UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y VENTA DE REPUESTOS EN EL CANTÓN ZAMORA"

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN

DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL.

Autor:

DANNY GARDEL CONDE AGUIRRE

Director:

Ing. Patricio Gómez Cabrera

Loja-Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN.

Ing. Patricio Gómez Cabrera

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que la presente investigación, titulada ***"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y VENTA DE REPUESTOS EN EL CANTON ZAMORA"***, presentada por Danny Gardel Conde Aguirre, fue dirigido, orientado y revisado en todas sus partes y en vista que cumple con los requisitos de forma y fondo, me permito autorizar su presentación, sustentación y defensa.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Loja, Enero de 2013.

Ing. Patricio Gómez Cabrera.
DIRECTOR DE TESIS.

AUTORÍA

Yo Danny Gardel Conde Aguirre declaro ser autor(a) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTOR: Danny Gardel Conde Aguirre

FIRMA. .....

CÉDULA: 1104345671

FECHA: Loja, julio de 2013

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo Danny Gardel Conde Aguirre, declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y VENTA DE REPUESTOS EN EL CANTON ZAMORA".** Como requisito para optar al Grado de: INGENIERO EN COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 30 de Julio del dos mil trece, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTOR: Danny Gardel Conde Aguirre

CÉDULA: 1104345671

DIRECCIÓN: Loja, Barrio Las Pitas.

CORREO ELECTRÓNICO: dannytite@hotmail.com

TELÉFONO: **CELULAR**: 0993027839

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Patricio Gómez Cabrera

PRESIDENTE DE TRIBUNAL: Ing. Ramiro Guzmán.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL. Ing. Raúl Chávez.

Ing. Ney Gallardo.

DEDICATORIA.

Primeramente a Dios, que con su grandeza me ha permitido llegar a estas instancias de mi vida, a mis Padres que han sido el pilar fundamental en mi vida, modelos de ejemplo de lucha y perseverancia diaria; a mis hermanos que me alientan en la interminable búsqueda de crecimiento como persona y como profesional y a todas las personas que colaboraron con el desarrollo de este proyecto.

Danny Conde Aguirre.

AGRADECIMIENTO.

A Dios creador del universo y dueño de nuestras vidas que nos permite construir otros mundos mentales posibles, al Ing. Patricio Gómez Cabrera Director de la presente Tesis por el apoyo académico brindado en el desarrollo del presente trabajo investigativo, a la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, Social y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas, por el soporte institucional dado para la realización de este trabajo, a mis Padres y Hermanos apoyo fundamental en el transcurso de mi vida y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización del presente proyecto, mi más sincero agradecimiento.

El Autor.

a.Titulo

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y VENTA DE REPUESTOS EN EL CANTÓN ZAMORA”

b. RESUMEN.

El presente tema de investigación denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y VENTA DE REPUESTOS EN EL CANTÓN ZAMORA”,**se desarrolló en base a los objetivos con la finalidad de realizar un Estudio de Mercado para conocer la oferta y la demanda de que posee la empresa de servicio automotriz y venta de repuestos, a su vez se elaboró un Estudio Técnico para determinar la localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto, también se definió la constitución legal y estructural en el Estudio Administrativo y para la culminación del mismo se elaboró un Estudio Financiero para determinar si la constitución de la empresa es factible o no.

El estudio de mercado permitió conocerla demanda potencial que está dada en un **100%**, la real del **19,94%** del parque automotor del Cantón Zamoray en cuanto a la demanda efectiva se determinó que el **56,44%** de ellos están dispuestos a utilizar nuestros servicios ya que consideran que sería beneficioso combinar los dos servicios dentro de un mismo establecimiento ya sea por comodidad o por ahorrar tiempo.

En el estudio técnico se definió el tamaño y localización de la empresa, para su ejecución y funcionamiento, teniendo una capacidad instalada de **1248**vehículos atendidos al año.

En el estudio organizacional se identificó los niveles jerárquicos y organigramas, además se estableció un manual de bienvenida y de funciones con el propósito de que los empleados de la Empresa **TALLER AUTOMOTRIZ “CONDE” S.A.,** servicio automotriz y venta de repuestos, tengan claras las funciones que deben realizar en cada uno de sus cargos y a la vez se sientan parte de ella.

En el estudio financiero se pudo determinar la inversión del proyecto que será de **$29.137,93**, esta inversión se divide en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo; el financiamiento de la inversión se la realizará mediante un capital propio que está valorado en **$9.137,93,** y un crédito de **$20.000,00** en laentidad financiera Banco de Guayaquil, con un plazo de **5 años** y con una tasa de interés del **12%**, pagos que serán realizados de manera semestral.

Para la evaluación del proyecto se hizo uso de las siguientes medidas: Valor Actual Neto (VAN) **$59.075,42**, Tasa Interna de Retorno (TIR) **77,41%**, Análisis de Sensibilidad con el incremento de los costos **20,24%**, y con la disminución de los ingresos **14,46%**, lo que quiere decir que el proyecto no es sensible, el Periodo de Recuperación de Capital se dará en un lapso de **1 año, 5 mesesy 8 días**, Relación Beneficio Costo (RBC) por cadadólar que se invierta se ganará **$0,40 centavos.**

Todos los aspectos tomados en cuenta anteriormente, darán lugar a que la empresa sea rentable y a la vez se convierta en una fuente generadora de empleo contribuyendo así al desarrollo socioeconómico del cantón, provincia y País.

ABSTRACT.

This research topic called **"FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY AUTOMOTIVE SERVICE AND PARTS SALE IN CANTON ZAMORA"**, was developed based on the following objectives in order to conduct a market study to know the offer and demand that the company has automotive service and spare parts, in turn produced a technical study to determine the location, size and project engineering, also defined the legal establishment and the structural and Management Study for the completion of that a study was to determine if the financial company incorporation is feasible or not.

The market study provided insights into the potential demand is given by **100%**, with **19,94%** of the actual fleet of Zamora and in terms of effective demand was determined that **56,44%** of them are willing to use our services because they believe it would be beneficial to combine the two services within the same establishment either for convenience or to save time.

The technical study defined the size and location of the company, its performance and operation, with an installed capacity of **1248**vehicles serviced annually.

The study identified organizational hierarchical levels and organizational charts, and established a welcome manual functional so that the employees of the Company **AUTOMOTIVE WORKSHOP "CONDE" S.A.**, automotive service and spare parts, have clear functions to be performed on each of their posts yet feel part of it.

The financial study it was determined that the project investment will be **$29.137,93,** this investment is divided into fixed assets, deferred assets and working capital, financing the investment is made through an equity capital that is valued at **$9.137,93** and a credit of **$ 20.000,00** in the Guayaquil Bank, with a term of **5 years** and an interest rate of **12%**, payments will be made every six months.

For the evaluation of the project made use of the following measures: Net Present Value (VAN) **$ 59.075,42**, Internal Rate of Return (TIR) **77,41%,** sensitivity analysis with cost increases **20,24%**, and with decreasing revenues **14,46%**, which means that our project is not sensitive, the Capital Recovery Period will be in a period of **1year, 5 monthsand 8 days**, Benefit Cost Ratio (RBC) by every dollar invested will earn **$ 0.40 cents.**

All aspects taken into account above, will result in the company being profitable while becoming a source of employment contributing to the socioeconomic development of the county, state and country.

c. INTRODUCCIÓN.

La presente tesis se enmarca en un **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y VENTA DE REPUESTOS EN EL CANTÓN ZAMORA"**, puesto que la constitución de la misma, contribuirá al desarrollo económico social del cantón, de la provincia y del país.

En la actualidad se presentan varias dificultades para la creación de empresas, a pesar de ello los empresarios se ven en la necesidad de invertir, para poder obtener un crédito económico y satisfacer sus necesidades básicas; es por ello que se ha decidido crear la Empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**, que presta el servicio Automotriz y venta de repuestos exclusivo solo para clientes, debido a la gran demanda que existe en el cantón y provincia.

Con este proyecto se pretende brindar un servicio de calidad a fin de mantener la fidelidad de los clientes y a la vez contribuir al desarrollo empresarial y brindar la oportunidad de nuevas fuentes de trabajo.

Para la elaboración del presente trabajo, se tomó en consideración varios aspectos como: el tema, el mismo que sirvió como guía para el desarrollo eficaz del proyecto, basándose en una problemática de la realidad empresarial.

Posteriormente se estableció un resumen a fin de dar a conocer en breves rasgos el contenido de la investigación.

Así mismo se ha incluido una revisión de literatura de conceptos y categorías que están relacionados con el tema de estudio.

En cuanto a los materiales y métodos, se utilizaron y aplicaron 4 métodos como científico, deductivo, inductivo y matemático; técnicas como la encuesta y la observación directa; los que permitieron identificar la población de estudio, que es el parque automotor del cantón **1772** vehículos.

También se determinó los resultados, en el cual se conoció la demanda que existe sobre el servicio, a través de encuestas aplicadas a los propietarios de los vehículos en circulación.

En el estudio técnico se definió el tamaño y localización del proyecto como: capacidad instalada, utilizada, macro-localización y micro-localización.

En lo que concierne a la ingeniería de la planta, tenemos un plano que ayudará a determinar la distribución y ubicación de la misma.

En el estudio organizacional se determinó los niveles jerárquicos, organigramas, manual de funciones y de bienvenida.

Dentro del estudio financiero se detallan los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo.

Para determinar la evaluación del proyecto se hizo uso de las siguientes medidas como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo (RBC), Análisis de Sensibilidad.

Posteriormente se determinó conclusiones obteniendo los resultados como:

Es viable realizar este proyecto porque no existen empresas que presten el servicio automotriz y venta de repuestos en el mismo local.

La inversión requerida para el proyecto se la recuperará en el segundo periodo de vida del proyecto.

De acuerdo al análisis de sensibilidad, aunque exista incremento en los costos o disminución en los ingresos el proyecto no es sensible.

Las recomendaciones han sido planteadas de acuerdo a las conclusiones obtenidas del proyecto.

Para implementar una empresa siempre son necesarios los estudios previos para evitar cualquier problema futuro.

Invertir estrictamente lo necesario.

La ubicación de la empresa es muy importante para brindar facilidad a los clientes.
Se debe utilizar mano de obra calificada para prestar un servicio de calidad.

En base a los estudios realizados se garantiza rentabilidad económica.

Por último se realizó una Bibliografía que servirá como base para enriquecer los conocimientos y fundamentar los mismos; en los anexos se podrá identificar el formato de la entrevista, encuestas, cuadros del estudio financiero, e imágenes relacionadas con el tema de estudio

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

SERVICIO

Definición:

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

La tarea de definir y conceptuar los servicios no es sencilla pues bajo el término **SERVICIOS** se abarca un conjunto heterogéneo de productos y actividades intangibles que resultan difíciles de englobar en una definición simple. Los servicios también son muchas veces difíciles de separar de los productos con los que pueden estar vinculados en diversos grados.

TIPOS DE SERVICIOS.

Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan conjuntamente para el crecimiento y desarrollo de una institución. Podemos encontrar dos tipos de servicios:

- ✓ Servicios Públicos. (Empresas del Estado)
- ✓ Servicios Privados. (Empresas Particulares)

SERVICIO AUTOMOTRIZ.

Es un novedoso concepto que ofrece una gran variedad de servicios de mantenimiento y correctivos, para todas las marcas y tipos de automóviles.

Para prestar este servicio se debe contar con un eficiente sistema de control que permita ofrecer a los usuarios entre otras cosas, precios preferenciales, calidad en el servicio y la recepción de automóviles más ágil y completa del mercado.

COMERCIO

Definición:

La palabra **COMERCIO** proviene del latín **commercium**. Ésta se descompone en **cum**, que significa **con**, y **merx**o**mercis**, que significa **mercancía**.

Mercancía es una "cosa mueble que se fabrica o se adquiere para ser vendida".

Commerciumera uno de los derechos que correspondían a los ciudadanos romanos no incapacitados, para adquirir y transmitir la propiedad.

