

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
COLEGIO DE ADMINISTRACION PARA EL DESARROLLO

Plan de negocios: “Bodegas Mini Personales”

Juan Pablo Cobos

John A. Cartwright B. Director de Trabajo de Titulación

Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de
Licenciatura en Administración

Quito, Enero 2013

**Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Postgrados**

HOJA DE APROBACION DE TESIS

Plan de negocios: "Bodegas Mini Personales"


Juan Pablo Cobos Vela

Juan P. Cobos V.
Autor



.....

John A. Cartwright B.
Director de Tesis



.....

Magdalena Barreiro, PhD.
Decana del Colegio de Administración para el
desarrollo



.....

Quito, Diciembre del 2012

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art.144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: -----

Nombre: Juan Pablo Cobos Vela

C. I.: 1714983630

Fecha: Quito, Enero 2013

Resumen

El presente plan de negocios tiene como fin el análisis de los factores internos y externos de Bodegas Mini Personales, proyecto que espera satisfacer la actual demanda por espacios de bodegaje personales. En base al análisis realizado, se han determinado los siguientes factores claves para el éxito: Ser pioneros en la oferta de espacios personales de bodegaje, ofrecer variedad de tamaños en las distintas bodegas, disponer de alto grado de seguridad para los artículos a preservar. Bajo estos factores, se han planteado acciones estratégicas para el correcto funcionamiento y alta rentabilidad de este proyecto.

Abstract

The following business plan is intended to analyze the internal and external factors of “Bodegas Mini Personales”, project that hopes to fulfill de current demand for personal storage places. Based on previous analysis, some key factors for success has been determined: being pioneers in the offer of personal storage places, offer variety of sizes of the storages, dispose a high level of security to the storage objects. Under these circumstances, some strategic actions have been taken in order to reach high profitability and correct functioning of the project.

Tabla de contenidos

1.	RESUMEN EJECUTIVO	8
2.	PRECONCEPTO	9
3.	FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO	10
4.	ANÁLISIS EXTERNO	14
4.1	Análisis del Macro-Entorno	14
5.	ANÁLISIS INTERNO Y COMPETITIVO	19
5.1	Recursos y capacidades	19
6.	ANÁLISIS DAFO- OBJETIVOS ESTRATEGICOS	21
7.	CONCEPTO ESTRATÉGICO	23
8.	CONCEPTO DE PRODUCTO Y SERVICIO	24
9.	EL MERCADO Y SUS PROYECCIONES	24
10.	PLAN DE INVERSIONES	25
11.	APROVISIONAMIENTO DE INSUMOS	26
13.	RECURSOS HUMANOS	27
14.	PLAN FINANCIERO	29
15.	ANEXOS	31

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios tiene por objeto el estudio, viabilidad y análisis de Bodegas Mini Personales. A continuación se presenta un estado de pérdidas y ganancias con proyección a 3 años del mencionado proyecto.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	\$ 72.000,00	\$ 90.000,00	\$ 105.600,00
Costos de ventas Variables	\$ (24.000,00)	\$ (30.000,00)	\$ (35.200,00)
Costos de ventas Fijos	\$ (4.100,00)	\$ (300,00)	\$ (300,00)
Gtos. administrativos	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)
Depreciación vehículos	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)
Depreciación de Obras físicas	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)
Utilidad bruta	\$ 22.900,00	\$ 38.700,00	\$ 49.100,00
Participación trabajadores	\$ 3.435,00	\$ 5.805,00	\$ 7.365,00
impuestos	\$ 4.866,25	\$ 8.223,75	\$ 10.433,75
Utilidad Neta	\$ 31.201,25	\$ 52.728,75	\$ 66.898,75

Esta empresa ofrecerá servicio de bodegaje en espacios de 10 m² de área por 3m de altura-50m² de área por 4 m de altura. Estos espacios podrán ser ocupados como áreas de bodegaje personales por diferentes períodos de tiempo.

Al notar que existen personas que migran, o personas que por distintas razones no tienen espacio para almacenar artículos que no están en adecuadas condiciones en su ubicación actual, o simplemente ya no tienen un espacio para

ubicarlos y no desean desecharlos, se pretende crear una empresa que supla esta demanda insatisfecha con ciertos servicios complementarios como transporte y seguridad.

Se realizó un análisis de la industria del bodegaje y el mismo, determinó que la industria es bastante atractiva al tener una baja rivalidad entre otros factores.

2. PRECONCEPTO

Se encontró la necesidad de espacio para bodegaje en los hogares de la ciudad de Quito. Notando la falta de espacios en las casas, surgió la idea de un plan de negocios con intenciones de suplir esta demanda insatisfecha.

En un principio se notó la falta de espacio para embodegar artículos del hogar, pero al pulir un poco más la idea, se determinó que existe alta demanda por bodegas personales. Se llegó a esta afirmación después de notar que existe demanda de bodegas de tamaños relativamente pequeños, para almacenar, no sólo muebles o cosas que llegan a estorbar en la casa, sino archivos de oficinas que no cuentan con mayor espacio, los mismos artículos de una casa u oficina que cuando esta, está siendo remodelada o se hacen trabajos de construcción, requieren de un espacio para almacenarlas.

Además hay personas que dejan el país por motivos de estudio o trabajo, y con la esperanza de volver pronto, necesitan un lugar para almacenar las cosas que poseen y que no pueden llevarse consigo a un viaje fuera o dentro del país. Es por eso que se llegó a la conclusión de que se necesita suplir esa demanda por espacios individuales para embodegar diferentes tipos de artículos.

3. FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO

Mini Bodegas Personales son espacios individualizados y fáciles de administrar por quien las emplee. Son bodegas de distintas áreas (10 m² de área por 3m de altura-50m² de área por 4 m de altura) donde se pueden preservar desde muebles de hogares hasta archivos de oficinas. Las bodegas permiten que las personas que carecen de espacio en casas u oficinas, empleen de mejor manera el espacio. Dado que la cantidad de potenciales clientes es bastante amplia. Esta investigación, que busca encontrar factores claves para el éxito en lo que respecta al negocio de mini bodegas personales, se centrará alrededor de personas que dejan el país por motivos de estudio y se cree, necesitan un espacio para almacenar sus cosas mientras duran sus estudios en el exterior. Se estima que cada año 4625 personas dejan el país por motivos de estudio. (www.inec.com). Es por eso que esperando un margen de error del 15% y un nivel de confianza del 95%, se encuestaron a 43 personas (www.netquest.com) que han cursado estudios en el exterior y han retornado país.

