



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

#### **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS A DIESEL EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.**

**AUTORA:** Aldáz Torres Nelly Elizabeth

**DIRECTOR:** Dr. Fausto Lima Soto

Ibarra, Julio 2016

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio ha sido elaborado para poder determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel en la Ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, considerando los pasos metodológicos exigidos para el desarrollo del mismo, y los diferentes aspectos de análisis, teóricos, científicos, administrativos, financieros y contables que aporten al mejoramiento empresarial y dinamicen la economía del cantón.

La investigación de este proyecto inicio con la realización de un diagnóstico situacional, el cual se lo desarrolló con el uso de herramientas y técnicas de recolección de datos de acuerdo a las variables e indicadores establecidos. Siendo el objetivo conocer de manera más específica el área donde se va a desarrollar e implementar la empresa y las políticas empresariales existentes en el mercado.

Una vez realizado el estudio de mercado se pudo determinar la oferta y demanda existente en la ciudad de Tulcán con respecto a los repuestos automotrices para vehículos a diésel, y como punto más importante se pudo identificar la demanda insatisfecha, la cual representa para nosotros el mercado meta potencial al cual la empresa tendrá que satisfacer.

Luego de la realización y análisis de los respectivos estudios técnico y financiero, se llegó a determinar la viabilidad y sustentabilidad del proyecto por medio del uso de evaluadores financieros, también se logró identificar el valor que se necesita como capital de trabajo para arrancar con la implementación de la empresa, la inversión propia necesaria y la ayuda de financiamiento, y la estructura y análisis de los estados proforma proyectados.

Para concluir con este estudio se realizó el planteamiento de la metodología organizativa que poseerá el almacén, su filosofía institucional y su organigrama estructural y funcional; así como también el análisis de los impactos que generará la puesta en marcha de este proyecto.

El desarrollo de esta investigación contiene aspectos técnicos administrativos, financieros y contables que garantizan el normal funcionamiento de la empresa, dando resultados positivos en cuanto a la organización, planificación, así como también en la recuperación de la inversión determinando así la rentabilidad del proyecto.

## SUMMARY

This study has been prepared in order to determine the feasibility of creating a trading company of spare parts for diesel vehicles in the city of Tulcán, Carchi province, considering the methodological steps required for its development, and the various aspects of analysis, theoretical, scientific, administrative, financial and accounting that contribute to business improvement and revitalize the economy of the country.

This research project start conducting a situational analysis, which was developed with the use of tools and techniques of data collection according to the variables and indicators. The objective being to know more specifically the area where it will develop and implement the existing business enterprise and market policies.

Once the market research done could be determined supply and demand in the city of Tulcán regarding auto parts for diesel vehicles, and the most important point was identified unmet demand, which represents for us the market target potential at which the company will have to meet.

After the completion and analysis of the respective technical and financial studies, it was to determine the road and sustainability of the project through the use of financial evaluators will also be able to identify the value that is needed as working capital to start with implementation company, the investment itself and necessary funding support, and the structure and analysis of projected pro forma statements.

To conclude this study the approach of the organizational methodology that will own the store, its institutional philosophy and its structural and functional organization was conducted; as well as analysis of the impacts that will generate the implementation of this project.

The development of this research contains administrative, technical, financial and accounting aspects that guarantee the normal operation of the company, yielding positive results in terms of organization, planning, as well as the payback thus determining the profitability of the project.

## AUTORÍA

Yo, ALDÁZ TORRES NELLY ELIZABETH, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100333577-3 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS A DIESEL EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y , se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, Julio del 2016



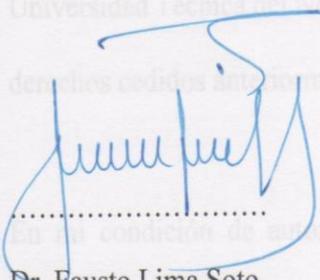
Nelly Elizabeth Aldáz Torres

C.I.: 100333577-3

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Aldáz Torres Nelly Elizabeth, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS A DIÉSEL EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Julio del 2016



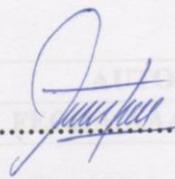
Dr. Fausto Lima Soto

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Nelly Aldáz, con cédula de ciudadanía N° 100333577-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS A DIÉSEL EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma:..........

**Autora:** Nelly Aldáz

**C.I.:** 100333577-3

Ibarra, Julio de 2016

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**  
**TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100333577-3		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Aldáz Torres Nelly Elizabeth		
<b>DIRECCIÓN:</b>	El Olivo Bajo carrera Nelson Dávila N° 2-41		
<b>E-MAIL:</b>	elydiver_at3@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062955-941	<b>MÓVIL:</b>	0989171811
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO DE LA OBRA:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS A DIÉSEL EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”,		
<b>AUTORA:</b>	Nelly Elizabeth Aldáz Torres		
<b>FECHA:AAAAMMDD</b>	2016/07		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>	PROGRAMA: PREGRADO		
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.		
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	DR. FAUSTO LIMA SOTO		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Nelly Elizabeth Aldáz Torres, con cédula de ciudadanía Nro. 100333577-3 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, Julio de 2016

LA AUTORA:



-----

Nelly Elizabeth Aldáz Torres

C.C. 100333577-3

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

*El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios por ser mi motor y regalarme la vida y la oportunidad de estar aquí.*

*Con mucho cariño lo dedico a mis pequeños hijos Felipe y Sebastián, mi razón de vivir y sonreír cada día, la fuente de motivación, superación e inspiración para cumplir con mis metas y objetivos.*

*Nelly.*

## AGRADECIMIENTO

*Al culminar esta etapa de mi vida quiero expresar mi más sincero agradecimiento primeramente a Dios por haber sido mi guía y por haberme dado la oportunidad de concluir mi formación académica con éxito.*

*A mi familia, quien ha sabido brindarme su total confianza, tiempo y apoyo, y de manera muy especial a mi madre por todo el tiempo que me ha regalado y por estar para mí cada vez que la necesite y a mi amado esposo por su amor y comprensión de manera incondicional en todo momento.*

*A la Universidad Técnica del Norte por haber sido mi casa de estudios durante estos años, en especial a mi querida facultad FACAE y a todos sus docentes quienes me brindaron la oportunidad de prepararme académicamente y me regalaron sus valiosos conocimientos y experiencias.*

*A mi director de tesis el Doctor Fausto Lima Soto por su tiempo invertido en mi trabajo, su dirección y paciencia para poder elaborar mi tesis.*

*Nelly.*

## ÍNDICE GENERAL

TEMAS	PÁGINAS
RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xx
PRESENTACIÓN.....	xxii
INTRODUCCIÓN .....	xxv
JUSTIFICACIÓN .....	xxvi
OBJETIVOS .....	xxviii
OBJETIVO GENERAL.....	xxviii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	xxviii
CAPÍTULO I .....	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	30
Antecedentes .....	30
Objetivos del diagnóstico.....	31
Objetivo general. ....	31
Objetivos específicos. ....	31
Variables diagnósticas .....	32
Indicadores .....	32

Aspecto político legal. ....	32
Aspecto económico. ....	33
Aspecto geográfico. ....	33
Aspecto social. ....	33
Matriz de relación diagnóstica .....	34
Mecánica operativa .....	35
Identificación de la población. ....	35
Identificación de la muestra. ....	35
Diseño de instrumentos de investigación.....	37
Información primaria. ....	37
Información secundaria.....	38
Análisis e interpretación de resultados .....	39
Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Tulcán .....	39
Análisis de las variables diagnósticas. ....	48
Construcción matriz AOOD.....	54
Identificación del problema diagnóstico .....	55
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>57</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>57</b>
La empresa .....	57
Definición, objetivos e importancia de la empresa. ....	57
Marco legal para el establecimiento de las empresas. ....	58
Administración de empresas .....	59
Proceso administrativo.....	59
Repuestos automotrices .....	60
Definición vehículos a diésel. ....	60
Partes automotoras vehículos línea diésel.....	61
Marcas. ....	71
Comercialización .....	74
Canales de distribución. ....	75
Marketing. ....	75
Estudio de mercado.....	78
Segmento de mercado. ....	78
La oferta. ....	78
La demanda. ....	79

Estudio económico.....	79
Contabilidad. ....	79
Presupuesto. ....	79
Inversión. ....	80
Gastos pre-operativos.....	80
Capital de trabajo. ....	81
Estados financieros. ....	81
Evaluadores financieros .....	83
Valor actual neto (VAN).....	83
Tasa interna de retorno (TIR). ....	83
Período de recuperación del capital. ....	84
Relación costo-beneficio.....	84
Punto de equilibrio.....	84
CAPÍTULO III.....	85
ESTUDIO DE MERCADO .....	85
Introducción .....	85
Objetivos del estudio de mercado .....	85
Objetivo general. ....	85
Objetivos específicos. ....	85
Variables e indicadores .....	86
Variables. ....	86
Indicadores. ....	86
Matriz de investigación de mercados.....	88
Mecánica operativa .....	89
Identificación de la población.....	89
Cálculo de la muestra.....	89
Análisis de la investigación. ....	90
Análisis de proveedores. ....	101
Identificación del producto. ....	102
Mercado meta. ....	102
Análisis de la demanda .....	103
Demanda actual. ....	103
Proyección de la demanda. ....	104
Análisis de la oferta .....	105

Oferta actual. ....	106
Proyección de la oferta.....	107
Balance oferta – demanda.....	108
Análisis y determinación de los precios.....	109
Demanda potencial.....	112
Conclusiones del estudio.....	112
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>114</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>114</b>
Localización del proyecto .....	114
Macro localización.....	114
Micro localización. ....	115
Ingeniería del proyecto .....	116
Distribución de la planta. ....	116
Diagrama de flujo de actividades.....	119
Presupuesto técnico.....	121
Inversión fija. ....	122
Inversión variable.....	123
Inversión diferida. ....	128
Capital de trabajo del proyecto .....	129
Tamaño del proyecto.....	130
Mercado. ....	130
Disponibilidad de repuestos.....	131
Financiamiento. ....	131
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>132</b>
<b>ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....</b>	<b>132</b>
Presupuestos .....	132
Ingresos proyectados.....	132
Egresos. ....	135
Estados financieros proforma .....	147
Balance de arranque.....	147
Estado de resultados proyectado.....	148
Flujo de caja proyectado.....	149
Evaluación financiera.....	149
Determinación de la tasa de rendimiento medio.....	149

Cálculo del valor actual neto.....	150
Cálculo de la tasa interna de retorno.....	151
Período de recuperación de la inversión.....	152
Relación beneficio – costo.....	153
Tasa de Rendimiento Beneficio-Costo .....	154
Punto de equilibrio.....	154
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>156</b>
<b>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....</b>	<b>156</b>
La empresa .....	156
Nombre o razón social de la empresa.....	156
Logotipo.....	156
Base legal para su funcionamiento.....	157
Permiso para funcionamiento.....	157
Conformación de socios.....	158
Filosofía institucional.....	159
Misión.....	159
Visión.....	159
Políticas institucionales.....	159
Valores corporativos.....	160
Organigrama estructural.....	161
Organigrama funcional .....	162
Nivel Legislativo: JUNTA GENERAL DE SOCIOS.....	162
Nivel Ejecutivo: GERENTE.....	163
Nivel Auxiliar: CONTADORA .....	164
Nivel Operativo: VENDEDOR.....	166
Nivel Operativo: SECRETARIA.....	166
Control interno de la empresa comercializadora .....	167
Control Interno Administrativo.....	167
Control interno financiero.....	173
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>174</b>
<b>IMPACTOS .....</b>	<b>174</b>
Evaluación de impactos .....	174
Impacto socioeconómico .....	175
Impacto comercial.....	175

Impacto empresarial.....	177
Impacto educativo.....	178
Impacto ambiental.....	179
Resumen general de impactos.....	180
CONCLUSIONES.....	181
RECOMENDACIONES.....	183
ANEXOS.....	187
ANEXO 1:.....	188
ANEXO 2:.....	191
ANEXO 3: MATRIZ CONTROL INTERNO.....	194
ANEXO 4:.....	197
ANEXO 5:.....	198
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	184
BLIBLIOGRAFÍA.....	184

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz de Relación Diagnóstica.....	34
Cuadro 2: Proyección de la Población de Tulcán .....	35
Cuadro 3: Género.....	39
Cuadro 4: Edad .....	39
Cuadro 5: Nivel de instrucción .....	39
Cuadro 6: Empleo .....	40
Cuadro 7: Posibilidades de salir adelante .....	41
Cuadro 8: Actividad que genera mayores ingresos.....	42
Cuadro 9: Actividad empresarial en Tulcán .....	43
Cuadro 10: Actividad comercial más afectada .....	44
Cuadro 11: Conocimiento de nuevas políticas.....	45
Cuadro 12: Beneficios por la creación de la canasta transfronteriza .....	46
Cuadro 13: Propuestas para mejorar la situación crítica del cantón .....	47
Cuadro 14: Matriz AOOR.....	55
Cuadro 15: Procedimiento para establecer una empresa .....	58
Cuadro 16: Proceso Administrativo.....	60
Cuadro 17: Canales de Distribución .....	75
Cuadro 18: Matriz de Investigación de Mercados .....	88
Cuadro 19: Número de Vehículos matriculados en la Provincia del Carchi 2014 .....	89
Cuadro 20: Marcas de vehículo con mayor frecuencia.....	91
Cuadro 21: Línea de trabajo.....	92
Cuadro 22: Repuestos más solicitados.....	93
Cuadro 23: Factores que influyen momento de compra .....	94
Cuadro 24: Frecuencia mantenimiento de vehículo.....	95
Cuadro 25: Factores que influyen en el cliente.....	96
Cuadro 26: Importancia de dar asesoramiento.....	97
Cuadro 27: Preferencia en repuestos.....	98
Cuadro 28: Lugar de preferencia .....	99
Cuadro 29: Aceptación nuevo almacén .....	100
Cuadro 30: Número de personas demandantes según tipo de repuestos .....	103
Cuadro 31: Número de personas según tiempo de consumo .....	103
Cuadro 32: Demanda potencial.....	104

Cuadro 33: Proyección de la demanda en la localidad .....	105
Cuadro 34: Entrevista .....	106
Cuadro 35: Entrevista .....	107
Cuadro 36: Oferta actual promedio.....	107
Cuadro 37: Proyección oferta de repuestos en la localidad .....	108
Cuadro 38: Demanda insatisfecha .....	109
Cuadro 39: Precios estimados .....	109
Cuadro 40: Proyección de precios .....	111
Cuadro 41: Demanda potencial a satisfacer .....	112
Cuadro 42: Simbología de flujogramas .....	119
Cuadro 43: Proceso de compra de repuestos .....	120
Cuadro 44: Proceso de venta directa.....	121
Cuadro 45: Muebles y enseres .....	122
Cuadro 46: Equipos de computación .....	123
Cuadro 47: Resumen inversión fija.....	123
Cuadro 48: Compra materia prima .....	123
Cuadro 49: Sueldos y salarios gerente .....	125
Cuadro 50: Sueldos y salarios secretaria-contadora .....	126
Cuadro 51: Arriendo local comercial.....	126
Cuadro 52: Suministros de oficina.....	126
Cuadro 53: Servicios básicos .....	127
Cuadro 54: Gastos depreciación .....	127
Cuadro 55: Gastos de amortización .....	127
Cuadro 56: Sueldos y salarios vendedor.....	128
Cuadro 57: Gasto publicidad .....	128
Cuadro 58: Gastos de constitución .....	129
Cuadro 59: Capital de trabajo .....	129
Cuadro 60: Porcentaje a satisfacer demanda insatisfecha.....	131
Cuadro 61: INVERSIÓN PRE OPERACIONAL.....	131
Cuadro 62: Ingresos proyectados .....	132
Cuadro 63: Costo de venta.....	136
Cuadro 64: Historial salario básico unificado.....	139
Cuadro 65: Sueldos y salarios gerente .....	140
Cuadro 66: Sueldos y salarios secretaria-contadora .....	140

Cuadro 67: Gasto arriendo .....	141
Cuadro 68: Gastos servicios básicos.....	141
Cuadro 69: Suministros de oficina.....	142
Cuadro 70: Depreciaciones .....	142
Cuadro 71: Depreciaciones .....	143
Cuadro 72: Total gastos administrativos.....	143
Cuadro 73: Sueldos y salarios vendedor.....	144
Cuadro 74: Gastos publicidad.....	144
Cuadro 75: Total gasto de venta .....	145
Cuadro 76: Tabla de amortización.....	145
Cuadro 77: Gastos financieros .....	147
Cuadro 78: Balance de arranque .....	147
Cuadro 79: Estado de resultados.....	148
Cuadro 80: Flujo de caja.....	149
Cuadro 81: Costo de capital.....	150
Cuadro 82: Flujos netos actualizados .....	151
Cuadro 83: Tasa interna de retorno.....	152
Cuadro 84: Período de recuperación de la inversión .....	153
Cuadro 85: Beneficio/Costo.....	153
Cuadro 86: Organigrama estructural.....	161
Cuadro 87: Matriz de impactos.....	174
Cuadro 88: Impacto socioeconómico.....	175
Cuadro 89: Impacto comercial.....	176
Cuadro 90: Impacto empresarial.....	177
Cuadro 91: Impacto educativo .....	178
Cuadro 92: Impacto ambiental.....	179
Cuadro 93: Resumen general de impactos.....	180

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Empleo.....	40
Gráfico 2: Posibilidades de salir adelante.....	41
Gráfico 3: Actividad que genera mayores ingresos.....	42
Gráfico 4: Actividad empresarial en Tulcán.....	43
Gráfico 5: Actividad comercial más afectada.....	44
Gráfico 6: Conocimiento de nuevas políticas.....	45
Gráfico 7: Beneficios por la creación de la canasta transfronteriza.....	46
Gráfico 8: Propuestas para mejorar la situación crítica del cantón.....	47
Gráfico 9: Estructura de la Población Económicamente Activa.....	50
Gráfico 10: Recaudación por distrito aduanero.....	51
Gráfico 11: Principales exportaciones.....	52
Gráfico 12: Mapa Cantón Tulcán.....	53
Gráfico 13: División Parroquial del cantón Tulcán.....	54
Gráfico 14: Caja de Cambios.....	62
Gráfico 15: Motor.....	63
Gráfico 16: Sistema de Transmisión.....	64
Gráfico 17: Sistema de Suspensión.....	65
Gráfico 18: Sistema de Frenos.....	67
Gráfico 19: Sistema de Dirección.....	68
Gráfico 20: Sistema de Refrigeración.....	70
Gráfico 21: Marcas de vehículo con mayor frecuencia.....	91
Gráfico 22]: Líneas de trabajo.....	92
Gráfico 23: Repuestos más solicitados.....	93
Gráfico 24: Factores que influyen momento de compra.....	94
Gráfico 25: Frecuencia mantenimiento de vehículo.....	95
Gráfico 26: Factores que influyen en el cliente.....	96
Gráfico 27: Importancia de dar asesoramiento.....	97
Gráfico 28: Preferencia en repuestos.....	98
Gráfico 29: Lugar de preferencia.....	99
Gráfico 30: Aceptación nuevo almacén.....	100
Gráfico 31: Mapa de macro localización de Tulcán.....	115
Gráfico 32: Mapa de micro localización.....	116

Gráfico 33: Diseño de las instalaciones .....	118
Gráfico 34: LOGOTIPO .....	156

## PRESENTACIÓN

El presente estudio se lo realiza para determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel en la ciudad de Tulcán; y de esta manera aportar un poco al desarrollo de la matriz productiva del Ecuador. Cuenta con siete capítulos, mismos que se realizarán tomando en consideración, los pasos del procedimiento metodológico que se exige para la elaboración de proyectos económicos productivos.

Primero se iniciará realizando un diagnóstico situacional para conocer el ámbito en el que se va a desarrollar nuestro estudio, por medio de la recolección de datos tener una idea de la situación actual y sobre todo de la aceptación en el mercado que tendrá nuestro producto. Se aplicará la investigación de campo, bibliográfica y documental para poder determinar los aspectos que afecten o beneficien a la creación de la empresa tanto internos como externos mediante el estudio de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos. Este primer capítulo inicia con un diagnóstico situacional, objetivos, variables, e indicadores, y gráficos acerca de la investigación, contenidos que nos servirán de base para el desarrollo del proyecto, además permite conocer el nivel comercial que posee la ciudad de Tulcán.

El marco teórico abarcará todas las bases teóricas necesarias que sustenten la creación de la empresa. En este capítulo se establece toda la información científica del tema de investigación, mediante el apoyo de la teoría básica, conceptos, y principios que se relacionan directamente con el proyecto. Se fundamentará con información que enriquezca los conocimientos acerca de contabilidad, economía, finanzas y administración. Esta información se la obtendrá de libros, revistas e internet mediante la utilización de fichas bibliográficas y nemotécnicas que permiten una mejor comprensión y análisis.

En el estudio de mercado se analizarán variables importantes como son la oferta y demanda que permitirán encontrar la demanda potencial en la que nos enfocaremos. Para lo cual se

emplearán encuestas a una muestra de la población determinada a la cual esta direccionado este proyecto; con esto se podrá obtener datos reales de la oferta, demanda, demanda insatisfecha, mercado meta y proyección de precios; para así determinar si es o no factible el desarrollo del proyecto.

En el cuarto capítulo se desarrollará el estudio técnico en el cual estableceremos una propuesta que permita la comercialización óptima de los repuestos en la ciudad de Tulcán. La realización de este estudio determinará el tamaño, macro y micro localización, canales de distribución, características físicas de la planta, cobertura de la demanda potencial insatisfecha y sobre todo se dará a conocer el presupuesto técnico necesario. Se lo desarrollará con el apoyo de especialistas en el tema, los cuales proporcionarán información acerca de cómo se debe diseñar las instalaciones de una empresa, detallando claramente la distribución con un flujograma de procesos, con el fin de optimizar el espacio y alcanzar los mejores resultados para la creación de la misma.

El Quinto capítulo será el estudio financiero donde por medio de instrumentos de evaluación financiera podremos establecer la viabilidad y sustentabilidad del proyecto. Se determinará el capital necesario para la realización del proyecto, las fuentes de financiamiento, se estimará costos, gastos e ingresos para proceder a la realización de los estados financieros necesarios y la determinación del punto de equilibrio, se realizará el análisis de factibilidad a través del cálculo de la tasa interna de retorno y del valor actual neto.

El sexto capítulo determina la estructura organizacional con la que contará la empresa, formándose la misión, visión, objetivos, estrategias, organigrama y manual de funciones. Se determinará el tipo de empresa, con el fin de que se dé a conocer y se lleve a cabo, bajo los parámetros establecidos dentro de la legislación vigente.

Finalmente en el séptimo capítulo se analizarán los posibles impactos que generará el desarrollo del proyecto, viendo los efectos positivos o negativos y mitigarlos en caso de ser perjudiciales. En esta parte se hará énfasis a los beneficios y también los perjuicios que se producen al poner en práctica el presente proyecto.

## INTRODUCCIÓN

La creación de una empresa que comercie repuestos para vehículos a diésel en la ciudad de Tulcán, se presenta por la necesidad existente en este mercado de poseer un almacén de este tipo, que aparte de generar una rentabilidad para sus socios también genera riqueza para el Estado Ecuatoriano y ayuda al crecimiento de la matriz productiva.

La ciudad de Tulcán ha sido considerado nuestro nicho de mercado para el desarrollo de este almacén porque, actualmente no existe mucha competencia, y que, a pesar de que se la ha considerado como zona deprimida para el comercio y otras actividades económicas, las políticas y facilidades que ha ofertado el actual gobierno para dinamizar su economía la hacen tentadora y viable para desarrollar un proyecto de factibilidad como el que se plantea a continuación.

El principal producto que nuestra empresa desea ofertar será los repuestos originales para vehículos a diésel y todos los accesorios necesarios para su correcto funcionamiento, como son los repuestos para sistema de frenos, sistema de dirección, sistema de suspensión, sistema de transmisión y reparaciones totales para caja y motor.

A través del desarrollo y análisis de cada uno de los puntos establecidos para este estudio se ha llegado a conocer el área donde se desea crear la empresa, las fuentes de financiamiento más aceptables, los mejores proveedores, los posibles consumidores, la organización empresarial ideal, la planificación estratégica, los estados financieros proyectados con sus respectivos evaluadores, y los impactos que generará la puesta en marcha del mismo.

## JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de factibilidad se justifica porque de resultar viable y ponerse en marcha, la sociedad de Tulcán tendría la satisfacción de poder encontrar en un solo lugar todo lo que necesitan para su camión. La realización de este estudio nace de la oportunidad que se presenta en el cantón, existe un mercado meta potencial que actualmente se encuentra desatendido, en el cual se puede instaurar este negocio y así aportar con lo que establece el Plan Nacional del Buen Vivir en su objetivo número 10:

**IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ PRODUCTIVA:** Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistemática, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, pág.291).

Este emprendimiento generará un aporte a la matriz productiva en el momento que se realicen los pagos de impuestos y tributos al Estado que por ley están establecidos y se encuentran vigentes. También con el impulso que se debe dar a los socios para que éstos inviertan sus recursos privados en este proyecto.

La ciudad de Tulcán con la intervención de este estudio resultará beneficiada, su oferta crecerá y por ende la demanda será satisfecha de mejor manera generando rentabilidad y crecimiento económico. La sociedad tendrá la satisfacción de poder encontrar en un solo lugar todo lo que necesitan para su camión. Los habitantes en Tulcán ya no perderán tiempo y dinero

esperando días por un repuesto, sino por el contrario un cliente satisfecho sirve como medio de comunicación para captar más clientes.

Por otro lado los vecinos colombianos encontrarían su repuesto en un lugar más cercano que a pesar de tener que cambiar sus pesos por los dólares le resulta más eficiente debido al tiempo que ahorran y la garantía de contar con un repuesto original.

Con la realización de este estudio también se ponen en marcha los conocimientos adquiridos en toda una carrera universitaria, las experiencias vividas y los retos alcanzados. Se necesitan conocimientos acordes a economía, contabilidad, costos, financiamiento y gerencia; los cuales tendrán que ser puestos en marcha de una manera inteligente y óptima para lograr el éxito de este proyecto.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos para carros a diésel en la ciudad de Tulcán provincia del Carchi, mediante el uso de herramientas y métodos de investigación, con la finalidad de determinar si el proyecto es viable o no.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Realizar un diagnóstico situacional, mediante el estudio de aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos para conocer aspectos que afecten o beneficien al proyecto.
2. Estructurar el marco teórico-científico, por medio de la recolección de información bibliográfica apropiada y actualizada, que sustente la creación de la empresa comercializadora de repuestos.
3. Realizar un estudio de mercado, basado en la situación actual de la oferta y la demanda de la ciudad de Tulcán de productos iguales o sustitutos, para identificar de esta manera la potencial demanda a satisfacer.
4. Diseñar el estudio técnico mediante el uso de técnicas e instrumentos de proyección financiera, para establecer la localización, tamaño e ingeniería del proyecto.
5. Realizar el estudio económico para determinar la rentabilidad económica y financiera del proyecto, utilizando diferentes evaluadores tales como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Beneficio-Costo, Período de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio.
6. Diseñar la estructura administrativa con la que contará la empresa comercializadora de repuestos para su correcto funcionamiento, con la finalidad de determinar las diferentes

dependencias, funciones, objetivos y políticas de la organización, mediante la realización de organigramas y manual de funciones.

7. Analizar los principales impactos que generará la realización del proyecto en los diferentes ámbitos como son legal, social, comercial y económico, a través de la matriz general de impactos, con la finalidad de potenciar los posibles efectos positivos y mitigar los negativos.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 Antecedentes**

Tulcán ciudad fronteriza, ubicada al norte del país es el centro de la infraestructura de servicios del Carchi. Su principal actividad económica es la agropecuaria y en segundo plano se encuentra el comercio al por mayor y menor. A pesar de no ser una ciudad muy grande tiene la ventaja de recibir a sus vecinos colombianos quienes buscan productos que en su país no encuentran, dinamizando así el comercio en esta ciudad.

Actualmente con la crisis que está viviendo Colombia al tener su moneda nacional altamente devaluada, hace que su comercio sea muy tentador para todos los ecuatorianos, lo que provocó que Tulcán se vea perjudicado en su comercio, porque los ecuatorianos prefieren cruzar la frontera y comprar todos sus productos de primera necesidad como también tecnología en el vecino país. Pero al hablar de la rama de repuestos para vehículos a diésel no se mostró dicho perjuicio, porque al contrario existen repuestos originales que sólo aquí en el Ecuador se puede conseguir y a precios favorables.

Cuenta con un amplio parque automotor, dentro del cual un porcentaje considerable son de línea diésel. El problema que se aborda en el presente estudio es el descontento que se puede evidenciar en más de la mitad de las personas que poseen un vehículo a diésel con relación al servicio prestado por las mecánicas y almacenes que expenden repuestos en esta ciudad.

Existen varios factores que derivan en este problema, entre ellos tenemos la pérdida de tiempo que experimenta el cliente al realizar la búsqueda de su repuesto en esta ciudad sin tener una respuesta favorable motivo por el cual decide salir de la provincia en búsqueda de mejores

alternativas. Otro factor muy importante es la pérdida de dinero que surge cuando el cliente mantiene su vehículo parado por varios días sin poder trabajar, debido a que el repuesto solicitado no existe en la actual oferta de los almacenes de Tulcán y tiene que esperar a que lo suplan. Cuando el cliente corre con mejor suerte y encuentra el repuesto solicitado dentro de la ciudad tiene que pagar costos más altos de lo normal, porque en Tulcán son escasos los almacenes que brindan este servicio, volviéndose en una especie de monopolio donde no existe una competencia que regule los precios.

Si hablamos de nuestros vecinos colombianos es otro factor importante que podemos analizar al realizar este estudio, ya que a pesar de que en la actualidad la empresa multinacional Hino está ensamblando sus carros en Colombia, en este lugar no se consiguen repuestos originales. Razón por la cual deciden cruzar la frontera hacia nuestro país Ecuador, específicamente a la provincia del Carchi en busca de una mejor solución encontrándose con la problemática antes descrita.

## **1.2 Objetivos del diagnóstico**

### **2.2.2 Objetivo general.**

Realizar un diagnóstico situacional estratégico externo, mediante el estudio de aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos para conocer aspectos que afecten o beneficien al proyecto de creación de la empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel en la ciudad de Tulcán.

### **2.2.3 Objetivos específicos.**

**1.2.1.1** Determinar antecedentes socio-demográficos, políticos y económicos del área donde se va a desarrollar el proyecto.

**1.2.1.2** Conocer la normativa legal vigente que permita crear la empresa comercializadora de repuestos para vehículos de línea diésel.

**1.2.1.3** Identificar los sistemas de comercialización existentes en la ciudad de Tulcán.

**1.2.1.4** Construir la matriz AOOD para conocer los aspectos que beneficien al desarrollo del proyecto.

### **1.3 Variables diagnósticas**

**1.3.1** Aspecto Político-legal

**1.3.2** Aspecto Económico

**1.3.3** Aspecto Geográfico

**1.3.4** Aspecto Social

### **1.4 Indicadores**

Los indicadores son mecanismos que permiten identificar, analizar y determinar cada una de las variables, de una manera precisa y efectiva.