La palabra **commercium**, utilizada junto al verbo **facere**, estaba referida a la actividad de intermediación entre la compra y venta de mercancías.

Desde el punto de vista económico, se llama *comercio* a la intermediación entre la oferta y la demanda de mercaderías, con el objetivo de obtener un lucro.

EL COMERCIO COMO INTERMEDIACIÓN

Cualquiera sea la civilización de que se trate, existe un momento histórico en su evolución, en el que el intercambio pasa a un

segundo plano. Esta evolución se encuentra vinculada con el establecimiento de relaciones entre civilizaciones que se encuentran separadas por una cierta distancia y, especialmente, cuando entre una civilización y otra existe un mar, un desierto o una cadena montañosa. En esa circunstancia es que aparece en escena un personaje, que percibe que puede adquirir la producción local, transportarla hasta un lugar en el que el producto escasee y venderla allí a un precio superior al que compró la mercadería. Esta persona, como fruto del servicio que presta, obtiene un lucro, que consiste en la diferencia entre el precio al que compra y el precio al que vende, deducidos sus gastos.

La operación que realiza esta persona se denomina *intermediación*. La intermediación supone que **la mercadería entra al patrimonio del intermediario y vuelve a salir**, sea en el mismo estado, o sea después de darle una forma de mayor o menor valor.

INTERMEDIACIÓN Y COMPRAVENTA

El contrato por el cual una mercadería entra al patrimonio de una persona, con la finalidad de ser vendida luego, se denomina **compraventa mercantil**. Éste constituye el acto de comercio por antonomasia y, por ello, encabeza la lista de los actos reputados comerciales por el art. 7 del Cod.Com:

"*La Ley reputa actos de comercio en general:*

1. Toda compra de una cosa para revenderla o alquilar el uso de ella, bien sea en el mismo estado que se compró, o después de darle otra forma de mayor o menor valor."

INTERMEDIACIÓN Y COMERCIANTE

De la especialización en la intermediación, como una nueva manifestación del principio de la división del trabajo, aparece la figura del **comerciante**. La función de intermediación la cumple, de una manera especializada, una persona o un grupo de personas.

MECÁNICA.

Definición:

La mecánica es la rama de la física que describe el movimiento de los cuerpos, y su evolución en el tiempo, bajo la acción de fuerzas.

MECÁNICA AUTOMOTRIZ.

Definición:

Es el área dedicada al mantenimiento y reparación de vehículos automotores de combustión interna ya sean a gasolina, a diesel, eléctricos, a gas, etc.[1]

ACTIVIDADES DE LA MECÁNICA AUTOMOTRIZ.

- Diseña la adaptación, modificación, montaje y operación de sistemas automotrices
- Investiga la utilización de carburantes y energías alternativas
- Transformación de sistemas de combustible
- Asesoramiento y mantenimiento de equipos industriales y pesados

PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN EL ÁREA DE LA MECÁNICA AUTOMOTRIZ.

- Mantenimiento de equipo pesado y liviano
- Alineación de vehículos
- Sistema eléctrico de automóviles
- Mantenimiento preventivo

[1]http://es.wikipedia.org/wiki/Mec%C3%A1nica_automotriz

- Mantenimiento correctivo

CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ.

- Consultaría en la transformación de vehículos propulsados a gasolina en gas.
- Asesoramiento en diagnosis y mantenimiento de vehículos.

DIAGNÓSTICO.

Concepto.

Etimológicamente el concepto diagnostico proviene del vocablo griego, el cual tiene dos raíces, (día) que significa a través de por y (gignoskein) que significa conocer, así etimológicamente diagnostico significa conocer a través de.

El concepto de este significado es la identificación de la naturaleza o esencia de una situación o problema y de la causa posible o probable del mismo, es el análisis de la naturaleza de algo.[2]

IMPORTANCIA.

En términos generales la importancia del diagnóstico radica en:

- Recolección de información o datos del sujeto de diagnóstico y la realidad circundante.
- Análisis de la información recolectada para descubrir los problemas
- Descubrimiento de las causas de los problemas.[3]

[2]http://www.definicion.org/diagnostico

[3]http://knol.google.com/k/la-importancia-del-diagn%C3%B3stico#

¿Quién puede realizar un diagnóstico?

Cualquier persona que desee una afirmación o conclusión acerca de la causa o esencia de un estado, situación o problema.

TIPOS DE DIAGNÓSTICO:

- **Diagnóstico Empresarial:**

Es el resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de empresas, que permite determinar y valuar las relaciones de causa-efecto de los problemas detectados y dar solución integral.

- **Diagnóstico Organizacional:**

Se lo define como una de las etapas del desarrollo organización. Cuando una empresa experimenta ciertos problemas y los directivos recurren a un experto para efectuar un cambio planeado en la organización. Ambos coinciden (directivos y el experto) en la necesidad de un diagnostico organizacional. Así, el consultor procede a recopilar información en varias unidades organizacionales por medio de cuestionarios, entrevistas y observaciones. Los datos son analizados y preparados para retroalimentación.

- **Diagnóstico Situacional:**

Tiene mucho que ver con una corriente teórica denominada enfoque situacional que es una corriente que parte del principio según el cual la administración es relativa y situacional es decir, depende de las circunstancias ambientales y tecnológicas de la organización. En otras palabras conjuga el momento y el contexto en que la organización se encuentra.

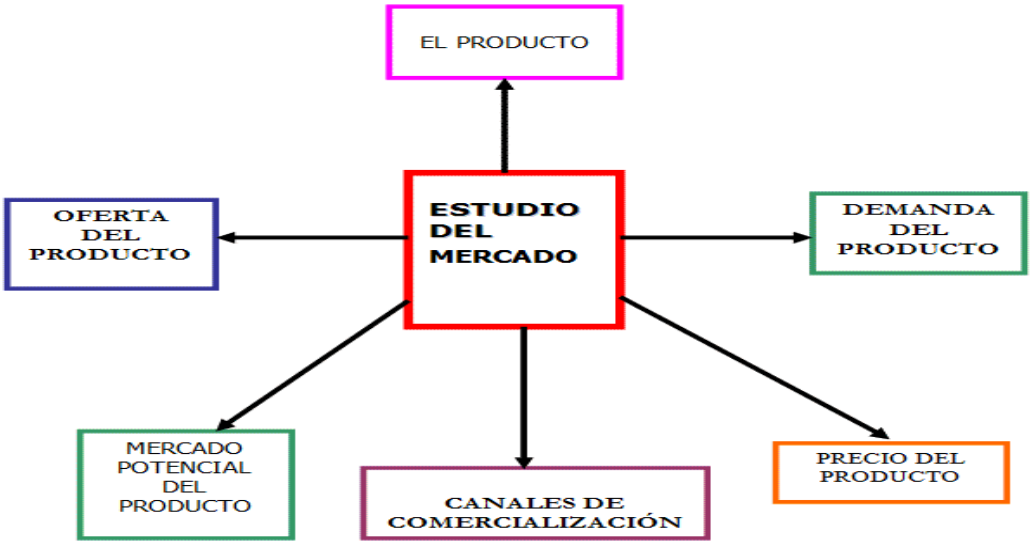
El principal objetivo del diagnóstico situacional es la de proporcionar información específica y fidedigna para así poder aplicar las medidas preventivas o correctivas, según sea el caso.

- **Diagnóstico Estratégico:**

El término estratégico da a entender que en este caso, el diagnostico se enfoca directamente a evaluar la brecha existente entre lo que requiere hacer y lo que se hace, por lo que su contenido no considera otros aspectos emergentes que podrían ayudar a describir mejor el estado de la cuestión.

Así también, tiende entenderse que le diagnostico estratégico viene a ser un segundo diagnóstico, puesto que el primer diagnóstico va a buscar interpretar una serie de factores que ayuden a conocer la situación en que se encuentra tomando en cuenta el macro ambiente y el microambiente de la organización en cuestión.[4]

ESTUDIO DE MERCADO.



[4]http://www.bestpublicity.net/index.php?option=com_content&view=article&id=493:icuales-son-los-tipos-de-diagnostico&catid=70:gerencial-y-liderazgo&Itemid=11

CONCEPTO DE MERCADO.

Es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y los vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub-segmentos.

Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

No existe una sola forma de segmentar un mercado, es por eso que se deben probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado.

A continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

- **Segmentación geográfica.-**Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.
- **Segmentación demográfica.-**Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos.
- **Segmentación psicográfica.-** Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación por conducta**.- En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.[5]

OFERTA.

Es la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos, está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros.

DEMANDA.

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

[5]http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html

DEMANDA INSATISFECHA.

Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada.[6]

COMPETENCIA.

Es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes. Los oferentes se encuentran así en una situación de competencia para ser preferidos por los consumidores, y los consumidores, a su vez, para poder acceder a la oferta limitada.[7]

PRODUCTO.

Es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

[6]http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta_y_demanda
[7]es.wikipedia.org/wiki/Competencia

PRECIO.

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción. Sin embargo incluye: forma de pago: efectivo, cheque, tarjeta de crédito, etc.

CONDICIONES QUE FAVORECEN LA FIJACIÓN DE PRECIOS.

- El mercado es muy sensible al precio y un precio bajo estimula su crecimiento
- Los costos de producción y distribución bajan al irse acumulando experiencia en la producción
- El precio bajo desalienta la competencia real y potencial.[8]

PROMOCIÓN.

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas etc, para el logro de los objetivos organizacionales

La mezcla de promoción está constituida por:

- Promoción de ventas
- Fuerza de venta o Venta personal
- Publicidad
- Relaciones Públicas
- Comunicación Interactiva

[8]http://www.monografias.com/trabajos16/fijacion-precios/fijacion-precios.shtml

HERRAMIENTAS PROMOCIONALES.

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.
- **Promoción de ventas**: Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.
- **Relaciones públicas:** La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- **Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.[9]

PLAZA O DISTRIBUCIÓN.

Es dónde se comercializa el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Se incluyen los canales de distribución por ser éstos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final.

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el

[9]http://www.monografias.com/trabajos/promoproductos/promoproductos.shtml

cliente, así será la denominación del cliente.[10]

ESTUDIO TÉCNICO.

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.

El objetivo es destinar el sitio exacto donde se instalara la fábrica o empresa es decir un lugar geográfico más óptimo, para lo cual se considera la macro localización y lamicro localización.

Es importante la localización de la planta y puede tener influencia sobre la inversión y sobre los costos operativos. Por lo general, la localización de la planta es considerada o reconocida minuciosamente de tiempo en tiempo.

MACROLOCALIZACIÓN.

La empresa debe estar ubicada en un lugar estratégico para que tenga rentabilidad donde los costos de la materia prima y mano de obra sean accesibles y de bajo costo, para realizar el trabajo.

MICROLOCALIZACIÓN.

Es el lugar donde funcionara la planta de producción donde nos ubicaremos en el sitio más adecuado cuidando el medio ambiente para de esa manera obtener mejores utilidades.

[10]http://www.free-logistics.com/index.php/es/Fichas-Tecnicas/Marketing-para-logisticos/Canal-de-Distribucion-Plaza.html

TAMAÑO DE LA PLANTA.

Se conoce como tamaño de una planta o empresa la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo. Es decir, volumen, peso, valor, o unidades de producto elaborados por año, mes, días por turnos y horas, etc. La capacidad de un proyecto o empresa se expresa, no en términos de la cantidad de productos que se obtienen, sino en función del volumen de materia prima que se procesa. En proyectos que cuentan con equipos de diferentes capacidades, la capacidad del proyecto viene dada en función de los equipos de menor capacidad.

Para aquellos proyectos que fabriquen o procesen diversos productos de características diferentes, el tamaño del proyecto se acostumbra especificar con respecto a la producción de un producto.

INGENIERÍA DE LA PLANTA.

La ingeniería de la planta consiste en disponer la mejor ubicación de los equipos y otros elementos físicos en la empresa para facilitar la circulación de los materiales de las personas.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad que se va a instalar es la que se va a proyectar por ejemplo, si voy a trabajar incrementando producción por uno nuevos equipos se aumentara la capacidad de la planta, si ahora la empresa está trabajando y en un día produce por ejemplo 50 tornillos diarios, con una nueva máquina, va a estar en condiciones de aumentar el volumen de lo producido.

