



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA
DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS A GASOLINA EN LA CIUDAD DE
TULCÁN”.

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad
y Auditoria CPA.

AUTOR(A):

Mejía Bolaños Estefany Lorena

DIRECTOR(A):

Arciniegas Calderón Ana Isabel Msc.

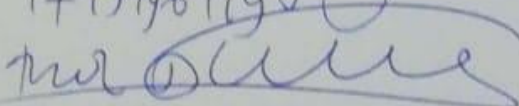
Ibarra, 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo realizado tiene como objetivo conocer la factibilidad de la creación de una microempresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina en la ciudad de Tulcán. Se logró identificar que la implementación del proyecto tendrá una buena acogida en el sector ya que existen características como la falta de locales que proporcionen diversidad de repuestos que impulsan a crear este negocio. En el diagnóstico situacional realizado en la ciudad, se determinó el sector adecuado para la ubicación de la microempresa. Con la investigación realizada en fuentes bibliográficas conformadas por temas importantes como aspectos de vehículos a gasolina, contables y estructuras de empresas, se fortaleció los conocimientos principales para su elaboración. Además, para identificar la demanda actual se tomó en cuenta datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos referente al número de vehículos a gasolina matriculados en la ciudad y de la oferta mediante entrevistas realizadas a comerciantes de la ciudad esto fue de ayuda para determinar la demanda insatisfecha que actualmente se encuentra en el mercado. Luego de la aplicación del estudio técnico y financiero se logró conocer la viabilidad del proyecto por medio del uso de indicadores como el: costo de oportunidad del 9,66%; un costo – beneficio de \$1,08 entre otros lo que ayuda a definir el proyecto factible; además se determinó el capital de trabajo necesario para iniciar las actividades de comercialización, la inversión propia y la inversión financiada para crear de la microempresa. Se realizó la estructura organizacional y funcional, valores, políticas, funciones adecuadas para cada puesto de trabajo a desempeñarse en la microempresa. También se evaluó los impactos que generará la empresa identificando que la creación de la empresa no generará un impacto negativo para la sociedad.

SUMMARY

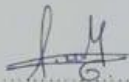
The objective of this work is to know how feasible is the creation of a micro business that sells spare parts for gasoline vehicles in Tulcán City. It was possible to identify that the implementation of the project will have a good reception in the sector since there are characteristics such as the lack of premises providing a wide diversity of spare parts. In the situational diagnosis made in the city, the appropriate sector for the location of the microenterprise was determined. With the research carried out in bibliographic sources the main knowledge for its elaboration was strengthened. In addition, to identify the current demand was taken into account data issued by the National Institute of Statistics and Censuses regarding the number of gasoline vehicles registered in the city and through interviews applied to city merchants the current unsatisfied market demand was determined. After the application of the technical and financial study, the viability of the project was achieved through the use of indicators such as: Opportunity Cost of 9.66%; a Cost - Benefit of \$ 1.08; and the working capital necessary to start marketing activities, and own investment and sponsored investment to create the microenterprise were determined. An organizational and functional structuration, with values, policies, functions appropriate for each job to perform in the microenterprise was done.

Victor Rodriguez
1715496129




AUTORÍA

Yo, MEJÍA BOLAÑOS ESTEFANY LORENA, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 040174267-1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS A GASOLINA EN LA CIUDAD DE TULCÁN", es de mi autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.



Srta. Estefany Lorena Mejía Bolaños

C.I: 040174267-1

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita MEJÍA BOLAÑOS ESTEFANY LORENA, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS A GASOLINA EN LA CIUDAD DE TULCÁN", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige.

Dado en la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de Marzo del 2019



MSc. Ana Isabel Arciniegas Calderón
100145806-4
DIRECTORA



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

Yo, ESTEFANY LORENA MEJIA BOLAÑOS, con cédula de ciudadanía Nro. 040174267-1, 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 autora del trabajo de grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS A GASOLINA EN LA CIUDAD DE TULCÁN" que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Ibarra, 26 de Marzo del 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Estefany', is written over a horizontal dotted line.

Srta Estefany Lorena Mejia Bolaños

C.I: 040174267-1



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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040174267-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MEJÍA BOLAÑOS ESTEFANY LORENA		
DIRECCIÓN:	DR. CRISTOBAL TOBAR SUBIDIA		
EMAIL:	elmejiab@hotmail.com		
TELÉFONO FJO:	2985516	TELÉFONO MÓVIL:	0981801494
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS A GASOLINA EN LA CIUDAD DE TULCÁN".		
AUTOR (ES):	MEJÍA BOLAÑOS ESTEFANY LORENA		
FECHA: DD/MM/AAAA	26/03/2019		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA		
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN		

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de Marzo del 2019.

EL AUTOR:

Estefany Lorena Mejía Bolaños

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de vivir y por estar presente en cada paso que doy, por iluminar mi corazón y mente.

Mis padres Galo Mejía y Sandra Bolaños por ser mi pilar fundamental por ayudarme y apoyarme siempre en las decisiones que tomo y creer en mí.

Mi abuelita Blanca Bolaños por quererme y apoyarme siempre por ser la mejor compañera durante mi carrera estudiantil.

Mis hermanos Crisley Mejía y Marco Mejía por apoyarme son mi fuerza y mi guía para seguir siempre a delante.

Mis familiares y amigos que estuvieron presentes durante mi etapa universitaria.

Estefany Mejía

AGRADECIMIENTO

Por el presente trabajo agradezco a la Universidad Técnica del Norte y Escuela de Contabilidad y Auditoría por darme la oportunidad de formar parte de su familia y permitirme formar como una profesional.

A todos mis docentes que han sabido transmitir todos sus conocimientos y buenos consejos para mi vida estudiantil y profesional.

A mi directora de trabajo de grado la Doctora Ana Arciniegas por su gran apoyo, dedicación, paciencia y motivación ofrecido para la culminación de este trabajo.

A mi familia por apoyarme en esta etapa de mi vida profesional.

Estefany Mejía

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
NOMBRE.....	xxvi
OBJETIVOS	xxvii
Objetivo General	xxvii
Objetivos Específicos.....	xxvii
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Problema.....	1
1.2.1. Planteamiento.....	1
1.3. Formulación del Problema	2
1.4. Justificación.....	2
1.5. Objetivos del Diagnostico	3
1.5.1. Objetivo General.....	3
1.5.2. Actividades a Desarrollar.....	3
1.6. Variables Diagnosticas	3
1.7. Indicadores	4

1.8.	Matriz de Relación Diagnostica	5
1.9.	Análisis de las Variables Diagnósticas.....	6
1.9.1.	Aspecto Geográfico	6
1.9.2.	Aspecto Demográfico	8
1.9.3.	Actividad Económica Empresarial	9
1.9.4.	Aspecto Socio-Económico.....	12
1.9.5.	Área de Comercialización.....	14
1.10.	Matriz AOOD	15
1.11.	Cruces Estratégicos.....	16
1.11.1.	Aliados – Oponentes	16
1.11.2.	Aliados – Oportunidades.....	16
1.11.3.	Aliados – Riesgos.....	17
1.11.4.	Oportunidad – Oponentes.....	17
1.12.	Oportunidad de Inversión	17
CAPÍTULO II		19
2.	MARCO TEÓRICO.....	19
2.1.	Introducción	19
2.2.	Objetivo General Marco Teórico	19
2.3.	Bases Teórica y Científicas	19
2.4.	Términos Generales.....	20

2.4.1.	Empresa.....	20
2.4.2.	Clasificación según el volumen de sus operaciones	21
2.4.3.	Gran Empresa.....	21
2.4.4.	Mediana Empresa.....	22
2.4.5.	Pequeña o Micro Empresa	23
2.4.6.	Empresa Importadora.....	23
2.4.7.	Empresa Comercial.....	24
2.4.8.	Inversión	25
2.4.9.	Estudio de Factibilidad	25
2.4.10.	Proyecto.....	26
2.4.11.	Etapas de los Proyectos	27
2.4.12.	Localización	28
2.4.13.	Mercado.....	28
2.4.14.	Promoción	29
2.4.15.	Oferta.....	30
2.4.16.	Plaza	31
2.4.17.	Producto	31
2.4.18.	Demanda.....	32
2.4.19.	Precio.....	33
2.4.20.	Publicidad.....	33

2.4.21.	Comercialización.....	34
2.4.22.	Misión.....	34
2.4.23.	Visión	35
2.4.24.	Valores	36
2.5.	Términos Específicos	37
2.5.1.	Automóvil	37
2.5.2.	Clasificación de los Vehículos.....	38
2.5.3.	Composición Vehículos a Gasolina	39
2.5.4.	Caja de Cambios	39
2.5.5.	Motor.....	39
2.5.6.	Sistema de Suspensión.....	40
2.5.7.	Árbol de Transmisión	41
2.5.8.	Sistema de Frenos	41
2.5.9.	Sistema de Dirección	42
2.5.10.	Canales de Distribución	43
2.5.11.	Directos	44
2.5.12.	Indirectos.....	44
2.6.	Términos Técnicos	44
2.6.1.	Período de Recuperación de la Inversión.....	45
2.6.2.	Beneficio Costo.....	45

2.6.3.	Tasa Interna de Retorno.....	46
2.6.4.	Valor Presente Neto.....	46
2.6.5.	Macroentorno.....	47
2.6.6.	Microentorno.....	48
2.6.7.	Contabilidad.....	48
2.6.8.	Presupuesto.....	49
2.6.9.	Información Financiero.....	50
2.6.10.	Estado de Resultados.....	50
2.6.11.	Estado de Situación Financiera o Balance General.....	51
2.6.12.	Estado de Flujo de Efectivo.....	51
2.6.13.	Plan de Cuentas.....	52
CAPÍTULO III.....		54
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	54
3.1.	Introducción.....	54
3.2.	Objetivo General.....	54
3.2.1.	Actividades a Desarrollar.....	54
3.3.	Variables e Indicadores del Estudio de Mercado.....	55
3.3.1.	Variables.....	55
3.3.2.	Indicadores.....	55
3.4.	Matriz de Variable del Estudio de Mercado.....	57

3.5. Segmentación del Mercado	58
3.5.1. Variables de Segmentación.....	58
3.5.2. Mercado Meta.....	60
3.6. Calculo de la Muestra.....	60
3.6.1. Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra.....	61
3.7. Técnicas de recolección de Información.....	62
3.7.1. Encuesta.....	62
3.7.2. Entrevista.....	62
3.8. Análisis e Interpretación de datos de la encuesta.....	66
3.9. Demanda.....	80
3.9.1. Identificación de la Demanda.....	80
3.9.2. Proyección de la Demanda.....	84
3.10. Oferta.....	85
3.10.1. Identificación de la Oferta.....	85
3.10.2. Oferta Actual.....	86
3.10.3. Proyección de la Oferta.....	87
3.11. Balance Oferta – Demanda.....	88
3.12. Análisis de Precios.....	88
3.12.1. Proyección de Precios.....	92
3.13. Estrategias de Comercialización.....	95

3.13.1. Producto	95
3.13.2. Precio.....	96
3.13.3. Plaza	96
3.13.4. Publicidad.....	96
3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado.....	97
CAPÍTULO IV.....	99
4. ESTUDIO TÉCNICO	99
4.1. Introducción	99
4.2. Objetivos	99
4.2.1. Objetivo General.....	99
4.2.2. Actividades a Desarrollar.....	100
4.3. Localización del Proyecto	100
4.3.1. Macrolocalización.....	100
4.3.2. Microlocalización	101
4.4. Tamaño del Proyecto.....	103
4.4.1. Proveedores.....	103
4.4.2. Disponibilidad de Financiamiento	104
4.4.3. Distribución de la Planta.....	105
4.4.4. Diagrama de Procesos.....	107
4.4.5. Inversión Fija	111

4.4.6. Inversión Variable.....	113
4.4.7. Gastos administrativos	116
4.4.8. Gastos de Ventas.....	117
4.4.9. Gastos permisos de funcionamiento	120
4.5. Capital de Trabajo	121
4.6. Mercado.....	122
4.7. Inversión.....	122
CAPÍTULO V	124
5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	124
5.1. Introducción	124
5.2. Objetivo General	124
5.3. Ingresos	124
5.4. Egresos	129
5.5. Costos de Operación.....	129
5.5.1. Compras	129
5.6. Gastos Administrativos	135
5.6.1. Depreciaciones Activos Fijos	136
5.6.2. Gastos Constitución	137
5.7. Gastos de Ventas	138
5.7.1. Remuneraciones Personal de Ventas	138

5.7.2.	Gasto Arriendo.....	139
5.7.3.	Gasto Servicios Básicos	140
5.7.4.	Gasto Publicidad.....	140
5.7.5.	Gasto Útiles de Oficina.....	140
5.7.6.	Gasto Suministros de Limpieza	141
5.8.	Gastos Financieros	142
5.9.	Proyección de Costos y Gastos	145
5.10.	Estados Financieros Proforma.....	146
5.10.1.	Estado de Situación Financiera	146
5.10.2.	Estado de Resultados Integral	147
5.10.3.	Estado de Flujo de Efectivo	148
5.11.	Indicadores Financieros.....	149
5.11.1.	Costo de Oportunidad.....	149
5.11.2.	Valor Actual Neto	149
5.11.3.	Tasa Interna de Retorno	150
5.11.4.	Costo y Beneficio	151
5.11.5.	Punto de Equilibrio.....	152
5.11.6.	Tasa de Rendimiento Promedio	152
5.11.7.	Periodo de Recuperación de la Inversión	153
5.11.8.	Tablero de Indicadores Financieros	154

5.12. Oportunidad de Inversión	154
CAPÍTULO VI.....	156
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	156
6.1. Introducción	156
6.2. Objetivos	156
6.2.1. Objetivo General.....	156
6.2.2. Actividades a Desarrollar.....	156
6.3. Denominación de la Microempresa.....	156
6.4. Logotipo – Slogan	157
6.5. Misión.....	157
6.6. Visión	158
6.7. Objetivos Organizacionales.....	158
6.8. Valores Corporativos.....	158
6.9. Principios Corporativos.....	159
6.10. Políticas Empresariales.....	160
6.10.1. Políticas para Clientes	160
6.10.2. Políticas para Proveedores	161
6.10.3. Políticas para la Entidad.....	161
6.10.4. Políticas para el Personal.....	161
6.11. Niveles Administrativos	162

6.11.1.	Nivel Directivo.....	162
6.11.2.	Nivel Administrativo.....	163
6.11.3.	Nivel Comercialización.....	163
6.12.	Estructura Administrativa.....	163
6.12.1.	Organigrama Estructural	163
6.12.2.	Organigrama Funcional.....	164
6.12.3.	Funciones y Competencias del Personal	164
6.13.	Constitución Jurídica	170
6.13.1.	Servicio de Rentas Internas (SRI)	170
6.13.2.	Patente Municipal.....	170
6.13.3.	Permiso de Bomberos.....	171
6.13.4.	Permisos de Importación.....	171
CAPÍTULO VII		172
7.	IMPACTOS.....	172
7.1.	Introducción	172
7.2.	Objetivo General	172
7.3.	Matriz de Valoración de Impactos	172
7.4.	Impacto Socioeconómico	173
7.5.	Impacto Comercial	174
7.6.	Impacto Empresarial	176

7.7. Impacto Educativo.....	177
7.8. Impacto Ambiental.....	178
7.9. Impactos Generados en el Proyecto	179
CONCLUSIONES	180
RECOMENDACIONES	182
BIBLIOGRAFÍA.....	183
ANEXOS.....	186
ANEXO 1.....	186
ANEXO 2.....	189
ANEXO 3.....	190
ANEXO 4.....	191
ANEXO 5.....	192
ANEXO 6.....	193
ANEXO 7.....	194
ANEXO 8.....	195

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Población Urbana y Rural Cantón Tulcán.....	8
Tabla N° 2: Crecimiento Poblacional	9
Tabla N° 3: Principales Productos No Petroleros	10
Tabla N° 4: Composición Parque Automotor	11

Tabla N° 5: Principales Actividades Económicas de la Población Económicamente Activa..	12
Tabla N° 6: Número de Vehículos Matriculados Provincia del Carchi 2016	58
Tabla N° 7: Criterios de Segmentación.....	59
Tabla N° 8: Consideraciones para el Calculo de la Muestra.....	60
Tabla N° 9: Repuestos con Mayor Consumo.....	81
Tabla N° 10: Precios Unitario de Repuestos de Vehículos a Gasolina.....	82
Tabla N° 11: Demanda Potencial.....	83
Tabla N° 12: Demanda Proyectada	84
Tabla N° 13: Oferta Actual de Repuestos a Gasolina	86
Tabla N° 14: Oferta Proyectada	87
Tabla N° 15: Demanda Insatisfecha.....	88
Tabla N° 16: Tasas de Inflación.....	89
Tabla N° 17: Precios Estimados por Repuesto	89
Tabla N° 18: Proyección Anual de Precios por Repuesto.....	92
Tabla N° 19: Aspectos a Evaluar Microlocalización del Proyecto	101
Tabla N° 20: Matriz de Evaluación Microlocalización del Proyecto	102
Tabla N° 21: Principales Proveedores.....	103
Tabla N° 22: Principales Proveedores.....	104
Tabla N° 23: Distribución de la Planta	105
Tabla N° 24: Simbología Flujogramas.....	107
Tabla N° 25: Proceso de Adquisición de Productos	109
Tabla N° 26: Proceso de Venta de Productos	111
Tabla N° 27: Muebles y Enseres	112

Tabla N° 28: Equipos de Computación.....	112
Tabla N° 29: Inversión Fija.....	113
Tabla N° 30: Materia Prima	113
Tabla N° 31: Bienes no Depreciables	116
Tabla N° 32: Remuneraciones Contadora.....	117
Tabla N° 33: Remuneraciones Vendedor.....	117
Tabla N° 34: Publicidad.....	118
Tabla N° 35:Arriendo Local Comercial.....	118
Tabla N° 36: Suministros de Oficina	119
Tabla N° 37: Servicios Básicos.....	119
Tabla N° 38: Suministros de Limpieza	120
Tabla N° 39: Gastos Constitución.....	120
Tabla N° 40:Inversión Variable	121
Tabla N° 41: Capital de Trabajo	121
Tabla N° 42: Porcentaje a Cubrir Demanda Insatisfecha.....	122
Tabla N° 43: Inversión Total.....	122
Tabla N° 44: Financiamiento	123
Tabla N° 45: Porcentajes de Inflación en Precios	124
Tabla N° 46:Ingresos Proyectados Resumen	125
Tabla N° 47: Resumen de Ingresos por Segmentos	129
Tabla N° 48: Compras.....	130
Tabla N° 49: Resumen de Compras por Segmentos	134
Tabla N° 50: Promedio de Sueldos Historicos.....	135

Tabla N° 51: Honorarios Contador	135
Tabla N° 52: Activos Fijos.....	136
Tabla N° 53: Depreciaciones Activos Fijos Resumen	136
Tabla N° 54: Depreciación Muebles y Enseres.....	137
Tabla N° 55: Depreciación Muebles y Enseres.....	137
Tabla N° 56: Gastos Permisos de Funcionamiento.....	138
Tabla N° 57: Gastos Administrativos	138
Tabla N° 58: Remuneración Administrador/Vendedor.....	139
Tabla N° 59: Remuneración Administrador/Vendedor.....	139
Tabla N° 60: Gasto Arriendo	139
Tabla N° 61: Servicios Básicos.....	140
Tabla N° 62: Gasto Publicidad.....	140
Tabla N° 63: Gasto Utiles de Oficina	141
Tabla N° 64: Gasto Suministros de Limpieza.....	142
Tabla N° 65: Gasto de Venta	142
Tabla N° 66: Tabla de Amortización Prestamo	143
Tabla N° 67: Tabla de Amortización Prestamo	143
Tabla N° 68: Proyección de Interes Prestamo.....	145
Tabla N° 69: Resumen de Costos y Gastos Proyectados	145
Tabla N° 70: Estado de Situación Financiera	146
Tabla N° 71: Estado de Resultados Integral	147
Tabla N° 72: Estado de Flujo de Efectivo.....	148
Tabla N° 73: Costo de Oportunidad.....	149

Tabla N° 74: Valor Actual Neto.....	150
Tabla N° 75: Tasa Interna de Retorno.....	151
Tabla N° 76: Costo - Beneficio.....	151
Tabla N° 77: Periodo de Recuperación.....	153
Tabla N° 78: Tablero Indicadores Financieros	154
Tabla N° 79: Matriz Funcional Administrador	165
Tabla N° 80: Matriz Funcional Contador.....	166
Tabla N° 81: Matriz Funcional Vendedor.....	167
Tabla N° 82: Matriz Funcional Recaudador	168
Tabla N° 83: Matriz Funcional Bodeguero	169
Tabla N° 84: Ponderación de Impactos.....	172
Tabla N° 85: Impacto Socioeconómico	173
Tabla N° 86: Impacto Comercial	174
Tabla N° 87: Impacto Empresarial.....	176
Tabla N° 88: Impacto Educativo.....	177
Tabla N° 89: Impacto Ambiental	178
Tabla N° 90: Impactos Generados en el Proyecto	179

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Ubicación Cantón Tulcán.....	6
Gráfico N° 2: Mapa Político Cantón Tulcán.....	7
Gráfico N° 3: Crecimiento Poblacional	9
Gráfico N° 4: Población Económicamente Activa (PEA)	13

Gráfico N° 5: Nivel de Analfabetismo.....	13
Gráfico N° 6: Etapas de los Proyectos	27
Gráfico N° 7: Macrolocalización del Proyecto	100
Gráfico N° 8: Microlocalización del Proyecto.....	102
Gráfico N° 9: Infraestructura Interna del Proyecto	106
Gráfico N° 10: Proceso de Adquisición de Productos	108
Gráfico N° 11: Proceso de Venta de Productos	110
Gráfico N° 12: Logotipo - Slogan.....	157
Gráfico N° 13: Niveles Administrativos	162
Gráfico N° 14: Organigrama Estructural	163
Gráfico N° 15: Organigrama Funcional.....	164

NOMBRE

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS A GASOLINA EN LA CIUDAD DE TULCÁN”.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina en la Ciudad de Tulcán, mediante el uso de herramientas y métodos de investigación, con la finalidad de determinar si el proyecto es viable.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina a través del estudio del macro y micro entorno del proyecto con la finalidad de determinar la oportunidad de inversión.
- Establecer bases teóricas referentes a la investigación, a través de información confiable y actualizada que sustente la creación de la empresa y el buen desarrollo del proyecto.
- Elaborar un estudio de mercado mediante la verificación de la oferta, demanda y todas las variables que intervienen en el conocimiento amplio de las características, necesidades y expectativas del mercado meta.
- Diseñar un estudio técnico que permita determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto entre otros aspectos técnicos que contribuya al buen desarrollo de la propuesta.
- Realizar un estudio económico mediante la aplicación de indicadores financieros que permitan conocer si el proyecto es viable.
- Elaborar una propuesta de estructura organizacional mediante la creación de manual de funciones, organigramas estructural y funcional con la finalidad de asignar responsabilidades de manera clara que permitan un buen funcionamiento en la empresa.

- Determinar los principales impactos que genera la creación de la empresa comercializadora como: económico, social, comercial, educativo y ambiental con finalidad de potenciar efectos positivos y tratar de minimizar los efectos negativos que pudieran producirse en la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas representan la mayor fuerza económica del país, se caracterizan por ser generadoras de empleo y el aporte al producto nacional; por lo tanto, la comercialización es un rol importante para satisfacer la demanda existente. Una de las partes que conforman al mercado son los distribuidores de repuestos para vehículos a gasolina los cuales contribuyen en el desarrollo de la matriz productiva del país generando ingresos para el mejoramiento de la economía familiar y local.

Los repuestos automotrices para vehículos a gasolina son indispensables para el mantenimiento y reparación de los mismos, en el país el parque automotor juega un papel de suma importancia en la economía, puesto que brinda una excelente contribución para generar ingresos fiscales por medio de aranceles e impuestos.

El inconveniente que aborda la ciudad de Tulcán, es la falta de satisfacción en los clientes al momento de adquirir los repuestos de sus vehículos, ya que no tienen la facilidad de encontrarlos a nivel local, debido a esto deben recurrir a las ciudades cercanas o al país vecino de Colombia, lo cual dificulta el desarrollo de sus actividades diarias, e implica pérdida de tiempo.

1.2. Problema

1.2.1. Planteamiento

El problema que actualmente se suscita en la Ciudad de Tulcán, es provocado por la insatisfacción de los clientes al adquirir repuestos originales para sus vehículos debido a que actualmente no existe un distribuidor que oferte repuestos en todas las marcas a precios accesibles al consumidor y en el menor tiempo posible para satisfacer sus necesidades.

1.3. Formulación del Problema

¿Con la implementación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina en la ciudad de Tulcán es posible solucionar los problemas a los que se ven abocados los propietarios de automotores al momento de adquirir las piezas?

La implementación de este proyecto contribuirá directamente al mejoramiento y continuidad de las actividades económicas desarrolladas por los propietarios de automotores, a su vez el inversionista generará ingresos lo cual traerá consigo el progreso económico y la optimización de recursos.

1.4. Justificación

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina en la ciudad de Tulcán es de suma importancia, ya que con el desarrollo del proyecto se beneficiará de manera positiva a los habitantes de la ciudad al tener un fácil acceso a la adquisición de piezas vehiculares.

La Ciudad de Tulcán es considerada adecuada para la creación de la empresa debido a que actualmente no existe una competencia en el área de comercialización de repuestos a gasolina, lo cual beneficiará al desarrollo económico de sus accionistas y ejecución del proyecto. Además, se logrará cubrir las principales necesidades de los clientes potenciales al adquirir los productos de excelente calidad, en el menor tiempo posible y a precios cómodos.

Con la creación de la empresa comercializadora de repuestos a gasolina se conseguirá ofertar productos de calidad cien por ciento garantizados con precios asequibles para todos los clientes, de esta manera se logrará el crecimiento de la empresa y aporte para el desarrollo de la economía del país.

El principal producto que la empresa ofertará son repuestos originales para vehículos a gasolina y accesorios para el correcto funcionamiento automotor como: repuestos para sistemas de dirección, suspensión, transmisión, y reparación de la caja y motor de los vehículos.

La Ciudad de Tulcán se verá altamente beneficiada debido a que se activará su cadena comercial ayudando a incrementar la oferta y satisfaciendo a la demanda, evitando excesos en pago por repuestos y disminuyendo el tiempo de espera en el consumidor.

1.5.Objetivos del Diagnostico

1.5.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional para la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina a través del estudio del macro y micro entorno del proyecto con la finalidad de determinar la oportunidad de inversión.

1.5.2. Actividades a Desarrollar

- Realizar un estudio de la Situación Geográfica de la Ciudad de Tulcán.
- Conocer los datos demográficos de la Ciudad de Tulcán para evaluar la estructura de la población.
- Investigar las actividades económicas empresariales que realizan los habitantes de la Ciudad de Tulcán.
- Estudiar la incidencia que tiene el aspecto socio-económico en la creación de la Empresa Comercializadora de Repuestos Automotrices a Gasolina.
- Determinar las estrategias del área de comercialización en la ciudad.

1.6.Variables Diagnosticas

Las variables que se utilizaran para el desarrollo del proyecto son las siguientes:

- Aspecto Geográfico

- Aspecto Demográfico
- Actividad Económica Empresarial
- Aspecto Socio-Económico
- Estrategias de Comercialización

1.7.Indicadores

Tabla 1: Indicadores

➤ Aspecto Geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Límites • División Política • Extensión
➤ Aspecto Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Población Urbana • Población Rural • Tasa de Crecimiento Poblacional
➤ Actividad Económica Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del Mercado • Movilidad Vial • Composición del Parque Automotor Local • Red Vial • Actividades Económicas Principales de la Población
➤ Aspecto Socio-Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Población Económicamente Activa • Nivel de Educación
➤ Estrategias de Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores Existentes en la Actualidad

Elaborado por: Autora

1.8.Matriz de Relación Diagnostica

Tabla 2: Matriz de Relación Diagnostica

Nº	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	TIPO DE FUENTE
1	Realizar un estudio de la Situación Geográfica de la Ciudad de Tulcán.	Aspecto Geográfico	* Ubicación * Límites * División Política *Extensión	Secundaria	Investigación Lincográfica	Plan de Ordenamiento Territorial
2	Conocer los datos demográficos de la Ciudad de Tulcán para evaluar la estructura de la población.	Aspecto Demográfico	* Población Urbana * Población Rural * Tasa de Crecimiento Poblacional	Secundaria	Investigación Lincográfica	Publicaciones del INEC
3	Investigar las actividades económicas empresariales que realizan los habitantes de la Ciudad de Tulcán.	Actividad Económica Empresarial	* Desarrollo del Mercado *Movilidad Vial *Composición del Parque Automotor Local *Red Vial * Actividades Económicas Principales de la Población	Secundaria	Investigación Lincográfica	Publicaciones del INEC Plan de Movilidad Gad Tulcán
4	Estudiar la incidencia que tiene el aspecto socio-económico en la creación de la Empresa Comercializadora de Repuestos Automotrices a Gasolina.	Aspecto Socio-Económico	* Población Económicamente Activa * Nivel de Educación	Secundaria	Investigación Lincográfica	Publicaciones del INEC
5	Determinar las estrategias en el área de comercialización en la ciudad.	Área de Comercialización	* Proveedores existentes en la actualidad	Secundaria	Investigación Lincográfica	Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado por: Autora

1.9. Análisis de las Variables Diagnósticas

1.9.1. Aspecto Geográfico

- **Ubicación**

La ciudad de Tulcán es la capital de la provincia del Carchi, caracterizada por su comercio, agricultura y ganadería; se encuentra ubicada en los Andes septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia. También es conocida como “Centinela Norte” por estar compuesta de áreas naturales con bosques húmedos, compuestos por quebradas y vertientes.

Gráfico N° 1: Ubicación Cantón Tulcán



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán
Elaborado por: Paúl Pozo – Equipo Técnico GAD Tulcán
Año: 2015

- **Límites**

La Ciudad de Tulcán limita al Norte con Colombia, Departamento de Nariño, Municipio de Ipiales; al Sur con los Cantones Huaca, Montúfar, Espejo y Mira; al Este con Colombia y la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con Colombia y la Provincia de Esmeraldas.

- **Extensión**

La Provincia del Carchi cuenta con una superficie de 3783 km^2 .

- **División Política**

El cantón Tulcán se encuentra dividido en parroquias: Gonzales Suárez, Tulcán y Julio Andrade. Aunque su área urbana es pequeña, es donde se encuentra la mayor parte de habitantes de la población cantonal.

Las parroquias rurales del Cantón Tulcán son:

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

Gráfico N° 2: Mapa Político Cantón Tulcán



Fuente: Google Imágenes
 Elaborado por: Tulcán Online
 Año: 2016

1.9.2. Aspecto Demográfico

- **Población Urbana y Población Rural**

El cantón Tulcán según el último censo poblacional realizado en el año 2010 cuenta con 86.498 habitantes, además según la proyección realizada por el GAD del Municipio del Tulcán para el año 2017 tomando en cuenta la tasa de crecimiento actual de 1.26% la población constará de 98.868, la cual se encuentra distribuida en el área urbana está conformada por 53.558 lo que representa el 61.92% de la población, y en el área rural existen 32.940 habitantes que representa el 38.08% de la población cantonal.

Tabla N° 3: Población Urbana y Rural Cantón Tulcán

CANTONES	TOTAL	POBLACIÓN			
		URBANO	RURAL	% URBANO	% RURAL
Tulcán	86.498	53.558,0	32.940	61,92%	38.08%
Montufar	30.511	14.487	16.024	47.48%	52.52%
Bolívar	14.347	2.998	11.349	20.90%	79.10%
Espejo	13.364	4.497	8.867	33.65%	66.35%
Mira	12.180	3.096	9.084	25.42%	74.58%
San Pedro de Huaca	7.624	3.859	3.765	50.62%	49.38%
TOTAL PROVINCIAL	164.524	82.495	82.029	50.14%	49.86%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincia del Carchi

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Año: 2015

- **Tasa de Crecimiento Poblacional**

En el Cantón Tulcán se ha desarrollado en el crecimiento de la población por género el cual está conformado por hombres con una cantidad de 42.584 habitantes conformando el 49.23% de la población y mujeres con una cantidad de 43.914 habitantes conformando el 50.77% del total de la población conformada en el cantón.

Tabla N° 4: Crecimiento Poblacional

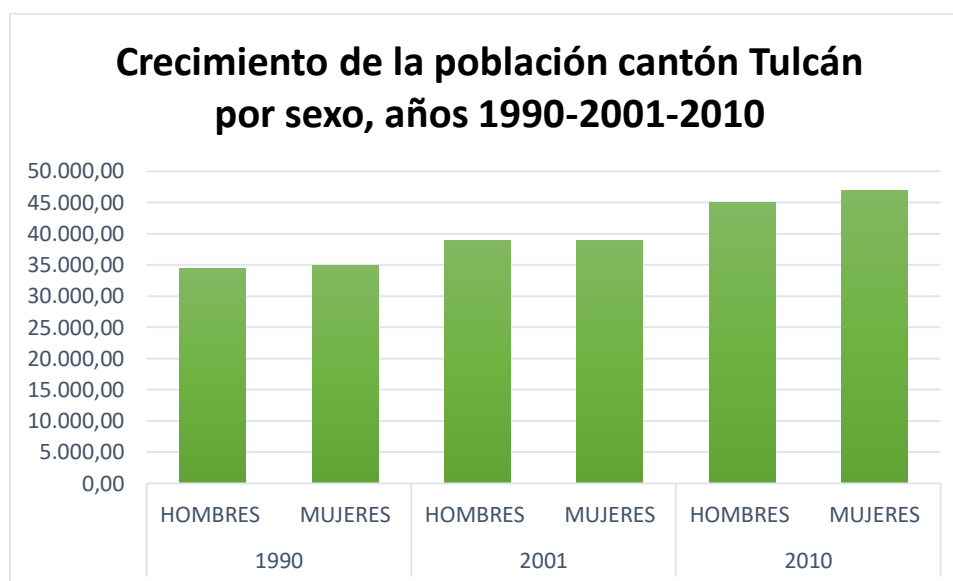
AÑO	HOMBRES	% HOMBRES	MUJERES	% MUJERES
1990	34.379	49,36 %	35.264	50,64 %
2001	38.325	49,66 %	38.850	50,34 %
2010	42.584	49,23 %	43.914	50,77 %

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán

Elaborado por: Equipo Técnico GAD Tulcán

Año: 2010

Gráfico N° 3: Crecimiento Poblacional



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán

Elaborado por: Equipo Técnico GAD Tulcán

Año: 2015

1.9.3. Actividad Económica Empresarial

- **Desarrollo Económico**

En la actualidad el mercado ha desarrollado diversas formas de evolucionar, con el pasar del tiempo el aspecto que más llama la atención es el comercio exterior lo cual ha generado un beneficio directo para la economía de la ciudad lo cual facilita la adquisición de productos importados.

Según la rendición de cuentas de la Aduana del Ecuador 2018 detalla que los principales productos no petroleros (CIF) importados son:

Tabla N° 5: Principales Productos No Petroleros Importados

PRODUCTO	CIF (\$ MILLONES)	% PART. CIF
MEDICAMENTOS	\$ 780	5,70%
POLIETILENO, POLIMEROS, POLICETANOS – FORMAS PRIMARIAS	\$ 588	4,29%
AUTOMÓVILES	\$ 304	2,22%
RESIDUOS INDUSTRIA ALIMENTARIA	\$ 375	2,74%
MAQUINAS Y SUS PARTES	\$ 428	3,13%
FUNDICIÓN DE HIERRO Y ACERO; SIN ALEAR	\$ 366	2,67%
MANUFACTURAS DE PLASTICO	\$ 323	2,36%
PAPEL Y CARTÓN MANUFACTURA DE PASTA	\$ 313	2,29%
PREPARACIONES ALIMENTARIAS	\$ 275	2,01%
INSECTICIDAS	\$ 232	1,70%
ABONO	\$ 257	1,87%
TRIGO	\$ 278	2,03%
TELÉFONOS Y SUS PARTES (NO INCLUYE CELULARES)	\$ 257	1,87%
REPUESTOS Y PARTES DE VEHÍCULOS	\$ 234	1,71%
MOTORES Y GENERADORES ELÉCTRICOS Y SUS PARTES	\$ 305	2,23%
LOS DEMÁS	\$ 8378	61,19%

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAE

Año: 2018

La tabla anterior nos demuestra que en el Ecuador se exporta el 1,71% de repuestos automotrices para vehículos lo cual facilita la adquisición de estos para el desarrollo del proyecto.

- **Movilidad Vial**

Actualmente en la provincia del Carchi se ha presentado el siguiente registro en el sector vehicular lo que se ve presente en el pago de matrículas, por uso y tipo de combustible:

Tabla N° 6: Composición Parque Automotor

TIPO DE COMBUSTIBLE	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO					
		PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPIO	GOBIERNOS SECTORIALES	OTROS
TOTAL	21.088	18.567	1.999	436	84	2	-
DIESEL	2.958	1.495	1.238	171	52	2	-
GASOLINA	18.108	17.050	761	265	32	-	-
HÍBRIDO	12	12	-	-	-	-	-
ELÉCTRICO	1	1	-	-	-	-	-
GAS LIQUADO DE PETRÓLEO	3	3	-	-	-	-	-
NO REGISTRADO	6	6	-	-	-	-	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC
Año: 2015

Lo que se identifica que un conjunto de 18.108 vehículos a gasolina se han matriculado en la Provincia del Carchi durante el año 2015.

- **Red Vial**

El trazado vial del Cantón Tulcán se ve reflejado en la red vial que conecta las provincias del Carchi, Imbabura y Pichincha enlazando al país vecino de Colombia, como un efecto secundario a esto se ha generado vías en mal estado las cuales son diariamente usadas para el comercio local y movilidad dentro de la ciudad.

Lo cual es provocado por falta de planificación del área técnica y económica con el transcurso de los años se ha producido un deterioro en las vías, causando un incremento al costo en mantenimiento y evitando solucionar los problemas de una manera adecuada y eficiente.

- **Actividad Económica**

Dentro de las ocupaciones económicas de los habitantes del cantón Tulcán las principales son: manufactura, comercio, agropecuario, piscícola.

Tabla N° 7: Principales Actividades Económicas de la Población Económicamente Activa

ACTIVIDAD ECONÓMICA	2010
POBLACIÓN OCUPADA EN:	TOTAL
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	8.149,00
Comercio al por mayor y menor	7.339,00
Sector Público	5.223,00
Transporte y almacenamiento	3.370,00
Administración pública y densa	2.541,00
Construcción	2.003,00
Industrias manufactureras	1.984,00
Enseñanza	1.626,00
Actividades de los hogares como empleadores	1.437,00
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1.085,00
Otras actividades de servicios	795,00
Actividades de la atención a la salud humana	600,00
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	482,00
Actividades profesionales, científicas y técnicas	455,00
Información y Comunicación	411,00
Actividades financieras y de seguros	359,00
Artes, entretenimiento y recreación	117,00
Explotación de Minas y Canteras	95,00
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	90,00
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	82,00
Actividades Inmobiliarias	14,00
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	8,00

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán

Elaborado por: Autora

Año: 2015

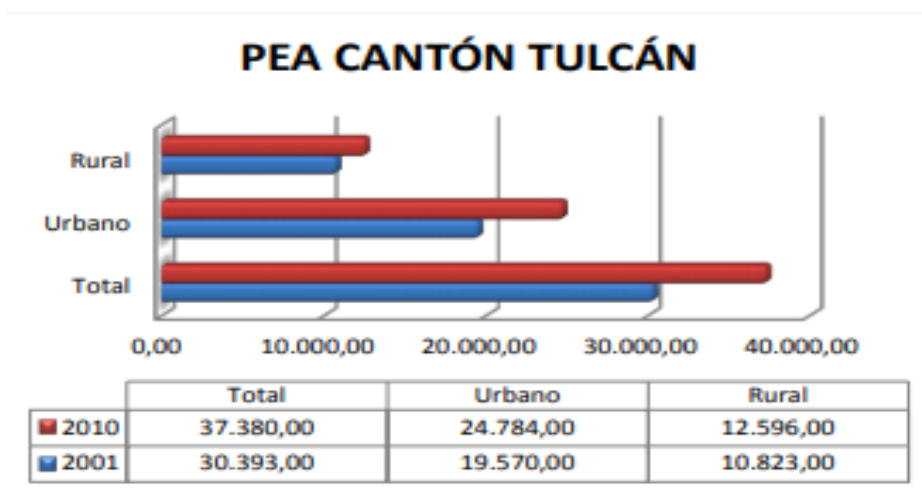
En las actividades económicas que se realizan en el cantón Tulcán es necesaria la participación del parque automotor lo cual incrementa la factibilidad del proyecto a implementarse.

1.9.4. Aspecto Socio-Económico

- **Población Económicamente Activa (PEA)**

El Cantón Tulcán tiene una población que consta de 37.380 habitantes según los datos del último censo efectuado en el 2010.

Gráfico N° 4: Población Económicamente Activa (PEA)

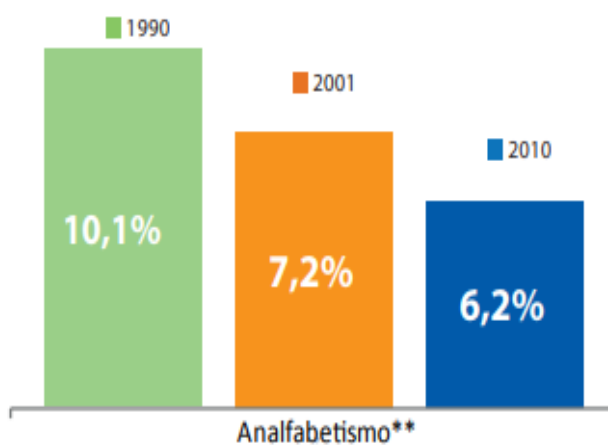


Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Tulcán
Año: 2010

- **Nivel de Educación**

Dentro de la Provincia del Carchi en nivel educativo ha desarrollado un avance adecuado con el pasar de los años ya que se ha logrado disminuir en un porcentaje importante de analfabetismo:

Gráfico N° 5: Nivel de Analfabetismo



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Año: 2010

1.9.5. Área de Comercialización

En la ciudad de Tulcán la actividad comercial es la más destacada seguidos de los servicios y manufactura, es importante tomar en cuenta que la mayoría de los trabajadores corresponden a pequeños vendedores; una parte importante de la población se dedica a la agricultura y la ganadería especialmente en las parroquias rurales, lo que da más relevancia son estas dos actividades que contribuyen al desarrollo económico.

En los últimos años la ciudad de Tulcán es diariamente visitada por turistas y clientes colombianos debido a que se encuentra a solo quince minutos de Tulcán.

Actualmente existe un problema que afecta a la ciudad debido a la devaluación de la moneda colombiana iniciada a finales del año 2017 lo que ha provocado la salida de clientes ecuatorianos al país vecino para realizar sus compras; incrementando el desinterés en los productos nacionales y afectando al rendimiento económico de la ciudad.

1.10. Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • A1 Proveedores de materia prima Mavesa. • A2 Posibilidad de contar con personal capacitado para el desarrollo de la empresa. • A3 Crédito por parte de Institución Financiera para el desarrollo del proyecto. • A4 Relación laboral con propietarios de mecánicas dentro y fuera de la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • O1 Los comercializadores de repuestos a nivel nacional e internacional ofertan productos de baja calidad y a bajos precios. • O2 Los productos a ofertarse no se producen dentro del país estos deben ser exportados. • O3 Preferencia de repuestos alternos por costos excesivamente bajos.
OPORTUNIDAD	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • OP1 La creación de la empresa comercializadora de repuestos a gasolina tiene aceptación por parte de la población de la ciudad. • OP2 La comercialización cumplirá con altos controles de calidad en los diversos repuestos a ofertar. • OP3 Con la creación de la empresa se genera fuentes de trabajo. • OP4 Existencia de alta demanda de repuestos en la ciudad de Tulcán. 	<ul style="list-style-type: none"> • R1 Preferencia de compra de repuestos en el país vecino Colombia por diferencia de precios. • R2 Decrecimiento en la economía familiar que impida el acceso de compra de vehículos y repuestos.