#### **2.2.4 Aspecto político legal.**

**1.4.1.1** Leyes y Normas

**1.4.1.2** Reglamentos

## **2.2.5 Aspecto económico.**

**1.4.1.3** Población Económicamente Activa (PEA)

**1.4.1.4** Principales actividades económicas

**1.4.1.5** Participación en la actividad Económica

**1.4.1.6** Situación del comercio exterior

**1.4.1.7** Actividad empresarial en Tulcán

## **2.2.6 Aspecto geográfico.**

**1.4.1.8** Ubicación

**1.4.1.9** División Política

**1.4.1.10** Límites

## **2.2.7 Aspecto social.**

**1.4.1.11** Nivel de pobreza de los ciudadanos

**1.4.1.12** Nivel de escolaridad y analfabetismo.

## 1.5 Matriz de relación diagnóstica

*Cuadro 1: Matriz de Relación Diagnóstica*

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>FUENTE</b>
Evaluar el entorno legal en el que se va a desarrollar la empresa.	POLÍTICO – LEGAL	- Leyes y Normas	Documental	Libros
		- Reglamentos	Documental	Internet
Analizar los factores e indicadores socioeconómicos de la ciudad de Tulcán para poder conocer aspectos relevantes que influyan en la creación de la empresa.	ECONÓMICO	- PEA	Documental	Internet
		- Principales actividades económicas	Encuesta	Primaria
		- Participación en la actividad Económica	Encuesta	Primaria
		- Situación del comercio exterior	Entrevista	Expertos
		- Actividad empresarial en Tulcán	Encuesta	Expertos
Investigar aspectos geográficos de la ciudad de Tulcán, para conocer la ubicación exacta donde se desarrollará la empresa.	GEOGRÁFICO	- Ubicación	Observación Directa	Primaria
		- División Política	Documental	Internet
		- Límites	Documental	Libros
Analizar los impactos positivos y negativos que conlleva la creación de la empresa comercializadora en la sociedad de Tulcán.	SOCIAL	- Nivel de pobreza de los ciudadanos	Documental	Internet
		- Nivel de escolaridad y	Encuesta	Primaria
		analfabetismo.	Observación Directa	Primaria

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

## 1.6 Mecánica operativa

### 1.6.1 Identificación de la población.

La población del cantón Tulcán provincia del Carchi es de 86.498 habitantes según lo arroja el último censo realizado en el año 2010. Nuestra población de estudio será de 97.664 habitantes que corresponde a la población proyectada para el año 2016 según lo muestra el siguiente cuadro publicado por el INEC:

*Cuadro 2: Proyección de la Población de Tulcán*

AÑO	POBLACIÓN PROYECTADA
2011	91409
2012	92686
2013	93953
2014	95201
2015	96441
2016	97664

Fuente: INEC: Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

### 1.6.2 Identificación de la muestra.

En nuestro estudio utilizaremos estos datos solo para conocer el diagnóstico situacional, y realizaremos el cálculo de la muestra para determinar el número ideal al que debemos enfocarnos y aplicar las respectivas encuestas, por medio de la aplicación de la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e^2)(N - 1) + (Z^2 d^2)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse

N= Representa el universo o la población a estudiarse

e= Error del 5% (0.05)

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96

d= Desviación estándar 0.5

#### CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,25) \times 97664}{(0,0025)(97664 - 1) + (1,96)^2 \times (0,25)}$$

$$n = \frac{93796,51}{244,16 + 0,9604}$$

n= 382 personas

Por tanto la muestra es equivalente a 382 habitantes que deberán ser encuestados.

## **1.7 Diseño de instrumentos de investigación**

Para la realización de este capítulo, se ha apreciado, la información obtenida de fuentes primarias como también secundarias, y los datos obtenidos ayudarán al estudio y análisis del área investigada.

### **1.7.1 Información primaria.**

#### ***1.7.1.1 Encuestas.***

La encuesta es una técnica de investigación común y muy utilizada por su facilidad, permite obtener información muy rápido y su tabulación es muy eficiente. Mediante el uso de las encuestas se logró obtener información oportuna sobre la población de Tulcán y sus principales actividades económicas.

#### ***1.7.1.2 Entrevistas.***

Esta técnica se la realizo con la finalidad de obtener información sobre la situación de la ciudad de Tulcán con respecto al comercio exterior, sus beneficios y perjuicios.

#### ***1.7.1.3 Observación directa.***

Este instrumento ha sido importante para obtener información directa y verídica, se la utilizó para analizar la actividad empresarial existente en el cantón de Tulcán.

### **1.7.2 Información secundaria.**

Para la obtención de la información secundaria se ha usado diferentes fuentes como son las publicaciones del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), textos, documentos, revistas, manuales, folletos, internet y todo lo relacionado donde se encuentre información relevante sobre la ciudad de Tulcán.

## 1.8 Análisis e interpretación de resultados

### 1.8.1 Encuesta dirigida a los habitantes del cantón Tulcán (ver anexo 1).

#### I. DATOS INFORMATIVOS:

- ¿Cuál es su género?

*Cuadro 3: Género*

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	258	67,54%
FEMENINO	124	32,46%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

- Edad:

*Cuadro 4: Edad*

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 a 30 años	95	24,87%
31 a 40 años	183	47,91%
41 a 50 años	68	17,80%
más de 51 años	36	9,42%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

- ¿Qué nivel de instrucción tiene?

*Cuadro 5: Nivel de instrucción*

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	214	56,02%
Secundaria	117	30,63%
Superior	51	13,35%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

## II. CUESTIONARIO:

1. ¿A qué rama de la actividad económica se dedica actualmente?

*Cuadro 6: Empleo*

EMPLEO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ama de casa	31	8,12%
Profesional	55	14,40%
Agricultor	104	27,23%
Comerciante	84	25,39%
Chofer	58	14,40%
Estudiante	41	8,12%
Otros	9	2,36%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

*Gráfico 1: Empleo*



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

**Análisis:** Como se puede apreciar en el gráfico anterior en el Cantón de Tulcán las personas se dedican mayormente al comercio y a la agricultura, actividades que representan su mayor fuente de ingresos; seguidas de otras actividades de menor rango como choferes profesionales, profesionales con título, estudiantes, amas de casa entre otros. El punto fundamental al que hay que hacer referencia es la actividad del comercio donde va a estar inmerso el almacén y que por la información obtenida es muy relevante en la ciudad.

2. ¿Cree usted que Tulcán al ser una ciudad fronteriza tiene mayores posibilidades de salir adelante?

*Cuadro 7: Posibilidades de salir adelante*

POSIBILIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	128	33,51%
No	254	66,49%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

*Gráfico 2: Posibilidades de salir adelante*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

**Análisis:** Los habitantes de Tulcán, a los que se les aplicó las encuestas afirman que actualmente no es una ventaja ser ciudad fronteriza en lo que se refiere a economía, debido a que la mayoría de comerciantes de ropa, calzado, incluso tiendas de abastos han tenido que cerrar por sus pérdidas reflejadas en los últimos meses. Esto ha sido provocado por la tentación comercial que existe en nuestro vecino país de Colombia específicamente Ipiales, hasta donde viajan los ecuatorianos a realizar sus compras de tecnología, ropa, calzado e insumos de limpieza por sus precios más baratos.

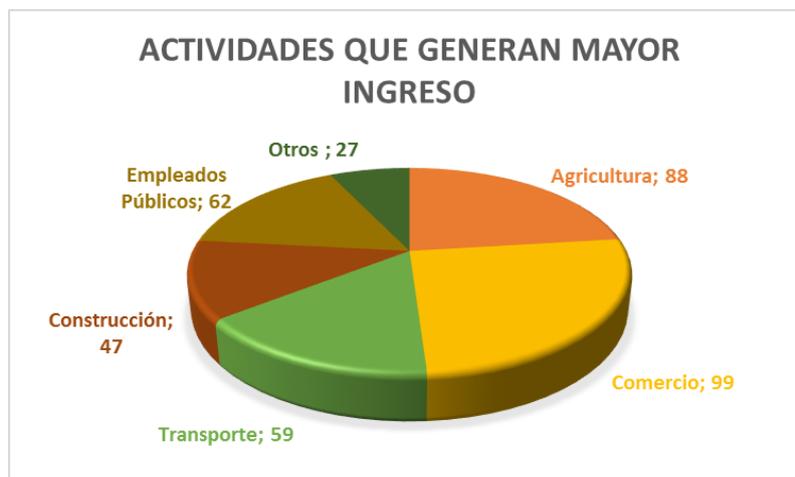
3. ¿Cuál cree usted es la actividad económica que genera mayores ingresos en la ciudad de Tulcán?

*Cuadro 8: Actividad que genera mayores ingresos*

ACTIVIDADES QUE GENERAN MAYOR INGRESO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agricultura	88	23,04%
Comercio	99	25,92%
Transporte	59	15,45%
Construcción	47	12,30%
Empleados Públicos	62	16,23%
Otros	27	7,07%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

*Gráfico 3: Actividad que genera mayores ingresos*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

**Análisis:** Entre las actividades que generan mayor ingreso el comercio es uno de los principales juntamente con la agricultura que son las ramas económicas a las que más se dedican los habitantes de Tulcán. Claro está, sin restar importancia a las demás actividades que ayudan a dinamizar la economía en el cantón

## 4. ¿Cómo califica usted la actividad empresarial en el cantón?

*Cuadro 9: Actividad empresarial en Tulcán*

ACTIVIDAD EMPRESARIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	331	86,65%
Normal	38	9,95%
Excelente	13	3,40%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2016

*Gráfico 4: Actividad empresarial en Tulcán*

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2016

**Análisis:** la mayoría de los habitantes del cantón expresa que la actividad comercial en este momento no es buena mucho menos excelente, debido a la crisis económica que está sufriendo por la escases de compradores, la inexistencia de liquidez, y a la fuga de dinero hacia el vecino país de Colombia, específicamente a Ipiales y Pasto.

5. ¿Cuál de las siguientes actividades económicas desarrolladas en la ciudad de Tulcán se ha visto más perjudicada con la devaluación de la moneda que sufre nuestro vecino país de Colombia?

*Cuadro 10: Actividad comercial más afectada*

ACTIVIDAD COMERCIAL MÁS AFECTADA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comercial	163	42,67%
Micro empresarial	81	21,20%
Textil	92	24,08%
Agroindustrial	46	12,04%
Total	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

*Gráfico 5: Actividad comercial más afectada*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

**Análisis:** Dentro del entorno comercial es donde se ha podido notar la mayor afectación económica debido a la situación del vecino país Colombia, en la actualidad la mayoría de comerciantes y microempresarios buscan otras fuentes de ingreso para poder subsistir.

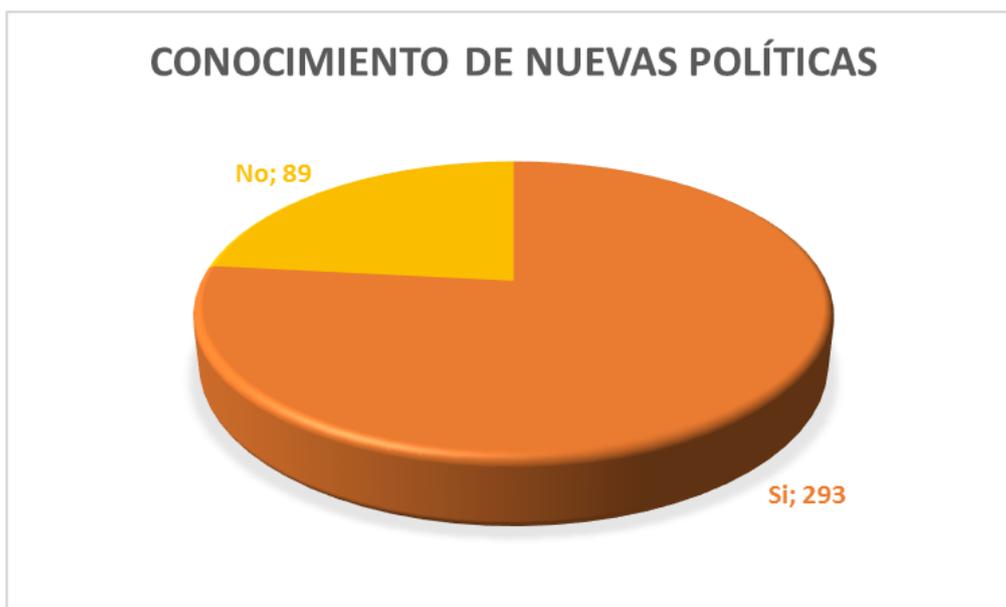
6. ¿Conoce usted las nuevas políticas adoptadas por el gobierno para reactivar el comercio en el cantón?

*Cuadro 11: Conocimiento de nuevas políticas*

CONOCIMIENTO DE NUEVAS POLÍTICAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	293	76,70%
No	89	23,30%
Total	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

*Gráfico 6: Conocimiento de nuevas políticas*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

**Análisis:** Del total de los encuestados las dos terceras partes conocen las nuevas políticas que ha creado el actual gobierno para ayudar a dinamizar un poco la economía en Tulcán, aunque no se muestran muy satisfechos y afirman que no han sido las más adecuadas y que podrían tomarse otro tipo de medidas si en verdad se quiere ayudar.

## 7. Beneficia en algo a los empresarios de Tulcán la creación de la canasta trasfronteriza?

*Cuadro 12: Beneficios por la creación de la canasta trasfronteriza*

<b>Beneficios por la creación de la canasta trasfronteriza</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	165	43,19%
No	217	56,81%
Total	382	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

*Gráfico 7: Beneficios por la creación de la canasta trasfronteriza*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

**Análisis:** Al principio hubo gran aceptación y contento por parte de los comerciantes al crear esta canasta, pero con las formalidades y aclaraciones para el funcionamiento de la misma, son pocos los que muestran agrado, ya que esta política no beneficia ni a los pequeños ni medianos empresarios, sino más bien solo a los grandes los que en su mayoría casi no se han visto afectados por esta crisis.

8. ¿Cuáles serían las propuestas que Usted le haría al Gobierno para mejorar la situación crítica que atraviesa el Cantón?

*Cuadro 13: Propuestas para mejorar la situación crítica del cantón*

<b>Propuestas para mejorar la situación crítica del cantón</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mayor Inyección de Capital a los micro emprendimientos.	182	47,64%
Creación de mayores impuestos para minimizar el comercio con Ipiales.	76	19,90%
Mayor control en las carreteras usadas para el contrabando.	124	32,46%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

*Gráfico 8: Propuestas para mejorar la situación crítica del cantón*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

**Análisis:** Una de las propuestas que sería mejor según los encuestados es dar mayor oportunidad a los microempresarios y a los emprendedores, mediante la inyección de capital que ayude a los negocios a crecer y a diversificar su oferta, y así poder posesionarse y obtener un lugar en el mercado competitivo y dinamizarlo.

## CONCLUSIÓN

Una vez realizadas las encuestas a la población muestra se ha podido conocer y obtener información relevante sobre el cantón Tulcán. La mayoría de los ciudadanos que habitan en esta ciudad se dedican al comercio y a la agricultura como medios de captación de ingresos. Uno de los datos más importantes que se logró recopilar por medio de este instrumento de investigación, es la actual situación empresarial que está viviendo esta ciudad. Existe una depresión económica casi total en el comercio, la mayoría de locales han tenido que cerrar por las pérdidas que estaban presentado, y los comerciantes han tenido que buscar nuevas fuentes de ingresos en otras actividades. Cabe también señalar que el Gobierno ha iniciado un plan de reactivación económico para este sector, pero desde que se implementaron estas nuevas políticas no se ha visto mayor beneficio.

### 1.8.2 Análisis de las variables diagnósticas.

Las variables serán estudiadas por medio de los indicadores anteriormente descritos en la matriz de relación diagnóstica, apoyándose en fuentes de investigación, aceptables y probables, que permitan conocer el lugar estratégico donde se ubicara la empresa.

## ASPECTO POLÍTICO LEGAL

- Leyes y Normas

Para poder crear una empresa comercializadora en Ecuador y que ésta esté constituida legalmente existe una serie de trámites y pasos a seguir que establece la ley. Dependiendo de la actividad y la rama a la que se va a dedicar existen ciertos lineamientos que hay que seguir, los cuales son obligatorios para su funcionamiento. A continuación se detalla de manera general los aspectos más importantes.

- 1) Registro Único de Contribuyentes (RUC)

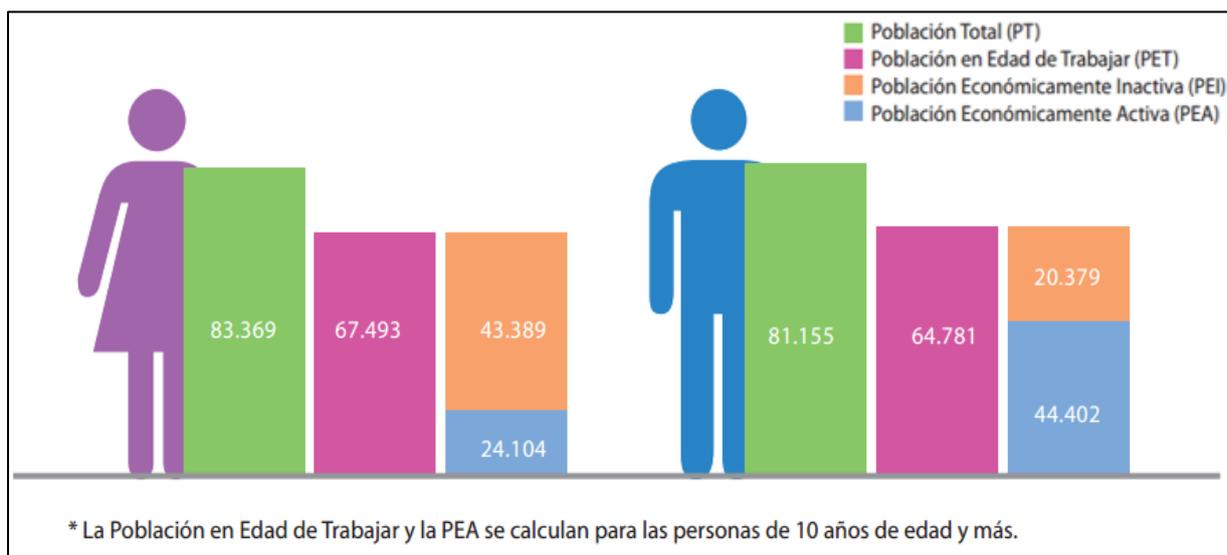
- 2) Patente Municipal (Municipio de Ibarra)
- 3) Permiso de Funcionamiento
- 4) Registro en la Cámara de Comercio del Cantón.
- 5) Nombre o razón social registrada.
- 6) Comprobantes de Pago autorizados por el SRI
- 7) Trámites legales al día con el IESS
- 8) Entre otros.

### **ASPECTO ECONÓMICO**

- Población Económicamente Activa (PEA)

La provincia de Carchi cuenta con una población de 164.524 habitantes según datos del último censo realizado en el 2010, de los cuales 68.658 habitantes que representan el 41,73% de la población total de la provincia corresponden a la Población Económicamente Activa distribuida entre el 54,46% urbana y el 45,54% rural. Este dato de la PEA provincial representa 18% de la PEA regional y el 1% de la PEA nacional.

*Gráfico 9: Estructura de la Población Económicamente Activa*



Fuente: INEC: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

La Población Económicamente Activa (PEA) habitantes desde los diez años de edad en adelante, abordan alrededor de 38.284 personas, del total de los habitantes del cantón Tulcán, representando al 44,25% de su población total (86.498 habitantes) según lo arroja el último censo realizado en el año 2010.

Del total de la PEA en el Cantón Tulcán el 74% se concentra en la parroquia Tulcán y a excepción de Julio Andrade (10%), se distribuye en menor proporción en el resto de parroquias rurales.

- Situación del comercio exterior y recaudación aduanera en la zona fronteriza de Tulcán

La ciudad de Tulcán está catalogada como una zona fronteriza de gran importancia para el país, por lo cual es necesario revisar la situación del comercio exterior en este lugar.

En el país hay once distritos aduaneros, entre estos Tulcán es el quinto en generar mayores recaudaciones después de Guayaquil, Esmeraldas, Quito, y Manta. En el año 2011 Tulcán

generó una recaudación aduanera de 174,64 millones de dólares lo que significa el 5.4% de la recaudación total del país.

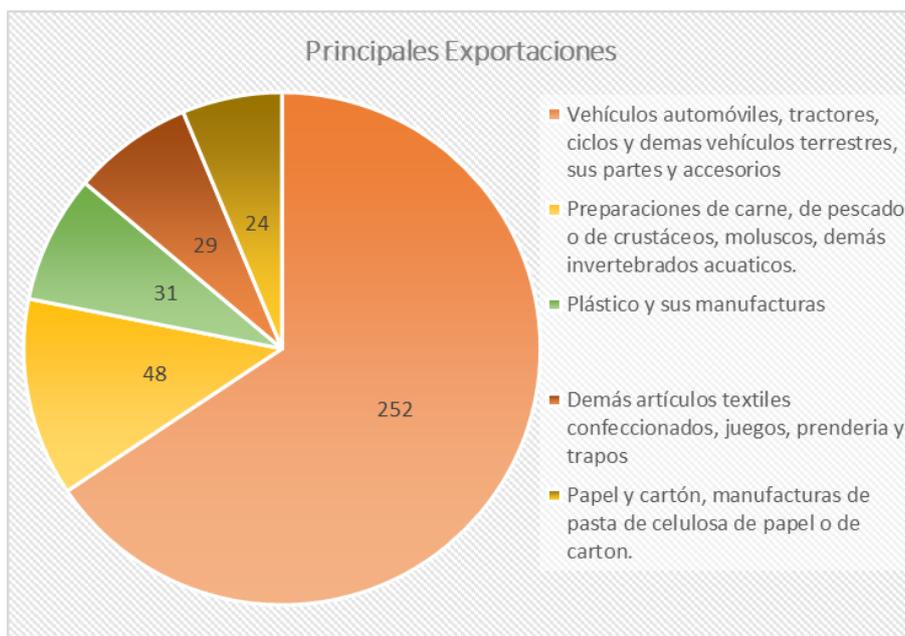
**Gráfico 10: Recaudación por distrito aduanero**



Fuente: Aduana del Ecuador (2011)  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2016

En las exportaciones enviadas a través de la aduana de Tulcán la más destacada es la partida arancelaria que corresponde a los vehículos, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres y sus partes y accesorios; seguido por preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos; plástico, y manufacturas; las cuales representan las mercancías de mayor participación en esta ciudad, como lo indica el siguiente gráfico publicado por la aduana del Ecuador.

**Gráfico 11: Principales exportaciones**



Fuente: Aduana del Ecuador (2011)

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

## ASPECTO GEOGRÁFICO

- Ubicación

El cantón Tulcán es la capital de la provincia del Carchi, se encuentra en la Zona 1 de Planificación a nivel de Ecuador, cuenta con once parroquias entre urbanas y rurales. Ésta ciudad se halla ubicada en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con el vecino país de Colombia, posee una altura de 2.980 msnm, por lo que se constituye como la capital de provincia más alta del Ecuador, posee un clima de frio andino, por lo general de 8° a 11°, y su mapa geográfico se muestra a continuación:

*Gráfico 12: Mapa Cantón Tulcán*



Fuente: Google maps.  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2016

- División Política

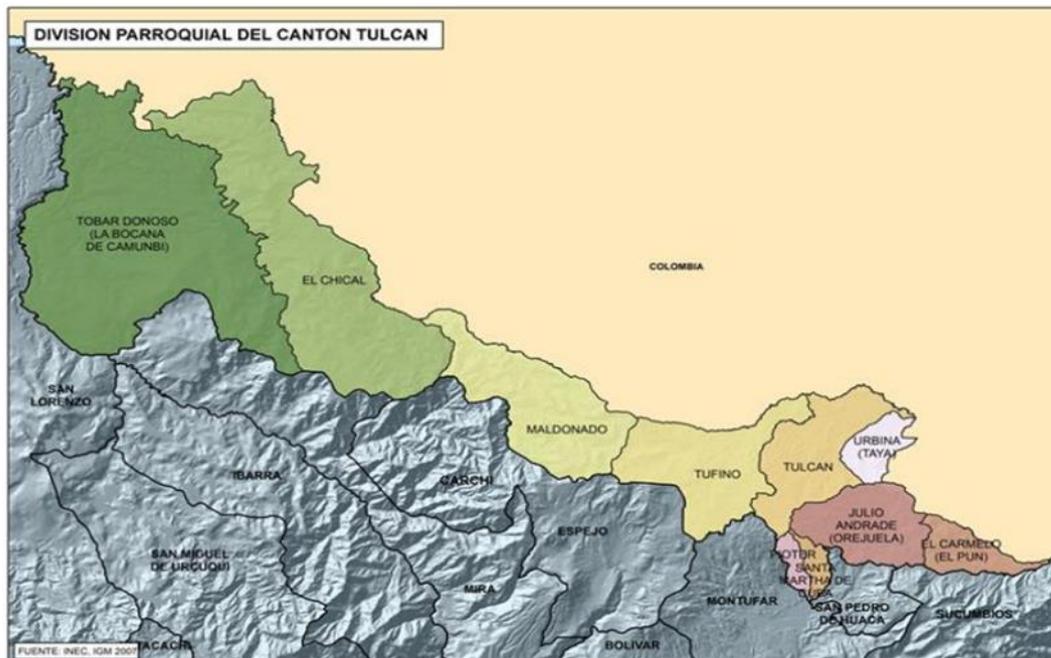
El cantón Tulcán cuenta con once parroquias, dos en la zona urbana y nueve en la zona rural. En la zona urbana se encuentran las parroquias más importantes como son González Suárez, y Tulcán. Aunque su área urbana es pequeña, es donde se concentra la mayoría de los habitantes del cantón, con un 61.9% del total de la población cantonal.

Las parroquias rurales del cantón Tulcán son:

- Julio Andrade (La Orejuela)
- El Carmelo (Pun)
- Maldonado
- Pioter
- Tobar Donoso
- Tufiño
- Urbina
- Santa Martha de Cuba

- Chical.

*Gráfico 13: División Parroquial del cantón Tulcán*



Fuente: Google maps.  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2016

- Límites

El cantón de Tulcán limita al Norte con Colombia, Departamento de Nariño, municipio de Ipiales; al Sur con los cantones Huaca, Montufar, Espejo y Mira; al Este con Colombia y la provincia de Sucumbíos; y al Oeste con Colombia, y la provincia de Esmeraldas.

### **1.9 Construcción matriz AOR**

La matriz AOR es una herramienta muy importante de analizar, ya que en ella se plasman en manera resumida los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que se han detectado en la realización del diagnóstico situacional, y que ayudarán o afectarán de manera directa a la creación de la empresa comercializadora de repuestos en la ciudad de Tulcán.

Cuadro 14: Matriz AOOD

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran variedad de proveedores e importadoras dispuestos ayudar a nuevos emprendimientos.</li> <li>- Facilidades de financiamiento por parte de entidades tanto públicas como privadas.</li> <li>- Conocimiento de partes y repuestos automotrices con mayor rotación en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado meta actualmente deprimido.</li> <li>- Competencia desleal por parte de las mecánicas expendedoras de repuestos.</li> <li>- Venta legal en el vecino país de Colombia de repuestos automotrices usados.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas políticas dispuestas por el actual gobierno para lograr dinamizar la economía en el cantón Tulcán.</li> <li>- Poca presencia de oferentes para satisfacer la demanda actual.</li> <li>- Presencia de nuestros vecinos colombianos en busca de repuestos automotores originales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Efectivo disponible insuficiente para cubrir con todas las obligaciones.</li> <li>- Cambios de legislación para el financiamiento de nuevas empresas.</li> <li>- Creación de salvaguardias a los productos que la empresa importa y que son indispensables para su actividad comercial.</li> <li>- Aparición de competencia, en algunos casos desleales.</li> </ul>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2016

### **1.10 Identificación del problema diagnóstico**

Una vez realizado el estudio de diagnóstico situacional y el análisis de los factores de la matriz AOOD se ha podido identificar que existe una potencial demanda a satisfacer, los habitantes que poseen un vehículo a diésel no están satisfechos con la actual oferta que existe en esta ciudad sobre repuestos automotores.

Las nuevas políticas adoptadas por el presente gobierno para lograr dinamizar la economía en el cantón de Tulcán y sacarlo de su estado de depresión, ha facilitado la creación y puesta en marcha de nuevos emprendimientos, tal es así que ha ordenado a las entidades financieras ayudar con créditos para financiamiento de nuevos proyectos con tasas de interés relativamente bajas, es por eso que el presente estudio realiza la propuesta de la **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHÍCULOS A DIÉSEL EN LA CIUDAD DE TULCÁN”**, empresa que pueda brindar variedad en sus productos, precios justos y confianza a sus clientes, ahorrando tiempo y dinero, y así lograr llegar a este mercado insatisfecho, aprovechando esta oportunidad.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 La empresa

La empresa es un lugar establecido con fines de lucro, en donde por medio de una buena administración se logra convertir los recursos asignados en un producto o servicio de calidad.

##### 2.1.1 Definición, objetivos e importancia de la empresa.

El libro Administración de empresas define a la empresa como:

Una entidad en la que se transforman unos recursos (humanos, materiales, inmateriales), que deben ser organizados y dirigidos de la mejor manera posible (a través de una estructura, reglas y procedimientos), en bienes y servicios que satisfagan necesidades, con la finalidad de obtener beneficios para distribuir a sus propietarios, actuando siempre bajo condiciones de riesgo. (Hernández M. J., 2014, pág. 26).

El objetivo específico que toda empresa quiere alcanzar es generar ganancia, ya sea esta económica, social o ambiental; siempre de la mano de una buena administración y de un plan estratégico.

La importancia de crear nuevas empresa siempre va a perseguir un mismo fin: crear riqueza y generar ingresos;

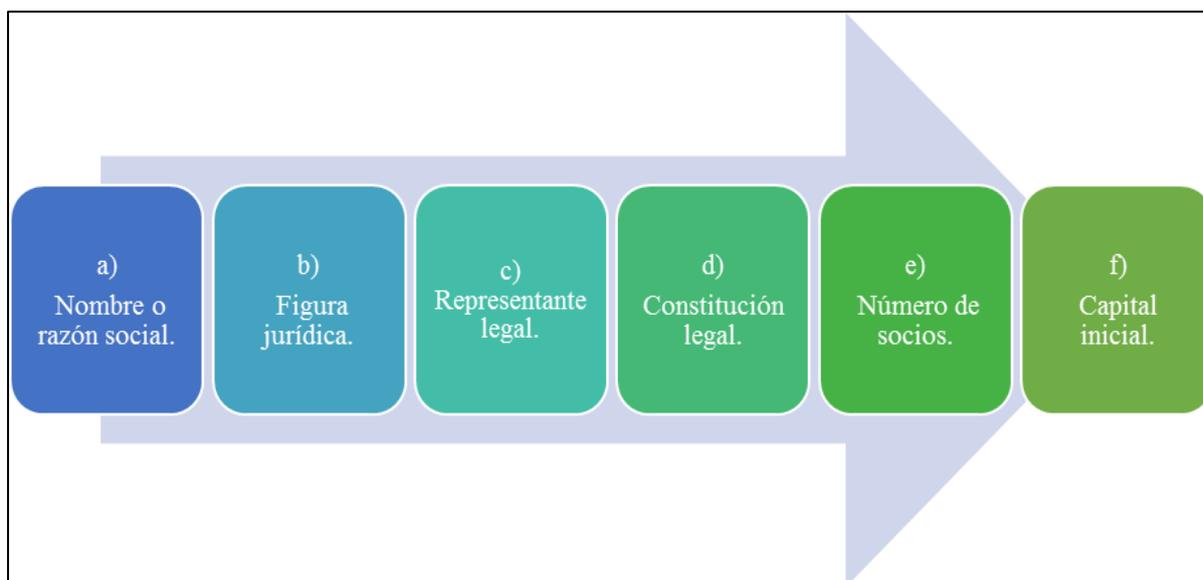
La finalidad por la que nacen las empresas es económica. Las mismas se crean para obtener beneficios, con los que posteriormente retribuir a sus propietarios. Esto no significa que las empresas no puedan tener otros fines distintos al del lucro. Este fin puede ser compatible con otros de naturaleza social, medioambiental, cultural, etc. (Hernández M. J., 2014, pág. 8)

La importancia de las empresas radica en tres diferentes aspectos, económico porque se generan ingresos económicos y se produce rentabilidad para la misma; social, debido a que a través de la creación de empleo se mejora la calidad de vida de las personas; y político, porque ayuda a dar estabilidad económica al país, con la creación de empleos y generación de riqueza que permite el estatus, desarrollo y progreso de la nación.