CAPACIDAD UTILIZADA.

El alto valor porcentual del arranque de la producción, así como el crecimiento anual establecido, son consecuencia del análisis de mercado, el desarrollo planificado de la producción, basado en dicho análisis, y de la capacidad de la tecnología utilizada.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

La distribución de planta es aquella donde están ordenadas todas las áreas específicas de un planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

VENTAJAS DE TENER UNA BUENA DISTRIBUCIÓN.

- Disminución de las distancias a recorrer por los materiales, herramientas y trabajadores.
- Circulación adecuada para el personal, equipos móviles, materiales y productos en elaboración, etc.
- Utilización efectiva del espacio disponible según laυ necesidad.
- Seguridad del personal y disminución de accidentes.
- Localización de sitios para inspección, que permitan mejorarυ la calidad del producto.
- Disminución del tiempo de fabricación.
- Mejoramiento de las condiciones de trabajo.
- Incremento de la productividad y disminución de los costos.

PROCESOS DE LA PLANTA.

Se llama planta de proceso al lugar en el que se desarrollan diversas operaciones industriales, entre ellas operaciones unitarias, con el fin de transformar, adecuar o tratar alguna materia prima en particular a fin de obtener productos de mayor valor agregado.

Todas las plantas de proceso requieren para operar, además de equipos sofisticados, instrumentos en general, materia prima y recurso humano; recursos energéticos, agua, e insumos.

Los profesionales que operan los diversos equipos y que forman parte de las líneas de mando en una planta de procesos a menudo son ingenieros y técnicos con conocimientos en determinados tipos de procesos.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

CONCEPTO.

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidas. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto de métodos de diseño de

empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

APRECIACIONES ESPECÍFICAS.

El objetivo es exponer las bases fundamentales del aspecto técnico de un proyecto, especifico, que proveen la información de tipo económico al preparador y evaluador del proyecto , además es una propuesta de formas de recopilación y sistematización de la información relevante de inversiones y costos que se extrae del estudio técnico.

Mediante el estudio de ingeniería se determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios.

EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

Se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).

El proceso de producción incluye:

- Evaluación técnica de las materias primas.
- Obtención de información técnica sobre productos, procesos y patentes.
- Selección del proceso productivo.[11]

[11] *www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10518/4/cap4.pdf*

ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO.

ORGANIZACIÓN.

Organizar es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir.

ORGANIGRAMAS.

Se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación

Los organigramas más utilizados dentro de la empresa son:

- Organigrama Estructural
- Organigrama Posicional
- Organigrama

EL ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

Permite la cuantificación de las inversiones y los costos de operación derivados de la administración del proyecto, una vez éste se implemente.

El estudio administrativo permite conocer el dimensionamiento físico de oficinas y su equipamiento; el nivel de los cargos ejecutivos, para calcular el costo de las remuneraciones y los procedimientos administrativos, para calcular los costos indirectos.

Este estudio consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación.

OBJETIVO DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

El objetivo de éste estudio es el de analizar los aspectos organizacionales del proyecto, los procedimientos administrativos, los costos que se derivan de su implementación aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos.

ESTUDIO LEGAL.

En la preparación del proyecto, se debe definir la estructura legal que permite el mejor desarrollo del proyecto. Para ello se tiene en cuenta: el volumen de operaciones, magnitud de las inversiones requeridas, número de socios, aspectos legales, tributarios y laborales vigentes.

ESTUDIO FINANCIERO O ESTUDIO ECONÓMICO.

INVERSIÓN.

Es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos, durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social, es donde un inversionista coloca dinero en un instrumento paraobtener beneficios o

ganancias. La inversión financiera es aquella que se realiza en soporte financiero o activo financiero.[12]

ACTIVOS.

Es un documento legal que representa una inversión o un derecho económico para quien está entregando el dinero y es un mecanismo de financiación para quien lo está emitiendo, en otras palabras, recibiendo el dinero en préstamo, bienes con valor comercial que una compañía posee y que aparecen en su balance general, con inclusión de dinero en efectivo, equipo, inventario, etc.

TIPOS DE ACTIVOS.

Se clasifican en:

- Activo circulante o corrientes
- Activos fijos
- Otros activos

ACTIVOS CIRCULANTES O CORRIENTES.

Son aquellos activos que son efectivos o que se pueden convertir fácilmente a efectivo en un plazo no mayor a doce meses. Para efectos de ubicación, en el balance deben aparecer en orden de liquidez de la siguiente forma:

- Caja
- Bancos
- Cuentas por cobrar
- Inventarios

[12]http://es.wikipedia.org/wiki/Inversi%C3%B3n

ACTIVOS FIJOS.

Inmuebles, Maquinarias Y Equipos. En esta categoría incluye aquellos bienes que cumplen con las siguientes características:

- Ser propiedad de la ONG
- Ser de naturaleza duradera
- No estar destinados para la compra/venta
- Que sean necesarios para desarrollar los programas o actividades de la organización.

Dentro de estos activos, se mencionan: mobiliario, vehículos, enseres, equipo, edificios, etc.

OTROS ACTIVOS.

Son aquellos que no se pueden clasificar, ni como circulantes ni como fijos, pero que son propiedades que la organización tiene y que utilizar para llevar a cabo sus programas, por ejemplo: gastos pagados por adelantado, alquileres, seguros, papelería, etc.

De acuerdo con esta clasificación, los activos totales de una organización son:

$$\text{Activos Totales} = \text{Activos Circulantes} + \text{Activos Fijos}$$

FINANCIAMIENTO.

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

INGRESOS.

Cantidades que son pagadas o debidas a una empresa, a cambio de la venta de sus productos o prestación de un servicio.[13]

PRESUPUESTO.

Es la previsión de gastos e ingresos para un determinado lapso, por lo general un año. Permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas a establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. Para alcanzar estos fines puede ser necesario incurrir en déficit (que los gastos superen a los ingresos) o, por el contrario, puede ser posible ahorrar, en cuyo caso el presupuesto presentará un superávit (los ingresos superan a los gastos), es también un documento o informe que detalla el coste que tendrá un servicio en caso de realizarse. El que realiza el presupuesto se debe atener a él y no puede cobrarlo si el cliente acepta el servicio. El presupuesto se puede cobrar o no en caso de no ser aceptado.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (**IT = CT**). Un **punto de equilibrio** es usado comúnmente en las empresas/organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el

[13]http://es.wikipedia.org/wiki/Activo_%28contabilidad%29

punto de equilibrio tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.[14]

VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los cash-flows futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Valor	Significado	Decisión a tomar
VAN > 0	La inversión produciría ganancias	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría pérdidas	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

[14]http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_del_punto_de_equilibrio

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno (TIR) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero.

La regla para realizar una inversión o no utilizando la tasa interna de retorno es la siguiente:

Cuando la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión.

Si la tasa interna de retorno es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.

Cuando la tasa interna de retorno es igual a la tasa de interés, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no.

Tasa interna de retorno > i => realizar el proyecto

Tasa interna de retorno < i => no realizar el proyecto

Tasa interna de retorno = i => el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no.

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO.

La relación Beneficio/costo está representada por la relación Ingresos y Egresos, consiste en dividir el valor presente de los ingresos entre el valor presente de los egresos. El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- **B/C > 1** implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- **B/C = 1** implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- **B/C < 1** implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión original de capital. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital, se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste, en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Es el método que se aplica a los diversos modelos matemáticos para apreciar cómo afectan las desviaciones de los valores numéricos de los parámetros a las conclusiones que pueden extraerse.[15]

[15]http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

MÉTODOS

En el proceso metodológico de la presente investigación se aplicaran los siguientes métodos:

EL MÉTODO CIENTÍFICO.

Se considera método científico a una serie de pasos sistemáticos e instrumentos que nos lleva a un conocimiento científico.

Permitió fundamentar el esquema teórico del proyecto, mediante la recolección de información verídica, sobre los proyectos de inversión y sobre el parque automotor del cantón Zamora.

MÉTODO DEDUCTIVO.

Es el método que permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares.

Permitió conocer a ciencia cierta los gustos y preferencias de los demandantes del servicio de Mecánica Automotriz.

MÉTODO INDUCTIVO.

Se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general.

Permitió conocer el mercado demandante del servicio de Mecánica Automotriz, a la vez la población a la cual va dirigido la nueva empresa.

El método inductivo permitió a través de las encuestas realizadas conocer la aceptación de la empresa en el mercado del cantón Zamora.

MÉTODO MATEMÁTICO.

El método matemático ayudo a realizar toda la sistematización que la investigación requirió, así mismo permitirá cuantificar los resultados y demostrarlos en los cuadros estadísticos.

MATERIALES.

RECURSOS MATERIALES.

Entre los principales se tiene:

- Material bibliográfico (libros, copias, periódicos, revistas e internet)
- Hojas de papel bond
- Cartuchos de tinta
- Esferográficos, lápiz, borrador, corrector, etc.

TÉCNICAS.

Las técnicas de investigación son mecanismos para la recopilación de datos, para verificar los métodos empleados en lo investigado, para llegar a la verdad del suceso estudiado.

ENCUESTA.

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones personales interesan al investigador

Permitió conocer las necesidades, preferencias y expectativas que presentan los consumidores ante el servicio a ofrecerse, “Servicio Automotriz y venta de repuestos”. Cabe recalcar que las encuestas aplicadas fueron realizadas al azar, a los propietarios de los vehículos del parque automotor del cantón Zamora.

OBSERVACIÓN.

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis

Se la realizó de forma directa con la finalidad de conocer el comportamiento de los posibles usuarios del servicio de Mecánica Automotriz en el cantón Zamora, para tener una visión clara de los gustos y preferencias de los mismos.

CALCULO DE LA MUESTRA.

El propósito de la presente investigación es conocer la factibilidad de la implementación de una empresa automotriz y venta de repuestos en la ciudad de Zamora, lo que se investigaran las diferentes variables que son competencia, demanda, precios y costos.

La misma se realizará tomando en cuenta el parque automotor de la ciudad de Zamora año 2012.

CUADRO Nº1
PROPIETARIOS DE VEHICULOS A GASOLINA
DEL PARQUE AUTOMOTOR DEL CANTON ZAMORA

TRANSPORTE	Nº UNIDADES
Cooperativa de transporte público (Camionetas)	80
Cooperativa de taxis	62
Vehículos	1630
TOTAL	**1772**

Fuente: Comisión de Tránsito de Zamora

Elaboración: El Autor

En donde se tiene:

n = Tamaño de la muestra

1 = Corregir el error

N = Población

e = Error, se aplica el 5%

DESARROLLO DE LA FÓRMULA.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

$$n = \frac{1772}{1 + (0{,}05)^2 1772}$$

$$n = \frac{1772}{5{,}43}$$

$$n = 326 \; PROPIETARIOS \; DE \; VEHICULOS$$

CUADRO Nº2

DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS PROPIETARIOS DEL LOS VEHICULOS DEL PARQUE AUTOMOTOR DEL CANTON ZAMORA

TRANSPORTE	Nº UNIDADES	%
Cooperativa de transporte público (Camionetas)	69	21,17
Cooperativa de taxis	59	18,10
Vehículos Particulares	198	60,74
TOTAL	**326**	**100,00**

Fuente: Cuadro 1.

Elaboración: El Autor

f. RESULTADOS

- **TABULACIÓN, REPRESENTACIÓN GRAFICA E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS POSIBLES CLIENTES.**

1. ¿Usted le da un correcto mantenimiento a su vehículo?

