.96}$
		n =	347

3.7. Análisis de resultados

3.7.1. Encuesta a hogares

La mayoría de encuestados eran residentes de la urbanización La Joya, quienes presentan problemas de almacenamiento en sus domicilios, debido al tamaño de sus viviendas, las cuales oscilan entre 60 y 130 m²; por esta razón, la forma en que almacenan los bienes que no usan de manera frecuente es en el patio, en una habitación o simplemente no tienen un área específica, por lo que amontonan estos bienes en sus propias habitaciones.

El tipo de productos que almacenan con más frecuencia son vestimentas, electrodomésticos grandes como aspiradoras, cortadoras de césped, en otros casos son coches de bebé, y uno que otro artefacto antiguo que espera ser vendido o utilizado en alguna ocasión especial.

Todo esto justifica el hecho de que necesiten alquilar una mini bodega para solucionar los problemas de almacenamiento; y su frecuencia de contratación el servicio sería al menos por mes, contando un espacio mínimo de 15 m² por el que estarían dispuestos a pagar menos de \$ 30 al mes.

3.7.2. Encuesta a empresas

La mayoría de los negocios tiene como actividad económica el comercio, y también presenta problemas de almacenamiento, debido a que el espacio de sus locales es relativamente pequeño. Sin embargo, para hacer frente a este problema utilizan una bodega improvisada para el archivo de carpetas, archivos y demás información de la empresa.

El 99% de las empresas encuestadas está totalmente dispuesta a contratar un servicio de almacenamiento que se encuentre en el sector de La Aurora, debido a que no poseen una bodega temporal, y aquellas que sí han contratado este servicio lo tienen en ciudades más lejanas como Guayaquil o Durán, por lo que vendría bien una bodega en la zona por cuestiones de logística.

En cuanto al espacio que demandan las compañías es al menos entre 5 y 10 m², por lo que estarían dispuestos a pagar una mensualidad entre \$ 250 y \$ 300. Asimismo, la forma de pago preferida sería por débito automático y estarían interesados de conocer de la compañía a través de redes sociales.

4. PROPUESTA

4.1. Descripción del Negocio

Los resultados de la investigación de campo efectuada, tanto a los residentes de las urbanizaciones, como a los administradores o propietarios de negocios localizadas en el sector de La Aurora, determinaron que es una zona de gran influencia comercial, ante lo cual vendría bien la iniciativa de poner en marcha una empresa que ofrezca servicios de almacenamiento

temporal, a fin de convertirse en una solución integral para aquellos hogares y empresas que padecen esta problemática, y necesitan un espacio adicional para el cuidado de los diferentes artículos, documentos, muebles, enseres, entre otros ítems cuyo espacio no es suficiente para garantizar un óptimo almacenamiento. Por esta razón, en este capítulo se abordarán temas vinculados al panorama general de la empresa, el análisis del entorno donde se desenvuelva, a fin de obtener un FODA, y posteriormente, establecer las estrategias de marketing que permitan captar el interés de los clientes potenciales. Luego, esto se complementará con el plan de administración y el plan financiero para evaluar la viabilidad de los recursos económicos que se requieren para la inversión de este proyecto.

4.2. Panorama General de la Empresa

La actividad comercial del negocio estará direccionada al alquiler de mini bodegas, las mismas que se ofertaran en pequeños tamaños económicamente accesibles para cualquier tipo de cliente y necesidad, estos pueden ser requeridos por personas naturales o jurídicas que deseen guardar algún bien o pertenencia que por falta de espacio físico no puede ser mantenido en el lugar de su residencia o trabajo; también incide la necesidad de custodia en el que se prescinde de una vigilancia especial para los objetos encomendados. Estos mini espacios estarán correctamente acondicionados para recibir cualquier tipo de objeto, que le ofrezca al cliente una elevada garantía de seguridad y privacidad sobre sus pertenencias, la principal característica de este recurso de almacenamiento es su tamaño, el mismo que se acomodará para que pueda ser utilizado de forma versátil dependiendo la cantidad y tamaño de los bienes, para acomodarlos por medio de repisas o divisiones de paredes desmontables que permite optimizar las dimensiones del sitio, alquilando de acuerdo con las medidas de las pertenencias.