### 2.1.2 Marco legal para el establecimiento de las empresas.

Para que las empresas funcionen correctamente y puedan legalmente constituirse requieren cumplir una serie de pasos que se detallan a continuación:

*Cuadro 15: Procedimiento para establecer una empresa*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Investigación Propia  
Fecha: 2016

Para formar una empresa, es indispensable que la misma cuente con los permisos y registros necesarios para su normal funcionamiento, para ello se ve en la necesidad de respetar lo que la ley establece y realizar todos los trámites:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Sacar la Patente Municipal

- Tener el permiso de funcionamiento
- Registrarse en la cámara de comercio del cantón
- Elaborar un manual de funciones y su respectivo organigrama.

### **2.1.3 Administración de empresas**

En la obra Administración de las Pequeñas y Medianas Empresas, se afirma que:

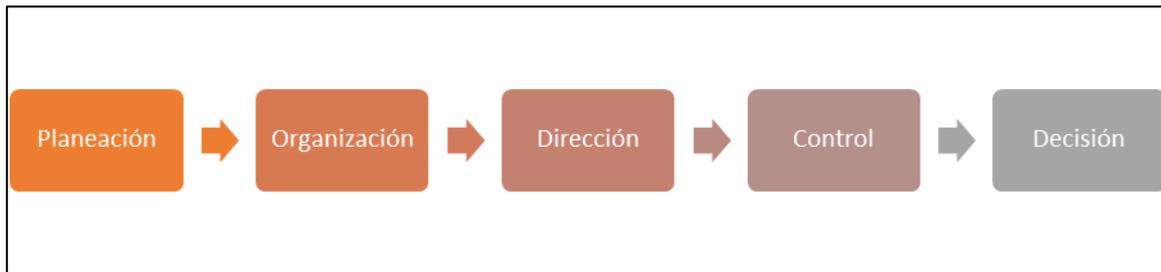
La administración efectiva requiere de un conocimiento profundo de varias áreas en las que estas empresas enfrentan problemas y retos como resultado de la globalización. Entre las áreas más importantes se encuentran la gerencia y la planeación estratégica, mercadotecnia, recursos humanos, análisis financiero y evaluación de proyectos, comportamiento organizacional, el comercio virtual y la adopción de tecnología. (Codina, 2002, pág. 19)

La administración de empresas es la ciencia con mayor importancia dentro del área empresarial, requiere de objetivos, metas y logros establecidos por la entidad, para lograr cumplir sus propósitos de una manera eficiente. La Administración es la ciencia social que se encarga de la planificación, organización y control de todos los recursos que posee la empresa sean estos financieros, humanos o materiales, con el propósito de potenciar sus resultados.

### **2.1.4 Proceso administrativo.**

En la obra Administración de Recursos Humanos, se dice que el proceso administrativo: “Es la conjunción dinámica de funciones y elementos que permite al responsable de una unidad administrativa, desarrollar adecuadamente sus tareas”. (Chiavenato, 2000, pág. 36)

*Cuadro 16: Proceso Administrativo*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Investigación Propia  
Fecha: 2016

El proceso administrativo plantea distintos componentes como son: la planeación, organización, dirección y control, los cuales son de mucha importancia para la empresa a la hora de tomar decisiones. La planeación es el primer componente o paso que sirve para resolver cualquier problema existente, se lo desarrolla por medio de un planteamiento estratégico con acciones a cumplir en corto, mediano o largo plazo. El segundo paso o componente es la organización, su principal papel es administrar y disponer de manera efectiva todos los recursos mediante el uso de reglas y normas establecidas por la entidad. El tercer paso o componente es la dirección, la cual se encarga de la ejecución, comunicación y supervisión de todos los procesos establecidos por la organización con un mismo fin. Y por último tenemos el control, que es donde se realizan todas las evaluaciones a los procesos y métodos que se ejecutan en una empresa, con el fin de saber si son los adecuados y están funcionando como lo esperado, o existe la necesidad de reemplazarlos o replantearlos.

## **2.2 Repuestos automotrices**

### **2.2.1 Definición vehículos a diésel.**

En el manual de mecánica completo de motores a explosión y motores a diésel el autor afirma que un automóvil es: “un vehículo a motor que sirve normalmente para el transporte de

personas o de cosas, o de ambas a la vez, o para tracción de otros vehículos con aquel fin”. (Vallejos, 2015, pág. 18).

Un vehículo a diésel es aquel que, en lugar de utilizar combustible gasolina utiliza gasóleo como se especifica en su manual de sistemas motor diésel: “Un motor diésel utiliza gasóleo, genera una elevada potencia a velocidades bajas y tiene una sólida estructura. La eficacia de su combustible es mejor que la de un motor de gasolina”. (Nash, 2004, pág. 34)

La mayor ventaja que posee el vehículo a diésel frente al de gasolina, es que el consumo de combustible es mejor, ya que la pérdida de bombeo es menor y la tasa de compresión es elevada. Claro que también existen determinados puntos negativos o débiles al compararlo con uno de gasolina, como es la vibración y el ruido durante su funcionamiento, ya que estos son mucho más fuertes y mayores. También tenemos como punto débil la cantidad de sustancias peligrosas que se expulsan en los gases de escape son mucho más que las que se expulsan en un vehículo a gasolina, esto se debe a que el diésel no posee procesos de purificación como los que atraviesa la gasolina.

Además de las diferencias citadas anteriormente por el tipo de combustible que utilizan cada uno, también podemos citar una diferencia muy relevante de los vehículos a diésel ya que estos utilizan mecanismos diferentes, es decir, el motor diésel no dispone de un sistema de encendido, como el que tiene el motor gasolina, en lugar de éste el combustible a alta presión se inyecta en el aire a alta presión y a elevada temperatura para originar la chispa de autoencendido del combustible.

## **2.2.2 Partes automotoras vehículos línea diésel.**

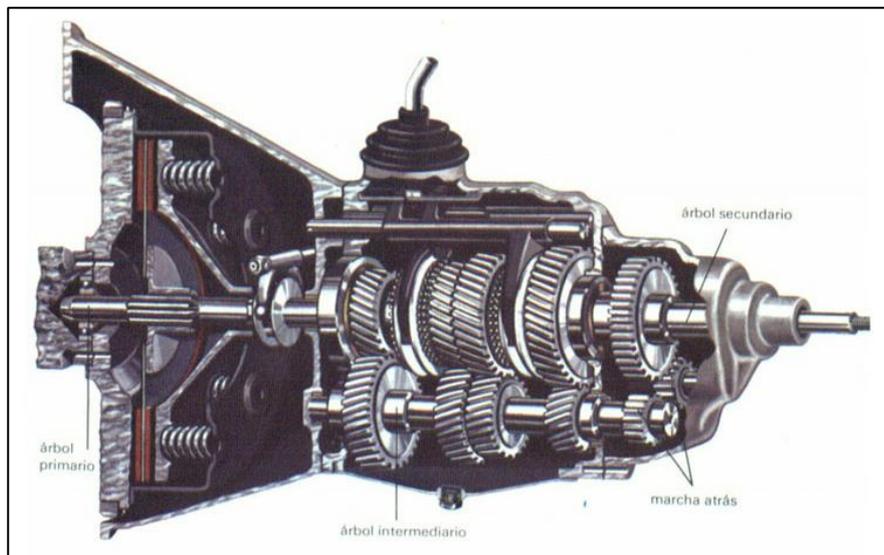
### ***2.2.2.1 Caja de cambios.***

A una caja de cambios se la conoce como:

El conjunto que, situado entre el embrague y eje motriz aprovecha al máximo la potencia del motor para vencer las variables resistencias del vehículo al desplazarse y, modifica la fuerza o la velocidad aplicada a las ruedas. En la misma proporción en que aumenta la fuerza, disminuye la velocidad (lo que se gana en fuerza se pierde en velocidad y a la inversa). (Ayala, Sierra, Parra, & Mendoza, 1983, pág. 71)

La caja de cambios es un compartimento donde se encuentran una serie de piñones o ruedas con dientes, con la finalidad de poder reducir o aumentar la potencia del motor para adecuarlo a las necesidades de cada marcha.

*Gráfico 14: Caja de Cambios*



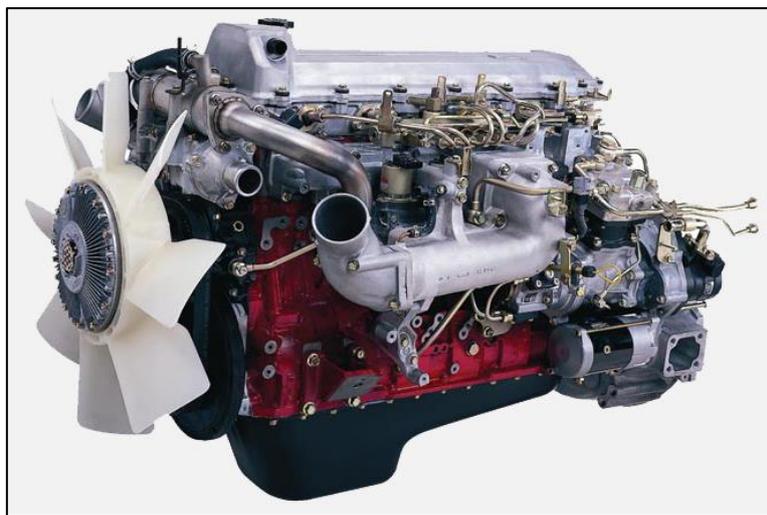
Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

La caja de cambios es la encargada de reducir el número de revoluciones generadas por el motor, además también cumple con la función de invertir el sentido de giro en las ruedas, según las necesidades de la marcha. Esta caja va conectada al volante de inercia del motor, el cual recibe movimiento a través del embrague, en transmisiones manuales; o a través del convertidor, en transmisiones automáticas.

### 2.2.2.2 Motor

El motor es la parte sistemática de un vehículo capaz de hacerlo funcionar, es decir es la fuerza que produce el movimiento, “el motor es el conjunto de elementos mecánicos que transforma la energía calorífica contenida en el combustible, gasolina o gasoil, en energía mecánica para obtener el desplazamiento del vehículo”. (Vallejos, 2015, pág. 19)

*Gráfico 15: Motor*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

El motor diésel es: “un motor térmico de combustión interna alternativo en el cual el encendido del combustible se logra por la temperatura elevada que produce la compresión del aire en el interior del cilindro, según el principio del ciclo del diésel”. (Ayala, Sierra, Parra, & Mendoza, 1983, pág. 42)

Un motor diésel utiliza como combustible el gasóleo. Éste genera una elevada potencia a velocidades bajas y tiene una sólida estructura. La eficacia de su combustible es mejor que la de un motor de gasolina, su funcionamiento de ciclo es el mismo que el de gasolina, es decir, de cuatro tiempos la admisión, compresión, combustión y escape.

### 2.2.2.3 Sistema de transmisión

En el blog spot Mecánica Automotriz de Todo mecánica se afirma que:

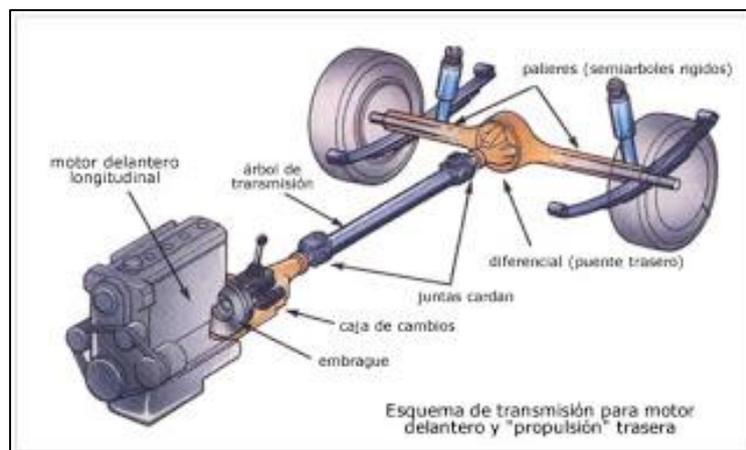
El sistema de transmisión es el conjunto de elementos que tiene la misión de hacer llegar el giro del motor hasta las ruedas motrices. Con este sistema también se consigue variar la relación de transmisión entre el cigüeñal y las ruedas. Según como intervenga la relación de transmisión, el eje de salida de la caja de velocidades puede girar a las mismas revoluciones o a menos que el cigüeñal. Tomado de:

<http://todomecanicaa.blogspot.com/p/sistema-de-transmision.html>

El cigüeñal es una de las partes básicas del motor; a través de él se puede convertir el movimiento lineal de los émbolos en uno rotativo, lo que supone algo muy importante para desarrollar la tracción final a base de ruedas, además de recibir todos los impulsos irregulares que proporcionan los pistones, para después convertirlos en un giro que ya es regular y equilibrado, unificando toda la energía mecánica que se acumulan en cada una de las combustiones.

ELEMENTOS SISTEMA DE TRANSMISIÓN:

*Gráfico 16: Sistema de Transmisión*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

- Embrague
- Caja de velocidades
- Árbol de transmisión
- Diferencial o transmisión

#### 2.2.2.4 Sistema de suspensión

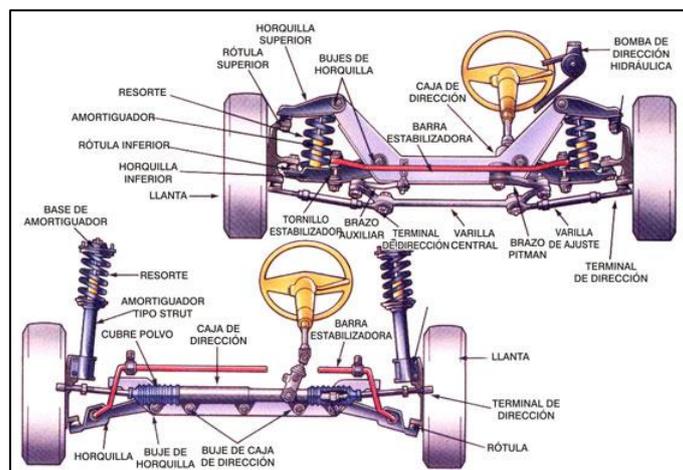
La suspensión en un automóvil, camión o motocicleta es:

El conjunto de elementos que absorben las irregularidades del terreno por el que se circula para aumentar la comodidad y el control del vehículo. El sistema de suspensión actúa entre el chasis y las ruedas, las cuales reciben de forma directa las irregularidades de la superficie transitada para evitar incomodidades entre los pasajeros.

(Vallejos, 2015, pág. 51)

El sistema de suspensión automotriz es aquel que utiliza fuerzas mecánicas de torsión, es decir, todo aquello que al comprimirse bajo fuerza, o peso, trata de regresar a su estado natural, con la finalidad, de amortiguar y suavizar el desplazamiento, de un vehículo, sobre irregularidades de la superficie del camino.

*Gráfico 17: Sistema de Suspensión*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

## COMPONENTES PRINCIPALES DE SISTEMA DE SUSPENSIÓN

- Bastidor o chasis
- Ballestas
- Muelles
- Barra de torsión
- Estabilizador
- Amortiguadores
- Soportes
- Rotulas de trapecios
- Neumáticos
- Tren delantero o frontal
- Funda de transmisión
- Sensores

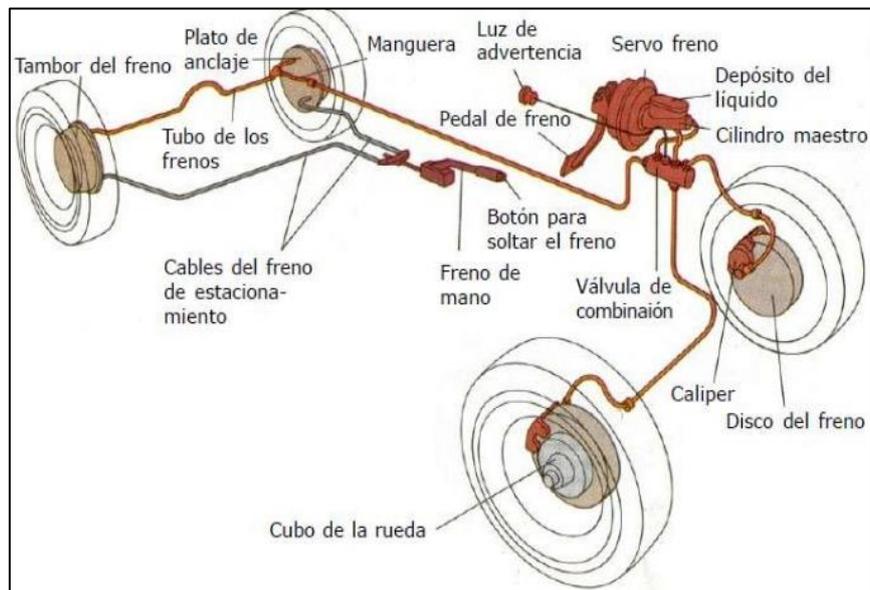
### *2.2.2.5 Sistema de frenos*

El sistema de frenos es aquel que por medio del funcionamiento de sus componentes se pueda detener el vehículo cuando el conductor lo desee, o según la necesidad que se presente.

La base del funcionamiento es la transmisión de fuerza que, a través de un fluido amplía la presión ejercida por el conductor, para conseguir detener el coche con el mínimo esfuerzo posible. El sistema de frenos está constituido por dos sistemas: el sistema que se encarga de frenar el vehículo durante su funcionamiento normal (funcionamiento hidráulico o neumático); y el sistema auxiliar o de emergencia que se utilizará en caso de inmovilización o de fallo del sistema principal (funcionamiento mecánico). Tomado de: <http://todomecanicaa.blogspot.com/p/sistema-de-freno.html>

## COMPONENTES DEL SISTEMA DE FRENOS:

*Gráfico 18: Sistema de Frenos*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

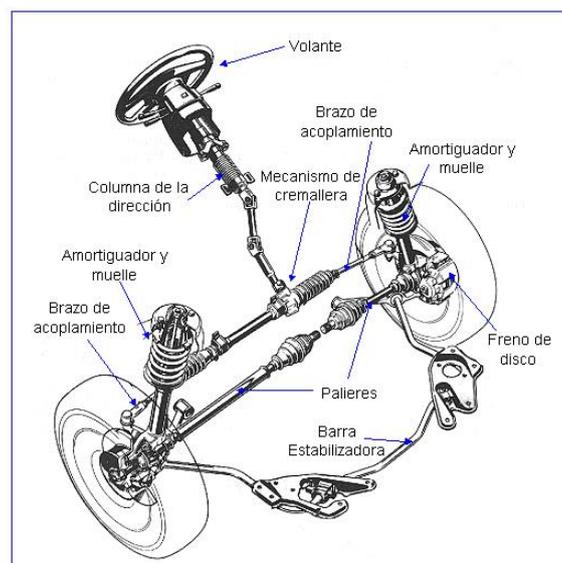
- Pedal de freno
- Bomba de freno o válvula neumática
- Canalizaciones
- Bombines (frenos de expansión interna)
- Válvulas relay o repartidoras
- Válvulas check o de retención
- Zapatas
- Tambores
- Collarines
- Martillos
- Rachas de freno
- Pulmones de aire
- Tanques de aire

- Compresor de aire

### 2.2.2.6 Sistema de dirección

El sistema de dirección es el que se encarga de orientar las ruedas delanteras de un vehículo para que éste tome la trayectoria deseada por el conductor. “Para que el conductor no tenga que realizar esfuerzo en la orientación de las ruedas el vehículo dispone de un mecanismo desmultiplicador, en los casos simples, o de servomecanismo de asistencia hidráulica (en los vehículos actuales)”. Tomado de: <http://todomecanicaa.blogspot.com/p/sistema-de-direccion.html>.

*Gráfico 19: Sistema de Dirección*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

Siendo la dirección uno de los puntos más importantes en el vehículo junto con el sistema de frenos, ya que de estos elementos depende la seguridad de los pasajeros; debe reunir una serie de cualidades que proporcionan al conductor, la seguridad y comodidad necesaria en la conducción:

- Seguridad: depende de la fiabilidad del mecanismo,

- Suavidad: se consigue con un montaje preciso,
- Precisión: se consigue haciendo que la dirección no sea muy dura ni muy suave.

#### COMPONENTES DEL SISTEMA DE DIRECCIÓN:

- Volante
- Soporte de la dirección
- Árbol de dirección
- Mecanismo o caja de dirección
- Guardapolvos
- Biela de mando
- Brazo de acoplamiento o barras de dirección
- Pivotes
- Pines y bocines
- Ruedas
- Soporte de suspensión o frontal

#### ***2.2.2.7 Sistema de refrigeración.***

El término refrigeración significa o comprende el acto de evacuar el calor de un cuerpo, o de regular su temperatura, para posicionarla en un rango moderado aceptable.

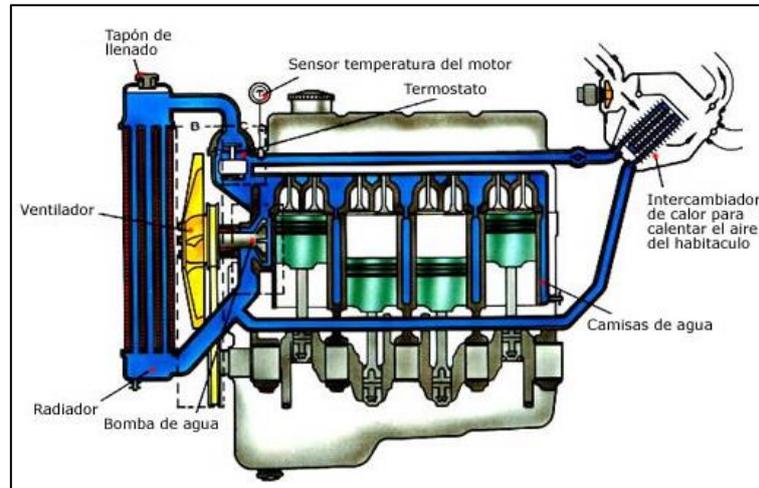
La temperatura que se alcanza en los cilindros, es muy elevada, por lo que es necesario refrigerarlos.

Es el conjunto de elementos, que tiene como misión eliminar el exceso de calor acumulado en el motor, debido a las altas temperaturas, que alcanza con las explosiones y llevarlo a través del medio empleado, al exterior. La temperatura normal de funcionamiento de un vehículo oscila entre los 75° y los 90°. El exceso de calor

produciría dilatación y como consecuencia comprimiría las piezas móviles, es decir, tendríamos un recalentamiento de motor. Tomado de: <http://todomecanicaa.blogspot.com/p/sistema-de-refrigeracion.html>.

#### COMPONENTES DEL SISTEMA DE REFRIGERACIÓN:

*Gráfico 20: Sistema de Refrigeración*



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

- Radiador
- Bomba de agua
- Termostato
- Ventilador
- Sensor de temperatura
- Válvula reguladora de la calefacción
- Intercooler
- Cámara o depósito de reserva de agua

### **2.2.3 Marcas.**

#### **2.2.3.1 Hino**

Hino, es el mayor fabricante de camiones para servicio pesado y mediano en Japón, fabrica camiones para servicio ligero y autobuses de primera calidad. Según una publicación realizada en la enciclopedia libre Wikipedia:

Tiene su sede en Hino, Tokio. En 1973 HINO se convirtió en el principal productor de camiones medianos y pesados de Japón, y en la actualidad, es subsidiaria de “Toyota Motor Corporation”. La compañía tiene sus raíces en la fundación “Tokyo Gas Industry Company“, que tras una dura lucha con empresas de la competencia empezó a diversificar su negocio. Tomado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Hino\\_Motors](https://es.wikipedia.org/wiki/Hino_Motors)

La presencia de esa industria no se encuentra sólo en el país asiático, ya que sus transnacionales se ubican alrededor de África, Asia, América, Europa, Oceanía y Medio Oriente.

#### **2.2.3.2 Isuzu**

La marca Isuzu es la representación de una fábrica japonés de vehículos y motores, en una publicación realizada en la enciclopedia libre Wikipedia se dice que:

Isuzu Motors Ltd. es una fábrica japonés de vehículos industriales y comerciales, así como de motores diésel, tiene su sede mundial en Tokio, su actividad se concentra en el diseño, producción, ensamblaje, venta y distribución de vehículos comerciales. También cuenta con filiales, subsidiarias y tiene joint ventures con otros fabricantes alrededor del mundo. Isuzu se enfoca solamente en los camiones de todos los tonelajes, autobuses y autocares tanto carrozados como en chasis, camionetas SUV y pick up, así como en los motores diésel destinados al transporte, la marítima y otros usos

industriales. Fue fundada en el año de 1916 como una filial de la Tokyo Gas Company, pero su razón social llegaría hasta el año de 1949 cuando se fusiona con el fabricante de automóviles Dot Automobile Manufacturing Inc, bautizándola como Isuzu, que significa cincuenta campanas y hace referencia a un río del mismo nombre. Tomada de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Isuzu>.

### ***2.2.3.3 Hyundai***

La marca Hyundai es la representación de varias empresas y negocios que se dedican a la fabricación y comercialización de todo tipo de vehículos. En una publicación realizada por la enciclopedia libre Wikipedia se encuentra que:

“Hyundai es un conglomerado de empresas y negocios de Corea del Sur, fundado en 1947 por Chung Ju-yung. Dentro de las múltiples firmas que posee, se encuentra la marca de automóviles Hyundai Motor Company, dedicada a la fabricación en serie de automóviles. Aunque en sus primeros años se encargó de distribuir modelos de Ford en Corea del Sur, pronto comenzó a fabricar sus propios vehículos”. Tomada de:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Hyundai\\_Motor\\_Company](https://es.wikipedia.org/wiki/Hyundai_Motor_Company)

Hyundai Motor Company es el mayor fabricante coreano de automóviles. Su sede principal está en la prefectura de Yangjae-Dong en la ciudad de Seocho-Gu en Seúl. Es el quinto fabricante de automóviles más grande del mundo. El logo de Hyundai es una "H" estilizada que simboliza a dos personas, la compañía y los clientes, mientras que su lema es "New Thinking. New Possibilities", que traducido al español quiere decir "Nuevo Pensamiento. Nuevas Posibilidades". Tomada de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Hyundai\\_Motor\\_Company](https://es.wikipedia.org/wiki/Hyundai_Motor_Company).

#### **2.2.3.4 Mitsubishi**

La marca Mitsubishi es la representación de una de las más grandes fábricas a nivel mundial, produce todo tipo de vehículos. En la publicación hecha por la enciclopedia libre Wikipedia se estipula que:

Mitsubishi Motors es una de las divisiones de la corporación japonesa Mitsubishi. El logotipo, en su forma actual “tres diamantes”, está registrado desde 1914. En el año 1917 se convierte en la primera empresa automovilística japonesa en fabricar un coche de serie en Japón, el modelo “A”. En 1970 y bajo el nombre de Mitsubishi Motors Corporation (MMC), la división de vehículos a motor de Mitsubishi Heavy Industries. Desde su aparición, Mitsubishi ha ganado doce ediciones del Rally Dakar, y cinco copas del Mundo de Rallyes Todo Terreno. También ha ganado cuatro Campeonatos del Mundo de Rallyes de FIA”. Tomada de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Mitsubishi\\_Motors](https://es.wikipedia.org/wiki/Mitsubishi_Motors).

#### **2.2.3.5 Toyota**

La marca Toyota representa a una industria fabricante de vehículos de todo tipo y por medio de la siguiente publicación realizada en la enciclopedia libre Wikipedia se especifica algunos puntos relevantes:

Toyota, es un fabricante de automóviles japonés con sede en Toyota (Aichi), Japón con fábricas y oficinas alrededor de todo el mundo. Fue el mayor fabricante de automóviles en 2012 por delante del Grupo Volkswagen y General Motors. Es una de las "tres grandes" empresas automovilísticas japonesas desafiando a los fabricantes de automóviles estadounidenses que también incluye Nissan Motors y Honda Motor con gran éxito. Produce automóviles, camiones, autobuses y robots, es la quinta empresa más grande del mundo. Proporciona servicios financieros a través de su subsidiaria

Toyota Financial Services y participa en otras líneas de negocio. Fabrica vehículos vendidos en los Estados Unidos bajo las marcas de Toyota, Scion y Lexus. Toyota también posee grandes inversiones en Daihatsu e Hino, y un 8,7% de Fuji Heavy Industries, que fabrica vehículos Subaru. Toyota tiene una amplia cuota de mercado en los Estados Unidos, Europa y África y es el líder del mercado en Australia. También tiene cuotas de mercado significativas en varios países del Sureste Asiático de alto crecimiento. Tomada de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Toyota>.

#### **2.2.3.6 Nissan**

La marca Nissan es otra de las empresas más reconocidas e importantes en el área automovilística, según la publicación hecha en la enciclopedia libre Wikipedia se especifica que:

Nissan Motor Company, es un fabricante japonés de automóviles, con base en Yokohama. Su nombre común, Nissan, es un acrónimo de "Nippon Sangyo" (en japonés significa "industria japonesa"). Está entre las principales compañías automotrices en términos de producción anual de vehículos. Desde 1999 forma parte del grupo Renault-Nissan controlada por el Fabricante automovilístico francés Renault manteniendo su autonomía. Tomada de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Nissan>.

### **2.3 Comercialización**

El proceso de comercialización responde a cuatro preguntas fundamentales:

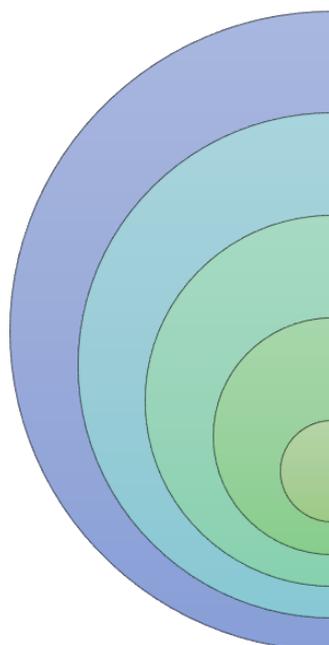
¿Cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto en el mercado. (Kotler, 2008, pág. 127).

La comercialización es el acto de facilitar una venta de un bien o servicio según las necesidades del consumidor. Es decir al hablar de comercialización nos referimos al proceso de saber o conocer las necesidades de los consumidores, escoger un lugar estratégico, y saber el tiempo y como ofertar dicha mercancía.

### 2.3.1 Canales de distribución.

Para que la comercialización de un producto sea efectiva se necesita conocer el mercado meta con anticipación, poseer la experiencia y recursos oportunos, y tener una estrategia de introducción, entre otras tantas cualidades. Para que las empresas logren este proceso se debe acudir a distintos canales de comercialización entre los cuales se encuentran:

*Cuadro 17: Canales de Distribución*



Directos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa es la única encargada de efectuar la comercialización y entrega del producto al cliente.</li> </ul>
Indirectos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los mejores para medianas y grandes empresas, que tienen condiciones de producir bienes o servicios a grandes cantidades</li> </ul>
Representantes Autorizados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas que se dedican a comercializar en forma exclusiva, los productos de una empresa, en áreas o ciudades externas.</li> </ul>
Distribuidores Autorizados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas mayoristas que junto a los productos de otras empresas, trabajan la misma línea de productos o servicios de la empresa.</li> </ul>
Comerciantes Mayoristas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se refiere a supermercados, hoteles, mall, zonas francas o de libre comercio, los cuales comercializan en forma directa con el consumidor final de otras áreas, ciudades o países.</li> </ul>

Elaborado por: La Autora  
Fuente: Google Imágenes  
Fecha: 2016

### 2.3.2 Marketing.

Según Kotler en su libro Dirección de Mercadotecnia menciona que:

La mercadotecnia es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo y obtener así una utilidad. El marketing es la orientación con la que se administra un mercado, busca fidelizar clientes, mediante el uso de herramientas y estrategias clave; posiciona en la mente del consumidor un producto, o una marca, buscando ser la opción principal. Utiliza estratégicamente las necesidades del cliente o consumidor, para diseñar, organizar, ejecutar, y controlar, la función comercializadora de la empresa. (Kotler, 2008, pág. 11).

El marketing es una medida estratégica que sirve para captar y afianzar nuevos clientes y fidelizar a los actuales, por medio de la creación de nuevas promociones y ofertas, y sobre todo con la comercialización de bienes y servicios de calidad que se vendan por si solos.