Se realizaron las siguientes preguntas a la muestra mencionada con el objetivo de determinar factores de éxito para Mini bodegas personales

Para determinar, en términos generales, la posible demanda del servicio que se espera ofrecer, se preguntó a los encuestados. "Cuando dejaron el país por motivo de sus estudios, ¿Necesitaron de un espacio para almacenar sus pertenencias mientras duraron sus estudios?".

El 68% de los encuestados respondió que si necesitaron de un espacio para almacenar sus pertenencias mientras duró su viaje (Anexo 1). Con esto podemos inferir que sí habría una demanda considerable por parte de los

estudiantes que dejan el país, debido a que necesitan de un lugar para dejar sus cosas.

Con el fin de determinar las diferentes alternativas con las que cuentan los estudiantes que dejan el país se hizo la siguiente pregunta. “¿Mientras duró su estudio en el extranjero, donde dejaron almacenadas sus pertenencias?”

Los resultados mostraron que el 30% dejaron sus cosas almacenadas en bodega en casa de sus padres. El 5% dejaron en una bodega en casa de un familiar o amigo. El 20% dejó sus cosas en el lugar donde vivían antes del viaje, este puede ser la habitación que ocupaban en casa de sus padres o en sus respectivas casas o departamentos. Finalmente el 40% de los encuestados indicó que utilizó una bodega ajena a su casa o la casa de un familiar (Anexo 2). Esto indica que existe un sector de esta población significativo, que requirió de este servicio en su debido momento.

Para determinar que tan importante consideran que es la ubicación del lugar donde almacenan sus objetos personales, se les preguntó a los encuestados. “Al momento de buscar un lugar para almacenar sus cosas. ¿Cuanta prioridad le dió a la ubicación de dicho lugar?”

Los resultados muestran que el 6% de los encuestados, le dan un alto grado de importancia a la ubicación del lugar donde se almacenen sus pertenencias. El 14% consideran medianamente importante a la ubicación de lugar donde se almacenen sus pertenencias. El 25% le dan baja prioridad a la ubicación mientras que el 55% de los encuestados, no le dan ninguna prioridad a la ubicación del lugar donde se almacenen sus pertenencias (Anexo 3). De estos resultados podemos inferir que como el número de veces que necesitarán visitar el lugar es tan bajo, no consideran importante su ubicación.

Para determinar que tan importante consideran que es la seguridad dentro del lugar donde se almacenarían sus objetos personales, se les preguntó a los encuestados. “Al momento de buscar un lugar para almacenar sus cosas. ¿Cuánta prioridad le dieron a la seguridad de dicho lugar?”.

Ninguno de los encuestados consideró que no es importante la seguridad en el lugar donde se almacenen sus pertenencias. Calificaron con Baja prioridad el 7% de los encuestados. El 25% de los encuestados consideraron medianamente importante a la seguridad, mientras que el 68% restante, consideró muy importante que el sitio donde se guarden sus objetos personales debe ser seguro (Anexo 4). De esto podemos inferir que la seguridad es un factor muy importante para el éxito de la empresa.

Para determinar el tamaño de las bodegas que se requerirían, se preguntó a los encuestados “¿En metros cuadrados, cuánto espacio requirieron para almacenar todos sus objetos en su debido momento?”

El 32% de los encuestados requirieron de entre 10 y 20m² para almacenar sus cosas. El 29% indicó que requirió de entre 20 y 30m². El 33% contestó que requirió de entre 40 y 50 m² para almacenar sus cosas y finalmente, el 6% restante contestó que necesitó de 50 a 60m² para almacenar sus objetos personales (Anexo 5). De esto podemos inferir que la variedad del espacio es muy importante para el consumidor, y que las Mini bodegas personales deberían tener un área de entre 10 m² por 3 de altura y 50 m² por 4 de altura para suplir esa demanda.

Como conclusión después de haber hecho esta investigación en la búsqueda por factores claves para el éxito de Mini bodegas personales, obtenemos que las personas que dejan el país por motivos de estudios, requieren

de bodegas personales para almacenar sus pertenencias mientras cursan sus estudios en el exterior, lo que indica que sí existiría una demanda por parte de este servicio.

Además, se determinó que de las personas que embodegaron sus pertenencias, la mayoría alquiló o pidió prestada una bodega, lo que reafirma que hay una demanda fuerte por este servicio. Se pudo concluir también que la ubicación del lugar donde se sitúen las bodegas no es importante, con lo cual se pudiera conseguir un lugar para tener las bodegas en las afueras de la ciudad, donde el costo se reduce y en teoría, eso no afectaría la demanda por este servicio. Lo que si afectaría negativamente la demanda de este servicio sería el tener un bajo nivel de seguridad, ya que los encuestados indicaron que consideran muy importante el que sus pertenencias estén bajo una buena seguridad para que se preserven de la mejor manera.

Finalmente se concluyó que las bodegas deben tener un área variable de entre 10 m² por 3 de altura y 50 m² por 4 de altura, debido a que los consumidores indicaron que este rango de áreas, suplen las distintas necesidades en cuanto a la variedad de espacio requerido.

Además, el que no exista en el mercado una empresa que ofrezca este servicio, convierte a las bodegas mini personales en pioneros en el mercado y eso es un factor clave para el éxito.

4. ANÁLISIS EXTERNO

4.1 Análisis del Macro-Entorno

En la actualidad, la gente necesita de bodegas mini personales porque el espacio para habitar se está acabando y es por eso que las familias que solían vivir en casas, están siendo trasladadas a departamentos y esas personas generan apego a sus bienes materiales que no tendrán espacio en su nuevo hogar y necesitan almacenarlas. Además las personas, cuando por diferentes motivos viajan por determinados periodos de tiempo o necesitan hacer trabajos en la infraestructura de sus hogares, deben dejar sus cosas en un lugar seguro y donde se preserven bien. Las bodegas mini personales suplen estas necesidades.