1.11. Cruces Estratégicos

1.11.1. Aliados – Oponentes

A1-A2-O1

Al tener la posibilidad de contar con un personal altamente capacitado se puede brindar asesoramiento personalizado, conjuntamente con el aporte directo de proveedores nacionales de diversos repuestos para vehículos a gasolina se podrá cubrir las necesidades de los clientes a nivel nacional e internacional generando una posición adecuada en la competencia con comercializadores de repuestos.

A3-02

El fácil acceso a crédito con instituciones financieras, facilitan la adquisición de productos para mejoramiento del inventario a constituirse dentro de la empresa cubriendo así cada uno de los requerimientos de los consumidores.

A4-O2-O3

Contar con el asesoramiento de técnicos y mecánicos de la ciudad ayuda en la toma de decisiones al momento de adquirir los productos importados en cuanto a la relación de marcas de repuestos originales y alternos al brindar de esta manera un correcto asesoramiento a los futuros clientes de la empresa.

1.11.2. Aliados – Oportunidades

A1-OP1-OP4

La alianza con proveedores director de repuestos originales o alterno crea una oportunidad aceptable en cuanto a la confianza por parte de los consumidores ya que se oferta productos con estándares de calidad de acuerdo a uso vehicular y economía familiar del cliente.

A2-OP3

Se logrará crear fuentes de trabajo al momento de la puesta en marcha del negocio debido a que se necesitará el apoyo de personal para que se lleven a cabo cada una de las actividades propuestas para el desarrollo del proyecto.

1.11.3. Aliados – Riesgos**A1-A2-A3-R1-R3**

La oportunidad de contar con personal capacitado y la atención por parte de mecánicos con amplia experiencia ayudarán a disminuir la preferencia de compra en el país vecino Colombia por parte de los propietarios de los automotores y se contribuirá a que los recursos económicos se queden en el país.

1.11.4. Oportunidad – Oponentes**OP1-O1**

La facilidad que presta la empresa de vender los repuestos a precios accesibles y cómodos para los consumidores de marcas cien por ciento originales ayuda a mitigar la preferencia y consumo de repuestos alternos por costos excesivamente bajos.

OP2-O2

El cuidado minucioso por parte de la empresa dentro de los estándares de calidad ayuda a crear confianza ante el conocimiento de que los repuestos no son elaborados dentro del país esto ayuda a proporcionar el correcto asesoramiento ante las inquietudes posteriores por cada uno de los consumidores.

1.12. Oportunidad de Inversión

Se espera que el proyecto tenga buena acogida al momento de su creación debido a que será un facilitador para el parque automotor de la Ciudad de Tulcán al ofrecer repuestos de calidad y con

precios cómodos ayudando en la dinamización de la economía de la ciudad, al facilitar el acceso a estos nuevos campos de satisfacción a los clientes disminuyendo el traslado de estos al país vecino para cubrir su necesidad de abastecimiento; además se creará nuevas fuentes de trabajo y una rentabilidad adecuada para el inversionista.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1.Introducción

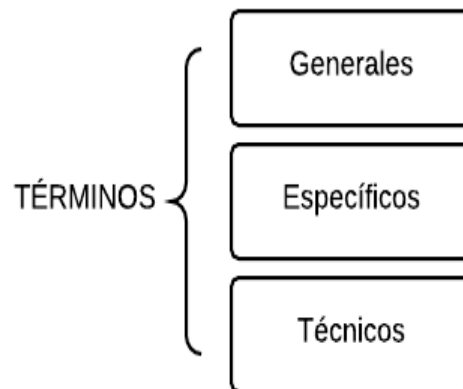
El marco teórico se desarrollará en base a los conceptos y opiniones de expertos, formando un enfoque adecuado en conocimiento general que sirva como fuente para la evolución del proyecto.

2.2.Objetivo General Marco Teórico

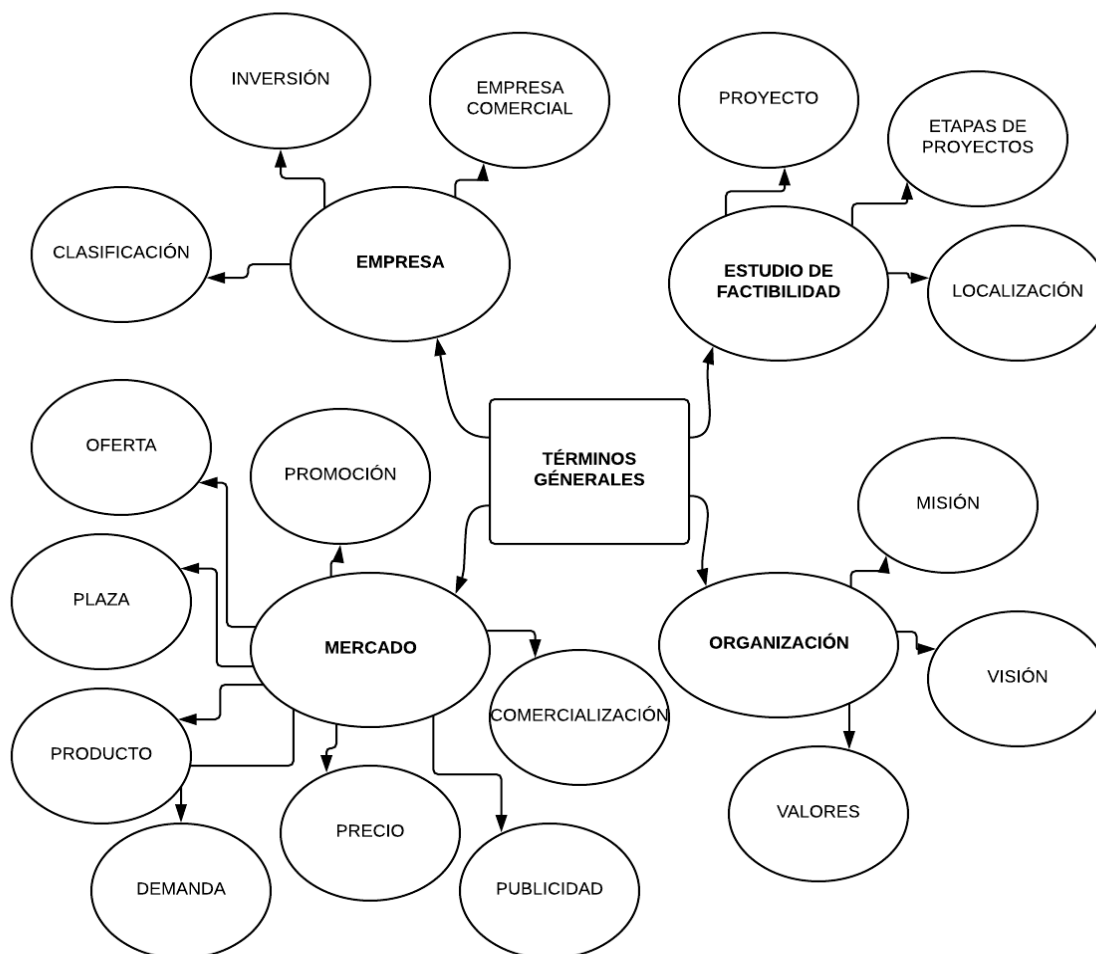
Establecer bases teóricas referentes a la investigación, a través de información confiable y actualizada que sustente la creación de la empresa y el buen desarrollo del proyecto.

2.3.Bases Teórica y Científicas

Para mejor comprensión del lector se ha desarrollado el marco teórico con la siguiente clasificación:



2.4. Términos Generales



2.4.1. Empresa

“Una empresa comercial, grande, mediana o pequeña, es un organismo privado, público o mixto, que está constituido por personas y materiales, reunidos con el propósito de realizar operaciones comerciales o producir bienes o servicios a través de un proceso que le permita obtener una utilidad o ganancia”(ROJAS RISCO, 2014, pág. 18).

“La empresa se puede definir como un conjunto de elementos o factores humanos y técnicos, financieros localizados en una o varias unidades físico-espaciales o centros de gestión y

combinados y ordenados según determinados tipos de estructura de organización”(CARMONA CHICANO, JIMÉNEZ GARCÍA, MONTEDEOCA LÓPEZ, & SORLÓZANO GONZÁLEZ, 2015, pág. 11).

“La empresa es un conjunto de factores de producción que se ordenan con el objetivo de realizar una determinada actividad productiva o de prestación de servicios y con el fin de generar beneficios”(MORUECO, 2014, pág. 1).

Para el autor Rojas Risco empresa es un organismo público o privado que estará constituido por personas y materiales los cuales se complementan para obtener una utilidad o ganancia; coincidiendo con los autores Carmona, Jiménez, Montesdeoca y Morueco al decir que las empresas están conformadas por factores humanos y técnicos enfocadas en obtener ganancias.

Por lo tanto, la empresa es un organismo creado con la finalidad de poner en marcha una actividad comercial, productiva para lograr obtener una utilidad estas pueden ser públicas o privadas, además existen pequeñas, mediana o grandes empresas.

Para el proyecto se espera constituir una microempresa formada por una persona natural no obligada a llevar contabilidad que prestará sus servicios en la comercialización de repuestos para automotores a gasolina.

2.4.2. Clasificación según el volumen de sus operaciones

Según el volumen de las operaciones de empresa se clasifican en:

2.4.3. Gran Empresa

“Es aquella conformada por más de 100 trabajadores que maneja gran cantidad de recursos dedicados a la producción, comercio o servicio en gran escala”(ROJAS RISCO, 2014, pág. 19).

“Son aquellas que normalmente superan los 250 trabajadores y son las que más volumen de facturación poseen”(MORUECO, 2014, pág. 7).

Para el autor Morueco la gran empresa es aquella que se caracteriza por estar conformada a partir de los 250 trabajadores lo cual contradice al autor Rojas Risco ya que el considera que están conformada a partir de 100 trabajadores y direccionadas en un alto nivel de producción y comercialización.

Por los tanto las grandes empresas son aquellas que se dedican a la producción, comercialización o prestación de servicios en alta escala estas están conformadas desde los 100 trabajadores en adelante según el volumen de producción.

El proyecto no estará constituido como una gran empresa, éste será una microempresa pero se ha mirado necesario el estudio de este término como conocimiento general para el desarrollo del proyecto.

2.4.4. Mediana Empresa

“Organización conformada por menos de 100 trabajadores que venden sus productos o servicios a través de una mejor división de trabajo”(ROJAS RISCO, 2014, pág. 19).

“Normalmente se encuadran aquellas empresas con un número de trabajadores comprendido entre 50 y 250 pero también se puede usar el criterio del volumen de facturación que dependerá del país donde se encuentre la empresa”(MORUECO, 2014, pág. 7).

El autor Morueco considera que la mediana empresa es aquella que se conforma entre 50 a 250 trabajadores de acuerdo al volumen de facturación lo que refuta con el autor Rojas Risco ya que el considera que la mediana empresa está conformada por menos 100 trabajadores que venden los productos o servicios por medio de una excelente división de trabajo.

Por lo tanto, la mediana empresa es aquella que oferta sus productos en un mercado más segmentado y se caracteriza por estar conformada de entre 50 a 100 trabajadores para desempeñar sus funciones.

En el proyecto es indispensable tener conocimiento de cómo está conformada la mediana empresa para definir en qué rango ingresa la microempresa que se pretende crear.

2.4.5. Pequeña o Micro Empresa

“Aquella que con una fuerza laboral no mayor de 20 trabajadores vende servicios o productos directamente al público”(ROJAS RISCO, 2014, pág. 19).

“Normalmente está conformado por aquellas empresas que tienen entre 1 y 50 trabajadores, pero también se utiliza el criterio del volumen de facturación”(MORUECO, 2014, pág. 7).

El autor Morueco considera que la pequeña empresa debe estar constituida entre 1 a 50 trabajadores para desempeñar sus funciones en contradicción con el autor Rojas Risco manifiesta que no debe estar constituida por más de 20 trabajadores para vender los productos o servicios directamente al consumidor.

Por lo tanto, las pequeñas empresas son aquellas que se encargan de comercializar productos o servicios directamente al consumidor por lo general estas se conforman por menos de veinte personas suficientes para desempeñar las funciones.

En la aplicación del proyecto se constituirá una microempresa comercializadora de repuestos para vehículos a gasolina que estará conformada por el personal idóneo para su puesta en marcha.

2.4.6. Empresa Importadora

“Compran bienes en otro país y las introducen para su venta en el mercado nacional”(ROJAS RISCO, 2014, pág. 18).

El autor Rojas Riscos define a la empresa importadora como aquella que adquiere bienes en otro país para introducirlo en el mercado nacional.

Por lo tanto, las empresas importadoras son las encargadas de comercializar productos adquirirlos en otros países facilitando el acceso de los mismo a su mercado meta.

La microempresa pretende destacarse por importar diversidad de repuestos para vehículos a gasolina a precios accesibles al consumidor y ponerle a disposición de compra en el momento que sea necesario su uso.

2.4.7. Empresa Comercial

“Empresa donde no hay transformación, tan sólo se compran y se venden mercancías”(MORUECO, 2014, pág. 8).

“Actúan como nexo entre las empresas que fabrican o producen los bienes y aquellas que los venden al público consumidor”(ROJAS RISCO, 2014, pág. 18).

“Las empresas comerciales son las que se dedican a la comercialización de artículos terminados (compra-venta) sin transformarlos; en ciertos casos y para mejorar su presentación incorporan el empaque o algún otro detalle adicional, lo cual no implica cambio o modificación del artículo como tal”(SARMIENTO R., 2010, pág. 1).

Los autores Morueco, Rojas Risco y Sarmiento consideran que la empresa comercial es aquella que se encarga de comercializar productos, servicios o artículos terminados para vender al consumidor final.

Las empresas comerciales son las encargadas de poner a la venta productos ya terminados sin necesidad de realizar ningún cambio o adherir detalles al producto, su función principal es entregar el producto captando la atención del cliente con productos ya posicionados en el mercado.

La microempresa pretende realizar las funciones de una comercializadora debido a que los repuestos son productos totalmente terminados que pueden ser vendidos a los propietarios de los vehículos a gasolina.

2.4.8. Inversión

“Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa”(FLÓREZ URIBE, 2015, pág. 12).

“En esta fase se realizan todas las actividades o tareas a ejecutarse físicamente para la implementación del proyecto, como programar los recursos, asignar un presupuesto, proceder a desembolsar los gastos requeridos para la adquisición de maquinarias, equipos, herramientas, materiales y servicios.”(ISIQUE HUAROMA, 2016, pág. 25).

Según los autores Flórez Uribe e Isique Huaroma consideran que la inversión es el movimiento de recursos destinados para el desarrollo de la empresa o proyecto los cuales se desembolsarán de acuerdo a la necesidad para la adquisición de implementos dentro de la empresa.

Esta etapa es parte fundamental de un proyecto ya que se encarga de distribuir el diverso presupuesto para facilitar los medios económicos para el cumplimiento de la puesta en marcha del negocio.

La inversión en la que estará enfocada el proyecto estará comprendida por los gastos que serán para la creación de la microempresa como gastos de constitución o de puesta en marcha del negocio así como para la adquisición de bienes.

2.4.9. Estudio de Factibilidad

“El estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio del mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del

modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto”(FLÓREZ URIBE, 2015, pág. 7).

Según el autor Flórez Uribe manifiesta que el estudio de factibilidad contribuye en la identificación del tamaño, localización y del diseño administrativo con el cual estará estructurado el proyecto.

Por lo tanto, el estudio de factibilidad es indispensable para el desarrollo del proyecto ya que se logra identificar diversas variables indispensables como son un estudio al mercado al cual se va a dirigir la empresa, su tamaño, localización del emprendimiento.

Este proyecto está basado en un estudio de factibilidad ya que es indispensable conocer la viabilidad que tendrá la creación de la empresa aperturando una visión exacta al inversor.

2.4.10. Proyecto

“Un proyecto es un esfuerzo temporal que en forma gradual permite lograr resultado único o entregable único”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 3).

“Un proyecto de inversión es una propuesta de acción conformada por un conjunto ordenado e interrelacionado de estudios para la producción de un bien o servicio que permite obtener beneficios económicos futuros”(ISIQUE HUAROMA, 2016, pág. 15).

Según el autor Isique Huaroma un proyecto es una propuesta conformada por estudios en la producción de bienes o servicios que permite obtener beneficios, pero el autor Arboleda manifiesta que es un esfuerzo temporal enfocado en tener un resultado único.

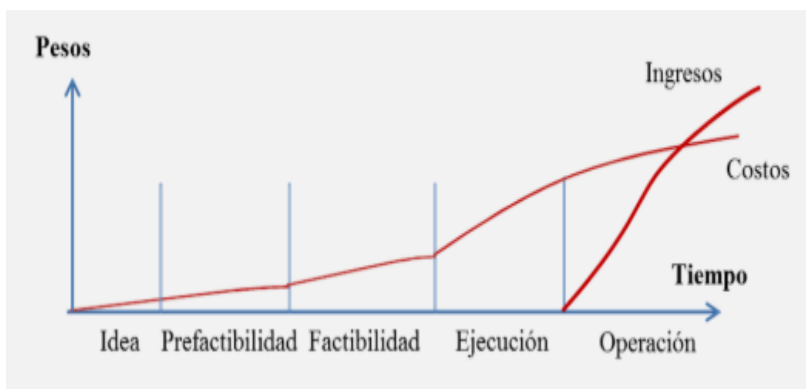
Por lo tanto, un proyecto nace de la creación de ideas que se fomentan en el desarrollo de la empresa la cual es destinada para obtener lucro o ganancia.

El proyecto es establecido para formar una propuesta de creación de la microempresa comercializadora de repuestos buscando identificar si tendrá buena aceptación en el lugar en que se considera establecerlo.

2.4.11. Etapas de los Proyectos

“El ciclo de vida de un proyecto de inversión se consideran cinco fases del proyecto: idea, prefactibilidad, factibilidad, ejecución, y operación; todas ayudan a llevar la secuencia lógica de lo que se debe hacer y por tanto ninguna riñe con las demás.”(CASTRO FAJARDO, 2018).

Gráfico N° 6: Etapas de los Proyectos



Fuente: Proyectos de Inversión 1,2,3: De la teoría a la práctica
 Autor: Hermes Castro Fajardo
 Año: 2018

Por parte de autor Castro Fajardo el ciclo de vida de un proyecto consta de cinco etapas importantes que son la idea, prefactibilidad, factibilidad, ejecución y la operación de resultados las cuales son importantes para su desarrollo.

Por lo tanto el ciclo de vida de un proyecto debe estar correctamente enfocado en el desarrollo de las fases que ayudan a realizar un enfoque minucioso sobre su desarrollo.

El proyecto debe estar conformado por etapas que determinen el desarrollo de las actividades necesarias para tener un correcto funcionamiento y obtener los datos necesarios para la creación de la microempresa.

2.4.12. Localización

“El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”(FLÓREZ URIBE, 2015, pág. 73).

Según el autor Flórez Uribe la localización es el punto importante en la ubicación del proyecto o empresa debido a que es necesario realizar un estudio en la microlocalización y macrolocalización y determinar el lugar adecuado para su desarrollo.

Por lo tanto, establecer la localización en el proyecto es de suma importancia debido a que de esta manera se logra definir de manera adecuada la macrolocalización y la microlocalización para el funcionamiento de la empresa.

2.4.13. Mercado

“El mercado se configura como el conjunto de individuos susceptibles de adquirir un producto o servicio determinado, con los que la organización dedicada a la comercialización deberá interactuar para conseguir la consecución efectiva de este intercambio”(MARTÍNEZ VALVERDE, 2015, pág. 45).

“El mercado es el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 83).

“Mercado es un conjunto de compradores y vendedores. Tendemos a pensar en un mercado como un grupo de individuos o instituciones con necesidades similares que pueden ser satisfechas por un producto en particular”(FERRELL & HARTLINE, 2012, pág. 8).

Los autores Martínez Valverde y Ferrell & Hartline mencionan que el mercado es un conjunto de individuos con la necesidad de adquirir un producto o servicio; mientras que el Arboleda Vélez manifiesta que el mercado es el lugar en donde participa la oferta y demanda para satisfacer necesidades mutuas.

Se puede entonces afirmar que es aquel que se conforma por diversos grupos de individuos que desean satisfacer sus necesidades de adquirir productos o servicios, en este se logra la interacción de la oferta y la demanda que son indispensables para establecer precios y comercializar productos.

Por lo tanto el mercado es es segmento al cual estará dirigido el proyecto que es la Ciudad de Tulcán en donde se ubicará la microempresa comercializadora de repuestos.

2.4.14. Promoción

“La promoción de productos es un medio para darlos a conocer y así incentivar las ventas”(FLÓREZ URIBE, 2015, pág. 68).

“Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 92).

“La promoción tiene que ver con la comunicación de los mercadólogos de la empresa con los consumidores potenciales para hacerles saber las características, bondades, ventajas, precios, ofertas, rebajas, etc. De sus productos o servicios”(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 111).

Los autores Flórez, Arboleda y Rojas consideran que la promoción es aquella comunicación entre compradores y vendedores lo que ayuda a expresar las diversas características de los productos o servicios creando confianza en el cliente para adquirir un producto.

Por lo tanto, la promoción es adherida a un producto con la finalidad de tener mayor aceptación en el mercado de esta manera se logra presentar las características potenciales del producto como son el precio o las ofertas al adquirir el producto o beneficio.

La promoción es lo que llama la atención de consumidor por lo que es importante verificar que objeto puede captar la atención de los consumidores o clientes.

2.4.15. Oferta

“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del producto”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 88).

“La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores u oferentes están dispuestos a ofrecer dentro de un mercado concreto y a un determinado precio, durante un periodo de tiempo establecido”(MORUECO, 2014, pág. 54).

Los autores Arboleda y Morueco coinciden que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que están dispuestos a ofrecer al mercado con un determinado precio en un tiempo establecido.

Entonces la oferta es la capacidad de productos que poseen las empresas para ofrecer al mercado a un precio determinado y accesible al consumidor o cliente.

Por lo tanto, la oferta de la microempresa se conformará por diversidad de repuestos a gasolina en diversas marcas de acuerdo a la necesidad del cliente.

2.4.16. Plaza

“La plaza está constituido por el ámbito territorial donde tendrá lugar las actividades de mercadotecnia, las condiciones físicas de que dispone la empresa para la distribución de sus productos”(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 110).

“Es el conjunto de actividades que consiste en hacer llegar los productos a la persona adecuada cuando lo necesita”(ISIQUE HUAROMA, 2016, pág. 80).

Los autores Rojas Risco e Isique Huaroma consideran que la plaza es el lugar en donde se procede a desarrollar las actividades de comercialización de productos o servicios con el consumidor.

Se puede afirmar que la plaza es el lugar donde se efectuará las actividades de intercambio o compra y venta de productos o servicios entre comerciantes y clientes.

En el proyecto la plaza estará situada en el centro de la Ciudad de Tulcán lugar en donde los habitantes que posean un vehículo a gasolina tendrán fácil acceso a adquirir los repuestos para sus automotores.

2.4.17. Producto

“El producto es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 199).

“Es el bien a comercializar, por tanto, teniendo en cuenta el fenómeno de la globalización que se vive en la actualidad, se deben desarrollar productos con altos niveles de innovación y calidad”(FLÓREZ URIBE J. , 2015, pág. 98).

“El producto se refiere a los bienes (artículos) o servicios que la empresa ofrece a un mercado específico”(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 110).

Flórez Uribe y Rojas Risco consideran que el producto es el bien a comercializar en un mercado específico, en cambio el autor Arboleda Vélez manifiesta que el producto es el resultado de la combinación de materiales y procesos.

Entonces el producto es un bien o servicio creado con la finalidad de satisfacer una necesidad estos pueden estar combinados por diversos materiales, las empresas son las encargadas de elaborarlos y comercializarlos en el mercado.

Los productos que ofrecerá la microempresa se conformarán por piezas originales o alterna de caja, motor, transmisión, suspensión, frenos y dirección indispensables para el funcionamiento de los vehículos.

2.4.18. Demanda

“La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio”(FLÓREZ URIBE, 2015, pág. 58).

“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 86).

Demanda es un término que resume en breve la cantidad de productos o servicios que un mercado está dispuesto a adquirir por un precio razonable y preestablecido”(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 50).

Los autores Arboleda Vélez y Rojas Risco consideran que la demanda es una expresión que resume la cantidad de productos que la comunidad desea adquirir para satisfacer sus necesidades por otra parte, el autor Flórez manifiesta que la demanda es el proceso para determinar el consumo de un bien.

Por lo tanto, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el público está en la disponibilidad de adquirir durante un determinado tiempo.

En el proyecto la demanda serán el número de repuestos que los habitantes de la ciudad estén dispuestos a adquirir de acuerdo a su necesidad.

2.4.19. Precio

“El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 88).

“El precio del producto no es sino la expresión del valor de un producto en términos monetarios”(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 39).

“El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio”(KOTLER & ARMSTRONG, 2015, pág. 290).

Los autores Arboleda Vélez, Rojas Risco y Kotler & Armstrong consideran que el precio es el valor expresado en términos monetarios que adquiere un bien o servicio para ser adquirido.

El precio es el valor que se le asigna a un bien o servicio para ser adquirido este se establece de acuerdo a las características del producto.

En la microempresa el precio será establecido según los proveedores de los repuestos acuerden directamente.

2.4.20. Publicidad

“Propaganda es cualquier pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 92).

“Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado”(KOTLER & ARMSTRONG, 2015, pág. 408).

Según los autores Arboleda Vélez y Kotler & Armstrong consideran que la publicidad es una forma pagada de promocionar un producto o servicio por parte de un patrocinador identificado.

La propaganda es un servicio que se adquiere para promocionar u ofertar un producto hacia el consumidor por medio de campañas publicitarias transmitidas por televisión o internet y campañas de radio.

2.4.21. Comercialización

“Es la forma de llevar el producto o servicio del productor al consumidor final, supone una relación entre la empresa que produce el bien o atiende el servicio, y los intermediarios que se encargan de llegar al consumidor final”(FLÓREZ URIBE, 2015, pág. 67).

“La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios”(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 91).

Los autores Flórez Uribe y Arboles Vélez manifiestan que la comercialización es el movimiento de llevar el producto desde el productor al consumidor final ya sea directamente o a través de intermediarios.

Por lo tanto, la comercialización es el acto que se lleva a cabo para trasladar los productos hacia su consumidor este puede ser de manera directa de empresa a consumidor final o también hay la ayuda de intermediarios para que el producto llegue a su destino.

La actividad fundamental de la microempresa estará basada en la comercialización de repuestos para automotores a gasolina en diversas marcas.

2.4.22. Misión

“Indica la manera mediante la cual una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia en el tiempo”(LOUFFAT, 2012, pág. 7).

“Una misión específica los negocios en los que pretende competir la compañía y los clientes a los cuales pretende servir”(HITT, IRELAND, & HOSKISSON , 2015, pág. 19).

Louffat, Hitt, Ireland & Hoskisson consideran que la misión es aquella que indica lo que la empresa espera lograr y pretende ofrecer a los clientes que servirá.

Se puede entonces concluir que la misión es aquella que describe a la actividad a la cual se dirige una empresa o está destinada a realizar siempre se enfoca en lo que se quiere convertir.

La misión para el proyecto estará encabezada por describir la función a la cual está dirigida la actividad de la microempresa.

2.4.23. Visión

“La visión es la extensión de la misión proyectada al futuro que persigue el desarrollo institucional a mediano y largo plazo”(LOUFFAT, 2012, pág. 8).

“La visión es una descripción de lo que quiere ser la empresa y, en términos generales, de lo que quiere lograr en la última instancia”(HITT, IRELAND, & HOSKISSON , 2015, pág. 19).

Los autores Louffat, Hitt, Ireland & Hoskisson consideran que la visión es una extensión proyectada de lo que la empresa quiere desarrollar a futuro o en última instancia en términos generales.

Por lo tanto, la visión es lo que la empresa se plantea llegar a ser en un determinado tiempo enfocándose en el desarrollo y avance de la misma en beneficio de los clientes y accionistas.

La visión se encontrará direccionada a lo que la empresa espera convertirse a futuro una vez establecida en el mercado.

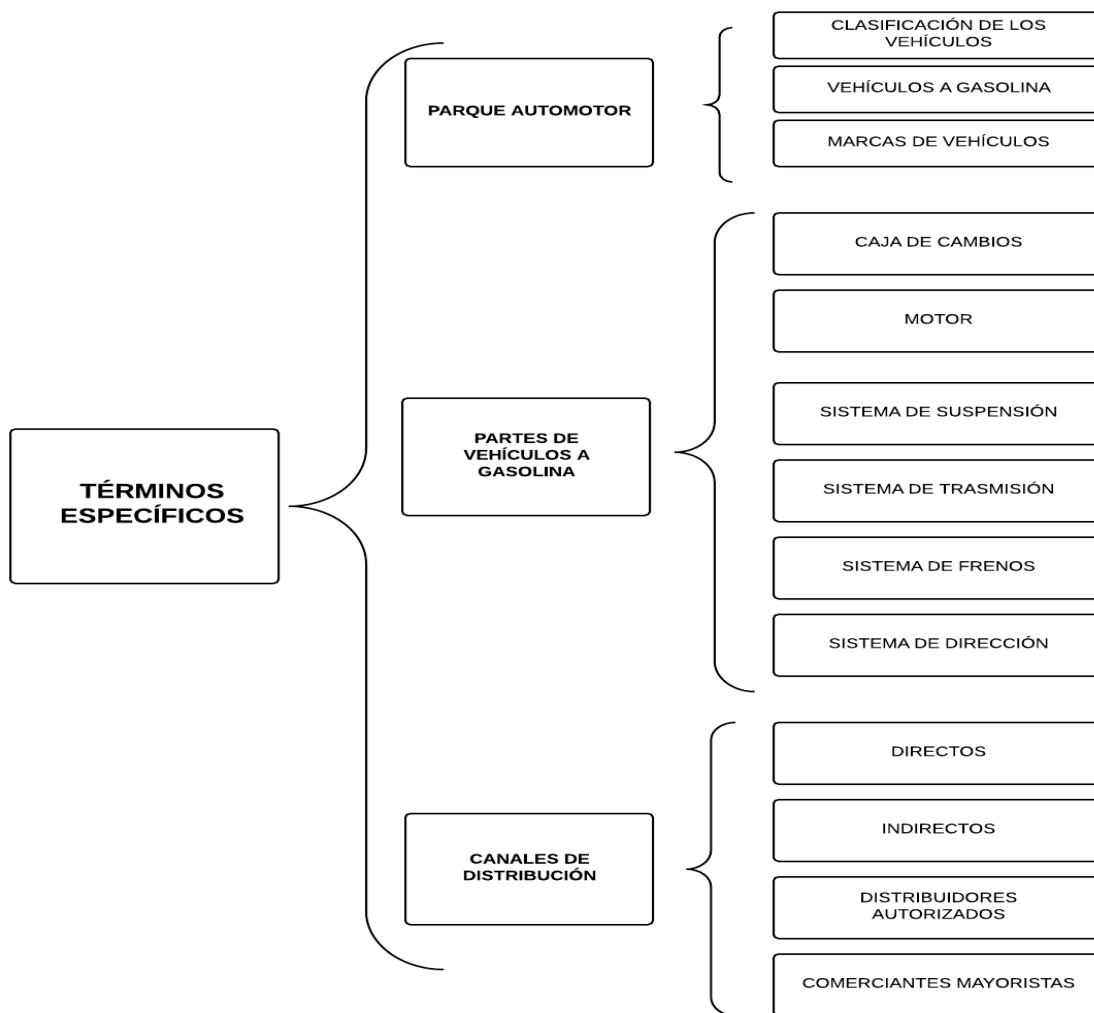
2.4.24. Valores

“Los valores son los estándares con los cuales los empleados establecen prioridades que les permiten juzgar si una orden es atractiva o no es atractiva, si un cliente es más importante o es menos importante, si la idea de un nuevo producto es más atractiva o bien no tiene interés, etcétera”(KAPLAN , y otros, 2016, pág. 14).

Los autores Kaplan y otros manifiestan que los valores son los estándares que los trabajadores establecen para dirigirse a un cliente y su diario trabajo los cuáles deben ser tomados en cuenta para el correcto funcionamiento de la empresa.

Por lo tanto, los valores son los parámetros en los cuales se basa para un buen desarrollo interno y externo de la empresa, son las guías para los empleados y fundamentos para sus propietarios.

2.5. Términos Específicos



2.5.1. Automóvil

“El automóvil se compone de un conjunto de elementos que permiten que se desplace con los ocupantes adaptándose al piso, orografía y rodando a la velocidad acorde a las condiciones de circulación”(OROVIO ASTUDILLO, 2010, pág. 1).

“El automóvil significa que se mueve por sí mismo, y se aplica concretamente para designar los vehículos que se desplazan sobre el terreno mediante la fuerza suministrada por un motor

de combustión interna, llamado así porque el estado térmico que provoca el trabajo lo realiza el mismo fluido que circula por el motor”(EDITORIAL CEP, 2010, pág. 189).

Según los autores Orovio Astudillo y los Conductores Mecánicos consideran que el automóvil es un conjunto de elementos que permiten que éste se desplace con ocupantes en su interior por diversos terrenos por medio de velocidades de acuerdo a los que se requiera.

Entonces, el automóvil es un medio que las personas lo utilizan para transportarse debido a la facilidad que posee para trasladarse de un lugar a otro adaptándose a diversas condiciones del suelo por el cual va a transitar.

El automóvil es el término global al cual está direccionada la microempresa ya que es a quien se encuentra direccionado el funcionamiento de la microempresa.

2.5.2. Clasificación de los Vehículos

“Los vehículos se pueden clasificar según los siguientes tipos de fuerza motriz”(MECÁNICA AUTOMOTRIZ, 2015, pág. 4).

- *Vehículo con Motor de Gasolina*
- *Vehículo con Motor Diesel*
- *Vehículo Híbrido*
- *Vehículo Eléctrico*
- *Vehículo Híbrido eléctrico y de combustible*

Según los autores del sitio web Mecánica automotriz se clasifican en vehículos con motor a gasolina, con motor diésel, vehículo híbrido, eléctrico y vehículo híbrido eléctrico y de combustible.

Por lo tanto, los vehículos se clasifican de acuerdo a la necesidad de su usuario, y a sus características específicas, cada uno tiene su uso y aplicación en diversos terrenos y ocupación.

Las clasificaciones ayudan a definir a qué sector de vehículos la empresa estará dispuesta a cubrir la demanda.

2.5.3. Composición Vehículos a Gasolina

2.5.4. Caja de Cambios

“Es un transformador de la energía que recibe del motor. Para que un automóvil comience a desplazarse es precisa mayor energía que cuando circula a velocidad mantenida en carretera y en ambos casos el motor es el mismo”(OROVIO ASTUDILLO, 2010, pág. 2).

“La caja de cambios es un elemento de transmisión, que se encuentra entre el motor y las ruedas, cuya misión es modificar el número de revoluciones del motor para realizar un aumento o disminución del par según las necesidades de la conducción o las prestaciones solicitadas por el conductor”(ÁGUEDA CASADO, NAVARRO, & GÓMEZ MORALES, 2012, pág. 182).

Orovio Astudillo, Águeda, Navarro & Gómez manifiestan que la caja de cambios es un elemento que recibe la energía del motor y se encarga de regular las velocidades con las que va a funcionar el automóvil.

La caja de cambios es un transmisor que guía al automóvil mediante revoluciones que ayudan a aumentar o disminuir las acciones de velocidad según lo desee el conductor.

Es indispensable tener conocimiento de que función cumple en un vehículo una caja de cambios para así lograr tener conocimiento sobre qué se compone y se debe adquirir.

2.5.5. Motor

“Un motor es toda máquina capaz de transformar cualquier tipo de energía en energía mecánica”(OROVIO ASTUDILLO, 2010, pág. 10).

“El motor del automóvil es el encargado de transformar la energía térmica que le proporciona un combustible en energía mecánica que posteriormente utilizará para poder desplazarse”(GIL MARTÍNEZ, 2012, pág. 6).

Los autores Orovio Astudillo y Gil Martínez manifiestan que el motor es el encargado de transformar energía para después lograr desplazarse.

Entonces, el motor es una máquina y su función es transformar energía mecánica que ayude al buen funcionamiento de un automóvil mediante el envío de órdenes a través del pedal o acelerador para controlar las velocidades del vehículo.

Es importante saber las funciones y tipos de motores para de esta manera reconocer las piezas que podrían ser comercializadas en la microempresa.

2.5.6. Sistema de Suspensión

“La suspensión consiste en intercalar acoplamiento elásticos entre las ruedas y la carrocería para que aquellas se mantengan siempre en contacto con el suelo”(OROVIO ASTUDILLO, 2010, pág. 3).

“Conjunto de órganos mecánicos que unen las ruedas a la estructura principal del automóvil”(RUEDA SANTANDER, 2010, pág. 4).

“El sistema de suspensión es una parte vital para la seguridad activa y confortabilidad del vehículo”(ÁGUEDA CASADO, NAVARRO, & GÓMEZ MORALES, 2012, pág. 284).

Los autores Astudillo y Rueda consideran que el sistema de suspensión es importante en el automotor ya que es el encargado de unir las ruedas a la carrocería, mientras que Águeda, Navarro & Gómez manifiestan que es parte vital de la seguridad activa del vehículo.

Po lo tanto el sistema de suspensión es la parte principal de un vehículo ya que su función es unir las ruedas con la estructura principal para proporcionar una adecuada estabilidad y convierte al vehículo en seguro.

2.5.7. Árbol de Transmisión

“Es un eje que lleva el movimiento y energía desde la caja de cambios hasta el eje de giro que une a las ruedas, en el centro del cual se encuentra el diferencial”(OROVIO ASTUDILLO, 2010, pág. 3).

Es el elemento encargado de transmitir el par motor desde la caja de cambios o caja de transferencia al/los grupos/s cónico/s y al contrario en caso de una retención del motor”(ÁGUEDA CASADO, NAVARRO, & GÓMEZ MORALES, 2012, pág. 275).

Según los autores Orovio Astudillo, Águeda, Navarro & Gómez consideran que el árbol de transmisión es el elemento encargado unir las ruedas al diferencial y facilitar la manipulación y dirección del vehículo.

La transmisión es la encargada de enviar funciones desde la caja de cambios hacia las ruedas permitiendo realizar los movimientos necesarios según lo requiera el conductor.

Es un punto importante para tener conocimiento general sobre los productos posibles a poner a disposición del consumidor.

2.5.8. Sistema de Frenos

“Las ruedas giran sobre sí mismas durante el desplazamiento del automóvil, arrastrando a otros elementos en su rotación. Los frenos actúan al pisar el conductor su pedal acoplando elementos solidarios a las ruedas con otros estáticos, el razonamiento producido detiene el automóvil”(OROVIO ASTUDILLO, 2010, pág. 3).

“El sistema de frenado transmite la presión del pie sobre el pedal del freno de cada rueda mediante un sistema hidráulico encargado de dar presión a las pastillas, tambores o los discos”(RUEDA SANTANDER, 2010, pág. 4).

“Es uno de los sistemas más importantes en la seguridad activa del automóvil. Debe ser eficaz, progresivo y previsible para el conductor en todo momento pueda prever el comportamiento de su vehículo durante la frenada al mismo tiempo que pueda intuir la distancia de parada próxima”(ÁGUEDA CASADO, NAVARRO, & GÓMEZ MORALES, 2012, pág. 446).

Los autores Orovio y Rueda consideran que el sistema de frenos es aquel que transmite la presión sobre el pedal para disminuir la velocidad del automotor, mientras que Águeda, Navarro & Gómez manifiestan que es el más importante en la seguridad del automóvil debido a que debe ser eficaz, progresivo y previsible para el conductor.

Por lo tanto, el sistema de frenos es un elemento importante dentro del vehículo debido a que gracias a ellos es fácil disminuir la velocidad con la función de accionar el pedal de freno lo cual ayuda evitar accidentes y detener el vehículo de acuerdo al criterio del conductor.

2.5.9. Sistema de Dirección

“Selecciona el rumbo durante el giro de las ruedas delanteras, se maneja con el volante de dirección”(OROVIO ASTUDILLO, 2010, pág. 3).

“Un sistema de dirección es más que ruedas orientales; se debe adoptar un sistema de dirección y suspensión estudiado para que el automóvil sea seguro, manejable y que pueda transformar el giro del volante en un movimiento a la derecha o a la izquierda de las ruedas delanteras”(RUEDA SANTANDER, 2010, pág. 4).

Los autores Orovio y Rueda manifiestan que el sistema de dirección es aquel que le permite al vehículo realizar movimientos en diversas direcciones de acuerdo a la necesidad del conductor.

El sistema de dirección es aquel que permite al conductor tener el control total del vehículo al facilitar su dirección de acuerdo a lo que necesite, que sea seguro y fácil de manipular de acuerdo a la situación.

2.5.10. Canales de Distribución

“Los canales de distribución son un conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que un producto o servicio esté disponible para uso o consumo por el consumidor o el usuario empresarial”(ARMSTRONG & KOTLER , 2013, pág. 293).

“Es un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocios”(KOTLER & ARMSTRONG, 2015, pág. 341).

“Los canales de distribución se usan para mostrar, vender o entregar el producto físico o servicio al comprador o usuario”(KOTLER & LANE KELLER, DIRECCIÓN DE MARKETING, 2012, pág. 11).

Los autores Armstrong, Kotler y Lane manifiestan que los canales de distribución son un conjunto de organizaciones que permiten que se lleve a cabo el proceso de comercialización entre el producto y su consumidor.

Por lo tanto, los canales de distribución tienen la finalidad de movilizar el producto a su lugar de comercialización está conformado por organizaciones que ayudan a que el producto o servicio estén al alcance del consumidor.

En el proyecto es importante definir los canales de distribución que posiblemente serán utilizados por la microempresa.

2.5.11. Directos

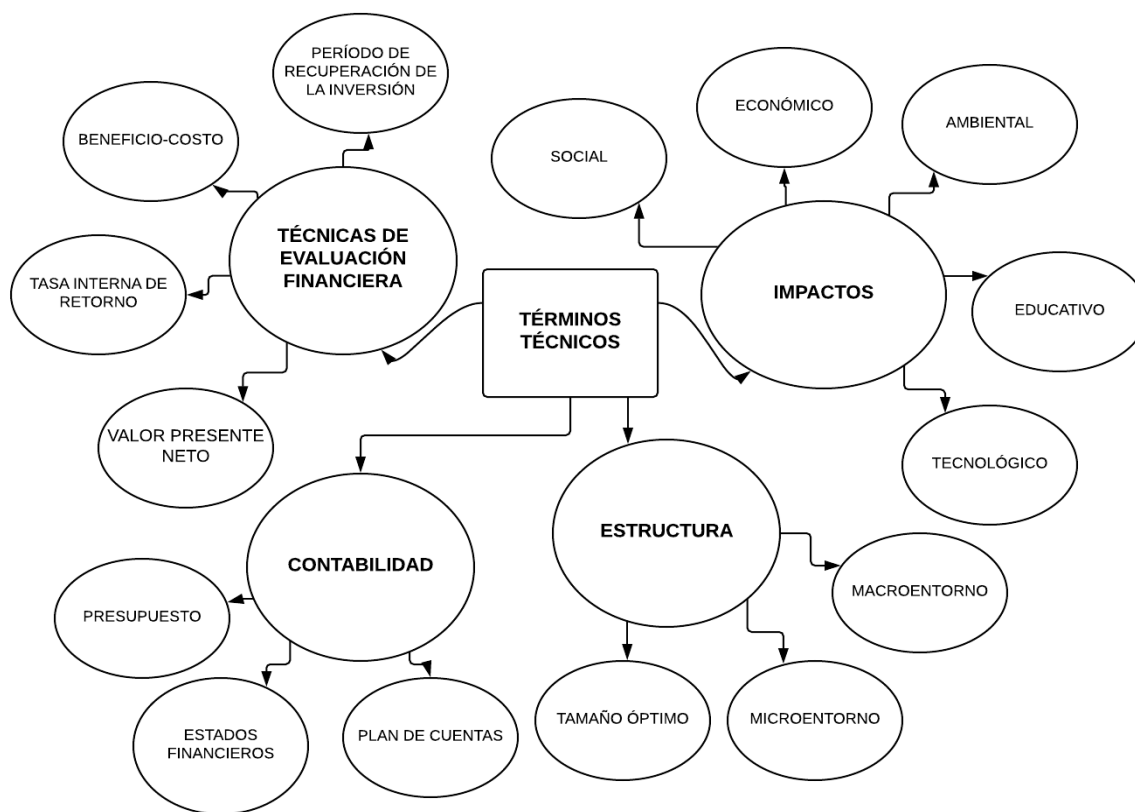
“Los canales de distribución directos no tienen niveles de intermediarios: la compañía vende de manera directa a los consumidores”(ARMSTRONG & KOTLER , 2013, pág. 295).