#### ***2.3.2.1 Producto.***

Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, con el fin de alcanzar a satisfacer las necesidades del consumidor. En el ámbito económico un producto es algo que se compra o se vende con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores y generar ganancia para los comerciantes y/o productores.

(Santesmases, 2001, pág. 94)

El producto es un bien o servicio que debe estar apto para satisfacer las necesidades de los posibles consumidores, mediante el acto de la comercialización.

#### ***2.3.2.2 Precio.***

En el libro Formulación Evaluación y Control de Proyectos se manifiesta que:

El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la

definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos. (Arboleda, 2001, pág. 55)

El precio es el valor monetario que posee un bien o servicio. Para los empresarios este valor significa su entrada de ingresos y su grado de rentabilidad.

### **2.3.2.3 Plaza.**

En el libro *Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito* expresa la definición de plazas como: “Son unidades de la organización, que pueden ser internos, como la fuerza de ventas propia; y externos como mayoristas, minoristas, detallistas, distribuidores para sacar el producto al mercado”. (Montaño, 2005, pág. 103).

La plaza es el lugar estratégico donde se comercializará algún bien o servicio, el cual fue definido mediante un estudio de mercado y persigue la finalidad de satisfacer de mejor manera a los consumidores.

### **2.3.2.4 Promoción.**

De acuerdo a lo que se indica en el libro *Fundamentos de Marketing*, la promoción es:

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”. (Staton, 2002, pág. 482).

La promoción es una herramienta que se utiliza en el marketing, y sirve para dar a conocer la existencia de un nuevo producto o servicio, con la finalidad de lograr captar la atención de los consumidores.

## **2.4 Estudio de mercado**

Según el autor en su obra *Cómo evaluar un proyecto empresarial* afirma que: “un buen estudio de mercado se lo realiza con el análisis, la determinación y la organización de las actividades que permiten resolver eficazmente diferentes cuestiones ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Por medio de quién?, ¿A través de qué?”. (Rodríguez, 2008, pág. 86)

El estudio de mercado es un proceso de investigación que se lleva a cabo para obtener datos relevantes acerca del comportamiento del mercado y sus preferencias. Sirve para conocer el lugar estratégico donde se creará una nueva empresa o industria, como también para evaluar el entorno de empresas ya existentes y mejorar su presentación y atención.

### **2.4.1 Segmento de mercado.**

Según el autor afirma que:

La segmentación de mercados es un proceso de división del mercado en subgrupos que sean lo más homogéneos internamente y, a la vez, lo más diferentes entre sí para realizar una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma efectiva sus necesidades, y así alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. (Gutiérrez, 2008, pág. 48)

La segmentación de mercado es un punto muy importante donde se divide al mercado por sectores cada uno con características semejantes y condiciones igualitarias, con la finalidad de establecer el mercado meta que tendrá un proyecto productivo, donde comercializar sus bienes o servicios.

### **2.4.2 La oferta.**

En la obra de *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Se manifiesta lo siguiente: “que la oferta constituye el conjunto de

proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y este constituye competencia para el proyecto”. (Jácome, 2005, pág. 101)

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que una persona se dispone a comercializar en un lugar o mercado establecido y al precio o costo que considere oportuno.

### **2.4.3 La demanda.**

La demanda es: “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca, 2006, pág. 17).

La demanda es una cantidad establecida de bienes o servicios que un grupo de personas requiere para satisfacer su deseo o necesidad, en un lugar y tiempo establecido.

## **2.5 Estudio económico**

### **2.5.1 Contabilidad.**

La contabilidad es la ciencia que se encarga de estudiar, analizar y registrar datos relevantes en forma cronológica. Como lo afirma: “La contabilidad es la ciencia que estudia el patrimonio en sus aspectos estático y dinámico, cualitativo y cuantitativo empleando diversas técnicas para registrar los hechos económico – financieros”. (Martínez, 2009, pág. 15).

La contabilidad es un sistema que se encarga del registro, análisis y control de distintas operaciones financieras y económicas que se realizan en una entidad, con el fin de llevar un registro oportuno de sus ingresos, gastos y demás movimientos financieros.

### **2.5.2 Presupuesto.**

El presupuesto es aquel que determina el capital de trabajo necesario para iniciar con las actividades de un proyecto, “es una herramienta de gran ayuda para programar los recursos

necesarios para iniciar una actividad económica. Con el presupuesto técnico se puede determinar inversiones necesarias en: equipos, materias primas e insumos gastos pre operacionales etc.” (Arboleda, 2001, pág. 86).

El presupuesto es una herramienta que sirve para conocer la cantidad monetaria que requiere un proyecto para ponerse en marcha, y ésta puede ser financiada internamente o con la intervención de instituciones financieras.

### **2.5.3 Inversión.**

Inversión es la acción de colocar o inyectar capital en algún tipo de actividad o proyecto con el fin de obtener ingresos o rentas a largo plazo. La inversión la puede realizar cualquier persona natural o jurídica en cualquier entidad financiera, empresarial o personal que tenga garantías. Esta actividad se la realiza con el fin de obtener beneficios futuros que permitan incrementar el capital del negocio y mejorar la posición económica.

### **2.5.4 Gastos pre-operativos.**

Los gastos pre operativos o de constitución son aquellos en los que se debe incurrir antes del inicio de las actividades normales de un negocio o proyecto, y sirven para que éste entre en funcionamiento. Según las normas de contabilidad el tratamiento contable que se debe dar a este tipo de gastos es especial ya que, no deben ser registrados como un gasto común del período, sino que se los contabiliza como un activo y deben ser devengados en un periodo de cinco años. Dentro de los gastos pre operativos o de constitución se encuentran los honorarios pagados a abogados, gastos de promoción y publicidad de apertura, la realización de un estudio técnico, honorarios de consultores, instalaciones provisionales, gastos de capacitación entre otros.

### **2.5.5 Capital de trabajo.**

En el libro Evaluación de Proyectos de inversión los autores indican que:

Capital de Trabajo forma parte de la inversión: esto es para que en un proyecto opere requiere contar al final del periodo de inversión de una caja mínima e inventarios de materias primas y refacciones, entre otros. Durante la operación se generan cuentas por cobrar y por pagar. (De la Torre & Zamarrón , 2002, pág. 19)

Se entiende por capital de trabajo aquello con lo que la empresa debe contar para poder financiar sus operaciones en los primeros años de funcionamiento, hasta que el proyecto empiece a generar sus propios ingresos.

### **2.5.6 Estados financieros.**

Los Estados Financieros se definen como:

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. (Martínez, 2009, pág. 35)

Los estados financieros presentan toda la información financiera relevante de un período determinado acerca de las actividades desarrolladas por una empresa o entidad. Esta información es muy útil tanto para la administración como también para los entes reguladores y otros tipos de interesados como son los accionistas, acreedores o propietarios, ya que ayuda a tomar decisiones precisas en torno al giro del negocio.

### ***2.5.6.1 Balance general.***

En el diccionario se manifiesta que: “El balance general es el estado financiero que contiene, los activos, los pasivos y el valor contable que tiene una sociedad en un momento dado”. (Hernández G. , 2006, pág. 38).

El balance general presenta la situación financiera de una empresa en un período o tiempo determinado, es decir, un resumen de lo que posee la empresa en activos, las obligaciones que tiene que cumplir, y el patrimonio de los accionistas.

### ***2.5.6.2 Estado de resultados.***

Según lo expresado por Zapata en su libro de Contabilidad un Estado de Resultados es:

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante el período determinado. (Zapata, 2002, pág. 71)

El Estado de Resultados publica las cuentas que producen ingresos y utilidades, como también las de egresos y pérdidas, con el fin de determinar por diferencia, el resultado final de la actividad económica durante el ejercicio contable.

### ***2.5.6.3 Estado flujo de efectivo.***

El balance de flujo de efectivo o flujo de caja, detalla la utilización y movimiento de los activos monetarios, es decir, caja, bancos, cuentas por cobrar e inventarios, para conocer su destino y el nivel de liquidez de la empresa.

La empresa en funcionamiento está inmersa en un permanente intercambio con los mercados: continuamente está comprando y vendiendo bienes; adicionalmente invierte en mercados financieros y también se procura fondos de estos mercados, mediante

préstamos bancarios, colocación de acciones y obligaciones. Toda esta actividad da origen a corrientes (o flujos) de valor que ingresan a la empresa o bien egresan de ésta.

(Martínez, 2009, pág. 176)

Para el ingeniero Jácome el flujo de efectivo proyectado significa:

Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero. (Jácome, 2005, pág. 74)

## **2.6 Evaluadores financieros**

### **2.6.1 Valor actual neto (VAN).**

El valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión es la sumatoria de todos los valores actualizados o presentes de los flujos de caja, menos la inversión inicial. El ingeniero Jácome acerca del valor actual neto sostiene: “Representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”. (Jácome, 2005, pág. 82)

### **2.6.2 Tasa interna de retorno (TIR).**

La Tasa Interna de Retorno es un indicador de rendimiento, que sirve para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones de un proyecto productivo. “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el  $VAN = 0$ ”. (Jácome, 2005, pág. 84)

### **2.6.3 Período de recuperación del capital.**

“El Periodo de recuperación, también denominado payback, paycash, payout o payoff, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión, con la ganancia que genera el negocio. Es una cantidad de meses o años”. (Arboleda, 2001, pág. 85)

El periodo de recuperación de capital es un evaluador financiero que sirve para determinar el tiempo calendario que tardará la empresa en recuperar su inversión este evaluador también arroja como resultado de su aplicación el nivel de liquidez que posee un proyecto de inversión.

### **2.6.4 Relación costo-beneficio.**

Según el libro del Ingeniero Jácome la relación Costo Beneficio es: “Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos para lo cual sirve de insumo los ingresos proyectados en el flujo de caja (cuando el B/C es  $>$  que 1 tenemos un adecuado retorno)”. (Jácome, 2005, pág. 96)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos netos actuales del balance de resultados, para conocer los beneficios que se obtiene por cada dólar que se invierte en un proyecto.

### **2.6.5 Punto de equilibrio.**

El punto de equilibrio es la cantidad de ingresos en la cual la empresa no incurre en utilidades ni en pérdidas. “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto no gana ni pierde.” (Baca, 2006, pág. 49)

El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente iguales a los costos totales. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe ni utilidad, ni pérdida.

## **CAPÍTULO III**

### **3 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción**

El estudio de mercado es una herramienta importante que nos ayuda a respaldar la viabilidad de un proyecto de inversión, por medio de éste podemos conocer la demanda y oferta existente en la actualidad, analizar los precios y canales de comercialización y distribución más eficientes para un bien o servicio, realizar proyecciones para la vida útil de un proyecto y analizar a la competencia.

En base a lo antes dicho, para conocer si el proyecto de creación de la empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel es factible y va a tener consumidores reales, se hace necesario realizar el presente estudio de mercado, para por medio de éste obtener información veraz y suficiente que permita analizar las posibilidades de venta de nuestro producto y el posicionamiento de nuestra empresa en el mercado por un tiempo satisfactorio.

#### **3.2 Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.2.1 Objetivo general.**

Realizar un estudio de mercado, en base a la oferta y la demanda actual de la ciudad de Tulcán de productos iguales o sustitutos, que permita identificar la potencial demanda a satisfacer y el nivel de aceptación que tendrá nuestra empresa comercializadora en este cantón.

##### **3.2.2 Objetivos específicos.**

- a) Analizar y proyectar la demanda y la oferta existente en Tulcán sobre repuestos para vehículos a diésel.
- b) Determinar la demanda insatisfecha por medio de la comparación en un balance de oferta y demanda.

- c) Analizar los precios y establecer una estrategia de ventas para que el producto ofertado sea competitivo en el mercado.
- d) Identificar los canales de comercialización adecuados para nuestra empresa.

### **3.3 Variables e indicadores**

#### **3.3.1 Variables.**

- Producto
- Proveedores
- Mercado meta
- Comercialización
- Precio

#### **3.3.2 Indicadores.**

#### **PRODUCTO:**

- Calidad
- Precio
- Marca
- Presentación

#### **PROVEEDORES**

- Importadoras
- Comerciantes mayoristas
- Tipo y marca del producto ofertado

#### **MERCADO META**

- Consumidores
- Puntos de venta existentes (mecánicas y almacenes) en la ciudad de Tulcán.

- Número de vehículos matriculados en la provincia del Carchi.

### **COMERCIALIZACIÓN**

- Formas de Venta
- Lugares de Venta
- Estrategia de publicidad
- Atención y servicio al cliente

### **PRECIO**

- Fijación de precios
- Precios del mercado
- Costos de distribución

### 3.3.3 Matriz de investigación de mercados.

*Cuadro 18: Matriz de Investigación de Mercados*

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>FUENTE</b>
Identificar las características del producto y las preferencias del consumidor.	PRODUCTO	- Calidad - Precio - Marca - Presentación	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Primaria Primaria Primaria Primaria
Analizar y determinar los proveedores estrellas para nuestra empresa.	PROVEEDORES	- Importadoras - Comerciantes mayoristas - Tipo y marca del producto ofertado	Entrevista Entrevista Observación Directa	Primaria Primaria Primaria
Determinar el mercado meta al cual está dirigido nuestro producto.	MERCADO META	- Consumidores - Puntos de venta existentes (mecánicas y almacenes) en la ciudad de Tulcán. - Número de vehículos matriculados en la provincia del Carchi.	Encuesta Entrevista  Documental	Primaria Primaria  Internet
Conocer los sistemas de comercialización más adecuados y la aceptación y posicionamiento en el mercado.	COMERCIALIZACIÓN	- Formas de Venta - Lugares de Venta - Estrategia de publicidad - Atención y servicio al cliente	Encuesta Encuesta Documental Encuesta	Primaria Primaria Internet Internet
Investigar y determinar los precios más aceptables para la empresa.	PRECIO	- Fijación de precios - Precios del mercado - Costos de distribución	Encuesta Observación Directa Entrevista	Primaria Primaria Primaria

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.4 Mecánica operativa

#### 3.4.1 Identificación de la población.

La población universo para nuestro estudio de mercado serán todas las personas que poseen un vehículo a diésel en la provincia del Carchi, y que en consecuencia necesitan de repuestos para su respectivo mantenimiento y reparación. Según información otorgada por la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) podemos observar que de un total de 20.930 vehículos matriculados en el año 2014 existen alrededor de 2.686 vehículos a diésel.

*Cuadro 19: Número de Vehículos matriculados en la Provincia del Carchi 2014*

NÚMERO DE VEHÍCULOS MATRICULADOS POR USO Y TIPO DE COMBUSTIBLE DE LA PROVINCIA DEL CARCHI 2014								
PROVINCIA	TIPO DE COMBUSTIBLE	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO					
			PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPIO	GOBIERNOS SECCIONALES	OTROS
CARCHI	TOTAL	20.930	19.126	1.261	448	92	3	-
	DIESEL	2.686	1.584	911	132	57	2	-
	GASOLINA	18.221	17.520	349	316	35	1	-
	HÍBRIDO	16	16	-	-	-	-	-
	ELÉCTRICO	2	1	1	-	-	-	-
	GAS LIQUADO DE PETRÓLEO	5	5	-	-	-	-	-

Fuente: INEC: Dirección de Tecnologías de la Información de la ANT

Elaborado por: La autora

Año: 2016

#### 3.4.2 Cálculo de la muestra.

La muestra a la cual se aplicará las respectivas encuestas se obtuvo al aplicar la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e^2)(N - 1) + (Z^2 d^2)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse

N= Representa el universo o la población a estudiarse

e= Error del 5% (0.05)

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96

d= Desviación estándar 0.5

#### CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,25) \times 2686}{(0,0025)(2686 - 1) + (1,96)^2 \times (0,25)}$$

$$n = \frac{2579.63}{6,71 + 0,9604}$$

$$n = 336,20$$

Por tanto la muestra sobre la población del Carchi que posee un vehículo a diésel a la cual aplicaremos las encuestas corresponde 336 habitantes.

#### **3.4.3 Análisis de la investigación.**

Con el objetivo de determinar el nivel de aceptación de una empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel en la ciudad de Tulcán, se aplicó una encuesta (ver anexo 2), la cual arrojó la siguiente información:

## CUESTIONARIO

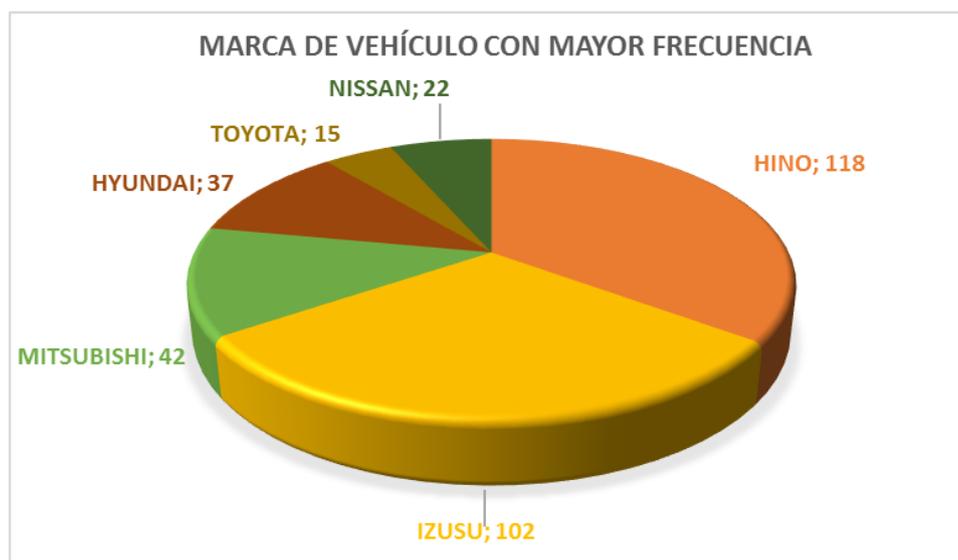
### 1. ¿Qué marca de vehículo posee?

*Cuadro 20: Marcas de vehículo con mayor frecuencia*

MARCA DE VEHÍCULO	FRECUENCIA
HINO	118
IZUSU	102
MITSUBISHI	42
HYUNDAI	37
TOYOTA	15
NISSAN	22
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

*Gráfico 21: Marcas de vehículo con mayor frecuencia*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

**Análisis:** Según datos obtenidos de las encuestas podemos observar que la mayoría de habitantes que posee un vehículo a diésel tiene un HINO GH, FG, AK, GD, FC, DUTRO, FF, FS700 seguido por un ISUZU FTR, NHR, NQR, NPR, NKR, FVR, FVR S23, FVZ, CYZ, NMR, FSR, FRR, y NLR; y en un porcentaje menor de las otras marcas.

## 2. ¿A qué línea de trabajo se dedica su vehículo?

*Cuadro 21: Línea de trabajo*

LÍNEA DE TRABAJO	FRECUENCIA
Transporte pesado	148
Transporte Interprovincial	140
Transporte liviano	35
Servicio particular	13
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

*Gráfico 22/: Líneas de trabajo*

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

**Análisis:** Como pudimos observar en la anterior pregunta la mayoría son vehículos de marca HINO los cuales son transporte pesado, es decir camiones y volquetas, seguido de los vehículos IZUSU los cuales son buses que se dedican al transporte de personas, y menor proporción se encuentran las camionetas que actúan como servicio particular y transporte liviano.

3. ¿Dependiendo el trabajo realizado por su vehículo qué repuestos son los que usted compra con mayor frecuencia?

*Cuadro 22: Repuestos más solicitados*

REPUESTOS MÁS SOLICITADOS	FRECUENCIA
Para CAJA	74
Para MOTOR	51
Para TRANSMISIÓN	34
Para SUSPENSION	31
Para FRENOS	127
Para DIRECCION	19
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*Gráfico 23: Repuestos más solicitados*



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

**Análisis:** Entre los repuestos que más solicitan los dueños de los vehículos, y que es de mayor venta para los almacenes son los que corresponden al sistema de frenos, como lo es también repuestos para reparar la caja, sin embargo también es de frecuente demanda los repuestos para reparar el motor, la transmisión, la suspensión y por último repuestos para sistema de dirección; claro esta las variaciones de demanda dependen del trabajo que desempeñe el vehículo y del año que sea.

4. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted es el más importante al momento de realizar su compra de repuestos?

*Cuadro 23: Factores que influyen momento de compra*

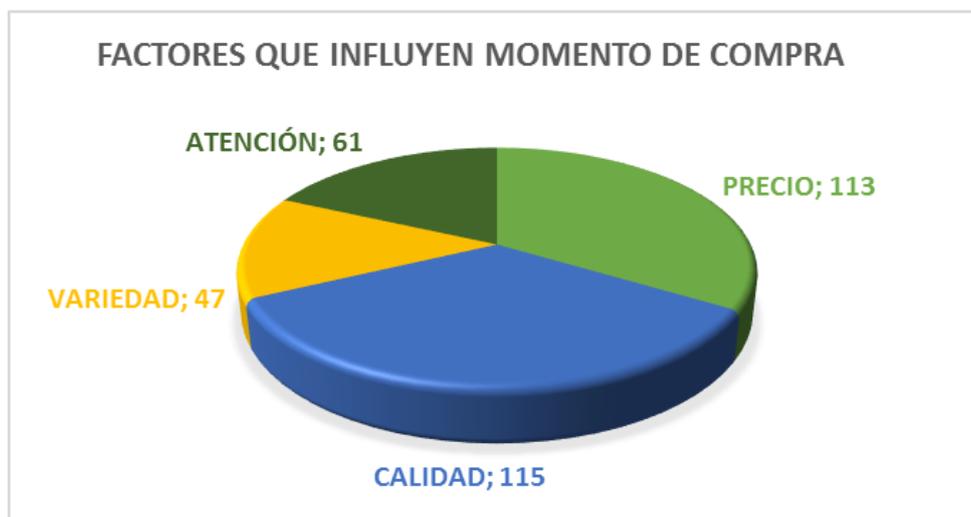
FACTORES QUE INFLUYEN MOMENTO DE COMPRA	FRECUENCIA
PRECIO	113
CALIDAD	115
VARIEDAD	47
ATENCIÓN	61
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*Gráfico 24: Factores que influyen momento de compra*



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

**Análisis:** En el momento de realizar una compra lo primordial para el demandante es la calidad y el precio del producto que se oferte, claro está que es también de vital importancia la atención que se le brinde y la variedad que se le pueda ofrecer. Todos estos factores van de la mano al momento de atender un almacén para obtener clientes satisfechos y fieles.

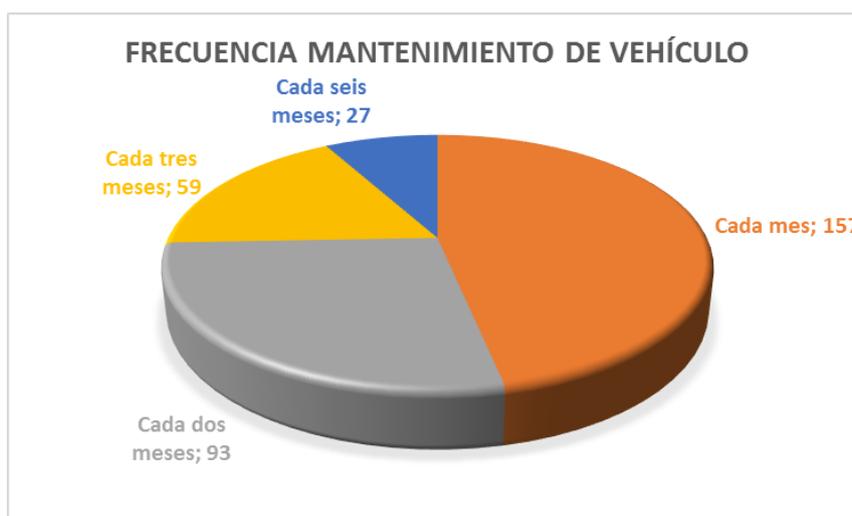
5. ¿Dependiendo a la actividad realizada por su vehículo con qué frecuencia usted realiza el mantenimiento del mismo?

*Cuadro 24: Frecuencia mantenimiento de vehículo*

FRECUENCIA MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO	FRECUENCIA
Cada mes	157
Cada dos meses	93
Cada tres meses	59
Cada seis meses	27
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

*Gráfico 25: Frecuencia mantenimiento de vehículo*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

**Análisis:** El mantenimiento de vehículo que se dedica al transporte interprovincial y transporte pesado por lo general se lo hace cada mes para lograr un funcionamiento óptimo, pero un factor que no se puede controlar es cuando toca reparar el vehículo, ya que esto puede darse en cualquier momento sea por alguna falla humana o alguna falla mecánica provocada por el vehículo mismo.

6. ¿Qué factor considera usted es el más importante al momento de elegir el lugar de compra para sus repuestos?

*Cuadro 25: Factores que influyen en el cliente*

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CLIENTE	FRECUENCIA
Horario de atención	59
Variedad de productos	63
Formas de Pago	95
Ubicación del almacén	67
Buena atención	52
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*Gráfico 26: Factores que influyen en el cliente*



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

**Análisis:** El factor que influye más en el cliente en el momento de elegir su lugar de compra de repuestos, son las facilidades de pago que se le pueda ofrecer, seguido de la variedad de productos y marcas, y el lugar estratégico en el que el almacén se encuentre ubicado.

7. ¿Considera usted importante que el vendedor le otorgue asesoramiento oportuno sobre el producto que adquiere?

*Cuadro 26: Importancia de dar asesoramiento*

IMPORTANCIA DE BRINDAR ASESORAMIENTO	FRECUENCIA
SI	291
NO	45
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

*Gráfico 27: Importancia de dar asesoramiento*



Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

**Análisis:** Para los clientes un asesoramiento oportuno sobre el producto que adquieren es darle un plus al servicio, esto ayuda a tener una buena reputación como almacén y una buena relación con los clientes, les brinda confianza y seguridad al momento de elegir su autoparte y les permite estar satisfechos con su compra.

8. ¿Qué tipo de repuestos para su vehículo son los que usted prefiere al momento de realizar su compra?

*Cuadro 27: Preferencia en repuestos*

PREFERENCIA DE REPUESTOS	FRECUENCIA
ORIGINALES	301
ALTERNOS	35
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*Gráfico 28: Preferencia en repuestos*



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

**Análisis:** Según los encuestados siempre se da preferencia a los repuestos originales para su vehículo, ya que estos cuentan con mayor garantía y vida útil más larga, aunque en algunos casos no se los puede adquirir por su elevado costo y se hace necesario recurrir a un repuesto alterno.

9. ¿En qué lugar cree que sería conveniente abrir un nuevo almacén de venta de repuestos para vehículos a diésel?

*Cuadro 28: Lugar de preferencia*

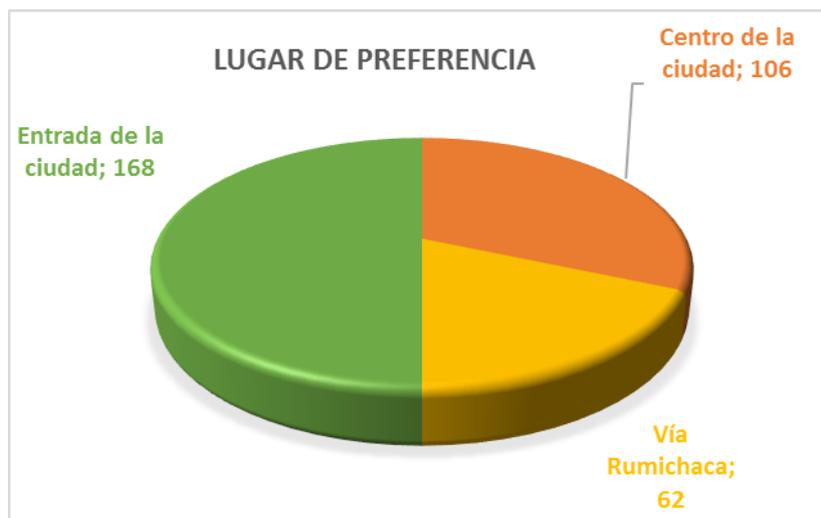
LUGAR DE PREFERENCIA	FRECUENCIA
Centro de la ciudad	106
Vía Rumichaca	62
Entrada sur de la ciudad	168
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*Gráfico 29: Lugar de preferencia*



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

**Análisis:** La mayoría de los encuestados preferiría un nuevo almacén ubicado en la entrada sur de la ciudad, ya que este es un lugar estratégico al que se puede acceder con mayor facilidad. Y para nosotros como almacén sería ideal ya que se encuentra cerca a las mecánicas, las cuales también serán nuestros consumidores.

10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir los repuestos automotrices que su vehículo requiera en un nuevo almacén que le ofrezca variedad, buena atención y precios accesibles?

*Cuadro 29: Aceptación nuevo almacén*

ACEPTACIÓN NUEVO ALMACÉN	FRECUENCIA
SI	311
NO	25
<b>TOTAL</b>	<b>336</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

*Gráfico 30: Aceptación nuevo almacén*



Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

**Análisis:** El dato más importante que se ha podido recolectar mediante estas encuestas ha sido la aceptación que tendría la creación de un nuevo almacén, las personas han mostrado gran interés en esta propuesta y se muestran dispuestos a adquirir todos los repuestos que su vehículo demande en este nuevo local.

### **3.4.4 Análisis de proveedores.**

Con la ayuda de los datos obtenidos de la entrevista realizada a expertos se ha podido determinar los principales proveedores para la empresa comercializadora de repuestos, y se los detalla a continuación:

- ✓ MAVESA
- ✓ TEOJAMA COMERCIAL
- ✓ VALLEJO ARAUJO
- ✓ ASSA
- ✓ IMBAUTO
- ✓ ILGA
- ✓ COMERCIAL SAGALI
- ✓ IMPORTADORA TSAI
- ✓ CASA DE RULIMAN
- ✓ HIVIMAR
- ✓ IMPORTADORA AUTOPECAS
- ✓ RECTIMA
- ✓ IMPORTADORA REMIPS
- ✓ COJAPAN
- ✓ FERNANDO PINOARGOTE
- ✓ PROMESA
- ✓ JAROMA
- ✓ IMPORTACIONES TQ
- ✓ SEUL DIESEL
- ✓ REPUESTOS IZUMI
- ✓ AUTOREPUESTOS CARPE

- ✓ JARAL
- ✓ IMPORTADORA MIL REPUESTOS
- ✓ MANUEL RAMIREZ

Cabe mencionar que los proveedores antes mencionados ofrecen gran variedad en repuestos línea diésel, con facilidades de pago que contemplan desde los 30, 60, y 120 días de crédito; ofrecen además descuentos que van desde el 10% hasta el 45% en toda la mercadería.

### **3.5 Identificación del producto.**

El principal producto que ofrece la empresa comercializadora son partes automotrices originales para vehículos diésel, línea japonés, europea y americana. Complementando la oferta también con repuestos alternos ensamblados en Brasil, México, Argentina, Europa, Japón, China, Tailandia, Malasia, y Taiwán. Entre los principales y más demandados tenemos:

- ✓ Filtros y bandas
- ✓ Retenedores y rodamientos
- ✓ Kits de embrague
- ✓ Partes y accesorios para sistemas de frenos y embrague
- ✓ Empaques
- ✓ Piñones y sincronizados de caja
- ✓ Rodelas de transmisión

#### **3.5.1 Mercado meta.**

El mercado meta para nuestro almacén son todas aquellas personas que poseen un vehículo automotor de línea diésel. En la ciudad de Tulcán podemos observar que existen algunas cooperativas de transporte interprovincial como también cooperativas de transporte pesado que necesitan mantenimiento frecuente y reparaciones completas por lo que representan nuestro nicho de mercado. También existe en este cantón camionetas a diésel que funcionan como

transporte de pasajeros para las comunidades, los cuales también requieren repuestos para su mantenimiento y reparación.

### 3.6 Análisis de la demanda

#### 3.6.1 Demanda actual.

Mediante la codificación de los datos obtenidos por medio de las encuestas realizadas a los dueños de vehículos a diésel, se llegó a determinar que repuestos son los más solicitados (Pregunta N° 3 encuesta), además supieron manifestar que la adquisición de este producto lo realizaran de distinta forma ya que algunos lo harían cada mes, cada dos meses, cada tres meses y, hasta cada seis meses dependiendo a lo que se dedica su vehículo (Pregunta N° 5 encuesta).