CUADRO Nº 3

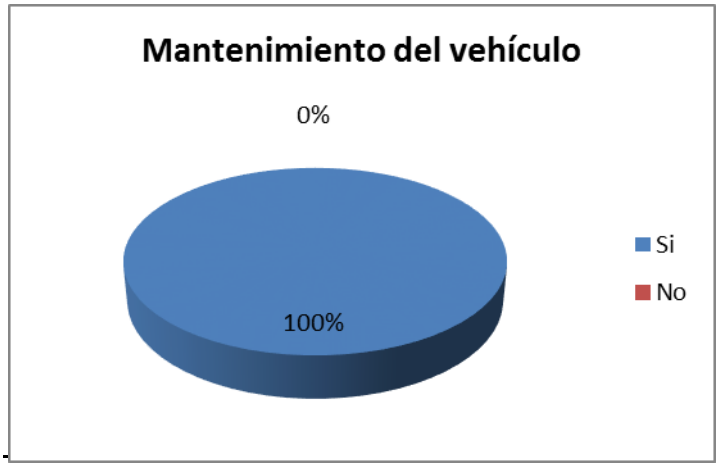
MANTENIMIENTO CORRECTO DEL VEHÍCULO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	326	100,00
No	0	0,00
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 1



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN. Las 326 personas que equivalen al 100%, si le dan un correcto mantenimiento a su vehículo.

2. ¿Cada qué tiempo realiza el mantenimiento de su vehículo?

CUADRO Nº4

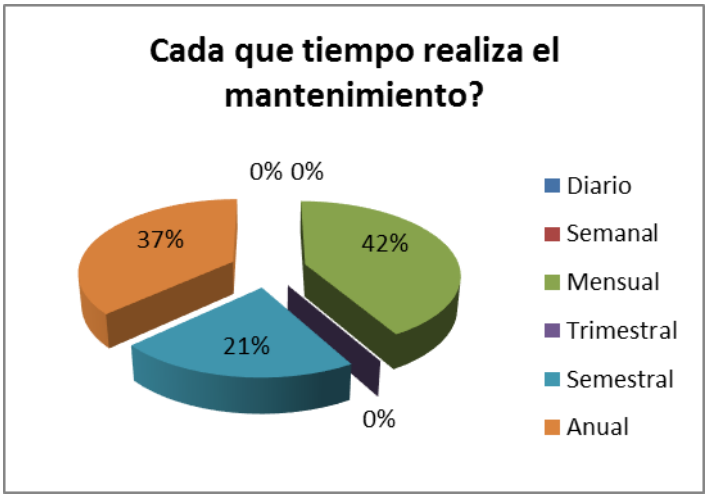
CADA QUE TIEMPO REALIZA EL MANTENIMIENTO DEL MOTOR DEL VEHÍCULO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	0	0,00
Semanal	0	0,00
Mensual	136	41,72
Trimestral	0	0,00
Semestral	70	21,47
Anual	120	36,81
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 2



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN. De los 326 propietarios encuestados que representan el 100%, 136 personas que equivalen al 41,72% realizan el mantenimiento de su vehículo mensualmente; 70 personas que representan el 21,47% lo realizan de forma semestral; mientras que 120 personas que equivalen al 36,81% lo realizan anualmente.

3. Ciudad donde da mantenimiento a su vehículo

CUADRO Nº 5

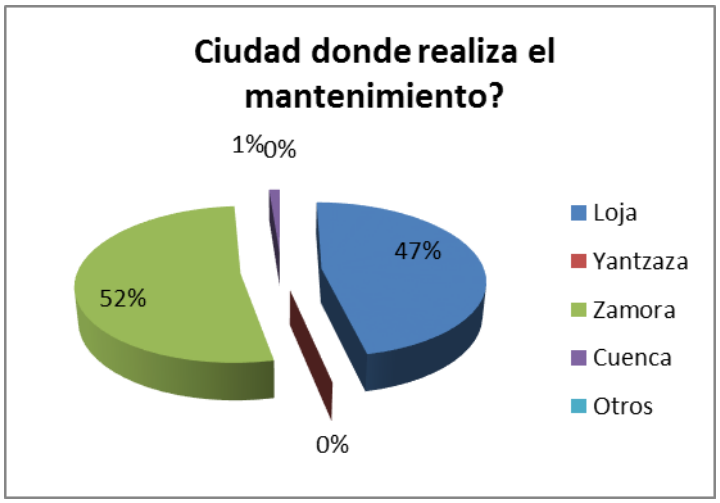
CIUDAD DONDE REALIZA EL MANTENIMIENTO DEL MOTOR DEL VEHÍCULO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Loja	152	46,63
Yantzaza	0	0,00
Zamora	170	52,15
Cuenca	4	1,23
Otros	0	0,00
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 3



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN. De las 326 personas encuestadas equivalentes al 100%. 170 propietarios que representan el 52,15% realizan el mantenimiento del vehículo en la Ciudad de Zamora, 152 encuestados equivalentes al 46,63% responden que reparan su vehículo en la Ciudad de Loja, mientras que 4 personas que equivalen al 1,23% manifiestan que llevan sus autos a la ciudad de Cuenca.

4. ¿A qué lugar lleva su vehículo para el mantenimiento?

CUADRO Nº 6

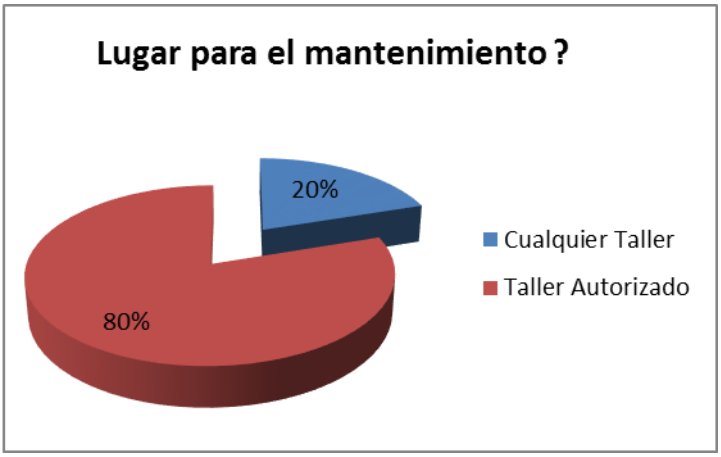
LUGAR DE MANTENIMIENTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cualquier Taller	65	19,94
Taller Autorizado	261	80,06
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 4



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN. De las 326 personas encuestadas equivalentes al 100%, 65 propietarios que representan el 19,94% llevan su vehículo a cualquier taller, mientras que 261 encuestados que equivalen al 80,06% llevan sus vehículos a los talleres autorizados.

5. ¿Cuánto paga por el servicio de mantenimiento?

CUADRO Nº 7

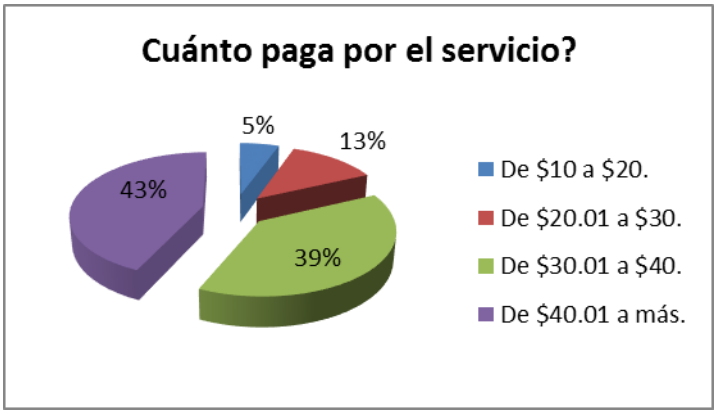
CUANTO PAGA POR EL SERVICIO DE MANTENIMIENTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De $10 a $20.	18	5,52
De $20.01 a $30.	41	12,58
De $30.01 a $40.	126	38,65
De $40.01 a más.	141	43,25
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 5



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN. De las 326 personas encuestadas que representan el 100%, 141 personas equivalentes al 43,25% manifiestan que pagan por el servicio de $40.01 en adelante, 126 propietarios que representan el 38,65% dicen que pagan de $30.01 a $40; mientras que el 12,58% pagan de $20.01 a $30, finalmente la diferencia q es de un 5,52%, cancelan cantidades de $10 a $20.

6. Al momento de requerir repuestos. ¿En qué lugar los compra?

CUADRO Nº 8

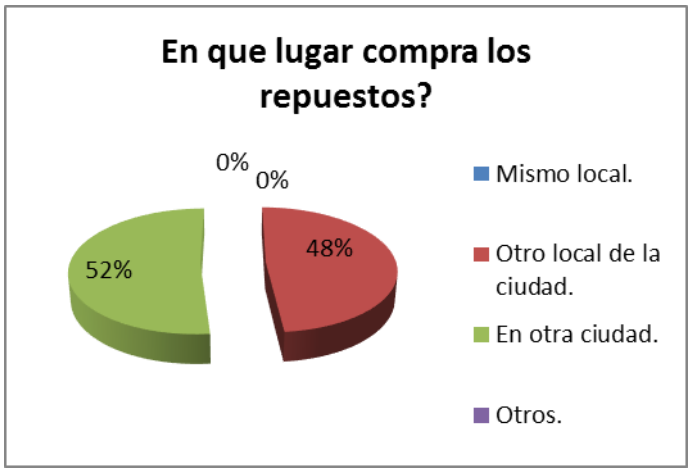
EN QUÉ LUGAR COMPRA LOS REPUESTOS.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mismo local.	0	0,00
Otro local de la ciudad.	158	48,47
En otra ciudad.	168	51,53
Otros.	0	0,00
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 6



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 326 personas encuestadas equivalentes al 100%, 158 encuestados que representan el 48,47% nos supo manifestar que compran los repuestos en otro local de la ciudad, mientras que 168 personas que equivalen al 51,53% los adquieren en otra ciudad.

7. ¿La empresa le entrega a tiempo su vehículo ya reparado?

CUADRO Nº 9

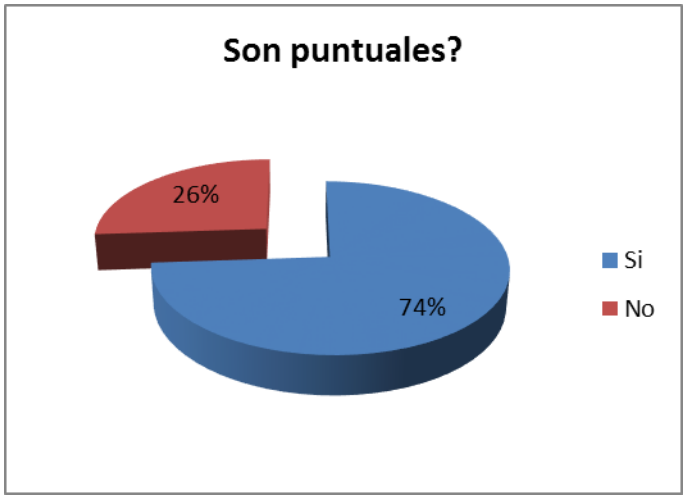
SON PUNTUALES EN LA ENTREGA DE SU VEHÍCULO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	241	73,93
No	85	26,07
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 7



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De los 326 encuestados que representan el 100%. 241 encuestados que equivalen al 73,93%, manifestaron que si reciben el vehículo en el plazo estipulado, mientras 85 encuestados equivalentes al 26,07% han experimentado retraso en los mismos.