De esta manera, las mini bodegas se convierten en la solución para muchas personas que necesitan desocupar el espacio su hogar o de su trabajo de aquellos objetos que no van a ser usados a corto plazo y son considerados como: necesarios y útiles por su valor monetario o sentimental; ofreciendo beneficios de amplitud de espacio que mejora la estética, armonía y fluidez del hogar o de la empresa. Las mini bodegas pueden también ser alquiladas para satisfacer requerimientos de mudanza, remodelación, viajes y diferentes motivos que no siempre están relacionados a la necesidad de espacio; sin embargo, esta alternativa ofrece flexibilidad en el contrato de alquiler, permitiéndole al cliente elegir entre horas, días o meses. La principal característica de las mini bodegas es ofrecerle seguridad al cliente, donde solo personal autorizado por este puede tener acceso a sus pertenencias, los controles de seguridad pueden ser:

- Acceso codificado
- Cámaras de vigilancia
- Tarjeta magnética
- Sensores de movimiento
- Alarmas de seguridad

Considerando que siempre se debe salvaguardar la legitimidad del negocio es necesario realizar una inspección de los bienes que se almacenaran, para que el negocio de las mini bodegas no se vincule con posibles actividades delictivas relacionadas al tráfico ilegal de drogas, armas o contrabando.

- Flexibilidad en el tiempo de alquiler: horas, días, semanas, meses
- El precio de alquiler se calcula de acuerdo con el tiempo y espacio requerido.
- Espacios de alquiler adaptables a las medidas de las pertenencias.
- Espacio libre de plagas y sin filtraciones de agua.
- Movilización de la carga hacia la mini bodega.
- Custodia 24/7
- Confidencialidad con el cliente.
- Sistema integral de seguridad.

4.3. Análisis FODA

El análisis FODA contiene todos aquellos factores externos o internos que pueden afectar o incidir de manera positiva en una propuesta. A través de este estudio estratégico, primero se recogerán todos los aspectos externos que están fuera del control de las personas involucradas

en gestar la propuesta, relacionados a la parte política y económica del país, se analizará la existencia de competencia en el sector o de servicios o medios que puedan sustituir la demanda de esta innovación. Los aspectos internos están vinculados aquellos que tienen una directa significancia en el negocio, pero están al alcance de ser contrastados de forma directa y personal, permitiendo incrementar las fortalezas y disminuir las debilidades. Posteriormente se procede a valorar el enfoque bosquejando las principales ideas en la realización del presente análisis FODA:

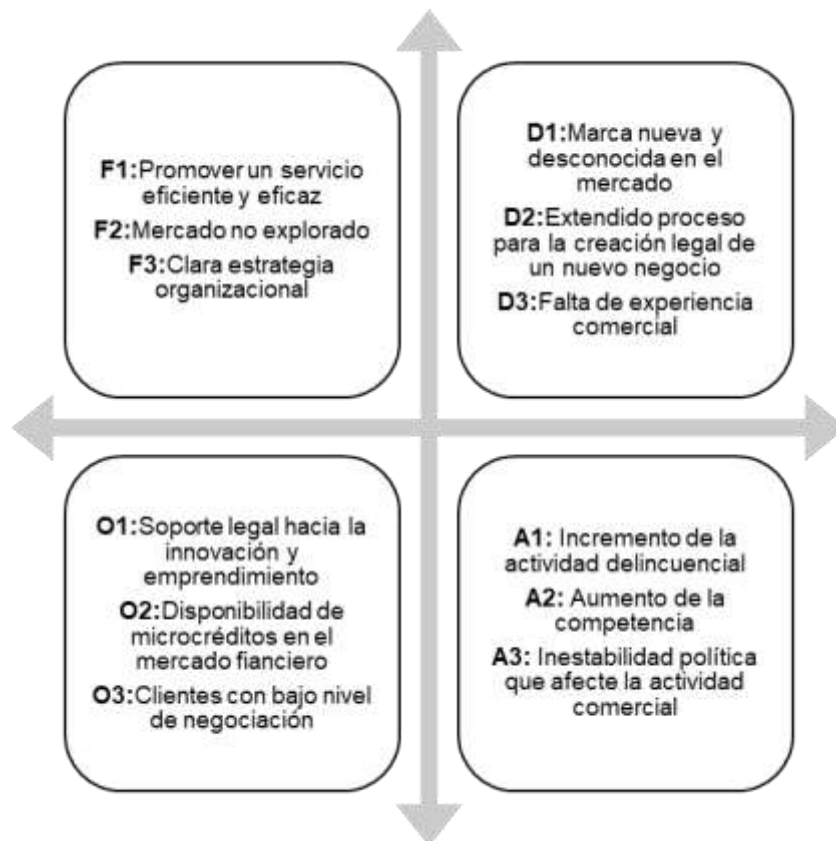


Figura 1. Análisis FODA

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

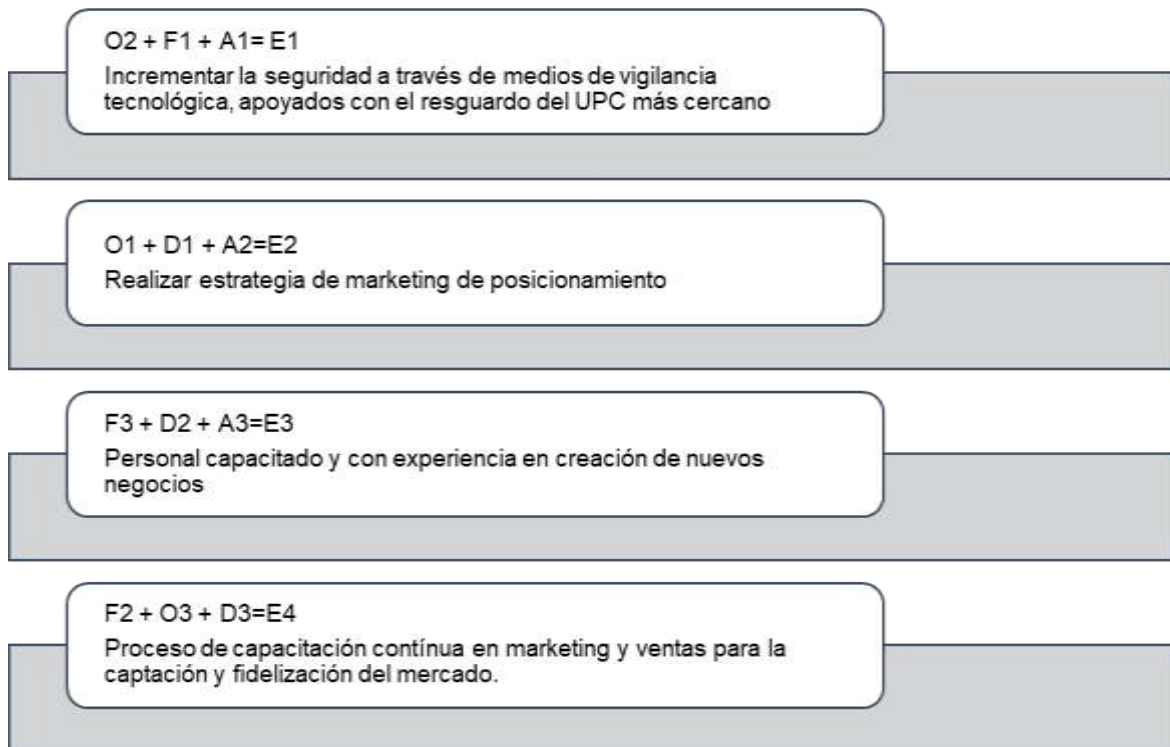


Figura 2. Estrategias a partir del análisis FODA

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.4. Misión y Visión

4.4.1. Misión

“Ofrecer un servicio de almacenamiento y custodia de bienes, artículos o productos a través de un modelo de contratación flexible, que satisfaga las necesidades del cliente de apremio, seguridad y confianza”



4.4.2. Visión

“Generar un posicionamiento de marca en el sector, destacado por la buena reputación en el servicio, seguridad y atención al cliente.”

4.5. Plan de productos y servicios

El servicio de almacenamiento se ofrecerá de acuerdo con la capacidad del área, a través de espacios divididos por cierta cantidad de metros cuadrados, los mismos que se sujetarán a los requerimientos del cliente. En la tabla que a continuación se presenta se detalla la manera en la que se distribuirá la capacidad de almacenamiento de las mini bodegas, es importante destacar que para efectos de esta sección, solo se está haciendo una comparación de dos bodegas de diferente tamaño que ofrecerá la compañía, pero hay más tamaños que se ofrecerán a los usuarios.