A continuación se detalla el resumen correspondiente de la demanda de repuestos y su tiempo de consumo:

*Cuadro 30: Número de personas demandantes según tipo de repuestos*

<b>REPUESTOS MAS SOLICITADOS</b>		
Para Frenos	37,80%	1015
Para Caja	22,02%	592
Para Motor	15,18%	408
Para Transmisión	10,12%	272
Para Suspensión	9,23%	248
Para Dirección	5,65%	152
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>2686</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

*Cuadro 31: Número de personas según tiempo de consumo*

<b>FRECUENCIA MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO</b>		
Cada mes	46,73%	1255
Cada dos meses	27,68%	743
Cada tres meses	17,56%	472
Cada seis meses	8,04%	216
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>2686</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Si analizamos la información de los cuadros anteriores mediante el cruce estratégico de las variables frecuencia de consumo y repuestos más solicitados, obtenemos la demanda potencial que tendrá nuestro almacén por cada ítem y su frecuencia de consumo.

*Cuadro 32: Demanda potencial*

	Cada mes	dos meses	tres meses	seis meses	TOTAL
Para Frenos	474	281	178	82	<b>1015</b>
Para Caja	276	164	104	48	<b>592</b>
Para Motor	191	113	72	33	<b>408</b>
Para Transmisión	127	75	48	22	<b>272</b>
Para Suspensión	116	69	44	20	<b>248</b>
Para Dirección	71	42	27	12	<b>152</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1255</b>	<b>743</b>	<b>472</b>	<b>216</b>	<b>2686</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.6.2 Proyección de la demanda.

Para realizar la proyección de la demanda se tomó como base los resultados de las encuestas realizadas al mercado, juntamente con la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Tulcán, la cual según el INEC (Censo de población y de vivienda – 2010) asciende a 1.43%. Se aplicará la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde: Q<sub>n</sub>: Comercialización futura

Q<sub>0</sub>: Comercialización inicial

i: Tasa de crecimiento

n: Año Proyectado

$$Q_n = 2686 (1 + 0.0143)^1$$

$$Q_n (2017) = 2724$$

*Cuadro 33: Proyección de la demanda en la localidad*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
2016	2686
2017	2724
2018	2802
2019	2924
2020	3095

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### **3.7 Análisis de la oferta**

Según la entrevista realizada al Señor Carlos Trujillo Asesor Comercial de la empresa Casa Del Rulimán del Ecuador y por medio de la observación directa se determinó que en la ciudad de Tulcán actualmente existen 6 puntos de venta de repuestos a diésel, quienes a su vez constituyen la competencia para nuestra empresa, y se las detallan a continuación:

- Mecánica diésel del maestro Luis Arcos: su venta principal son los repuestos HINO, se encuentra ubicado a la salida de Tulcán.
- Mecánica Diésel del Mecánico Washington Pantoja “FUERZA AUTOMOTRIZ DIÉSEL”: principal venta de repuestos HINO, y se encuentra ubicado en la Vía Rumichaca.
- Mecánica y almacén “FULL DIESEL” del Mecánico Ramiro Lucero: ventas de repuestos para vehículos a diésel en todas las marcas, se encuentra ubicado frente al aeropuerto.
- Almacén y Lubricadora “AUTOPARTES Y AUTOGRUAS FCN S.A.”, Propietario el señor Calan: Venta de repuestos a gasolina y diésel en todas las marcas su fuerte es la venta de lubricantes, se encuentra ubicado a dos cuadras del terminal.
- Almacén “PACE CAR 2” propietario Andrés Cevallos: venta de repuestos diésel en todas las marcas, ubicado al sur de Tulcán.

- Mecánica “EL MUÑECO” del maestro Juan Carlos Ruano: venta principal de rulimanes y retenedores y repuestos del sistema de suspensión, ubicado en Julio Andrade.

Cabe señalar que ninguno de estos puntos de venta posee un stock completo para satisfacer las necesidades del mercado, el stock de cada una gira alrededor del 50% y 60% en mercadería de alta rotación.

### 3.7.1 Oferta actual.

Para poder conocer la oferta actual se realizó dos entrevistas a los propietarios de los almacenes que poseen mayor stock de repuestos en línea diésel.

#### *Cuadro 34: Entrevista*

Almacén PACE CAR DOS, Propietario: Ing. Andrés Cevallos

REPUESTOS OFERTADOS	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Rulimanes y Retenes	70 aprox.	840
Sincronizados y Piñones	20 aprox.	240
Empaques	15 aprox.	180
Reparaciones de Motor	5 aprox.	60
Accesorios sistemas de freno y embrague	30 aprox.	360
<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	<b>1680</b>

Fuente: Entrevista almacén Pace Car Dos  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

*Cuadro 35: Entrevista*

Mecánica y almacén “FULL DIESEL”, Propietario: Sr. Ramiro Lucero

REPUESTOS OFERTADOS	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Rulimanes y Retenedores	40 aprox.	480
Piñones y Sincronizados	35 aprox.	420
Reparaciones de motor	4 aprox.	48
Turbos	4 aprox.	48
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>996</b>

Fuente: Entrevista mecánica y almacén “FULL DIÉSEL”

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*Cuadro 36: Oferta actual promedio*

REPUESTOS OFERTADOS	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL
Rulimanes y Retenedores	55	660
Piñones y Sincronizados	27.5	330
Empaques	15	180
Reparaciones de motor	4.5	54
Accesorios sistemas de freno y embrague	30	360
Turbos	4	48
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>1632</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Una vez realizada la tabla de oferta promedio podemos observar que en el cantón de Tulcán existe alrededor de 1632 ítems ofertados por los almacenes al año 2016.

**3.7.2 Proyección de la oferta.**

Para proyectar la oferta se tomó como base las opiniones de las entrevistas realizadas a los comercializadores de repuestos a diésel en la ciudad de Tulcán y tomando la tasa de

crecimiento poblacional para el sector la cual según el INEC (Censo de población y de vivienda 2010) asciende al 1,43% y el total de las unidades vendidas de repuestos en esta localidad.

Al no tener datos históricos de la oferta de los repuestos en esta localidad ya que los oferentes no supieron manifestar sobre años atrás, debido a que no se lleva un registro sobre los movimientos de cada año, se realizara la proyección de la oferta, tomando al 2016 como año base y se utilizará la siguiente fórmula:

$$Cn = Co (1 + i)^n$$

En donde: Cn: Oferta futuro

Co: Oferta año 1

i: Tasa de crecimiento

n: Año Proyectado

$$Cn=1632 (1+0.0143)^1$$

$$Cn (2017)= 1655$$

*Cuadro 37: Proyección oferta de repuestos en la localidad*

AÑO	OFERTA POYECTADA
2016	1632
2017	1655
2018	1703
2019	1777
2020	1881

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

### 3.8 Balance oferta – demanda

En el siguiente cuadro pudimos determinar el superávit o déficit existente, mediante la diferencia de la demanda proyectada y la oferta proyectada.

*Cuadro 38: Demanda insatisfecha*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2016	2686	1632	1054
2017	2724	1655	1069
2018	2802	1703	1099
2019	2924	1777	1147
2020	3095	1881	1214

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

El presente balance de Oferta-Demanda proyectado demuestra un escenario optimista para la creación de una empresa comercializadora de repuestos en la ciudad de Tulcán, ya que mediante el análisis de los datos obtenidos se puede determinar que la demanda no alcanza a ser cubierta, existiendo un déficit de 1069 ítems de repuestos para el primer año.

### **3.9 Análisis y determinación de los precios**

La estrategia para determinar los precios de los productos que ofertará el almacén estarán basados en los costos, más un 15% o 20% de utilidad dependiendo el producto, y a la competencia, considerando siempre una sensibilidad a la elasticidad precio–demanda de los productos y de la demanda general que se genere.

Con lo mencionado anteriormente se ha logrado determinar que el precio promedio al consumidor final por cada ítem de repuesto ofertado por el almacén será accesible para los posibles consumidores, y competitivo en el mercado actual.

*Cuadro 39: Precios estimados*

<b>Rubros</b>	<b>Años</b>	<b>Año Base 2016</b>
<b>FILTROS Y BANDAS :</b>		
Filtro aceite motor J08CT E2		166,75
Filtro combustible primario J08CT E2		112,38
Bandas motor J08CT E2 E3		188,50
Bandas motor HINO ISUZU 22463		114,55
<b>RETENEDORES Y RODAMIENTOS:</b>		

Rulimán rueda Del.32310JR	253,75
Rulimán rueda Del. 32307JR	141,38
Rulimán rueda Post. 32217JR	391,50
Retén rueda Del. J08CT	60,90
Retén rueda Post. GD-H07CT	79,75
Retén rueda Post. GH-FG-AK	62,35
Reten rueda Post. FTR	58,00
<b>KITS DE EMBRAGUE:</b>	
Kit embrague J08CT E2 E3	2.031,45
Disco embrague FTR full aire	1.196,25
Disco embrague 4HG1-4D34	659,75
Plato embrague 4HG1	688,75
Rulimán embrague CT70B	192,85
Rulimán embrague 65TNK20	199,01
Rulimán embrague CT55BL1	143,55
<b>ACCESORIOS SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE:</b>	
Kit válvula principal freno GH-FG	514,75
Kit válvula principal freno FTR-FVR	126,88
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	101,50
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	52,20
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR ¾	61,63
Kit booster FTR full aire	398,75
Kit booster HINO GH FG	304,50
Kit booster FTR MIXTO	420,50
Kit válvula relay R6	105,13
<b>EMPAQUES:</b>	
Empaque cabezote J08CT E2 E3	917,49
Empaque cabezote J05CT E2 E3	754,00
Empaque cabezote 4HG1	609,00
Empaque culata J08CT E2 E3	319,00
Kit empaques caja cambios FG-AK	72,50
Empaque base turbo HINO-ISUZU	90,63
<b>PIÑONES Y SINCRONIZADOS DE CAJA:</b>	
Eje corredizo FG-AK	3.654,00
Eje motriz FG-AK	2.196,75
Piñón 6ta masa FG-AK	4.027,38
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	2.399,75
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	1.232,50
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	1.595,00
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	1.631,25
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	587,25
<b>RODELAS DE TRANSMISIÓN:</b>	

Kit rodelas transmisión HINO GD	326,25
Kit rodelas transmisión GH- FG	413,25
Kit rodelas transmisión FTR	522,00
Cono y corona FTR 7/43 EURO	2.218,50
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	2.392,50

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Para poder realizar la proyección de precios de los productos se utilizó una política de crecimiento establecida por el almacén, la misma que para el primer año será del 15% de incremento y así sucesivamente.

*Cuadro 40: Proyección de precios*

Rubros	Años	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FILTROS Y BANDAS :</b>							
Filtro aceite motor J08CT E2		166,75	191,76	220,53	253,61	291,65	335,39
Filtro combustible primario J08CT E2		112,38	129,23	148,62	170,91	196,54	226,03
Bandas motor J08CT E2 E3		188,50	216,78	249,29	286,68	329,69	379,14
Bandas motor HINO ISUZU 22463		114,55	131,73	151,49	174,22	200,35	230,40
<b>RETENEDORES Y RODAMIENTOS</b>							
Rulimán rueda Del.32310JR		253,75	291,81	335,58	385,92	443,81	510,38
Rulimán rueda Del. 32307JR		141,38	162,58	186,97	215,01	247,27	284,36
Rulimán rueda Post. 32217JR		391,50	450,23	517,76	595,42	684,74	787,45
Retén rueda Del. J08CT		60,90	70,04	80,54	92,62	106,51	122,49
Retén rueda Post. GD-H07CT		79,75	91,71	105,47	121,29	139,48	160,41
Retén rueda Post. GH-FG-AK		62,35	71,70	82,46	94,83	109,05	125,41
Retén rueda Post. FTR		58,00	66,70	76,71	88,21	101,44	116,66
<b>KITS DE EMBRAGUE:</b>							
Kit embrague J08CT E2 E3		2.031,45	2.336,17	2.686,59	3.089,58	3.553,02	4.085,97
Disco embrague FTR full aire		1.196,25	1.375,69	1.582,04	1.819,35	2.092,25	2.406,09
Disco embrague 4HG1-4D34		659,75	758,71	872,52	1.003,40	1.153,91	1.326,99
Plato embrague 4HG1		688,75	792,06	910,87	1.047,50	1.204,63	1.385,32
Rulimán embrague CT70B		192,85	221,78	255,04	293,30	337,30	387,89
Rulimán embrague 65TNK20		199,01	228,86	263,19	302,67	348,07	400,29
Rulimán embrague CT55BL1		143,55	165,08	189,84	218,32	251,07	288,73
<b>ACCESORIOS SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE:</b>							
Kit válvula principal freno GH-FG		514,75	591,96	680,76	782,87	900,30	1.035,35
Kit válvula principal freno FTR-FVR		126,88	145,91	167,79	192,96	221,91	255,19
Kit bomba principal embrague HINO 7/8		101,50	116,73	134,23	154,37	177,52	204,15
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR		52,20	60,03	69,03	79,39	91,30	104,99
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR ¾		61,63	70,87	81,50	93,72	107,78	123,95
Kit booster FTR full aire		398,75	458,56	527,35	606,45	697,42	802,03
Kit booster HINO GH FG		304,50	350,18	402,70	463,11	532,57	612,46
Kit booster FTR MIXTO		420,50	483,58	556,11	639,53	735,46	845,78
Kit válvula relay R6		105,13	120,89	139,03	159,88	183,86	211,44

<b>EMPAQUES:</b>						
Empaque cabezote J08CT E2 E3	917,49	1.055,11	1.213,38	1.395,38	1.604,69	1.845,40
Empaque cabezote J05CT E2 E3	754,00	867,10	997,17	1.146,74	1.318,75	1.516,56
Empaque cabezote 4HG1	609,00	700,35	805,40	926,21	1.065,14	1.224,92
Empaque culata J08CT E2 E3	319,00	366,85	421,88	485,16	557,93	641,62
Kit empaques caja cambios FG-AK	72,50	83,38	95,88	110,26	126,80	145,82
Empaque base turbo HINO-ISUZU	90,63	104,22	119,85	137,83	158,50	182,28
<b>PIÑONES Y SINCRONIZADOS DE CAJA:</b>						
Eje corredizo FG-AK	3.654,00	4.202,10	4.832,42	5.557,28	6.390,87	7.349,50
Eje motriz FG-AK	2.196,75	2.526,26	2.905,20	3.340,98	3.842,13	4.418,45
Piñón 6ta masa FG-AK	4.027,38	4.631,48	5.326,20	6.125,13	7.043,90	8.100,49
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	2.399,75	2.759,71	3.173,67	3.649,72	4.197,18	4.826,75
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	1.232,50	1.417,38	1.629,98	1.874,48	2.155,65	2.479,00
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	1.595,00	1.834,25	2.109,39	2.425,80	2.789,66	3.208,11
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	1.631,25	1.875,94	2.157,33	2.480,93	2.853,07	3.281,03
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	587,25	675,34	776,64	893,13	1.027,10	1.181,17
<b>RODELAS DE TRANSMISIÓN:</b>						
Kit rodelas transmisión HINO GD	326,25	375,19	431,47	496,19	570,61	656,21
Kit rodelas transmisión GH- FG	413,25	475,24	546,52	628,50	722,78	831,19
Kit rodelas transmisión FTR	522,00	600,30	690,35	793,90	912,98	1.049,93
Cono y corona FTR 7/43 EURO	2.218,50	2.551,28	2.933,97	3.374,06	3.880,17	4.462,20
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	2.392,50	2.751,38	3.164,08	3.638,69	4.184,50	4.812,17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.10 Demanda potencial

La demanda potencial que se ha determinado para la Empresa comercializadora de repuestos está constituida por los datos obtenidos en el balance de oferta y demanda, la cual para el año 2016 es de 1054 repuestos con sus respectivas proyecciones para los siguientes años.

*Cuadro 41: Demanda potencial a satisfacer*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
2016	1054
2017	1069
2018	1099
2019	1147
2020	1214

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.11 Conclusiones del estudio

Al finalizar el presente estudio de mercado se puede resumir los puntos más importantes obtenidos:

- El proyecto es factible ya que está sustentado sobre el estudio realizado en la demanda y oferta actual de repuestos para vehículos a diésel en el Cantón de Tulcán. Determinando un déficit de demanda insatisfecha, al cual se atenderá por medio de la creación de esta empresa.
- La oferta actual de repuestos automotrices cubre apenas el 45% de la demanda insatisfecha, lo que significa que la posibilidad de introducir al mercado nuevas empresas que comercialicen repuestos para vehículos a diésel es del 65%.
- Gracias a la ayuda de las entrevistas realizadas a los expertos y comercializadores del sector se ha podido identificar a los principales proveedores que tendrá la empresa para su correcto funcionamiento.
- Por medio de las proformas solicitadas a las comercializadoras mayoristas e importadoras se ha podido realizar un cuadro donde se expresa los posibles precios que manejará la empresa referente a los repuestos que comercializará.
- La realización de este estudio de mercado ha sido muy provechoso y a reflejado cifras positivas que permiten continuar con el desarrollo del proyecto y así conocer la factibilidad de ponerlo en marcha.

## **CAPÍTULO IV**

### **3. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico es uno de los más importantes en la elaboración de proyectos, nos permite conocer y determinar la distribución de las áreas que tendrá la empresa, la localización, ingeniería, descripción de la estructura física, y todo aquello que tiene relación con la puesta en marcha y operatividad del proyecto.

Este estudio es la plataforma para el siguiente capítulo cálculo de evaluación financiera, ya que dentro de éste se determinan los costos en los que incurrirá el proyecto al ponerlo en marcha, se plasma un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad financiera del mismo y se determina el capital de trabajo necesario para el correcto funcionamiento de la empresa.

#### **3.1 Localización del proyecto**

Una buena ubicación genera ventajas competitivas en el mercado que benefician a la empresa comercializadora, es por eso que este punto tiene como propósito fundamental encontrar la ubicación adecuada y estratégica donde implementar la misma, para obtener un mayor volumen de ventas, dinamizar el mercado, alcanzar beneficios frente a nuestros competidores, y sobre todo generar costos menores.

Se debe tomar en cuenta también que el sitio donde se localizará la empresa cuente con vías en buen estado y sean accesibles por el posible consumidor.

#### **3.1.2 Macro localización**

La empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel se encontrará ubicada en:

País: Ecuador

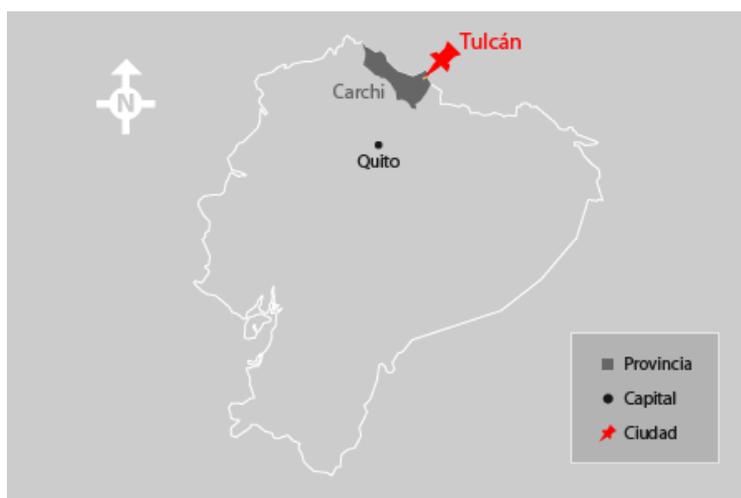
Provincia: Carchi

Región: Sierra

Cantón: Tulcán

Ciudad: Tulcán

*Gráfico 31: Mapa de macro localización de Tulcán*



Fuente: Mapas del Ecuador  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

La ciudad de Tulcán, es la capital de la provincia de Carchi, pertenece a la Región número 1 del Ecuador. Se encuentra situada en los Andes Septentrionales del Ecuador, conocida como "Centinela del Norte". Limita con el país de Colombia y se encuentra muy cerca de él, solamente a 7 km de la frontera. Mantiene un clima de frío andino constituyéndose en la capital de provincia más alta del Ecuador.

### **3.1.3 Micro localización.**

La empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel se localizará en la ciudad de Tulcán a la entrada sur en la Avenida Veintimilla y Alejandro R. Mera, el local donde se ubicará el proyecto cuenta con servicios básicos de energía eléctrica, teléfono, internet, agua potable y alcantarillado.

Esta avenida es de fácil accesibilidad para todos los usuarios y fue determinado como lugar estratégico para el funcionamiento del almacén, ya que se encuentra cerca de la mayoría de mecánicas y talleres automotrices.

*Gráfico 32: Mapa de micro localización*



Fuente: Google Maps.  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

## 3.2 Ingeniería del proyecto

### 3.2.1 Distribución de la planta.

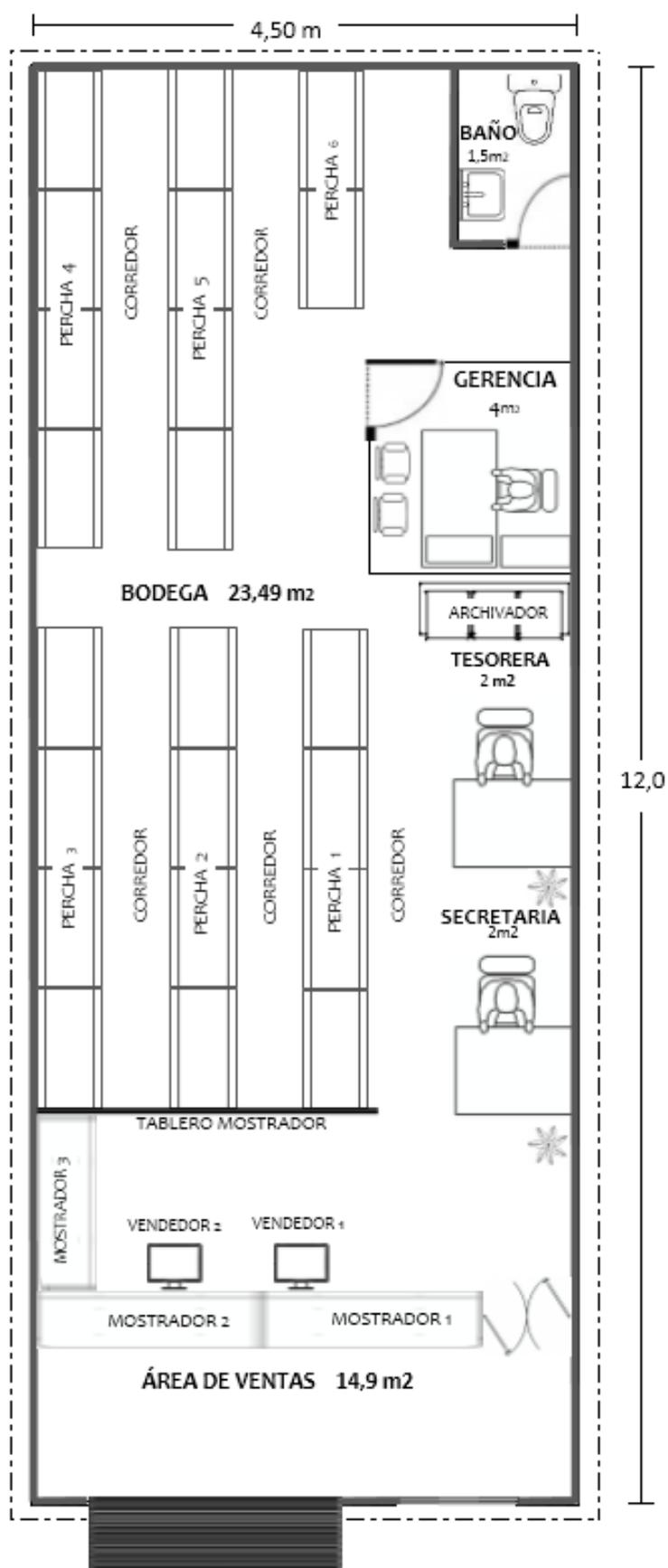
Las instalaciones de la empresa están planteadas para satisfacer la demanda potencial y las necesidades de nuestros consumidores.

El local donde se establecerá la empresa será segmentado en diferentes áreas, cada una distribuida para cumplir con las condiciones de trabajo establecidas, las mismas que permitan realizar las operaciones con un costo mínimo, guardando siempre el estándar de seguridad y comodidad para los trabajadores.

El área que ocupará el local comercial es de 54m<sup>2</sup>, 4.5m de frente y 12m de largo. Posee todos los servicios básicos necesarios, los cuales son indispensables para la implementación y funcionamiento de la empresa. La infraestructura física consta del área de bodega, área de ventas, cubículo para secretaria y contadora, gerencia y sanitario.

Según el diseño elaborado por la ingeniera bajo nuestras especificaciones el área de bodega será de 23,49 m<sup>2</sup>, lugar donde se ubicará cinco perchas; el área de ventas será de 14,9 m<sup>2</sup> espacio ideal para el funcionamiento de la empresa, además cuenta con área de 2x2 para secretaria y de 2x2 para contadora, cubículo para gerente de 4m<sup>2</sup> y sanitarios de 1,5m<sup>2</sup>. Y se grafica a continuación:

Gráfico 33: Diseño de las instalaciones

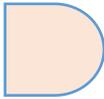
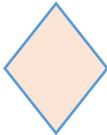


Elaborado por: Ing. Adriana Aldáz  
Año: 2016

### 3.2.2 Diagrama de flujo de actividades.

El Flujograma es un instrumento gráfico por medio del cual se da a conocer en forma específica, clara y secuencial los pasos y actividades que se realizan para cumplir con un proceso dado. Para poder llevar a cabo una buena comercialización en el almacén de repuestos para vehículos a diésel es necesario manejar flujogramas de procesos con sus debidos símbolos, y se los presenta a continuación:

*Cuadro 42: Simbología de flujogramas*

SÍMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	Inicio o Término de Proceso	Señala donde inicia o termina un proceso.
	Inspección	Indica que se inspeccione la cantidad o calidad de algo.
	Demora	Simboliza el retraso en el proceso, generalmente se usa cuando existen cuellos de botella.
	Decisión o alternativa	Representa comparación o verificación de características con estándares de calidad establecidos.
	Documento	Muestra cualquier tipo de documento que entre o salga en el procedimiento.
	Almacenamiento interno	Indica el almacenamiento de materiales o producto terminado, en las bodegas.

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Para que la empresa comercializadora de repuestos tenga un óptimo desempeño se debe respetar los procesos establecidos para cada actividad mediante el uso de diagramas, el

flujograma de compras que se presenta a continuación nos indica los responsables y las actividades que se deben cumplir para desempeñar esta tarea.

Primero se establece la elección del repuesto o producto que se requiera bajo la responsabilidad del agente de ventas y se negocia las políticas de compra y facilidades de pago, si se está de acuerdo se continua con la compra y se realiza el respectivo contrato bajo condiciones ya establecidas.

*Cuadro 43: Proceso de compra de repuestos*

DIAGRAMA DE FLUJO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
<pre> graph TD     A([Selección de repuestos]) --&gt; B{Acuerdo}     B -- no --&gt; C[Negociación]     C --&gt; B     B -- si --&gt; D[Aceptación del producto]     D --&gt; E[Firma de contrato]     E --&gt; F[Recepción de producto]     F --&gt; G[Facturas y cheques]     G --&gt; H[Almacenamiento mercadería]           </pre>	Selección de los repuestos	Vendedor
	Negociar las condiciones para la compra de los repuestos	Gerente Propietario -
	Firmar un contrato de aceptación de la distribución del producto y las condiciones de venta.	Gerente Propietario -
	Recepción y constatación del producto en cantidad y condición.	Bodeguero
	Recepción de factura y entrega de cheques o efectivo.	Contadora
	Almacenamiento y perchado de productos	Bodeguero

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

En el proceso de venta el diagrama establece como primer punto y de vital importancia el buen trato al cliente y tomar su pedido de forma cordial y atenta. Posteriormente se negocia las condiciones de pago y el precio del repuesto, si el cliente muestra acuerdo se prosigue con la

venta y se elabora la respectiva factura y el cobro de dinero o recepción de cheques. Por último se empaqueta el producto y entrega al consumidor.

Para que este proceso sea efectivo se hace necesario capacitar al personal de ventas, con cursos de atención al cliente y buen trato y presentación.

*Cuadro 44: Proceso de venta directa*

DIAGRAMA DE FLUJO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
<pre> graph TD     A([Atención al cliente]) --&gt; B[Pedido]     B --&gt; C{Precio y formas de pago}     C -- no --&gt; D([Fin])     C -- si --&gt; E[Empaquetado del producto]     E --&gt; F[Factura]     F --&gt; G[Cobro]     G --&gt; H[Entrega de productos]     H --&gt; I([Fin])           </pre>	Atender al cliente y tomar su pedido	Vendedor
	Negociación de precio y formas de pago.	Vendedor
	Empacar el producto pedido por el cliente.	Vendedor
	Facturar el pedido	Secretaria/ Contadora
	Recepción de efectivo o cheques.	Secretaria/ Contadora
	Entrega de los productos y la factura de respaldo	Vendedor

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

### 3.3 Presupuesto técnico

El presupuesto técnico para este proyecto está compuesto por la inversión fija, inversión variable, inversión diferida, gastos de constitución, gastos administrativos, y gastos de venta,

los cuales forman el capital de trabajo necesario para que la empresa pueda iniciar con sus actividades, estos valores económicos son obtenidos mediante cotizaciones y proformas entregadas por posibles proveedores de repuestos y de equipos de oficina en general.

### 3.3.1 Inversión fija.

#### 3.3.1.1 Muebles y enseres

La empresa comercializadora de repuestos contará con los muebles y equipos de oficina descritos en la tabla a continuación, mismos que ayudaran a tener una buena organización y un correcto desempeño en las actividades que se desarrollaran en las áreas administrativas como también operativas.

*Cuadro 45: Muebles y enseres*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	180,00	180,00
Escritorio tipo secretaria	1	130,00	130,00
Sillas tipo gerente	1	90,00	90,00
Sillas tipo secretaria	1	40,00	40,00
Vitrinas	2	180,00	360,00
Perchas	6	100,00	600,00
Tabla mostrador	1	150,00	150,00
Archivador	1	100,00	100,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.650,00</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

#### 3.3.1.2 Equipos de computación y paquetes informáticos

Para que la empresa pueda llevar una organización detallada de todas y cada una de las actividades desarrolladas, necesita contar con la tecnología que nos ofrecen los equipos de computación y sus programas contables, útiles para poner en marcha la administración y operación del almacén. A continuación se detallan los equipos necesarios:

*Cuadro 46: Equipos de computación*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador completo	2	650	1.300,00
Impresora multifunción	1	150	150,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.450,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

La inversión fija total que requiere la empresa comercializadora de repuestos para iniciar sus actividades y lograr un óptimo desempeño se detalla a continuación:

*Cuadro 47: Resumen inversión fija*

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Muebles y Enseres	1.650,00
Equipo de Computación	1.450,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.100,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.3.2 Inversión variable.