Existe la tendencia mundial de tratar de optimizar el espacio donde la gente habita. Es de conocimiento de todo el mundo que el espacio para habitar es cada vez menor y es por eso que la tendencia es a mudarse de casas a departamentos, donde la misma cantidad de personas vivan en un espacio mucho más reducido. Las ciudades se están llenando de edificios, que son construidos tras la demolición de casas. Así, en el mismo terreno, donde solía habitar una familia, se construye un edificio en el cual puedan vivir varias familias. Ecuador se ve afectado por esta tendencia a optimizar espacios dentro de la ciudad. “El sector de la construcción ha mostrado un comportamiento sostenido de crecimiento en los últimos 10 años” (Villena, 2010, p6).

En cuanto a la ciudad de Quito, las zonas comerciales se están llenando de edificios. “Pese a las restricciones geográficas y urbanísticas, los compradores siguen prefiriendo las viviendas unifamiliares a los departamentos: 56.6% frente a

47,4%. Pero la falta de espacios disponibles ha cambiado esta tendencia” (Villena, 2010,p10). Ya que “la vivienda particular, en cuanto a construcción, que más está creciendo son los departamentos, de un 9,1% a un 11,7% (www.inec.com).

En el norte de Quito las residencias antiguas de gran extensión están siendo demolidas para la construcción de edificios. (Villena, 2010,p10). Solo en la sierra, el 16.2% de las familias viven en departamento (www.inec.com) y este porcentaje se sigue incrementando. Todo este gran número de personas que están saliendo de sus casas y empiezan a habitar en espacios más pequeños necesitan un lugar donde puedan almacenar todas las cosas que ya no van a entrar en su nuevo hogar.

Esta tendencia a empezar a vivir en menos espacio se suma a que las personas crean un apego a sus cosas materiales. Cosas que han sido utilizadas por años y de pronto no caben en los nuevos sitios a los que se mudan las familias. A las personas les cuesta muchísimo deshacerse de estos artículos a pesar de que saben que ya no tienen ningún uso práctico y solo ocupan espacio. Pertusa, quien dirigió un estudio en cuanto a las personas que acumulan cosas materiales a través de los años y desde una edad madura, señala que todos los seres humanos tienden a generar apego a las cosas materiales, y esto se va incrementando con la edad, incluso el 4 % de las personas, pueden llegar a un trastorno llamado síndrome de acumulación compulsiva. (Pertusa, 2008).

Existe un porcentaje de personas que por razones de estudio o trabajo, abandonan la ciudad por periodos de tiempo considerables. Estas personas deben dejar sus cosas en la ciudad y necesitan de un espacio donde éstas se

mantengan guardadas y se conserven en buen estado. Solo en el 2010, 4625 personas dejaron el país por motivos de estudios (www.inec.com).

La migración es un fenómeno social que ha afectado al país durante los últimos años, la tasa de migración del 2011 en el país fue de 0,53 migrantes por cada 1000 habitantes (indexmundi.com).es decir 7582.64 personas dejaron el país. Estas personas desean regresar para recuperar la vida que dejaron atrás; esto incluye el recuperar todas sus cosas.

Las oficinas en la ciudad funcionan en áreas reducidas, apenas entran los muebles y las personas, y generalmente se necesita ocupar demasiado espacio para guardar archivos. Es ahí cuando las oficinas podrían ocupar bodegas personales.

Las estructuras como edificios, casas entre otros, cada cierto tiempo necesitan de remodelaciones, reparaciones y ampliaciones. Solo en el 2008 se concedieron 1300 permisos para remodelaciones y 2600 permisos para ampliaciones (Villena, 2010,p11). Mientras se culminan estas obras, las cosas que ocupan estos lugares estorban y hasta pueden salir perjudicadas, debido a las condiciones en las que se está trabajando.

Resumiendo el macro-entorno podemos decir que las personas que se pasan de una vivienda amplia a un departamento con un área más pequeña, debido a una tendencia por la optimización de espacio dentro de Quito, necesitan dónde almacenar sus pertenencias que ya no tendrán espacio en su nuevo hogar. Este tipo de cosas, como muebles, las conservan, en primer lugar porque piensan que en el futuro le pueden dar un uso, además de que tienen un valor sentimental.

Las personas que dejan el país por diferentes motivos como estudios o trabajo, esperan un día poder regresar y continuar su vida en su país de origen.

Mientras dure su estadía en el extranjero necesitan de un lugar en donde puedan almacenar sus cosas. Casas u oficinas que hacen reparaciones o remodelaciones, también necesitan de un lugar para almacenar las cosas que ocupan en esos espacios, durante el tiempo que duren los trabajos de las obras.

Las bodegas mini personales cubren todas estas necesidades, ya que principalmente ofrecen almacenamiento en un área reducida, seguridad y la garantía de que las cosas que se almacenen se mantendrán en buen estado.

4.2 Análisis del Micro-Entorno

Las bodegas mini personales tienen gran acogida en países como Estados Unidos, donde la gente, empezó a notar una falta de espacio en sus casas y oficinas a medida que el país se desarrollaba y cada vez se industrializaba más. Además notaron que necesitaban de un espacio para guardar cosas dependiendo de la necesidad o situación que se encuentre la persona en cuestión. Al notarse estos problemas, se crearon bodegas mini personales para suplir estas necesidades. En Ecuador, cada vez es más notoria la falta de espacio y el país está en la misma situación que Estados Unidos se encontró en años atrás. Actualmente solo se dispone de espacios grandes de almacenamiento como galpones de entre 200m² a 850m², en sectores comerciales como el sector de El Bosque, hasta sectores industriales, al norte de Quito, como Carapungo, esto principalmente para guardar mercadería o maquinaria pesada, pero aún no se sule por completo las necesidades de las personas que desean un espacio de bodegaje personal.

Notando la necesidad de falta de espacio, se hizo un análisis profundo de la industria para determinar un panorama real.

Industria: Almacenaje en espacios personales para artículos de casas y oficinas

Rivalidad: Existe baja rivalidad en esta industria ya que no hay un líder claro, el número de competidores es muy reducido, no existe una pelea por el precio.