Tabla 1. Descripción de línea de servicios

Tipo	Área	Ejemplo	Capacidad Aproximada
X	8 m ²		1 sillón 1 sofá cama 1 mobiliario desmontable 1 lavadora
Y	23 m ²		1 auto 1 mueble 1 juego de comedor mediano 1 refrigerador 1 cocina

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.6. Plan de Marketing

4.6.1. Estrategias de producto

Ofrecer un servicio para persona natural o jurídica direccionado al almacenamiento de bienes, muebles; ofreciendo flexibilidad, de precio, tiempo y capacidad en el espacio; manteniendo las áreas acondicionadas de acuerdo con los requerimientos del cliente y brindando un valor agregado de movilización gratis en áreas que se encuentren dentro de cierto perímetro de proximidad. Además de cubrir requerimientos de seguridad, custodia y vigilancia con equipos de vanguardia. Para este caso, la empresa propuesta se reconocerá bajo el nombre de G2 STORAGE, debido a que se tomó como referencia las iniciales de los nombres de los dos autores del proyecto (Gerson y Génesis).



Figura 3. Logotipo de la compañía
Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.6.2. Estrategia de precio

Como referencia se estimarán los precios de la empresa "CITY BOX" ya que posee la misma actividad comercial propuesta, esta empresa por ser la única en el mercado Guayaquileño sus precios oscilan entre \$45,00 a \$350,00 de acuerdo con el tamaño de la bodega requerida; sin

embargo, reconociendo que la empresa G2 STORAGE inicia en este mercado se debe establecer un valor menor al de la competencia manteniendo siempre la calidad del servicio con una estrategia de valor agregado enfocada en la movilización, para que las personas puedan acceder al sector de Daule sin mayor impedimento. Se propone lanzar espacios pequeños y grandes desde 2 m² a un valor referencial de \$115,00 en promedio por mes, siendo un valor accesible por la amplitud del espacio y económico en relación a lo que cobra la competencia; también se propone la implementación de estrategias de precio para ganar mercado y clientela, los cuales se describen a continuación:

- Realizar paquete de descuento por la cancelación anticipada del servicio, en el caso de contratación trimestral, semestral o anual.
- Precio accesible e inferior al de la competencia, con la finalidad de ganar mercado obteniendo mayor volumen de alquiler de espacios.
- En el caso de poseer la acogida esperada, el precio se incrementará sutilmente, sosteniendo la estrategia de los números impares.
- De no poseer el impacto de precio esperado en el mercado, se propone utilizar un número impar para generar una mayor sensación de descuento, así como: \$95,99.

4.6.3. Estrategia de plaza

El servicio para ofrecer es el almacenamiento, por los que se considera el establecimiento la plaza de comercialización; sin embargo, se propone la implementación de las siguientes estrategias:

- De acuerdo con el progreso comercial se podría implementar otra sucursal en otra ciudad.
- Establecer la imagen corporativa de la empresa a través de una página web, donde se pueda realizar reservaciones y contratación del servicio, para de esta manera diversificar la fuerza de venta desde la comodidad de una plataforma web en un smartphone o computador.
- Implementar campañas virtuales a través de las redes sociales donde se dé a conocer el servicio y los espacios de las mini bodegas, manteniendo contacto con los usuarios y respondiendo inquietudes de forma online.
- Ofrecer como valor agregado un servicio de transporte que movilice las pertenencias de los clientes hasta las bodegas de almacenamiento, con la finalidad de brindar las mejores comodidades a los clientes.

La empresa empleará un canal de comunicación directo, es decir que no habrá intermediarios, sino que el servicio se ofrecerá de la empresa al cliente como consumidor final.

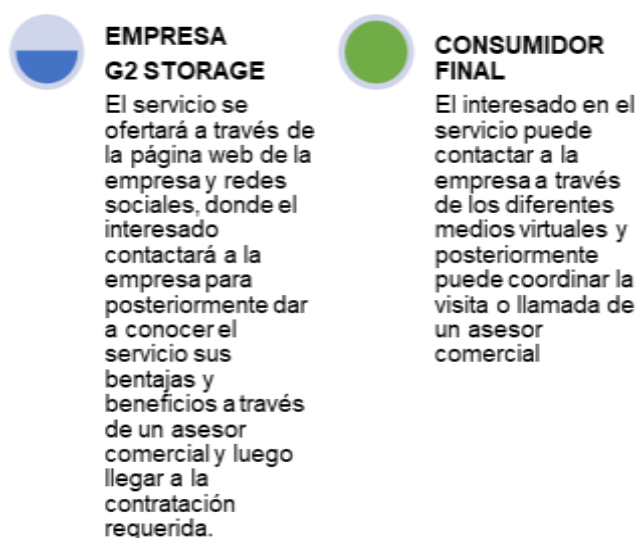


Figura 4. Ilustración del canal de distribución
Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.6.4. Estrategias de Promoción