#### 3.3.2.1 Materia prima

Los repuestos automotrices representan la materia prima para nuestro proyecto, y gracias a la ayuda de proformas otorgadas por nuestros potenciales proveedores se ha podido elaborar un cuadro base con esta inversión y se lo presenta a continuación:

*Cuadro 48: Compra materia prima*

Rubros	Año Base 2016			
	Unid.Med.	Cant.	P. Unit	V. Total
<b>FILTROS Y BANDAS :</b>				
Filtro aceite motor J08CT E2	u.	5,00	23,00	115,00
Filtro combustible primario J08CT E2	u.	5,00	15,50	77,50
Bandas motor J08CT E2 E3	u.	5,00	26,00	130,00
Bandas motor HINO ISUZU 22463	u.	5,00	15,80	79,00
Meses año				12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>4.818,00</b>
<b>RETENEDORES Y RODAMIENTOS:</b>				

Rulimán rueda Del.32310JR	u.	5,00	35,00	175,00
Rulimán rueda Del. 32307JR	u.	5,00	19,50	97,50
Rulimán rueda Post. 32217JR	u.	5,00	54,00	270,00
Reten rueda Del. J08CT	u.	5,00	8,40	42,00
Reten Rueda Post. GD-H07CT	u.	5,00	11,00	55,00
Reten Rueda Post. GH-FG-AK	u.	5,00	8,60	43,00
Reten rueda Post. FTR	u.	5,00	8,00	40,00
Meses año				12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>8.670,00</b>
<b>KITS DE EMBRAGUE:</b>				
Kit embrague J08CT E2 E3	u.	3,00	467,00	1.401,00
Disco embrague FTR full aire	u.	3,00	275,00	825,00
Disco embrague 4HG1-4D34	u.	5,00	91,00	455,00
Plato embrague 4HG1	u.	5,00	95,00	475,00
Rulimán embrague CT70B	u.	5,00	26,60	133,00
Rulimán embrague 65TNK20	u.	5,00	27,45	137,25
Rulimán embrague CT55BL1	u.	5,00	19,80	99,00
Meses año				12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>42.303,00</b>
<b>PARTES PARA SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE:</b>				
Kit válvula principal freno GH-FG	u.	5,00	71,00	355,00
Kit válvula principal freno FTR-FVR	u.	5,00	17,50	87,50
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	u.	5,00	14,00	70,00
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	u.	5,00	7,20	36,00
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR ¾	u.	5,00	8,50	42,50
Kit booster FTR full aire	u.	5,00	55,00	275,00
Kit booster HINO GH FG	u.	5,00	42,00	210,00
Kit booster FTR MIXTO	u.	5,00	58,00	290,00
Kit válvula relay R6	u.	5,00	14,50	72,50
Meses año				12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>17.262,00</b>
<b>EMPAQUES:</b>				
Empaque cabezote J08CT E2 E3	u.	5,00	126,55	632,75
Empaque cabezote J05CT E2 E3	u.	5,00	104,00	520,00
Empaque cabezote 4HG1	u.	5,00	84,00	420,00
Empaque culata J08CT E2 E3	u.	5,00	44,00	220,00
Kit empaques caja cambios FG-AK	u.	5,00	10,00	50,00
Empaque base turbo HINO-ISUZU	u.	5,00	12,50	62,50
Meses año				12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>22.863,00</b>
<b>PIÑONES Y SINCRONIZADOS DE CAJA:</b>				
Eje corredizo FG-AK	u.	3,00	840,00	2.520,00

Eje motriz FG-AK	u.	3,00	505,00	1.515,00
Piñón 6ta masa FG-AK	u.	5,00	555,50	2.777,50
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	u.	5,00	331,00	1.655,00
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	u.	5,00	170,00	850,00
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	u.	5,00	220,00	1.100,00
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	u.	5,00	225,00	1.125,00
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	u.	5,00	81,00	405,00
Meses año				12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>143.370,00</b>
<b>RODELAS DE TRANSMISIÓN:</b>				
Kit rodelas transmisión HINO GD	u.	5,00	45,00	225,00
Kit rodelas transmisión GH- FG	u.	5,00	57,00	285,00
Kit rodelas transmisión FTR	u.	5,00	72,00	360,00
Cono y corona FTR 7/43 EURO	u.	3,00	510,00	1.530,00
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	u.	3,00	550,00	1.650,00
Meses año				12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>48.600,00</b>
<b>TOTAL...</b>		<b>218</b>		<b>287.886,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.3.2.2 Gastos administrativos.

#### 3.3.2.2.1 Sueldos administrativos.

Para que la empresa comercializadora realice sus actividades normales requiere de personal administrativo capacitado que se comprometa a desempeñar efectivamente su trabajo, en un inicio el almacén requerirá solo dos personas para esta área y son un gerente y una secretaria contadora, sus sueldos y salarios se detallan a continuación:

*Cuadro 49: Sueldos y salarios gerente*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SBU	800,00	9.600,00
Aporte Patronal	97,20	1.166,40
Fondo de Reserva	0,00	0,00
Décimo Tercero	66,67	800,00
Décimo Cuarto	30,50	366,00
<b>TOTAL</b>	<b>994,37</b>	<b>11.932,40</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*Cuadro 50: Sueldos y salarios secretaria-contadora*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SBU	450,00	5.400,00
Aporte Patronal	54,68	656,10
Fondo de Reserva	0,00	0,00
Décimo Tercero	37,50	450,00
Décimo Cuarto	30,50	366,00
<b>TOTAL</b>	<b>572,68</b>	<b>6.872,10</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*3.3.2.2.2 Arriendo local comercial**Cuadro 51: Arriendo local comercial*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Local Comercial	300,00	3.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>300,00</b>	<b>3.600,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

*3.3.2.2.3 Suministros de oficina**Cuadro 52: Suministros de oficina*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Tinta para impresora	30,00	360,00
Servicio Data Fast	40,00	480,00
Resma de papel	4,50	54,00
Cuaderno	1,25	15,00
Carpetas archivadoras	4,50	54,00
Esferos, resaltador, corrector	2,25	27,00
<b>TOTAL</b>	<b>82,50</b>	<b>990,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

3.3.2.2.4 *Servicios básicos**Cuadro 53: Servicios básicos*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	40,00	480,00
Agua Potable	5,00	60,00
Servicio Telefónico e Internet	60,00	720,00
<b>TOTAL</b>	<b>105,00</b>	<b>1.260,00</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

3.3.2.2.5 *Gastos depreciación.**Cuadro 54: Gastos depreciación*

AÑOS	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
10	Depreciación Muebles y Enseres	14	165
3	Depreciación Equipo de Computación	40	483
	<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>648</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

3.3.2.2.6 *Gastos amortización**Cuadro 55: Gastos de amortización*

AÑOS	DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
5	Amortización Gastos de Constitución	25,00	300,00
	<b>TOTAL</b>	<b>25,00</b>	<b>300,00</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

3.3.2.3 *Gastos de venta.*

Dentro de los gastos de venta tenemos los sueldos y salarios del vendedor, así como también el gasto por publicidad, los cuales son necesarios para un buen funcionamiento de la empresa y se los detalla a continuación:

### 3.3.2.3.1 Sueldos y salarios vendedor

*Cuadro 56: Sueldos y salarios vendedor*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SBU	366,00	4392,00
Aporte Patronal	44,47	533,63
Fondo de Reserva		0,00
Décimo Tercero	30,50	366,00
Décimo Cuarto	30,50	366,00
<b>TOTAL</b>	<b>471,47</b>	<b>5657,63</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.3.2.3.2 Gasto publicidad

*Cuadro 57: Gasto publicidad*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad en Medios	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>	<b>20,00</b>	<b>240,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

## 3.3.3 Inversión diferida.

### 3.3.3.1 Gastos de constitución.

Para que la empresa pueda empezar a funcionar es necesario incurrir en gastos de investigación, permisos y constitución; los gastos necesarios para la empresa comercializadora de repuestos se detallan a continuación:

*Cuadro 58: Gastos de constitución*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Gastos de Investigación	1	1.000,00	1.000,00
Gastos de Constitución	1	500,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.500,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 3.4 Capital de trabajo del proyecto

El capital mínimo necesario para que la empresa inicie sus actividades operativas antes de percibir sus primeros ingresos se presenta a continuación:

*Cuadro 59: Capital de trabajo*

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1
<b>INVENTARIOS</b>	<b>23.991</b>	<b>287.886</b>
Repuestos Automotrices	23.991	287.886
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>1.139</b>	<b>25.603</b>
Sueldos y Salarios Gerente	994,37	11.932
Sueldos y Salarios Secretaria- Contadora	573	6.872
Arriendo local comercial	300	3.600
Suministros de Oficina	83	990
Servicios básicos	105	1.260
Gastos depreciación	54	648
Gastos amortización	25	300
<b>GASTOS DE VENTA</b>	<b>491</b>	<b>5.898</b>
Sueldo vendedor	471	5.658
Publicidad	20	240
<b>TOTAL</b>	<b>25.621</b>	<b>319.386</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### **3.5 Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto determina que cantidad de productos o servicios puede tener, recibir, almacenar o producir la capacidad instalada en un determinado tiempo, y está determinado por factores como la demanda, disponibilidad de repuestos, tecnología y disponibilidad de financiamiento.

Las instalaciones de la empresa deben estar de acuerdo con la demanda potencial a satisfacer. Si la empresa es demasiado grande parte de ellas estarán ociosas y generarán mayor inversión fija innecesaria, en cambio si la capacidad instalada de la empresa es demasiado pequeña se perderá mercado y clientes y quizás estas ventas no puedan cubrir ni siquiera los costos de venta.

Es por eso que determinar el tamaño de las instalaciones que tendrá la empresa comercializadora de repuestos es de fundamental importancia, ya que si se logra establecer de una manera adecuada se podrá cumplir con el objetivo de alcanzar un rendimiento sobre la inversión realizada.

#### **3.5.1 Mercado.**

El mercado potencial visualizado en la ciudad de Tulcán, de acuerdo a las cifras de la demanda insatisfecha obtenidas en el estudio de mercado, y al crecimiento en función de la oferta actual existente, determinan el alcance que tendrá la oferta del nuevo almacén. En base a estos resultados el proyecto planea cubrir para el año 2016, al menos el 19% del mercado, e ir con un crecimiento exponencial hasta alcanzar en el año 2020 abastecer alrededor del 40% del mercado.

*Cuadro 60: Porcentaje a satisfacer demanda insatisfecha*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA (unid.)</b>	<b>PORCENTAJE A SATISFACER</b>
2016	1054	200	19%
2017	1069	250	24%
2018	1099	300	28%
2019	1147	350	33%
2020	1214	400	38%

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

### 3.5.2 Disponibilidad de repuestos.

Luego de haber realizado las respectivas cotizaciones y solicitar proformas a las casa comerciales principales y potenciales proveedores, se ha podido determinar y verificar que su existencia en stock es muy regular y amplia en el mercado.

### 3.5.3 Financiamiento.

La Inversión total del proyecto asciende a \$323.986 dólares y contempla los activos fijos, activos diferidos, y el capital de trabajo necesario para la ejecución y puesta en marcha de la empresa comercializadora de repuestos. Para cubrir los requerimientos de capital de trabajo se realizará un aporte de todos los socios que asciende a \$129.595 dólares equivalente al 40% y el otro 60% será financiado por un préstamo a largo plazo por un valor de \$194.392 dólares.

*Cuadro 61: INVERSIÓN PRE OPERACIONAL*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Activos Fijos	3.100
Activos Diferidos	1.500
Capital de Trabajo	319.386
<b>TOTAL</b>	<b>323.986</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

## CAPÍTULO V

### 4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En este capítulo analizaremos la proyección de los ingresos como también la proyección de los costos y gastos para poder determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto por medio de evaluadores financieros como son el VAN, la TIR y el Costo Beneficio.

Otro aspecto importante que se va a estudiar en este capítulo es la estructura del financiamiento y los estados financieros proforma del proyecto, como son el balance de arranque, estado de resultados año cero y su proyección para cinco años, y el flujo de caja proyectado. Datos importantes que se deben analizar para saber si es recomendable invertir en este proyecto y llevarlo a cabo o no.

#### 5.1 Presupuestos

##### 5.1.1 Ingresos proyectados.

Para poder obtener los ingresos proyectados para nuestra empresa nos hemos basado en los costos de venta de cada ítem más un porcentaje de utilidad de 45% para el año base y un porcentaje de crecimiento como política de la empresa de 0.15% para cada año. Como se presenta a continuación en la tabla:

*Cuadro 62: Ingresos proyectados*

Rubros	Años	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FILTROS Y BANDAS :</b>							
Filtro aceite motor J08CT E2		166,75	191,76	220,53	253,61	291,65	335,39
Filtro combustible primario J08CT E2		112,38	129,23	148,62	170,91	196,54	226,03
Bandas motor J08CT E2 E3		188,50	216,78	249,29	286,68	329,69	379,14

Bandas motor HINO ISUZU 22463	114,55	131,73	151,49	174,22	200,35	230,40
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>	<b>6.986,10</b>	<b>8.034,02</b>	<b>9.239,12</b>	<b>10.624,98</b>	<b>12.218,73</b>	<b>14.051,54</b>
<b>RETENEDORES Y RODAMIENTOS:</b>						
Rulimán rueda Del.32310JR	253,75	291,81	335,58	385,92	443,81	510,38
Rulimán rueda Del. 32307JR	141,38	162,58	186,97	215,01	247,27	284,36
Rulimán rueda Post. 32217JR	391,50	450,23	517,76	595,42	684,74	787,45
Reten rueda Del. J08CT	60,90	70,04	80,54	92,62	106,51	122,49
Reten rueda Post. GD-H07CT	79,75	91,71	105,47	121,29	139,48	160,41
Reten rueda Post. GH-FG-AK	62,35	71,70	82,46	94,83	109,05	125,41
Reten rueda Post. FTR	58,00	66,70	76,71	88,21	101,44	116,66
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>	<b>12.571,50</b>	<b>14.457,23</b>	<b>16.625,81</b>	<b>19.119,68</b>	<b>21.987,63</b>	<b>25.285,78</b>
<b>KITS DE EMBRAGUE:</b>						
Kit embrague J08CT E2 E3	2.031,45	2.336,17	2.686,59	3.089,58	3.553,02	4.085,97
Disco embrague FTR full aire	1.196,25	1.375,69	1.582,04	1.819,35	2.092,25	2.406,09
Disco embrague 4HG1-4D34	659,75	758,71	872,52	1.003,40	1.153,91	1.326,99
Plato embrague 4HG1	688,75	792,06	910,87	1.047,50	1.204,63	1.385,32
Rulimán embrague CT70B	192,85	221,78	255,04	293,30	337,30	387,89
Rulimán embrague 65TNK20	199,01	228,86	263,19	302,67	348,07	400,29
Rulimán embrague CT55BL1	143,55	165,08	189,84	218,32	251,07	288,73
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>	<b>61.339,35</b>	<b>70.540,25</b>	<b>81.121,29</b>	<b>93.289,48</b>	<b>107.282,91</b>	<b>123.375,34</b>
<b>ACCESORIOS SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE:</b>						
Kit válvula principal freno GH-FG	514,75	591,96	680,76	782,87	900,30	1.035,35
Kit válvula principal freno FTR-FVR	126,88	145,91	167,79	192,96	221,91	255,19
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	101,50	116,73	134,23	154,37	177,52	204,15
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	52,20	60,03	69,03	79,39	91,30	104,99
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR ¾	61,63	70,87	81,50	93,72	107,78	123,95
Kit booster FTR full aire	398,75	458,56	527,35	606,45	697,42	802,03
Kit booster HINO GH FG	304,50	350,18	402,70	463,11	532,57	612,46
Kit booster FTR MIXTO	420,50	483,58	556,11	639,53	735,46	845,78
Kit válvula relay R6	105,13	120,89	139,03	159,88	183,86	211,44
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>	<b>25.029,90</b>	<b>28.784,39</b>	<b>33.102,04</b>	<b>38.067,35</b>	<b>43.777,45</b>	<b>50.344,07</b>

<b>EMPAQUES:</b>						
Empaque cabezote J08CT E2 E3	917,49	1.055,11	1.213,38	1.395,38	1.604,69	1.845,40
Empaque cabezote J05CT E2 E3	754,00	867,10	997,17	1.146,74	1.318,75	1.516,56
Empaque cabezote 4HG1	609,00	700,35	805,40	926,21	1.065,14	1.224,92
Empaque culata J08CT E2 E3	319,00	366,85	421,88	485,16	557,93	641,62
Kit empaques caja cambios FG-AK	72,50	83,38	95,88	110,26	126,80	145,82
Empaque base turbo HINO-ISUZU	90,63	104,22	119,85	137,83	158,50	182,28
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>	<b>33.151,35</b>	<b>38.124,05</b>	<b>43.842,66</b>	<b>50.419,06</b>	<b>57.981,92</b>	<b>66.679,21</b>
<b>PIÑONES Y SINCRO- NIZADOS DE CAJA:</b>						
Eje corredizo FG-AK	3.654,00	4.202,10	4.832,42	5.557,28	6.390,87	7.349,50
Eje motriz FG-AK	2.196,75	2.526,26	2.905,20	3.340,98	3.842,13	4.418,45
Piñón 6ta masa FG-AK	4.027,38	4.631,48	5.326,20	6.125,13	7.043,90	8.100,49
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	2.399,75	2.759,71	3.173,67	3.649,72	4.197,18	4.826,75
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	1.232,50	1.417,38	1.629,98	1.874,48	2.155,65	2.479,00
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	1.595,00	1.834,25	2.109,39	2.425,80	2.789,66	3.208,11
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	1.631,25	1.875,94	2.157,33	2.480,93	2.853,07	3.281,03
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	587,25	675,34	776,64	893,13	1.027,10	1.181,17
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>	<b>207.886,50</b>	<b>239.069,48</b>	<b>274.929,90</b>	<b>316.169,38</b>	<b>363.594,79</b>	<b>418.134,01</b>
<b>RODELAS DE TRANSMISIÓN:</b>						
Kit rodelas transmisión HINO GD	326,25	375,19	431,47	496,19	570,61	656,21
Kit rodelas transmisión GH-FG	413,25	475,24	546,52	628,50	722,78	831,19
Kit rodelas transmisión FTR	522,00	600,30	690,35	793,90	912,98	1.049,93
Cono y corona FTR 7/43 EURO	2.218,50	2.551,28	2.933,97	3.374,06	3.880,17	4.462,20
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	2.392,50	2.751,38	3.164,08	3.638,69	4.184,50	4.812,17
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>	<b>70.470,00</b>	<b>81.040,50</b>	<b>93.196,58</b>	<b>107.176,06</b>	<b>123.252,47</b>	<b>141.740,34</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>417.435</b>	<b>480.050</b>	<b>552.057</b>	<b>634.866</b>	<b>730.096</b>	<b>839.610</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### **5.1.2 Egresos.**

Los egresos en los que tendrá que incurrir la empresa para sus operaciones se clasifican en costos de venta, gastos administrativos, gastos de venta y gasto financiero.

#### **COSTOS DE VENTA**

Primeramente tenemos los costos de venta que para nuestra empresa representan la compra de la materia prima, es decir repuestos automotrices, para poder analizar este rubro se ha realizado una lista con los ítems de mayor rotación, y se ha proyectado para cinco años con una tasa de crecimiento de 3.38% que corresponde a la tasa inflacionaria publicada por el Banco Central del Ecuador para el año 2015.

Cuadro 63: Costo de venta

Rubros	Años		Año Base 2016				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Unid.	Med.	Cant.	P. Unit	V. Total						
<b>FILTROS Y BANDAS :</b>											
Filtro aceite motor J08CT E2	u.		5,00	23,00	115,00	118,89	122,91	127,06	131,35	135,79	
Filtro combustible primario J08CT E2	u.		5,00	15,50	77,50	80,12	82,83	85,63	88,52	91,51	
Bandas motor J08CT E2 E3	u.		5,00	26,00	130,00	134,39	138,94	143,63	148,49	153,51	
Bandas motor HINO ISUZU 22463	u.		5,00	15,80	79,00	81,67	84,43	87,28	90,23	93,28	
Meses año					12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	
<b>Subtotal...</b>					<b>4.818,00</b>	<b>4.980,85</b>	<b>5.149,20</b>	<b>5.323,24</b>	<b>5.503,17</b>	<b>5.689,18</b>	
<b>RETENEDORES Y RODAMIENTOS:</b>											
Rulimán rueda Del.32310JR	u.		5,00	35,00	175,00	180,92	187,03	193,35	199,89	206,64	
Rulimán rueda Del. 32307JR	u.		5,00	19,50	97,50	100,80	104,20	107,72	111,37	115,13	
Rulimán rueda Post. 32217JR	u.		5,00	54,00	270,00	279,13	288,56	298,31	308,40	318,82	
Reten rueda Del. J08CT	u.		5,00	8,40	42,00	43,42	44,89	46,40	47,97	49,59	
Reten rueda Post. GD-H07CT	u.		5,00	11,00	55,00	56,86	58,78	60,77	62,82	64,94	
Reten rueda Post. GH-FG-AK	u.		5,00	8,60	43,00	44,45	45,96	47,51	49,12	50,78	
Reten rueda Post. FTR	u.		5,00	8,00	40,00	41,35	42,75	44,19	45,69	47,23	
Meses año					12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	
<b>Subtotal...</b>					<b>8.670,00</b>	<b>8.963,05</b>	<b>9.266,00</b>	<b>9.579,19</b>	<b>9.902,96</b>	<b>10.237,68</b>	
<b>KITS DE EMBRAGUE:</b>											
Kit embrague J08CT E2 E3	u.		3,00	467,00	1.401,00	1.448,35	1.497,31	1.547,92	1.600,24	1.654,32	
Disco embrague FTR full aire	u.		3,00	275,00	825,00	852,89	881,71	911,51	942,32	974,17	
Disco embrague 4HG1-4D34	u.		5,00	91,00	455,00	470,38	486,28	502,71	519,71	537,27	
Plato embrague 4HG1	u.		5,00	95,00	475,00	491,06	507,65	524,81	542,55	560,89	
Rulimán embrague CT70B	u.		5,00	26,60	133,00	137,50	142,14	146,95	151,91	157,05	
Rulimán embrague 65TNK20	u.		5,00	27,45	137,25	141,89	146,68	151,64	156,77	162,07	

Rulimán embrague CT55BL1	u.	5,00	19,80	99,00	102,35	105,81	109,38	113,08	116,90
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>42.303,00</b>	<b>43.732,84</b>	<b>45.211,01</b>	<b>46.739,14</b>	<b>48.318,93</b>	<b>49.952,11</b>
<b>ACCESORIOS PARA SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE:</b>									
Kit válvula principal freno GH-FG	u.	5,00	71,00	355,00	367,00	379,40	392,23	405,48	419,19
Kit válvula principal freno FTR-FVR	u.	5,00	17,50	87,50	90,46	93,51	96,68	99,94	103,32
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	u.	5,00	14,00	70,00	72,37	74,81	77,34	79,95	82,66
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	u.	5,00	7,20	36,00	37,22	38,47	39,78	41,12	42,51
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR	u.	5,00	8,50	42,50	43,94	45,42	46,96	48,54	50,18
Kit booster FTR full aire	u.	5,00	55,00	275,00	284,30	293,90	303,84	314,11	324,72
Kit booster HINO GH FG	u.	5,00	42,00	210,00	217,10	224,44	232,02	239,86	247,97
Kit booster FTR MIXTO	u.	5,00	58,00	290,00	299,80	309,94	320,41	331,24	342,44
Kit válvula relay R6	u.	5,00	14,50	72,50	74,95	77,48	80,10	82,81	85,61
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>17.262,00</b>	<b>17.845,46</b>	<b>18.448,63</b>	<b>19.072,20</b>	<b>19.716,84</b>	<b>20.383,27</b>
<b>EMPAQUES:</b>									
Empaque cabezote J08CT E2 E3	u.	5,00	126,55	632,75	654,14	676,25	699,10	722,73	747,16
Empaque cabezote J05CT E2 E3	u.	5,00	104,00	520,00	537,58	555,75	574,53	593,95	614,02
Empaque cabezote 4HG1	u.	5,00	84,00	420,00	434,20	448,87	464,04	479,73	495,94
Empaque culata J08CT E2 E3	u.	5,00	44,00	220,00	227,44	235,12	243,07	251,29	259,78
Kit empaques caja cambios FG-AK	u.	5,00	10,00	50,00	51,69	53,44	55,24	57,11	59,04
Empaque base turbo HINO-ISUZU	u.	5,00	12,50	62,50	64,61	66,80	69,05	71,39	73,80
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>22.863,00</b>	<b>23.635,77</b>	<b>24.434,66</b>	<b>25.260,55</b>	<b>26.114,36</b>	<b>26.997,02</b>

<b>PIÑONES Y SINCRONIZADOS DE CAJA:</b>									
Eje corredizo FG-AK	u.	3,00	840,00	2.520,00	2.605,18	2.693,23	2.784,26	2.878,37	2.975,66
Eje motriz FG-AK	u.	3,00	505,00	1.515,00	1.566,21	1.619,14	1.673,87	1.730,45	1.788,94
Piñón 6ta masa FG-AK	u.	5,00	555,50	2.777,50	2.871,38	2.968,43	3.068,77	3.172,49	3.279,72
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	u.	5,00	331,00	1.655,00	1.710,94	1.768,77	1.828,55	1.890,36	1.954,25
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	u.	5,00	170,00	850,00	878,73	908,43	939,14	970,88	1.003,69
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	u.	5,00	220,00	1.100,00	1.137,18	1.175,62	1.215,35	1.256,43	1.298,90
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	u.	5,00	225,00	1.125,00	1.163,03	1.202,34	1.242,97	1.284,99	1.328,42
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	u.	5,00	81,00	405,00	418,69	432,84	447,47	462,60	478,23
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>143.370,00</b>	<b>148.215,91</b>	<b>153.225,60</b>	<b>158.404,63</b>	<b>163.758,71</b>	<b>169.293,75</b>
<b>RODELAS DE TRANSMISIÓN:</b>									
Kit rodela transmisión HINO GD	u.	5,00	45,00	225,00	232,61	240,47	248,59	257,00	265,68
Kit rodela transmisión GH- FG	u.	5,00	57,00	285,00	294,63	304,59	314,89	325,53	336,53
Kit rodela transmisión FTR	u.	5,00	72,00	360,00	372,17	384,75	397,75	411,20	425,09
Cono y corona FTR 7/43 EURO	u.	3,00	510,00	1.530,00	1.581,71	1.635,18	1.690,44	1.747,58	1.806,65
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	u.	3,00	550,00	1.650,00	1.705,77	1.763,43	1.823,03	1.884,65	1.948,35
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal...</b>				<b>48.600,00</b>	<b>50.242,68</b>	<b>51.940,88</b>	<b>53.696,48</b>	<b>55.511,43</b>	<b>57.387,71</b>
<b>TOTAL...</b>				<b>287.886,00</b>	<b>297.616,55</b>	<b>307.675,99</b>	<b>318.075,43</b>	<b>328.826,38</b>	<b>339.940,72</b>

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Año: 2016

## GASTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de los gastos administrativos el rubro más importante son los sueldos y salarios del personal encargado de la administración, para el buen funcionamiento de la empresa se iniciará solamente con dos personas una encargada de la gerencia y otra encargada de la secretaría y contabilidad.

Se ha realizado también los debidos cálculos de todos los beneficios que por ley les pertenece, y su respectiva proyección para cinco años con una tasa de 8.07% de crecimiento, la cual corresponde a un análisis de sueldos históricos de los últimos diez años y su respectivo promedio porcentual de crecimiento como se muestra en la siguiente tabla:

*Cuadro 64: Historial salario básico unificado*

<b>Historial SBU</b>		
<b>Años</b>	<b>SBU</b>	<b>%</b>
2007	170	0,00
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
2013	318	8,90
2014	340	6,92
2015	354	4,12
2016	366	3,39
<b>TOTAL</b>		<b>80,69</b>
<b>CRECIMIENTO PROMEDIO PORCENTUAL</b>		<b>8.07%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

En la siguiente tabla, se presentan todos los rubros de la remuneración correspondiente al gerente de la empresa y sus respectivas proyecciones:

*Cuadro 65: Sueldos y salarios gerente*

Rubro	Años						
	Valor mensual	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	800,00	9.600,00	10.374,72	11.211,96	12.116,77	13.094,59	14.151,32
Aporte Patronal	97,20	1.166,40	1.260,53	1.362,25	1.472,19	1.590,99	1.719,39
Fondo de Reserva			396,00	427,96	462,49	499,82	540,15
Décimo Tercero	66,67	800,00	864,56	934,33	1.009,73	1.091,22	1.179,28
Décimo Cuarto	30,50	366,00	396,00	427,96	462,49	499,82	540,15
<b>TOTAL</b>	<b>994,37</b>	<b>11.932,40</b>	<b>13.291,81</b>	<b>14.364,46</b>	<b>15.523,67</b>	<b>16.776,43</b>	<b>18.130,29</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

En el siguiente cuadro se presentan todas las remuneraciones que por ley le pertenecen al puesto de secretaria contadora y sus respectivas proyecciones para cinco años.

*Cuadro 66: Sueldos y salarios secretaria-contadora*

Rubro	Años						
	Valor mensual	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	450,00	5.400,00	5.835,78	6.306,73	6.815,68	7.365,71	7.960,12
Aporte Patronal	54,68	656,10	709,05	766,27	828,11	894,93	967,15
Fondo de Reserva			396,00	427,96	462,49	499,82	540,15
Décimo Tercero	37,50	450,00	486,32	525,56	567,97	613,81	663,34
Décimo Cuarto	30,50	366,00	396,00	427,96	462,49	499,82	540,15
<b>TOTAL</b>	<b>572,68</b>	<b>6.872,10</b>	<b>7.823,14</b>	<b>8.454,47</b>	<b>9.136,75</b>	<b>9.874,08</b>	<b>10.670,92</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Otro gasto muy importante para el correcto desempeño del almacén, es el arriendo del local comercial donde va a funcionar, y sus respectivas proyecciones con una tasa de crecimiento del 3.38% correspondiente a la tasa inflacionaria según el Banco Central del Ecuador.

*Cuadro 67: Gasto arriendo*

Rubro	Unidad Medida	Cant.	Costo Unitario	Costo Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Local	mes	12	300,00	3.600	3722	3847	3978	4112	4251
<b>TOTAL...</b>		<b>12</b>		<b>3.600</b>	<b>3.722</b>	<b>3.847</b>	<b>3.978</b>	<b>4.112</b>	<b>4.251</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Los gastos por servicios básicos son otro rubro muy importante a considerar, ya que son indispensables para el funcionamiento de la empresa, y se los detalla a continuación en la tabla con sus valores mensuales y anuales y sus respectivas proyecciones.

*Cuadro 68: Gastos servicios básicos*

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>Luz</u></b>						
Consumo (por mes)	40	41,35	42,75	44,19	45,69	47,23
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>480</b>	<b>494</b>	<b>509</b>	<b>525</b>	<b>540</b>	<b>556</b>
<b><u>Agua</u></b>						
Consumo (por mes)	5	5,17	5,34	5,52	5,71	5,90
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>60</b>	<b>62</b>	<b>64</b>	<b>66</b>	<b>68</b>	<b>70</b>
<b><u>Teléfono</u></b>						
Consumo (por mes)	30	31,01	32,06	33,15	34,27	35,42
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>360</b>	<b>372,17</b>	<b>384,75</b>	<b>397,75</b>	<b>411,20</b>	<b>425,09</b>
<b><u>Internet</u></b>						
Consumo (por mes)	30	31,01	32,06	33,15	34,27	35,42
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>360</b>	<b>372,17</b>	<b>384,75</b>	<b>397,75</b>	<b>411,20</b>	<b>425,09</b>
<b>TOTAL...</b>	<b>1.260</b>	<b>1.301</b>	<b>1.342</b>	<b>1.386</b>	<b>1.430</b>	<b>1.476</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Los suministros de oficina son un gasto necesario en el que debe incurrir la empresa, ya que éstos son materiales que se utilizan a diario en el desarrollo de cada una de las actividades. En el siguiente cuadro se presenta sus valores y su proyección.

*Cuadro 69: Suministros de oficina*

Descripción	Unidad Medida	Meses	V. Unit.	V. Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tinta para impresora	Unid	12	30,00	360	372	385	398	411	425
Servicio Data Fast.	Unid	12	40,00	480	496	513	530	548	567
Resma de papel	Unid	12	4,50	54	56	58	60	62	64
Cuaderno	Unid	12	1,25	15	16	16	17	17	18
Carpetas archivadoras	Unid	12	4,50	54	56	58	60	62	64
Esferos, resaltador, corrector	Unid	12	2,25	27	28	29	30	31	32
<b>TOTAL...</b>			<b>82.50</b>	<b>990</b>	<b>1.023</b>	<b>1.058</b>	<b>1.094</b>	<b>1.131</b>	<b>1.169</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Dentro de los gastos administrativos también tenemos las depreciaciones de los activos fijos que posee la empresa, en el siguiente cuadro se presenta los respectivos valores de depreciación para cada activo según sus años de vida útil y su valor de compra.