2.5.12. Indirectos

“Los canales de distribución indirectos contienen uno o más intermediarios”(ARMSTRONG & KOTLER , 2013, pág. 295).

“La compañía utiliza una o más niveles de intermediarios para llevar sus productos a los consumidores finales”(KOTLER & ARMSTRONG, 2015, pág. 343).

2.6. Términos Técnicos



2.6.1. Período de Recuperación de la Inversión

“Su cálculo expresa en qué año dentro del resultado obtenido del Flujo de Fondos Totalmente Neto (FFT_N) se recupera la inversión”(FLÓREZ URIBE J. , 2015, pág. 284).

“El periodo de recuperación de una inversión es el número de años que necesita el proyecto para recuperar el capital que se invirtió en él”(BACA URBINA, 2015, pág. 71).

Los autores Flórez y Baca consideran que el período de recuperación de la inversión es aquel que se expresa en qué año se recuperará la inversión del proyecto.

Se puede decir que el indicador del periodo de recuperación de la inversión es aquel que ayuda a determinar el número de años que se necesitará para recuperar el capital que se invirtió en el negocio.

Este término será importante analizar en el estudio financiero para tener conocimiento de en qué tiempo se logrará recuperar la inversión que implica crear la microempresa comercializadora de repuestos.

2.6.2. Beneficio Costo

“Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio, comparándola con los costos en que su ejecución se espera incluir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa”(FLÓREZ URIBE J. , 2015, pág. 284).

Flórez Uribe menciona que el beneficio costo es aquel que permite traer el valor presente de la inversión del plan de negocio para determinar si los beneficios están por encima de los costos.

Por lo tanto, el indicador de beneficio o costo permite conocer si los beneficios se encuentran por encima de los gastos trayendo a valor presente la inversión.

2.6.3. Tasa Interna de Retorno

“La Tasa Interna de Retorno es llevar a valor presente, los valores obtenidos del (FFTN) utilizando una tasa que se llama costo de oportunidad del dinero, que es el porcentaje que se espera rinda la inversión en el plan de negocio y que sea atractivo de acuerdo con los rendimientos de papeles en el sistema financiero”(FLÓREZ URIBE J. , 2015, pág. 284).

El autor Flórez Uribe manifiesta que la tasa interna de retorno es llevar el valor presente a cero mediante el uso del costo de oportunidad, el cual es el porcentaje que se espera rinda la inversión.

Por lo tanto, la tasa interna de retorno es aquella que ayuda a tener conocimiento sobre en que porcentaje va a rendir la inversión del proyecto.

Se utilizará como un evaluador del proyecto a desarrollar en el estudio financiero.

2.6.4. Valor Presente Neto

“Es el valor del proyecto medido en dinero de hoy. Es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto”(FLÓREZ URIBE J. , 2015, pág. 283)

“El valor presente neto significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente”(BACA URBINA, 2015, pág. 71).

“Es un indicador de rentabilidad que permite medir la diferencia del valor actual de los flujos de ingresos y egresos futuros, incluyendo las inversiones que se realizarán durante la vida útil de un proyecto y utiliza una tasa de descuento que representa el costo de oportunidad del capital, que es el rendimiento exigido por los inversionistas”(ISIQUE HUAROMA, 2016, pág. 185).

Los autores Flores y Baca consideran que el valor presente neto es aquel que trae del futuro flujo de efectivo a valor presente, cantidades monetarias que constituyen el proyecto, mientras que

Isique Huaroma manifiesta que es un indicador de rentabilidad que permite del valor actual de flujos durante la vida útil del proyecto.

Por lo tanto, es traer los valores calculados al presente de los flujos e inversiones que se realizarán con el proyecto.

Este indicador se aplicará en el estudio financiero del proyecto para tener conocimiento de los valores traídos al presente.

2.6.5. Macroentorno

“El macroentorno empresarial influye indirectamente en las posibilidades que tiene una empresa para comercializar sus productos o servicios en el tiempo y espacio llamado mercado”(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 67).

“El macroentorno permite a la empresa identificar tanto sus oportunidades de negocio como las amenazas para su funcionamiento, lo cual a veces puede demandar una reorganización de las metas empresariales o un rediseño de su estructura organizativa”(RIVERA CAMINO & GARCILLÁN , 2012, pág. 57).

Los autores Rojas Risco, Rivera & Garcillán manifiestan que el macroentorno es identificar las oportunidades que se presentan para comercializar productos o servicios en el mercado.

Por lo tanto, el macroentorno permite analizar las opciones de comercialización de un producto o servicio en el mercado identificando ventajas o desventajas de acuerdo al producto.

El macroentorno permitirá identificar los beneficios que se encontrará al comercializar los productos de la microempresa.

2.6.6. Microentorno

“El microentorno, o ámbito empresarial directo, es el llamado a influir directamente en las fuerzas que luchan por equilibrar un programa de mercadotecnia”(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 68).

“El microentorno incluye a todos los actores cercano a la empresa que afectan, tanto positiva como negativamente, su capacidad para crear valor para los clientes y relaciones con ellos”(ARMSTRONG & KOTLER , 2013, pág. 67).

Los autores Rojas Risco, Armstrong & Kotler consideran que el microentorno es aquel que influye directamente en la manera de relacionar a los clientes con la mercadotecnia.

El microentorno se basa en la manera de comercialización interna de un producto en el análisis clave de consumo, preferencia, y otros factores de importancia para la venta.

Al realizar un correcto estudio del microentorno ayuda a determinar las preferencias de los posibles consumidores de repuestos en la ciudad.

2.6.7. Contabilidad

“La contabilidad es la parte fundamental del subsistema de información que posee una empresa y es la que va a permitir informar de la situación económica que ésta posee”(MORUECO, 2014, pág. 38).

“La contabilidad es la disciplina que satisface las necesidades de información financiera de los usuarios interesados en ella. Controla y presenta información financiera mediante estados financieros, que son empleados por los directivos para tomar decisiones en beneficio de la empresa”(ROMERO LÓPEZ, 2013, pág. 2).

“La contabilidad se define como el “lenguaje de los negocios” por ser, dentro de la organización, una actividad de servicio encargada de identificar, medir y comunicar

información económica que permite a los diferentes usuarios formular juicios y tomar decisiones”(SINISTERRA V., POLANCO I., & HENAO G., 2011, pág. 2).

Según los autores Morueco, Romero, Sinistra, Polanco & Henao consideran que la contabilidad es la disciplina que permite tener información financiera de una empresa la cual facilita la toma de decisiones dentro de la comercializadora por parte de los directivos.

La contabilidad es indispensable para brindar información financiera que será transmitida mediante estados financieros que ayudan en la toma de decisiones a los accionistas de la empresa.

La aplicación de la contabilidad dentro de la microempresa es de ayuda para tener conocimiento de cómo se encuentra económicamente la misma.

2.6.8. Presupuesto

“Son elementos de planeación encargados de cuantificar los gastos y/o costos necesarios para poner en ejecución las actividades y/o acciones administrativas previstas en el empleo eficaz y eficiente de los recursos organizacionales que permitan cumplir con la misión, objetivos y estrategias definidas previamente, dentro de los plazos previstos”(LOUFFAT, 2012, pág. 34).

“Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que se expresa en términos financieros respecto de las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia”(RAMÍREZ PADILLA, 2013, pág. 223).

Los autores Louffat y Ramírez manifiestan que el presupuesto es un plan encaminado en los objetivos de la organización conteniendo las operaciones y recursos que forman parte de la empresa.

El presupuesto es un término que representa la parte monetaria en un proyecto debido a que en él se distribuye todas las funciones que tendrán un debido desglose económico al momento de iniciar las operaciones en el negocio.

2.6.9. Información Financiero

“La información financiera es un elemento imprescindible para que los diversos usuarios puedan tomar decisiones”(GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 44).

Según los autores Guajardo & Andrade la información financiera es un elemento indispensable en la toma de decisiones para las empresas.

La información financiera debe estar correctamente estructurada para de esta manera tener conocimiento actualizado de la situación económica de la empresa.

Esta información debe ser adecuadamente llevada desde la constitución de la empresa para saber lo que implica la creación de la microempresa.

2.6.10. Estado de Resultados

“El estado de resultados pretende determinar el monto por el cual los ingresos contables difieren de los gastos contables”(GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 46).

“Es uno de los estados financieros básicos que nos muestra la utilidad o la pérdida del negocio en un periodo de tiempo”(DIÁZ FONSECA, 2016, pág. 80).

“Presenta un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa a lo largo de un periodo específico”(GITMAN & ZUTTER, 2016, pág. 61).

Según los autores Guajardo, Andrade, Díaz, Gitman & Zutter consideran que el estado de resultado es aquel que permite mostrar la utilidad o pérdida durante un periodo contable.

El estado de resultados es aquel que ayuda a diferenciar los ingresos y los gastos con los que cuenta la empresa y ayudar a verificar si ésta genera ganancias o pérdidas.

En el desarrollo de la microempresa será de suma importancia realizar el estado de resultados para conocer la utilidad o pérdida que implica la creación de este proyecto.

2.6.11. Estado de Situación Financiera o Balance General

“Presenta en un mismo reporte, la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y financiamiento”(GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 48).

“Es el documento que nos presenta la situación de un ente económico a una fecha determinada”(DIÁZ FONSECA, 2016, pág. 45).

“El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico”(GITMAN & ZUTTER, 2016, pág. 64).

Los autores Guajardo, Andrade, Díaz, Gitman & Zutter manifiestan que el estado de situación financiera es aquel que permite conocer la situación financiera a una fecha determinada para la toma de decisiones.

Por lo tanto, el estado de situación financiera permite conocer la situación económica de la empresa a la fecha que se necesite la información.

2.6.12. Estado de Flujo de Efectivo

“Es un informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un periodo a otro e incluye, de alguna forma, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta

partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio”(GUAJARDO CANTÚ & ANDRADE DE GUAJARDO, 2014, pág. 49).

“Es un resumen de los flujos de efectivo ocurridos durante el periodo en cuestión. Este estado ofrece información sobre los flujos de efectivo operativos, de inversión y financieros de la empresa, y la recopilación con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el periodo”(GITMAN & ZUTTER, 2016, pág. 67).

“Proporciona información sobre los cambios en el efectivo, de forma que proporcione información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes de efectivo de la entidad durante el periodo sobre el que informa”(MOYA MORENO, 2015, pág. 24).

Guajardo, Andrade, Gitman, Zutter y Moya coinciden en que el estado de flujo de efectivo es aquel que proporciona información sobre los cambios del efectivo entre un período y ayuda a evaluar la liquidez del negocio.

Por lo tanto, el estado de flujo de efectivo es aquel que analiza los cambios de efectivo que la empresa ha tenido para una correcta toma de decisiones.

El estado de flujo será parte del desarrollo del estudio financiero para la puesta en marcha del proyecto y conocer los cambios a los que se podrá ver afectado.

2.6.13. Plan de Cuentas

“Toda empresa para iniciar su contabilidad debe estructurar un plan de cuentas o catálogo de cuentas, con la finalidad de facilitar el manejo de las cuentas mediante códigos de identificación; especialmente en la actualidad que se utiliza en el sistema computarizado para poder ingresar los datos”(SARMIENTO R., 2010, pág. 33).

“El plan de cuentas aboga por un registro uniforme de los hechos económicos realizados por la empresa para evaluar de forma permanente la evolución y la situación financiera de las

organizaciones, con el fin de que se traduzca un registro más claro, comparable y confiable”(SINISTERRA V., POLANCO I., & HENAO G., 2011, pág. 42).

Los autores Sarmiento, Sinisterra Polanco & Henao coinciden en que el plan de cuentas es de uso importante en la empresa para poder tener un uso de cuentas ordenadas y de fácil entendimiento para el ingreso de datos.

Por lo tanto, el plan de cuentas es un instrumento de ayuda contable ya que permite organizar las cuentas que se manejan dentro de la empresa facilitando la elaboración de los estados financieros y mejorando el entendimiento de sus lectores.

Es importante la creación del plan de cuentas en la microempresa para saber que rubros son los más utilizados y proporcionar un registro adecuado de los datos contables.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.Introducción

El Estudio de Mercado es indispensable en el desarrollo del proyecto ya que ayuda en la recolección y análisis de datos con la finalidad de conocer la oferta y demanda presentes en el mercado; facilitando los gustos y preferencias de los clientes enfocando en el correcto análisis de precios, canales de distribución del producto.

Facilitando el análisis de viabilidad sobre el proyecto de creación de la empresa comercializadora de repuestos a gasolina, para de esta manera tener conocimiento sobre la posible venta de los productos en la Ciudad de Tulcán.

3.2.Objetivo General

Elaborar un estudio de mercado mediante la verificación de la oferta, demanda y todas las variables que intervienen en el conocimiento amplio de las características, necesidades y expectativas del mercado meta.

3.2.1. Actividades a Desarrollar

- Estudiar la oferta de repuestos originales y alternos para vehículos a gasolina mediante la aplicación de encuestas e identificar variables para el proyecto.
- Identificar la demanda de repuestos a gasolina en la Ciudad de Tulcán mediante el uso y aplicación de entrevistas que determinen puntos clave en la comercialización de repuestos automotrices.
- Identificar la frecuencia de compra de repuestos.
- Analizar precios y crear estrategias de comercialización para tener buena acogida en el mercado con los productos a ofertar.

- Identificar los diversos canales de distribución acordes a la empresa.
- Identificar los medios de comunicación con más acogida por parte de los ciudadanos para aprovechar espacios publicitarios y dar a conocer la empresa.

3.3. Variables e Indicadores del Estudio de Mercado

3.3.1. Variables

- Demanda
- Oferta
- Producto
- Precio
- Promoción
- Publicidad
- Plaza

3.3.2. Indicadores

- **Demanda**
 - ✓ Frecuencia de compra
 - ✓ Nivel de satisfacción
 - ✓ Preferencias del consumidor
 - ✓ Marcas de vehículos existentes en el parque automotor
- **Oferta**
 - ✓ Características de la competencia
 - ✓ Modos de comercialización
 - ✓ Precios de los productos
 - ✓ Volumen de comercialización

- **Producto**
 - ✓ Calidad
 - ✓ Marca
 - ✓ Productos sustitutos
 - ✓ Presentación del producto
 - ✓ Variedad de productos
 - ✓ Tipos de usos que se da a los vehículos a gasolina
- **Precio**
 - ✓ Maneras de fijación de precios
 - ✓ Precios del mercado
- **Promoción y Publicidad**
 - ✓ Estrategias de marketing
 - ✓ Medios de comunicación
 - ✓ Promociones
 - ✓ Descuentos
 - ✓ Servicios adicionales
- **Plaza**
 - ✓ Formas de venta
 - ✓ Lugares de venta

3.4. Matriz de Variable del Estudio de Mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	TIPO	FUENTES DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Estudiar la oferta de repuestos originales y alternos para vehículos a gasolina. 	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> * Características de la Competencia * Modos de Comercialización * Precios de los Productos * Volumen de Comercialización * Frecuencia de Compra 	* Entrevista	* Primaria	* Comerciantes
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la demanda de repuestos a gasolina en la Ciudad de Tulcán. 	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> * Nivel de Satisfacción * Preferencias del Consumidor * Marcas de vehículos existentes en el parque automotor. * Calidad * Marca 	* Encuesta	* Primaria	* Clientes
<ul style="list-style-type: none"> Identificar la frecuencia de compra de repuestos. 	Producto	<ul style="list-style-type: none"> * Productos Sustitutos * Presentación del Producto * Variedad de Productos * Tipos de usos que se da a los vehículos 	* Encuesta	* Primaria	* Clientes
<ul style="list-style-type: none"> Analizar precios y crear estrategias de comercialización para tener buena acogida en el mercado con los productos a ofertar. 	Precios	<ul style="list-style-type: none"> * Maneras de Fijación de Precios * Precios del Mercado 	* Entrevista	* Primaria	* Comerciantes
<ul style="list-style-type: none"> Identificar los diversos canales de distribución acordes a la empresa. 	Plaza	<ul style="list-style-type: none"> * Formas de Venta * Lugares de Venta 	<ul style="list-style-type: none"> * Encuesta * Entrevista 	* Primaria	* Clientes
<ul style="list-style-type: none"> Identificar los medios de comunicación con más acogida por parte de los ciudadanos para aprovechar espacios publicitarios y dar a conocer la empresa. 	Promoción – Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> * Estrategias de Marketing * Medios de Comunicación * Promociones * Descuentos * Servicios Adicionales 	<ul style="list-style-type: none"> * Encuesta * Entrevista 	* Primaria	<ul style="list-style-type: none"> * Clientes * Comerciantes

3.5.Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado facilita la división del mercado en grupos o subgrupos con características homogéneas ayudando a enfocarse en los conjuntos de interés para el proyecto, además la empresa puede determinar sus estrategias de marketing dirigidas específicamente a su mercado.

3.5.1. Variables de Segmentación

El proceso de segmentación de mercado se realizó con enfoque a la creación de una empresa comercializadora de repuestos a gasolina, los principales aspectos a considerar del mercado estarán enfocados a los habitantes económicamente activos residentes en la provincia del Carchi, ciudad Tulcán que posean un vehículo a gasolina y tenga la necesidad de adquirir repuestos para su vehículo.

De igual manera el proyecto se enfocará en el número de vehículos matriculados según los datos facilitados por el INEC conjuntamente con la Agencia Nacional de Transito (ANT) que para el año 2016 se cuenta actualmente con 13.291 vehículos matriculados en la Provincia del Carchi.

Tabla N° 8: Número de Vehículos Matriculados Provincia del Carchi 2016

PROVINCIA	TIPO DE COMBUSTIBLE	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO					
			PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPIO	GOBIERNOS SECCIONALES	OTROS
	TOTAL	16.269	13.311	2.500	383	72	3	-
	DIESEL	2.963	1.054	1.725	140	42	2	-
	GASOLINA	13.291	12.243	774	243	30	1	-
CARCHI	HÍBRIDO	11	11	-	-	-	-	-
	ELÉCTRICO	1	-	1	-	-	-	-
	GAS LICUADO DE PETRÓLEO	3	3	-	-	-	-	-

Fuente: INEC: Estadísticas Sectoriales-Transporte
Año: 2016

Como resultado de la segmentación de mercado se ha tomado en cuenta las siguientes variables:

Tabla N° 9: Criterios de Segmentación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
GEOGRÁFICO	Ciudad
	Provincia
	País
DEMOGRÁFICO	Habitantes Ciudad de Tulcán
SOCIO ECONÓMICO	Población Económicamente Activa
DIVISIÓN DEL PARQUE AUTOMOTOR	Total Vehículos Matriculados en la Provincia
	Vehículos Matriculados a Gasolina

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Geográfico**

En el aspecto geográfico el segmento de mercado estará aplicado en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, país Ecuador.

- **Demográfico**

En el sector demográfico está enfocado en el mercado conformado por los habitantes de la Ciudad de Tulcán.

- **Socio Económico**

En el aspecto socioeconómico se basará en la población económicamente activa con la que está conformada la Ciudad de Tulcán.

- **División del Parque Automotor**

Según este criterio se basa en el total de vehículos a gasolina matriculados en la Provincia del Carchi según los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

3.5.2. Mercado Meta

Una vez realizado el análisis de cada una de las variables que conforman el mercado del proyecto ésta se verá formada por los habitantes de la Ciudad de Tulcán que conformen la población económicamente activa, que poseen vehículo a gasolina y se encuentran ligados a la necesidad de adquirir repuestos para su automóvil.

3.6. Calculo de la Muestra

Para la determinación del cálculo de la muestra se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla N° 10: Consideraciones para el Cálculo de la Muestra

CRITERIO	VALOR	FUENTE DE INFORMACIÓN
POBLACION PROVINCIA DEL CARCHI 2010	164.524	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - CARCHI 2015-2019
% POR CANTÓN	52,57%	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - CARCHI 2015-2019
POBLACIÓN TULCÁN 2010	86.490	Estudio de Mercado
% INDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	1,26%	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - GAD Tulcán Proyección de Habitantes 2010-2020
TOTAL CRECIMIENTO POBLACIONAL	94.413	Estudio de Mercado
% INDICE DE PEA TULCÁN	54,56%	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - CARCHI 2015-2019
TOTAL PEA TULCÁN	51.512	Estudio de Mercado
VEHICULOS MATRICULADOS PROVINCIA DEL CARCHI 2016	16.269	INEC: Estadísticas Sectoriales- Transporte 2016
% INDICE DE PEA TULCÁN	54,56%	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial - CARCHI 2015-2019
VEHICULOS MATRICULADOS CANTÓN DEL TULCÁN 2016	8.876	Estudio de Mercado
% VEHICULOS A GASOLINA	81,70%	INEC: Anuario Transporte Tabulados 2016
VEHICULOS MATRICULADOS A GASOLINA TULCÁN 2016	7.252	Estudio de Mercado

Fuente: INEC- PDOT-Tulcán-PDOT Carchi

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

3.6.1. Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra.

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

Donde:

n = *Tamaño de la muestra*

N = *Tamaño de la población*

σ = *Desviación estándar de la población*

Z = *Valor obtenido mediante niveles de confianza*

e = *Límite aceptable de error muestral*

En consecuencia, el tamaño de la muestra para el estudio se estableció de la siguiente manera:

N = 13291

σ = 0,5

Z = 95% = 1,96

e = 5% = 0,05

$$n = \frac{(7252) * (0,5)^2 * (1,96)^2}{((7252 - 1 * 0,05^2) + (0,5^2 * 1,96^2))}$$

$$n = \frac{7252 * 0,25 * 3.8416}{(18,1275) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{12.764,6764}{19,0879}$$

$$n = 364,88$$

$$n = 365$$

Una vez realizado el cálculo de la muestra se observa que se debe realizar la aplicación de la encuesta a una población de 365 personas que poseen vehículos a gasolina en la Ciudad de Tulcán.

3.7. Técnicas de recolección de Información

La técnica de recolección a utilizarse será de información primaria, la cual facilitará el correcto desenvolvimiento del estudio de mercado y de esta manera lograr obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

3.7.1. Encuesta

La encuesta es considerada como un método de recopilación de datos en diversos temas, estará debidamente estructurada para obtener la información mediante procesos estandarizados con la finalidad de que sea de ayuda para el desarrollo del proyecto determinando las preferencias de los habitantes que posean un vehículo a gasolina, para así obtener conocimiento sobre la aceptación de la microempresa en la ciudad de Tulcán.

3.7.2. Entrevista

La entrevista está conformada por un instrumento de investigación, el cual se lo utiliza de manera preferente en la investigación de campo, dicho cuestionario será elaborado de manera clara, para así lograr que el comerciante tenga una idea del tema a tratar en la entrevista, logrando obtener información de personas con alta experiencia en el desarrollo de este tipo de negocios.

Esta técnica fue aplicada a dos personas la primera al propietario de “MEGA REPUESTOS” y la segunda al Gerente Sucursal Norte “Grupo Mavesa”; obteniendo la siguiente información:

a) Propietario de “MEGA REPUESTOS”

Las marcas más comercializadas en la ciudad son:

- Chevrolet
- KIA
- HYUNDAI
- SsangYong
- CTR
- Tree Five
- Spartan
- ACDelco
- BOSCH
- FLOSSER
- Mando
- FRAM
- DALBRO

Las líneas de repuestos más adquiridas por los propietarios de los vehículos son:

- Bandas
- Baterías
- Bombas de Gasolina
- Amortiguadores
- Rulimanes
- Sensores
- Bujías

- Reguladores
- Filtros
- Patillas de freno
- Aditivos

En la ciudad de Tulcán el consumo es equitativo entre repuestos originales o alternos de acuerdo al tipo del vehículo, los clientes potenciales son los que pertenecen al servicio de pasajeros (taxis) debido al uso diario que estos realizan, por lo que los repuestos tienen un mayor desgaste.

En cuanto a la competencia existen otras microempresas comercializadoras de repuestos lo cual afecta a nivel de precios, debido a que dentro de la ciudad el rango de ganancia aconsejado por los proveedores es difícil mantenerlo ya que los propietarios de almacenes de repuestos no se basan en eso para el establecimiento de los precios para el mercado.

Los proveedores con los que actualmente se maneja la empresa son importadores directos como Tecnova, Importadora Cerón, Corpal y Mavesa. Al inicio la adquisición de los repuestos con proveedores debe hacerse de contado por lo menos un año para luego poder acceder a un sistema de crédito.

La forma de pago a la que pueden acceder los clientes dentro de los almacenes es en efectivo, pero una vez analizado el récord de pago pueden acceder a crédito; este medio no es muy común ya que son productos para uso inmediato pero en algunos casos se realiza con un lapso máximo de 20 días plazo.

b) Gerente Sucursal Norte “Grupo Mavesa”

El Grupo Mavesa es importador de marcas directas como:

- CITROEN
- CHEVROLET

- MAZDA
- KIA
- HYUNDAI
- TOYOTA
- NISSAN
- RENAULT
- Volkswagen

Como proveedores de repuestos a los clientes mayoristas otorgan del 15% al 19,5% de descuento de acuerdo al nivel de compra, el crédito comúnmente se les otorga a los clientes que realicen durante un año pagos de contado y de acuerdo a su fidelidad se crea plazos de cancelación de 30, 60, 90 y 120 días de plazo como límite de acuerdo a la cartera de pago del cliente.

3.8. Análisis e Interpretación de datos de la encuesta

1. ¿Le gustaría que en la Ciudad de Tulcán exista una empresa comercializadora de repuestos para todo tipo de vehículos a gasolina?

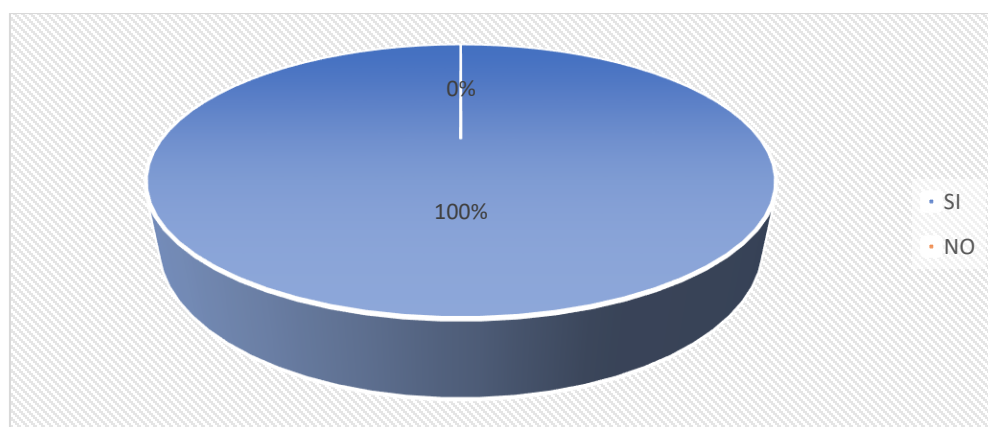
Tabla N° 1

Parámetro N° 1 – Nivel de Aceptación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	365	100%
NO	0	0%
TOTAL	365	100%

Figura N° 1

Parámetro N° 1 - Nivel de Aceptación



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

De acuerdo a la encuesta aplicada se ha logrado determinar que el 100% de la muestra está de acuerdo con la creación de una microempresa comercializadora de repuestos dentro de la ciudad de Tulcán.

2. ¿Qué marca de vehículo posee?

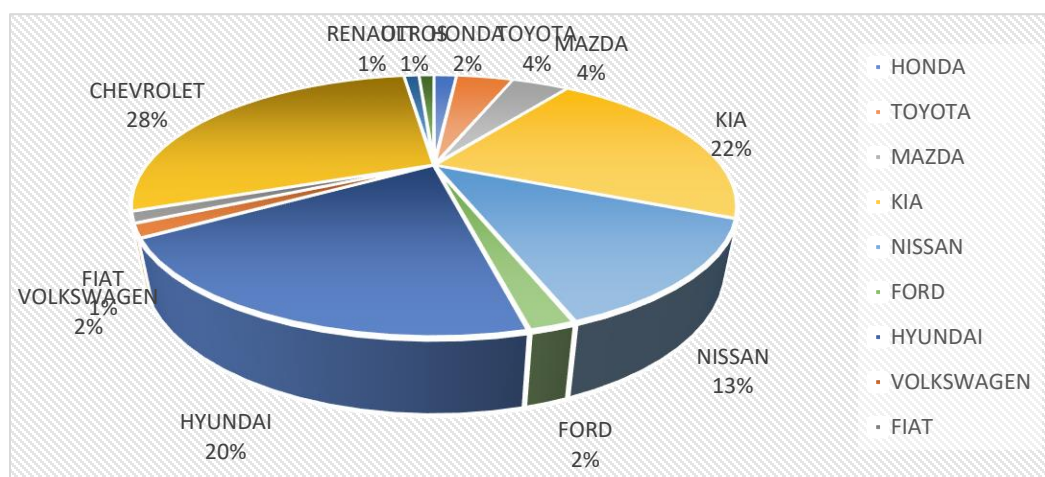
Tabla N° 2

Parámetro N° 2 – Marcas de Vehículos Con Mayor Aceptación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HONDA	6	2%
TOYOTA	15	4%
MAZDA	15	4%
KIA	79	22%
NISSAN	47	13%
FORD	7	2%
HYUNDAI	73	20%
VOLKSWAGEN	6	2%
FIAT	5	1%
CHEVROLET	104	28%
RENAULT	4	1%
OTROS	4	1%
TOTAL	365	100%

Figura N° 2

Parámetro N° 2 - Marcas de Vehículos Con Mayor Aceptación



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

Análisis

Se ha logrado determinar que las marcas de vehículos a gasolina con más afluencia dentro de la ciudad son: Chevrolet, Kia, Hyundai, Nissan, Mazda ya que son las más comercializadas debido a la facilidad de adquisición de repuestos. Esto da a entender las marcas con las que deberá contar la nueva empresa comercializadora.

3. ¿De qué tipo de cilindraje es su vehículo?

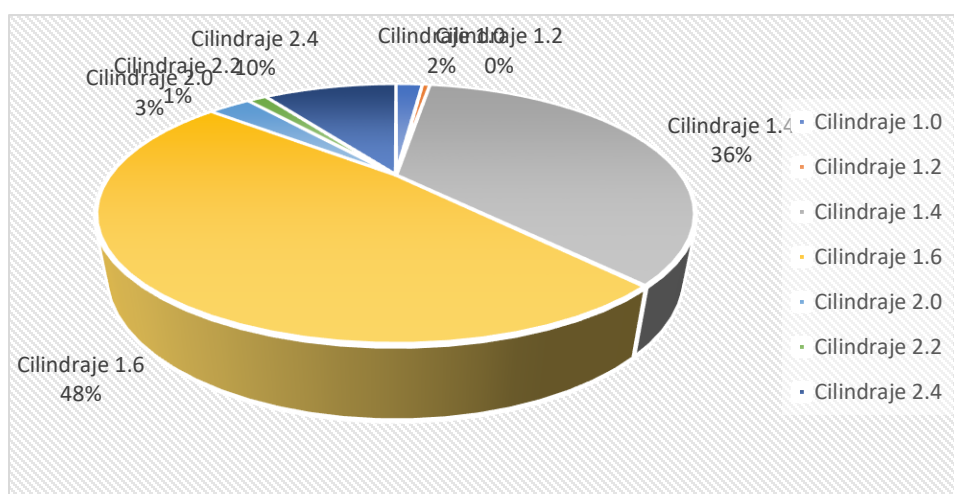
Tabla N° 3

Parámetro N° 3 – Cilindrajes más Comunes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cilindraje 1.0	7	2%
Cilindraje 1.2	2	1%
Cilindraje 1.4	130	36%
Cilindraje 1.6	175	48%
Cilindraje 2.0	11	3%
Cilindraje 2.2	5	1%
Cilindraje 2.4	35	10%
TOTAL	365	100%

Figura N° 3

Parámetro N° 3 - Cilindrajes más Comunes



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

En la ciudad de Tulcán se logró determinar que aproximadamente la mitad de la población posee un vehículo de cilindraje 1.6 debido a la economía que proporcionan este tipo de automotores y la facilidad de adquisición de repuestos. Este dato es muy importante por cuanto proporciona información de la variedad de repuestos según el cilindraje del vehículo.

4. ¿Cuál es la línea de trabajo a la que pertenece su vehículo?

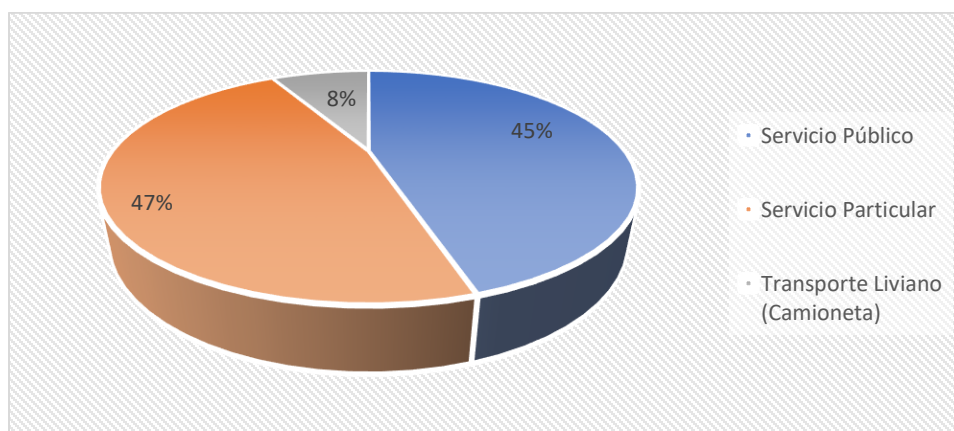
Tabla N° 4

Parámetro N° 4 – Línea de Trabajo Parque Automotor

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio Público	165	45%
Servicio Particular	171	47%
Transporte Liviano (Camioneta)	29	8%
TOTAL	365	100%

Figura N° 4

Parámetro N° 4 - Línea de Trabajo Parque Automotor



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

Como se logra apreciar la mayor parte de la población meta está conformada por el parque automotor de transporte de pasajeros, los cuales están constituidos por las marcas comerciales como Hyundai, Kia y Chevrolet y se caracterizan por su fácil acceso y comercialización. Esta información es base para identificar a que sector del parque automotor estará dirigida la microempresa facilitando la captación de clientes en este sector.

5. ¿De acuerdo al uso de su vehículo que repuestos son los que usted adquiere con más frecuencia?

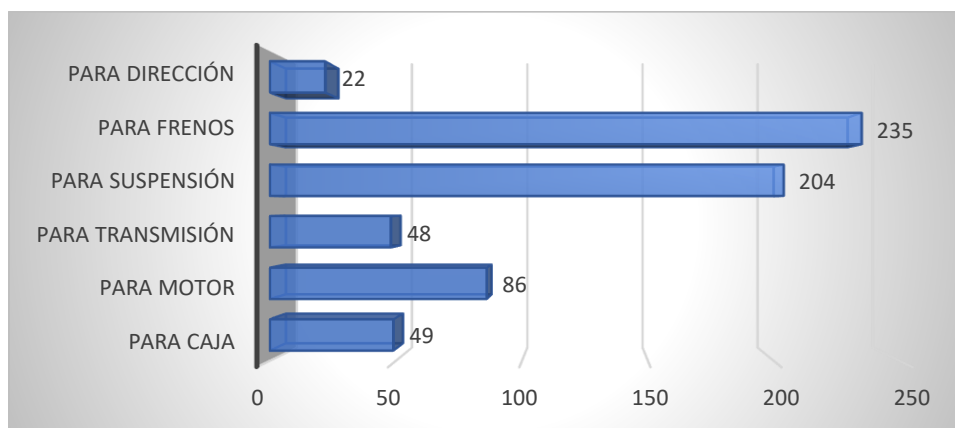
Tabla N° 5

Parámetro N° 5 – Línea de Repuestos Con Más Consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Para Caja	49	8%
Para Motor	86	13%
Para Transmisión	48	7%
Para Suspensión	204	32%
Para Frenos	235	36%
Para Dirección	22	3%
TOTAL	644	100%

Figura N° 5

Parámetro N° 5 - Línea de Repuestos Con Más Consumo



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

De acuerdo con la encuesta se logró determinar que la línea de repuestos con mayor consumo son las que forman parte del sistema de frenos y suspensión del automotor debido a que por seguridad se debe tener mayor precaución y debido también al uso diario en las carreteras que provoca mayor desgaste. De esta manera, se logra identificar qué repuestos son los que tienen mayor consumo por parte de los propietarios de los vehículos ayudando a identificar qué productos se comercializan con mayor frecuencia.

6. ¿En qué lugares prefiere adquirir sus repuestos?

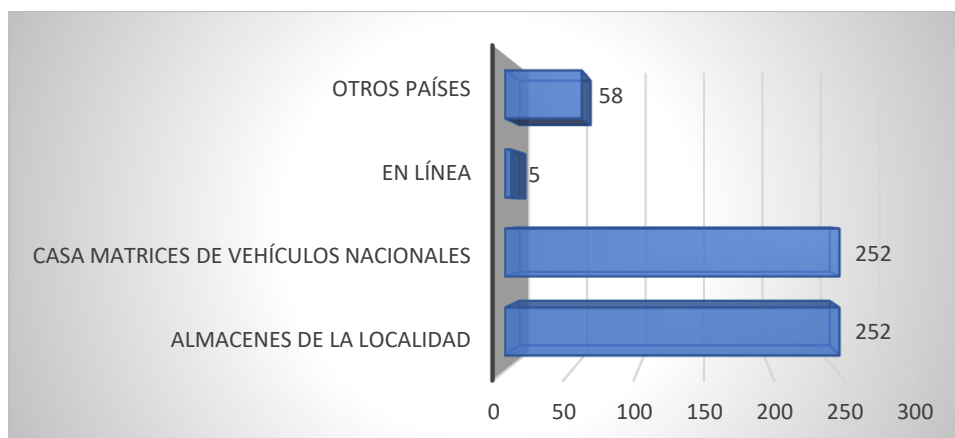
Tabla N° 6

Parámetro N° 6 – Lugares de Adquisición de Repuestos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes de la localidad	252	44%
Casa Matrices de Vehículos Nacionales	252	44%
En Línea	5	1%
Otros Países	58	10%
TOTAL	567	100%

Figura N° 6

Parámetro N° 6 - Lugares de Adquisición de Repuestos



Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

Análisis

La encuesta realizada logró identificar que las habitantes de la ciudad de Tulcán adquieren los repuestos para sus vehículos en almacenes de la localidad y dentro de las provincias cercanas ya que no cuentan con un stock general, además otros habitantes prefieren adquirir las piezas en otros países por la diferencia de precios, en especial en Colombia ya que la ciudad se encuentra en sector fronterizo lo cual facilita el traslado de los consumidores hacia ese país.

7. A la hora de adquirir repuestos, ¿Cuáles prefiere para su vehículo?

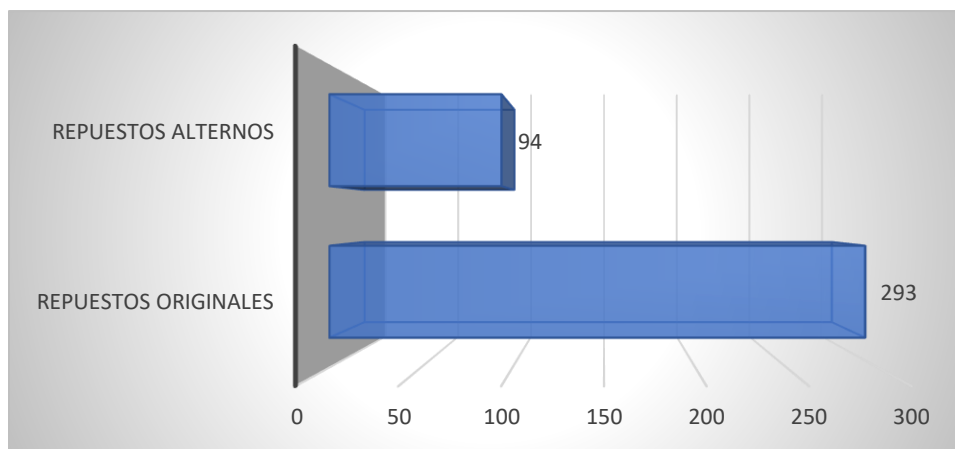
Tabla N° 7

Parámetro N° 7 – Preferencia de Consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Repuestos Originales	293	76%
Repuestos Alternos	94	24%
TOTAL	387	100%

Figura N° 7

Parámetro N° 7 - Preferencia de Consumo



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

Según los propietarios de los automotores el consumo preferencial se centra en repuestos originales basados en su calidad y vida útil que ayuda al mejor funcionamiento del vehículo, en ocasiones por los altos precios que estos poseen es necesario recurrir al uso de repuestos alternos. Esta información aporta de manera positiva para el inventario con el que contará la empresa ya que da a conocer la gran acogida de repuestos originales.

8. ¿A la hora de seleccionar su proveedor de repuestos usted busca?

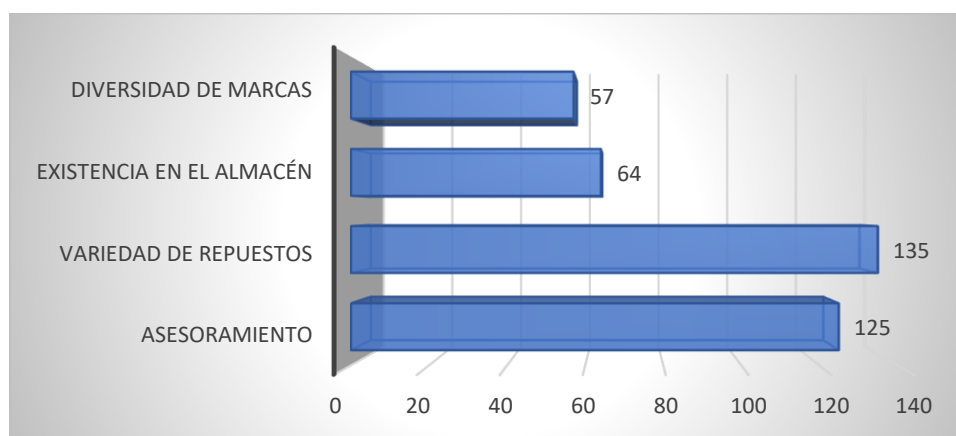
Tabla N° 8

Parámetro N° 8 – Aspectos de Preferencia de Proveedores

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asesoramiento	125	33%
Variedad de Repuestos	135	35%
Existencia en el Almacén	64	17%
Diversidad de Marcas	57	15%
TOTAL	381	100%

Figura N° 8

Parámetro N° 8 - Aspectos de Preferencia de Proveedores



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

Los clientes al momento de elegir sus proveedores consideran importante que éste disponga de una variedad de repuestos que facilite la elección del consumidor al momento de solucionar su necesidad, acompañada por una excelente asesoramiento que proporcione una guía positiva hacia su vehículo. El punto clave en el que se guiará la nueva microempresa es la variedad de piezas que ayuda a captar consumidores descartando el traslado de éstos hacia provincias cercanas u otros países.

9. ¿Qué elementos considera más importantes al momento de adquirir los repuestos?