Para dar a conocer el servicio, la marca y la imagen de la empresa, se proponen las siguientes estrategias promocionales:

- Por la contratación del servicio de almacenamiento de forma periódica en el mismo año, se ofrecerá un mes a mitad de precio.
- Se entregarán cupones de descuentos por cada mes de alquiler, aplicables por cada tres cupones.
- Se realizará una rifa anual entre los clientes que hayan adquirido el servicio de almacenamiento durante el año en curso.
- Se realizarán rifas online a través de las redes sociales para dar a conocer la imagen de la marca de la empresa, con la finalidad de generar visitas recurrentes a la página de la empresa, manteniendo a la comunidad pendiente de las publicaciones de esta.
- Se dará a conocer la marca de la empresa a través de vallas publicitarias.

4.7. Plan Administrativo

4.7.1. Tipo de Sociedad

Es importante mencionar que el formato legal que se utilizará será el de Sociedad Anónima debido a que posee varias ventajas en relación a los otros tipos de sociedades:

- Se requiere como mínimo la asociación de 2 personas y no existe un límite de integrantes. Además, los socios son denominados accionistas y tienen voz y voto en las decisiones que se tomen en la Junta General.
- La negociación de las acciones es libre.
- En Ecuador el monto mínimo del capital social equivale a \$ 800.00 y para estar suscrito se requiere por lo menos del 25% en la cuenta de integración de capital para iniciar sus operaciones.
- Los dividendos entre los accionistas se reparten en función de su porcentaje de participación (Cámara de Comercio de Quito, 2013).

En el mismo sentido, las operaciones de la compañía se resumen en los siguientes aspectos:

- La razón social sería "URBINA & BARRAGÁN ASOCIADOS S.A.", siendo su representante legal la Srta. Génesis Urbina.
- El nombre comercial de la empresa será G2 STORAGE.
- La ubicación de la compañía será en la parroquia La Aurora, Cantón Daule.
- Su actividad comercial es la prestación de servicios de almacenamiento para hogares y compañías ubicadas en La Aurora y sectores aledaños.
- La propiedad accionaria de la compañía estaría dividida entre cinco accionistas, quienes aportarían de forma equitativa la cantidad de \$ 20,000.00. De esta forma, el capital propio sería de \$ 100,000.00.

Tabla 2. *Propiedad Accionaria de la empresa*

ACCIONISTAS	APORTACIÓN	% PARTICIPACIÓN
Génesis Urbina	\$ 20,000.00	20%
Gerson Barragán	\$ 20,000.00	20%
Accionista 3	\$ 20,000.00	20%
Accionista 4	\$ 20,000.00	20%
Accionista 5	\$ 20,000.00	20%
TOTAL APORTACIONES	\$ 100,000.00	100%

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.7.2. Organigrama

En lo que respecta a la estructura organizacional la empresa G2 STORAGE contará con un Gerente General, quien será la máxima autoridad dentro de la compañía, y cuyo papel es importante para la toma de decisiones. A su vez, la Gerencia estará a cargo de los

departamentos de Contabilidad, Marketing y Operaciones. En la siguiente figura se ilustra el organigrama y las posiciones jerárquicas de cada puesto.

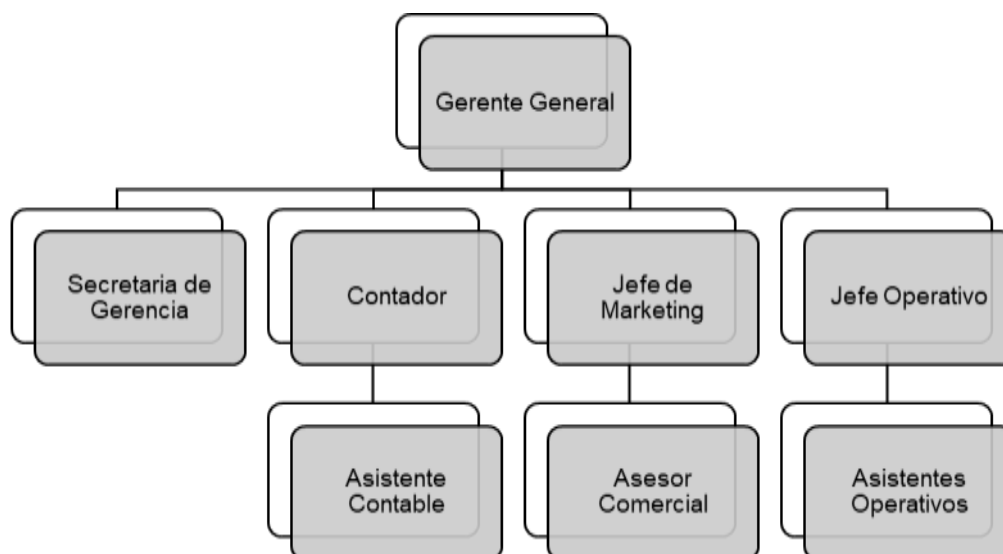


Figura 5. Organigrama de la compañía
Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.8. Plan Financiero