Existe escaso o nulo marketing acerca de esta industria ya que solo se limitan a poner anuncios en el internet o los diarios, como es el caso de las personas naturales que ofrecen este servicio y los servicios ofrecidos no se diferencian demasiado entre unos y otros, ya que la gran mayoría de empresas de este tipo son personas naturales.

Sustitutos: Existen pocos productos sustitutos ya que el único, en el mercado, es el almacenaje en bodegas no personales o galpones, o bien; ocupar locales comerciales como bodegas.

Poder de negociación del consumidor: El consumidor tiene bajo poder de negociación ya que las personas no conocen la industria ni están informados acerca de precios o servicios que se ofrecen. La lealtad es fácil de conseguir en el cliente debido a su falta de información, y el costo de cambiar de lugar para almacenar sus cosas es alto en comparación con lo que les costaría mantener sus cosas en su lugar de almacenamiento actual.

Poder de negociación del proveedor: El poder de negociación del proveedor es neutro, ya que esta industria se maneja con precios de mercado en cuanto a la construcción de bodegas. Además no existe un proveedor dominante ya que no se necesitan materiales específicos para este tipo de construcciones, debido a que son muy simples y no demandan conocimiento muy específico.

Amenaza de nueva competencia: Existe alta amenaza de nueva competencia, ya que la inversión no es demasiado alta, (120\$ el m² de construcción), no existen regulaciones extras en esta industria por parte del

estado, el conocimiento no es nada complejo, no hay claros líderes de la industria; por lo tanto no existirían represalias por parte de la competencia.

Una vez analizada la industria vemos que la rivalidad, el poder de negociación del consumidor y los productos sustitutos son bajos. Esto demuestra que la industria es atractiva para entrar, a pesar de que exista una alta amenaza de nuevos competidores y neutro poder de negociación del proveedor (Anexo 6).

5. ANÁLISIS INTERNO Y COMPETITIVO

5.1 Recursos y capacidades

Concentración de espacios: Las bodegas mini personales ofrecerán una amplia variedad de espacios en el mismo sitio para cubrir las distintas necesidades de los clientes.

Variedad de espacios: Las bodegas mini personales ofrecerán variedad de espacio entre 10 m² por 3 de altura y 50 m² por 4 de altura

Ubicación: Las instalaciones de las bodegas serán en zonas industriales de la ciudad de Quito, donde los metros de construcción son menos costosos para montar las bodegas. Estarán un poco alejadas de la ciudad, como lo están las zonas industriales.

Seguridad: Las bodegas ofrecerán seguridad y guardianía las 24 horas del día. Además cada bodega tiene su puerta "lanfor" con candado y únicamente los arrendatarios tendrán acceso a sus respectivos espacios.

5.2 Competencia

Con respecto a la competencia, ninguna empresa ofrece en un solo sitio variedad de espacios. Las bodegas de personas naturales suelen ser una sola o máximo 2 por lugar donde las bodegas son generalmente del mismo tamaño y en el caso de que varíen de tamaño, esta variación no es significativa. Así mismo, las Bodegas Lñaquito cuentan con tamaños iguales para el escaso número de bodegas disponibles.

Ya que la ubicación de las bodegas no es un determinante , debido a que las bodegas no son visitadas por sus clientes con regularidad, y bodegas mini personales es la única que ofrece variedad de espacios en el mismo lugar, las variables sujetas a estudio son la seguridad que se ofrece ya que se está almacenando bienes ajenos con mucho valor para su cliente, y la variedad de espacios ya que esto tiene que ver con la disponibilidad del servicio en cuanto a la cantidad y el tamaño de las distintas bodegas.

Bodegas Lñaquito es una empresa que ofrece este servicio, en un edificio bastante seguro, en una zona comercial de la ciudad de Quito, sin embargo, no cuenta con gran cantidad de bodegas ni variedad de espacios debido al limitado tamaño que tiene su edificio. Las personas naturales que ofrecen este servicio, lo brindan en la bodega de sus casas particulares, por lo tanto, no tienen medidas de seguridad adecuadas para almacenar bienes ajenos, además, al tener apenas una o dos bodegas por casa, la variedad de espacios es casi nula.

Bodegas personales cuenta con las medidas de seguridad apropiadas, además de contar con gran cantidad de bodegas y tamaño de las mismas. (Anexo 7)

6. ANÁLISIS DAFO- OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Para el análisis de las bodegas mini personales, se hace un análisis interno de fortalezas para asociarlos con las oportunidades del ambiente externo, de igual manera, se analizan las debilidades internas para asociarlas con amenazas del ambiente externo.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Bodegas mini personales esta en la capacidad de ofrecer espacio se bodegaje personal.	Existe demanda insatisfecha en el mercado por espacios de bodegaje personal.	La empresa no tiene la capacidad de subir las barreras de entrada en la industria.	Las barreras de entrada a la industria son bajas debido a que no existen mayores requisitos para montar el tipo de negocio ni posibles represalias por parte de la competencia
Bodegas mini personales posee espacios con una buena variedad para las distintas	El mercado demanda variedad de tamaño de bodegas porque los clientes tienen distintas necesidades	No se cuenta con una ubicación central en la ciudad ya que las Bodegas mini

necesidades de los clientes	de espacios.	personales estarían ubicadas en una zona industrial-	
Bodegas mini personales ofrece un alto nivel de seguridad en sus instalaciones.	Las personas que estarían dispuestas a ocupar el servicio de bodegaje, requieren de altos niveles de seguridad para sus pertenencias	Los niveles de seguridad de las bodegas son altos pero no son complejos ni utilizan ningún tipo de tecnología para detección de riesgos	Los niveles de seguridad que ofrece bodegas mini personales serian fácilmente igualados y superados por sistemas tecnológicos de seguridad de fácil acceso.

Objetivos estratégicos:

Llegar al mercado objetivo, que son personas necesitadas de espacios personales de bodegaje, y obtener un 45% de participación con ese mercado objetivo dentro de los primeros 3 años de la creación de la empresa.

Al empezar a formar parte de la industria, consolidar una sociedad con el resto de competidores de la industria para alzar las barreras de entrada. Se tomarán acciones en cuanto al establecimiento de requisitos y necesidades técnicas del espacio de bodegaje para empresas que quisieran entrar en la industria. Además,

se harán seguimientos post-venta con los distintos clientes para determinar su satisfacción con el servicio ofrecido.