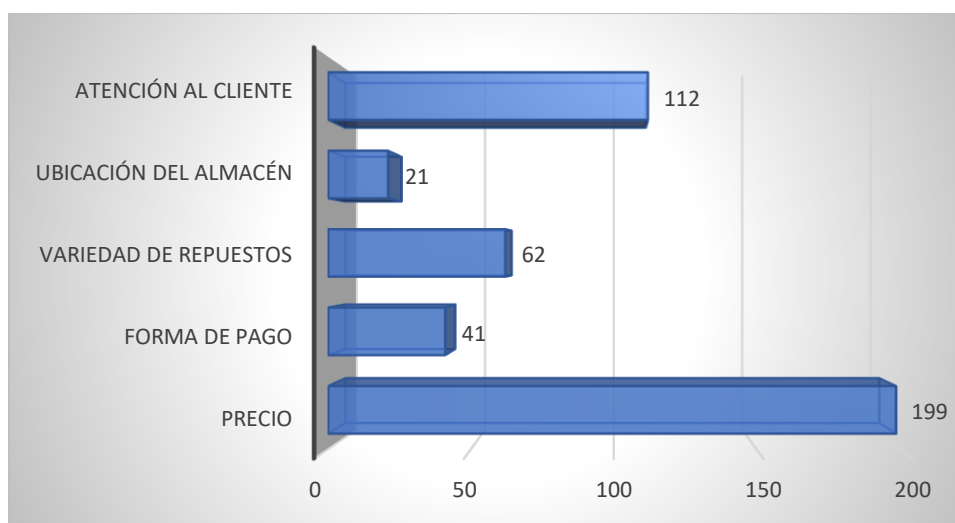
Tabla N° 9

Parámetro N° 9 – Preferencia de Adquisición Final

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	199	84%
Forma de Pago	41	17%
Variedad de Repuestos	62	26%
Ubicación del Almacén	21	9%
Atención al Cliente	112	47%
TOTAL	236	100%

Figura N° 9

Parámetro N° 9 - Preferencia de Adquisición Final



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

Para los clientes la variable que define el lugar en donde adquirir las piezas para su vehículo es tener un producto de calidad y precios accesibles de acuerdo con la economía individual, complementado por la confianza que proporciona el proveedor al momento de ofertar los repuestos.

10. ¿Es importante para usted tener asesoramiento por parte del vendedor antes de adquirir el producto?

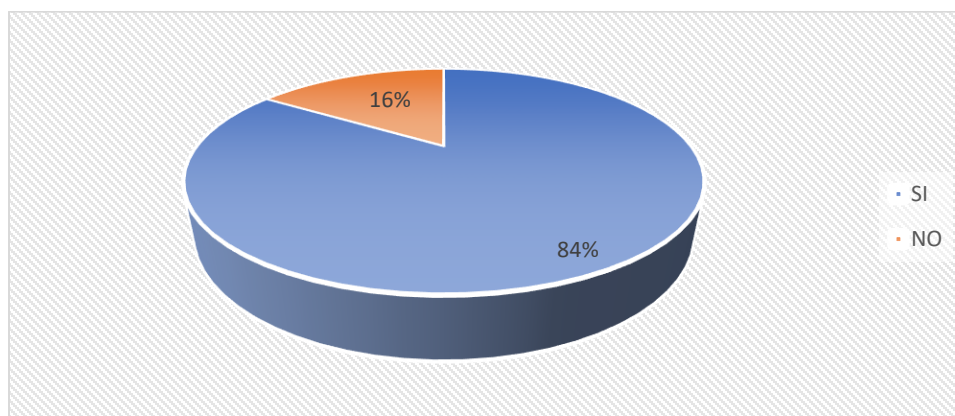
Tabla N° 10

Parámetro N° 10 – Asesoramiento

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	307	84%
NO	58	16%
TOTAL	365	100%

Figura N° 10

Parámetro N°10 - Asesoramiento



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

El asesoramiento es la estrategia principal implementada por los comerciantes de repuestos ya que algunos propietarios de vehículos no cuentan con un conocimiento avanzado sobre las partes que conforman los vehículos, es por esto que los clientes necesitan de referencias en cuanto a calidad de las piezas.

11. ¿De qué manera le gustaría verificar que el repuesto que está adquiriendo es el correcto para su vehículo?

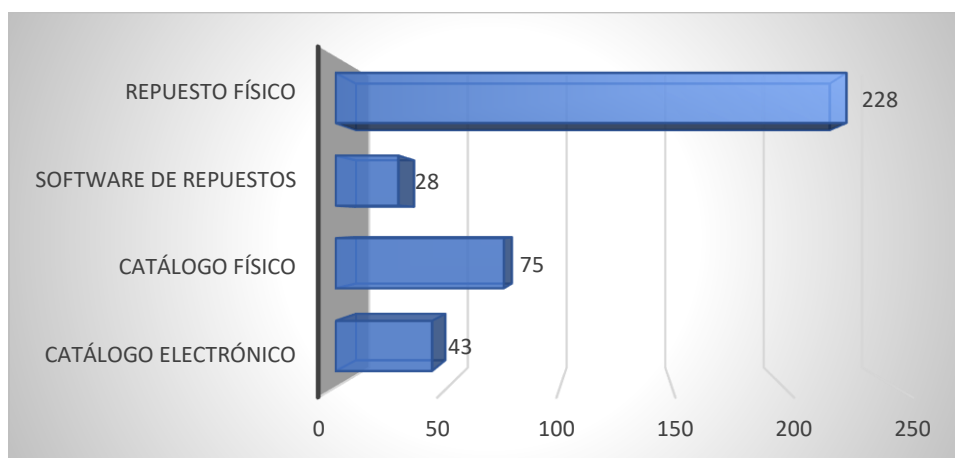
Tabla N° 11

Parámetro N° 11 – Preferencia de Formas de Verificación de Repuestos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Catálogo Electrónico	43	11%
Catálogo Físico	75	20%
Software de Repuestos	28	7%
Repuesto Físico	228	61%
TOTAL	374	100%

Figura N° 11

Parámetro N° 11 - Preferencia de Formas de Verificación de Repuestos



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

Para la comprobación de que el repuesto que está adquiriendo es el correcto para el auto del consumidor, se logró determinar que la manera preferida es comparar el repuesto usado con el original, esto facilita mejorar la confianza al momento de adquirir los productos y crea beneficios para los comerciantes y compradores. Esta información ayuda a la microempresa a identificar las preferencias del cliente en la verificación de la parte o pieza que está obteniendo.

12. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer los productos que ofrecerá la empresa?

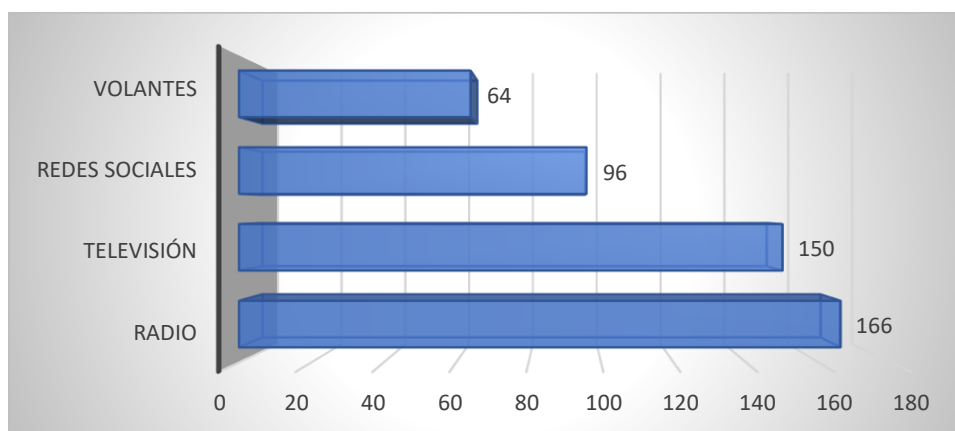
Tabla N° 12

Parámetro N° 12 – Publicidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	166	35%
Televisión	150	32%
Redes Sociales	96	20%
Volantes	64	13%
TOTAL	476	100%

Figura N° 12

Parámetro N° 12 - Publicidad



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

Análisis

Dentro de los espacios publicitarios, entre los que crean mayor frecuencia está la radio y la televisión ya que son los más sintonizados por parte de los habitantes de la ciudad de Tulcán y para los propietarios de los vehículos son los más importantes y reconocidos. Además, hay que tomar en cuenta que cuando se viaja en los vehículos, la radio casi siempre esta encendida y es perfecta para promocionar los repuestos que proporcionará la nueva microempresa.

13. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que esté ubicada la empresa?

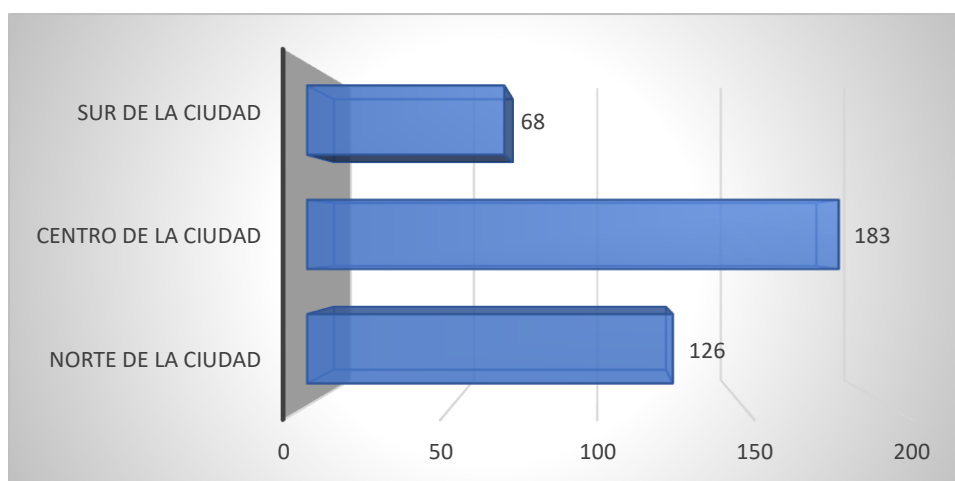
Tabla N° 13

Parámetro N° 13 – Ubicación de la Microempresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Norte de la Ciudad	126	33%
Centro de la Ciudad	183	49%
Sur de la Ciudad	68	18%
TOTAL	377	100%

Figura N° 13

Parámetro N° 13 - Ubicación de la Microempresa



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

La mayor parte de propietarios de vehículos a gasolina consideran que es importante que la empresa esté ubicada en el centro de la ciudad para tener mayor facilidad de acceso a los productos y disminuir la movilización de los clientes. Además, la empresa se establecerá en un lugar comercial cercano a las diversas mecánicas automotrices.

14. ¿Estaría dispuesto a adquirir los repuestos originales o alternos para su vehículo en una empresa nueva?

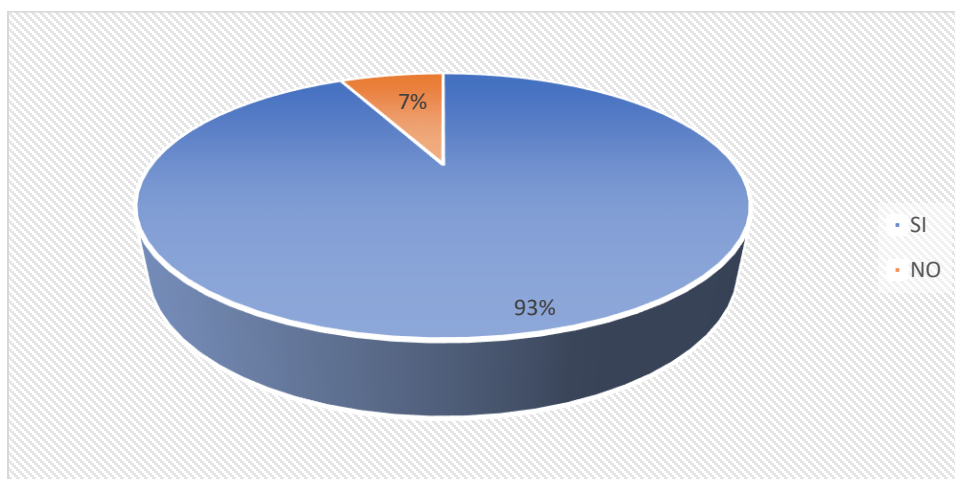
Tabla N° 14

Parámetro N° 14 – Aceptación de Nueva Microempresa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	338	93%
NO	27	7%
TOTAL	365	100%

Figura N° 14

Parámetro N° 14 - Aceptación de Nueva Microempresa



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Análisis

La empresa según las encuestas realizadas tiene una buena aceptación ya que las personas tendrían un fácil acceso a la adquisición de repuestos que no se encuentran dentro de la ciudad y realizarían la adquisición inmediata de los productos. Esta información ayuda a tener confianza en que la creación de la nueva microempresa tendrá buena acogida por parte de los propietarios de vehículos a gasolina.

3.9.Demanda

La demanda está conformada por la cantidad de bienes o servicios que un consumidor está dispuesto a adquirir por necesidad inmediata o eventual, enfocado el consumo en los diversos precios establecidos por los comerciantes.

3.9.1. Identificación de la Demanda

La identificación de la demanda se basa en el conocimiento, aceptación por parte de los propietarios de los vehículos a gasolina y la disposición de compra en un nuevo distribuidor que satisfaga sus principales necesidades contribuyendo a la disminución de tiempo y esfuerzo en la movilización por parte de los clientes hacia otras provincias o a otros países para adquirir los repuestos.

Se ha considerado dos factores importantes para el cálculo de la demanda potencial:

- El mercado a quien se encontrará direccionado la comercialización es de 7252 personas que actualmente cuentan con un vehículo a gasolina y tienen la necesidad de adquirir repuestos originales a alternos para su automotor.
- Los precios que actualmente tienen los repuestos en el mercado, lo cual es un aporte importante para el cálculo de la demanda.

Según las repuestas proporcionadas por las personas encuestadas se determinó la línea de repuestos que son adquiridos con mayor frecuencia y se logra tener conocimiento de que cantidad de repuestos venden dentro de la ciudad.

Tabla N° 11: Repuestos con Mayor Consumo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Para Frenos	2611	36%
Zapatatas	1044	
Zapatillas	1044	
Líquido de Freno	522	
Para Suspensión	2393	33%
Amortiguadores	838	
Rótulas o Terminales	479	
Bujes	479	
Rulimánes	598	
Para Motor	943	13%
Pistones	264	
Rines o Anillos de Pistones	236	
Kit de Distribución	189	
Bomba de Agua	255	
Para Caja	580	8%
Sincronizadores	348	
Rodamientos	232	
Para Transmisión	508	7%
Cono y Corona	264	
Planetarios	142	
Rulimánes	102	
Para Dirección	218	3%
Acciales	105	
Retenes	113	
TOTAL	7252	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Tabla N° 12: Precios Unitario de Repuestos de Vehículos a Gasolina

ALTERNATIVA	PRECIO	PORCENTAJE
Para Frenos		36%
Zapatatas	\$12,00	
Zapatillas	\$14,00	
Líquido de Freno	\$ 3,00	
Para Suspensión		33%
Rótulas	\$ 8,00	
Terminales	\$10,00	
Bujes	\$ 7,00	
Rulimánes	\$15,00	
Para Motor		13%
Pistones	\$45,00	
Rines o Anillos de Pistones	\$40,00	
Kit de Distribución	\$130,00	
Bomba de Agua	\$23,00	
Para Caja		8%
Sincronizadores	\$12,00	
Rodamientos	\$15,00	
Para Transmisión		7%
Cono y Corona	\$150,00	
Planetarios	\$50,00	
Rulimánes	\$18,00	
Para Dirección		3%
Acciales	\$10,00	
Retenes	\$ 3,00	
TOTAL		100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Una vez analizada la información de los cuadros anteriores se logra determinar la aceptación que se tendrá por parte de los habitantes de la ciudad de Tulcán para la adquisición de los repuestos para sus automotores.

Tabla N° 13: Demanda Potencial

ALTERNATIVA	PRECIO	Q. DIARIA	Q. DIARIA * PRECIO	Q. MENSUAL	Q. MENSUAL * PRECIO	Q. ANUAL	Q. MENSUAL * PRECIO
Para Frenos						2611	
Zapatatas	\$12,00	3	\$34,81	87	\$1.044,40	1044	\$12.532,80
Zapatillas	\$14,00	3	\$40,62	87	\$1.218,47	1044	\$14.621,60
Líquido de Freno	\$3,00	1	\$4,35	44	\$130,55	522	\$1.566,60
Para Suspensión						2393	
Amortiguadores	\$8,00	2	\$18,61	70	\$558,37	838	\$6.700,40
Rótulas o Terminales	\$10,00	1	\$13,29	40	\$398,83	479	\$4.786,00
Bujes	\$7,00	1	\$9,31	40	\$279,18	479	\$3.350,20
Rulimánes	\$15,00	2	\$24,93	50	\$747,81	598	\$8.973,75
Para Motor						943	
Pistones	\$45,00	1	\$33,01	22	\$990,15	264	\$11.881,80
Rines o Anillos de Pistones	\$40,00	1	\$26,19	20	\$785,83	236	\$9.430,00
Kit de Distribución	\$130,00	1	\$68,11	16	\$2.043,17	189	\$24.518,00
Bomba de Agua	\$23,00	1	\$16,27	21	\$488,00	255	\$5.856,03
Para Caja						580	
Sincronizadores	\$12,00	1	\$11,60	29	\$348,00	348	\$4.176,00
Rodamientos	\$15,00	1	\$9,67	19	\$290,00	232	\$3.480,00
Para Transmisión						508	
Cono y Corona	\$150,00	1	\$110,07	22	\$3.302,00	264	\$39.624,00
Planetarios	\$50,00	0	\$19,76	12	\$592,67	142	\$7.112,00
Rulimánes	\$18,00	0	\$5,08	8	\$152,40	102	\$1.828,80
Para Dirección						218	
Acciales	\$10,00	0	\$2,91	9	\$87,20	105	\$1.046,40
Retenes	\$3,00	0	\$0,94	9	\$28,34	113	\$340,08
TOTAL	\$565,00	20	\$449,51	604	\$13.485,37	7252	\$161.824,46

Fuente: Encuestas – Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Una vez determinada la demanda potencial se puede especificar que el mercado estará conformado por el 100% que según las personas encuestadas adquieren sus productos en la ciudad, provincia, en línea y otros países esto es de \$161.824,46; cantidad que representa el promedio de ingresos al año por venta de repuestos originales o alternos de vehículos a gasolina.

3.9.2. Proyección de la Demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda se ha tomado en cuenta la demanda potencial obtenida de las encuestas realizadas dentro de la ciudad y el porcentaje de crecimiento poblacional según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial – GAD Tulcán 2010-2020 que corresponde al 1,26%.

Para el respectivo cálculo se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

Q_n= Demanda Proyectada

Q_o= Demanda Actual

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

Datos:

Q_n= ?

Q_o= \$ 161.824,46

i= 1,26% = 0,0126

n= 5 Años

Tabla N° 14: Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2018	\$161.824,46
2019	\$163.863,45
2020	\$168.018,82
2021	\$174.450,29
2022	\$183.410,16

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

3.10. Oferta

La oferta es aquella que está conformada por la cantidad de comerciantes que están dispuestos a introducir los productos a un mercado meta caracterizados por diversas virtudes que facilitan la captación de clientes ofertando bienes o servicios de calidad.

3.10.1. Identificación de la Oferta

Mediante el uso de las entrevistas realizadas y la observación se ha logrado identificar los puntos de venta de repuestos a gasolina que se encuentra dentro de la ciudad los cuales son:

- “Mega Repuestos” ubicado en Av. Bolívar y Av. El Centenario (Cerca Terminal Tulcán).
- Almacén y Lubricadora “AUTOPARTES Y AUTOGRUAS FCN S.A” ubicado en la Av. Veintimilla (Cerca del Terminal de Tulcán)
- “Multirepuestos” ubicado en la Av. Calderón y Paraguay
- “AUTO MUNDO” ubicado en la Av. Guatemala a una cuadra de la Policía Nacional.
- “INyecAR” ubicado en la Av. Olmedo y Chile.
- “Repuestos Automotrices” ubicado en la Av. Veintimilla y San Cristóbal.

Dichos almacenes mencionados anteriormente son quienes conforman la oferta dentro del mercado para la comercialización de repuestos a gasolina cada uno estructurado con un stock deficiente que no cumple en un 100% el interés del consumidor.

3.10.2. Oferta Actual

Utilizando la información obtenida de la entrevista aplicada al propietario del almacén “MEGA REPUESTOS” se determinó la oferta que actualmente se encuentra dentro del mercado.

Tabla N° 15: Oferta Actual de Repuestos a Gasolina

REPUESTOS CON MAYOR CONSUMO	PRECIO	Q. MENSUAL	P * Q. MENSUAL	Q. ANUAL	P * Q. ANUAL
PARA FRENOS					
Zapatatas	\$12,00	10	\$120,00	120	\$1.440,00
Zapatillas	\$14,00	11	\$154,00	132	\$1.848,00
Líquido de Freno	\$3,00	8	\$24,00	96	\$288,00
PARA SUSPENSIÓN					
Rótulas	\$8,00	11	\$88,00	132	\$1.056,00
Terminales	\$10,00	9	\$90,00	108	\$1.080,00
Bujes	\$7,00	9	\$63,00	108	\$756,00
Rulimanes	\$15,00	11	\$165,00	132	\$1.980,00
PARA CAJA					
Sincronizadores	\$12,00	7	\$84,00	84	\$1.008,00
Rodamientos	\$15,00	6	\$90,00	72	\$1.080,00
PARA TRANSMISIÓN					
Rulimanes	\$18,00	11	\$198,00	132	\$2.376,00
PARA DIRECCIÓN					
Acciales	\$10,00	13	\$130,00	156	\$1.560,00
Retenes	\$3,00	11	\$33,00	132	\$396,00
MANTENIMIENTOS					
Filtro de Aire	\$22,00	11	\$242,00	132	\$2.904,00
Filtro de Aceite	\$8,00	13	\$104,00	156	\$1.248,00
Bomba de Combustible	\$32,00	12	\$384,00	144	\$4.608,00
Refrigerante	\$3,50	8	\$28,00	96	\$336,00
Cables y Bujías	\$20,00	11	\$220,00	132	\$2.640,00
Aceite de Caja	\$8,00	12	\$96,00	144	\$1.152,00
Aceite de Motor	\$18,00	13	\$234,00	156	\$2.808,00
TOTAL		197	\$2.547,00	2364	\$30.564,00

Fuente: Entrevista “MEGA REPUESTOS”

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

3.10.3. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se ha tomado en cuenta la información recopilada mediante las entrevistas, los datos son referentes al presente año debido a que los comerciantes no llevan un registro de ventas anual, se logró obtener información actual. Además, se tomó en cuenta el porcentaje de crecimiento poblacional registrado en el Plan de Ordenamiento Territorial según el GAD Tulcán 2010 – 2020 que corresponde al 1,26%.

$$Op = Oa (1 + i)^n$$

Donde:

Op= Oferta Futura

Oa= Oferta Año 1

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

Datos:

Op= ?

Oa= \$ 30.564

i= 1,26%

n= 5

Tabla N° 16: Oferta Proyectada

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2018	\$30.564,00
2019	\$30.949,11
2020	\$31.733,94
2021	\$32.948,66
2022	\$34.640,92

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

3.11. Balance Oferta – Demanda

El balance entre oferta y demanda consiste en determinar la cantidad de productos que se oferta en la ciudad o identificar la cantidad de productos que no han sido cubiertos en necesidad referentes a los clientes. A continuación, se detalla los valores representados en la oferta y demanda.

Tabla N° 17: Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA
	PROYECTADA	PROYECTADA	INSATISFECHA
2018	\$161.824,46	\$30.564,00	\$131.260,46
2019	\$163.863,45	\$30.949,11	\$132.914,34
2020	\$168.018,82	\$31.733,94	\$136.284,88
2021	\$174.450,29	\$32.948,66	\$141.501,64
2022	\$183.410,16	\$34.640,92	\$148.769,24

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

El balance de la oferta y demanda logra determinar que se encuentra una demanda insatisfecha a favor del desarrollo de la microempresa, debido a que se visualiza que para el primer año existe un déficit al cubrir la demanda en \$131.260,46 cantidad en precios que representa los repuestos para vehículos a gasolina dentro de la ciudad.

3.12. Análisis de Precios

La estrategia principal establecida para fijar los precios que ofertará la microempresa comercializadora de repuestos a gasolina estará basada en la tasa de inflación que se estima para el año 2018 según datos históricos de los cinco años anteriores emitidos por el Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 18: Tasas de Inflación

AÑOS	INFLACIÓN
2013	3,68
2014	3,62
2015	3,66
2016	1,12
2017	-0,2
Promedio de la Inflación	2,376

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Una vez aplicada la política en la que se basará la microempresa a continuación se presenta un cuadro con los precios estimados por cada uno de los repuestos.

Tabla N° 19: Precios Estimados por Repuesto

REPUESTOS	AÑO BASE 2018
Para Frenos	
Zapata (Posterior)	
Zapata Freno	\$21,15
Zapata Freno	\$23,27
Zapata Freno	\$35,05
Pastillas de Frenos (Delanteras)	
HI-Q 1103	\$15,30
SYL 1343	\$13,71
XTENDER 71722 ^a	\$12,69
IMFRISA 7389 M	\$17,43
GAMAX 7943	\$25,30
GAMAX 10298	\$24,50
XTENDER 578	\$15,30
SYL 1374	\$27,75
Para Suspensión	
Rotula	\$25,61
Rotula Inferior	\$15,42
Amortiguadores Delanteros	
G-CONTROL C203062/203063	\$36,51
G-CONTROL C203098	\$40,80
G-CONTROL C201293	\$40,92
G-CONTROL PARA 4X2	\$43,50
CORVEN 702586/702587	\$38,54

CORVEN 702564/702565	\$41,28
TOKICO 702138	\$59,69
TOKICO 702994	\$59,39
MANDO 54650/54660	\$48,00
MANDO 0138/0141	\$61,43
Amortiguadores Posteriores	
G-CONTROL C104459	\$24,89
G-CONTROL C104438	\$26,78
G-CONTROL C101032	\$19,01
CORVEN 702566/ 702567	\$41,28
TOKICO 702143	\$59,39
TOKICO 702995	\$59,39
MANDO 55350/55360	\$48,00
MANDO 0211	\$74,94
Terminales	
Terminal Dirección	\$12,32
Terminal Dirección	\$14,84
Terminal Dirección	\$14,83
Terminal Dirección	\$11,58
Terminal Dirección	\$8,51
Bujías	
YR8MEU	\$3,70
VR7SPP33	\$7,60
WR8DCX R	\$2,29
FR8SC	\$4,41
FR7LCX A	\$5,34
Rulimanes	
Rulimán Rueda Delantera	\$24,80
Rulimán Rueda Posterior	\$17,05
Rulimán Int Rueda Delantera	\$44,34
<hr/>	
Para Motor	
Bandas	
103SP2254	\$15,29
103SP265H	\$23,56
105SP220H	\$19,13
Kit de Distribución	
SKF 06009	\$57,90
SKF 95667	\$91,79
SKF 99907	\$190,98

BWB 029	\$30,26
BWB 144	\$62,14
GMB 0007	\$61,77
Kit de Embrague	
VALEO 161138	\$90,39
VALEO 161139	\$82,46
VALEO 171047	\$125,34
VALEO 197624	\$85,07
BWB 510017B	\$91,55
BWB 510018B	\$110,93
BWB 510060B	\$228,86
BWB 510194B	\$407,11
Bomba de Agua	\$25,30
<hr/>	
Para Caja	
Rodamientos	
Rod. Punta de Eje Posterior	\$27,83
Rod. Punta de Eje	\$19,09
Rod. Punta de Eje	\$22,38
Rod. Punta de Eje	\$24,17
<hr/>	
Para Dirección	
Acciales	
Dirección	\$73,15
Retenes	
Retenedor Rueda Delantera	\$3,23
Retenedor Rueda Posterior	\$33,13
Retenedor Cigüeñal	\$21,44
<hr/>	
MANTENIMIENTOS	
Filtro de Aire	
SAMURY SA9902	\$4,21
SAMURY SA798L	\$5,96
PENTIUS 012	\$3,86
PENTIUS 023	\$5,31
PENTIUS 6558	\$6,46
Filtro de Combustible	
PENTIUS 3387 ^a	\$2,36
PENTIUS 10959	\$3,28
PENTIUS 4967	\$2,46
PENTIUS 060	\$2,40
SAMURY 1701	\$3,16

Bomba de Combustible	
Bosch	\$70,00
Cables y Bujías	
Cables 2 y 3	\$97,45
Cables de Bujías	\$20,51
Cables de Bujías	\$23,71
Aceite de Motor	
20W50/10W30/15W40	\$15,68
20W50/10W30/15W40	\$19,60
20W50/10W30/15W40	\$23,52
20W50/10W30/15W40	\$27,44
TOTAL	\$3.629,45

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

3.12.1. Proyección de Precios

Para la proyección de precios se utilizó el índice de inflación promedio del 2018 que equivale al 2,376.

Tabla N° 20: Proyección Anual de Precios por Repuesto

REPUESTOS	AÑO BASE 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Para Frenos						
Zapata (Posterior)						
Zapata Freno	\$21,15	\$21,65	\$22,16	\$22,66	\$23,16	\$23,66
Zapata Freno	\$23,27	\$23,82	\$24,38	\$24,93	\$25,48	\$26,03
Zapata Freno	\$35,05	\$35,88	\$36,72	\$37,55	\$38,38	\$39,21
Pastillas de Frenos (Delanteras)						
HI-Q 1103	\$15,30	\$15,66	\$16,03	\$16,39	\$16,75	\$17,12
SYL 1343	\$13,71	\$14,04	\$14,36	\$14,69	\$15,01	\$15,34
XTENDER 71722 ^a	\$12,69	\$12,99	\$13,29	\$13,59	\$13,90	\$14,20
IMFRISA 7389 M	\$17,43	\$17,84	\$18,26	\$18,67	\$19,09	\$19,50
GAMAX 7943	\$25,30	\$25,90	\$26,50	\$27,10	\$27,70	\$28,31
GAMAX 10298	\$24,50	\$25,08	\$25,66	\$26,25	\$26,83	\$27,41
XTENDER 578	\$15,30	\$15,66	\$16,03	\$16,39	\$16,75	\$17,12
SYL 1374	\$27,75	\$28,41	\$29,07	\$29,73	\$30,39	\$31,05
Para Suspensión						
Rotula	\$25,61	\$26,22	\$26,83	\$27,44	\$28,04	\$28,65
Rotula Inferior	\$15,42	\$15,79	\$16,15	\$16,52	\$16,89	\$17,25

Amortiguadores Delanteros

G-CONTROL C203062/203063	\$36,51	\$37,38	\$38,24	\$39,11	\$39,98	\$40,85
G-CONTROL C203098	\$40,80	\$41,77	\$42,74	\$43,71	\$44,68	\$45,65
G-CONTROL C201293	\$40,92	\$41,89	\$42,86	\$43,84	\$44,81	\$45,78
G-CONTROL PARA 4X2	\$43,50	\$44,53	\$45,57	\$46,60	\$47,63	\$48,67
CORVEN 702586/702587	\$38,54	\$39,46	\$40,37	\$41,29	\$42,20	\$43,12
CORVEN 702564/702565	\$41,28	\$42,26	\$43,24	\$44,22	\$45,20	\$46,18
TOKICO 702138	\$59,69	\$61,11	\$62,53	\$63,94	\$65,36	\$66,78
TOKICO 702994	\$59,39	\$60,80	\$62,21	\$63,62	\$65,03	\$66,45
MANDO 54650/54660	\$48,00	\$49,14	\$50,28	\$51,42	\$52,56	\$53,70
MANDO 0138/0141	\$61,43	\$62,89	\$64,35	\$65,81	\$67,27	\$68,73

Amortiguadores Posteriores

G-CONTROL C104459	\$24,89	\$25,48	\$26,07	\$26,66	\$27,26	\$27,85
G-CONTROL C104438	\$26,78	\$27,42	\$28,05	\$28,69	\$29,33	\$29,96
G-CONTROL C101032	\$19,01	\$19,46	\$19,91	\$20,37	\$20,82	\$21,27
CORVEN 702566/ 702567	\$41,28	\$42,26	\$43,24	\$44,22	\$45,20	\$46,18
TOKICO 702143	\$59,39	\$60,80	\$62,21	\$63,62	\$65,03	\$66,45
TOKICO 702995	\$59,39	\$60,80	\$62,21	\$63,62	\$65,03	\$66,45
MANDO 55350/55360	\$48,00	\$49,14	\$50,28	\$51,42	\$52,56	\$53,70
MANDO 0211	\$74,94	\$76,72	\$78,50	\$80,28	\$82,06	\$83,84

Terminales

Terminal Dirección	\$12,32	\$12,61	\$12,91	\$13,20	\$13,49	\$13,78
Terminal Dirección	\$14,84	\$15,19	\$15,55	\$15,90	\$16,25	\$16,60
Terminal Dirección	\$14,83	\$15,18	\$15,53	\$15,89	\$16,24	\$16,59
Terminal Dirección	\$11,58	\$11,86	\$12,13	\$12,41	\$12,68	\$12,96
Terminal Dirección	\$8,51	\$8,71	\$8,91	\$9,12	\$9,32	\$9,52

Bujias

YR8MEU	\$3,70	\$3,79	\$3,88	\$3,96	\$4,05	\$4,14
VR7SPP33	\$7,60	\$7,78	\$7,96	\$8,14	\$8,32	\$8,50
WR8DCX R	\$2,29	\$2,34	\$2,40	\$2,45	\$2,51	\$2,56
FR8SC	\$4,41	\$4,51	\$4,62	\$4,72	\$4,83	\$4,93
FR7LCX A	\$5,34	\$5,47	\$5,59	\$5,72	\$5,85	\$5,97

Rulimanes

Ruliman Rueda Delantera	\$24,80	\$25,39	\$25,98	\$26,57	\$27,16	\$27,75
Ruliman Rueda Posterior	\$17,05	\$17,46	\$17,86	\$18,27	\$18,67	\$19,08
Ruliman Int Rueda Delantera	\$44,34	\$45,39	\$46,45	\$47,50	\$48,55	\$49,61

Para Motor**Bandas**

103SP2254	\$15,29	\$15,65	\$16,02	\$16,38	\$16,74	\$17,11
-----------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

103SP265H	\$23,56	\$24,12	\$24,68	\$25,24	\$25,80	\$26,36
105SP220H	\$19,13	\$19,58	\$20,04	\$20,49	\$20,95	\$21,40
Kit de Distribución						
SKF 06009	\$57,90	\$59,28	\$60,65	\$62,03	\$63,40	\$64,78
SKF 95667	\$91,79	\$93,97	\$96,15	\$98,33	\$100,51	\$102,69
SKF 99907	\$190,98	\$195,52	\$200,06	\$204,59	\$209,13	\$213,67
BWB 029	\$30,26	\$30,98	\$31,70	\$32,42	\$33,14	\$33,85
BWB 144	\$62,14	\$63,62	\$65,09	\$66,57	\$68,05	\$69,52
GMB 0007	\$61,77	\$63,24	\$64,71	\$66,17	\$67,64	\$69,11
Kit de Embrague						
VALEO 161138	\$90,39	\$92,54	\$94,69	\$96,83	\$98,98	\$101,13
VALEO 161139	\$82,46	\$84,42	\$86,38	\$88,34	\$90,30	\$92,26
VALEO 171047	\$125,34	\$128,32	\$131,30	\$134,27	\$137,25	\$140,23
VALEO 197624	\$85,07	\$87,09	\$89,11	\$91,13	\$93,16	\$95,18
BWB 510017B	\$91,55	\$93,73	\$95,90	\$98,08	\$100,25	\$102,43
BWB 510018B	\$110,93	\$113,57	\$116,20	\$118,84	\$121,47	\$124,11
BWB 510060B	\$228,86	\$234,30	\$239,74	\$245,17	\$250,61	\$256,05
BWB 510194B	\$407,11	\$416,78	\$426,46	\$436,13	\$445,80	\$455,47
Bomba de Agua	\$25,30	\$25,90	\$26,50	\$27,10	\$27,70	\$28,31
Para Caja						
Rodamientos						
Rod. Punta de Eje Posterior	\$27,83	\$28,49	\$29,15	\$29,81	\$30,47	\$31,14
Rod. Punta de Eje	\$19,09	\$19,54	\$20,00	\$20,45	\$20,90	\$21,36
Rod. Punta de Eje	\$22,38	\$22,91	\$23,44	\$23,98	\$24,51	\$25,04
Rod. Punta de Eje	\$24,17	\$24,74	\$25,32	\$25,89	\$26,47	\$27,04
Para Dirección						
Acciales						
Dirección	\$73,15	\$74,89	\$76,63	\$78,36	\$80,10	\$81,84
Retenes						
Retenedor Rueda Delantera	\$3,23	\$3,31	\$3,38	\$3,46	\$3,54	\$3,61
Retendor Rueda Posterior	\$33,13	\$33,92	\$34,70	\$35,49	\$36,28	\$37,07
Retenedor Cigüeñal	\$21,44	\$21,95	\$22,46	\$22,97	\$23,48	\$23,99
MANTENIMIENTOS						
Filtro de Aire						
SAMURY SA9902	\$4,21	\$4,31	\$4,41	\$4,51	\$4,61	\$4,71
SAMURY SA798L	\$5,96	\$6,10	\$6,24	\$6,38	\$6,53	\$6,67
PENTIUS 012	\$3,86	\$3,95	\$4,04	\$4,14	\$4,23	\$4,32
PENTIUS 023	\$5,31	\$5,44	\$5,56	\$5,69	\$5,81	\$5,94
PENTIUS 6558	\$6,46	\$6,61	\$6,77	\$6,92	\$7,07	\$7,23

Filtro de Combustible						
PENTIUS 3387 ^a	\$2,36	\$2,42	\$2,47	\$2,53	\$2,58	\$2,64
PENTIUS 10959	\$3,28	\$3,36	\$3,44	\$3,51	\$3,59	\$3,67
PENTIUS 4967	\$2,46	\$2,52	\$2,58	\$2,64	\$2,69	\$2,75
PENTIUS 060	\$2,40	\$2,46	\$2,51	\$2,57	\$2,63	\$2,69
SAMURY 1701	\$3,16	\$3,24	\$3,31	\$3,39	\$3,46	\$3,54
Bomba de Combustible						
Bosch	\$70,00	\$71,66	\$73,33	\$74,99	\$76,65	\$78,32
Cables y Bujías						
Cables 2 y 3	\$97,45	\$99,77	\$102,08	\$104,40	\$106,71	\$109,03
Cables de Bujías	\$20,51	\$21,00	\$21,48	\$21,97	\$22,46	\$22,95
Cables de Bujías	\$23,71	\$24,27	\$24,84	\$25,40	\$25,96	\$26,53
Aceite de Motor						
20W50/10W30/15W40	\$15,68	\$16,05	\$16,43	\$16,80	\$17,17	\$17,54
20W50/10W30/15W40	\$19,60	\$20,07	\$20,53	\$21,00	\$21,46	\$21,93
20W50/10W30/15W40	\$23,52	\$24,08	\$24,64	\$25,20	\$25,76	\$26,31
20W50/10W30/15W40	\$27,44	\$28,09	\$28,74	\$29,40	\$30,05	\$30,70
TOTAL	\$3.629,45	\$3.715,69	\$3.801,92	\$3.888,16	\$3.974,39	\$4.060,63

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

3.13. Estrategias de Comercialización

Las estrategias de comercialización están dirigidas a captar la atención de los posibles consumidores, éstas son debidamente estructuradas en base a los gustos y preferencias de los clientes para alcanzar los diversos objetivos que se plantea el proyecto.

3.13.1. Producto

Al ser una microempresa comercializadora de repuestos de vehículos a gasolina estará conformada por un amplio stock de repuestos correspondientes a las partes principales del automotor, como son los frenos, suspensión, transmisión, dirección y motor, fragmentos esenciales que deben tener un mantenimiento en diversos periodos de avance en el kilometraje del vehículo.

Se busca el fortalecimiento de la comercialización de dichas piezas dentro de la Ciudad de Tulcán, disminuyendo el traslado de los propietarios a provincias cercanas o a la adquisición de

estos productos en otros países como Colombia. Para así brindar productos originales o alternos a precios accesibles y con fácil adquisición para el consumidor.

3.13.2. Precio

En cuanto al establecimiento de precios se basa en la oferta actual que existe en la ciudad, estos se registran tomando en cuenta el costo de cada uno de los repuestos incluida una ganancia de entre el 15%; así se logra estar en relación a la competencia y poder tener un posicionamiento adecuado para el correcto desarrollo de la microempresa.

Se espera contar con diversidad de productos originales o alternos, los cuales estarán a disposición del consumidor, acorde a su preferencia y economía.

3.13.3. Plaza

La plaza ha sido establecida en la Ciudad de Tulcán en vista de la necesidad de los propietarios de vehículos a gasolina de que exista una empresa que proporcione todo tipo de repuestos en el menor tiempo posible facilitando la continuidad de sus labores cotidianas.

En el caso del proyecto la comercialización se realizará de forma directa entre consumidor y vendedor, teniendo una ubicación estratégica accesible para todos los futuros compradores en donde se brinde una excelente atención al cliente.

3.13.4. Publicidad

Al momento de recopilar la información por parte del mercado meta se logró obtener diversos puntos de vista que aportan de manera positiva para la identificación de canales publicitarios que pueden promocionar a la microempresa.

La mayoría de personas que poseen un vehículo a gasolina consideran que es importante crear espacios publicitarios radiales, debido a que la mayor parte del tiempo se registra en el vehículo la

radio encendida, la manera más fácil es promocionarlo en la radio ya que es un medio muy acogido por la mayoría de los conductores.

La televisión es otro medio de comunicación que da una visualización y ubicación del nuevo local ayudando a incrementar el interés por parte del cliente, además se verificó que es importante la repartición de volantes en donde se describa la variedad de repuestos que ofertará la empresa acompañada de las principales marcas con mayor acogida dentro de la ciudad.

3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado

Una vez concluido el estudio de mercado se registran los puntos más relevantes obtenidos por parte de los oferentes y demandantes que actualmente conforman la ciudad.

- Se logro determinar que el mercado meta del proyecto está conformado por 7252 personas que poseen un vehículo a gasolina de las cuales el 93% está de acuerdo en que se cree una nueva microempresa comercializadora de repuestos destacada por su amplio stock en repuestos.
- El proyecto es factible desde el punto de vista del mercado, esto se identificó gracias al análisis de la oferta y demanda aplicada en la Ciudad de Tulcán ya que se determinó una demanda insatisfecha que se pretende cubrir con la creación de la microempresa.
- En la actualidad la oferta de repuestos de la ciudad cubre el 46% de la demanda existente, lo cual demuestra que la posibilidad de apertura de una nueva microempresa comercializadora de repuestas a gasolina es del 54%.
- Se identificó que el 44% de la población adquiere los repuestos en almacenes de la localidad, 44% en almacenes nacionales o casas matrices y el 10% adquiere los repuestos en otros países como Colombia.

- El 76% del mercado meta manifestó que prefieren el consumo de repuestos originales por su calidad y mayor tiempo de duración.
- El 61% de la población mantiene la forma tradicional de verificación de repuestos que es la comparación del repuesto usado con el original.
- El 22% de la población encuestada manifestó que la marca con más adquisición y variedad de vehículos es Chevrolet.
- Mediante el apoyo de las personas entrevistadas se logró identificar los proveedores potenciales que actualmente abastecen a los almacenes de repuestos dentro de la ciudad.
- El 84% de la población encuestada considera que es importante obtener un asesoramiento adecuado antes de adquirir los repuestos para de esta manera adquirir productos de calidad y que proporcionen un excelente funcionamiento al automotor.
- El 49% de la población encuestada manifiesta que un lugar estratégico para la ubicación de la microempresa es en el norte de la ciudad por el fácil acceso a los diversos lugares de estacionamiento disminuyendo el tiempo empleado para adquirir los productos.
- El 35% de la población encuestada manifiesta que un aspecto importante al momento de elegir a su proveedor es de que ofrezca variedad de repuestos a precios accesibles para la adquisición.
- El 32% de la población encuestada considera que los repuestos con mayor consumo dentro de la ciudad son para frenos ya que se debe tener un correcto mantenimiento de estas piezas para la seguridad del conductor y sus acompañantes.
- El 32% de la población encuestada considera que las partes de la suspensión tiene un buen porcentaje de adquisición debido a las diversas vías por las que circulan diariamente los vehículos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.Introducción

El desarrollo del estudio técnico está basado en valorar las variables que influyen el desarrollo del proyecto, facilitando la cuantificación de los recursos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa de repuestos. El objetivo principal es analizar el proceso de comercialización del proyecto y la capacidad que permitirá satisfacer la demanda.