8. **¿Cómo califica el servicio que le presta la empresa a la cual lleva su vehículo?**

CUADRO Nº 10

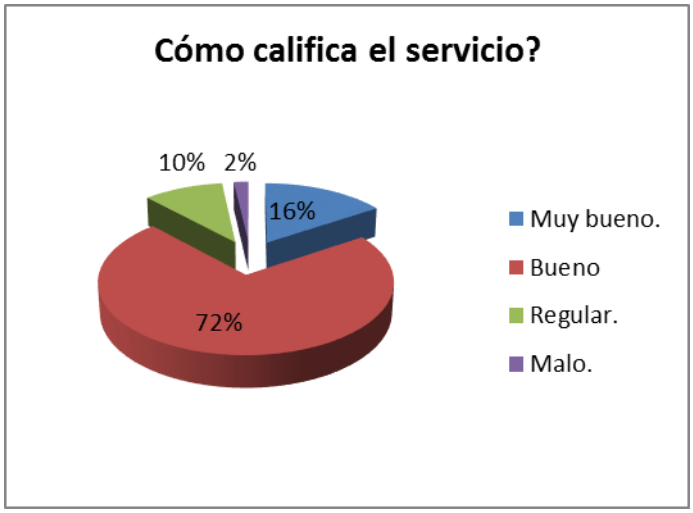
COMO CALIFICA EL SERVICIO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno.	51	15,64
Bueno	236	72,39
Regular.	33	10,12
Malo.	6	1,84
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 8



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 326 personas encuestadas que representan al 100%. 236 que equivalen a 72,39% opinan que el lugar en donde realizan mantenimiento a su vehículo es bueno; 51 personas (15,64%), lo califican como muy bueno; mientras que 33 encuestados (10,12%), dicen que es regular, y finalmente 6 personas (1,84%), afirman que el lugar es malo, pero que no existe otra opción a la cual acudir.

9. **¿De la empresa qué usted es cliente, le brinda promociones por el servicio?**

CUADRO Nº 11

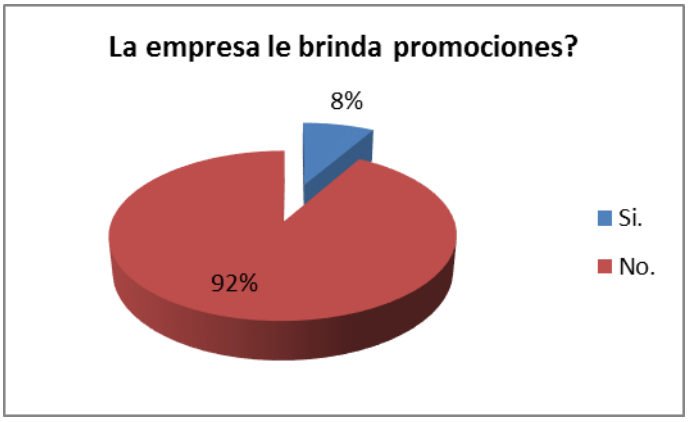
LA EMPRESA LE BRINDA PROMOCIONES.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si.	27	8,28
No.	299	91,72
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 9



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De los 326 encuestados equivalentes al 100%. 399 personas (91,72%), manifestaron que el lugar a donde acuden no les brinda ningún tipo de promociones; mientras que 27 encuestados (8,28%), afirman que si reciben promociones.

10. ¿Está conforme con el servicio que le brinda la empresa?

CUADRO Nº 12

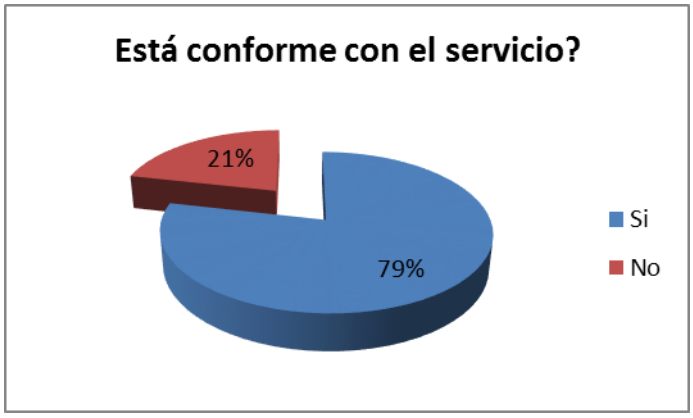
ESTA CONFORME CON EL SERVICIO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	256	78,53
No	70	21,47
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 10



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 326 personas que representan el 100%, Existe una conformidad con el servicio prestado de 256 usuarios (78,53%), mientras que 70 encuestados (21,47%), no lo están.

11. Si se implementara una empresa de servicio automotriz y venta de repuestos en la Ciudad de Zamora. ¿Usted acudiría a ella?

CUADRO Nº 13

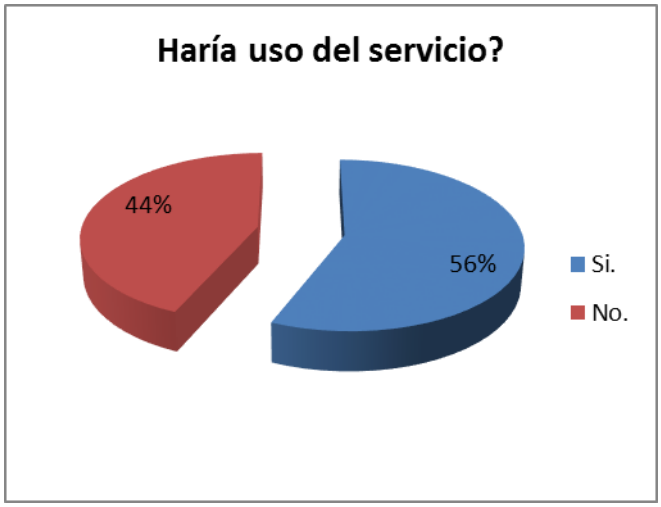
HARÍA USO DEL SERVICIO?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si.	184	56,44
No.	142	43,56
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 11



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: Si se implementara una empresa de servicio automotriz y venta de repuestos. De los 326 encuestados que equivalen al 100%, 184 personas (56,44%), si estarían dispuestos a acudir a ella, mientras que 142 encuestados (43,56), no acudirían.

12. ¿Cada qué tiempo acudiría por el servicio?

CUADRO Nº 14

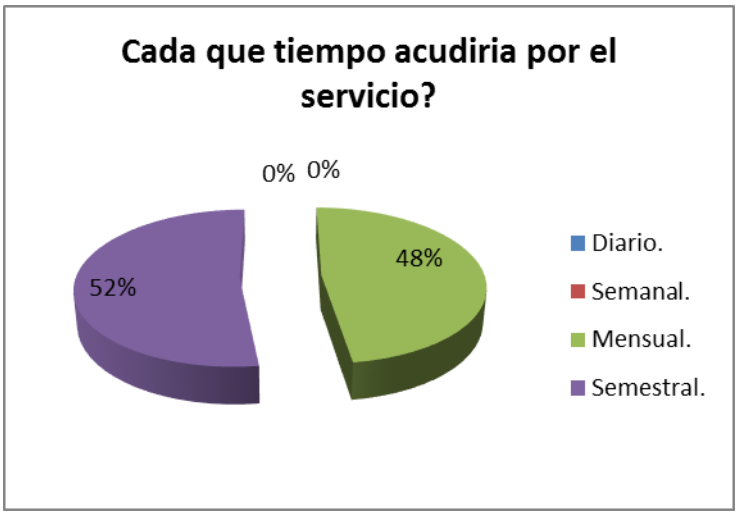
CADA QUÉ TIEMPO ACUDIRÍA POR EL SERVICIO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario.	0	0,00
Semanal.	0	0,00
Mensual.	88	47,83
Semestral.	96	52,17
Total.	**184**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 12



INTERPRETACIÓN: De los 184 encuestados que equivalen al 100% de las personas que si acudirían a la nueva empresa. 96 usuarios (52,17%), acudirían a ella semestralmente, 88 personas (47,83%), lo harían mensualmente.

13. ¿Le gustaría que la empresa le facilite los repuestos necesarios para la reparación o arreglo de su vehículo (Almacén de repuestos exclusivo solo para clientes)?.

CUADRO Nº 15

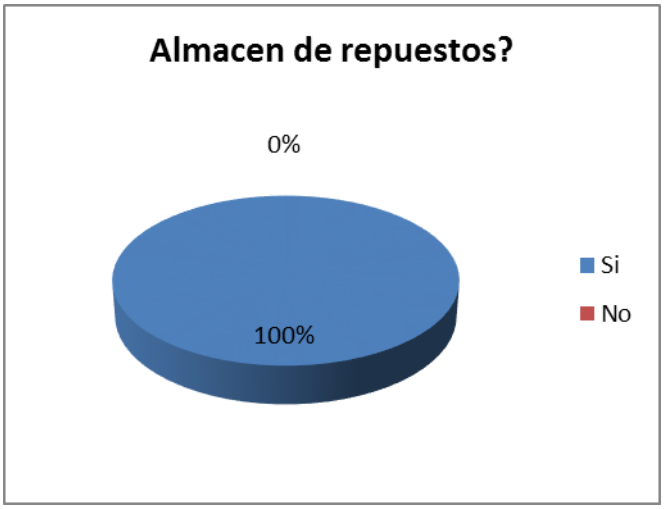
ALMACÉN DE REPUESTOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	184	100,00
No	0	0,00
Total	**184**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 13



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 309 personas (100%), todas coincidieron que les gustaría que la empresa les facilite los repuestos necesarios para el buen funcionamiento de su vehículo.

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de mantenimiento?

CUADRO Nº 16

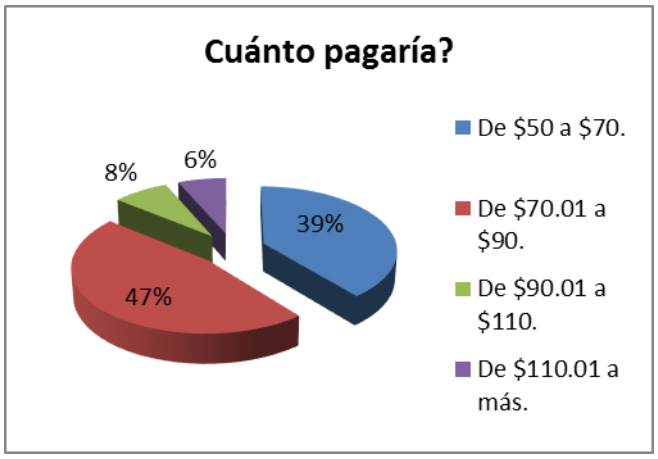
CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO (INCLUÍDO REPUESTOS).

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De $50 a $70.	72	39,13
De $70.01 a $90.	86	46,74
De $90.01 a $110.	14	7,61
De $110.01 a más.	12	6,52
Total.	**184**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 14



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 184 personas (100%) que utilizarían el servicio, 86 usuarios (46,74), afirman que están dispuestos a pagar de $70.01 a $90; 72 personas (39,13%), de $50 a $70, 14 encuestados (7,61%), pagarían de $90.01 a $110 y 12 personas (6,52%), están dispuestos a pagar de $110,01 en adelante, cabe recalcar que en los precios ya está incluido el costo de los repuestos.

15. ¿En dónde le gustaría que se ubique la mecánica?

CUADRO Nº 17

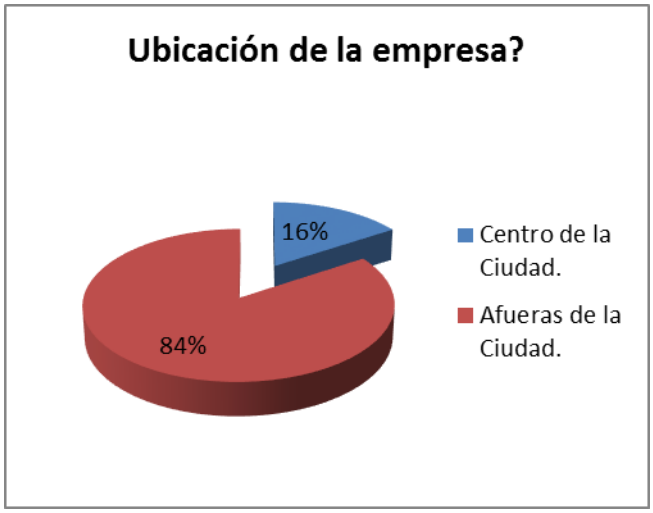
UBICACIÓN DE LA EMPRESA.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro de la Ciudad.	29	15,76
Afueras de la Ciudad.	155	84,24
Total	**184**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 15



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 184 personas (100%), que si usarían el nuevo servicio, 155 usuarios (84,24%), prefieren que la empresa esté ubicada en las afueras de la ciudad, mientras que 29 personas (15,76%), manifiestan que se ubique en el centro de la misma.

16. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que el servicio sea difundido?

CUADRO Nº 18

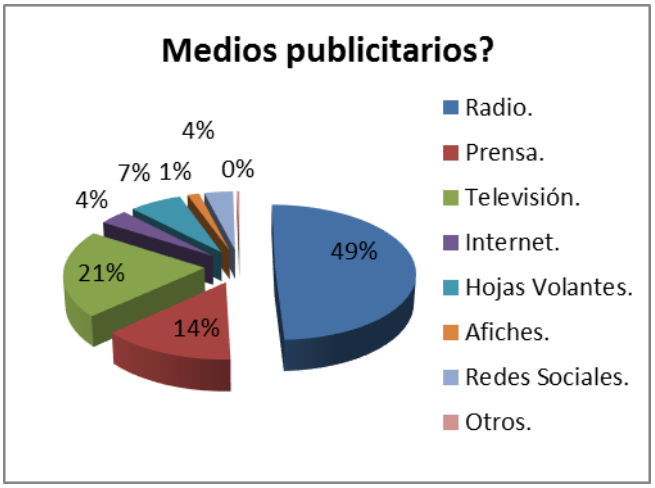
MEDIOS PUBLICITARIOS.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio.	161	87,50
Prensa.	45	24,46
Televisión.	68	36,96
Internet.	12	6,52
Hojas Volantes.	22	11,96
Afiches.	5	2,72
Redes Sociales.	12	6,52
Otros.	1	0,54

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 16



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: Entre los medios publicitarios que los posibles usuarios opinan que será la mejor manera para dar a conocer el nuevo servicio a ofrecer se encuentran: radio con un 87,50%; prensa con un 24,46%; televisión con un 36,96% y hojas volantes con el 11.96%.

TABULACIÓN, REPRESENTACIÓN GRÁFICA E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS OFERTANTES.

La información detallada a continuación fue obtenida a través de entrevistas realizadas a los Gerentes o Propietarios de los diferentes establecimientos.

CUADRO Nº 19
OFERTA

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN	AÑOS DE EXPERIENCIA
Mecánica Samaniego	Av. Del Maestro y 24 de Mayo	5
Torque Talleres	Av. Del Ejercito y s/n	10
Taller de Mecánica Luis Ordoñez	Av. Alonzo de Mercadillo y Av. del Maestro	15
Automotriz Loja Motors	Av. Héroes de Paquisha y F. Bernavet	10
Automotriz Cabrera	Av. Del ejército y s/n	7
Automotriz Clavillazo	Av. Alonzo de Mercadillo y Clotario Piedra	25
Automotriz Reyes	Manuelita Cañizares y Pio Jaramillo A.	25
Automotriz Espinoza	Av. Alonzo de Mercadillo, Junto a La Contraloría	20

Fuente: Encuestas.
Elaboración: El Autor

1. **¿Usted ofrece el servicio de mecánica automotriz?**

CUADRO Nº 20

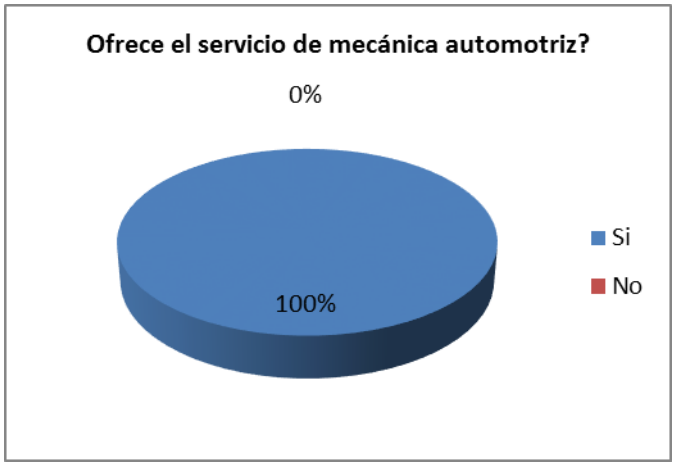
OFRECE EL SERVICIO DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100,00
No	0	0,00
Total	**10**	**100,00**

Fuente: Encuestas

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 17



Fuente: Encuestas

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la competencia u oferta que existe en el Cantón Zamora, el 100% de los encuestados nos manifiestan que si realizan el servicio de mantenimiento de motor.

2. ¿Qué otro tipo de servicio ofrece en su empresa?

CUADRO Nº 21

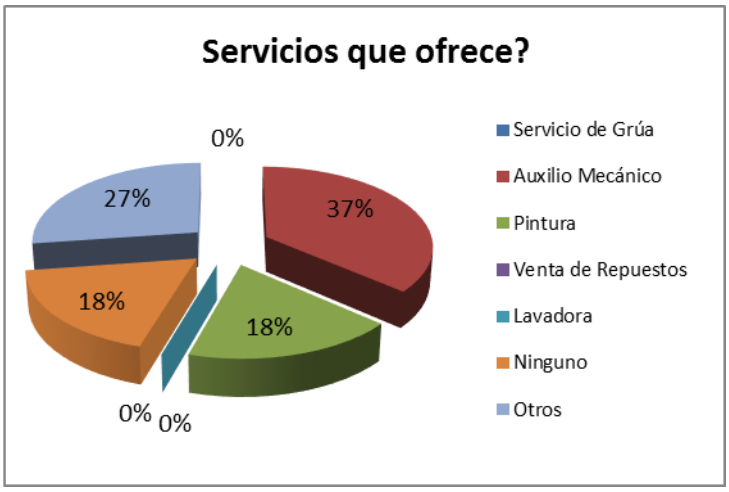
SERVICIOS QUE OFRECE

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio de Grúa	0	0,00
Auxilio Mecánico	4	40,00
Pintura	2	20,00
Venta de Repuestos	0	0,00
Lavadora	0	0,00
Ninguno	2	20,00
Otros	3	30,00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 18



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la oferta que existe en el Cantón Zamora, 4 personas manifiestan que prestan el servicio de auxilio mecánico, el 20 % afirman que prestan el servicio de pintura y en igual porcentaje no prestan ningún servicio adicional.

3. ¿Cuál es el precio por mantenimiento de vehículo?

CUADRO Nº 22

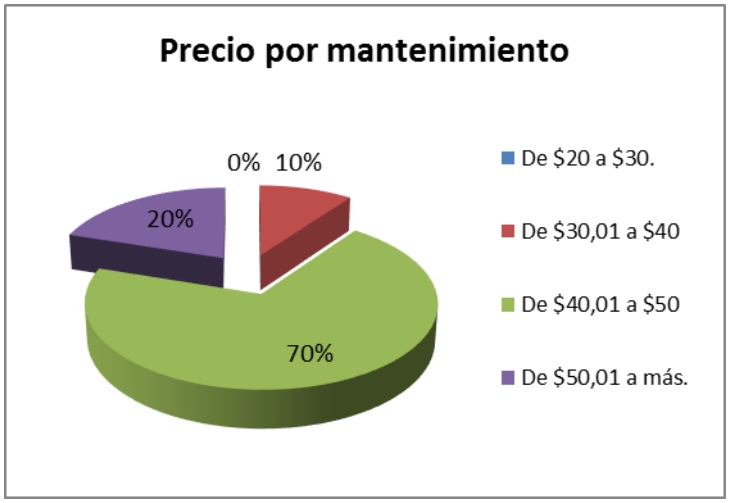
PRECIO POR MANTENIMIENTO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De $20 a $30.	0	0,00
De $30,01 a $40	1	10,00
De $40,01 a $50	7	70,00
De $50,01 a más.	2	20,00
Total.	**10**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 19



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la oferta que existe en el Cantón Zamora, 7 personas que equivalen al 70% manifiestan que cobran de $40,01 a $50 por el servicio, 2 personas que representan el 20% cobran de $50,01 en adelante y 1 persona equivalente a 10% cobra por el servicio de $30,01 a $40.

4. ¿Cuántos vehículos atiende aproximadamente en el día?

CUADRO Nº 23

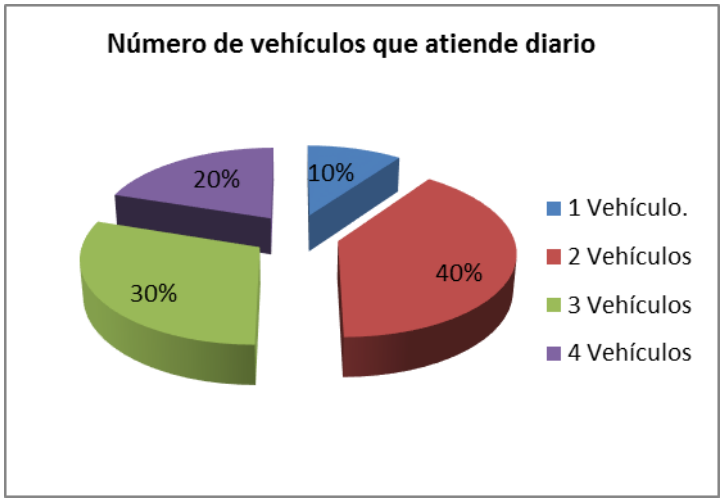
VEHÍCULOS QUE ATIENDE DIARIAMENTE.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 Vehículo.	1	10,00
2 Vehículos	4	40,00
3 Vehículos	3	30,00
4 Vehículos	2	20,00
Total.	**10**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 20



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la oferta que existe en el Cantón Zamora, 4 personas que equivalen al 40% manifiestan que atienden 4 vehículos al día, 3 personas que representan el 30% atienden 3 vehículos diarios, siendo estos los datos más altos.

5. ¿Ofrece a sus clientes promociones por preferir su servicio?

CUADRO Nº 24

OFRECE PROMOCIONES.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si.	4	40,00
No.	6	60,00
Total.	**10**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 21

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la oferta que existe en el Cantón Zamora, 6 personas que equivalen al 60% manifiestan que no brindan promocione, mientras que 4 personas que representan el 40% afirman que si realizan promociones con sus clientes.

6. **¿Los años de experiencia le ha ayudado a que mejore el servicio que ofrece?**

CUADRO Nº 25

MEJORA CON LOS AÑOS DE EXPERIENCIA.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100,00
No	0	0,00
Total.	**10**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 22

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la oferta que existe en el Cantón Zamora, el 100% manifiestan que si han mejorado su servicio con los años.

7. **¿Su empresa tiene un ambiente acogedor para sus clientes y trabajadores?**

CUADRO Nº 26

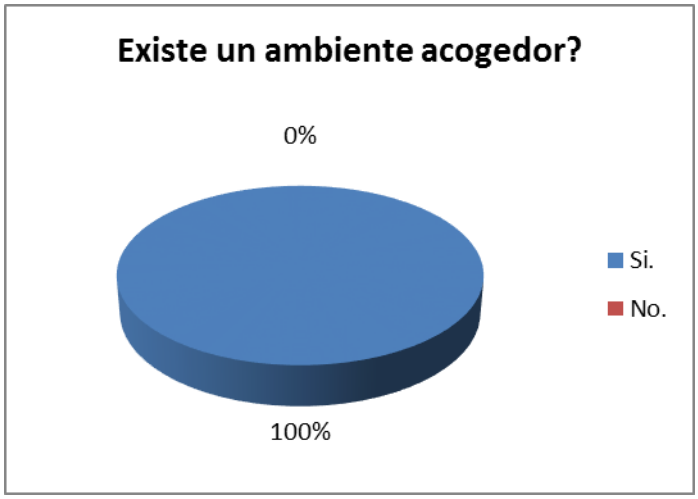
EXISTE UN AMBIENTE ACOGEDOR.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si.	10	100,00
No.	0	0,00
Total.	**10**	**100,00**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 23



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la oferta que existe en el Cantón Zamora, el 100% manifiestan que si existe un ambiente acogedor dentro de su empresa para con los clientes.