Suplir el 85% de las demandas de variedad de espacio del mercado objetivo.

Satisfacer las necesidades del mercado objetivo en cuanto a seguridad, desde que empiece la operatividad de la empresa en adelante.

Al segundo año de funcionamiento de la empresa, emplear sistemas tecnológicos de seguridad, como cámaras de seguridad y sistema biométrico de acceso, entre otros, para elevar y tecnificar el nivel de seguridad de las bodegas mini personales.

7. CONCEPTO ESTRATÉGICO

Bodegas mini personales proveerá del servicio de más alta calidad y mejor variedad del mercado a las personas que lo requieran.

Variedad de espacio: Bodegas mini personales ofrecerá una amplia variedad de espacio que busque siempre satisfacer las necesidades de su cliente.

Seguridad: Bodegas mini personales garantizará la buena conservación de los artículos depositados en sus espacios

Responsabilidad: Se respetará la absoluta privacidad de los clientes que utilicen los espacios de las bodegas mini personales, siempre y cuando, el cliente cumpla con las obligaciones que adquiere con la empresa y estos espacios no se utilicen para promover actividades que se encuentren fuera de la ley.

8. CONCEPTO DE PRODUCTO Y SERVICIO

En un inicio, para este plan de negocios, se pensaba ofrecer únicamente el servicio de bodegaje y los clientes se encargarían de transportar sus artículos personales hacia el espacio de bodegas.

Sin embargo; los potenciales clientes demandan también un servicio de transporte, para trasladar sus cosas hacia las bodegas y fuera de ellas, según lo que se requiera. Es por eso que se decidió implementar el transporte como parte del servicio que ofrecen las bodegas mini personales. De esta manera, al contratar el servicio de la empresa, el cliente ni siquiera tendría que visitar las bodegas, ya que la empresa estaría en capacidad de retirar los artículos a almacenar, transportarlos y devolverlos cuando y donde el cliente lo requiera.

9. EL MERCADO Y SUS PROYECCIONES

Las proyecciones para este mercado son difíciles de determinar. Esto se debe a que es un mercado emergente donde aún no existe una alta demanda por el servicio, por ende, no existe aún un mercado consolidado, e incluso, existe un bajo nivel de competencia. A pesar de estas condiciones, hay una creciente demanda de este servicio gracias a las tendencias mencionadas en el macro entorno. Estas, crean condiciones favorables para que la demanda por Bodegas Mini Personales, tenga una constante crecida.

10. PLAN DE INVERSIONES

Para la creación del negocio, se requiere un plan de inversiones el cual incluye lo siguiente.

INTEM	MONTO	OBSERVACIÓN
FORMACIÓN DE LA EMPRESA		
Terreno	\$ 100.000,00	Ubicado en Calderón, al norte de la ciudad de Quito (1000m2)
Construcción de bodegas	\$ 144.000,00	
Constitución de la empresa	\$ 3.000,00	Costo de tramites legales para la constitución de la empresa
SUB-TOTAL	\$ 247.000,00	
CAPITAL PARA OPERACIÓN		
Camión	\$ 30.000,00	Carga de 3 toneladas, marca Hino. Se utilizará para el servicio de transporte de artículos.
Fumigación	\$ 150,00	Costo de cada fumigación a realizarse 2 veces al año
SUB-TOTAL	\$ 30.150,00	
TOTAL	\$ 277.150,00	

- Los gastos de formación de la empresa, serán asumidos por los inversionistas en un 40%, el 60% restante será financiado por una entidad bancaria a un plazo de 5 años.
- El camión, será cancelado por parte de los inversionistas con un 30% de entrada y el resto, financiado a 3 años, directamente con la casa comercial, Mavesa.

11. APROVISIONAMIENTO DE INSUMOS

Gracias al tipo de negocio que es el de espacios de bodegaje, no existe mayor número de insumos para el correcto funcionamiento de la empresa.

En primer lugar, se necesita de una empresa de fumigación, que haga fumigaciones periódicas 2 veces al año.

Además se necesitará personal de carga y mudanza para el servicio de transporte de los artículos personales de los futuros clientes. Este personal será contratado por horas debido a que la necesidad de este personal será esporádica y dependerá de la demanda de ese servicio. Debido a que ese trabajo no requiere mayor especialización, se estima que ese tipo de mano de obra será fácil e inmediata al momento de conseguirla.

12. PLAN COMERCIAL

Plaza y Distribución:

Bodegas mini personales contará con su propio camión para ofrecer el servicio de transporte desde y hacia las bodegas. Debido a que el camión tendrá como única tarea, los trabajos que la empresa requiera, y que estos no son de alto tráfico, se empleará un sistema de organización simple, basado en un cronograma que se lo realizará al inicio de cada mes y se lo irá modificando según se lo requiera. El servicio de transporte se lo realizará únicamente con reservación previa para evitar conflictos con clientes.

Producto:

La empresa contará con 120 bodegas de entre 10 m² por 3 de altura y 50 m² por 4 de altura. Las bodegas son individuales y se cobrará un arriendo por el uso de las mismas.

También se ofrece el servicio de transporte con el respectivo personal de carga de artículos personales.

Precio:

El costo promedio del arriendo es de \$1200 según el tamaño de la bodega y este precio incluye el servicio de transporte.

Promoción:

El éxito de este plan comercial se basa en llegar al mercado objetivo. Para lograr esto, después de haber identificado el mencionado mercado, se accederá a bases de datos de ex alumnos de universidades e incluso colegios para poner a su entera disponibilidad el servicio de mini bodegas personales. Esto se debe a que son las personas que más probabilidades tienen de viajar a cursar estudios en el exterior y pueden demandar el servicio. También se ofrecerán los servicios en empresas medianas y pequeñas a través de redes sociales.

13. RECURSOS HUMANOS

Para hablar de un plan de recursos humanos, primero se dará un resumen de la estructura organizacional de la empresa y los diferentes puestos de la misma. El tipo de organigrama que se va a emplear en esta empresa es un organigrama del tipo funcional (ANEXO 8), donde se evidencia la estructura vertical de la empresa, con una clara cabeza y los niveles inferiores que acaten disposiciones y cumplan sus respectivas funciones.