En esta fase se toma en cuenta la identificación del proceso de comercialización, la ubicación estratégica de la microempresa, la descripción del recurso humano, material y financiero con el que debe iniciar la empresa para su correcto desarrollo.

Otro aspecto importante es el aporte de personas con excelente conocimiento en la elaboración de las estructuras adecuadas para la conformación de la empresa aplicando una correcta distribución de la planta de comercialización y contando con un amplio stock de repuestos para la atención inmediata.

Además, se requiere información primaria conformada por la opinión de los posibles clientes al identificar un lugar estratégico en ubicación e información secundaria en cuanto a financiamiento para la implementación del proyecto, remuneraciones, los recursos humanos, muebles de oficina y equipos necesarios para el buen funcionamiento de la microempresa.

4.2.Objetivos

4.2.1. Objetivo General

Diseñar un estudio técnico que permita determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto entre otros aspectos técnicos que contribuya al buen desarrollo de la propuesta.

4.2.2. Actividades a Desarrollar

- Definir la macro y micro localización de la microempresa mediante el uso de tablas que determinen las variables principales lugares con facil acceso a la creación de la empresa.
- Analizar y determinar el tamaño del proyecto.
- Identificar las alternativas de financiación de las que se puede ser beneficiado y elegir la más conveniente para acceder al crédito.
- Realizar el diseño de la planta de la microempresa.
- Establecer la mano de obra, maquinaria y equipo que necesitará la empresa.
- Definir el monto de la inversión inicial para su implementación.

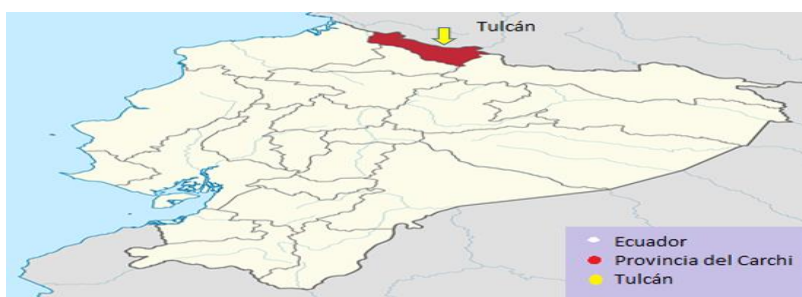
4.3. Localización del Proyecto

Para identificar la localización del proyecto es importante tomar en cuenta dos factores: la macrolocalización en la cual se identifica la ciudad, provincia, país o región en donde es factible establecer la nueva microempresa, además es indispensable identificar la microlocalización este es el punto específico en donde se encontrará la comercializadora definiendo factores que ayuden al correcto funcionamiento de dicho proyecto.

4.3.1. Macrolocalización

La empresa comercializadora de repuestos a gasolina se encontrará ubicada en el Ecuador, Región Sierra, Provincia del Carchi, Cantón Tulcán, Ciudad de Tulcán.

Gráfico N° 7: Macrolocalización del Proyecto



Fuente: Google Maps

4.3.2. Microlocalización

Para identificar la microlocalización se aplicó un método de valoración por puntos de los tres posibles lugares donde se puede ubicar la microempresa cada lugar será evaluado de acuerdo con los factores que se consideran necesarios para la puesta en marcha del proyecto. En este método es necesario realizar diversos pasos para obtener la información primordial de la localización como:

- Seleccionar lugares estratégicos de ubicación de la empresa.
- Asignar una calificación de acuerdo al nivel de importancia por cada factor.
- Sumar los puntajes por cada opción.

La alternativa que acumule el valor más alto en la calificación será el lugar óptimo para ser tomado en cuenta como ubicación de la microempresa.

A continuación se detallan los aspectos a evaluar por cada lugar, son ocho evaluadores principales que ayudarán a definir la ubicación óptima.

Tabla N° 21: Aspectos a Evaluar Microlocalización del Proyecto

ASPECTOS	% IMPORTANCIA
Fácil acceso en vías	15%
Cercanía a Mecánicas	10%
Fácil acceso a estacionamiento	20%
Infraestructura	10%
Seguridad	8%
Costo del arriendo del local comercial	15%
Preferencias del Mercado	15%
Servicios Básicos	7%
TOTAL	100%

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

La valoración de acuerdo a cada aspecto contendrá una puntuación de 1 a 5, tomando en cuenta que cinco es la puntuación máxima y uno es una puntuación débil que no cumple los estándares requeridos.

Tabla N° 22: Matriz de Evaluación Microlocalización del Proyecto

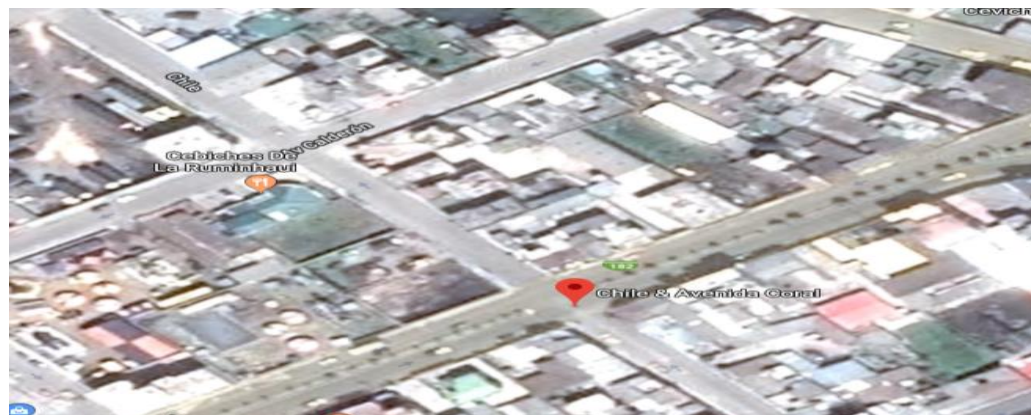
N°	ASPECTOS	% IMPORTANCIA	SECTOR NORTE Av. Coral y Av. Chile		SECTOR CENTRO Av. Rafael Arellano entre Av. Diez de Agosto y Av. Ayacucho		SECTOR SUR Av. Ventimilla y Av. Universitaria	
			PUNTAJE	PONDERACIÓN	PUNTAJE	PONDERACIÓN	PUNTAJE	PONDERACIÓN
1	Fácil acceso en vías	15%	4	0,6	2	0,3	3	0,45
2	Cercanía a Mecánicas	10%	3	0,3	3	0,3	3	0,3
3	Fácil acceso a estacionamiento	20%	4	0,8	2	0,4	2	0,4
4	Infraestructura	10%	2	0,2	2	0,2	3	0,3
5	Seguridad	8%	4	0,32	3	0,24	3	0,24
6	Costo del arriendo del local comercial	15%	3	0,45	2	0,3	2	0,3
7	Preferencias del Mercado	15%	2	0,3	2	0,3	3	0,45
8	Servicios Básicos	7%	5	0,35	5	0,35	5	0,35
TOTAL		100%	27	3,32	21	2,39	24	2,79

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Una vez evaluadas las opciones se ha logrado determinar que el lugar adecuado para situar la microempresa comercializadora de repuestos es en el Sector Norte de la Ciudad de Tulcán en la Avenida Coral y Chile, ya que cumple con todos los estándares requeridos en la selección de ubicación del proyecto con una calificación de 3,32.

Gráfico N° 8: Microlocalización del Proyecto



Fuente: Google Maps

Año: 2018

El sector seleccionado cuenta con los requerimientos como adecuada infraestructura, servicios básicos, cercanía a mecánicas, además fácil acceso a vías y estacionamiento lo cual lo hace ideal para la puesta en marcha del negocio.

4.4.Tamaño del Proyecto

En el tamaño del proyecto es indispensable definir los recursos con los que se llevará a cabo el proyecto durante un tiempo determinado, de esta manera se identifica la magnitud de la inversión que será necesario emplear.

4.4.1. Proveedores

La ejecución del proyecto de venta de repuestos para vehículos a gasolina implica la demanda de una extensa cantidad de recursos, proporcionados por diversos proveedores que facilitan las operaciones diarias de la microempresa, entre ellos se tiene los siguientes:

Tabla N° 23: Principales Proveedores

PROVEEDORES	DIRECCIÓN
Tecnova	Quito: Av Galo Plaza Lasso N59-94 Y Manuel Zambrano.
Importadora Cerón	Coop. Liberación Popular - Calle San Antonio No. 237
Mavesa	Ibarra: Av. Mariano Acosta y Buganvillas
Mansuera	Ibarra: Bellavista OE 273 y Panamericana Norte
Comercial Japonesa Automotriz Cía. Ltda.	Guayaquil: Av. Machala 1004 entre Hurtado y Vélez
Importadora Automotriz Arguello Cia. Ltda.	Quito: Avenida de La Prensa
Importadora Altamirano	Quito: Av. Galo Plaza Lasso N64-321 y Bellavista
acc Radiators	Quito:Av. 10 de Agosto N31-155 y Mariana de Jesús
Mega PS	Ibarra: Av. Rafael Rosales 52 y Flóres
ag Diseño y Publicidad	Ibarra: Av. Oviedo 10-38 y Chica Narváez
Grupo Corporativo El Norte	Ibarra: Juan José Flóres 11-58 y Rafael Rosales
Muebles Davila	Ibarra: El Olivo calle Panamericana Norte Km 1
Imbarte	Ibarra: Pedro Moncayo 10-14 y Cabezas

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.4.2. Disponibilidad de Financiamiento

El financiamiento se caracteriza por ser un conjunto monetario y de crédito al que debe acceder una empresa para iniciar su actividad económica, éste es el principal factor al momento de iniciar los negocios.

Para el establecimiento del financiamiento se tomará en cuenta dos factores importantes:

- La inversión inicial constará del aporte del emprendedor en una cobertura del 47% del capital a emplearse en la iniciación del proyecto.
- La segunda parte conformada por el 53% será bajo un crédito comercial para lo cual se ha realizado un análisis de las instituciones financieras que pueden proporcionar este servicio para la creación de la microempresa.

Para la selección de la institución financiera se han tomado en cuenta cuatro, los cuales se describe a continuación:

Tabla N° 24: Principales Proveedores

INSTITUCIÓN FINANCIERA	TIPO DE CRÉDITO	CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO
BanEcuador	Crédito para pequeñas y medianas empresas	Montos desde \$5000 a \$500000. Frecuencia de pago personalizado de acuerdo al flujo de caja y al ciclo productivo. Tasa de interés se determina de acuerdo a la política de fijación de tasas de interés del banco. Diversos tipos de garantías: hipotecas, abierto sobre inmuebles, entre otros.
Banco Pichincha	Crédito de línea abierta	Monto mínimo \$3000, máximo \$150000. Plazo de 3 a 7 años. Tasa de interés según tarifario. Cuota mensual que se debitará de la cuenta. Garantía: Bien mueble principal no comprometido con otras deudas Se acepta hipotecas de terceros con 90% de avance en obra.
Banco del Austro	Crédito Prioritario	Monto, plazo y periodos de pago acoplado a la necesidad y al flujo de caja de su negocio. Tasa de interés de acuerdo al segmento, reajutable trimestralmente. Protección ante cualquier eventualidad, contando con un seguro de desgravamen e incendio. Garantía: De acuerdo al monto requerido. (Garantía real o personal).
Banco del Pacífico	Crédito Empresarial	Tasa de interés aplicada de acuerdo al segmento del crédito. Plazos dependerán del destino del crédito. Se deben presentar garantías reales. Solo para clientes del Banco.

Fuente: Sitios Web Instituciones Financieras

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Se ha tomado en cuenta a la Institución Financiera BanEcuador para adquirir el prestamos, la tasa de interés es del 15% de interés en pagos mensuales durante cinco años plazo.

4.4.3. Distribución de la Planta

Es indispensable definir la infraestructura interna de la planta que se conformará por diversos espacios en donde cada departamento con el que contará la empresa estará adecuadamente establecido.

La microempresa constará de las siguientes áreas para el desarrollo de las actividades diarias, está cuenta con un área administrativa conformada por la oficina de administración, contabilidad, tesorería y un área de archivo que abastecerá las necesidades de salvaguardar documentos de los cargos ya mencionados.

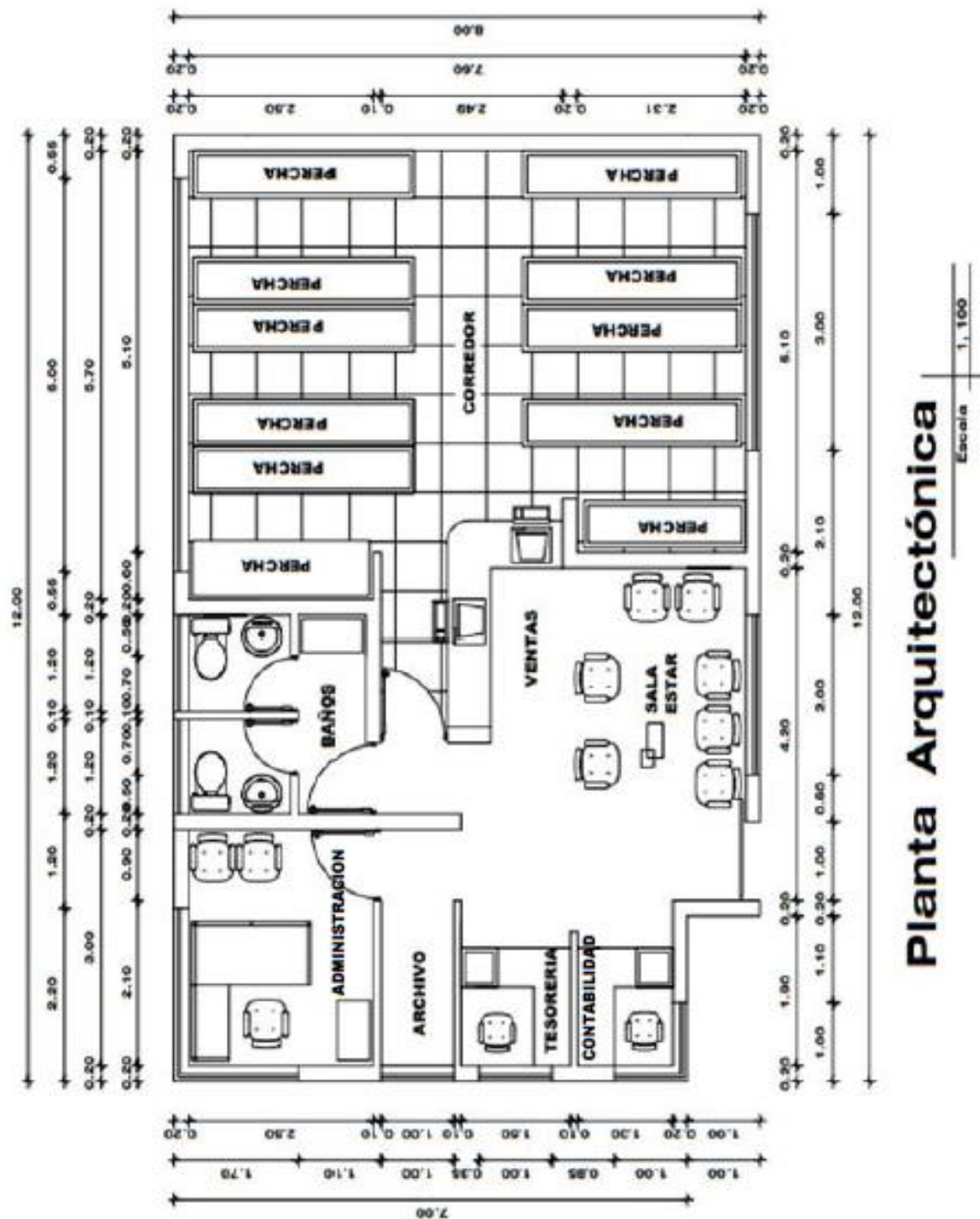
Además, se contará con el área de ventas donde se ubicará una sala de estar para que los clientes esperen hasta culminar la actividad de compra; se ha designado un espacio de bodega la cual estará adecuada con diez perchas en donde se almacenará el inventario con el que contará la empresa.

Tabla N° 25: Distribución de la Planta

DEPARTAMENTO	ANCHO	LARGO	M2
Administración	2,6	3,2	8,32
Contabilidad	1,4	2,1	2,94
Tesorería	1,6	2	3,2
Archivo	1,1	2,2	2,42
Área de Ventas	3,9	4,4	17,16
Bodega	7,55	5,7	43,035
Baños	2,6	2,6	6,76
TOTAL M2			83,835

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Gráfico N° 9: Infraestructura Interna del Proyecto



Planta Arquitectónica




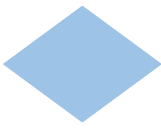




Escala 1:100

Elaborado por: Tecnólogo Marlon Guerra
 Año: 2018

4.4.4. Diagrama de Procesos

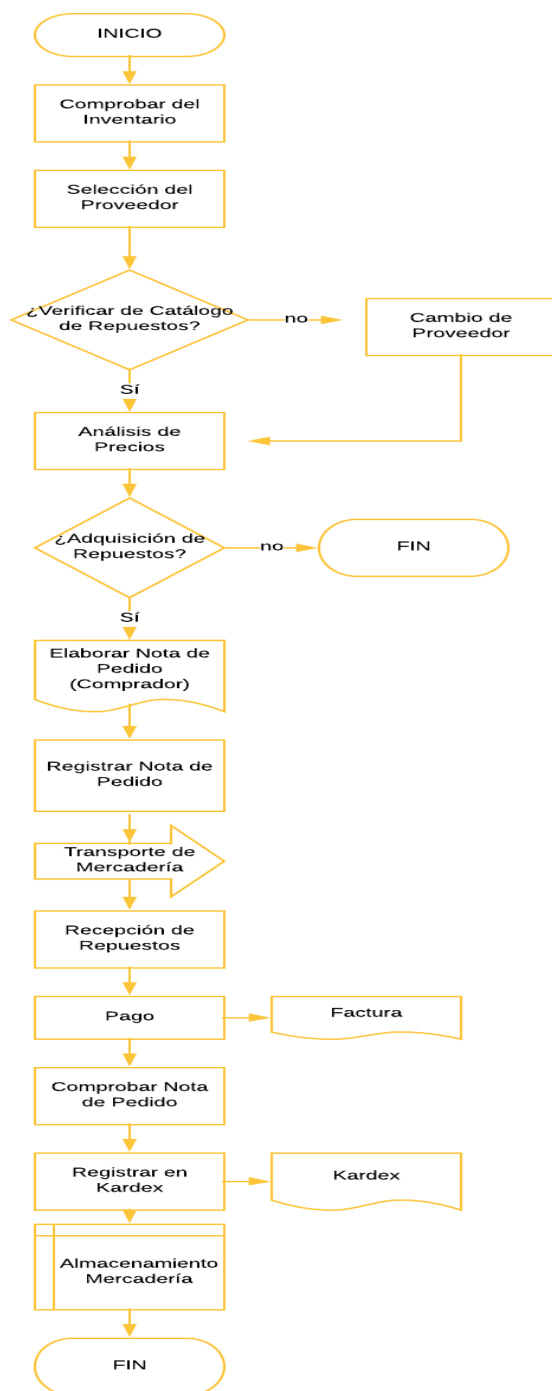
El diagrama de flujo también es llamado flujograma es un instrumento que permite realizar una representación gráfica de un proceso, estos pueden ser aplicados para cualquier proyecto. Además, debido a su fácil comprensión permite que las personas tengan una manera más ágil de tomar una decisión mediante la coordinación de actividades.

Tabla N° 26: *Simbología Flujogramas Metodología ANSI*

SIMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	Terminal	Representa el inicio o fin del flujo.
	Disparador	Indica el inicio de un procedimiento.
	Operación	Representa la realización de una operación o actividad relativa a un procedimiento.
	Decisión	Indica que se debe tomar una decisión y según la respuesta toma otras direcciones el proceso.
	Nota Aclaratoria	No forma parte del diagrama de flujo, es un elemento que se adiciona a una operación o actividad para dar una explicación.
	Archivo	Representa un archivo común y corriente de oficina.
	Documento	Es un tipo de dato o información que las personas pueden leer.
	Conector	Representa una conexión o enlace de una parte con otra parte del diagrama.

Fuente: <https://wimservices.wixsite.com>
Año: 2018

Gráfico N° 10: Proceso de Adquisición de Productos



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Dentro del proceso de adquisición de productos de la empresa destinados para la venta se toma en cuenta diversos factores que facilitan la toma de decisiones en el momento de adquirir stock que ayude al adecuamiento del inventario con el cual se manejará la empresa.

En la siguiente tabla se menciona los responsables de las actividades a desarrollarse en el momento de adquirir nuevos productos destinados para la venta.

Tabla N° 27: *Proceso de Adquisición de Productos*

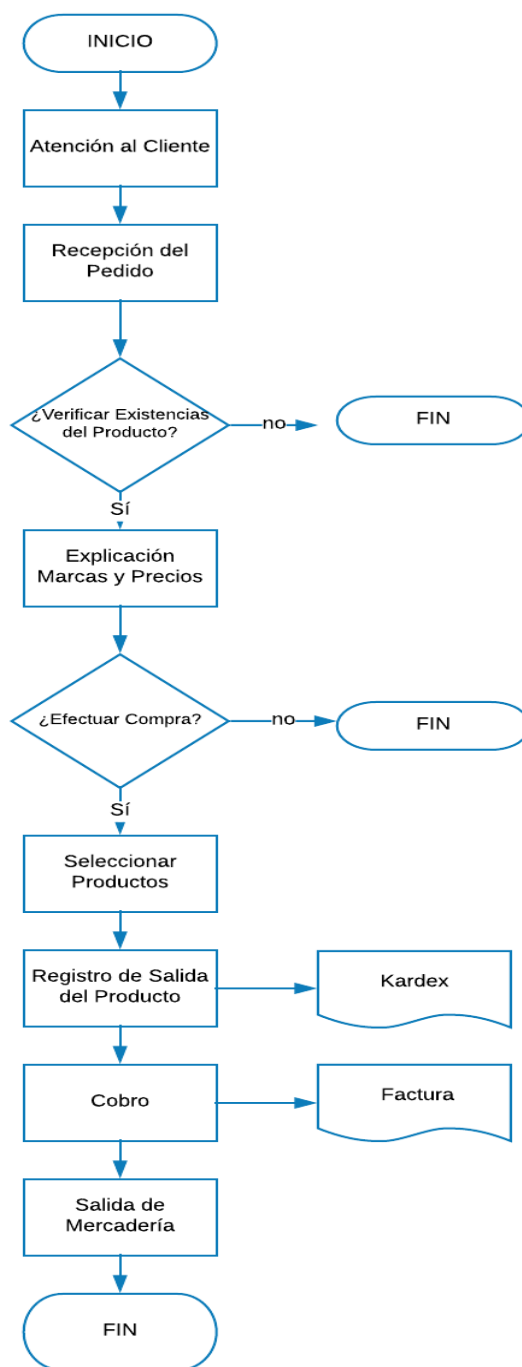
ACTIVIDADES		RESPONSABLE
Seleccionar el Proveedor	Se analiza cada una de las opciones donde adquirir los repuestos evaluando precios, calidad y tiempo de abastecimiento.	Gerente
Verificación Catálogo de Repuesto		Gerente
Comprobación de Inventario	Se realiza un conteo del inventario y se estima la cantidad de productos con necesidad de abastecimiento para no interrumpir las actividades de la microempresa.	Vendedor/ Bodeguero
Análisis de Precios	Se verifica si los precios son acordes para adquirir los productos.	Gerente
Decisión de Adquirir Repuestos		Gerente
Emisión de Nota de Pedido	Se realiza la nota de pedido con los repuestos a adquirir.	Bodeguero
Registro de Nota de Pedido	Aceptación del pedido por parte del proveedor.	Proveedor
Transporte de Mercadería	Genera guía de remisión por parte del proveedor.	Proveedor
Recepción de Repuestos	Proceso de recepción.	Vendedor/ Bodeguero
Pago y Recepción de Facturas		Contador
Comprobación Nota de Pedido	Verificar si el pedido es el correcto	Bodeguero
Registro en Kardex	Registro al inventario de productos adquiridos.	Contador
Almacenamiento	Almacenamiento de mercadería.	Vendedor/ Bodeguero

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Gráfico N° 11: Proceso de Venta de Productos



En el proceso de venta directa al consumidor se realiza una atención personalizada que permita captar la atención del cliente satisfaciendo sus necesidades de manera inmediata al pedido, las actividades a realizarse están dirigidas por personal altamente capacitado.

Se detalla las actividades y responsables por cada actividad a realizarse:

Tabla N° 282: Proceso de Venta de Productos

ACTIVIDADES		RESPONSABLE
Atención al Cliente	Atención al cliente receptando el pedido de repuesto necesario.	Vendedor
Recepción de Pedido		Vendedor
Verificación de Existencias	Revisión de existencia del producto en bodega.	Vendedor
Direccionamiento en Marcas y Precios	Explicación por parte del vendedor sobre precios y marcas en el producto requerido al cliente.	Vendedor
Decisión de Compra	Elección del repuesto a adquirir.	Cliente
Selección del Producto		Cliente
Registro de salida de Mercadería	Registro de los productos vendidos en Kardex	Bodeguero
Cobro y Emisión de Factura	La cajera procede a realizar el cobro y entregar la factura al cliente.	Cajera
Entrega del Producto	Salida del producto.	Vendedor/ Bodeguero

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.4.5. Inversión Fija

- **Muebles y Enseres**

La microempresa comercializadora de repuestos, para su correcto funcionamiento hará uso de muebles y enseres acordes a la actividad que se pretende realizar facilitando el cumplimiento de obligaciones y mejorando la infraestructura interna del negocio. La información se encuentra en el Anexo 3 y Anexo 4.

Tabla N° 29: *Muebles y Enseres*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Tipo Gerente	1	\$200,00	\$200,00
Escritorio Counter	2	\$180,00	\$360,00
Silla Tipo Gerente	3	\$80,00	\$240,00
Sillas Metálicas	2	\$20,00	\$40,00
Sillas de Espera	3	\$130,00	\$390,00
Archivadores	3	\$150,00	\$450,00
Mostradores	2	\$250,00	\$500,00
Perchas Metálicas Sencillas	10	\$75,00	\$750,00
TOTAL			\$2.930,00

Fuente: Proveedor
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

- **Equipos de Computo**

Para tener un manejo adecuado que la empresa genere con el desarrollo de sus actividades es de suma importancia registrar esta información en equipos de computación de uso personal de la empresa los cuales deben caracterizarse por su rapidez y seguridad al ingresar la información.

Tabla N° 30: *Equipos de Computación*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Portatil	1	\$850,00	\$850,00
Computadora de Escritorio	3	\$650,00	\$1.950,00
Impresora	2	\$240,00	\$480,00
Televisor	1	\$350,00	\$350,00
TOTAL			\$3.630,00

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

La inversión Fija que necesita la microempresa comercializadora de repuestos para iniciar sus actividades se detalla a continuación:

Tabla N° 31: *Inversión Fija*

DETALLE	TOTAL
Muebles y Enseres	\$2.930,00
Equipos de Computo	\$3.630,00
TOTAL	\$6.560,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.4.6. Inversión Variable

- **Inventarios**

Los repuestos para vehículos a gasolina detallados a continuación formarán parte del inventario de venta para los clientes de la ciudad, con el aporte de los proveedores se ha logrado detallar los productos que ofertará la microempresa.

Tabla N° 32: *Inventarios*

PRODUCTOS	AÑO 1		
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Para Frenos			
Zapata (Posterior)			
Zapata Freno	6	\$15,67	\$94,00
Zapata Freno	4	\$17,24	\$68,95
Zapata Freno	4	\$25,96	\$103,85
Pastillas de Frenos (Delanteras)			
HI-Q 1103	5	\$11,33	\$56,67
SYL 1343	6	\$10,16	\$60,93
XTENDER 71722 ^a	6	\$9,40	\$56,40
IMFRISA 7389 M	5	\$12,91	\$64,56
GAMAX 7943	4	\$18,74	\$74,96
GAMAX 10298	4	\$18,15	\$72,59
XTENDER 578	4	\$11,33	\$45,33
SYL 1374	6	\$20,56	\$123,33
Para Suspensión			
Rotulas			
Rotula	8	\$18,97	\$151,76
Rotula Inferior	6	\$11,42	\$68,53
Amortiguadores Delanteros			

G-CONTROL C203062/203063	7	\$27,04	\$189,31
G-CONTROL C203098	5	\$30,22	\$151,11
G-CONTROL C201293	5	\$30,31	\$151,56
G-CONTROL PARA 4X2	5	\$32,22	\$161,11
CORVEN 702586/702587	5	\$28,55	\$142,74
CORVEN 702564/702565	6	\$30,58	\$183,47
TOKICO 702138	5	\$44,21	\$221,07
TOKICO 702994	5	\$43,99	\$219,96
MANDO 54650/54660	5	\$35,56	\$177,78
MANDO 0138/0141	5	\$45,50	\$227,52
Amortiguadores Posteriores			
G-CONTROL C104459	5	\$18,44	\$92,19
G-CONTROL C104438	5	\$19,84	\$99,19
G-CONTROL C101032	5	\$14,08	\$70,41
CORVEN 702566/ 702567	6	\$30,58	\$183,47
TOKICO 702143	4	\$43,99	\$175,97
TOKICO 702995	4	\$43,99	\$175,97
MANDO 55350/55360	5	\$35,56	\$177,78
MANDO 0211	4	\$55,51	\$222,04
Terminales			
Terminal Dirección	5	\$9,13	\$45,63
Terminal Dirección	6	\$10,99	\$65,96
Terminal Dirección	5	\$10,99	\$54,93
Terminal Dirección	5	\$8,58	\$42,89
Terminal Dirección	5	\$6,30	\$31,52
Bujias			
YR8MEU	5	\$2,74	\$13,70
VR7SPP33	5	\$5,63	\$28,15
WR8DCX R	6	\$1,70	\$10,18
FR8SC	5	\$3,27	\$16,33
FR7LCX A	5	\$3,96	\$19,78
Rulimanes			
Ruliman Rueda Delantera	7	\$18,37	\$128,59
Ruliman Rueda Posterio	6	\$12,63	\$75,78
Ruliman Int Rueda Delantera	6	\$32,84	\$197,07
Para Motor			
Bandas			
103SP2254	6	\$11,33	\$67,96
103SP265H	5	\$17,45	\$87,26
105SP220H	7	\$14,17	\$99,19
Kit de Distribución			
SKF 06009	6	\$42,89	\$257,33

SKF 95667	5	\$67,99	\$339,96
SKF 99907	4	\$141,47	\$565,87
BWB 029	5	\$22,41	\$112,07
BWB 144	6	\$46,03	\$276,18
GMB 0007	5	\$45,76	\$228,78
Kit de Embrague			
VALEO 161138	4	\$66,96	\$267,82
VALEO 161139	5	\$61,08	\$305,41
VALEO 171047	4	\$92,84	\$371,38
VALEO 197624	4	\$63,01	\$252,06
BWB 510017B	5	\$67,81	\$339,07
BWB 510018B	4	\$82,17	\$328,68
BWB 510060B	4	\$169,53	\$678,10
BWB 510194B	4	\$301,56	\$1.206,25
Bomba de Agua	5	\$18,74	\$93,70
Para Caja			
Rodamientos			
Rod. Punta de Eje Posterior	5	\$20,61	\$103,07
Rod. Punta de Eje	5	\$14,14	\$70,70
Rod. Punta de Eje	6	\$16,58	\$99,47
Rod. Punta de Eje	5	\$17,90	\$89,52
Para Dirección			
Acciales			
Dirección	6	\$54,19	\$325,11
Retenes			
Retenedor Rueda Delantera	6	\$2,39	\$14,36
Retenedor Rueda Posterior	6	\$24,54	\$147,24
Retenedor Cigüeñal	5	\$15,88	\$79,41
Mantenimientos			
Filtro de Aire			
SAMURY SA9902	7	\$3,12	\$21,83
SAMURY SA798L	5	\$4,41	\$22,07
PENTIUS 012	6	\$2,86	\$17,16
PENTIUS 023	5	\$3,93	\$19,67
PENTIUS 6558	6	\$4,79	\$28,71
Filtro de Combustible			
PENTIUS 3387 ^a	8	\$1,75	\$13,99
PENTIUS 10959	7	\$2,43	\$17,01
PENTIUS 4967	9	\$1,82	\$16,40
PENTIUS 060	8	\$1,78	\$14,22
SAMURY 1701	8	\$2,34	\$18,73
Bomba de Combustible			

Bosch	7	\$51,85	\$362,96
Cables y Bujías			
Cables 2 y 3	4	\$72,19	\$288,74
Cables de Bujías	7	\$15,19	\$106,35
Cables de Bujías	5	\$17,56	\$87,81
Aceite de Motor			
20W50/10W30/15W40	6	\$11,61	\$69,69
20W50/10W30/15W40	5	\$14,52	\$72,59
20W50/10W30/15W40	6	\$17,42	\$104,53
20W50/10W30/15W40	4	\$20,33	\$81,30
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	475		\$12.964,50

Fuente: Proveedor MAVESA

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Bienes no depreciables**

Tabla N° 33: Bienes no Depreciables

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Silla Tipo Gerente	3	\$80,00	\$240,00
Sillas Metálicas	2	\$20,00	\$40,00
Perchas Metálicas Sencillas	10	\$75,00	\$750,00
TOTAL			\$1.030,00

Fuente: Proveedor MAVESA

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.4.7. Gastos administrativos

- **Remuneraciones del personal administrativo**

El personal administrativo conforma una parte importante en el desempeño de la microempresa debido a que las actividades que realizan son encaminadas al cumplimiento de tareas específicas, logrando así el desarrollo de la empresa.

Tabla N° 34: Remuneraciones Contadora

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SBU	\$50,00	\$600,00
TOTAL	\$50,00	600,00

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

4.4.8. Gastos de Ventas

Dentro de los Gastos de Venta se toma en cuenta los sueldos y salarios del personal de ventas y tesorería los cuales realizan la función principal de la microempresa como es la comercialización de repuestos para vehículos a gasolina. Además, se toma en cuenta los gastos publicitarios utilizados en el funcionamiento de la empresa.

- **Remuneraciones Personal de Ventas**

Tabla N° 35: Remuneraciones Vendedor

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SBU	\$386,00	\$4.632,00
Aporte Patronal	\$46,90	\$562,79
Décimo Tercero	\$32,17	\$386,00
Décimo Cuarto	\$32,17	\$386,00
TOTAL	\$497,23	5.966,79

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

- **Gasto Publicidad**

La publicidad es el medio que las empresas utilizan para captar la atención de los clientes, estos pueden ser por medio de radio, televisión o internet. Anexo 5 y Anexo 6. Para el proyecto se a tomado en cuenta los siguientes:

Tabla N° 36: *Publicidad*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Paquete Radial	1	\$20,83	\$250,00
Paquete Diario Informativo	1	\$25,00	\$300,00
Fundas	1000	\$2,33	\$28,00
Rótulo Caja de Luz	1	\$22,50	\$270,00
Tarjetas de Presentación	1000	\$4,58	\$55,00
Señalética Interna	8	\$1,67	\$20,00
Volantes (Mil Unidades)	1	\$5,42	\$65,00
TOTAL		\$82,33	\$988,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Arriendo Local Comercial**

Tabla N° 37: *Arriendo Local Comercial*

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Local Comercial	\$250,00	\$3.000,00
TOTAL	\$250,00	\$3.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Suministros de Oficina**

Los suministros de oficina son un apoyo para las tareas diarias que se presentan en el funcionamiento de la microempresa es por eso que se debe tener los adecuados para cada función que desempeñen los empleados. Esta información se encuentra detallada en el Anexo 7.

Tabla N° 38: *Suministros de Oficina*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma Papel Bond	20	\$3,90	\$78,00
Archivador Artesco Azul	40	\$2,58	\$103,20
Esfero Azul BIC (Caja)	1	\$6,16	\$6,16
Esfero Negro BIC (Caja)	1	\$6,16	\$6,16
Esfero Rojo BIC (Caja)	1	\$6,16	\$6,16
Perforadora	3	\$3,79	\$11,37
Grapas (Caja)	5	\$0,98	\$4,90
Grapadora	3	\$7,05	\$21,15
Saca Grapas	3	\$0,54	\$1,62
Calculadora Casio	3	\$12,41	\$37,23
Goma en Barra	3	\$1,34	\$4,02
Cuaderno Académico	8	\$1,33	\$10,64
Resaltador de Texto	3	\$0,54	\$1,62
Corrector Bester	5	\$0,57	\$2,85
Lapices Standler (Caja)	1	\$2,23	\$2,23
Borrador Bester	3	\$0,18	\$0,54
Caja de Clip Pequeños	3	\$0,18	\$0,54
Caja de Clip Mariposa	3	\$0,45	\$1,35
Tinta para Sellos	3	\$1,03	\$3,09
Tinta para Impresora	4	\$10,00	\$40,00
Factureros	2	\$20,00	\$40,00
Guías de Remisión	2	\$18,00	\$36,00
Notas de Pedido	2	\$18,00	\$36,00
Órdenes de Compra	2	\$18,00	\$36,00
TOTAL			\$490,83

Fuente: Proveedor MEGA Ps

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Servicios Básicos**

Tabla N° 39: *Servicios Básicos*

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	\$18,00	\$216,00
Agua Potable	\$10,00	\$120,00
Servicio Telefónico	\$15,00	\$180,00
Internet	\$25,00	\$300,00
TOTAL	\$68,00	\$816,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Suministros de limpieza**

Tabla N° 40: Suministros de Limpieza

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL/ANUAL
Escoba	3	\$5,05	\$15,15
Trapeador	3	\$11,38	\$34,14
Cloro Industrial Galón	2	\$12,21	\$24,42
Desinfectante Galón	2	\$11,50	\$5,75
Papel Higienico X24	1	\$11,56	\$11,56
Toalla de Manos	4	\$11,60	\$2,90
Jabón X3	2	\$4,64	\$9,28
Gel Antibacterial	2	\$2,32	\$4,64
Basurero	4	\$23,39	\$93,56
Fundas de Basura	1	\$2,63	\$2,63
Dispensador de Papel	2	\$63,00	\$31,50
TOTAL			\$235,53

Fuente: Proveedor MEGA Ps

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.4.9. Gastos permisos de funcionamiento

Tabla N° 41: Gastos Constitución

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Patente/ Permisos de Funcionamiento	\$5,42	\$65,00
TOTAL	\$5,42	\$65,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

La inversión variable que la empresa necesitará para iniciar el proyecto estará conformada por:

Tabla N° 42: *Inversión Variable*

DESCRIPCIÓN	ANUAL
INVENTARIOS	
Repuestos Automotrices a Gasolina	\$12.964,73
GASTOS DE VENTA	
Remuneraciones Administrador/Vendedor	\$5.966,79
Arriendo Local Comercial	\$3.000,00
Servicios Básicos	\$816,00
Utiles de Oficina	\$490,83
Suministros de Limpieza	\$235,53
Publicidad	\$988,00
TOTAL	\$24.461,88

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.5. Capital de Trabajo

El capital de trabajo que se necesita para la iniciación del proyecto será para dos meses el cual se ha definido de la siguiente manera:

Tabla N° 43: *Capital de Trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	BIMESTRAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldo Contadora	\$50,00	\$100,00
Patente/Permisos de Funcionamiento	\$5,42	\$10,83
GASTOS DE VENTA		
Sueldos y Salarios Administrador/Vendedor	\$386,00	\$772,00
Arriendo Local Comercial	\$250,00	\$500,00
Servicios Básicos	\$68,00	\$136,00
Utiles de Oficina	\$40,90	\$81,81
Suministros de Limpieza	\$19,63	\$39,26
Publicidad	\$82,33	\$164,67
TOTAL	\$902,28	\$1.804,56

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.6.Mercado

El mercado potencial obtenido dentro de la Ciudad de Tulcán, de acuerdo a la demanda insatisfecha generada en el estudio de mercado y el crecimiento de la oferta actual ayuda a determina el alcance que tendrá la comercializadora de repuestos. De acuerdo con estos resultados la microempresa para el año 2018 planea cubrir el 56% debido a que la microempresa contará con un amplio stock de repuestos que satisfacer a la población de la ciudad que posea un vehículo a gasolina.

Tabla N° 44: Porcentaje a Cubrir Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA A SATISFACER	PORCENTAJE A SATISFACER
2018	\$131.260,46	\$73.505,86	56,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

4.7.Inversión

La inversión total para la puesta en marcha del proyecto es de \$18.759,29; la cual está conformada por los Activos Fijos, Inventario y el Capital de Trabajo. El 47% de la inversión estará cubierta por el emprendedor lo q representa \$8.759,29 y el 53% se accederá a un crédito que está conformado por \$10.000 dólares.

Tabla N° 45: Inversión Total

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	\$3.990,00
Capital de Trabajo	\$1.804,56
Inventario	\$12.964,73
TOTAL	\$18.759,29

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Tabla N° 46: *Financiamiento*

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	\$8.759,29	47%
Inversión Financiada	\$10.000,00	53%
TOTAL	\$18.759,29	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1.Introducción

En el estudio económico financiero conforma una parte fundamental del proyecto en el cual se logra reflejar la factibilidad del proyecto en términos monetarios mediante la aplicación de indicadores que generen datos importantes, generando confianza en la creación del proyecto.

5.2.Objetivo General

Realizar un estudio económico mediante la aplicación de indicadores financieros que permitan conocer si el proyecto es viable.

5.3.Ingresos

Los ingresos son la cantidad monetaria generada por la venta de productos o servicios; en el proyecto se tomó en cuenta el promedio de inflación de precios de los últimos cinco años obteniendo un porcentaje de ganancia por producto del 35%.

Tabla N° 47: Porcentajes de Inflación en Precios

AÑOS	% INFLACIÓN
2013	3,68
2014	3,62
2015	3,66
2016	1,12
2017	-0,2
TOTAL	11,88
PROMEDIO	2,376

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Los ingresos de la microempresa estarán conformados por los recursos que provienen de la venta de repuestos para vehículos a gasolina, para la proyección se calculó la cantidad de piezas automotrices que se espera comercializar según la información que se obtuvo del estudio de mercado realizado dentro de la ciudad.