8. **¿Cuál es la diferencia del servicio que ofrece frente al de la competencia?**

CUADRO Nº 27

EN QUÉ SE DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	4	40,00
Servicio	4	40,00
Precio	3	30,00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 24

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: De las 10 encuestas aplicadas a la oferta que existe en el Cantón Zamora, 4 personas manifiestan que se diferencian de la competencia por la calidad y el servicio que ofrecen en sus empresas, mientras que 3 personas afirman que la diferencia entre su competencia la pone el precio.

9. **¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza para difundir su empresa?**

CUADRO Nº 28

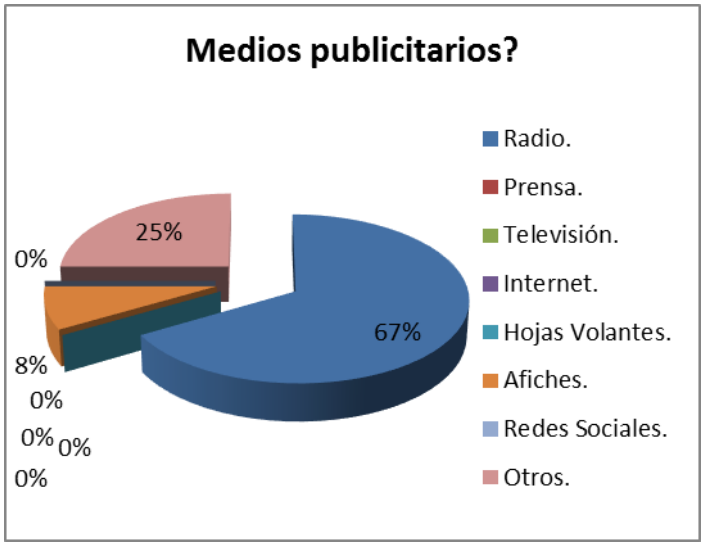
MEDIOS PUBLICITARIOS PARA LA EMPRESA.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio.	8	80,00
Prensa.	0	0,00
Televisión.	0	0,00
Internet.	0	0,00
Hojas Volantes.	0	0,00
Afiches.	1	10,00
Redes Sociales.	0	0,00
Otros.	3	30,00

Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 25



Fuente: Encuestas.

Elaboración: El Autor

INTERPRETACIÓN: Entre los medios publicitarios que la oferta utiliza se encuentran: radio con un 80%; otros medios tales como vallas publicitarias con un 30% y afiches con un 10%.

g. DISCUSIÓN.

1. PROMEDIO ANUAL

CUADRO Nº 29
PROMEDIO ANUAL

VARIABLE	FRECUENCIA	TIEMPO/ANUAL	PROMEDIO ANUAL
Diario	0	365	0
Semanal	0	52	0
Mensual	88	12	1056
Semestral	96	2	192
TOTAL	**184**		**1248**

Fuente: Cuadro 14

Elaboración: El Autor

$$Promedio\ Anual = \frac{\sum \text{Promedio Anual}}{\sum Frecuencia}$$

$$Promedio\ Anual = \frac{1248}{184}$$

$$Promedio\ Anual = 7$$

PROMEDIO ANUAL: Cálculo promedio de uso igual a 7 veces por usuario.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Para determinar la demanda del servicio de mecánica automotriz en el cantón Zamora, se aplicó una encuesta a las personas que poseen vehículo, una vez recogida la información se procedió posteriormente a tabular y analizar los resultados obtenidos.

El objetivo de este estudio es determinar y obtener en primera instancia la Demanda Potencial, Real y Efectiva, tomando como referencia datos del

estudio de mercado.

2.2. DEMANDA POTENCIAL.

La demanda potencial está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado.
Del mercado total de personas que poseen vehículos, cooperativas, compañías y motos tenemos entre estos, diferentes usos que dan a sus automotores según la actividad o trabajo que realizan, por esta razón es que el mantenimiento varía entre ellos.

CUADRO Nº 30

MANTENIMIENTO CORRECTO DEL VEHÍCULO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	326	100,00
No	0	0,00
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas Cuadro 3

Elaboración: El Autor

En el cuadro se explica los porcentajes que se obtuvieron en los resultados, ahora para llegar a obtener la demanda potencial es necesario realizar la segmentación del mercado, lo cual se lo realiza tomando en consideración el 100% de personas que poseen vehículo, ya que ellos se han convertido en clientes potenciales para la presente empresa.

DETERMINACIÓN DE LOS DEMANDANTES POTENCIALES

CUADRO Nº31

PERIODO	POBLACIÓN	TASA (i)	POBLACION PROYECTADA
0	***1772***	1,70%	
1			1802
2			1833
3			1864
4			1896
5			1928

Fuente: INEC, Cuadro 1, 15

Elaboración: El Autor

$$Proyección = (Poblacion * Tasa\ de\ incremento\ poblaciona) + población$$

$$Proyección = (1772 * 1{,}70\%) + 1772$$

$$Proyección = (30{,}124) + 1772$$

$$Proyección = 1802\ vehículos$$

PROCEDIMIENTO

- Para determinar la demanda potencial se toma como referencia la población obtenida que es de **1772 vehículos**.
- Al total de los vehículos que es de **1772** se lo multiplicó por el **1,70%** que corresponde a la tasa de incremento poblacional, obteniendo así la proyección del parque automotor para los cinco años de vida útil del proyecto.

2.3. DEMANDA REAL.

Está conformada por la cantidad de bienes o servicio que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

CUADRO Nº 32

LUGAR PARA EL MANTENIMIENTO DEL MOTOR DE SU VEHÍCULO.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cualquier Taller	65	***19,94***
Taller Autorizado	261	80,06
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas, CUADRO 6

Elaboración: El Autor

$$Demanda\ Real = (Demanda\ Potencial * \%\ cualquier\ taller)$$

$$Demanda\ Real = (1802 * \mathbf{19{,}94\%})$$

$$Demanda\ Real = \mathbf{359\ vehículos}$$

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL ESPERADA

CUADRO Nº 33

PERIODO	POBLACIÓN	TASA (i)	DEMANDA REAL
0	**359**	1,70%	
1			365
2			371
3			378
4			384
5			391

Fuente: INEC, Cuadro 32.

Elaboración: El Autor

PROCEDIMIENTO

- Para determinar la demanda real se toma en cuenta el parque automotor existente en el cantón Zamora que es de 1772 vehículos, multiplicado por el porcentaje del lugar de mantenimiento del vehículo que es de 19,94% (cualquier taller), obteniendo así una **DEMANDA REAL de 359vehículos**.

- Luego se proyectó la demanda Real para 5 años, tomando como tasa de incremento poblacional el 1.70%, para lo cual se aplicó la misma fórmula que se utilizó en el cálculo de la demanda Potencial.

2.4. DEMANDA EFECTIVA.

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

La demanda efectiva se la obtuvo en base a la información recogida de la encuesta realizada, mediante la cual se pudo conocer que un importante número personas están de acuerdo en que una nueva empresa brinde el

servicio de mecánica automotriz. Para el cálculo de la demanda Efectiva se siguió los siguientes pasos:

CUADRO Nº 34

HARÍA USO DEL SERVICIO?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	184	***56,44***
No.	142	43,56
Total	**326**	**100,00**

Fuente: Encuestas, CUADRO 13

Elaboración: El Autor

$$Demanda\ Efectiva = (Demanda\ Real * \%\ si\ acudirian\ a\ la\ empresa)$$

$$Demanda\ Efectiva = (359 * \mathbf{56,44\%})$$

$$Demanda\ Efectiva = \mathbf{202\ vehículos}$$

- Para calcular la Demanda Efectiva se procede a multiplicar la Demanda Real (359 vehículos), por el Porcentaje de las personas que acudirían a la empresa (56,44%), obteniendo de esta forma los **202** Demandantes Efectivos.

- Luego se proyectó la demanda Efectiva para 5 años, tomando como tasa de incremento poblacional el 1.70%, para lo cual se aplicó la misma fórmula que se utilizó en el cálculo de la demanda Potencial y Real.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

CUADRO Nº 35

PERIODO	POBLACIÓN	TASA (i)	DEM. EFECTIVA
0	**202**	1,70%	
1			205
2			209
3			212
4			216
5			220

Fuente: INEC, Cuadro 34.

Elaboración: El Autor

PROMEDIO ANUAL

$$Servicios\ al\ año = (Demanda\ Efectiva * Promedio\ anual)$$

$$\boldsymbol{Servicios\ al\ año = (202 * 7)}$$

$$\boldsymbol{Servicios\ al\ año = 1414\ Servicios}$$

PROCEDIMIENTO

- Para calcular la Demanda Efectiva y basándose en el mercado segmentado que es de **202**clientes que la empresa poseerá, se procedió a multiplicar la demanda efectiva por el promedio anual (7 veces), obteniendo así que la empresa prestará un total de **1414servicios al año.**

2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el cálculo de la Oferta se considera un porcentaje 0%, debido a que los demandantes ya segmentados para la nueva empresa (**202 clientes**), son netamente dirigidos a usar los servicios que se prestará, por lo que a continuación se explica la Oferta 0.

CUADRO Nº 36
ANALISIS DE LA OFERTA

PERIODO	TOTAL DE EMPRESAS	OFERTA EMPRESAS ANUAL	OFERTA TOTAL
0	0	0	0
1	0	0	0
2	0	0	0
3	0	0	0
4	0	0	0
5	0	0	0

Fuente: Cuadro 36.
Elaboración: El Autor

CUADRO Nº 37

BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

PERIODO	DEMANDA TOTAL	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	202	0	202
1	205	0	205
2	209	0	209
3	212	0	212
4	216	0	216
5	220	0	220

Fuente: Cuadro 35, 36.

Elaboración: El Autor

PLAN DE MARKETING

PRESENTACIÓN

SERVICIO

EMPRESA DE SERVICIO AUTOMOTRIZ Y VENTA DE REPUESTOS EN EL CANTON ZAMORA

La empresa a implementarse está enfocada a ofrecer el servicio exclusivo de mecánica automotriz y venta de repuestos, puesto que este servicio es muy importante, ya que en el cantón no existe una empresa que se dedique a ofrecer estos dos servicios a la vez, principalmente la venta de repuestos, que es una de las oportunidades que se presentan en el mercado de Zamora.

Y con el objetivo de brindar un servicio de buena calidad, que cubra con las exigencias de nuestros demandantes, implementaremos en la empresa maquinaría sofisticada y de muy buena calidad, personal eficiente y eficaz y un surtido stock de repuestos, capaz de poder satisfacer las necesidades de

nuestros clientes y poder cumplir así con los objetivos empresariales propuestos.

Basándose en las encuestas realizadas a las personas que poseen vehículo del cantón Zamora, se determinó que los diferentes demandantes de este servicio tienen una aceptación muy importante hacia la empresa a crearse, siempre y cuando se brinde un excelente servicio y de calidad. Y por otro lado con la implementación de una nueva empresa en el mercado contribuirá que existan fuentes de trabajo en este sector.

El servicio que la empresa ofrecerá es:

- Mantenimiento del Vehículo con venta de repuestos incluidos.

PLAZA

Constituye el lugar donde se va a brindar los servicios es decir, el sitio donde se encuentran los oferentes y demandantes de uno o varios servicios, los mismos que se encuentran disponibles a un precio definido, en una época o un momento determinado.

Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

La comercialización que la empresa implementará a través del presente proyecto para facilitar el servicio, se lo realizará de forma directa, es decir de la empresa al usuario Final, debido a que dadas las condiciones del servicio no es posible realizar otro tipo de comercialización.

GRÁFICO Nº 26

PRECIO

Al precio se lo entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio y a través de este obtener un lucro o beneficio por la persona o empresa que brinda el mismo.