La dirección general cumplirá con la función de administración general de la empresa. El asistente de gerencia dará soporte en labores administrativas y de control interno. El encargado de contabilidad se encargará de la parte contable y

legal de la empresa. La persona encargada de ventas será el vínculo entre la empresa y el cliente y se encargará de mantener al máximo la ocupación de las bodegas. El encargado de seguridad se encargará de mantener los bienes de los clientes lo más seguros posibles, advirtiendo de cualquier peligro que amenace la seguridad de dichos bienes.

Para empezar el plan de Recursos Humanos, se hará un reclutamiento por medio de anuncio en el periódico para el puesto de Asistente de gerencia, ya que es el puesto más exigente y para el que se requiere mayor capacitación. Un anuncio en el periódico atraerá gran cantidad de candidatos y así habrá una amplia muestra para escoger la persona indicada. De igual manera se procederá para el puesto de vendedor y contador a pesar de que no se requiere gran cantidad de candidatos. Para el puesto de encargado en seguridad, se lo reclutará por medio de referencias para llegar a un candidato recomendado por la misma gente del medio.

En cuanto a la selección, para el puesto de asistente de gerencia, se procederá con una entrevista, para conocer algo de la persona que desea el empleo; posteriormente se le hará una simulación, donde pueda estar en una situación lo más próxima a la realidad y tenga la oportunidad de demostrar liderazgo, tranquilidad y responsabilidad. Para el puesto de vendedor, contador y encargado de la seguridad, únicamente se utilizará la entrevista para determinar el tipo de capacidades de cada uno posee y si estarán o no a la altura del área donde se requerirán sus respectivos servicios.

Una vez seleccionado el asistente de gerencia, recibirá una capacitación intensiva por parte de la dirección general que durará 3 días, para designarle todas las tareas que deberá cumplir dentro de la organización y enseñarle cómo

hacerlo. Una vez cumplido ese periodo, el nuevo asistente de gerencia será controlado y monitoreado periódicamente y se le corregirán los errores que llegue a tener; esto por un periodo de 2 semanas. A partir de eso, trabajará por su cuenta. El encargado de la parte contable, recibirá una capacitación básica acerca de los números generales de la empresa e inmediatamente comenzará a ejercer su función. El vendedor recibirá una capacitación de un día, donde se le enseñará todos los servicios que la empresa ofrece a sus clientes. Al encargado de seguridad, se le enseñará la aérea a ser resguardada y comenzará a trabajar.

La inducción a la empresa será para todos los miembros de la organización, para que todos conozcan lo que busca la organización, y lo que se espera de cada uno de ellos, en cuanto a seguir la filosofía y objetivos generales..

14. PLAN FINANCIERO

El presente plan de negocio contiene una proyección financiera de 5 años a partir de que empiece el funcionamiento de la empresa. Para conocer la conveniencia del negocio y en base a las proyecciones mencionadas, se calculará el Valor Actual Neto (VAN) así como la Tasa Interna de Retorno (TIR).

INTEM	MONTO
FORMACIÓN DE LA EMPRESA	
Terreno	\$ 100.000,00
Construcción de bodegas	\$ 144.000,00
Constitución de la empresa	\$ 3.000,00
CAPITAL PARA OPERACIÓN	
Camión	\$ 30.000,00
Fumigación	\$ 150,00

COSTOS OPERATIVOS	
Costos Fijos	3800
Gastos Administrativos	600
Costos Variables	400
Renta de Bodega	1200
Capital de Trabajo	5000

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 72.000,00	\$ 90.000,00	\$ 105.600,00	\$ 114.000,00	\$ 138.000,00
Costos de ventas Variables		\$ (24.000,00)	\$ (30.000,00)	\$ (35.200,00)	\$ (38.000,00)	\$ (46.000,00)
Costos de ventas Fijos		\$ (4.100,00)	\$ (300,00)	\$ (300,00)	\$ (300,00)	\$ (300,00)
Gtos. administrativos		\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)
Depreciación vehículos		\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)
Depreciación de Obras físicas		\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)
Utilidad bruta		\$ 22.900,00	\$ 38.700,00	\$ 49.100,00	\$ 54.700,00	\$ 70.700,00
Participación trabajadores		\$ 3.435,00	\$ 5.805,00	\$ 7.365,00	\$ 8.205,00	\$ 10.605,00
impuestos		\$ 4.866,25	\$ 8.223,75	\$ 10.433,75	\$ 11.623,75	\$ 15.023,75
Utilidad Neta		\$ 31.201,25	\$ 52.728,75	\$ 66.898,75	\$ 74.528,75	\$ 96.328,75
Depreciación vehículos		\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Depreciación de Obras físicas		\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00
Terreno	\$ (100.000,00)					
Obras físicas	\$ (144.000,00)					
Intangibles	\$ (3.000,00)					
Vehículos	\$ (30.000,00)					
Capital de trabajo	\$ (5.000,00)					

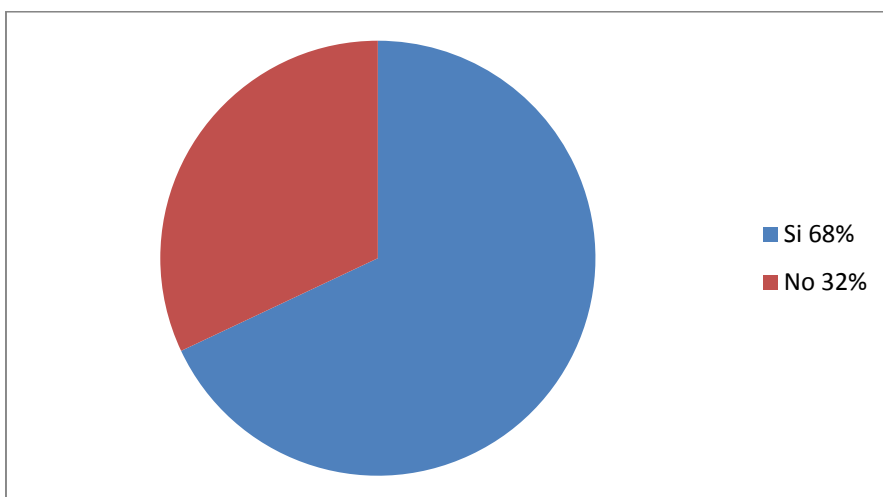
Flujo de efectivo	\$ (282.000,00)	\$ 51.601,25	\$ 73.128,75	\$ 87.298,75	\$ 94.928,75	\$ 116.728,75
--------------------------	-----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