Tabla N° 48: Ingresos Proyectados Resumen

PRODUCTOS	AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	
	CANTIDAD	PRECIO UNT	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
Para Frenos	264	\$231,45	\$5.285,00	\$5.410,57	\$5.539,13	\$5.670,74	\$5.805,47	\$5.943,41	\$6.084,63	\$6.229,20	\$6.377,20
Zapata (Posterior)											
Zapata Freno	25	\$21,15	\$528,75	\$541,31	\$554,17	\$567,34	\$580,82	\$594,62	\$608,75	\$623,21	\$638,02
Zapata Freno	28	\$23,27	\$651,56	\$667,04	\$682,89	\$699,12	\$715,73	\$732,73	\$750,14	\$767,97	\$786,21
Zapata Freno	12	\$35,05	\$420,60	\$430,59	\$440,82	\$451,30	\$462,02	\$473,00	\$484,24	\$495,74	\$507,52
Pastillas de Frenos (Delanteras)											
HI-Q 1103	28	\$15,30	\$428,40	\$438,58	\$449,00	\$459,67	\$470,59	\$481,77	\$493,22	\$504,94	\$516,93
SYL 1343	25	\$13,71	\$342,75	\$350,89	\$359,23	\$367,77	\$376,50	\$385,45	\$394,61	\$403,98	\$413,58
XTENDER 71722 ^a	26	\$12,69	\$329,94	\$337,78	\$345,81	\$354,02	\$362,43	\$371,04	\$379,86	\$388,89	\$398,13
IMFRISA 7389 M	25	\$17,43	\$435,75	\$446,10	\$456,70	\$467,55	\$478,66	\$490,04	\$501,68	\$513,60	\$525,80
GAMAX 7943	29	\$25,30	\$733,70	\$751,13	\$768,98	\$787,25	\$805,96	\$825,11	\$844,71	\$864,78	\$885,33
GAMAX 10298	29	\$24,50	\$710,50	\$727,38	\$744,66	\$762,36	\$780,47	\$799,01	\$818,00	\$837,44	\$857,33
XTENDER 578	26	\$15,30	\$397,80	\$407,25	\$416,93	\$426,83	\$436,98	\$447,36	\$457,99	\$468,87	\$480,01
SYL 1374	11	\$27,75	\$305,25	\$312,50	\$319,93	\$327,53	\$335,31	\$343,28	\$351,43	\$359,78	\$368,33
Para Suspensión	724	\$1.036,38	\$20.217,42	\$20.697,79	\$21.189,57	\$21.693,03	\$22.208,46	\$22.736,13	\$23.276,34	\$23.829,38	\$24.395,57
Rotulas											
Rotula	25	\$25,61	\$640,25	\$655,46	\$671,04	\$686,98	\$703,30	\$720,01	\$737,12	\$754,63	\$772,56
Rotula Inferior	26	\$15,42	\$400,92	\$410,45	\$420,20	\$430,18	\$440,40	\$450,87	\$461,58	\$472,55	\$483,77
Amortiguadores Delanteros											
G-CONTROL C203062/203063	23	\$36,51	\$839,73	\$859,68	\$880,11	\$901,02	\$922,43	\$944,34	\$966,78	\$989,75	\$1.013,27
G-CONTROL C203098	19	\$40,80	\$775,20	\$793,62	\$812,48	\$831,78	\$851,54	\$871,78	\$892,49	\$913,69	\$935,40
G-CONTROL C201293	14	\$40,92	\$572,88	\$586,49	\$600,43	\$614,69	\$629,30	\$644,25	\$659,56	\$675,23	\$691,27
G-CONTROL PARA 4X2	12	\$43,50	\$522,00	\$534,40	\$547,10	\$560,10	\$573,41	\$587,03	\$600,98	\$615,26	\$629,88
CORVEN 702586/702587	23	\$38,54	\$886,42	\$907,48	\$929,04	\$951,12	\$973,72	\$996,85	\$1.020,54	\$1.044,78	\$1.069,61
CORVEN 702564/702565	21	\$41,28	\$866,88	\$887,48	\$908,56	\$930,15	\$952,25	\$974,88	\$998,04	\$1.021,75	\$1.046,03
TOKICO 702138	8	\$59,69	\$477,52	\$488,87	\$500,48	\$512,37	\$524,55	\$537,01	\$549,77	\$562,83	\$576,20

TOKICO 702994	9	\$59,39	\$534,51	\$547,21	\$560,21	\$573,52	\$587,15	\$601,10	\$615,38	\$630,00	\$644,97
MANDO 54650/54660	25	\$48,00	\$1.200,00	\$1.228,51	\$1.257,70	\$1.287,58	\$1.318,18	\$1.349,50	\$1.381,56	\$1.414,39	\$1.447,99
MANDO 0138/0141	23	\$61,43	\$1.412,89	\$1.446,46	\$1.480,83	\$1.516,01	\$1.552,03	\$1.588,91	\$1.626,66	\$1.665,31	\$1.704,88
Amortiguadores Posteriores											
G-CONTROL C104459	25	\$24,89	\$622,25	\$637,03	\$652,17	\$667,67	\$683,53	\$699,77	\$716,40	\$733,42	\$750,84
G-CONTROL C104438	25	\$26,78	\$669,50	\$685,41	\$701,69	\$718,36	\$735,43	\$752,91	\$770,80	\$789,11	\$807,86
G-CONTROL C101032	32	\$19,01	\$608,32	\$622,77	\$637,57	\$652,72	\$668,23	\$684,11	\$700,36	\$717,00	\$734,04
CORVEN 702566/ 702567	28	\$41,28	\$1.155,84	\$1.183,30	\$1.211,42	\$1.240,20	\$1.269,67	\$1.299,84	\$1.330,72	\$1.362,34	\$1.394,71
TOKICO 702143	26	\$59,39	\$1.544,14	\$1.580,83	\$1.618,39	\$1.656,84	\$1.696,21	\$1.736,51	\$1.777,77	\$1.820,01	\$1.863,25
TOKICO 702995	14	\$59,39	\$831,46	\$851,22	\$871,44	\$892,15	\$913,34	\$935,04	\$957,26	\$980,01	\$1.003,29
MANDO 55350/55360	23	\$48,00	\$1.104,00	\$1.130,23	\$1.157,09	\$1.184,58	\$1.212,72	\$1.241,54	\$1.271,04	\$1.301,24	\$1.332,15
MANDO 0211	12	\$74,94	\$899,28	\$920,65	\$942,52	\$964,92	\$987,84	\$1.011,31	\$1.035,34	\$1.059,94	\$1.085,13
Terminales											
Terminal Dirección	26	\$12,32	\$320,32	\$327,93	\$335,72	\$343,70	\$351,87	\$360,23	\$368,78	\$377,55	\$386,52
Terminal Dirección	25	\$14,84	\$371,00	\$379,81	\$388,84	\$398,08	\$407,54	\$417,22	\$427,13	\$437,28	\$447,67
Terminal Dirección	23	\$14,83	\$341,09	\$349,19	\$357,49	\$365,99	\$374,68	\$383,58	\$392,70	\$402,03	\$411,58
Terminal Dirección	25	\$11,58	\$289,50	\$296,38	\$303,42	\$310,63	\$318,01	\$325,57	\$333,30	\$341,22	\$349,33
Terminal Dirección	24	\$8,51	\$204,24	\$209,09	\$214,06	\$219,15	\$224,35	\$229,68	\$235,14	\$240,73	\$246,45
Bujías											
YR8MEU	29	\$3,70	\$107,30	\$109,85	\$112,46	\$115,13	\$117,87	\$120,67	\$123,53	\$126,47	\$129,47
VR7SPP33	28	\$7,60	\$212,80	\$217,86	\$223,03	\$228,33	\$233,76	\$239,31	\$245,00	\$250,82	\$256,78
WR8DCX R	26	\$2,29	\$59,54	\$60,95	\$62,40	\$63,89	\$65,40	\$66,96	\$68,55	\$70,18	\$71,84
FR8SC	23	\$4,41	\$101,43	\$103,84	\$106,31	\$108,83	\$111,42	\$114,07	\$116,78	\$119,55	\$122,39
FR7LCX A	22	\$5,34	\$117,48	\$120,27	\$123,13	\$126,05	\$129,05	\$132,12	\$135,25	\$138,47	\$141,76
Rulimanes											
Ruliman Rueda Delantera	23	\$24,80	\$570,40	\$583,95	\$597,83	\$612,03	\$626,57	\$641,46	\$656,70	\$672,31	\$688,28
Ruliman Rueda Posterior	25	\$17,05	\$426,25	\$436,38	\$446,75	\$457,36	\$468,23	\$479,35	\$490,74	\$502,40	\$514,34
Ruliman Int Rueda Delantera	12	\$44,34	\$532,08	\$544,72	\$557,66	\$570,91	\$584,48	\$598,37	\$612,58	\$627,14	\$642,04
Para Motor	389	\$1.799,83	\$33.958,95	\$34.765,81	\$35.591,85	\$36.437,51	\$37.303,27	\$38.189,59	\$39.096,98	\$40.025,92	\$40.976,94
Bandas											
103SP2254	23	\$15,29	\$351,67	\$360,03	\$368,58	\$377,34	\$386,30	\$395,48	\$404,88	\$414,50	\$424,35

103SP265H	21	\$23,56	\$494,76	\$506,52	\$518,55	\$530,87	\$543,48	\$556,40	\$569,62	\$583,15	\$597,01
105SP220H	13	\$19,13	\$248,69	\$254,60	\$260,65	\$266,84	\$273,18	\$279,67	\$286,32	\$293,12	\$300,08
Kit de Distribución											
SKF 06009	25	\$57,90	\$1.447,50	\$1.481,89	\$1.517,10	\$1.553,15	\$1.590,05	\$1.627,83	\$1.666,51	\$1.706,10	\$1.746,64
SKF 95667	12	\$91,79	\$1.101,48	\$1.127,65	\$1.154,44	\$1.181,87	\$1.209,96	\$1.238,70	\$1.268,14	\$1.298,27	\$1.329,11
SKF 99907	22	\$190,98	\$4.201,56	\$4.301,39	\$4.403,59	\$4.508,22	\$4.615,33	\$4.725,00	\$4.837,26	\$4.952,19	\$5.069,86
BWB 029	26	\$30,26	\$786,76	\$805,45	\$824,59	\$844,18	\$864,24	\$884,78	\$905,80	\$927,32	\$949,35
BWB 144	24	\$62,14	\$1.491,36	\$1.526,79	\$1.563,07	\$1.600,21	\$1.638,23	\$1.677,16	\$1.717,00	\$1.757,80	\$1.799,57
GMB 0007	25	\$61,77	\$1.544,25	\$1.580,94	\$1.618,50	\$1.656,96	\$1.696,33	\$1.736,63	\$1.777,90	\$1.820,14	\$1.863,39
Kit de Embrague											
VALEO 161138	22	\$90,39	\$1.988,58	\$2.035,83	\$2.084,20	\$2.133,72	\$2.184,42	\$2.236,32	\$2.289,45	\$2.343,85	\$2.399,54
VALEO 161139	30	\$82,46	\$2.473,80	\$2.532,58	\$2.592,75	\$2.654,36	\$2.717,42	\$2.781,99	\$2.848,09	\$2.915,76	\$2.985,04
VALEO 171047	22	\$125,34	\$2.757,48	\$2.823,00	\$2.890,07	\$2.958,74	\$3.029,04	\$3.101,01	\$3.174,69	\$3.250,12	\$3.327,34
VALEO 197624	29	\$85,07	\$2.467,03	\$2.525,65	\$2.585,66	\$2.647,09	\$2.709,99	\$2.774,38	\$2.840,29	\$2.907,78	\$2.976,87
BWB 510017B	28	\$91,55	\$2.563,40	\$2.624,31	\$2.686,66	\$2.750,49	\$2.815,85	\$2.882,75	\$2.951,25	\$3.021,37	\$3.093,15
BWB 510018B	19	\$110,93	\$2.107,67	\$2.157,75	\$2.209,02	\$2.261,50	\$2.315,24	\$2.370,25	\$2.426,56	\$2.484,22	\$2.543,24
BWB 510060B	18	\$228,86	\$4.119,48	\$4.217,36	\$4.317,56	\$4.420,15	\$4.525,17	\$4.632,69	\$4.742,76	\$4.855,45	\$4.970,82
BWB 510194B	8	\$407,11	\$3.256,88	\$3.334,26	\$3.413,49	\$3.494,59	\$3.577,62	\$3.662,63	\$3.749,65	\$3.838,74	\$3.929,95
Bomba de Agua	22	\$25,30	\$556,60	\$569,82	\$583,36	\$597,22	\$611,41	\$625,94	\$640,81	\$656,04	\$671,63
Para Caja	85	\$93,47	\$1.929,60	\$1.975,45	\$2.022,38	\$2.070,44	\$2.119,63	\$2.169,99	\$2.221,55	\$2.274,33	\$2.328,37
Rodamientos											
Rod. Punta de Eje Posterior	16	\$27,83	\$445,28	\$455,86	\$466,69	\$477,78	\$489,13	\$500,75	\$512,65	\$524,83	\$537,30
Rod. Punta de Eje	28	\$19,09	\$534,52	\$547,22	\$560,22	\$573,53	\$587,16	\$601,11	\$615,39	\$630,02	\$644,98
Rod. Punta de Eje	23	\$22,38	\$514,74	\$526,97	\$539,49	\$552,31	\$565,43	\$578,87	\$592,62	\$606,70	\$621,12
Rod. Punta de Eje	18	\$24,17	\$435,06	\$445,40	\$455,98	\$466,81	\$477,91	\$489,26	\$500,89	\$512,79	\$524,97
Para Dirección	93	\$130,95	\$2.880,19	\$2.948,62	\$3.018,68	\$3.090,41	\$3.163,83	\$3.239,01	\$3.315,97	\$3.394,75	\$3.475,41
Acciales											
Dirección	22	\$73,15	\$1.609,30	\$1.647,54	\$1.686,68	\$1.726,76	\$1.767,79	\$1.809,79	\$1.852,79	\$1.896,81	\$1.941,88
Retenes											
Retenedor Rueda Delantera	26	\$3,23	\$83,98	\$85,98	\$88,02	\$90,11	\$92,25	\$94,44	\$96,69	\$98,98	\$101,34
Retendor Rueda Posterior	19	\$33,13	\$629,47	\$644,43	\$659,74	\$675,41	\$691,46	\$707,89	\$724,71	\$741,93	\$759,56

Retenedor Cigüeñal	26	\$21,44	\$557,44	\$570,68	\$584,24	\$598,13	\$612,34	\$626,89	\$641,78	\$657,03	\$672,64
Mantenimientos	533	\$337,37	\$9.229,54	\$9.522,91	\$9.825,02	\$10.136,10	\$10.456,42	\$10.786,24	\$11.125,83	\$11.475,47	\$11.835,44
Filtro de Aire											
SAMURY SA9902	25	\$4,21	\$105,25	\$107,75	\$110,31	\$112,93	\$115,62	\$118,36	\$121,17	\$124,05	\$127,00
SAMURY SA798L	35	\$5,96	\$208,60	\$213,56	\$218,63	\$223,83	\$229,14	\$234,59	\$240,16	\$245,87	\$251,71
PENTIUS 012	27	\$3,86	\$104,22	\$106,70	\$109,23	\$111,83	\$114,48	\$117,20	\$119,99	\$122,84	\$125,76
PENTIUS 023	33	\$5,31	\$175,23	\$179,39	\$183,66	\$188,02	\$192,49	\$197,06	\$201,74	\$206,54	\$211,44
PENTIUS 6558	37	\$6,46	\$239,02	\$244,70	\$250,51	\$256,47	\$262,56	\$268,80	\$275,18	\$281,72	\$288,42
Filtro de Combustible											
PENTIUS 3387ª	47	\$2,36	\$110,92	\$115,97	\$121,20	\$126,61	\$132,21	\$138,01	\$144,00	\$150,21	\$156,62
PENTIUS 10959	38	\$3,28	\$124,64	\$127,60	\$130,63	\$133,74	\$136,91	\$140,17	\$143,50	\$146,91	\$150,40
PENTIUS 4967	35	\$2,46	\$86,10	\$88,15	\$90,24	\$92,38	\$94,58	\$96,83	\$99,13	\$101,48	\$103,89
PENTIUS 060	34	\$2,40	\$81,60	\$83,54	\$85,52	\$87,56	\$89,64	\$91,77	\$93,95	\$96,18	\$98,46
SAMURY 1701	31	\$3,16	\$97,96	\$100,29	\$102,67	\$105,11	\$107,61	\$110,16	\$112,78	\$115,46	\$118,20
Bomba de Combustible											
Bosch	45	\$70,00	\$3.150,00	\$3.296,51	\$3.448,20	\$3.605,24	\$3.767,79	\$3.936,03	\$4.110,15	\$4.290,31	\$4.476,71
Cables y Bujías											
Cables 2 y 3	21	\$97,45	\$2.046,45	\$2.095,07	\$2.144,85	\$2.195,81	\$2.247,99	\$2.301,40	\$2.356,08	\$2.412,06	\$2.469,37
Cables de Bujías	20	\$20,51	\$410,20	\$419,95	\$429,92	\$440,14	\$450,60	\$461,30	\$472,26	\$483,48	\$494,97
Cables de Bujías	21	\$23,71	\$497,91	\$509,74	\$521,85	\$534,25	\$546,94	\$559,94	\$573,24	\$586,86	\$600,81
Aceite de Motor											
20W50/10W30/15W40	22	\$15,68	\$344,96	\$353,16	\$361,55	\$370,14	\$378,93	\$387,94	\$397,15	\$406,59	\$416,25
20W50/10W30/15W40	22	\$19,60	\$431,20	\$441,45	\$451,93	\$462,67	\$473,67	\$484,92	\$496,44	\$508,24	\$520,31
20W50/10W30/15W40	21	\$23,52	\$493,92	\$505,66	\$517,67	\$529,97	\$542,56	\$555,45	\$568,65	\$582,16	\$595,99
20W50/10W30/15W40	19	\$27,44	\$521,36	\$533,75	\$546,43	\$559,41	\$572,70	\$586,31	\$600,24	\$614,50	\$629,10
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	2088		\$73.500,70	\$75.321,16	\$77.186,63	\$79.098,22	\$81.057,08	\$83.064,37	\$85.121,29	\$87.229,06	\$89.388,94

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Tabla N° 49: Resumen de Ingresos por Segmentos

SEGMENTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Para Frenos	\$5.285,00	\$5.410,57	\$5.539,13	\$5.670,74	5805,473	\$5.943,41	\$6.084,63	\$6.229,20	\$6.377,20
Para Suspensión	\$20.217,42	\$20.697,79	\$21.189,57	\$21.693,03	22208,456	\$22.736,13	\$23.276,34	23829,385	\$24.395,57
Para Motor	\$33.958,95	\$34.765,81	\$35.591,85	\$36.437,51	37303,268	\$38.189,59	\$39.096,98	40025,923	\$40.976,94
Para Caja	\$1.929,60	\$1.975,45	\$2.022,38	\$2.070,44	2119,629	\$2.169,99	\$2.221,55	2274,335	\$2.328,37
Para Dirección	\$2.880,19	\$2.948,62	\$3.018,68	\$3.090,41	3163,835	\$3.239,01	\$3.315,97	3394,753	\$3.475,41
Mantenimientos	\$9.229,54	\$9.522,91	\$9.825,02	\$10.136,10	10456,421	\$10.786,24	\$11.125,83	11475,466	\$11.835,44
TOTAL	\$73.500,70	\$75.321,16	\$77.186,63	\$79.098,22	\$81.057,08	\$83.064,37	\$85.121,29	\$87.229,06	\$89.388,94

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.4.Egresos

En los egresos se toma en cuenta todos los costos y gastos necesarios al momento de poner un producto a la venta en el mercado.

5.5.Costos de Operación

Son los gastos que se necesita para mantener un proyecto en el mercado, en este caso se refiere al inventario con el que contará la empresa comercializadora de repuestos a gasolina.

5.5.1. Compras

Las compras están conformadas por el inventario con el cual la empresa efectuará sus labores de comercialización de repuestos de vehículos a gasolina, se ha realizado un detalle de todos los productos que ofertará la empresa juntamente con el precio de compra al proveedor y se ha proyectado para nueve años con una tasa de crecimiento del 2,376% correspondiente al promedio de la inflación publicada por el Banco Central del Ecuador en los últimos cinco años.

Tabla N° 50: Compras

PRODUCTOS	AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
Para Frenos	264	\$171,44	\$3.914,81	\$4.007,83	\$4.103,06	\$4.200,55	\$4.300,35	\$4.402,53	\$4.507,13	\$4.614,22	\$4.723,85
Zapata (Posterior)											
Zapata Freno	25	\$15,67	\$391,67	\$400,97	\$410,50	\$420,25	\$430,24	\$440,46	\$450,93	\$461,64	\$472,61
Zapata Freno	28	\$17,24	\$482,64	\$494,10	\$505,84	\$517,86	\$530,17	\$542,76	\$555,66	\$568,86	\$582,38
Zapata Freno	12	\$25,96	\$311,56	\$318,96	\$326,54	\$334,30	\$342,24	\$350,37	\$358,69	\$367,22	\$375,94
Pastillas de Frenos (Delanteras)					\$0,00						
HI-Q 1103	28	\$11,33	\$317,33	\$324,87	\$332,59	\$340,49	\$348,58	\$356,87	\$365,35	\$374,03	\$382,91
SYL 1343	25	\$10,16	\$253,89	\$259,92	\$266,10	\$272,42	\$278,89	\$285,52	\$292,30	\$299,25	\$306,36
XTENDER 71722 ^a	26	\$9,40	\$244,40	\$250,21	\$256,15	\$262,24	\$268,47	\$274,85	\$281,38	\$288,06	\$294,91
IMFRISA 7389 M	25	\$12,91	\$322,78	\$330,45	\$338,30	\$346,34	\$354,57	\$362,99	\$371,61	\$380,44	\$389,48
GAMAX 7943	29	\$18,74	\$543,48	\$556,39	\$569,61	\$583,15	\$597,00	\$611,19	\$625,71	\$640,58	\$655,80
GAMAX 10298	29	\$18,15	\$526,30	\$538,80	\$551,60	\$564,71	\$578,13	\$591,86	\$605,93	\$620,32	\$635,06
XTENDER 578	26	\$11,33	\$294,67	\$301,67	\$308,84	\$316,17	\$323,69	\$331,38	\$339,25	\$347,31	\$355,56
SYL 1374	11	\$20,56	\$226,11	\$231,48	\$236,98	\$242,61	\$248,38	\$254,28	\$260,32	\$266,51	\$272,84
Para Suspensión	724	\$767,69	\$14.975,87	\$15.331,69	\$15.695,97	\$16.068,91	\$16.450,71	\$16.841,58	\$17.241,73	\$17.651,40	\$18.070,79
Rotulas											
Rotula	25	\$18,97	\$474,26	\$485,53	\$497,06	\$508,87	\$520,96	\$533,34	\$546,02	\$558,99	\$572,27
Rotula Inferior	26	\$11,42	\$296,98	\$304,03	\$311,26	\$318,65	\$326,22	\$333,98	\$341,91	\$350,03	\$358,35
Amortiguadores Delanteros											
G-CONTROL C203062/203063	23	\$27,04	\$622,02	\$636,80	\$651,93	\$667,42	\$683,28	\$699,51	\$716,13	\$733,15	\$750,57
G-CONTROL C203098	19	\$30,22	\$574,22	\$587,87	\$601,83	\$616,13	\$630,77	\$645,76	\$661,10	\$676,81	\$692,89
G-CONTROL C201293	14	\$30,31	\$424,36	\$434,44	\$444,76	\$455,33	\$466,15	\$477,22	\$488,56	\$500,17	\$512,05
G-CONTROL PARA 4X2	12	\$32,22	\$386,67	\$395,85	\$405,26	\$414,89	\$424,75	\$434,84	\$445,17	\$455,75	\$466,58
CORVEN 702586/702587	23	\$28,55	\$656,61	\$672,21	\$688,18	\$704,53	\$721,27	\$738,41	\$755,95	\$773,91	\$792,30
CORVEN 702564/702565	21	\$30,58	\$642,13	\$657,39	\$673,01	\$689,00	\$705,37	\$722,13	\$739,29	\$756,85	\$774,84
TOKICO 702138	8	\$44,21	\$353,72	\$362,12	\$370,73	\$379,54	\$388,55	\$397,79	\$407,24	\$416,91	\$426,82
TOKICO 702994	9	\$43,99	\$395,93	\$405,34	\$414,97	\$424,83	\$434,93	\$445,26	\$455,84	\$466,67	\$477,76

MANDO 54650/54660	25	\$35,56	\$888,89	\$910,01	\$931,63	\$953,77	\$976,43	\$999,63	\$1.023,38	\$1.047,69	\$1.072,59
MANDO 0138/0141	23	\$45,50	\$1.046,59	\$1.071,45	\$1.096,91	\$1.122,97	\$1.149,65	\$1.176,97	\$1.204,93	\$1.233,56	\$1.262,87
Amortiguadores Posteriores											
G-CONTROL C104459	25	\$18,44	\$460,93	\$471,88	\$483,09	\$494,57	\$506,32	\$518,35	\$530,66	\$543,27	\$556,18
G-CONTROL C104438	25	\$19,84	\$495,93	\$507,71	\$519,77	\$532,12	\$544,77	\$557,71	\$570,96	\$584,53	\$598,41
G-CONTROL C101032	32	\$14,08	\$450,61	\$461,31	\$472,27	\$483,50	\$494,98	\$506,74	\$518,78	\$531,11	\$543,73
CORVEN 702566/ 702567	28	\$30,58	\$856,18	\$876,52	\$897,35	\$918,67	\$940,50	\$962,84	\$985,72	\$1.009,14	\$1.033,12
TOKICO 702143	26	\$43,99	\$1.143,81	\$1.170,98	\$1.198,81	\$1.227,29	\$1.256,45	\$1.286,30	\$1.316,87	\$1.348,16	\$1.380,19
TOKICO 702995	14	\$43,99	\$615,90	\$630,53	\$645,51	\$660,85	\$676,55	\$692,63	\$709,08	\$725,93	\$743,18
MANDO 55350/55360	23	\$35,56	\$817,78	\$837,21	\$857,10	\$877,46	\$898,31	\$919,66	\$941,51	\$963,88	\$986,78
MANDO 0211	12	\$55,51	\$666,13	\$681,96	\$698,16	\$714,75	\$731,73	\$749,12	\$766,92	\$785,14	\$803,80
Terminales											
Terminal Dirección	26	\$9,13	\$237,27	\$242,91	\$248,68	\$254,59	\$260,64	\$266,83	\$273,17	\$279,66	\$286,31
Terminal Dirección	25	\$10,99	\$274,81	\$281,34	\$288,03	\$294,87	\$301,88	\$309,05	\$316,39	\$323,91	\$331,61
Terminal Dirección	23	\$10,99	\$252,66	\$258,66	\$264,81	\$271,10	\$277,54	\$284,14	\$290,89	\$297,80	\$304,87
Terminal Dirección	25	\$8,58	\$214,44	\$219,54	\$224,76	\$230,10	\$235,56	\$241,16	\$246,89	\$252,76	\$258,76
Terminal Dirección	24	\$6,30	\$151,29	\$154,88	\$158,56	\$162,33	\$166,19	\$170,14	\$174,18	\$178,32	\$182,55
Bujias											
YR8MEU	29	\$2,74	\$79,48	\$81,37	\$83,30	\$85,28	\$87,31	\$89,38	\$91,51	\$93,68	\$95,91
VR7SPP33	28	\$5,63	\$157,63	\$161,37	\$165,21	\$169,13	\$173,15	\$177,27	\$181,48	\$185,79	\$190,21
WR8DCX R	26	\$1,70	\$44,10	\$45,15	\$46,22	\$47,32	\$48,45	\$49,60	\$50,78	\$51,98	\$53,22
FR8SC	23	\$3,27	\$75,13	\$76,92	\$78,75	\$80,62	\$82,53	\$84,49	\$86,50	\$88,56	\$90,66
FR7LCX A	22	\$3,96	\$87,02	\$89,09	\$91,21	\$93,37	\$95,59	\$97,86	\$100,19	\$102,57	\$105,01
Rulimanes											
Ruliman Rueda Delantera	23	\$18,37	\$422,52	\$432,56	\$442,84	\$453,36	\$464,13	\$475,16	\$486,45	\$498,00	\$509,84
Ruliman Rueda Posterior	25	\$12,63	\$315,74	\$323,24	\$330,92	\$338,79	\$346,84	\$355,08	\$363,51	\$372,15	\$380,99
Ruliman Int Rueda Delantera	12	\$32,84	\$394,13	\$403,50	\$413,09	\$422,90	\$432,95	\$443,23	\$453,77	\$464,55	\$475,59
Para Motor	389	\$1.333,21	\$25.154,78	\$25.752,46	\$26.364,33	\$26.990,75	\$27.632,05	\$28.288,59	\$28.960,72	\$29.648,83	\$30.353,29
Bandas											

103SP2254	23	\$11,33	\$260,50	\$266,69	\$273,02	\$279,51	\$286,15	\$292,95	\$299,91	\$307,04	\$314,33
103SP265H	21	\$17,45	\$366,49	\$375,20	\$384,11	\$393,24	\$402,58	\$412,15	\$421,94	\$431,96	\$442,23
105SP220H	13	\$14,17	\$184,21	\$188,59	\$193,07	\$197,66	\$202,36	\$207,16	\$212,09	\$217,13	\$222,28
Kit de Distribución											
SKF 06009	25	\$42,89	\$1.072,22	\$1.097,70	\$1.123,78	\$1.150,48	\$1.177,82	\$1.205,80	\$1.234,45	\$1.263,78	\$1.293,81
SKF 95667	12	\$67,99	\$815,91	\$835,30	\$855,14	\$875,46	\$896,26	\$917,56	\$939,36	\$961,68	\$984,53
SKF 99907	22	\$141,47	\$3.112,27	\$3.186,21	\$3.261,92	\$3.339,42	\$3.418,77	\$3.500,00	\$3.583,16	\$3.668,29	\$3.755,45
BWB 029	26	\$22,41	\$582,79	\$596,63	\$610,81	\$625,32	\$640,18	\$655,39	\$670,96	\$686,90	\$703,22
BWB 144	24	\$46,03	\$1.104,71	\$1.130,96	\$1.157,83	\$1.185,34	\$1.213,50	\$1.242,34	\$1.271,86	\$1.302,07	\$1.333,01
GMB 0007	25	\$45,76	\$1.143,89	\$1.171,07	\$1.198,89	\$1.227,38	\$1.256,54	\$1.286,40	\$1.316,96	\$1.348,25	\$1.380,29
Kit de Embrague											
VALEO 161138	22	\$66,96	\$1.473,02	\$1.508,02	\$1.543,85	\$1.580,53	\$1.618,09	\$1.656,53	\$1.695,89	\$1.736,19	\$1.777,44
VALEO 161139	30	\$61,08	\$1.832,44	\$1.875,98	\$1.920,56	\$1.966,19	\$2.012,91	\$2.060,73	\$2.109,70	\$2.159,82	\$2.211,14
VALEO 171047	22	\$92,84	\$2.042,58	\$2.091,11	\$2.140,79	\$2.191,66	\$2.243,73	\$2.297,04	\$2.351,62	\$2.407,50	\$2.464,70
VALEO 197624	29	\$63,01	\$1.827,43	\$1.870,85	\$1.915,30	\$1.960,81	\$2.007,40	\$2.055,09	\$2.103,92	\$2.153,91	\$2.205,09
BWB 510017B	28	\$67,81	\$1.898,81	\$1.943,93	\$1.990,12	\$2.037,40	\$2.085,81	\$2.135,37	\$2.186,11	\$2.238,05	\$2.291,23
BWB 510018B	19	\$82,17	\$1.561,24	\$1.598,33	\$1.636,31	\$1.675,19	\$1.714,99	\$1.755,74	\$1.797,45	\$1.840,16	\$1.883,88
BWB 510060B	18	\$169,53	\$3.051,47	\$3.123,97	\$3.198,20	\$3.274,18	\$3.351,98	\$3.431,62	\$3.513,16	\$3.596,63	\$3.682,09
BWB 510194B	8	\$301,56	\$2.412,50	\$2.469,82	\$2.528,51	\$2.588,59	\$2.650,09	\$2.713,06	\$2.777,52	\$2.843,51	\$2.911,07
Bomba de Agua	22	\$18,74	\$412,30	\$422,09	\$432,12	\$442,39	\$452,90	\$463,66	\$474,68	\$485,96	\$497,50
Para Caja	85	\$69,24	\$1.429,33	\$1.463,29	\$1.498,06	\$1.533,66	\$1.570,10	\$1.607,40	\$1.645,59	\$1.684,69	\$1.724,72
Rodamientos											
Rod. Punta de Eje Posterior	16	\$20,61	\$329,84	\$337,67	\$345,70	\$353,91	\$362,32	\$370,93	\$379,74	\$388,76	\$398,00
Rod. Punta de Eje	28	\$14,14	\$395,94	\$405,35	\$414,98	\$424,84	\$434,93	\$445,27	\$455,85	\$466,68	\$477,77
Rod. Punta de Eje	23	\$16,58	\$381,29	\$390,35	\$399,62	\$409,12	\$418,84	\$428,79	\$438,98	\$449,41	\$460,09
Rod. Punta de Eje	18	\$17,90	\$322,27	\$329,92	\$337,76	\$345,79	\$354,00	\$362,42	\$371,03	\$379,84	\$388,87
Para Dirección	93	\$97,00	\$2.133,47	\$2.184,17	\$2.236,06	\$2.289,19	\$2.343,58	\$2.399,26	\$2.456,27	\$2.514,63	\$2.574,38
Acciales											
Dirección	22	\$54,19	\$1.192,07	\$1.220,40	\$1.249,39	\$1.279,08	\$1.309,47	\$1.340,58	\$1.372,44	\$1.405,05	\$1.438,43
Retenes											

Retenedor Rueda Delantera	26	\$2,39	\$62,21	\$63,69	\$65,20	\$66,75	\$68,33	\$69,96	\$71,62	\$73,32	\$75,06
Retendor Rueda Posterior	19	\$24,54	\$466,27	\$477,35	\$488,69	\$500,31	\$512,19	\$524,36	\$536,82	\$549,58	\$562,63
Retenedor Cigüeñal	26	\$15,88	\$412,92	\$422,73	\$432,77	\$443,06	\$453,58	\$464,36	\$475,39	\$486,69	\$498,25
Mantenimientos	533	\$249,90	\$6.836,70	\$7.054,01	\$7.277,79	\$7.508,22	\$7.745,50	\$7.989,81	\$8.241,35	\$8.500,35	\$8.766,99
Filtro de Aire											
SAMURY SA9902	25	\$3,12	\$77,96	\$79,82	\$81,71	\$83,65	\$85,64	\$87,68	\$89,76	\$91,89	\$94,07
SAMURY SA798L	35	\$4,41	\$154,52	\$158,19	\$161,95	\$165,80	\$169,74	\$173,77	\$177,90	\$182,12	\$186,45
PENTIUS 012	27	\$2,86	\$77,20	\$79,03	\$80,91	\$82,83	\$84,80	\$86,82	\$88,88	\$90,99	\$93,15
PENTIUS 023	33	\$3,93	\$129,80	\$132,88	\$136,04	\$139,27	\$142,58	\$145,97	\$149,44	\$152,99	\$156,62
PENTIUS 6558	37	\$4,79	\$177,05	\$181,26	\$185,57	\$189,97	\$194,49	\$199,11	\$203,84	\$208,68	\$213,64
Filtro de Combustible											
PENTIUS 3387 ^a	47	\$1,75	\$82,16	\$85,90	\$89,78	\$93,79	\$97,94	\$102,23	\$106,67	\$111,27	\$116,02
PENTIUS 10959	38	\$2,43	\$92,33	\$94,52	\$96,77	\$99,06	\$101,42	\$103,83	\$106,29	\$108,82	\$111,41
PENTIUS 4967	35	\$1,82	\$63,78	\$65,29	\$66,84	\$68,43	\$70,06	\$71,72	\$73,43	\$75,17	\$76,96
PENTIUS 060	34	\$1,78	\$60,44	\$61,88	\$63,35	\$64,86	\$66,40	\$67,97	\$69,59	\$71,24	\$72,94
SAMURY 1701	31	\$2,34	\$72,56	\$74,29	\$76,05	\$77,86	\$79,71	\$81,60	\$83,54	\$85,53	\$87,56
Bomba de Combustible											
Bosch	45	\$51,85	\$2.333,33	\$2.441,86	\$2.554,22	\$2.670,55	\$2.790,96	\$2.915,58	\$3.044,55	\$3.178,01	\$3.316,08
Cables y Bujías											
Cables 2 y 3	21	\$72,19	\$1.515,89	\$1.551,91	\$1.588,78	\$1.626,53	\$1.665,18	\$1.704,74	\$1.745,24	\$1.786,71	\$1.829,16
Cables de Bujias	20	\$15,19	\$303,85	\$311,07	\$318,46	\$326,03	\$333,78	\$341,71	\$349,82	\$358,14	\$366,65
Cables de Bujias	21	\$17,56	\$368,82	\$377,59	\$386,56	\$395,74	\$405,14	\$414,77	\$424,63	\$434,71	\$445,04
Aceite de Motor											
20W50/10W30/15W40	22	\$11,61	\$255,53	\$261,60	\$267,81	\$274,18	\$280,69	\$287,36	\$294,19	\$301,18	\$308,33
20W50/10W30/15W40	22	\$14,52	\$319,41	\$327,00	\$334,77	\$342,72	\$350,86	\$359,20	\$367,73	\$376,47	\$385,42
20W50/10W30/15W40	21	\$17,42	\$365,87	\$374,56	\$383,46	\$392,57	\$401,90	\$411,45	\$421,22	\$431,23	\$441,48
20W50/10W30/15W40	19	\$20,33	\$386,19	\$395,37	\$404,76	\$414,38	\$424,23	\$434,30	\$444,62	\$455,19	\$466,00
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	2088		\$54.444,96	\$55.793,45	\$57.175,28	\$58.591,28	\$60.042,28	\$61.529,16	\$63.052,81	\$64.614,12	\$66.214,03

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- Se presenta la tabla resumen de las compras que incurre la microempresa, a precio de costo:

Tabla N° 51: Resumen de Compras por Segmentos

SEGMENTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 6	AÑO 9
Para Frenos	\$3.914,81	\$4.007,83	\$4.103,06	\$4.402,53	\$4.723,85
Para Suspensión	\$14.975,87	\$15.331,69	\$15.695,97	\$16.841,58	\$18.070,79
Para Motor	\$25.154,78	\$25.752,46	\$26.364,33	\$28.288,59	\$30.353,29
Para Caja	\$1.429,33	\$1.463,29	\$1.498,06	\$1.607,40	\$1.724,72
Para Dirección	\$2.133,47	\$2.184,17	\$2.236,06	\$2.399,26	\$2.574,38
Mantenimientos	\$6.836,70	\$7.054,01	\$7.277,79	\$7.989,81	\$8.766,99
TOTAL	\$54.444,96	\$55.793,45	\$57.175,28	\$61.529,16	\$66.214,03

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.6.Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son todos aquellos que influyen dentro del proyecto, no están relacionados directamente con la comercialización, pero son importantes para su desarrollo. En este caso se conforman por un contador el cual estará encargado del departamento financiero de la microempresa.

Se ha realizado el cálculo del salario y todos los beneficios de ley basados en el promedio histórico de remuneraciones de los últimos cinco años proporcionando una tasa de crecimiento anual de salario del 3,79% como se muestra a continuación.

Tabla N° 52: Promedio de Sueldos Históricos

AÑOS	SBU	CRECIMIENTO	% DE CRECIMIENTO
2018	386	0,028	2,85
2017	375	0,024	2,4
2016	366	0,032	3,27
2015	354	0,039	3,95
2014	340	0,064	6,47
2013	318		18,95
PROMEDIO INCREMENTO SBU			3,79
& PROMEDIO INCREMENTO SBU			0,0379

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Tabla N° 53: Honorarios Contador

PERSONAL ADMINISTRATIVO	MENSUAL	AÑO BASE 2018	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Contador	\$50,00	\$600,00	\$622,74	\$646,35	\$670,85	\$696,28	\$722,68	\$750,07	\$778,51	\$808,02
TOTAL	\$50,00	\$600,00	\$622,74	\$646,35	\$670,85	\$696,28	\$722,68	\$750,07	\$778,51	\$808,02

Fuente: Estudio Económico Financiero
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

El pago de honorarios a el contador será realizado mediante factura mensual, debido a que el no percibe una remuneración y tampoco tiene acceso a los beneficios de ley.

5.6.1. Depreciaciones Activos Fijos

En la puesta en marcha del proyecto se generan gastos de depreciaciones de los activos fijos según los años de vida útil que posea cada uno, según se muestra a continuación:

Tabla N° 54: Activos Fijos

DETALLE	AÑOS	VALOR RESIDUAL	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	10	190	1900
EQUIPO DE COMPUTO	3	209	2090
TOTAL			3990

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Para el cálculo de la depreciación se aplicará la fórmula del método de línea recta.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Tabla N° 55: Depreciaciones Activos Fijos Resumen

DEPRECIACIONES	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
MUEBLES Y ENSERES	10	\$1.900,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00
EQUIPO DE COMPUTO	3	\$2.090,00	\$627,00	\$627,00	\$627,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL		\$3.990,00	\$798,00	\$798,00	\$798,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Muebles y Enseres**

Tabla N° 56: *Depreciación Muebles y Enseres*

MUEBLES Y ENSERES	VALOR EN LIBROS	DEPRECIACION	DP. ACUMULADA	SALDO
AÑO 1	\$1.900,00	\$171,00	\$171,00	\$1.729,00
AÑO 2	\$1.900,00	\$171,00	\$342,00	\$1.558,00
AÑO 3	\$1.900,00	\$171,00	\$513,00	\$1.387,00
AÑO 4	\$1.900,00	\$171,00	\$684,00	\$1.216,00
AÑO 5	\$1.900,00	\$171,00	\$855,00	\$1.045,00
AÑO 6	\$1.900,00	\$171,00	\$1.026,00	\$874,00
AÑO 7	\$1.900,00	\$171,00	\$1.197,00	\$703,00
AÑO 8	\$1.900,00	\$171,00	\$1.368,00	\$532,00
AÑO 9	\$1.900,00	\$171,00	\$1.539,00	\$361,00
AÑO 10	\$1.900,00	\$171,00	\$1.710,00	\$190,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Equipo de Computo**

Tabla N° 57: *Depreciación Muebles y Enseres*

EQUIPO DE COMPUTO	V. EN LIBROS	DEPRECIACION	DP. ACUMULADA	SALDO
AÑO 1	\$2.090,00	\$627,00	\$627,00	\$1.463,00
AÑO 2	\$2.090,00	\$627,00	\$1.254,00	\$836,00
AÑO 3	\$2.090,00	\$627,00	\$1.881,00	\$209,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.6.2. Gastos Constitución

Los gastos de constitución son todos aquellos en los que incurre la empresa para iniciar sus actividades en el caso del proyecto es necesario la adquisición de una patente municipal y el respectivo permiso de funcionamiento proporcionado por el Cuerpo de bomberos los valores se detallan a continuación:

Tabla N° 58: *Gastos Permisos de Funcionamiento*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Patente/Permisos de Funcionamiento	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00
TOTAL	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

En el siguiente cuadro se detalla el resumen de los gastos administrativos del proyecto el cual se conformará por las remuneraciones del personal administrativo, las depreciaciones y los gastos de constitución necesarios para empezar las actividades:

Tabla N° 59: *Gastos Administrativos*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Gastos Personal Administrativo	\$600,00	\$622,74	\$646,35	\$670,85	\$696,28	\$722,68	\$750,07	\$778,51	\$808,02
Gasto Depreciaciones	\$798,00	\$798,00	\$798,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00
Gastos Permisos de Funcionamiento	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00
TOTAL	\$1.463,00	\$1.485,74	\$1.509,35	\$906,85	\$932,28	\$958,68	\$986,07	\$1.014,51	\$1.044,02

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.7. Gastos de Ventas

Son todos los desembolsos de dinero que se relacionan directamente con comercialización de productos o servicios dentro de la empresa.

5.7.1. Remuneraciones Personal de Ventas

El personal de ventas es una parte fundamental al momento de realizar el proceso de comercialización debido a que ellos son quienes interactúan directamente con los clientes. A continuación se detalla al personal encargado de la administración y ventas que es el emprendedor. El sueldo se fija de acuerdo a lo estipulado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en la tabla de salarios mínimos sectoriales para el año 2018.

Las proyecciones se realizaron basándose en la tasa de crecimiento anual de salario del 3,79.

Tabla N° 60: Remuneración Administrador/Vendedor

PERSONAL DE VENTAS	REMUN (RMU)	I. ANUAL	APORTE PATRONAL MENSUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	F. RESERVA	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL AÑO 1
ADMINISTRADOR/VENDEDOR (PROPIETARIO)	\$386,00	\$4.632,00	\$46,90	\$562,79	\$0,00	\$386,00	\$386,00	\$5.966,79
SUBTOTAL PERSONAL DE VENTAS	\$386,00	\$4.632,00	\$46,90	\$562,79	\$0,00	\$386,00	\$386,00	\$5.966,79

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- En el personal de ventas los fondos de reserva se toman en cuenta a partir del segundo año:

Tabla N° 61: Remuneración Administrador/Vendedor

PERSONAL DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
ADMINISTRADOR/VENDEDOR (PROPIETARIO)	\$5.966,79	\$6.352,79	\$6.593,61	\$6.843,56	\$7.102,98	\$7.372,24	\$7.651,70	\$7.941,76	\$8.242,81
SUBTOTAL PERSONAL DE VENTAS	\$5.966,79	\$6.352,79	\$6.593,61	\$6.843,56	\$7.102,98	\$7.372,24	\$7.651,70	\$7.941,76	\$8.242,81

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.7.2. Gasto Arriendo

Un rubro adicional para el correcto funcionamiento la empresa es el arriendo del lugar en donde se desarrollarán las actividades diarias de la microempresa. Para la proyección se ha tomado en cuenta la tasa promedio de inflación de precios del 2,376% publicadas por el Banco Central del Ecuador de los últimos cinco años.