4.8.1. Inversión y financiamiento del proyecto

Para llevar a cabo este proyecto, la inversión total equivale a \$ 271,905.24, en donde se desagregan la compra de activos fijos y capital de trabajo, la misma que será financiada a través de fondos propios, por un monto de \$ 100,000.00 que corresponde a la aportación de los cinco personas que invertirán en el proyecto, cuya participación es del 36.78% sobre el total de la inversión; de manera que la diferencia (63.22%) será financiada a través de un préstamo bancario solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN).

Tabla 3. Estructura del capital de inversión

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	VALOR	% PART.
FONDOS PROPIOS	\$ 100,000.00	36.78%
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 171,905.24	63.22%
TOTAL	\$ 271,905.24	100.00%

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.8.2. Proyección de ventas anuales para cada uno de los cinco años

Como se había determinado anteriormente, las ventas anuales del proyecto tendrían una variación del 5% cada año, tomando como referencia una meta de crecimiento; sin embargo, para calcular la cantidad de bodegas que debería tener la empresa G2 STORAGE se utilizaron los datos del estudio de mercado, en donde se pudo definir con claridad la participación que cada tamaño de bodega debería tener. En este caso, la siguiente figura determina, por ejemplo, que se debe tener un total de 55 bodegas de 2 m², 105 bodegas de 4 m² y 3 bodegas de 23 m², totalizando 193 bodegas de tamaños diferentes, dentro de un área de 1.000 m².

Tabla 4. *Estimación de la cantidad de bodegas que ofrecerá el proyecto*

Presupuesto de ventas	Participación	Capacidad instalada m2	Bodega m2	Tamaño de bodega m2	Número de bodegas
Bodega de 2m2	11.00%	1000	110	2	55
Bodega de 4m2	42.00%	1000	420	4	105
Bodega de 9 m2	10.00%	1000	100	9	11
Bodega de 15 m2	23.00%	1000	230	15	15
Bodega de 18m2	8.00%	1000	80	18	4
Bodega de 23 m2	7.00%	1000	70	23	3
TOTAL					193

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

Una vez que se determinó la cantidad de bodegas a ofrecer, se calculó una tarifa en base a los costos de operación del negocio y tomando como referencia también los precios del mercado, lo que permitió concluir, por ejemplo, que la bodega de 2 m² tendría un costo de \$ 4.50 por día, o al mes representaría \$ 25.00; mientras que la bodega más costosa sería la de 23 m² cuyo precio diario sería de \$ 51.75 y al mes se fijó una tarifa de \$ 250.00, tal como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 5. *Estimación de los precios de cada tipo de bodega*

Presupuesto de ventas	Número de bodegas	Precio por día	Precio por mes
Bodega de 2m2	55	\$ 4.50	\$ 25.00
Bodega de 4m2	105	\$ 9.00	\$ 40.00
Bodega de 9 m2	11	\$ 20.25	\$ 60.00
Bodega de 15 m2	15	\$ 33.75	\$ 120.00
Bodega de 18m2	4	\$ 40.50	\$ 200.00
Bodega de 23 m2	3	\$ 51.75	\$ 250.00
TOTAL	193	\$ 26.63	\$ 115.83

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

De esta forma, se hizo un escenario en donde la mitad de los clientes alquilaría las bodegas de forma mensual, y otro 50% restante lo haría bajo contrato mensual, lo que permitió calcular un ingreso de \$ 38,373.75 mensual, que al primer año representaría \$ 460,485.00.