*Cuadro 70: Depreciaciones*

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Cuota depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de cómputo	3	1.450	483	483	483	483	-	-
Muebles de Oficina	10	1.650	165	165	165	165	165	165
<b>TOTAL</b>		<b>3.100</b>	<b>648</b>	<b>648</b>	<b>648</b>	<b>648</b>	<b>165</b>	<b>165</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Para poder legalizar la empresa se necesita incurrir en gastos de investigación y de constitución, mismos que deben ser amortizados anualmente, en la siguiente tabla se presenta dichos valores amortizados a diez años.

*Cuadro 71: Depreciaciones*

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Cuota amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución	5	1.500	300	300	300	300	300	300
<b>TOTAL</b>		<b>1.500</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

En el siguiente cuadro se presenta en resumen todos los gastos administrativos que tendrá la empresa para su normal funcionamiento y sus respectivas proyecciones.

*Cuadro 72: Total gastos administrativos*

Rubros	AÑO BASE 2016	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Salarios Gerente	11.932	13.292	14.364	15.524	16.776	18.130
Sueldos y Salarios Secretaria-Contadora	6.872	7.823	8.454	9.137	9.874	10.671
Gasto Arriendo	3.600	3.722	3.847	3.978	4.112	4.251
Gasto Servicios Básicos	1.260	1.301	1.342	1.386	1.430	1.476
Gasto Suministro de Oficina	990	1.023	1.058	1.094	1.131	1.169
Gasto Depreciaciones	648	648	648	648	165	165
Gasto Amortizaciones	300	300	300	300	300	300
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>25.603</b>	<b>28.109</b>	<b>30.015</b>	<b>32.066</b>	<b>33.788</b>	<b>36.162</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

## GASTOS DE VENTA

Entre los gastos de venta que tendrá la empresa se encuentra los sueldos y salarios del vendedor, que para iniciar con el proyecto empezará ganando el salario básico y tendrá un incremento porcentual de 8.07 cada año, además se ha calculado todos los beneficios que por ley le pertenecen.

*Cuadro 73: Sueldos y salarios vendedor*

Rubro	Años						
	Valor mensual	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	366,00	4.392,00	4.746,43	5.129,47	5.543,42	5.990,77	6.474,23
Aporte Patronal	44,47	533,63	576,69	623,23	673,53	727,88	786,62
Fondo de Reserva			396,00	427,96	462,49	499,82	540,15
Décimo Tercero	30,50	366,00	396,00	427,96	462,49	499,82	540,15
Décimo Cuarto	30,50	366,00	396,00	427,96	462,49	499,82	540,15
<b>TOTAL</b>	<b>471,47</b>	<b>5.657,63</b>	<b>6.511,13</b>	<b>7.036,57</b>	<b>7.604,43</b>	<b>8.218,10</b>	<b>8.881,30</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

Además de los sueldos al vendedor también existen otros gastos de venta como son la publicidad necesaria para que la empresa se dé a conocer y logre captar más clientes. Para determinar este rubro se ha establecido como base veinte dólares mensuales, y se ha realizado su proyección con la tasa de inflación del 3.38% publicada por el Banco Central del Ecuador.

*Cuadro 74: Gastos publicidad*

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Publicidad:</b>						
Publicidad en medios	20	21	21	22	23	24
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>SUBTOTAL...</b>	<b>240</b>	<b>248</b>	<b>256</b>	<b>265</b>	<b>274</b>	<b>283</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

El total de los gastos de venta necesarios para que la empresa desarrolle sus actividades y sus debidas proyecciones se encuentran especificadas en el siguiente cuadro:

*Cuadro 75: Total gasto de venta*

<b>Rubros</b>	<b>AÑO BASE 2016</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldos y Salarios Vendedor	5657,63	6511,13	7036,57	7604,43	8218,10	8881,30
Publicidad	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13	283,40
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>5.898</b>	<b>6.759</b>	<b>7.293</b>	<b>7.870</b>	<b>8.492</b>	<b>9.165</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

## GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros que tendrá la empresa son los intereses por pagar de una deuda a largo plazo. Esta deuda se la adquiere para poder poner en marcha el proyecto, ya que del total del capital de trabajo necesario se aporta con el 40% de fondos propios y la diferencia financiada por un banco. El préstamo será por el valor de 194.392 dólares a una tasa del 14% anual por un periodo de cinco años, a continuación se presenta la tabla de amortización:

*Cuadro 76: Tabla de amortización*

Nº	Valor	Interés	Saldo	Saldo	Interés	Capital
	Presente		Soluto	Insoluto		
1	4527,19	2274,38	2252,81	192.139		
2	4527,19	2248,03	2279,16	189.860		
3	4527,19	2221,36	2305,83	187.554		
4	4527,19	2194,38	2332,81	185.221		
5	4527,19	2167,09	2360,10	182.861		
6	4527,19	2139,48	2387,72	180.473		
7	4527,19	2111,54	2415,65	178.058		
8	4527,19	2083,28	2443,91	175.614		
9	4527,19	2054,68	2472,51	173.141		
10	4527,19	2025,75	2501,44	170.640		
11	4527,19	1996,49	2530,70	168.109		
12	4527,19	1966,88	2560,31	165.549	25.483	28.843
13	4527,19	1936,92	2590,27	162.959		
14	4527,19	1906,62	2620,57	160.338		
15	4527,19	1875,96	2651,24	157.687		
16	4527,19	1844,94	2682,26	155.005		
17	4527,19	1813,55	2713,64	152.291		
18	4527,19	1781,80	2745,39	149.546		
19	4527,19	1749,68	2777,51	146.768		

20	4527,19	1717,19	2810,00	143.958		
21	4527,19	1684,31	2842,88	141.115		
22	4527,19	1651,05	2876,14	138.239		
23	4527,19	1617,40	2909,79	135.329		
24	4527,19	1583,35	2943,84	132.385	21.163	33.164
25	4527,19	1548,91	2978,28	129.407		
26	4527,19	1514,06	3013,13	126.394		
27	4527,19	1478,81	3048,38	123.346		
28	4527,19	1443,14	3084,05	120.262		
29	4527,19	1407,06	3120,13	117.141		
30	4527,19	1370,55	3156,64	113.985		
31	4527,19	1333,62	3193,57	110.791		
32	4527,19	1296,26	3230,93	107.560		
33	4527,19	1258,46	3268,74	104.292		
34	4527,19	1220,21	3306,98	100.985		
35	4527,19	1181,52	3345,67	97.639		
36	4527,19	1142,38	3384,82	94.254	16.195	38.131
37	4527,19	1102,77	3424,42	90.830		
38	4527,19	1062,71	3464,48	87.365		
39	4527,19	1022,17	3505,02	83.860		
40	4527,19	981,16	3546,03	80.314		
41	4527,19	939,68	3587,52	76.727		
42	4527,19	897,70	3629,49	73.097		
43	4527,19	855,24	3671,95	69.425		
44	4527,19	812,27	3714,92	65.710		
45	4527,19	768,81	3758,38	61.952		
46	4527,19	724,84	3802,35	58.150		
47	4527,19	680,35	3846,84	54.303		
48	4527,19	635,34	3891,85	50.411	10.483	43.843
49	4527,19	589,81	3937,38	46.473		
50	4527,19	543,74	3983,45	42.490		
51	4527,19	497,13	4030,06	38.460		
52	4527,19	449,98	4077,21	34.383		
53	4527,19	402,28	4124,91	30.258		
54	4527,19	354,02	4173,17	26.085		
55	4527,19	305,19	4222,00	21.863		
56	4527,19	255,79	4271,40	17.591		
57	4527,19	205,82	4321,37	13.270		
58	4527,19	155,26	4371,93	8.898		
59	4527,19	104,11	4423,09	4.475		
60	4527,19	52,36	4474,84	0	3.915	50.411
<b>TOTAL</b>		77.240	194.392			

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Los gastos financieros anuales se presentan en el siguiente cuadro resumen:

*Cuadro 77: Gastos financieros*

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Intereses</b>	25.483	21.163	16.195	10.483	3.915
<b>Total Financieros</b>	<b>25.483</b>	<b>21.163</b>	<b>16.195</b>	<b>10.483</b>	<b>3.915</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

## 5.2 Estados financieros proforma

Para continuar con el análisis financiero se presentan los balances proforma que tendrá la empresa comercializadora con una vida útil de cinco años.

### 4.2.2 Balance de arranque.

*Cuadro 78: Balance de arranque*

<b>COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS FS DIESEL CIA. LTDA.</b>	
<b>Balance de arranque al año (cero)</b>	
<b>ACTIVOS</b>	<b>323.986</b>
Inversión variable	319.386
Inversión diferida	1.500
Inversión fija	<b>3.100</b>
Equipo de Cómputo	1.450
Muebles de Oficina	1.650
<b>PASIVOS</b>	<b>194.392</b>
Deuda por pagar L/P	165.549
Deuda por pagar C/P	28.843
<b>PATRIMONIO</b>	<b>129.595</b>
Capital Social	129.595
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>323.986</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

### 4.2.3 Estado de resultados proyectado.

*Cuadro 79: Estado de resultados*

<b>COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS FS DIESEL CIA. LTDA.</b>					
<b>Estado de Pérdidas y Ganancias</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas Proyectadas	480.050	552.057	634.866	730.096	839.610
(-) Costos Proyectados	297.617	307.676	318.075	328.826	339.941
<b>Utilidad Bruta</b>					
(=) <b>Proyectada</b>	<b>182.433</b>	<b>244.381</b>	<b>316.791</b>	<b>401.270</b>	<b>499.670</b>
<b>(-) Gastos:</b>					
Administrativos	28.109	30.015	32.066	33.788	36.162
De Ventas	6.759	7.293	7.870	8.492	9.165
Financieros	25.483	21.163	16.195	10.483	3.915
Imprevistos (5% de las ventas)	4.800	11.041	12.697	14.602	16.792
<b>Total gastos proyectados</b>	<b>65.152</b>	<b>69.512</b>	<b>68.828</b>	<b>67.366</b>	<b>66.035</b>
<b>Utilidad Operacional proyectada</b>	<b>117.281</b>	<b>174.869</b>	<b>247.963</b>	<b>333.904</b>	<b>433.635</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	17.592	26.230	37.194	50.086	65.045
(=) Utilidad proyectada antes IR	<b>99.689</b>	<b>148.639</b>	<b>210.769</b>	<b>283.818</b>	<b>368.590</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	21.932	32.701	46.369	62.440	81.090
(=) <b>Utilidad Neta</b>	<b>77.758</b>	<b>115.938</b>	<b>164.399</b>	<b>221.378</b>	<b>287.500</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

#### 4.2.4 Flujo de caja proyectado.

*Cuadro 80: Flujo de caja*

<b>COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS FS DIESEL CIA. LTDA.</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Inversión	323.986					
Utilidad Operacional		117.281	174.869	247.963	333.904	433.635
(+ ) Depreciación		648	648	648	165	165
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>-</b>	<b>117.930</b>	<b>175.518</b>	<b>248.611</b>	<b>334.069</b>	<b>433.800</b>
(-) Inversión de reposición					-	
(+ ) Ventas de activos						-
Pago del principal		28.843	33.164	38.131	43.843	50.411
15% Participación Trabajadores		17.592	26.230	37.194	50.086	65.045
22% Impuesto a la renta		21.932	32.701	46.369	62.440	81.090
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-</b>	<b>68.367</b>	<b>92.094</b>	<b>121.695</b>	<b>156.369</b>	<b>196.546</b>
<b>FLUJO NETO (I-E)</b>	<b>323.986</b>	<b>49.563</b>	<b>83.423</b>	<b>126.916</b>	<b>177.700</b>	<b>237.254</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

#### 4.3 Evaluación financiera

La evaluación financiera sirve para conocer mediante la aplicación de indicadores si el proyecto es o no fiable, y si genera o no rentabilidad.

##### 4.3.1 Determinación de la tasa de rendimiento medio.

El costo de capital para la inversión inicial del proyecto es el valor de oportunidad que tiene la misma, y depende de los siguientes factores: tasa de interés y la política de financiamiento, en la mayoría de los proyectos se utiliza el 40% de aporte propio y el 60% financiado (40/60).

En este proyecto utilizaremos esta misma política y el monto financiado será de \$194.986 dólares a una tasa del 14%.

*Cuadro 81: Costo de capital*

Descripción	Valor	% de estructura	Tasa ponderada	Valor ponderado
Inversión propia	129.595	40,00	6	240
Inversión financiada	194.392	60,00	14	840
<b>Inversión Total...</b>	<b>323.986</b>	<b>100,00</b>		<b>1080</b>
<b>COSTO DE CAPITAL</b>				<b>10,80</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

El costo de capital debe reajustarse por dos aspectos: la inflación y el riesgo país, ya que su cálculo corresponde a condiciones ideales o teóricas. De los factores anotados el que más se utiliza para calcular la tasa de rendimiento medio es la inflación, por su relativa estabilidad.

La Tasa de Rendimiento Medio es un factor de comparación con la Tasa Interna de Retorno en donde se determina si es factible hacer la inversión en el proyecto y ponerlo o no en marcha, y debe representar el costo de oportunidad del inversionista más el riesgo que implica la elaboración del proyecto, ésta tasa puede cambiar de acuerdo a la inflación y al financiamiento.

Por consiguiente su fórmula es:

$$\text{TRM} = (1 + C_k) (1 + \text{Inflación}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0.1080) (1 + 0.0338) - 1$$

$$\text{TRM} = 14,55\%$$

#### **4.3.2 Cálculo del valor actual neto.**

El Valor Actual Neto es el análisis que se realiza a los flujos netos de caja deflactados, para conocer su valor real en el tiempo actual. Para conocer este valor se necesita la suma de los flujos netos actualizados y se resta la inversión inicial.

Para poder actualizar o deflactar los flujos de efectivo proyectados se utiliza la siguiente fórmula:  $FCN/(1+TRM)^n$ , donde FCN corresponde al flujo de caja neto y TRM corresponde a la tasa de rendimiento medio.

*Cuadro 82: Flujos netos actualizados*

Años	Flujos Netos	TRM 14,55%	Flujos Netos actualizados
0	-323.986		-323.986
1	49.563	0,872981231	43.267
2	83.423	0,76209623	63.576
3	126.916	0,665295705	84.437
4	177.700	0,580790663	103.207
5	237.254	0,507019348	120.292
<b>VAN</b>			<b>90.793</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Si el VAN de un proyecto es negativo significa que el proyecto no es factible, si por consiguiente es positivo el proyecto es relativamente potencial, y si es cero equivale a la TIR. En nuestro proyecto el Van es positivo con un valor de \$90.793 dólares, lo cual significa que es confiable y asegura la inversión.

#### **4.3.3 Cálculo de la tasa interna de retorno.**

La Tasa Interna de Retorno muestra la rentabilidad interna del proyecto durante su vida útil. Este método, al igual que el VAN, considera todos los flujos de efectivo para un proyecto y se ajusta al valor del dinero en el tiempo. Para que el proyecto tenga un atractivo potencial debe tener la TIR mayor a la TRM.

Aplicando la fórmula de la Tasa Interna de Retorno con los flujos netos actualizados tenemos:

*Cuadro 83: Tasa interna de retorno*

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>					
Años	Flujos Netos	TRM 14,55%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-323.986		-323.986		-323.986
1	49.563	0,872981231	43.267	0,81183731	40.237
2	83.423	0,76209623	63.576	0,659079818	54.982
3	126.916	0,665295705	84.437	0,535065586	67.909
4	177.700	0,580790663	103.207	0,434386206	77.190
5	237.254	0,507019348	120.292	0,352650929	83.668
<b>VAN</b>					<b>90.793</b>
<b>TIR</b>					<b>23,18%</b>
					<b>0</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Como se puede observar en el cuadro anterior la Tasa Interna de Retorno para este proyecto es del 23,18% y cumple con la condición para ser un proyecto potencialmente factible  $TIR > TRM$ , ya que su Tasa de Rendimiento Medio es de 14,55% y es superada con nueve puntos por la TIR, lo que quiere decir que la inversión está asegurada y es atractivo financieramente.

#### **4.3.4 Período de recuperación de la inversión.**

Este evaluador muestra el tiempo que se demorara en recuperar la inversión inicial del proyecto. Para lograr conocer este dato se utiliza los flujos de efectivo acumulados y se realiza una regla de tres con el valor de la inversión, como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 84: Período de recuperación de la inversión**

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados
0	323.986	
1	49.563	49.563
2	83.423	132.986
3	126.916	259.903
4	177.700	437.603
5	237.254	674.857
	REGLA DE TRES 259.903	3 años
	323.986	X
	<b>X = 3,74 años</b>	

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Para nuestro proyecto el tiempo de recuperación de la inversión es de 3años 8 meses y 26 días.

#### 4.3.5 Relación beneficio – costo.

La relación costo beneficio toma los ingresos y los egresos del estado de resultados y los actualiza con la TRM, para conocer el valor generado por cada dólar invertido. En el caso del proyecto de creación de una empresa comercializadora de repuestos podemos observar que por cada dólar que se gasta se va a recibir un dólar con tres centavos, es decir que el proyecto si va a generar ganancias.

**Cuadro 85: Beneficio/Costo**

Beneficio / Costo							
Años	Ingresos	TRM 14,55%	Ingresos Actualizados	Egresos	TRM 14,55%	Egresos Actualizados	I / E
1	117.930	0,872981231	102.950	68.367	0,872981231	59.683	
2	175.518	0.76209623	133.761	92.094	0.76209623	70.185	
3	248.611	0,665295705	165.400	121.695	0,665295705	80.963	
4	334.069	0.580790663	194.024	156.369	0.580790663	90.818	
5	433.800	0.507019348	219.945	196.546	0.507019348	99.653	
<b>TOTAL</b>			<b>816.081</b>			<b>401.301</b>	<b>2,03</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

### 4.3.6 Tasa de Rendimiento Beneficio-Costo

$$TRBC = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

*Cuadro 86: Tasa de Rendimiento Beneficio/Costo*

Años	Flujos Netos	TRM 14,55%	Flujos Netos Actualizados
0	-323.986		
1	49.563	0,872981231	43.267
2	83.423	0.76209623	63.576
3	126.916	0,665295705	84.437
4	177.700	0.580790663	103.207
5	237.254	0.507019348	120.292
<b>TOTAL</b>			<b>414.779</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

$$TRBC = \frac{414.779}{323.986}$$

$$TRBC = 1,28$$

La tasa de rendimiento beneficio-costo nos indica que por cada dólar invertido se recupera 0,28ctvs. USD., valor considerado en base a los beneficios y costos del proyecto.

### 4.3.7 Punto de equilibrio.

El análisis de punto de equilibrio es un instrumento clave para todo negocio, para poder conocer este indicador es necesario diferenciar los costos operativos fijos de los costos operativos variables. Esta herramienta nos indica el nivel de ventas que se debe alcanzar para cubrir sus costos operativos y empezar a generar utilidad. Si la empresa no logra alcanzar su punto de equilibrio se entiende que está sufriendo una pérdida, si por el contrario ha logrado superar este punto ya está empezando a generar utilidad, y si se mantiene en el punto significa que el proyecto no está ni ganando ni perdiendo.

En el siguiente cuadro podemos observar que el punto de equilibrio para la empresa se ubica en 9263 unidades, para conocer este dato se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$\text{P.E. del Proyecto} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Cotos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales Proyectadas}}}$$

Punto Equilibrio Físico =	3100,00	=	3100,00	=	9.262,56
	1 - 319386,46		0,33		
	480049,91				

## CAPÍTULO VI

### 5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

#### 5.1 La empresa

El presente estudio plantea la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada 100% a la compra, venta y comercialización de partes y repuestos automotrices originales para vehículos a diésel, en marcas garantizadas y con una gran variedad en stock, para satisfacer las necesidades y demandas de los habitantes de Tulcán que poseen sus vehículos.

##### 5.1.1 Nombre o razón social de la empresa.

La razón social de la empresa será “COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS FS DIESEL CIA. LTDA.”, nombre claro que identifica el producto que se espera vender y con el cual se identificará para todos sus trámites legales y de constitución, y sus transacciones operativas comerciales y económicas.

##### 5.1.2 Logotipo.

La comercializadora de repuestos contará con un logo para identificarse y poseer una buena imagen tanto interna como externa, y se lo presenta a continuación:

*Gráfico 34: LOGOTIPO*



Elaborado por: Diseños Rakel  
Año: 2016

### **5.1.3 Base legal para su funcionamiento.**

La comercializadora de repuestos se constituirá bajo la figura legal de una compañía en responsabilidad limitada. Estará conformada por cuatro socios como lo establece la ley, y el capital estará formado por las aportaciones de cada uno y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.

### **5.1.4 Permiso para funcionamiento.**

Para que la empresa pueda laborar correctamente necesita contar con todos los permisos que la ley establece para su correcto funcionamiento y se detallan a continuación:

- Elaboración de una minuta ante un abogado donde se detalle el capital social, el nombre de todos los socios y demás requisitos necesarios para su creación.
- Registro en una notaría pública de la creación y legalización de la compañía de responsabilidad limitada, a través de una escritura pública con la respectiva firma del notario público y el detalle del capital social pagado.
- Registro mercantil, para que la empresa quede facultada a celebrar contratos, sean estos con personas naturales o jurídicas.
- Apertura del RUC: Presentar original y copia de Cédula y papeleta de votación, Contrato de arrendamiento y/o carta de un servicio básico
- Obtención de Patente Municipal
- Solicitar permiso de Funcionamiento al departamento de bomberos.
- Elaborar comprobantes de venta y de retención en imprenta autorizada
- Entre otros.

### 5.1.5 Conformación de socios

Para la conformación de los socios será necesario la celebración de la escritura de constitución, donde se deberá considerar los siguientes aspectos:

- Entidad legal: Compañía de Responsabilidad Limitada
- Número de socios: la compañía estará conformada por 4 socios y el detalle de sus nombres completos y apellidos, número de cédula, nacionalidad, estado civil y dirección.
- Obligaciones sociales: cada socio cumplirá con el aporte de \$32.398,75 dólares americanos, sean éstos pagados en numerario o especie.
- Desarrollo de las actividades: las actividades de comercialización de repuestos automotrices, se llevaran a cabo bajo la razón social de: “COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS FS DIESEL CÍA. LTDA.”
- Objetivo social.- Comercializar repuestos originales para vehículos a diésel en la ciudad de Tulcán.
- Capital.- Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$ 32.398,75; con un total de capital propio que asciende a \$129.595,00 dólares americanos.
- Duración: la empresa tendrá una duración de 50 años, de acuerdo al límite establecido por la ley de compañías.
- Domicilio: El domicilio será en la República del Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Tulcán.
- Cuenta Bancaria: Se abrirá una cuenta corriente a nombre de la compañía en formación, en el Banco Produbanco.
- Deliberaciones: se las realizará democráticamente en la juntas generales de socios, dando oportunidad de expresar las decisiones y contradicciones a todos los accionistas.

- Estatutos: se procederá a la realización de los estatutos de la compañía, para que sean aprobados respectivamente por la Superintendencia de Compañías. Así como las estipulaciones y condiciones que los socios determinen necesarias para el correcto funcionamiento de la compañía, de acuerdo a lo estipulado en ley.

## **5.2 Filosofía institucional**

### **5.2.1 Misión.**

Comercializadora de repuestos FS Diésel Cía. Ltda., es una empresa altamente competitiva, que brinda atención de calidad y comodidad de precios para todos nuestros clientes, cuenta con una gran variedad de productos originales con garantía de fábrica y repuestos para todo tipo de vehículo de línea diésel.

### **5.2.2 Visión.**

Comercializadora de repuestos FS Diésel Cía. Ltda., en los próximos cinco años se constituirá como una de las mejores empresas expendedoras de repuestos diésel originales en toda la región norte del país, mediante estrategias innovadoras empresariales y financieras posesionarse como una de las más rentables y generadoras de trabajo para la Ciudad de Tulcán.

### **5.2.3 Políticas institucionales.**

Dentro de una buena administración siempre deben existir políticas y valores que sirvan de guía e indiquen el camino más estratégico a seguir para cumplir con los objetivos establecidos. Para nuestra empresa estas políticas se detallan a continuación:

- **Política de calidad.-** Establece el rango de aceptabilidad que deben poseer los productos que se expenden en el almacén, su garantía y su sello de originalidad.

- **Política de Financiamiento.-** El almacén contará con la ayuda de los almacenes proveedores más grandes como son las importadoras, los cuales entregarán los repuestos con un financiamiento razonable de 30, 60 y 90 días.
- **Política de Ventas.-** Las ventas se las manejarán en su mayoría al contado, salvando de algunos casos en los cuales se podrá firmar un contrato donde se establece las políticas de cobro, las cuales no podrán sobrepasar los 60 días calendario.
- **Política ambiental.-** Todas las empresas sin importar su tamaño o actividad comercial generan impacto ambiental, la política de nuestra empresa para manejar éste será una buena clasificación de todos los desechos y una cultura de reciclaje y reutilización.

#### **5.2.4 Valores corporativos.**

La administración debe establecer los valores de la empresa con los cuales todo el personal se manejará y deberá cumplir.

**PUNTUALIDAD.-** Todos los trabajadores y administrativos deben cumplir con el horario establecido por la gerencia para laborar en la empresa, y deben ser responsables con los tiempos y permisos solicitados

**TRABAJO EN EQUIPO.-** Es el motor fundamental para el buen desempeño de la empresa, todos deben trabajar unidos y con compañerismo, por lograr un mismo fin: el éxito de la comercializadora.

**HONESTIDAD.-** En cada puesto de trabajo sea cual fuere su función lo primordial es laborar con total honestidad y honradez, demostrando su cultura y valores personales.

**RESPECTO.-** El respeto a todas las personas por igual debe ser fundamental, en nuestra empresa este valor debe estar muy arraigado y practicarlo todo los días, ya sea con los jefes, con los clientes, con los proveedores, con los amigos y en general con todos los usuarios.

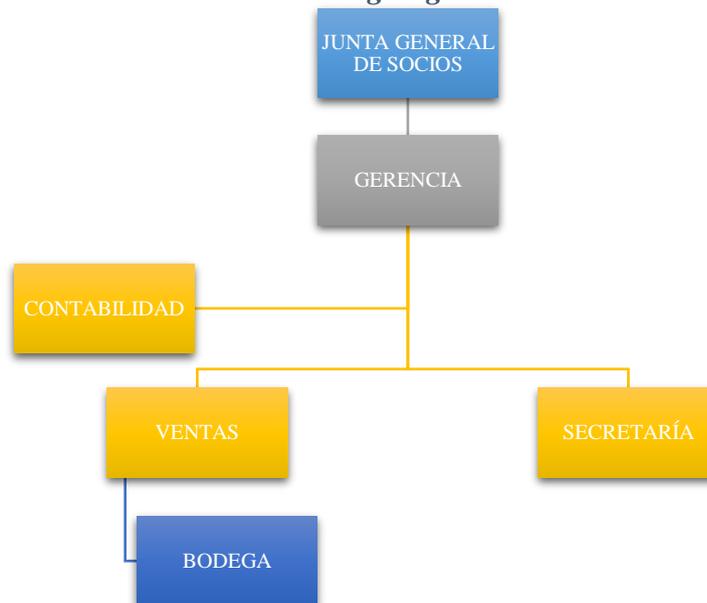
**INEGRIDAD.-** La esencia de todos los seres humanos está en su integridad, para poder desempeñar cualquier actividad en el diario vivir ya sea personal o institucional, se debe ser uno mismo con aciertos y virtudes así como también con errores; pero siempre buscando el bien común y la superación personal.

**PROFESIONALISMO.-** Todas las tareas y actividades encomendadas en los puestos de trabajo al personal, deben ser desarrolladas con todo el profesionalismo posible y objetividad, para ayudar a la empresa a cumplir sus objetivos y alcanzar sus metas.

### 5.3 Organigrama estructural

El organigrama estructural propuesto para la empresa comercializadora de repuestos es de mando vertical y puede modificarse con el tiempo y conforme su crecimiento, y es el siguiente:

*Cuadro 87: Organigrama estructural*



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Según el organigrama la estructura que debe manejar la empresa tiene los siguientes niveles:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Auxiliar

- Nivel Operativo

#### **5.4 Organigrama funcional**

A continuación se muestran las funciones y actividades que debe cumplir el personal en cada puesto de trabajo, según su nivel.

##### **5.4.1 Nivel Legislativo: JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

Lo constituyen todos los socios de la compañía, quienes serán los encargados de velar por el cumplimiento de los objetivos propuestos. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, así como dictar los reglamentos internos para que sean acatados dentro de la empresa.

En el artículo N°114 y N° 118 de la Ley de Compañías se establece todos los derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios entre los cuales detallamos los más relevantes:

##### **Funciones:**

- Designar y remover al gerente y fijar su remuneración,
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente,
- Determinar la forma de distribución de las utilidades,
- Calcular la amortización de los aportes sociales,
- Decidir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios,
- Determinar el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social,
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía,
- Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.; entre otros.

#### **5.4.2 Nivel Ejecutivo: GERENTE**

Debe tener competencias profesionales y laborales y cumplir con un perfil establecido. Poseer estudios profesionales en administración o carreras afines, actitud de líder, ser objetivo, tener don de mando y capacidad de toma de decisiones. El gerente o administrador de la compañía estará regido y tendrá su base legal en el:

- Código civil,
- Código de procedimiento civil,
- Código tributario y su Reglamento,
- Código de Trabajo y su Reglamento,
- Ley de compañías,
- Código penal,
- Código de comercio y,
- Constitución Política de la República del Ecuador

#### **Funciones:**

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía,
- Convocar a sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario,
- Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios,
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma,
- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios,
- Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios,

- Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios,
- Coordinar los programas de capacitación del personal,
- Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación,
- Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo,
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias,
- Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías,
- Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios,
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía,
- Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos,
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía,
- Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento y,
- Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

#### **5.4.3 Nivel Auxiliar: CONTADORA**

- Para este puesto los interesados deben tener vocación por la contabilidad, capacidad de análisis y síntesis, agilidad de pensamiento, disposición para el trabajo en equipo y bajo presión. Tener su título de contador registrado en el colegio de contadores y no trabajar para varias empresas. Además deberá cumplir con todas las obligaciones y deberes que establece la Ley, para lo cual contará con título profesional inscrito en el Servicio de Rentas Internas, y estará regida bajo las Normas Ecuatorianas de

Contabilidad (NEC), Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), Ley de Régimen Tributario Interno (LORTI) y su reglamento, y las Normas de Información Financiera (NIFs).

**Funciones:**

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía,
- Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia,
- Archivar correctamente la documentación,
- Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez,
- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables,
- Asesorar al Gerente y a La Junta General de Socios en aspectos contables,
- Presentar a la gerencia un informe diario de disponibilidad de efectivo,
- Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañando las facturas u otros documentos que los respalde,
- Realizar las recaudaciones por las ventas de la compañía adjuntando toda la documentación que justifique la transacción,
- Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables,
- Elaborar los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y La Junta General de Socios,
- Realizar los roles de pago mensuales de todos los trabajadores de la compañía y proceder a su pago,
- Cancelar al IESS, los aportes de los empleados, realizar las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna,
- Preparar conjuntamente con el gerente el presupuesto y el flujo de fondos hasta el 15 de octubre,
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad y,

- Desempeñar otras funciones que se le encomienden.

#### **5.4.4 Nivel Operativo: VENDEDOR**

El personal apto para desempeñar este puesto debe poseer varias capacidades entre las que se detallan a continuación, habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes, brindar servicios postventa eficientes, utilizar las palabras para expresar no para impresionar, satisfacer a cada uno de los clientes, saber cómo encontrar posibles clientes, etc.

#### **Funciones:**

- Atención personalizada y cordial a los clientes.
- Ventas directas en el punto de venta (almacén).
- Manejo de inventarios y bodega
- Realizar pedidos y devoluciones de mercadería
- Perchar y limpiar los productos en exhibición.
- Manejo de caja chica y rendición de cuentas al final de cada jornada.
- Ayuda con limpieza del local comercial.