Tabla N° 62: Gasto Arriendo

DETALLE	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Arriendo	\$250,00	\$3.000,00	\$3.071,28	\$3.144,25	\$3.218,96	\$3.295,44	\$3.373,74	\$3.453,90	\$3.535,97	\$3.619,98
TOTAL	\$250,00	\$3.000,00	\$3.071,28	\$3.144,25	\$3.218,96	\$3.295,44	\$3.373,74	\$3.453,90	\$3.535,97	\$3.619,98

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.7.3. Gasto Servicios Básicos

Los servicios básicos son un rubro indispensable para el funcionamiento de la empresa los cuales se dividen en energía eléctrica, agua potable, Servicio Telefónico e internet, las proyecciones se muestran a continuación:

Tabla N° 63: *Servicios Básicos*

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
	MENSUAL									
Energía Electrica	\$18,00	\$216,00	\$221,13	\$226,39	\$231,77	\$237,27	\$242,91	\$248,68	\$254,59	\$260,64
Agua Potable	\$10,00	\$120,00	\$122,85	\$125,77	\$128,76	\$131,82	\$134,95	\$138,16	\$141,44	\$144,80
Teléfono	\$15,00	\$180,00	\$184,28	\$188,66	\$193,14	\$197,73	\$202,42	\$207,23	\$212,16	\$217,20
Internet	\$25,00	\$300,00	\$307,13	\$314,43	\$321,90	\$329,54	\$337,37	\$345,39	\$353,60	\$362,00
TOTAL	\$68,00	\$816,00	\$835,39	\$855,24	\$875,56	\$896,36	\$917,66	\$939,46	\$961,78	\$984,64

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.7.4. Gasto Publicidad

En el gasto publicidad se incorporó algunos rubros importantes como volantes, tarjetas de presentación, campañas publicitarias en diarios y radio. Las proyecciones se presentan a continuación:

Tabla N° 64: *Gasto Publicidad*

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
	MENSUAL									
PUBLICIDAD	\$82,33	\$988,00	\$1.011,47	\$1.035,51	\$1.060,11	\$1.085,30	\$1.111,09	\$1.137,49	\$1.164,51	\$1.192,18
TOTAL	\$82,33	\$988,00	\$1.011,47	\$1.035,51	\$1.060,11	\$1.085,30	\$1.111,09	\$1.137,49	\$1.164,51	\$1.192,18

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.7.5. Gasto Útiles de Oficina

Los gastos de útiles de oficina incluyen todos los materiales indispensables para el desarrollo de las actividades de la empresa para la realización de sus actividades.

Tabla N° 65: Gasto Útiles de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Resma Papel Bond	20	\$3,90	\$78,00	\$79,85	\$81,75	\$83,69	\$85,68	\$87,72	\$89,80	\$91,94	\$94,12
Archivador Artesco Azul	40	\$2,58	\$103,20	\$105,65	\$108,16	\$110,73	\$113,36	\$116,06	\$118,81	\$121,64	\$124,53
Esfero Azul BIC (Caja)	1	\$6,16	\$6,16	\$6,31	\$6,46	\$6,61	\$6,77	\$6,93	\$7,09	\$7,26	\$7,43
Esfero Negro BIC (Caja)	1	\$6,16	\$6,16	\$6,31	\$6,46	\$6,61	\$6,77	\$6,93	\$7,09	\$7,26	\$7,43
Esfero Rojo BIC (Caja)	1	\$6,16	\$6,16	\$6,31	\$6,46	\$6,61	\$6,77	\$6,93	\$7,09	\$7,26	\$7,43
Perforadora	3	\$3,79	\$11,37	\$11,64	\$11,92	\$12,20	\$12,49	\$12,79	\$13,09	\$13,40	\$13,72
Grapas (Caja)	5	\$0,98	\$4,90	\$5,02	\$5,14	\$5,26	\$5,38	\$5,51	\$5,64	\$5,78	\$5,91
Grapadora	3	\$7,05	\$21,15	\$21,65	\$22,17	\$22,69	\$23,23	\$23,78	\$24,35	\$24,93	\$25,52
Saca Grapas	3	\$0,54	\$1,62	\$1,66	\$1,70	\$1,74	\$1,78	\$1,82	\$1,87	\$1,91	\$1,95
Calculadora Casio	3	\$12,41	\$37,23	\$38,11	\$39,02	\$39,95	\$40,90	\$41,87	\$42,86	\$43,88	\$44,92
Goma en Barra	3	\$1,34	\$4,02	\$4,12	\$4,21	\$4,31	\$4,42	\$4,52	\$4,63	\$4,74	\$4,85
Cuaderno Académico	8	\$1,33	\$10,64	\$10,89	\$11,15	\$11,42	\$11,69	\$11,97	\$12,25	\$12,54	\$12,84
Resaltador de Texto	3	\$0,54	\$1,62	\$1,66	\$1,70	\$1,74	\$1,78	\$1,82	\$1,87	\$1,91	\$1,95
Corrector Bester	5	\$0,57	\$2,85	\$2,92	\$2,99	\$3,06	\$3,13	\$3,21	\$3,28	\$3,36	\$3,44
Lapices Standler (Caja)	1	\$2,23	\$2,23	\$2,28	\$2,34	\$2,39	\$2,45	\$2,51	\$2,57	\$2,63	\$2,69
Borrador Bester	3	\$0,18	\$0,54	\$0,55	\$0,57	\$0,58	\$0,59	\$0,61	\$0,62	\$0,64	\$0,65
Caja de Clip Pequeños	3	\$0,18	\$0,54	\$0,55	\$0,57	\$0,58	\$0,59	\$0,61	\$0,62	\$0,64	\$0,65
Caja de Clip Mariposa	3	\$0,45	\$1,35	\$1,38	\$1,41	\$1,45	\$1,48	\$1,52	\$1,55	\$1,59	\$1,63
Tinta para Sellos	3	\$1,03	\$3,09	\$3,16	\$3,24	\$3,32	\$3,39	\$3,47	\$3,56	\$3,64	\$3,73
Tinta para Impresora	4	\$10,00	\$40,00	\$40,95	\$41,92	\$42,92	\$43,94	\$44,98	\$46,05	\$47,15	\$48,27
Factureros	2	\$20,00	\$40,00	\$40,95	\$41,92	\$42,92	\$43,94	\$44,98	\$46,05	\$47,15	\$48,27
Guías de Remisión	2	\$18,00	\$36,00	\$36,86	\$37,73	\$38,63	\$39,55	\$40,48	\$41,45	\$42,43	\$43,44
Notas de Pedido	2	\$18,00	\$36,00	\$36,86	\$37,73	\$38,63	\$39,55	\$40,48	\$41,45	\$42,43	\$43,44
Órdenes de Compra	2	\$18,00	\$36,00	\$36,86	\$37,73	\$38,63	\$39,55	\$40,48	\$41,45	\$42,43	\$43,44
TOTAL			\$490,83	\$502,49	\$514,43	\$526,65	\$539,17	\$551,98	\$565,09	\$578,52	\$592,27

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.7.6. Gasto Suministros de Limpieza

Los suministros de limpieza son importantes para facilitar un buen cuidado de la microempresa y así brindar los cuidados adecuados del área de trabajo para los empleados y clientes.

Tabla N° 66: Gasto Suministros de Limpieza

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Escoba	3	\$5,05	\$15,15	\$15,51	\$15,88	\$16,26	\$16,64	\$17,04	\$17,44	\$17,86	\$18,28
Trapeador	3	\$11,38	\$34,14	\$34,95	\$35,78	\$36,63	\$37,50	\$38,39	\$39,31	\$40,24	\$41,20
Cloro Industrial Galón	2	\$12,21	\$24,42	\$25,00	\$25,59	\$26,20	\$26,82	\$27,46	\$28,11	\$28,78	\$29,47
Desinfectante Galón	2	\$11,50	\$5,75	\$5,89	\$6,03	\$6,17	\$6,32	\$6,47	\$6,62	\$6,78	\$6,94
Papel Higienico X24	1-	\$11,56	\$11,56	\$11,83	\$12,12	\$12,40	\$12,70	\$13,00	\$13,31	\$13,63	\$13,95
Toalla de Manos	4	\$11,60	\$2,90	\$2,97	\$3,04	\$3,11	\$3,19	\$3,26	\$3,34	\$3,42	\$3,50
Jabón X3	2	\$4,64	\$9,28	\$9,50	\$9,73	\$9,96	\$10,19	\$10,44	\$10,68	\$10,94	\$11,20
Gel Antibacterial	2	\$2,32	\$4,64	\$4,75	\$4,86	\$4,98	\$5,10	\$5,22	\$5,34	\$5,47	\$5,60
Basurero	4	\$23,39	\$93,56	\$95,78	\$98,06	\$100,39	\$102,77	\$105,22	\$107,72	\$110,28	\$112,90
Fundas de Basura	1	\$2,63	\$2,63	\$2,69	\$2,76	\$2,82	\$2,89	\$2,96	\$3,03	\$3,10	\$3,17
Dispensador de Papel	2	\$63,00	\$31,50	\$32,25	\$33,01	\$33,80	\$34,60	\$35,42	\$36,27	\$37,13	\$38,01
TOTAL			\$235,53	\$241,13	\$246,86	\$252,72	\$258,73	\$264,87	\$271,17	\$277,61	\$284,20

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

En el siguiente cuadro se detalla el resumen de los gastos de ventas que el proyecto necesita para realizar sus actividades:

Tabla N° 67: Gasto de Venta

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Gastos Personal de Ventas	\$5.966,79	\$6.352,79	\$6.593,61	\$6.843,56	\$7.102,98	\$7.372,24	\$7.651,70	\$7.941,76	\$8.242,81
Gasto Arriendo	\$3.000,00	\$3.071,28	\$3.144,25	\$3.218,96	\$3.295,44	\$3.373,74	\$3.453,90	\$3.535,97	\$3.619,98
Gastos Servicios Básicos	\$816,00	\$835,39	\$855,24	\$875,56	\$896,36	\$917,66	\$939,46	\$961,78	\$984,64
Gasto Publicidad	\$988,00	\$1.011,47	\$1.035,51	\$1.060,11	\$1.085,30	\$1.111,09	\$1.137,49	\$1.164,51	\$1.192,18
Gastos Útiles de Oficina	490,83	502,492121	514,431334	526,654222	539,167526	551,978147	565,093148	578,519761	592,26539
Gastos Suministros de Limpieza	\$235,53	\$241,13	\$246,86	\$252,72	\$258,73	\$264,87	\$271,17	\$277,61	\$284,20
TOTAL	\$11.497,15	\$12.014,55	\$12.389,89	\$12.777,56	\$13.177,97	\$13.591,57	\$14.018,81	\$14.460,15	\$14.916,08

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.8. Gastos Financieros

Los gastos financieros son los intereses que genera el préstamo a largo plazo al cual accederá la microempresa para financiar la iniciación del proyecto. Debido a que el 47% de la inversión será de aporte propio del inversionista y el 53% restante constituye al préstamo que se va a adquirir

en la institución financiera BanEcuador por un valor de \$10.000 a una tasa del 15% anual a un lapso de cinco años, a continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo:

Tabla N° 68: *Tabla de Amortización Préstamo*

VARIABLES	
Monto:	\$10.000
Numero de pagos/año	12
Número de Cuotas	60
Tasa de Interés	15%
Tasa Periodica	0,01388843
CUOTA	\$246,73

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Tabla N° 69: *Tabla de Amortización Préstamo*

N° CUOTA	CAPITAL	VALOR ACTUAL	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO	CAPITAL ANUAL	INTERES ANUAL
1	10000	\$246,73	\$138,88	\$107,85	\$9.892,15		
2	\$9.892,15	\$246,73	\$137,39	\$109,35	\$9.782,80		
3	\$9.782,80	\$246,73	\$135,87	\$110,87	\$9.671,94		
4	\$9.671,94	\$246,73	\$134,33	\$112,41	\$9.559,53		
5	\$9.559,53	\$246,73	\$132,77	\$113,97	\$9.445,56		
6	\$9.445,56	\$246,73	\$131,18	\$115,55	\$9.330,01		
7	\$9.330,01	\$246,73	\$129,58	\$117,15	\$9.212,86		
8	\$9.212,86	\$246,73	\$127,95	\$118,78	\$9.094,08		
9	\$9.094,08	\$246,73	\$126,30	\$120,43	\$8.973,65		
10	\$8.973,65	\$246,73	\$124,63	\$122,10	\$8.851,54		
11	\$8.851,54	\$246,73	\$122,93	\$123,80	\$8.727,74		
12	\$8.727,74	\$246,73	\$121,21	\$125,52	\$8.602,22	\$1.397,78	\$1.563,03
13	\$8.602,22	\$246,73	\$119,47	\$127,26	\$8.474,96		
14	\$8.474,96	\$246,73	\$117,70	\$129,03	\$8.345,93		
15	\$8.345,93	\$246,73	\$115,91	\$130,82	\$8.215,11		
16	\$8.215,11	\$246,73	\$114,09	\$132,64	\$8.082,47		
17	\$8.082,47	\$246,73	\$112,25	\$134,48	\$7.947,99		
18	\$7.947,99	\$246,73	\$110,39	\$136,35	\$7.811,64		
19	\$7.811,64	\$246,73	\$108,49	\$138,24	\$7.673,39		
20	\$7.673,39	\$246,73	\$106,57	\$140,16	\$7.533,23		
21	\$7.533,23	\$246,73	\$104,62	\$142,11	\$7.391,12		
22	\$7.391,12	\$246,73	\$102,65	\$144,08	\$7.247,04		
23	\$7.247,04	\$246,73	\$100,65	\$146,08	\$7.100,96		
24	\$7.100,96	\$246,73	\$98,62	\$148,11	\$6.952,84	\$1.649,38	\$1.311,43

25	\$6.952,84	\$246,73	\$96,56	\$150,17	\$6.802,67		
26	\$6.802,67	\$246,73	\$94,48	\$152,26	\$6.650,42		
27	\$6.650,42	\$246,73	\$92,36	\$154,37	\$6.496,05		
28	\$6.496,05	\$246,73	\$90,22	\$156,51	\$6.339,53		
29	\$6.339,53	\$246,73	\$88,05	\$158,69	\$6.180,85		
30	\$6.180,85	\$246,73	\$85,84	\$160,89	\$6.019,95		
31	\$6.019,95	\$246,73	\$83,61	\$163,13	\$5.856,83		
32	\$5.856,83	\$246,73	\$81,34	\$165,39	\$5.691,44		
33	\$5.691,44	\$246,73	\$79,05	\$167,69	\$5.523,75		
34	\$5.523,75	\$246,73	\$76,72	\$170,02	\$5.353,73		
35	\$5.353,73	\$246,73	\$74,35	\$172,38	\$5.181,35		
36	\$5.181,35	\$246,73	\$71,96	\$174,77	\$5.006,58	\$1.946,27	\$1.014,54
37	\$5.006,58	\$246,73	\$69,53	\$177,20	\$4.829,38		
38	\$4.829,38	\$246,73	\$67,07	\$179,66	\$4.649,71		
39	\$4.649,71	\$246,73	\$64,58	\$182,16	\$4.467,56		
40	\$4.467,56	\$246,73	\$62,05	\$184,69	\$4.282,87		
41	\$4.282,87	\$246,73	\$59,48	\$187,25	\$4.095,62		
42	\$4.095,62	\$246,73	\$56,88	\$189,85	\$3.905,77		
43	\$3.905,77	\$246,73	\$54,24	\$192,49	\$3.713,28		
44	\$3.713,28	\$246,73	\$51,57	\$195,16	\$3.518,12		
45	\$3.518,12	\$246,73	\$48,86	\$197,87	\$3.320,24		
46	\$3.320,24	\$246,73	\$46,11	\$200,62	\$3.119,62		
47	\$3.119,62	\$246,73	\$43,33	\$203,41	\$2.916,21		
48	\$2.916,21	\$246,73	\$40,50	\$206,23	\$2.709,98	\$2.296,59	\$664,21
49	\$2.709,98	\$246,73	\$37,64	\$209,10	\$2.500,89		
50	\$2.500,89	\$246,73	\$34,73	\$212,00	\$2.288,88		
51	\$2.288,88	\$246,73	\$31,79	\$214,95	\$2.073,94		
52	\$2.073,94	\$246,73	\$28,80	\$217,93	\$1.856,01		
53	\$1.856,01	\$246,73	\$25,78	\$220,96	\$1.635,05		
54	\$1.635,05	\$246,73	\$22,71	\$224,03	\$1.411,03		
55	\$1.411,03	\$246,73	\$19,60	\$227,14	\$1.183,89		
56	\$1.183,89	\$246,73	\$16,44	\$230,29	\$953,60		
57	\$953,60	\$246,73	\$13,24	\$233,49	\$720,11		
58	\$720,11	\$246,73	\$10,00	\$236,73	\$483,37		
59	\$483,37	\$246,73	\$6,71	\$240,02	\$243,35		
60	\$243,35	\$246,73	\$3,38	\$243,35	\$0,00	\$2.709,98	\$250,83
	\$94.962,58	\$14.804,04	\$4.804,04	\$10.000,00	\$93.814,12	\$10.000,00	\$4.804,04

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Los gastos financieros anuales se presentan en la siguiente tabla:

Tabla N° 70: Proyección de Interes Prestamo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	\$1.563,03	\$1.311,43	\$1.014,54	\$664,21	\$250,83
TOTAL	\$1.563,03	\$1.311,43	\$1.014,54	\$664,21	\$250,83

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.9. Proyección de Costos y Gastos

Para la proyección de costos y gastos se tomó en cuenta la tasa promedio de crecimiento histórico de la tasa de inflación del 2,376% de los últimos cinco años, este resumen es de ayuda para elaborar el estado de resultados proforma.

Tabla N° 71: Resumen de Costos y Gastos Proyectados

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
COSTOS VARIABLES									
Compras	\$54.444,96	\$55.793,45	\$57.175,28	\$58.591,28	\$60.042,28	\$61.529,16	\$63.052,81	\$64.614,12	\$66.214,03
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$54.444,96	\$55.793,45	\$57.175,28	\$58.591,28	\$60.042,28	\$61.529,16	\$63.052,81	\$64.614,12	\$66.214,03
COSTOS FIJOS									
Depreciación costo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL COSTOS DE COMERCIALIZACION	\$54.444,96	\$55.793,45	\$57.175,28	\$58.591,28	\$60.042,28	\$61.529,16	\$63.052,81	\$64.614,12	\$66.214,03
GASTOS DE VENTAS									
Gastos personal de ventas	\$5.966,79	\$6.352,79	\$6.593,61	\$6.843,56	\$7.102,98	\$7.372,24	\$7.651,70	\$7.941,76	\$8.242,81
Útiles de oficina (Almacén)	\$490,83	\$502,49	\$514,43	\$526,65	\$539,17	\$551,98	\$565,09	\$578,52	\$592,27
Arriendo	\$3.000,00	\$3.071,28	\$3.144,25	\$3.218,96	\$3.295,44	\$3.373,74	\$3.453,90	\$3.535,97	\$3.619,98
Publicidad	\$988,00	\$1.011,47	\$1.035,51	\$1.060,11	\$1.085,30	\$1.111,09	\$1.137,49	\$1.164,51	\$1.192,18
Servicios Básicos	\$816,00	\$835,39	\$855,24	\$875,56	\$896,36	\$917,66	\$939,46	\$961,78	\$984,64
Suministros de Limpieza	\$235,53	\$241,13	\$246,86	\$252,72	\$258,73	\$264,87	\$271,17	\$277,61	\$284,20
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	\$11.497,15	\$12.014,55	\$12.389,89	\$12.777,56	\$13.177,97	\$13.591,57	\$14.018,81	\$14.460,15	\$14.916,08
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN									
Gastos de personal de administración	\$600,00	\$622,74	\$646,35	\$670,85	\$696,28	\$722,68	\$750,07	\$778,51	\$808,02
Gastos organización	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos de instalación	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciaciones (separar costos y gastos)	\$798,00	\$798,00	\$798,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00
Patente/Permisos de Funcionamiento	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$1.463,00	\$1.485,74	\$1.509,35	\$906,85	\$932,28	\$958,68	\$986,07	\$1.014,51	\$1.044,02
GASTOS FINANCIEROS									
Interes	\$1.563,03	\$1.311,43	\$1.014,54	\$664,21	\$250,83	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$1.563,03	\$1.311,43	\$1.014,54	\$664,21	\$250,83	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$68.968,14	\$70.605,17	\$72.089,06	\$72.939,90	\$74.403,37	\$76.079,42	\$78.057,69	\$80.088,77	\$82.174,12
TOTAL CYG VARIABLES	\$54.444,96	\$55.793,45	\$57.175,28	\$58.591,28	\$60.042,28	\$61.529,16	\$63.052,81	\$64.614,12	\$66.214,03
TOTAL CYG FIJOS	\$14.523,18	\$14.811,72	\$14.913,78	\$14.348,63	\$14.361,08	\$14.550,25	\$15.004,88	\$15.474,66	\$15.960,10
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$68.968,14	\$70.605,17	\$72.089,06	\$72.939,90	\$74.403,37	\$76.079,42	\$78.057,69	\$80.088,77	\$82.174,12

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.10. Estados Financieros Proforma

Se presentan a continuación estados financieros proforma con proyección a ocho años:

5.10.1. Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera es un documento mediante el cual es posible representar información financiera de una institución a una fecha determinada, este se conforma por los activos, pasivos y patrimonio en este caso será realizado en relación al año cero del proyecto.

Tabla N° 72: Estado de Situación Financiera

COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS MARCO'S CAR		
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		
AL AÑO 0		
ACTIVOS		\$18.759,29
ACTIVOS CORRIENTES		
Bancos	\$1.804,56	
Inventario	\$12.964,73	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$14.769,29
ACTIVOS FIJOS		
Muebles de Oficina	\$1.900,00	
Equipo de Computo	\$2.090,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$3.990,00
PASIVOS		\$10.000,00
PASIVOS CORRIENTES		
Deuda por Pagar L/P	\$10.000,00	
TOTAL PASIVOS CORRIENTES		\$10.000,00
PATRIMONIO		\$8.759,29
Aporte de Capital	\$8.759,29	
TOTAL PATRIMONIO		\$8.759,29
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$18.759,29

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.10.2. Estado de Resultados Integral

El estado de resultados integral es un documento en el cual se logra obtener la utilidad o pérdida neta de un ejercicio contable para su elaboración es necesario tomar en cuenta los ingresos, costos y gastos en los que incurre la empresa para llevar un bien o producto al consumidor final.

Tabla N° 73: Estado de Resultados Integral

COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS MARCO'S CAR									
ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA									
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9
Ventas Netas	\$73.500,70	\$75.321,16	\$77.186,63	\$79.098,22	\$81.057,08	\$83.064,37	\$85.121,29	\$87.229,06	\$89.388,94
- Costos de Ventas	\$47.775,46	\$48.958,75	\$50.171,31	\$51.413,84	\$52.687,10	\$53.991,84	\$55.328,84	\$56.698,89	\$58.102,81
= Utilidad bruta en ventas	\$25.725,25	\$26.362,40	\$27.015,32	\$27.684,38	\$28.369,98	\$29.072,53	\$29.792,45	\$30.530,17	\$31.286,13
- Gastos de administración	\$1.463,00	\$1.485,74	\$1.509,35	\$906,85	\$932,28	\$958,68	\$986,07	\$1.014,51	\$1.044,02
- Gastos de ventas	\$11.497,15	\$12.014,55	\$12.389,89	\$12.777,56	\$13.177,97	\$13.591,57	\$14.018,81	\$14.460,15	\$14.916,08
= Utilidad bruta operaciones	\$12.765,10	\$12.862,11	\$13.116,08	\$13.999,96	\$14.259,72	\$14.522,28	\$14.787,57	\$15.055,51	\$15.326,03
- Gastos financieros (intereses)	\$ 1.563,03	\$ 1.311,43	\$ 1.014,54	\$ 664,21	\$ 250,83	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad neta antes de part. Trab	\$ 11.202,07	\$ 11.550,68	\$ 12.101,53	\$ 13.335,75	\$ 14.008,89	\$ 14.522,28	\$ 14.787,57	\$ 15.055,51	\$ 15.326,03
- 15% Part. Trabajadores	\$1.680,31	\$1.732,60	\$1.815,23	\$2.000,36	\$2.101,33	\$2.178,34	\$2.218,14	\$2.258,33	\$2.298,90
= Utilidad neta antes imp renta	\$ 9.521,76	\$ 9.818,08	\$ 10.286,30	\$ 11.335,39	\$ 11.907,56	\$ 12.343,94	\$ 12.569,43	\$ 12.797,19	\$ 13.027,13
- % impuesto a la renta	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$3,27	\$31,88	\$53,70	\$64,97	\$76,36	\$87,86
= Utilidad Neta	\$ 9.521,76	\$ 9.818,08	\$ 10.286,30	\$ 11.332,12	\$ 11.875,68	\$ 12.290,24	\$ 12.504,46	\$ 12.720,83	\$ 12.939,27

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

El estado de resultados refleja una utilidad desde el primer año de vida del proyecto lo cual garantiza su correcto funcionamiento.

5.10.3. Estado de Flujo de Efectivo

Es un estado financiero que mide fuentes y usos de efectivo, además la información generada es de suma importancia para realizar el cálculo de indicadores financieros que ayudan a verificar la viabilidad económica del proyecto.

Tabla N° 74: Estado de Flujo de Efectivo

COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS MARCO'S CAR											
FLUJO NETO DE CAJA											
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Utilidad neta		\$9.521,76	\$9.818,08	\$10.286,30	\$11.332,12	\$11.875,68	\$12.290,24	\$12.504,46	\$12.720,83	\$12.939,27	
Valor de salvamento											\$190,00
+ Depreciación		\$798,00	\$798,00	\$798,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	\$171,00	
- Inversión		-\$16.954,73									
+ Crédito		\$10.000,00									
- Capital de trabajo		-\$1.804,56									
- Amortizaciones del prestamo		-\$1.563,03	-\$1.311,43	-\$1.014,54	-\$664,21	-\$250,83	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
FLUJO DE EFECTIVO		-\$18.759,29	\$8.756,73	\$9.304,65	\$10.069,76	\$10.838,91	\$11.795,86	\$12.461,24	\$12.675,46	\$12.891,83	\$13.110,27
											\$190,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.11. Indicadores Financieros

Son herramientas de uso para la verificación de la rentabilidad de un proyecto mediante el análisis de la información financiera que se genere.

5.11.1. Costo de Oportunidad

Para el análisis de este indicador ha tomado en cuenta información sobre la inversión propia y la financiada, además para el cálculo del aporte propio se utilizó la tasa pasiva del 5,14% establecida por el Banco Central del Ecuador y para el aporte financiado se tomó en cuenta la tasa activa referencial para pymes del 18%.

Tabla N° 75: Costo de Oportunidad

ORIGEN	INVERSIÓN	% COMPOSICIÓN	TASA DE OPERACIÓN	VALOR PONDERADO
APORTE PROPIO	\$8.759,29	\$0,47	5,14%	0,02
APORTE FINANCIADO	\$10.000,00	\$0,53	18%	0,10
TOTAL	\$18.759,29	\$1,00		0,12
COSTO DE OPORTUNIDAD				12,00

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Una vez realizado el proceso se logró determinar que el inversionista esta percibiendo un beneficio económico del 12% que se genera por invertir en la creación de la microempresa, lo que significa que es preferible realizar la inversión de estos recursos en el proyecto antes que colocarlos en un depósito a plazo fijo que solo produciría un 5,14%.

5.11.2. Valor Actual Neto

El VAN es un indicador que ayuda a verificar la viabilidad de un proyecto ya que se encarga de medir los flujos de caja netos y descontarles de la inversión inicial. Se tomo en cuenta para realizar su aplicación la tasa de descuento que es del 18%. La tasa de descuento es la que se usa para traer los flujos netos a valor presente.

Para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$VPN = -A + \frac{C1}{(1+i)^1} + \frac{C1}{(1+i)^2} + \frac{C1}{(1+i)^3} + \frac{C1}{(1+i)^4}$$

Tabla N° 76: Valor Actual Neto

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTUADOS
0	-\$18.759,29			-\$18.759,29
1		\$8.756,73	1,18000000	\$7.420,96
2		\$9.304,65	1,39240000	\$6.682,45
3		\$10.069,76	1,64303200	\$6.128,77
4		\$10.838,91	1,93877776	\$5.590,59
5		\$11.795,86	2,28775776	\$5.156,08
6		\$12.461,24	2,69955415	\$4.616,04
7		\$12.675,46	3,1854739	\$3.979,14
8		\$12.891,83	3,7588592	\$3.429,72
9		\$13.110,27	4,43545386	\$2.955,79
10		\$190,00	5,23383555	\$36,30
		VAN		\$27.236,54

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

El resultado es \$27.236,54 ; se evidencia que es mayor a 0, lo cual da la seguridad que el estudio de factibilidad es viable para el inversionista.

5.11.3. Tasa Interna de Retorno

La TIR es un indicador que determina la tasa de rentabilidad del proyecto por lo tanto ésta se representa en porcentaje reflejando en la utilidad o pérdida que va a generar la implementación del mismo.

Tabla N° 77: Tasa Interna de Retorno

AÑO	FLUJOS CAJA NETOS
0	-\$18.759,29
1	\$8.756,73
2	\$9.304,65
3	\$10.069,76
4	\$10.838,91
5	\$11.795,86
6	\$12.461,24
7	\$12.675,46
8	\$12.891,83
9	\$13.110,27
10	\$190,00
TIR	52%
TIR DESCONTADA	34%

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 52% que es mayor al Costo de Oportunidad del 10,95% y una TIR descontada del 34%, lo que demuestra que el proyecto es factible

5.11.4. Costo y Beneficio

El Costo Beneficio es un indicador que se encarga de medir la relación entre los ingresos y gastos del proyecto, con la finalidad de valorar su rentabilidad. Se toma en cuenta los flujos de ingresos y costos aplicando la tasa promedio de inflación de los últimos cinco años.

Tabla N° 78: Costo - Beneficio

AÑOS	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$73.500,70	\$62.288,73	\$ 68.968,14	\$58.447,58
2	\$75.321,16	\$54.094,48	\$ 70.605,17	\$50.707,54
3	\$77.186,63	\$46.978,16	\$ 72.089,06	\$43.875,63
4	\$79.098,22	\$40.797,98	\$ 72.939,90	\$37.621,59
5	\$81.057,08	\$35.430,80	\$ 74.403,37	\$32.522,40
6	\$83.064,37	\$30.769,66	\$ 76.079,42	\$28.182,22
7	\$85.121,29	\$26.721,70	\$ 78.057,69	\$24.504,26
8	\$87.229,06	\$23.206,26	\$ 80.088,77	\$21.306,67
9	\$89.388,94	\$20.153,28	\$ 82.174,12	\$18.526,66
		<u>\$340.441,06</u>		<u>\$315.694,53</u>

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Se aplica la siguiente fórmula para el cálculo del Costo-Beneficio:

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\$340.441,06}{\$315.694,53}$$

$$\text{Costo Beneficio} = 1,08$$

Este indicador genera un resultado de \$1,08 lo que se entiende que por cada dólar que se invierta se tendrá una ganancia de ocho centavos de dólar.

5.11.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador que determina el porcentaje de ventas que debe tener el proyecto para cubrir sus costos y gastos sin generar ingresos para el inversionista. Para el cálculo del punto de equilibrio se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Costos Variables/Ventas}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\$14.523,18}{1 - \$54.444,96/\$73.500,70}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\$14.523,18}{0,259259259}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \$56.017,97$$

El punto de equilibrio es de \$56.017,97 lo que representa el 76% de las ventas deben ser generadas para cubrir los costos y gastos del proyecto.

5.11.6. Tasa de Rendimiento Promedio

Este indicador facilita el determinar la utilidad que se obtiene de la inversión promedio para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$TRP = \frac{\text{Flujo Neto de Efectivo}}{\text{Inversión} / 2}$$

$$TRP = \frac{\$10.566,79}{\$18.759,29}$$

$$TRP = 56,33\%$$

La aplicación de este indicador identifica que el proyecto generará una tasa de rendimiento promedio del 56,33% la cual es factible ya que supera la tasa pasiva.

5.11.7. Periodo de Recuperación de la Inversión

Este indicador ayuda a determinar el tiempo en el cual el inversionista logra recuperar el cien por ciento de su inversión detallada en años, meses y días.

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se utilizan los flujos netos actualizados, para cada uno de los años de vida útil del proyecto. Se asume que el flujo neto acumulados que más se parezca al monto de la inversión inicial pero que no lo sobrepase corresponde al año en que se recuperará la inversión, la diferencia será prorrateada para obtener el número de meses y días adicionales que se necesitan para recuperar el total de la inversión.

Tabla N° 79: *Periodo de Recuperación*

AÑOS	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJOS ACUMULADOS				
1	\$7.420,96	\$7.420,96				
2	\$6.682,45	\$14.103,41				
3	\$6.128,77	\$20.232,18	\$18.759,29	3 AÑOS		
4	\$5.590,59	\$25.822,76	-\$1.472,88	\$429,67	-\$3,43	3 MESES
5	\$5.156,08	\$30.978,84		\$2.578,04		
6	\$4.616,04	\$35.594,88		-\$4.050,92	\$14,32	
7	\$3.979,14	\$39.574,02			-\$282,84	14 DIAS
8	\$3.429,72	\$43.003,74				
9	\$2.955,79	\$45.959,53				

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

El tiempo de recuperación de la inversión de \$18.759,29 es de 3 años, 3 meses y 14 días lo que demuestra que en este periodo de tiempo se obtendrá el 100% de la inversión utilizada en el proyecto.

5.11.8. Tablero de Indicadores Financieros

En el siguiente tablero se representa los valores obtenidos de los indicadores financieros para tener conocimiento si el proyecto es factible.

Tabla N° 80: Tablero Indicadores Financieros

TABLERO INTEGRAL DE COMANDOS	VALOR OBTENIDO	VALOR ESPERADO	RESULTADO
VAN	\$27.236,54	> 0 es Ejecutable	FACTIBLE
TIR	52%	Superior a Tasa Activa Referencial para Créditos Comerciales	FACTIBLE
TIR DESCONTADA	34%	Valor Positivo	FACTIBLE
TRP=	56%	Superior a Tasa Pasiva	FACTIBLE
PUNTO DE EQUILIBRIO=	\$ 56.017,97	Cercano al 76% de ventas anuales	FACTIBLE/RIESGO
BENEFICIO COSTO=	\$1,08	Superior a 1 dólar	FACTIBLE/RIESGO
COSTO DE OPORTUNIDAD	12%	Superior a tasa Pasiva Referencial BCE para Depósitos a Plazo Fijo.	FACTIBLE
PRI=	3 AÑOS - 3 MES - 14 DIAS	Dentro del Período de Recuperación	FACTIBLE

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

5.12. Oportunidad de Inversión

Mediante los resultados obtenidos mediante la aplicación de los indicadores financieros, el costo de oportunidad generó un 12% lo que garantiza la rentabilidad del proyecto ya que este supera la tasa referencial del Banco Central del Ecuador que es de 5,14% en inversiones a plazo. Se obtuvo una tasa interna de retorno del 52% que es superior a la tasa activa referencial del Banco

Central del Ecuador para los créditos por lo tanto es factible. El costo beneficio que generará el proyecto es de \$1,08 lo cual demuestra que es factible para el proyecto por ser mayor a uno pero su rentabilidad es baja. Dentro del periodo de recuperación se prevé recuperar la inversión en un lapso de tres años, tres meses y catorce días.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1.Introducción

En este capítulo se pretende establecer la estructura administrativa y organizacional de la empresa especificando la misión, visión, valores y políticas en los que se basará la empresa desde su puesta en marcha.

6.2.Objetivos

6.2.1. Objetivo General

Elaborar una propuesta de estructura organizacional mediante la creación de un manual de funciones, organigramas estructural y funcional con la finalidad de asignar responsabilidades de manera clara que permitan un buen funcionamiento en la empresa.

6.2.2. Actividades a Desarrollar

- Establecer la denominación con la que se constituirá la microempresa.
- Definir el Logotipo y Slogan de la microempresa.
- Establecer la Misión Visión, Valores, Principios y Políticas.
- Definir la estructura organizacional y funcional de la microempresa.

6.3.Denominación de la Microempresa

La razón social con la que se constituirá la Comercializadora de Repuestos a Gasolina “Marco’s car” será como persona natural no obligada a llevar contabilidad, dicho nombre es con el cual se pretende hacer la constitución y trámites legales para su debido funcionamiento.

El nombre ha sido seleccionando una vez analizado los siguientes parámetros:

- **Corto y Conciso:** Para que sea fácil de recordar por los consumidores.

- **Relación con la actividad:** Se relaciona directamente a la actividad económica de la empresa ya que tiene integrado un término común para el parque automotor como es car termino en ingles con significado de vehículo.
- **Fácil Pronunciación:** Es fácil de pronunciar debido a que son términos muy conocidos en la sociedad.

6.4. Logotipo – Slogan

El logotipo es considerado un signo conformado por imágenes y letras con las cuales se representa o identifica a una empresa y refleja la actividad a la que ésta se dedica y debe estar constituido por imágenes que capten la atención del cliente.

El slogan es un término utilizado para proporcionar publicidad por lo tanto debe contener una idea clara y precisa sobre la actividad de la empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina.

El nombre de la microempresa está enfocado en el propietario de la empresa.

Gráfico N° 12: Logotipo - Slogan



Elaborado por: La Autora
Año: 2018

6.5. Misión

Somos una empresa dedicada a atender las necesidades de abastecimiento de repuestos para vehículos a gasolina, integrados por las mejores marcas y variedades de piezas de acuerdo a la necesidad del consumidor con precios accesibles en el mercado nacional e internacional.

6.6. Visión

En el año 2022 ser una empresa líder en comercialización de repuestos a gasolina en las marcas reconocidas dentro del país, identificada por su variedad de productos y una excelente atención al cliente con los precios accesibles al mercado.

6.7. Objetivos Organizacionales

- Ser pioneros en la distribución de repuestos automotrices para vehículos a gasolina nacional e internacional.
- Satisfacer las necesidades de los consumidores ofertando productos originales y de calidad.
- Ofrecer precios accesibles a la economía de los clientes.
- Ser rentable y mantenerse en el tiempo.
- Cumplir con las expectativas de consumo referentes a la variedad de repuestos en la ciudad.

6.8. Valores Corporativos

Son los elementos primordiales en donde se basa cada una de las acciones de la empresa, se caracterizan por incluir una serie de virtudes que serán puestas en práctica al momento de interactuar con los clientes, proveedores y trabajadores de la microempresa.

- **Servicio.** - El servicio que ofrecerá la empresa estará basado en el respeto y buena atención, reflejando el entusiasmo y conocimiento al momento de ofertar un producto de acuerdo a la necesidad del cliente.
- **Excelencia.** - Todo el personal estará altamente capacitado en conocer los estándares de calidad de los repuestos para satisfacer del cliente.

- **Honestidad.** - Nos basamos en la correcta relación entre comerciante-cliente y proveedor-comerciante dando cumplimiento a todos y cada uno de los compromisos fomentando la seguridad y responsabilidad.
- **Confianza.** - Ofrecemos productos originales y alternos de buena calidad enfocados en el buen desarrollo del parque automotor.
- **Respeto.** - Este valor se lo practicará a diario con clientes y personal interno de la empresa aceptando cada sugerencia que sea de ayuda para el desarrollo de la microempresa valorando a cada una de las personas que formen parte de nuestro núcleo.

6.9.Principios Corporativos

Los principios son la base fundamental en los cuales se guía una empresa, estos deben ser aplicados por todo el personal para así fomentar la organización y direccionar al éxito en cada una de las funciones a desarrollarse interna y externamente.

- **Trabajo en Equipo.** - Coordinar todas las actividades a realizarse por el personal para alcanzar un nivel de satisfacción interno aportando ideas que ayuden a fomentar la unión y trabajo en equipo de la empresa.
- **Excelencia.** - La atención al consumidor se realizará de forma personalizada, atendiendo a cada uno de los requerimientos del consumidor con tecnología de punta que permita culminar la venta en el menor tiempo posible.
- **Cumplimiento.** - Tener compromiso y seriedad en los pedidos de los clientes asegurando su satisfacción y fácil acceso a los diversos repuestos para el parque automotor.

- **Orden.** - Contar con un espacio adecuado para el desarrollo de las actividades administrativas y de comercialización facilitando el acceso y mejorando el ambiente de trabajo.
- **Amabilidad.** - Crear un ambiente en donde el cliente se sienta cómodo y presto a despejar su duda o inquietud en cuanto a la calidad de los productos para mayor satisfacción a la hora de adquirir un producto.
- **Eficacia.** - Cada uno de los productos a comercializarse están enfocados en la satisfacción del consumidor, es por eso que la empresa ante cualquier requerimiento estará dispuesta a cubrir la necesidad en el menor tiempo posible.

6.10. Políticas Empresariales

Se conforman por reglas que la empresa se plantea para el correcto desempeño de sus actividades, cada una de estas están direccionadas para los elementos importantes en el desarrollo diario y organizacional.

6.10.1. Políticas para Clientes

- Los clientes tendrán acceso a la compra de los productos de lunes a viernes en horario de 08:00-13:00 y de 14:00-17:00 y el día sábado de 08:00 a 13:00.
- Los productos una vez salidos del almacén no pueden ser sujetos a cambio debido a que estos serán entregados con sellos de seguridad y empaque sin ninguna alteración.
- Al momento de acceder a la compra el pago debe ser total, lo podrán realizar en efectivo o con tarjeta.
- La entrega del pedido será inmediata al requerimiento.
- Cuando un cliente requiera un producto que no se encuentra en stock, debe realizar el pago del repuesto para realizar el pedido, este llegará dentro de 24 horas.

6.10.2. Políticas para Proveedores

- Los proveedores deberán entregar los productos dentro del rango de tiempo establecido.
- Se debe realizar una verificación de la orden de compra antes de aceptar el pedido si existe algún error se procederá a hacer la devolución de la mercadería.
- No se aceptará mercadería en mal estado.
- Los productos para ser aceptados deben encontrarse en su empaque original y sellos de garantía.
- En el caso de que la caja de presentación del producto se encuentre con alguna falla se procede al cambio inmediato.
- La empresa debe realizar el pedido de la mercadería con tres días de anticipación, con un abono del 30% del valor de la compra para confirmar el pedido.
- El pago será efectuado de acuerdo al contrato con el proveedor.

6.10.3. Políticas para la Entidad

- Los productos a vender son totalmente originales y alternos de acuerdo a la preferencia del cliente.
- La entidad efectuará el pago de salarios a la fecha establecida en el contrato, gozarán de todos los derechos de ley y tendrán acceso al seguro social.
- Los empleados tendrán acceso a la hora de almuerzo y deberán cumplir con las horas de trabajo establecidas en el contrato.

6.10.4. Políticas para el Personal

- El personal debe poner en práctica todos los valores, políticas y cumplir con las actividades encaminadas de acuerdo a su cargo.

- Si el personal incumple en sus horarios de trabajo se procederá a aplicar lo establecido en la ley.
- El horario de trabajo para el personal es de lunes a viernes en horario de 08:00-13:00 y de 14:00-17:00 con derecho a la hora de refrigerio, y el día sábado de 08:00 a 13:00.
- El empleado debe llevar ropa de trabajo acorde a su actividad a desempeñar.
- Cada empleado debe cuidar su presentación para una correcta atención al cliente.

6.11. Niveles Administrativos

La Empresa Comercializadora de Repuestos para Vehículos a gasolina para su adecuado funcionamiento debe establecer diferentes niveles administrativos:

Gráfico N° 13: Niveles Administrativos



Elaborado por: La Autora
Año: 2018

6.11.1. Nivel Directivo

El nivel directivo está constituido por el propietario de la empresa, se encarga de la elaboración de políticas que guían el buen funcionamiento. Analiza las virtudes con las que su personal cuenta, de esta manera genera un beneficio económico personal y social. Establece los valores fundamentales y reglamentos a aplicarse dentro de la empresa.

6.11.2. Nivel Administrativo

La administración es la encargada de direccionar a la empresa hacia el desarrollo, mediante la aplicación de procedimientos que garanticen la vida del proyecto a poner en marcha. Este nivel es clave dentro del direccionamiento ya que se encarga del control total de la empresa coordina y designa funciones para todo el personal y lograr un beneficio económico.