Tabla 6. *Estimación de ingresos al primer año*

INGRESOS PROYECTADOS	MES	Año 1
Alquiler bodegas mes	\$ 4,792.50	\$ 57,510.00
Alquiler bodegas día	\$ 33,581.25	\$ 402,975.00
TOTAL	\$ 38,373.75	\$ 460,485.00

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.9. Evaluación financiera del proyecto
4.9.1. Flujo de Efectivo proyectado a cinco años

Tabla 7. Flujo de efectivo a cinco años

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas	\$	460,485.00	\$ 483,509.25	\$ 507,684.71	\$ 533,068.95	\$ 559,722.40
<u>Egresos Operativos:</u>						
Costos Operativos	\$	58,702.80	\$ 60,299.10	\$ 61,940.20	\$ 63,627.41	\$ 65,362.02
Gastos Administrativos	\$	217,000.04	\$ 221,541.45	\$ 226,187.37	\$ 230,940.41	\$ 235,803.26
Gastos de Venta	\$	8,040.00	\$ 8,166.23	\$ 8,294.44	\$ 8,424.66	\$ 8,556.93
Participación de Trabajadores			\$ 21,118.28	\$ 24,099.04	\$ 27,282.76	\$ 31,114.00
Impuesto a la Renta			\$ 26,327.46	\$ 30,043.47	\$ 34,012.51	\$ 38,788.79
Subtotal	\$	283,742.84	\$ 337,452.52	\$ 350,564.52	\$ 364,287.75	\$ 379,625.00
Flujo Operativo	\$	176,742.16	\$ 146,056.73	\$ 157,120.19	\$ 168,781.20	\$ 180,097.39
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	\$	(245,760.00)				
Inversión Capital de trabajo	\$	(26,145.24)				
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo	\$	(27,410.90)	\$ (30,522.30)	\$ (33,986.87)	\$ (37,844.71)	\$ (42,140.45)
Pago de Intereses del Préstamo	\$	(17,235.26)	\$ (14,123.86)	\$ (10,659.28)	\$ (6,801.44)	\$ (2,505.70)
Flujo Neto Generado	\$	(271,905.24)	\$ 132,096.00	\$ 101,410.57	\$ 112,474.03	\$ 124,135.04
					\$ 124,135.04	\$ 135,451.23

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.9.2. Cálculo de la tasa de descuento (costo promedio ponderado de capital)

Para realizar el análisis de rentabilidad es necesario hallar la tasa de descuento del proyecto que determine el retorno mínimo de la inversión, basada en las condiciones macroeconómicas del entorno y la tasa de interés del banco, de tal manera que al aplicar el método del costo de capital promedio ponderado, se defina una tasa única. En este caso la inversión debería arrojar un rendimiento superior al 11.90% para que sea considerado como rentable.

Tabla 8. Costo Capital Promedio Ponderado

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	VALOR	% PART.	TASA	PONDERACIÓN
FONDOS PROPIOS	\$ 100,000.00	36.78%	13.78%	5.07%
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 171,905.24	63.22%	10.80%	6.83%
TOTAL	\$ 271,905.24	100.00%		11.90%

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.9.3. Cálculo de la TIR

De acuerdo al análisis de la TIR se establece la rentabilidad del proyecto porque la inversión sería recuperada a partir del año 3, de manera que en el lapso de 5 años la tasa interna de retorno sería 33.95% la cual es mayor la tasa de descuento del proyecto, y establece que el proyecto es viable.

Tabla 9. Análisis de la TIR

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$271,905.24	-\$271,905.24
AÑO 1	\$132,096.00	-\$139,809.23
AÑO 2	\$101,410.57	-\$38,398.66
AÑO 3	\$112,474.03	\$74,075.37
AÑO 4	\$124,135.04	\$198,210.41
AÑO 5	\$135,451.23	\$333,661.65
TASA DE DSCTO.	TMAR	11.90%
TASA INTERNA DE RETORNO	TIR	33.95%

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

4.9.4. Cálculo de la VAN

El Valor Actual Neto (VAN) confirma lo indicado por la TIR y establece que la recuperación neta de la inversión en los próximos cinco años corresponderá a \$ 163,822.30 una vez que se haya descontado el 11.90% de la TMAR.