VAN	\$ 28.253,04
TIR	13%

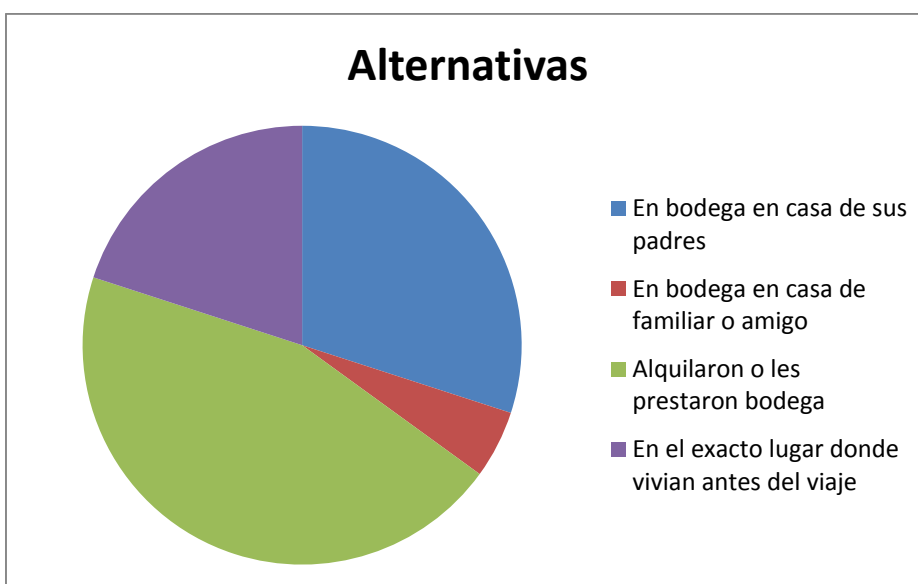
15. ANEXOS

Anexo 1:

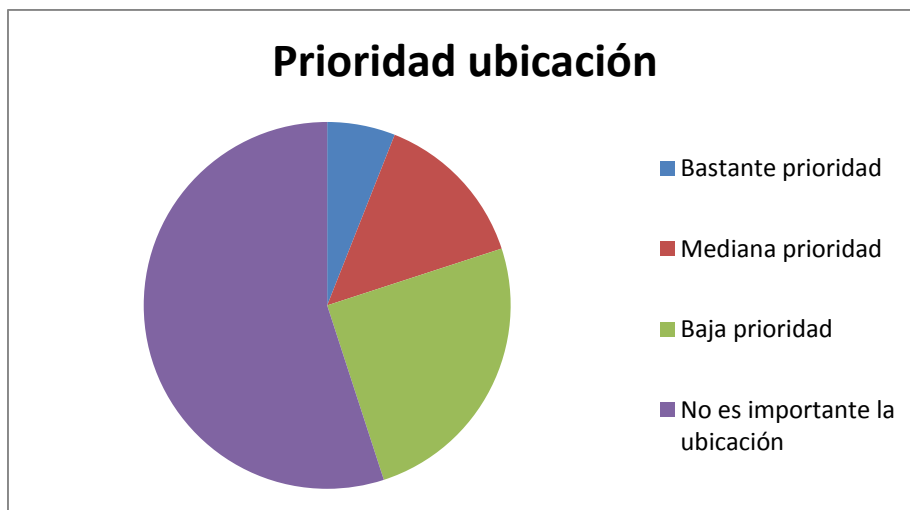
Necesidad de espacio



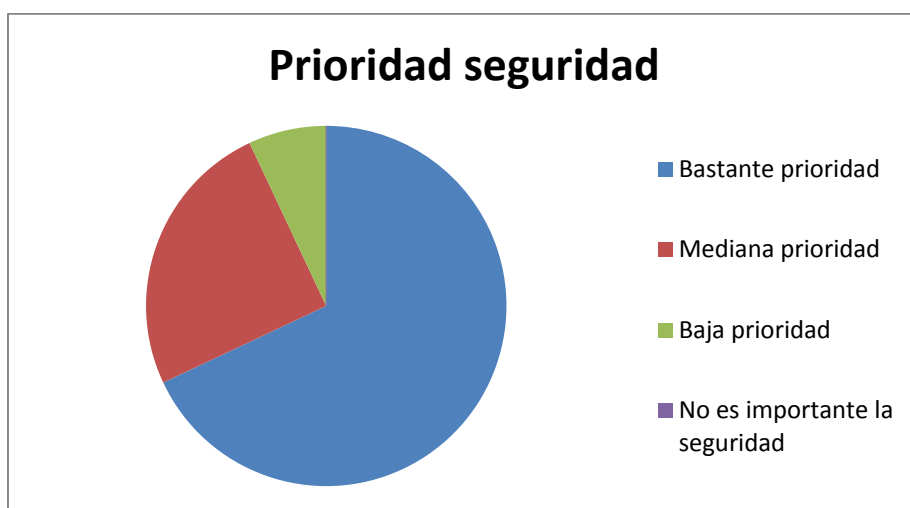
Anexo 2:



Anexo 3:



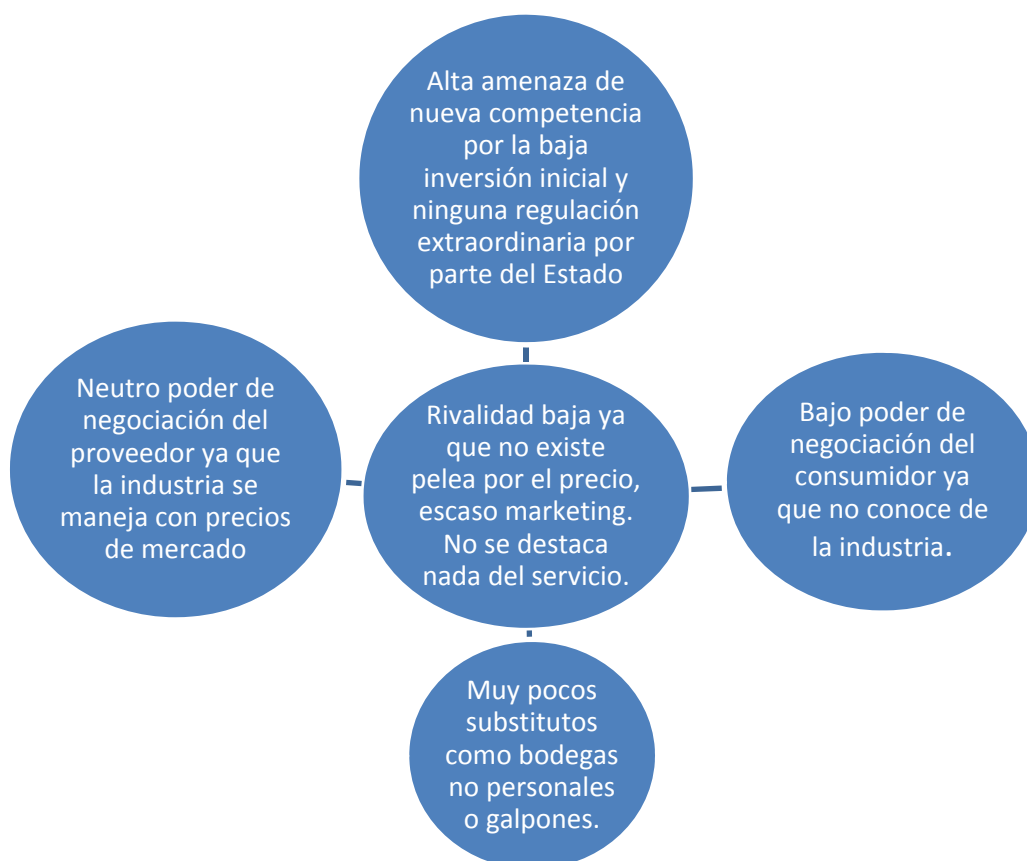
Anexo4



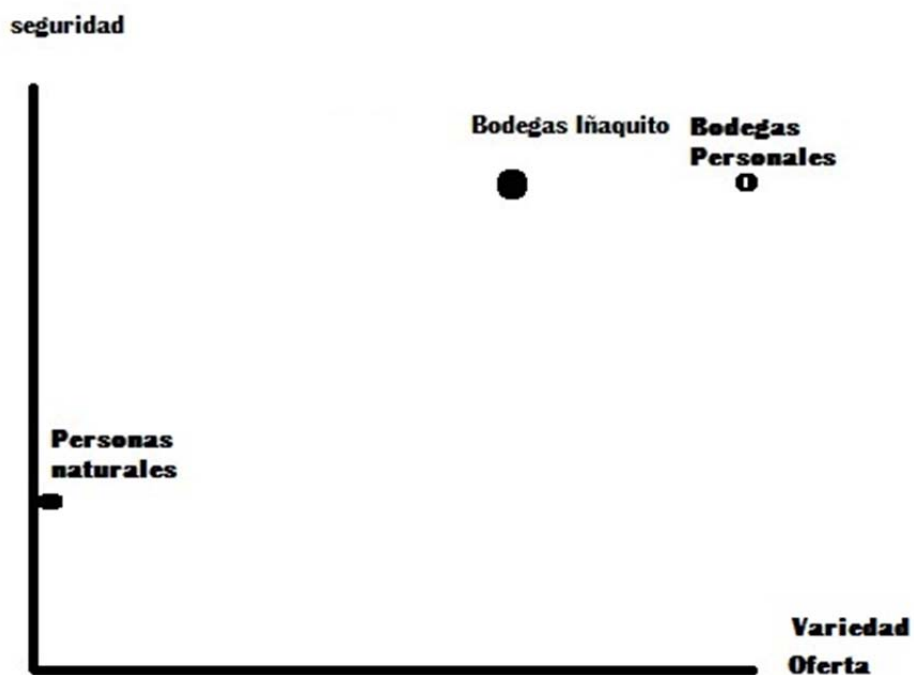
Anexo 5:



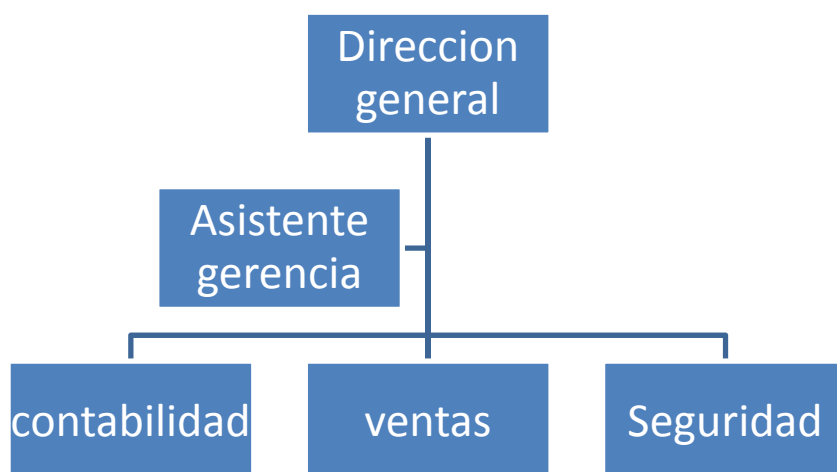
Anexo 6



Anexo 7



Anexo 8:



16. BIBLIOGRAFÍA

Villena, M(2010) Ecuador: oportunidades comerciales de materiales y acabados de la construcción.

Pertusa, A. (2008). Síndrome de acumulación compulsiva. Psychiatryonline.
Recuperado el 31 de enero de 2012 de www.psychiatryonline.org

(2011). Índice de Migración. Recuperado el 15 de Octubre de www.inec.com

(2011). Datos estadísticos de país. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012
de www.indexmundi.com

(2012). Claves para el desarrollo de una economía. Recuperado el 7 de
Septiembre de 2012 de www.ecuadorlibre.com