#### **5.4.5 Nivel Operativo: SECRETARIA**

El perfil para este puesto especifica que debe ser disciplinado para cumplir con las metas y objetivos de la empresa, capacidad de síntesis para analizar la información de manera oportuna, dominio de tecnologías de la información, manejo de documentación primaria, búsqueda constante de superación.

#### **Funciones:**

- Revisar toda la información impresa y realizar correcciones si es necesario.
- Administrar los archivos de documentos y llevarlos en forma ordenada y clara.
- Redactar y receptar oficios y solicitudes de todo tipo.

- Atender todas las llamadas y mantener una comunicación eficiente.
- Estar a disposición de las ordenes y sugerencias de gerencia

### **5.5 Control interno de la empresa comercializadora**

El buen funcionamiento de la empresa será producto de una buena gestión y administración, dentro de estos puntos debe existir un correcto control interno tanto administrativo, como también financiero que ayude a minimizar los riesgos inherentes en toda operación y potencialice los resultados.

Tomando como base lo que dice el Artículo 64 del Código de trabajo vigente en la República del Ecuador, el cual faculta a los establecimientos de trabajo a establecer un Reglamento Interno, se procede a elaborar los siguientes artículos que ayuden a la compañía a adoptar medidas para mantener y mejorar las condiciones laborales de todos los trabajadores y regulen los intereses de empleadores y trabajadores.

#### **5.5.1 Control Interno Administrativo**

Para la conformación de la empresa es importante considerar las condiciones de contratación laboral entre trabajador y empleador, para lo cual se tomara los artículos establecidos en el Código de Trabajo vigente más relevantes.

#### **DISPOCISIONES FUNDAMENTALES**

**Art. 2:** Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social.

**Art. 3:** Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

#### **DEFINICIONES Y REGLAS GENERALES**

**Art. 8:** Contrato Individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales,

bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

**Art. 11:** Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser: a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal; b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto; c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional; d) A prueba; e) Por obra cierta, por tarea y a destajo; f) Por enganche; g) Individual, de grupo o por equipo.

**Art. 13.-** Formas de remuneración.- En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo. Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo. La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

**Art. 14.-** Estabilidad mínima y excepciones.- Establécese un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo, debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos.

**Art. 19.-** Contrato escrito obligatorio.- Se celebrarán por escrito los siguientes contratos: a) Los que versen sobre trabajos que requieran conocimientos técnicos o de un arte, o de una profesión determinada; b) Los de obra cierta cuyo valor de mano de obra exceda de cinco salarios mínimos vitales generales vigentes; c) Los a destajo o por tarea, que tengan más de un año de duración; d) Los a prueba; e) Los de enganche; f) Los por grupo o por equipo; g) Los eventuales, ocasionales y de temporada; h) Los de aprendizaje; i) Los que se estipulan por uno

o más años; j)Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008; y, k) Los que se celebren con adolescentes que han cumplido quince años, incluidos los de aprendizaje; y l) En general, los demás que se determine en la ley.

**Art. 21.-** Requisitos del contrato escrito.- En el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a: 1. La clase o clases de trabajo objeto del contrato; 2. La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.; 3. La cuantía y forma de pago de la remuneración; 4. Tiempo de duración del contrato; 5. Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo; y, 6. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.

#### DE LAS OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR Y DEL TRABAJADOR

**Art. 42.-** Obligaciones del Empleador.- Todas las estipuladas en este artículo.

**Art. 44.-** Prohibiciones al empleador.- Prohíbese al empleador:

- a) Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado;
- b) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- c) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- d) Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo;
- e) Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración;

- f) Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca o a que vote por determinada candidatura;
- g) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- h) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- i) Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo;
- j) Inferir o conculcar el derecho al libre desenvolvimiento de las actividades estrictamente sindicales de la respectiva organización de trabajadores;
- k) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren; y,
- l) Recibir en trabajos o empleos a ciudadanos remisos que no hayan arreglado su situación militar. El empleador que violare esta prohibición, será sancionado con multa que se impondrá de conformidad con lo previsto en la Ley de Servicio Militar Obligatorio, en cada caso.

**Art. 45.-** Obligaciones del trabajador.- Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;

- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades.

#### DE LA DURACIÓN MÁXIMA DE LA JORNADA DE TRABAJO, DE LOS DESCANSOS OBLIGATORIOS Y DE LAS VACACIONES

**Art. 47.-** De la jornada máxima.- La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

#### DE LAS VACACIONES

**Art. 69.-** Vacaciones anuales.- Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al

mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración.

## DE LOS SALARIOS, DE LOS SUELDOS, DE LAS UTILIDADES Y DE LAS BONIFICACIONES Y REMUNERACIONES ADICIONALES

**Art.79.** Igualdad de remuneración.- A trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole; más, la especialización y práctica en la ejecución del trabajo se tendrán en cuenta para los efectos de la remuneración.

**Art. 97.-** Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Este porcentaje se distribuirá así: El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador. El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho, los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad.

## DE LA TERMINACIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO

**Art. 169.-** Causas para la terminación del contrato individual.- El contrato individual de trabajo termina:

1. Por las causas legalmente previstas en el contrato;
2. Por acuerdo de las partes;
3. Por la conclusión de la obra, período de labor o servicios objeto del contrato;

4. Por muerte o incapacidad del empleador o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la empresa o negocio;
5. Por muerte del trabajador o incapacidad permanente y total para el trabajo;
6. Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto, tempestad, explosión, plagas del campo, guerra y, en general, cualquier otro acontecimiento extraordinario que los contratantes no pudieron prever o que previsto, no lo pudieron evitar;
7. Por voluntad del empleador en los casos del artículo 172 de este Código;
8. Por voluntad del trabajador según el artículo 173 de este Código

#### **5.5.2 Control interno financiero.**

- Realizar cierre y cuadre de caja diarios.
- Depositar valores recaudados durante el día en una sola cuenta autorizada por la empresa.
- Constatar valores de caja mediante arqueos espontáneos.
- Contabilizar todas las transacciones realizados en los libros adecuados.
- Revisar que los deberes fiscales se los esté cumpliendo a la fecha indicada.
- Tener los documentos de importancia archivados correctamente y con secuencia lógica.
- Mantener los comprobantes de pago y liquidación con numeración.

## CAPÍTULO VII

### 6. IMPACTOS

#### 7.1 Evaluación de impactos

Es de vital importancia realizar la evaluación de impactos que genera el desarrollo e implementación de un proyecto, ya sea en el ámbito social, económico, comercial, educativo, entre otros tantos. Esta evaluación se la hace mediante el uso de una matriz donde se mide cada impacto cuantitativamente y cualitativamente con calificaciones como alto, medio, bajo, y 1, 2, 3, positivos o negativos y el 0 para demostrar el impacto indistinto.

*Cuadro 88: Matriz de impactos*

IMPACTO	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	CALIFICAIÓN CUALITATIVA
POSITIVO	3	Alto
	2	Medio
	1	Bajo
INDIFERENTE	0	Indistinto
NEGATIVO	-1	Bajo
	-2	Medio
	-3	Alto

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

Esta matriz nos sirve para evaluar uno por uno los impactos y darles una calificación dentro del rango establecido, para ello se utilizan indicadores y la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{nivel de impacto} = \frac{\text{total de calificaciones}}{\text{número de indicadores}}$$

## 7.2 Impacto socioeconómico

Este impacto es la combinación de dos aspectos el social y el económico, para poderlo evaluar se ha utilizado los siguientes indicadores:

*Cuadro 89: Impacto socioeconómico*

NIVEL DE IMPACTO	3	2	1	0	-1	-2	-3
INDICADORES							
Generación de empleo	x						
Efecto multiplicador			x				
Calidad de Vida	x						
Seguridad Social			x				
Estabilidad Económica		x					
<b>TOTAL</b>	6	2	2				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

$$\text{nivel de impacto} = \frac{10}{5} = 2 \text{ Impacto positivo medio}$$

Al aplicar la fórmula ya establecida obtenemos que este impacto tendrá una calificación media positiva, esto quiere decir que, con la implementación del proyecto se espera mejorar la calidad de vida de por lo menos los dueños y sus trabajadores, obtener un efecto multiplicador del dinero es decir el crecimiento en cascada del dinero, poseer una estabilidad económica y una seguridad social que permitan vivir en un ambiente tranquilo y seguro.

## 7.3 Impacto comercial

Este impacto mide la actividad comercial que va a tener la empresa, es decir en otras palabras mide las ventas y su desempeño, y se la debe evaluar por medio de los siguientes indicadores:

*Cuadro 90: Impacto comercial*

NIVEL DE IMPACTO	3	2	1	0	-1	-2	-3
INDICADORES							
Puntos de Venta			x				
Canales de Distribución			x				
Tipo de Mercado		x					
Oferta y Demanda		x					
Servicio al cliente	x						
Precios	x						
Promoción y publicidad	x						
<b>TOTAL</b>	9	4	2				

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: La autora  
 Año: 2016

$$\text{nivel de impacto} = \frac{15}{7} = 2.14 \text{ Impacto positivo medio}$$

Una vez realizado la cuantificación de este impacto se ha podido determinar que el nivel que tendría en la ejecución de la empresa sería aceptable, ya que se ubicará en el rango medio positivo, reflejando un servicio al cliente de calidad, un amplio stock de repuestos con precios cómodos y accesibles, y una publicidad adecuada y llamativa; que a pesar de que al inicio contará con un solo almacén y canales de distribución directa, se espera para un futuro su crecimiento y puesta en marcha de nuevas sucursales.

## 7.4 Impacto empresarial

Mediante este impacto se espera medir la habilidad y conocimiento que tiene el emprendedor para iniciar con un nuevo reto, negocio o proyecto, y para su correcta evaluación se hará uso de los siguientes indicadores:

*Cuadro 91: Impacto empresarial*

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
<b>INDICADORES</b>							
Creatividad	x						
Percepción	x						
Emprendedor		x					
Adversión al riesgo		x					
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>4</b>					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

$$\text{nivel de impacto} = \frac{10}{4} = 2.5 \text{ Impacto positivo alto}$$

Una vez obtenida la calificación de este impacto se ha podido ubicar en un rango positivo alto, lo que quiere decir que el emprendedor posee alta percepción del entorno para conocer el mercado y adentrarse en él, creatividad para poder convertir problemas en oportunidades, conocer los pro y contra de la implementación de un nuevo proyecto y aceptar el riesgo y administrarlo de una manera eficiente, entre otras tantas aptitudes.

## 7.5 Impacto educativo

Este impacto nos permite conocer el nivel de aplicación de conocimientos que posee el emprendedor y que tan acorde esta con el nuevo proyecto.

*Cuadro 92: Impacto educativo*

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
<b>INDICADORES</b>							
Aplicación de conocimientos		x					
Transmisión de conocimientos	x						
Nuevos aprendizajes			x				
Evaluación de resultados	x						
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>1</b>				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

$$\text{nivel de impacto} = \frac{9}{4} = \mathbf{2.25} \text{ Impacto positivo medio}$$

Una vez evaluado este impacto tenemos que su nivel se ubica en el rango dos, esto quiere decir positivo medio, con la implementación de este proyecto el emprendedor pondrá en marcha todos los conocimientos que posee y también estará dispuesto a adquirir nuevos conforme sea la necesidad.

## 7.6 Impacto ambiental

Todo proyecto posee un impacto ambiental inherente sin importar a la actividad que este dirigido, la creación de nuestra empresa a pesar de que no producirá nada, si generará este impacto por lo cual se hace necesario su evaluación mediante los siguientes indicadores:

*Cuadro 93: Impacto ambiental*

NIVEL DE IMPACTO	3	2	1	0	-1	-2	-3
INDICADORES							
Manejo de residuos	x						
Contaminación auditiva				x			
Contaminación visual			x				
Contaminación del aire				x			
<b>TOTAL</b>	3		1				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Año: 2016

$$\text{nivel de impacto} = \frac{4}{4} = 1 \text{ Impacto positivo bajo}$$

Como podemos ver el indicador de mayor importancia que genera nuestro proyecto es el buen manejo de los residuos, ya que al comerciar repuestos que vienen empacados en cajas de cartón, se hace necesario implementar un plan de manejo de éstos, su disposición y su reutilización de manera efectiva. Al analizar los demás indicadores podemos observar que este proyecto no generará contaminación auditiva ni del aire, siendo de esta manera viable y aceptable para el medio ambiente.

## 7.7 Resumen general de impactos

Una vez analizado uno por uno los impactos que generará la implementación de este proyecto, se ha realizado un cuadro resumen donde se detalla cada uno de éstos con sus respectivas calificaciones, y se busca obtener un promedio de entre todos para conocer el impacto general que dará nuestro proyecto.

*Cuadro 94: Resumen general de impactos*

NIVEL DE IMPACTO \ ÁMBITOS	3	2	1	0	-1	-2	-3
Socioeconómico		x					
Comercial		x					
Empresarial		x					
Educativo		x					
Ambiental			x				
<b>TOTAL</b>		8	1				

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La autora  
Año: 2016

$$\text{nivel de impacto total} = \frac{9}{5} = \mathbf{1.8} \text{ Impacto positivo medio}$$

El impacto general que creará la implementación de este proyecto será de 1.8 ubicándose en el rango de positivo medio. En el cuadro resumen anterior podemos observar que en general todos los ámbitos analizados poseen un nivel de impacto positivo y por ende el impacto promedio va a ser positivo. Es decir que después de haber analizado todos los ámbitos necesarios se ha determinado que el proyecto tiene viabilidad positiva para implementarse.

## CONCLUSIONES

Una vez finalizado el estudio de factibilidad realizado para conocer si la implementación de la empresa comercializadora de repuestos para vehículos a diésel en la ciudad de Tulcán es positivo, se ha podido concluir en los siguientes aspectos.

1. Después de haber realizado el diagnóstico situacional mediante el uso de técnicas de investigación y recolección de datos se ha podido conocer los aspectos más relevantes de la ciudad de Tulcán, su economía, su densidad poblacional, nivel educativo, actividad económica principal, y en general puntos estratégicos que dan a conocer el ámbito en el que se desarrollará la empresa comercializadora.
2. El marco teórico nos permitió conocer todos los conceptos básicos necesarios para poder desarrollar este estudio, y adoptar nuevos conocimientos y experiencias, por medio del análisis de citas bibliográficas y fuentes confiables.
3. El desarrollo del estudio de mercado nos ayudó a conocer la oferta y demanda actual existentes en el mercado meta, y a determinar la demanda potencial a satisfacer. También nos permitió analizar el medio donde se va a desarrollar la empresa por medio del uso de una encuesta aplicada a la población meta de la ciudad de Tulcán.
4. Al realizar el estudio técnico hemos podido contabilizar el capital de trabajo necesario para implementar la empresa comercializadora, las fuentes de financiamiento, y en general la inversión fija y variable que poseerá ésta.
5. Por medio de la realización del estudio financiero se ha podido determinar los estados proforma proyectados de la empresa, y sobre todo lo que es más importante en este estudio se conoció si el proyecto tiene o no factibilidad, y al aplicar evaluadores financieros dio como resultado la rentabilidad y respuesta positiva a la ejecución de la empresa.

6. En la ejecución del capítulo seis y siete que corresponde a la estructura organizacional y evaluación de impactos, se pudo establecer la misión, visión, y objetivos estratégicos de la futura empresa y el nivel de los impactos que ésta causará.

## RECOMENDACIONES

1. Para la realización del diagnóstico situacional se recomienda destinar un poco más de tiempo, ya que este se lo debe desarrollar de una manera directa y por medio de una investigación de campo, y así de esta manera obtener los resultados esperados.
2. En el desarrollo del marco teórico todas las fuentes de consulta deben ser garantizadas su contenido y sobre todo de fiabilidad, para que todo lo que se cite tenga coherencia y sirva de respaldo para la realización de este estudio.
3. Cuando se desarrolle la investigación de los nuevos mercados se debe poner especial cuidado a los productos que van a ser sustitutos y complementarios al producto que la empresa va a ofertar, para poder de esta manera obtener datos relevantes que ayuden a la continuidad del desarrollo del proyecto.
4. Los cargos y puestos de trabajo estimados necesarios para el proyecto en la realización del estudio técnico deben ser los necesarios, no hay que excederse tampoco limitarse, porque una buena administración ayuda al cumplimiento de los objetivos establecidos y a obtener los resultados esperados.
5. Para analizar de mejor manera todos los datos obtenidos en el estudio financiero se debe hacer el correcto uso de los evaluadores financieros y su interpretación, para poder determinar de esta manera que tan factible y recomendable es poner en marcha el proyecto objeto de esta investigación.
6. Y como recomendación general la realización de todo este trabajo sirve de apoyo para los estudiantes que se encuentran a punto de ser profesionales, ya que permite poner en acción todo los conocimiento adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, y ganar experiencia para la futura vida laboral.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BLIBLIOGRAFÍA

Arboleda, G. (2001). *Formulación Evaluación y Control de Proyectos*.

Ayala, S., Sierra, J., Parra, O., & Mendoza, J. (1983). *Mecánica Diésel*. Buga: Educar Editores S.A.

Baca, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mac Graw- Hill.

Codina, J. (2002). *Administración de las Pequeñas y Medianas Empresas, Retos y Problemas ante la Nueva Economía Global*. México: Primera Edición.

Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos 4ta.ED*. México: Mc Graw Hill.

De la Torre, J., & Zamarrón , B. (2002). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. México.

Gutiérrez, S. (2008). *Prácticas de Marketing*. Madrid: Anormi S.L.

Hernández, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Colombia: Educc.

Hernández, M. J. (2014). *ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 2da. ED*. Madrid,ESPAÑA: Larousse-Ediciones Pirámide.

Jácome, W. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*.

Kotler, P. (2008). *Principios de Mercadotecnia 12va. Edición*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.

Martínez, R. (2009). *Manual de Contabilidad*. España.

*Mecánica Automotriz*. (s.f.). Obtenido de <http://todomecanicaa.blogspot.com>

Montaño, F. (2005). *Mercadotecnia, Investigación y Análisis para el éxito*. México, Distrito Federal: Trillas S.A.

Nash, F. C. (2004). *Manual de Sistemas Motor Diésel*. México: Planeta Mexicana S.A.

Rodríguez, A. (2008). *Cómo evaluar un proyecto empresarial*. México.

Santesmases, M. (2001). *Marketing Conceptos y Estrategias*.

Staton, W. (2002). *Fundamentos de Marketing Undécima Edición*. México: McGraw.Hill.

Vallejos, E. (2015). *Manual de mecánica completo de Motores a EXplosion y Motores Diésel*.  
Mexico.

Wikipedia. (s.f.). [wiki/HINO\\_Motors](https://es.wikipedia.org/wiki/HINO_Motors).

Wikipedia. (s.f.). [wikipedia.org/wiki/Hyundai](https://es.wikipedia.org/wiki/Hyundai).

Wikipedia. (s.f.). [wikipedia.org/wiki/Hyundai\\_Motor\\_Company](https://es.wikipedia.org/wiki/Hyundai_Motor_Company).

Wikipedia. (s.f.). [wikipedia.org/wiki/Isuzu](https://es.wikipedia.org/wiki/Isuzu).

Wikipedia. (s.f.). [wikipedia.org/wiki/Mitsubishi\\_Motors](https://es.wikipedia.org/wiki/Mitsubishi_Motors).

Wikipedia. (s.f.). [wikipedia.org/wiki/Nissan](https://es.wikipedia.org/wiki/Nissan).

Wikipedia. (s.f.). [wikipedia.org/wiki/Toyota](https://es.wikipedia.org/wiki/Toyota).

Zapata, P. (2002). *Contabilidad General*. Bogotá: Graw-Hill.

**LINKOGRAFÍA**

Página web del INEC: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

Página web de las aduanas del Ecuador: <http://www.aduana.gob.ec/index.action>

Google maps: <https://www.google.com.ec/maps>

Página web de la Agencia Nacional de Tránsito: <http://www.ant.gob.ec/>

# ANEXOS

## ANEXO 1: INSTRUMENTO DE ENCUESTA REALIZADO EN EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN TULCÁN

**Objetivo:** La presente encuesta está dirigida a todos los habitantes de Tulcán que poseen un vehículo a diésel para conocer sus preferencias y necesidades al momento de adquirir autopartes para su vehículo.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque su respuesta con una x según corresponda.

#### I. CUESTIONARIO:

1. ¿Qué marca de vehículo posee?

HINO	<input type="checkbox"/>
IZUSU	<input type="checkbox"/>
MITSUBISHI	<input type="checkbox"/>
HYUNDAI	<input type="checkbox"/>
TOYOTA	<input type="checkbox"/>
NISSAN	<input type="checkbox"/>

2. ¿A qué línea de trabajo se dedica su vehículo?

Transporte pesado	<input type="checkbox"/>
Transporte Interprovincial	<input type="checkbox"/>
Transporte liviano (camionetas)	<input type="checkbox"/>
Servicio particular	<input type="checkbox"/>

3. ¿Dependiendo el trabajo realizado por su vehículo qué repuestos son los que usted compra con mayor frecuencia?

Para CAJA

Para MOTOR

Para TRANSMISIÓN

Para SUSPENSION

Para FRENOS

Para DIRECCION


4. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted es el más importante al momento de realizar su compra de repuestos?

PRECIO

CALIDAD

VARIEDAD

ATENCIÓN


5. ¿Dependiendo a la actividad realizada por su vehículo con qué frecuencia usted realiza el mantenimiento del mismo?

Cada mes

Cada dos meses

Cada tres meses

Cada seis meses


6. ¿Qué factor considera usted es el más importante al momento de elegir el lugar de compra para sus repuestos?

Horario de atención

Variedad de productos

Formas de Pago

Ubicación del almacén

Buena atención


7. Considera usted importante que el vendedor le otorgue asesoramiento oportuno sobre el producto que adquiere?

SI

NO

8. ¿Qué tipo de repuestos para su vehículo son los que usted prefiere al momento de realizar su compra?

Alternos

Originales

9. ¿En qué lugar cree que sería conveniente abrir un nuevo almacén de venta de repuestos para vehículos a diésel?

Centro de la ciudad

Vía Rumichaca

Entrada sur de la ciudad

10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir los repuestos automotrices que su vehículo requiera en un nuevo almacén que le ofrezca variedad, buena atención y precios accesibles?

SI  NO

¡¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

## ANEXO 2: INSTRUMENTO DE ENCUESTA REALIZADO EN EL ESTUDIO DE MERCADO



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN TULCÁN

**Objetivo:** La presente encuesta está dirigida a todos los habitantes de Tulcán que poseen un vehículo a diésel para conocer sus preferencias y necesidades al momento de adquirir autopartes para su vehículo.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque su respuesta con una x según corresponda.

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Qué marca de vehículo posee?

HINO	<input type="checkbox"/>
IZUSU	<input type="checkbox"/>
MITSUBISHI	<input type="checkbox"/>
HYUNDAI	<input type="checkbox"/>
TOYOTA	<input type="checkbox"/>
NISSAN	<input type="checkbox"/>

2. ¿A qué línea de trabajo se dedica su vehículo?

Transporte pesado	<input type="checkbox"/>
Transporte Interprovincial	<input type="checkbox"/>
Transporte liviano (camionetas)	<input type="checkbox"/>
Servicio particular	<input type="checkbox"/>

3. ¿Dependiendo el trabajo realizado por su vehículo qué repuestos son los que usted compra con mayor frecuencia?

Para CAJA

Para MOTOR

Para TRANSMISIÓN

Para SUSPENSION

Para FRENOS

Para DIRECCION


4. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted es el más importante al momento de realizar su compra de repuestos?

PRECIO

CALIDAD

VARIEDAD

ATENCIÓN


5. ¿Dependiendo a la actividad realizada por su vehículo con qué frecuencia usted realiza el mantenimiento del mismo?

Cada mes

Cada dos meses

Cada tres meses

Cada seis meses


6. ¿Qué factor considera usted es el más importante al momento de elegir el lugar de compra para sus repuestos?

Horario de atención

Variedad de productos

Formas de Pago

Ubicación del almacén

Buena atención


7. Considera usted importante que el vendedor le otorgue asesoramiento oportuno sobre el producto que adquiere?

SI

NO

8. ¿Qué tipo de repuestos para su vehículo son los que usted prefiere al momento de realizar su compra?

Alternos

Originales

9. ¿En qué lugar cree que sería conveniente abrir un nuevo almacén de venta de repuestos para vehículos a diésel?

Centro de la ciudad

Vía Rumichaca

Entrada sur de la ciudad

10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir los repuestos automotrices que su vehículo requiera en un nuevo almacén que le ofrezca variedad, buena atención y precios accesibles?

SI  NO

¡¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

## ANEXO 3: MATRIZ CONTROL INTERNO

AMBIENTE DE CONTROL		ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS	IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO	EVALUACIÓN DEL RIESGO		RESPUESTA AL RIESGO	ACTIVIDADES DE CONTROL	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	MONITOREO
				IMPACTO	PROBABILIDAD				
				*ECONÓMICO : DISPONIBILIDAD DE EFECTIVO	CONOCER LA VIABILIDAD DE LA VENTA DE REPUESTOS PARA VEHICULOS A DIESEL EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI				
*LABORAL: INTEGRIDAD Y VALORES ÉTICOS		POCA DISPOSICIÓN Y COMPROMISO DEL PERSONAL EN SUS TAREAS ASIGNADAS	MEDIO: LOS EMPLEADOS NO POSEEN UNA CULTURA DE VALORES NI DE COMPROMISO CON LA EMPRESA, LO CUAL REFLEJA UNA MALA IMAGEN DEL ALMACEN Y CAUSA LA REDUCCIÓN	MEDIO: SI NO EXISTE UNA BUENA ELECCIÓN DE PERSONAL DE ACUERDO A LO QUE CADA PERFIL DE PUESTO ESPECÍFICA, EXISTE LA POSIBILIDAD DE CONTRATAR A UN EMPLEADO QUE NO SE COMPROMETA SERIAMENTE	<b>REDUCIRLO:</b> EN LO POSIBLE SIEMPRE REVISAR EL PERFIL DE CADA EMPLEADO CUANDO SE VAYA A REALIZAR UNA CONTRATACIÓN	* LLAMADAS DE ATENCIÓN * EMISIÓN DE SANCIONES PERMITIDAS EN EL CÓDIGO DE TRABAJO	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS, CARTELERA DE ANUNCIOS, CORREO INSTITUCIONAL.	REALIZAR AUDITORIAS INTERNAS AL PERSONAL SOBRE SUS CONOCIMIENTOS Y ACTITUDES DESEMPEÑADAS EN LA EMPRESA.	

	<p>*LEGAL: REGLAMENTOS</p>		<p>DE LAS VENTAS.</p>	<p>CON LA EMPRESA.</p>					
<p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>*ECONÓMICO : SALVAGUARDIAS</p>	<p>NO APLICACIÓN DE LOS ESTATUTOS Y REGLAMENTOS ESTABLECIDOS EN LA EMPRESA</p>	<p><b>MEDIO:</b> CUALQUIER PERSONAL SEA ADMINISTRATIVO O DE VENTAS DEBE ACATARSE A LOS REGLAMENTOS Y ESTATUTOS ESTABLECIDOS EN LA EMPRESA Y VELAR POR SU FIEL CUMPLIMIENTO</p>	<p><b>BAJA:</b> CON UNA BUENA ADMINISTRACIÓN SE ELIMINA LA POSIBILIDAD DE INFRINGIR CON LAS LEYES ESTABLECIDAS POR EL ALMACEN</p>	<p><b>ACEPTARLO:</b> LAS LEYES ESTABLECIDAS POR EL ALMACÉN DETERMINAN CADA UNA DE LAS SANCIONES QUE SE DEBEN EJECUTAR AL NO CUMPLIR CON ÉSTAS</p>	<p>ENTREGAR A CADA UNO DE LOS EMPLEADOS UNA COPIA DEL REGLAMENTO DE LA EMPRESA E INCULCARLOS A SU CUMPLIMIENTO.</p>	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS, CARTELERA DE ANUNCIOS, CORREO INSTITUCIONAL.</p>	<p>INSPECCIONAR AL PERSONAL UNA VEZ AL MES Y CONOCER SI CADA UNO APLICA LO ESTABLECIDO EN LA EMPRESA</p>	
		<p>CREACIÓN DE SALVAGUARDIAS A LOS PRODUCTOS QUE LA EMPRESA IMPORTA Y QUE SON INDISPENSABLES PARA SU ACTIVIDAD COMERCIAL</p>	<p><b>ALTO:</b> SI EL ESTADO DECIDE CREAR NUEVAS BARRERAS ARANCELARIAS A LOS REPUESTOS ORIGINALES QUE SE IMPORTAN, EL COSTO Y EL PRECIO DE ÉSTOS SE INCREMENTARÁ, CAUSANDO UN DESCONTEN</p>	<p><b>ALTA:</b> EL GOBIERNO CON SU PODER EJECUTIVO Y LEGISLATIVO PUEDE EN CUALQUIER MOMENTO INCREMENTAR NUEVAS LEYES Y ARANCELES QUE AFECTEN A LOS PRODUCTOS QUE SE IMPORTAN.</p>	<p><b>REDUCIRLO:</b> DETERMINAR UN PRECIO DE PRODUCTO QUE ABARQUE ESTE DESGLOSE Y DE ESTA MANERA ESTAR PREPARADOS PARA CUALQUIER SUBIDA DE PRECIOS.</p>	<p>*CALCULAR UN PRECIO ACCESIBLE PARA EL CLIENTE Y QUE ABARQUE ESTE TIPO DE IMPUESTOS ADICIONALES. *ESTABLECER ALIANZAS DE COMPRA CON LOS PROVEEDORES QUE EVITEN LA SUBIDA EXCESIVA DE IMPUESTOS.</p>	<p>ACUERDOS, NOTICIAS, ALIANZAS.</p>	<p>SOLICITAR PROFORMAS CADA TRES MESES A LOS PROVEEDORES PARA CONOCER SI EXISTE ALGUN TIPO DE INCREMENTO EN LOS COSTOS.</p>	

			TO EN EL CONSUMIDOR FINAL Y POCAS DEMANDA					
POLÍTICO: LEYES Y NORMAS		TÉRMINO DEL ACTUAL GOBIERNO Y POR ENDE CESE DE TODAS SUS POLÍTICAS DE AYUDA A ESTE SECTOR.	ALTO: EL EMPRENDIMIENTO DE ESTE PROYECTO EN ESTA CIUDAD SE LLEVARÁ A CABO POR LAS OFERTAS ESTABLECIDAS POR EL ACTUAL GOBIERNO CON EL FIN DE LOGRAR RESTAURAR ESTA ZONA DEPRIMIDA ECONÓMICAMENTE	ALTA: LA TERMINACIÓN DE ESTE GOBIERNO ESTA PRÓXIMA Y NO SE PUEDE ESTIMAR QUE SUCEDERÁ EN UN FUTURO CON LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS, SI CONTINUAN O TERMINAN.	EVITARLO: EVITAR CONTAR CON ESTE TIPO DE BENEFICIOS EN EL MOMENTO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA Y ELABORAR TODOS LOS CÁLCULOS DE FINANCIAMIENTO CON LAS POLÍTICAS NORMALES.	DETERMINAR UN FINANCIAMIENTO EXTERNO CON LAS TASAS ESTABLECIDAS POR EL BANCO CENTRAL SIN NINGUNA PREFERENCIA DE SECTOR.	ACUERDOS, NOTICIAS	REVISAR PERIÓDICAMENTE LAS TASAS VIGENTES ESTABLECIDAS



**ANEXO 5: PROFORMA PAPELERÍA “LUZ DE AMÉRICA”.**

# BAZAR Y PAPELERÍA “LUZ DE AMÉRICA”

*Dirección: Av. Mariano Acosta 14-174 y Gabriela Mistral  
RUC: 1003205687001      Teléf.: 062611-920  
Ibarra - Ecuador*

**PROFORMA**

DETALLE	VALOR
Resma de Papel	4,50
Grapadora	2,00
Perforadora	3,00
Cuaderno académico	1,50
Carpeta archivadora	2,50
Esferos	0,40
Resaltador	0,75
Corrector	2,00
Calculadora	15,00
<b>TOTAL</b>	<b>31,65</b>