Tabla 10. Análisis del VAN

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	-\$271,905.24	-\$271,905.24
AÑO 1	\$132,096.00	-\$139,809.23
AÑO 2	\$101,410.57	-\$38,398.66
AÑO 3	\$112,474.03	\$74,075.37
AÑO 4	\$124,135.04	\$198,210.41
AÑO 5	\$135,451.23	\$333,661.65
TASA DE DSCTO.	TMAR	11.90%
TASA INTERNA DE RETORNO	TIR	33.95%
VALOR ACTUAL NETO	VAN	\$163,822.30

Elaborado por: Barragán Reyes, G. & Urbina Díaz, G. (2019)

5. CONCLUSIONES

Conforme al cumplimiento de los objetivos específicos se plantean las siguientes conclusiones:

En lo que tiene que ver con las necesidades de los posibles clientes, tanto en la encuesta aplicada a hogares como a empresas, se determinó que es necesaria la implementación de una empresa que ofrezca servicios de almacenamiento temporal, debido a que no cuentan con el espacio suficiente para la correcta disposición de los diferentes artículos que no usan con tanta recurrencia, pero que son importantes, y demandan un cuidado especial que no implique un deterioro tan rápido.

Por esta razón, las estrategias de marketing que se elaboraron están orientadas a captar el interés de los clientes potenciales, considerando que en la zona no hay competidores y es un mercado poco explotado. Además, la zona de influencia comercial está conformada por al menos 100.000 habitantes y alrededor de 3.582 negocios, por lo que existe una oportunidad de mercado muy importante, que debe ser debidamente captada mediante la prestación de un servicio de calidad, seguro, en instalaciones aseadas y herméticas para evitar la proliferación de roedores o insectos; así como también precios competitivos que estén al alcance de los clientes.

En lo que respecta a la estructura organizacional la empresa G2 STORAGE contará con un Gerente General, quien será la máxima autoridad dentro de la compañía, y cuyo papel es importante para la toma de decisiones. A su vez, la Gerencia estará a cargo de los departamentos de Contabilidad, Marketing y Operaciones.

Finalmente, en cuanto al ámbito financiero se pudo determinar que este proyecto es viable pues, con una inversión de -\$271,905.24 se podrían generar utilidades o beneficios netos que variarían entre \$132,096.00 y \$135,451.23 durante los primeros cinco años de operaciones, lo que dejaría una TIR del 33.95% y un VAN de \$163,822.30, las cuales superan las expectativas de retorno que se calcularon en la TMAR (11.90%), lo que permite concluir que el proyecto es rentable y viable en términos económicos.

6. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se hacen para el presente proyecto son las siguientes:

Efectuar un análisis del nivel de satisfacción de los usuarios que alquilarían las bodegas de forma temporal o recurrente, para mejorar la calidad del servicio al cliente y también diseñar nuevas alternativas de almacenamiento como ocurre en países como Estados Unidos, donde en algunos casos, los clientes pueden adquirir contenedores de forma temporal para almacenar sus productos en caso de remodelaciones y no deseen que sus enseres sean movilizados por temor a pérdidas o daños. De manera que podría ser una alternativa que podría considerarse para así profundizar el tema de los mini almacenamientos.

Según el nivel de aceptación que tenga la propuesta en el sector de La Aurora, podría ampliarse el ofrecimiento del servicio hacia otros sectores donde exista un crecimiento importante del sector inmobiliario, por ejemplo, en zonas como vía a la Costa o vía a Daule, en la ciudad de Guayaquil.

Las utilidades generadas como resultado de la actividad económica, pueden ser reinvertidas por los accionistas del proyecto para ampliar la infraestructura y ofrecer mayor almacenamiento en las instalaciones actuales, así como también aumentar el número de vehículos que se utilizarían para la gestión de mudanza, con el propósito de optimizar la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta. Edición*. Caracas, Venezuela: Editorial Espisteme.
- Berry, T. (19 de Julio de 2012). *10 conceptos básicos del Plan de negocios*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/265330>
- Caicedo, G. (Septiembre de 2011). Posponiendo el Plan de Negocio. *E+E*, 9-10. Obtenido de http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/publicaciones_medios/posponiendoplannegocios.pdf
- Cámara de Comercio de Quito. (17 de julio de 2013). *La sociedad anónima está regulada a partir del artículo 143 de la Ley de Compañías*. Obtenido de Derecho Ecuador: <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>
- GAD del Cantón Daule. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Daule 2015 - 2025*. Daule: Consejo de Planificación del GAD I.M. del Cantón Daule.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Daule. (13 de marzo de 2019). *Generalidades del cantón Daule: demografía y división política*. Obtenido de <https://www.daule.gob.ec/es-ec/nuestrocant%C3%B3n/generalidades.aspx>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2015). *Metodología de investigación. 5ta Edición*. México: McGraw Hill.
- Mora, Á. (2014). *Gestión Logística en centros de distribución y almacenes y bodegas*. Bogotá: ECOE.
- Sapag, N. (2012). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: McGrawHill.