6.11.3. Nivel Comercialización

El nivel operativo es la base de la empresa ya que refleja la cultura de atención y conocimiento en el ámbito, generando una imagen positiva al momento de interactuar con el consumidor.

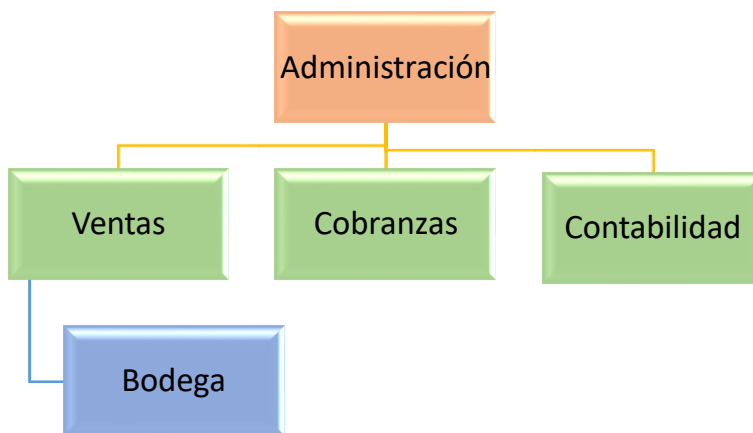
6.12. Estructura Administrativa

Es un sistema que facilita el cumplimiento de los objetivos asignando los cargos administrativos necesarios dentro de la empresa.

6.12.1. Organigrama Estructural

El organigrama es una herramienta que permite establecer gráficamente los departamentos por los cuales se conformará la empresa comercializadora de repuestos estableciendo niveles jerárquicos de acuerdo al cargo del personal.

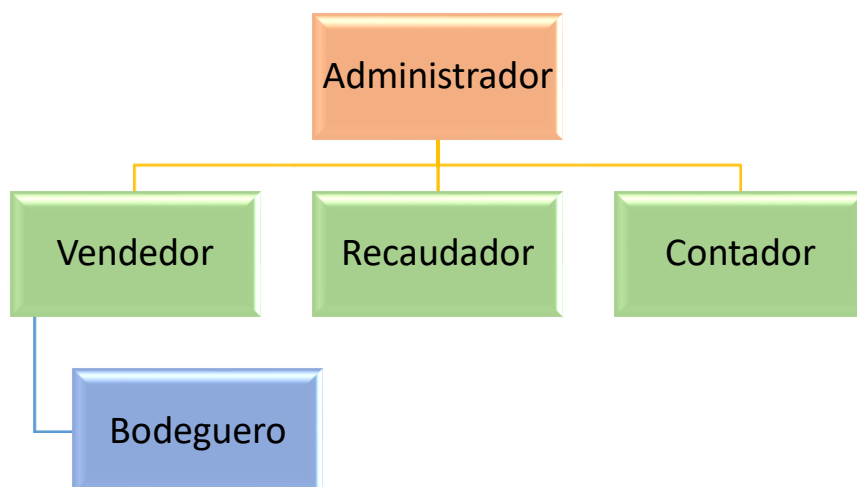
Gráfico N° 14: Organigrama Estructural



6.12.2. Organigrama Funcional

En el organigrama funcional se puede especificar las actividades a desempeñar en cada uno de los cargos.

Gráfico N° 15: Organigrama Funcional


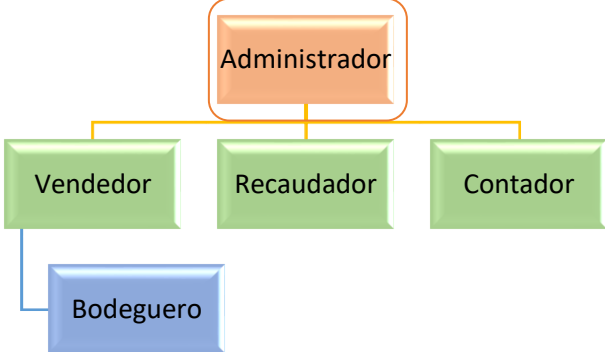


Elaborado por: La Autora
Año: 2018

6.12.3. Funciones y Competencias del Personal


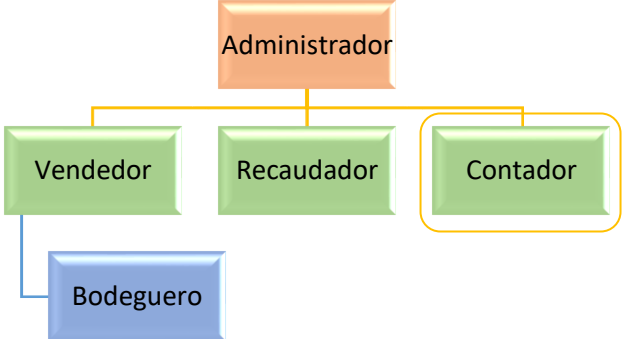
A continuación, se presenta la matriz de funciones a desempeñar, establecida por la descripción del cargo, perfil y competencias del empleado a desempeñar en la empresa.

Tabla N° 81: Matriz Funcional Administrador

	<p>Área: Administración Cargo: Administrador Reporta a: Propietario Supervisa a: Cajero-Vendedor-Bodeguero</p>
<p>Descripción del Cargo:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del cumplimiento de las metas encaminadas en el desarrollo de la empresa encargado de toma de decisiones y control del personal a quien está a cargo.
<p>Perfil:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer título de tercer nivel en Administración de Empresas • Facilidad en toma de decisiones
<p>Funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de empresa. • Verificación de todos los materiales directos e indirectos para el funcionamiento de empresa. • Poseer control de la administración del negocio. • Responsable ante cualquier situación y asegura el control de actividades del personal a su cargo. • Ser el responsable de la contratación con proveedores. • Encargado de la contratación del personal. • Responsable del pago de remuneraciones. • Supervisar la hora de ingreso del personal
<p>Competencias:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar al desarrollo de la empresa. • Generar liderazgo y trabajo en equipo • Capaz de resolver los conflictos internos y externos existentes.
Organigrama:	
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --- Vendedor[Vendedor] Admin --- Recaudador[Recaudador] Admin --- Contador[Contador] Vendedor --- Bodeguero[Bodeguero] </pre>	


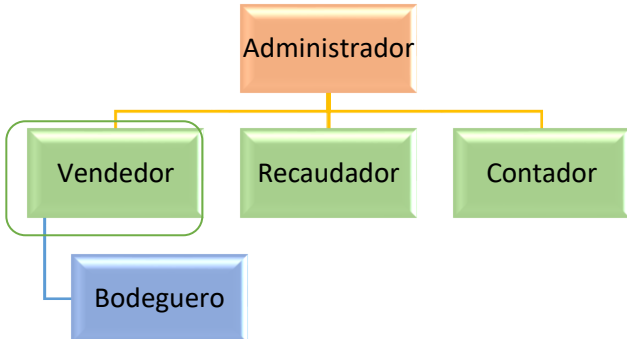
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Tabla N° 82: Matriz Funcional Contador

	Área: Contabilidad Cargo: Contador Reporta a: Propietario Supervisa a: Cajero-Vendedor-Bodeguero
Descripción del Cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de mantener la información financiera en total control y ordenada para facilitar la toma de decisiones a favor de la entidad.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer título de tercer nivel. • Tener una experiencia de 5 años y referencias de otras empresas. • Responsable y comprometido con la empresa.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de supervisar los procesos contables de la entidad. • Elaborar los estados financieros y registros contables de la entidad. • Aportar de manera positiva en los diseños de los sistemas de información y control contable. • Brindar asesoramiento en temas tributarios al propietario de la empresa. • Tener alta responsabilidad en el manejo de los ingresos y egresos de la empresa. • Llevar el registro de todos los movimientos económicos. • Ser completamente ordenado en el cumplimiento de sus actividades.
Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> • Aportar son opiniones positivas para resolución de problemas. • Poseer conocimientos en diversas áreas como contabilidad, auditoría finanzas, impuestos, etc • Tener ética profesional.
Organigrama:	
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --- Vendedor[Vendedor] Admin --- Recaudador[Recaudador] Admin --- Contador[Contador] Vendedor --- Bodeguero[Bodeguero] style Contador stroke:#f90 </pre>	


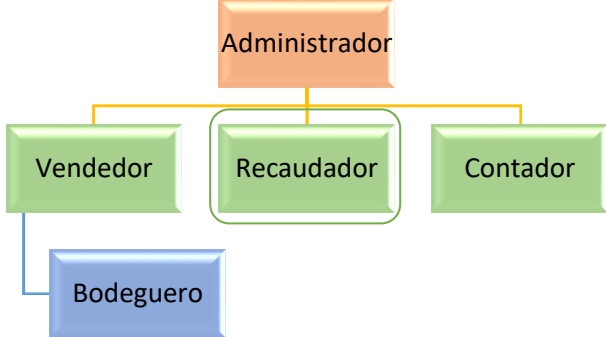
Elaborado por: La Autora
 Año: 2018

Tabla N° 83: Matriz Funcional Vendedor

	Área: Ventas Cargo: Vendedor Reporta a: Administrador
Descripción del Cargo:	<ul style="list-style-type: none"> Tener conocimiento de todos los productos que ofrece la empresa, brindar una excelente atención al consumidor.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> Ser bachiller Ser amable y carismático con las personas, tener buena presencia.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> Brindar asesoramiento al cliente al momento de ofertar el producto. Tratar con amabilidad y paciencia a los clientes. Establecer una atención personalizada por cliente despejando sus dudas. Estar en constante capacitación de atención al cliente.
Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> Ser responsable al cumplir con los valores establecidos en la empresa. Gozar de buena memoria para agilizar la venta. Tener la facilidad de responder inmediatamente al requerimiento del cliente.
Organigrama:	
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --- Vendedor[Vendedor] Admin --- Recaudador[Recaudador] Admin --- Contador[Contador] Vendedor --- Bodeguero[Bodeguero] </pre>	


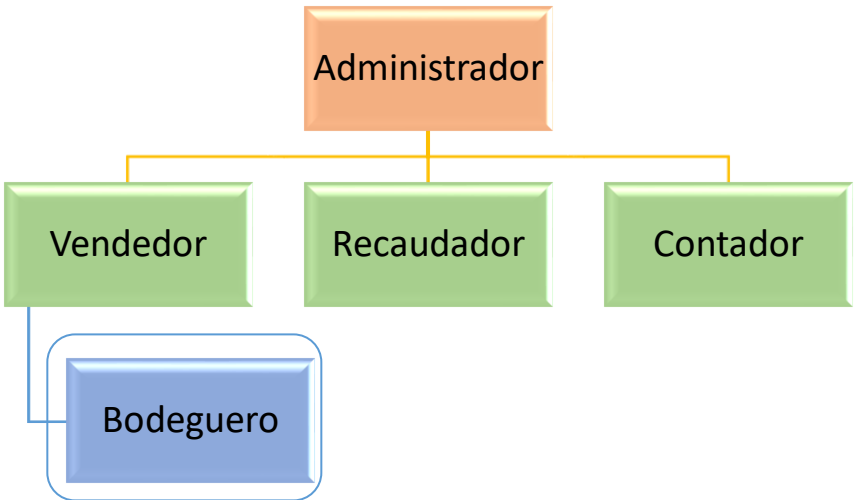
Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Tabla N° 84: Matriz Funcional Recaudador

	Área: Cobranzas Cargo: Recaudador Reporta a: Administrador
Descripción del Cargo:	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del cobro en efectivo por la venta de un bien o servicio.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> • Ser bachiller • Responsable y minucioso en el manejo del dinero de la empresa.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable directo del cobro de dinero recepción de cheque o documentos de valor. • En caso de pérdidas de dinero será responsabilidad directa del cajero. • Entregar informes diarios a su administrador para tener un registro exacto del dinero.
Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> • Estar altamente capacitado en atención al cliente. • Tener conocimientos sobre el manejo de sistemas contables. • Conocimiento sobre la elaboración de arquezos diarios.
Organigrama:	
 <pre> graph TD Administrador[Administrador] --- Vendedor[Vendedor] Administrador --- Recaudador[Recaudador] Administrador --- Contador[Contador] Vendedor --- Bodeguero[Bodeguero] </pre>	

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

Tabla N° 85: Matriz Funcional Bodeguero

	Área: Bodega Cargo: Bodeguero Reporta a: Administrador
Descripción del Cargo:	<ul style="list-style-type: none"> Llevar el control de entrada y salida de mercadería dentro de la empresa.
Perfil:	<ul style="list-style-type: none"> Ser bachiller
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> Llevar un registro exacto de ingreso y salida de mercadería. Realizar un inventario de los productos de la empresa. Ser responsable del estado de los productos. Estar sujeto a revisiones por parte de superiores para comprobación del inventario. Responsable de ingresar el inventario al sistema con el que trabaje la empresa. Realizar la revisión de entrega de producto correcto. Responsable de informar a sus superiores en caso de abastecimiento de mercadería.
Organigrama:	
 <pre> graph TD Admin[Administrador] --- Vendedor[Vendedor] Admin --- Recaudador[Recaudador] Admin --- Contador[Contador] Vendedor --- Bodeguero[Bodeguero] </pre>	

6.13. Constitución Jurídica

Para el inicio del negocio es necesario realizar diversos trámites de legalización de la empresa y así obtener los permisos correspondientes a su funcionamiento. La empresa según lo establecido por el Servicio de Rentas Internas se constituirá como una persona natural no obligada a llevar contabilidad a continuación se detalla los requisitos necesarios para obtener dichos permisos.

6.13.1. Servicio de Rentas Internas (SRI)

Para realizar el registro en el Servicio de Rentas Internas es necesario que el representante legal de la empresa se traslade a las oficinas del SRI correspondientes a la ciudad donde va a iniciar sus actividades. Este proceso debe ser efectuado en los treinta primeros días del inicio de la empresa. Según la actividad a realizarse debe obtener el Régimen Impositivo Simplificado o el Registro Único de Contribuyentes.

- **Personas Naturales**

Es necesario presentar la siguiente documentación para el registro:

- ✓ Original y copia de la cédula de ciudadanía
- ✓ Presentar el original y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
- ✓ Entregar una documentación que certifique el domicilio fiscal del sujeto pasivo.

6.13.2. Patente Municipal

Para el trámite de la obtención de la patente municipal es necesario presentar los siguientes requisitos:

- ✓ Presentar el formulario de inscripción a la patente.
- ✓ Copia de la cédula y certificado de votación actualizados del representante legal de la empresa.
- ✓ Copia del RUC o RISE.

- ✓ Correo electrónico y número de teléfono del representante legal.

6.13.3. Permiso de Bomberos

Para obtener el permiso de bomberos se presentará los siguientes documentos:

- ✓ Solicitud de inspección del local comercial.
- ✓ Compra de extintor.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Copia del Ruc.

6.13.4. Permisos de Importación

Para obtener el permiso de importación se necesita los siguientes requisitos:

- ✓ Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- ✓ Obtener el certificado digital de autenticación y firma electrónica emitido por el Banco Central del Ecuador (BCE) y por Security Data.
- ✓ Registrarse en ECUAPASS.
- ✓ Un agente de aduana es el encargado de realizar el proceso de desaduanización de la mercadería y tendrá la potestad de asesorar al importador sobre las mercaderías que puede ingresar al país.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1.Introducción

Los impactos son generados por implementar una actividad o proyecto. Ayudan a definir qué efecto genera un proyecto en términos económicos, ambientales, sociales e identificar su creación de aportar de manera positiva o negativa a la sociedad.

7.2.Objetivo General

Determinar los principales impactos que genera la creación de la empresa comercializadora en el ámbito: económico, social, comercial, educativo y ambiental con finalidad de potenciar efectos positivos y tratar de minimizar los efectos negativos que pudieran producirse en la ejecución del proyecto.

7.3.Matriz de Valoración de Impactos

Es necesario para el análisis de los impactos basarse en una matriz de valoración y aplicar la fórmula para mejor definición de porcentajes y así determinar el nivel real de aplicación por impacto.

La ponderación de impactos se registra en la siguiente tabla:

Tabla N° 86: Ponderación de Impactos

IMPACTO	CALIFICACIÓN	RANGO
Negativo	-3	Alto
	-2	Medio
	-1	Bajo
Indiferente	0	Indistinto
Positivo	1	Bajo
	2	Medio
	3	Alto

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

En la matriz anterior se puede detallar el nivel de calificación para cada impacto generado como positivo, indiferente o negativo, además para el adecuado cálculo se hace uso de la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{Número Total de Indicadores}}$$

7.4. Impacto Socioeconómico

Tabla N° 87: *Impacto Socioeconómico*

NIVEL IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de Ingresos							X	3
Generación de fuentes de trabajo						X		2
Satisfacción Social						X		2
Comercialización accesible para toda la población							X	3
TOTAL								10

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,5$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 3$$

Análisis:

Una vez aplicada la fórmula se logra determinar que la creación de la empresa en el aspecto socioeconómico se establece en un nivel positivo alto.

- **Generación de Ingresos.** - El proyecto es rentable lo cual crea seguridad para el emprendedor ya que percibirá ingresos al iniciar sus actividades con la comercializadora de repuestos automotrices a gasolina.

- **Satisfacción Social.** - Los habitantes de la ciudad tendrán acceso a una mejor calidad de repuestos a gasolina originales y alternos para diversas marcas lo que garantizará el buen funcionamiento de su automotor.
- **Comercialización accesible para toda la población.** - Los repuestos que ofrecerá la empresa ayudan al fortalecimiento y accesibilidad en la comercialización cubriendo las necesidades de los cliente evitando la adquisición de dichos productos fuera de la ciudad.

7.5. Impacto Comercial

Tabla N° 88: *Impacto Comercial*

NIVEL IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Variedad de Productos							X	3
Precios							X	3
Puntos de Venta					X			1
Publicidad							X	3
Mercado						X		2
Formas de Distribución						X		2
								14

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{14}{46}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,33$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2$$

Análisis:

Se determinó que la empresa generará un impacto comercial positivo medio a la creación del proyecto.

- **Variación de Productos.** - Los productos que se comercializarán están conformadas por las partes que con mayor frecuencia deben tener mantenimiento o cambio en un vehículo ya sean originales o alternas las cuales facilitarán la decisión de compra por parte del cliente.
- **Precios.** - Los precios serán accesibles para todos los consumidores debido a que según la marca a adquirir se encontrará con valores acordes a la necesidad y uso del vehículo.
- **Publicidad.** - Este indicador ayuda a fomentar la cultura de conocimiento por parte del consumidor promocionando la microempresa en medios publicitarios con mayor aceptación en la ciudad.
- **Puntos de Venta.** - El almacén se ubicará en un lugar accesible el cual brinde comodidad y seguridad al momento de asistir al local comercial ubicándose en un lugar accesible en vías, lugares de estacionamiento y el espacio adecuado para el uso de la microempresa.
- **Formas de Distribución.** - La distribución de los productos será de acuerdo al cliente si él no tiene la posibilidad de trasladarse al local comercial puede realizar un depósito con el valor de la pieza a adquirir y enseguida se procede a enviar al lugar donde él se encuentre.

7.6. Impacto Empresarial

Tabla N° 89: Impacto Empresarial

NIVEL								
IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Motivación							X	3
Emprendimiento						X		3
Productos de Calidad							X	1
Rentabilidad Económica							X	3
Respuesta al Riesgo						X		2
								12
								TOTAL

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{12}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,4$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2$$

Análisis:

Una vez aplicada la valoración del aspecto empresarial se logró obtener una respuesta positiva media del proyecto.

- **Motivación.** - Este indicador refleja el entusiasmo por parte del emprendedor al iniciar su actividad empresarial con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad y la de su familia.
- **Productos de Calidad.** - Los productos tendrán sus sellos que certifican la calidad en productos originales y alternos de acuerdo a la empresa comercializadora.
- **Rentabilidad Económica.** - El emprendimiento generará una rentabilidad adecuada la cual cubre en su totalidad los costos y gastos a los cuales esta se verá obligada a usar dentro del desarrollo de la misma.

- **Respuesta al Riesgo.** - El personal que se encarga del funcionamiento de la microempresa es altamente capacitado para corregir los riesgos a los que podría verse expuesta.

7.7. Impacto Educativo

Tabla N° 90: Impacto Educativo

NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO								
Conocimientos						X		3
Nuevos Aprendizajes						X		3
Respuesta Inmediata							X	1
								TOTAL
								7

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,33$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2$$

Análisis:

Después de realizar la valoración de impacto educativo se obtuvo una respuesta media positiva del proyecto.

- **Conocimientos.** - El personal cuenta con conocimientos obtenidos mediante sus estudios en instituciones que proporcionaron información adecuada sobre cómo crear un emprendimiento y su desarrollo.
- **Nuevos Aprendizajes.** - Se mantendrá una constante capacitación sobre temas que ayuden al desarrollo de la empresa lo que ayuda a mantener positivo el impacto genera a la empresa.

7.8. Impacto Ambiental

Tabla N° 91: Impacto Ambiental

NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO								
Manejo de Residuos							X	3
Contaminación Visual						X		2
Contaminación Auditiva						X		2
Reciclaje							X	3
								10
								TOTAL

Elaborado por: La Autora
Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,5$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 3$$

Análisis:

Una vez analizado el impacto ambiental se logró determinar que tiene una respuesta positivo alto del proyecto.

- **Manejo de Residuos.** - Los residuos creados por el trabajo diario dentro de la microempresa será adecuadamente distribuidos según su clasificación contribuyendo al cuidado del medio ambiente y de la salud.
- **Contaminación Visual.**- La empresa accederá a realizar campañas publicitarias que sean acordes a la actividad que desempeña la empresa que sean clara y precisas ayudando a la captación de clientes.
- **Contaminación Auditiva.** - En la publicidad mediante medios radiales se crearán campañas que ayuden a describir la información relevante de la microempresa es espacios adecuados.

7.9. Impactos Generados en el Proyecto

Tabla N° 92: Impactos Generados en el Proyecto

NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO								
Impacto Socioeconómico							X	3
Impacto Comercial						X		2
Impacto Empresarial						X		2
Impacto Educativo						X		2
Impacto Ambiental							X	3
								Total
								12

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{12}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,4$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2$$

Análisis:

Una vez analizados los diversos impactos que generará el proyecto se logró determinar una valoración positivo medio, lo que demuestra que el proyecto tendrá un aporte positivo hacia los habitantes de la ciudad contribuyendo a disminuir la contaminación ambiental causada por los vehículos.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el estudio de factibilidad enfocado en conocer si la creación de la empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos a gasolina en la Ciudad de Tulcán es favorable, se ha llegado a establecer lo siguiente:

- En el diagnóstico situacional mediante la aplicación de técnicas se logró analizar aspectos importantes de la ciudad identificando el entorno en el cual se maneja actualmente la población, economía empresarial, y diversas estrategias del mercado actual.
- Dentro del marco teórico se logró obtener conocimientos importantes para el desarrollo del proyecto, mediante la recopilación de información obtenida de libros, y fuentes confiables.
- El estudio de mercado fue de ayuda para obtener información sobre la demanda y la oferta que actualmente existe en la ciudad generando una demanda insatisfecha de \$131.260,46; gracias a encuestas realizadas a los habitantes tulcanes y entrevistas a comerciantes locales.
- En el estudio técnico se determinó la inversión inicial de \$18.759,29 necesaria para poner en marcha el proyecto, cuantificando la inversión fija, inversión variable y el capital de trabajo necesario para que no se vea interrumpido el proyecto al inicio de sus actividades.
- El estudio económico ayuda a la elaboración de los estados financieros de la empresa para así lograr desarrollar la aplicación de indicadores financieros como el Beneficio-Costo de \$1,08, el VAN de \$27.236,54, la TIR del 52% estos ayudan a la determinación de la viabilidad del proyecto para el emprendedor.

- La estructura organizacional de la empresa se definió de acuerdo a la necesidad del proyecto conformado por los departamentos necesarios para su funcionamiento, además se determinó las actividades a realizar en cada uno de los puestos administrativos y de ventas.
- En el análisis de los impactos que genera el proyecto se determinó las virtudes que éste podría originar en su creación, garantizando que no afectará de manera negativa a la población.

RECOMENDACIONES

- El diagnóstico situacional permitió identificar los aspectos positivos y negativos de la plaza en donde se pretende ubicar la microempresa por lo que se recomienda situar la empresa en la ciudad.
- Se debe aplicar todos los términos descritos en el marco teórico ya que estos ayudan a fomentar los conocimientos del personal para un buen desarrollo dentro de la empresa.
- Se recomienda utilizar la información obtenida del estudio de mercado para la aplicación de estrategias de comercialización, la diversificación del inventario, las marcas y tipos de repuestos con mayor demanda con la finalidad de cubrir la demanda local existente.
- Es importante que se realice la adquisición de los activos establecidos en el estudio técnico y se utilice los recursos de la inversión inicial para los fines determinados ya que esto permitirá el normal desarrollo de las actividades del proyecto.
- Se recomienda la implementación del proyecto ya que se determinó que genera una rentabilidad adecuada a su comercialización generando beneficios económicos para el inversionista y la población.
- En el desarrollo de la estructura organizativa es recomendable acatar las políticas establecidas para cada uno de los departamentos de la empresa para así poder llevar una disciplina interna.
- Es recomendable aplicar las medidas adecuadas para mitigar cada impacto negativo que pudiera generarse de la implementación del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁGUEDA CASADO, E., NAVARRO, J., & GÓMEZ MORALES, T. (2012). *SISTEMA DE TRANSMISIÓN DE FUERZAS Y TRENES DE RODAJE*. España: AUTOMOCIÓN.
- ARBOLEDA VÉLEZ, G. (2013). *PROYECTOS IDENTIFICACIÓN, FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y GERENCIA*. Colombia: ALFAOMEGA.
- ARMSTRONG, G., & KOTLER, P. (2013). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* (DECIMOPRIMERA EDICIÓN ed.). México: PEARSON.
- BACA URBINA, G. (2015). *INGENIERÍA ECONÓMICA* (SEXTA EDICIÓN ed.). México: MC GRAW HILL EDUCATION.
- CARMONA CHICANO, M., JIMÉNEZ GARCÍA, A., MONTEDEOCA LÓPEZ, R., & SORLÓZANO GONZÁLEZ, M. (2015). *TÉCNICAS DE SECRETARIADO DE DIRECCIÓN*. Andalucía-España: IC EDITORIAL.
- CASTRO FAJARDO, H. (2018). *PROYECTOS DE INVERSIÓN 1,2,3 : DE LA TEORIA DE LA PRACTICA*. Autoreseditores S.A.S.
- DIÁZ FONSECA, J. (2016). *APRENDER CONTABILIDAD FINANCIERA*. México: TRILLAS.
- EDITORIAL CEP. (2010). *MANUAL CONDUCTORES MECÁNICOS*. Madrid: EDITORIAL CEP.
- FERRELL, O., & HARTLINE, M. (2012). *ESTRATEGIA DE MARKETING* (QUINTA EDICIÓN ed.). México: CENGAGE LEARNING.
- FLÓREZ URIBE, J. (2015). *PLAN DE NEGOCIO PARA PEQUEÑAS EMPRESAS*. Bogotá: EDICIONES DE LA U.
- FLÓREZ URIBE, J. A. (2015). *PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

- GIL MARTÍNEZ, H. (2012). *MANUAL PRACTICO DEL AUTOMÓVIL REPARACIÓN, MANTENIMIENTO Y PRACTICAS*. Colombia: EDICIÓN MMXI/MMXII.
- GITMAN , L., & ZUTTER, C. (2016). *PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA* (DECIMOCUARTA EDICIÓN ed.). México: PEARSON.
- GUAJARDO CANTÚ , G., & ANDRADE DE GUAJARDO, N. (2014). *CONTABILIDAD FINANCIERA* (SEXTA EDICIÓN ed.). Perú: MC GRAW HILL.
- HITT, M., IRELAND, R., & HOSKISSON , R. (2015). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA COMPETITIVIDAD Y GLOBALIZACIÓN: CONCEPTOS Y CASOS* (11va EDICIÓN ed.). México: CENGAGE Learning.
- ISIQUE HUAROMA, J. (2016). *PROYECTOS AGROPECUARIOS*. Perú: EDITORIAL MACRO.
- KAPLAN , R., NORTON, D., KOTTER, J., PORTER, M., HAMEL , G., PRAHALAD, C., . . . CHRISTENSEN, C. (2016). *LO ESENCIAL EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL*. España: PROFIT EDITORIAL.
- KOTLER , P., & LANE KELLER, K. (2012). *DIRECCIÓN DE MARKETING* (DECIMOCUARTA EDICIÓN ed.). México: PEARSON.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2015). *MARKETING* (DECIMOCUARTA EDICIÓN ed.). México: PEARSON.
- LOUFFAT, E. (2012). *ADMINISTRACIÓN; FUNDAMENTOS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO*. Perú: ESAN.
- MARTÍNEZ VALVERDE, J. (2015). *MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL*. España: PARANINFO.

- MECÁNICA AUTOMOTRIZ. (2015). *MECÁNICO AUTOMOTRIZ.ORG*. Obtenido de MECÁNICO AUTOMOTRIZ.ORG: <https://www.mecanicoautomotriz.org/1132-material-composicion-componentes-clasificacion-tipos-vehiculos>
- MORUECO, R. (2014). *MANUAL PRÁCTICO DE ADMINISTRACIÓN*. Colombia: EDICIONES DE LA U.
- MOYA MORENO, L. (2015). *MANUALES DE POLÍTICAS CONTABLES EN LA APLICACIÓN DE NIIF PARA PYMES*. Colombia: LEGIS.
- OROVIO ASTUDILLO, M. (2010). *TECNOLOGÍA DEL AUTOMOVIL*. España: PARANINFO.
- RAMÍREZ PADILLA, D. (2013). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA*. México: MC GRAW HILL.
- RIVERA CAMINO, J., & GARCILLÁN, M. (2012). *DIRECCIÓN DE MARKETING FUNDAMENTOS Y APLICACIONES*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- ROJAS RISCO, D. (2013). *LA BIBLIA DEL MARKETING*. Barcelona-España: LEXUS.
- ROJAS RISCO, D. (2014). *MANUAL DE CONTABILIDAD Y COSTOS*. España: LEXUS.
- ROMERO LÓPEZ, J. (2013). *CONTABILIDAD PRACTICA PARA NO CONTADORES*. México: MC GRAW HILL EDUCATION.
- RUEDA SANTANDER, J. (2010). *TÉCNICO EN MECÁNICA & ELECTROMECAÁNICA AUTOMOTRIZ*. Colombia: EDISELI.
- SARMIENTO R., R. (2010). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. Quito: ANDINOS S.A.
- SINISTERRA V., G., POLANCO I., L., & HENAO G., H. (2011). *CONTABILIDAD SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LAS ORGANIZACIONES*. Colombia: MC GRAW HILL EDUCATION.

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE TULCÁN QUE
POSEEN UN VEHÍCULO A GASOLINA.**

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque su respuesta con una X.

CUESTIONARIO:

1. ¿Le gustaría que en la Ciudad de Tulcán exista una empresa comercializadora de repuestos para todo tipo de vehículos a gasolina?

Si No

2. ¿Qué marca de vehículo posee?

HONDA TOYOTA MAZDA KIA NISSAN FORD HYUNDAI VOLKSWAGEN FIAT CHEVROLET RENAULT

Otros _____

3. ¿De qué tipo de cilindraje es su vehículo?

- Cilindraje 1.0
- Cilindraje 1.2
- Cilindraje 1.4
- Cilindraje 1.6
- Cilindraje 2.0
- Cilindraje 2.2
- Cilindraje 2.4
4. ¿Cuál es la línea de trabajo a la que pertenece su vehículo?
- Servicio Público
- Servicio Particular
- Transporte Liviano (Camionetas)
5. ¿De acuerdo al uso de su vehículo que repuestos son los que usted adquiere con más frecuencia?
- Para Caja
- Para Motor
- Para Transmisión
- Para Suspensión
- Para Frenos
- Para Dirección
6. ¿En qué lugares prefiere adquirir sus repuestos?
- Almacenes de la localidad
- Casas Matrices de Vehículos Nacionales
- En Línea
- Otros Países
7. A la hora de adquirir repuestos, ¿Cuáles prefiere para su vehículo?
- Repuestos Originales
- Repuestos Alternos
8. ¿A la hora de seleccionar su proveedor de repuestos usted busca?
- Asesoramiento
- Variedad de Repuestos
- Existencia en Almacén
- Diversidad de Marcas
9. ¿Qué elementos considera más importantes al momento de adquirir los repuestos?
- Precio
- Forma de Pago

Variedad de Repuestos

Ubicación del Almacén

Atención al Cliente

10. ¿Es importante para usted tener asesoramiento por parte del vendedor antes de adquirir el producto?

Si

No

11. ¿De qué manera le gustaría verificar que el repuesto que está adquiriendo es el correcto para su vehículo?

Catálogo Electrónico

Catálogo Físico

Software de Repuestos

Repuesto Físico

12. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer los productos que ofrecerá la empresa?

Radio

Televisión

Redes Sociales

Volantes

13. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que esté ubicada la empresa?

Norte de la Ciudad

Centro de la Ciudad

Sur de la Ciudad

14. ¿Estaría dispuesto a adquirir los repuestos originales o alternos para su vehículo en una empresa nueva?

Si

No

ANEXO 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DE REPUESTOS DE VEHÍCULOS A GASOLINA EN LA CIUDAD DE TULCÁN.

1. ¿En su local de repuestos que marcas comercializa?
2. ¿Qué marcas son las más comercializadas?
3. ¿Qué línea de repuestos vende en su local?
4. ¿Qué línea de repuestos tiene mayor consumo?
5. ¿Usted comercializa repuestos originales o alternos?
6. ¿Existen comercializadoras de repuestos similares en la Ciudad de Tulcán? ¿Cuáles?
7. ¿Los precios de sus repuestos son competitivos en el mercado?
8. ¿Cuenta con una sucursal de su negocio?
9. ¿Los proveedores con quien trabaja son nacionales? ¿Cuáles?
10. ¿Realiza promociones para sus clientes?
11. ¿Cuenta con espacios publicitarios para dar a conocer su negocio?
12. ¿Cuáles son las formas de adquisición de productos?
13. ¿Cuál es su forma de pago con los proveedores?
14. ¿De que manera comercializa sus productos?
15. ¿Qué formas de pago ofrece a sus clientes?

ANEXO 3

Telf: 2959050/0997213031
R.U.C. 1001597697001

COTIZACIÓN N°
 FORMA VENUS 250-5B

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: ESTEFANY HEJIA		CIUDAD:	14	MES	06	AÑO	2018
ATENCIÓN:		DIRECCIÓN:					
SOLICITADO POR:		TELF.:		FAX:			

ESTA COTIZACIÓN TIENE LAS SIGUIENTES CONDICIONES

VÁLIDA HASTA:	FECHA DE ENTREGA:	VENDEDOR:
FORMA DE PAGO:	TRANSPORTE:	EMPAQUE:

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL	% I.V.A.
	1	ESCRITORIO PARA GERENCIA	200,00	200,00	
	2	ESCRITORIOS COUNTER.	180,00	360,00	
	3	SILLAS SECRETARIA CON BRAZOS	80,00	240,00	
	3	ARCHIVADORES METÁLICOS	150,00	450,00	
	3	MOSTRADORES CON VIDRIO	250,00	750,00	
	4	SILLA METÁLICAS	20,00	80,00	

BIENES Y/O SERVICIOS CON TARIFA 0%	BIENES Y/O SERVICIOS CON TARIFA	(1)	SUBTOTAL:
DESCUENTOS	DESCUENTOS	(2)	TOTAL DESC.
BASE IMPONIBLE DEL I.V.A.	(1) MENOS (2)	X	% I.V.A.
SON:	IMBARTE		TOTAL →
OBSERVACIONES:	FIRMA AUTORIZADA		
FECHA DE APROBACIÓN:	REVISADO POR:	ATENTAMENTE:	

FORMA VENUS 250-5B Producto elaborado por POLIGRAFICA C.A. compañía con certificación ISO 9001:2000 - Tels: (041) 2586733, Cepel: (02) 2504154, Quito - "26574"

ANEXO 4

MUEBLES DÁVILA Muebles Dávila **PROFORMA**
Calidad y garantía al por mayor y menor
Fábrica: Ciudadela Huertos Familiares calle Esmeraldas
 3-121 y 13 de Abril Telf.: 06 2606 135
Dirección: El Olivo calle Panamericana Norte Km 1
Telf.: 06 2607 601 **Cel.:** 098 683 7059 / 099 246 7000
IBARRA - ECUADOR

0000518

Señor: Estefany Mejia Telf.: 0981801494
 RUC/C.I. 0401742671 Fecha: 14-06-2018
 Dir.: El Olivo

Cant.	DESCRIPCIÓN	P. Unit.	TOTAL
3	Silla 3 en 1 de espera	130	390
2	Taburetes	20,00	40
10	Estanterias Metalicas reforzada	75,00	750
3	Archivadores Metalicos de 4 cajones.	150	450

ABONO: <input style="width: 80%;" type="text"/>	SALDO: <input style="width: 80%;" type="text"/>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="border-right: 1px solid black;">Subtotal \$</td><td style="text-align: right;">1,630</td></tr> <tr><td style="border-right: 1px solid black;">Descuento</td><td> </td></tr> <tr><td style="border-right: 1px solid black;">0% IVA</td><td> </td></tr> <tr><td style="border-right: 1px solid black;">IVA 12 %</td><td> </td></tr> <tr><td style="border-right: 1px solid black;">TOTAL \$</td><td style="text-align: right;">1,630</td></tr> </table>	Subtotal \$	1,630	Descuento		0% IVA		IVA 12 %		TOTAL \$	1,630
Subtotal \$	1,630											
Descuento												
0% IVA												
IVA 12 %												
TOTAL \$	1,630											
 _____ RECIBI CONFORME	 _____ ENTREGUE CONFORME											

ANEXO 5



Ibarra, junio de 2018

Señores

Presente.-

Reciba un cordial saludo del Grupo Corporativo del Norte, concesionaria de Diario El Norte, Radio Los Lagos, y www.elnorte.ec; a la vez el deseo de éxito en sus actividades diarias.

EL NORTE, diario de información regional, pone a su disposición las tarifas publicitarias, a continuación detallamos la inversión para anunciar en nuestra edición:

ESPACIO	MEDIDAS	VALOR LUNES- VIERNES B/N	VALOR SABADO- DOMINGO B/N
1 PAG	26cm X 33,3cm	300,00	324,00
1/2 PAG	26cm X 16,39cm	150,00	162,00
1/3 PAG	26cm X 12,19cm	112,50	121,50
¼ PAG	12,75cm X 16,39cm	75,00	81,00
1/8 PAG	8 cm x 12 cm	37,50	40,50

NOTA: El valor especificado es por día, la cotización es en blanco y negro, si se requiere la publicación Full color, el valor se duplica.

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA

DIARIO
EL NORTE



EL NORTE tv

ENTV

**publi
norte**

MATRIZ - IBARRA: Juan José Flores: 11-55 y Rafael Rosales (06) 2643 673 / 2955 495 / 2951 310 / 2643 675 Fax: 2643 674
AGENCIAS - QUITO: (02) 3332 002 / 3332 145 / 3332148 - OTAVALO: (09) 2923 002 - TULCÁN: (06) 2682 024

ANEXO 6



diseño y publicidad

agencia gráfica

CLIENTE:

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1000	Volantes A6 un lado	65,00	65,00
1000	Tarjetas de presentación full color acabado mate y uv selectivo	55,00	55,00
2	Banner (2 x0.80) en pet banner	85,00	170,00
4	Sellos rectangulares mediano	14,00	56,00
1	Rotulo en caja de luz 2x150	270,00	270,00
8	Señaléticas A4 (Baño, Salida de emergencia, No fumar, 911, Gerencia, Secretaría, Tesorería, Aula)	2,50	20,00

SUBTOTAL

www.agencia-grafica.com
Oviedo 10-38 y
Chica Narváez065000248
0989085092

agenciagrafica2012@hotmail.com

ANEXO 7

MEGA Ps

RAFAEL ROSALES T-ZU Y FLORES
 Teléfono(s) **0204205**

Nombre **ESTEFANY MEJIA** Proforma # **001002**
 Dirección **IBARRA** Ruc **0405742671**
 Ciudad Fecha **14-jun-2008**
 Teléfono Representante

Código	Descripción	UM	Cantidad	P. Unitario	Descuentos %			Total
					1	2	3	
4238	REGINA PAPEL BOND REPORT 70G	UNA	24,00	3,300	0	0	0	99,60
7258	GOMA EN BARRA UNO	UNA	3,00	1,300	0	0	0	4,02
4850	CAJA DE ESPERO BIC P/F AZUL	UNA	3,00	6,100	0	0	0	18,48
88270	CAJA DE GRAPAS ALUMIN 205X 50MM	UNA	10,00	0,502	0	0	0	5,02
18836	PERFORADORA MINITONER 302	UNA	3,00	3,705	0	0	0	11,35
64828	GRAPADORA MAREO	UNA	3,00	7,054	0	0	0	21,16
78973	CALCULADORA CASIO WS-50C-RED	UNA	3,00	12,400	0	0	0	37,20
74825	SCROGRAFIS	UNA	3,00	0,536	0	0	0	1,61
33854	CUBIERTO BORDADO ANIMAL 100X 100CM	UNA	10,00	1,300	0	0	0	13,00
73870	REGALTAGOR DOBLE PUNTA ANORMA	UNA	5,00	0,500	0	0	0	2,50
13882	TINTA PARA SELLOS PELINKO VIOLETA	UNA	5,00	1,226	0	0	0	6,14
8728	CORRECTOR LIQUIDO BESTER	UNA	10,00	0,570	0	0	0	6,70
4977	LA SORDIDERA MORICA 132 46 CAJA x 12	UNA	1,00	2,232	0	0	0	2,23
8732	BORRADOR BESTER 80T-200	UNA	1,00	0,175	0	0	0	0,18
14036	CAJA DE CLIPS REDOND	UNA	2,00	0,179	0	0	0	0,34
18727	CAJA DE CLIPS A COLORES STUBMARK	UNA	3,00	0,448	0	0	0	1,34
27814	TELEFONO NOK KKT-800UNICH	UNA	3,00	10,714	0	0	0	32,14
22880	ARCHIVADOR ARTESICO AZUL	UNA	50,00	2,586	0	0	0	129,48

Forma de Pago **CASH**

Subtotal	382,10
Descuentos	0,00
Tarifa 12%	298,50
Tarifa 0%	93,60
IVA	35,82
TOTAL	427,92

RUC:

1001993433001

Representante

ANEXO 8

MEGA Ps

RAFIEL RODRIGUES T-30 Y FLORES
Teléfono(s): 022444815

Nombre: ESTEFANY NIEVA **Programa #:** 001004
Rut: 0407742571
Dirección: BARRIA **Fecha:** 14-jun-2008
Ciudad: **Representante:**
Teléfono:

Código	Descripción	UM	Cantidad	P. Unitario	Descuentos %			Total
					1	2	3	
30070	ESPECIA CUBANA 33MM	UM	3,000	0,000	0	0	0	3,000
30080	PAPELADOR PROFESIONAL GRANDE	UM	3,000	3,795	0	0	0	11,385
15025	CESTRO INDUSTRIAL GALON	UM	3,000	4,071	0	0	0	12,213
27450	DESINFECTANTE PULS QUEMIA 4500G LITRO	UM	6,000	5,750	0	0	0	34,500
37090	PAPEL HIGIENICO 30X40 320000	UM	1,000	11,560	0	0	0	11,560
15020	TOMALLA	UM	10,000	2,902	0	0	0	29,020
4004	JABON JOLLY 400	UM	4,000	1,101	0	0	0	4,404
30050	GEL ANTIBACTERIAL	UM	2,000	1,165	0	0	0	2,330
10700	ENCUADERNO	UM	5,000	4,238	0	0	0	21,190
24050	FUNDA DE SIDA PARA EL BOLSILLO	UM	0,000	0,000	0	0	0	0,000
40020	CONTENSADOR DE PAPEL 40000 - FAMILIA	UM	2,000	11,057	0	0	0	22,114

Forma de Pago: CASH

Subtotal	196,72
Descuentos	0,00
Ivta 12%	23,61
Ivta 6%	12,10
TOTAL	232,43

Mega PS **RUC:** 1001993433001
Representante