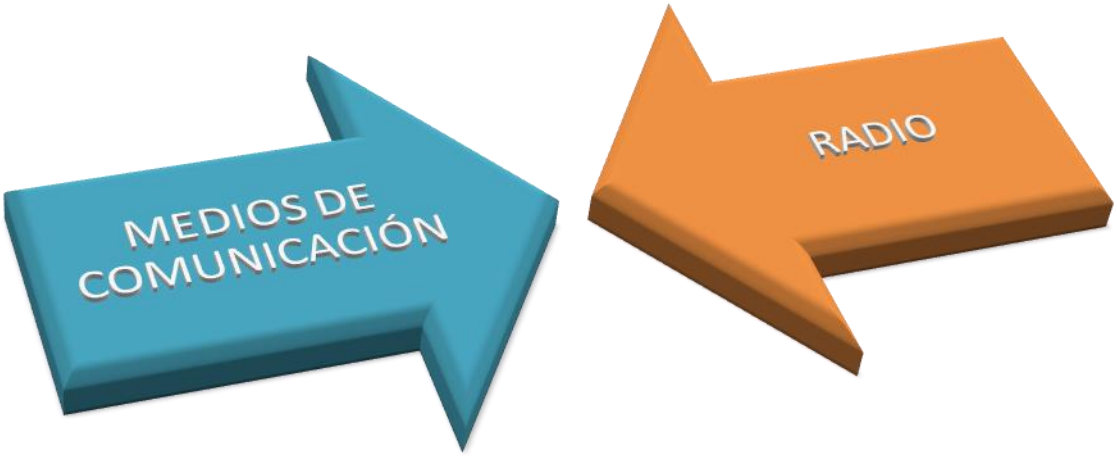
El precio que fijará la empresa por el servicio a prestar, se lo determinará mediante el costo de la prestación del servicio, más el costo de repuestos a utilizar y más el margen de utilidad.

PROMOCIÓN

La promoción constituye una estrategia de mercado que tiene como objetivo principal estimular al usuario a comprar o hacer uso de un determinado bien o servicio.
Es así que con el objetivo de cumplir con las metas propuestas por la empresa a implementarse, utilizará técnicas que ayuden a incentivar a los usuarios a hacer uso del servicio de mecánica automotriz, por lo que se utilizarán promociones de: Por hacer uso del servicio por 3 veces consecutivas la cuarta vez se realizara un descuento del 20%.

La publicidad se la realizara aprovechando los medios de comunicación preferidos por las personas que tienen vehículos, los mismos que identificaron como su medio preferido a la radio, y que constan en la presentación de los resultados de la encuesta.

GRÁFICO Nº 27



- Se realizara 72 cuñas en el medio de comunicación (Radio) más sintonizado en el cantón Zamora.

RADIO:

- Radio WG Zamora: Su cobertura es toda la provincia de Zamora Chinchipe, su mega es 92.5 frecuencia FM estéreo.

CUADRO Nº 38

PUBLICIDAD

MEDIO DE COMUNICACIÓN	EMPRESA	DURACIÓN ESPACIO	NRO. DE INSCRIPCIONES ANUALES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RADIO	Radio WG Zamora	60 segundos	360 cuñas(6 mensuales) en la mañana	$0.76	$ 273,60
TOTAL					**$273,60**

Fuente: Medios de Comunicación

Elaboración: el autor

CUÑA RADIAL.

GRÁFICO Nº 28

TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.

Ofrece a la ciudadanía en general, el servicio de mantenimiento del motor de su vehículo y la venta de repuestos, ofreciendo un trabajo serio, eficaz y responsable, brindando una atención personalizada, precios cómodos y al alcance de todos.

Los horarios de atención son de 8h00 a 12h00 y de 14h00 a 18h00 de Lunes a Sábado.

DIRECCIÓN: Km 1 vía a Yantzaza, Av. del Ejercito y Santiago de las Montañas.

TELÉFONOS: 0993027839, 02606224

TRABAJOS GARANTIZADOS

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio de la empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**, el tamaño, localización y finalmente la ingeniería del proyecto, representando lo relacionado con la capacidad Instalada y utilizada, además, la ubicación más óptima, características del proceso, la maquinaria y equipo para brindar un servicio de calidad, para satisfacer las necesidades a los propietarios de vehículos, como también de maquinaria pesada, en el cantón Zamora.

Además con el estudio técnico se estima la cantidad de servicio a realizar u ofrecer, a fin de establecer los parámetros técnicos necesarios que ayuden a determinar los materiales, recursos e implementos necesarios para llevar a cabo el servicio de mecánica Automotriz y venta de repuestos.

3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto, se lo define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades, que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

El tamaño de un proyecto representa su capacidad de producción en un tiempo dado (por año), la planta del proyecto constituye la infraestructura o su capacidad manual durante el periodo de vida útil, tomando en cuenta los factores que intervienen directamente para tomar la decisión ya que existe una estrecha relación entre el tamaño y la demanda de disponibilidad de las materias primas, equipos, maquinaría, tecnología y financiamiento. La determinación del tamaño de la planta irá de acuerdo a su capacidad instalada y se expresará en el número de vehículos que dan en el local.

En lo que respecta al tamaño de la empresa, es necesario establecer la

capacidad de atención al mercado vehicular del cantón Zamora, así en el inicio de actividades o puesta en marcha del proyecto se ha tomado en cuenta el comportamiento de la demanda, esto hace ver que siempre la capacidad instalada de la empresa deberá ser superior al total general de atención planificado.

a. CAPACIDAD

El factor para determinar el tamaño es considerar la cantidad de la demanda que existe para este proyecto y que se encontró en el estudio de mercado, por lo que se cubrirá la mayor parte de la demanda insatisfecha.

Se ha decidido que las horas que se laborará en la empresa son en jornadas normales de 8 horas al días, por 312 días al año, con el mismo planteamiento se trabajara con la maquinaria, herramientas y equipos, ya que está será comprada con capacidad de trabajar hasta 8 horas a ritmo constante.

b. CAPACIDAD INSTALADA

Es la producción máxima que se puede obtener expresado en servicio o producto, se encuentra directamente relacionado con la tecnología utilizada para el proceso de producción.

Se ha previsto que la empresa brindará los servicios de mantenimiento de vehículos, por lo tanto la selección de la maquinaria adecuada significa que se los hará considerando el tipo de servicios que se pretende brindar. La mecánica contará con máquinas, equipos y herramientas necesarias para brindar los servicios durante 8 horas diarias, 6 días a la semana, 52 semanas al año.

En lo que se refiere en la mano de obra se requieren atender aproximadamente en ocho horas a 4 vehículos diarios.

La mano de obra necesaria esta en relación a la maquinaria y a los servicios necesarios:

- 1Mecánico Automotriz.
- 1 Ayudante.

$$C.I. = 4\ vehículos\ diarios * 6\ días\ laborables\ a\ la\ semana * 52\ semanas$$

$$CAPACIDAD\ INSTALADA = 4 * 6\ * 52$$

$$CAPACIDAD\ INSTALADA = 1248\ vehículos$$

$$DEMANDA\ INSATISFECHA = Demanda\ efectiva * Uso\ promedio$$

$$DEMANDA\ INSATISFECHA = 202\ Vehículos * 7\ Veces$$

$$DEMANDA\ INSATISFECHA = 1414\ Servicios$$

CUADRO Nº 39

CAPACIDAD INSTALADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	% DE PARTICIPACIÓN
0	1414	1248	88,26

Fuente: Cuadro 39.

Elaboración: El Autor

c. CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad empleada o utilizada es la producción lograda conforme a las condiciones que dicta el mercado y que puede ubicarse como máximo en los límites técnicos o por debajo de la capacidad real.

CUADRO Nº 40
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	1248	75,00%	936
2	1248	80,00%	998
3	1248	85,00%	1061
4	1248	90,00%	1123
5	1248	95,00%	1186

Fuente: Cuadro 39.

Elaboración: El Autor

La empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,** en base a la maquinaria adquirida tendrá capacidad máxima de atención, la misma que al iniciar sus actividades atenderá para el primer año con un 75%, para el segundo año con un 80% y para el quinto año se estima que se trabajara con un 95% de capacidad utilizada.

3.3. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La adecuada localización de un proyecto constituye a que se logre una mayor rentabilidad sobre el capital y obtener un costo unitario mínimo del proyecto.
El estudio de la localización debe complementar los asuntos relacionados con la expansión, diversificación y descentralización de la planta.
Por estas razones es fundamental determinar correctamente el lugar donde se instalará la empresa, para brindar el servicio de Mantenimiento del Motor del vehículo.

Para poder brindar el servicio se contará con un stock inicial de mercadería, el mismo que será abastecido por empresas importadoras de la ciudad de Loja como Importadora LAVACOR Cía.Ltda., la misma que se encuentra ubicada en la Av. Cuxibamba e Ibarra esquina, luego de las cotizaciones correspondientes es la proveedora que más convendría a los intereses de la empresa, ya que cuenta con la gama completa de repuestos y accesorios a utilizarse, además

que realizan cobertura semanal hacia la provincia de Zamora Chinchipe, con la cual se mantendrá una rotación constante de accesorios y a la vez se manejará los suficientes volúmenes dada la cobertura y los precios que oferta; dentro de las marcas que ofertará el servicio automotriz serán las siguiente.

CUADRO Nº 41

REPUESTOS PARA MANTENIMIENTO DEL MOTOR

ARTICULO	MARCA
Lubricantes	Havoline
Lubricantes	Golden Bear
Lubricantes	Penzoil
Aditivo	Lubrizol
Aditivo	Powerzol
Refrigerante	Freezer
Lavador de Inyectores	Loctite
Silicón	Loctite
Bujías	NGK
Bujías	Champion
Líquido de Frenos	ATTE
Líquido de Frenos	Wagner
Filtros de Aire	Shogun
Filtros de Aire	Xtraguard
Filtros de Combustible	Shogun
Filtros de Combustible	Xtraguard
Filtros De Aceite	Xtraguard
Filtros De Aceite	Shogun
Bandas de Distribución	Japón
Bandas de Alternador	Japón
Templadores de banda	Japón

Fuente:LAVACOR.

gElaboración: El Autor

3.3.1. MACROLOCALIZACION.

Gráfico Nº 29

Zamora Chinchipe es una provincia de Ecuador ubicada en el suroriente de la Amazonía ecuatoriana, que limita con la provincia de Morona Santiago al norte; con la provincia de Loja al oeste; y con Perú al sur y este. Según el último ordenamiento territorial del Ecuador, Zamora Chinchipe pertenece a la Región Sur comprendida también por las provincias de Loja y El Oro. Tiene una superficie de 10.556 km², la cual comprende una orografía montañosa única que la distingue del resto de provincias amazónicas.

Su producción minera; sus grupos étnicos indígenas con su rico legado arqueológico; su inmensurable biodiversidad; sus nichos y atractivos turísticos como sus hermosos ríos, cascadas y lagunas distinguen e identifican a la provincia. Su capital es la ciudad de Zamora.

Hidrografía

Sus ríos son caudalosos y desembocan en el río Amazonas, los principales son: Zamora, cuyos orígenes están en la provincia de Loja; los ríos Chinchipe, Yacuambi y Nangaritza, entre otros.

Orografía

La orografía de la provincia es muy accidentada por la presencia de la gran Cordillera Oriental de los Andes con varias estribaciones que caracterizan en

mayor parte a los paisajes de la provincia, y al occidente se levanta la Cordillera del Cóndor que delinea el contorno en esta importante área.

División Política

La provincia está dividida política y administrativamente, en nueve cantones que son:

- Centinela del Cóndor
- Chinchipe
- El Pangui
- Nangaritza
- Palanda
- Paquisha
- Yacuambi
- Yantzaza
- Zamora

Demografía

La población de Zamora Chinchipe está constituida por personas de raza mestiza y blanca oriundos en su mayoría de la provincia de Loja; personas de la etnia Shuar, primeros habitantes de la provincia; y gente de la etnia Saraguro que migraron juntamente con los mestizos a finales del siglo XIX.

La concentración de la población es marcadamente rural, ya que una gran parte de los habitantes viven en el campo o la selva. Los principales asentamientos humanos son Zamora, Yantzaza, Guayzimi y Zumba.

Economía

La economía de la provincia de Zamora Chinchipe es la número 21 del país con un PIB de 84,872 miles de dólares. Lo que represento alrededor de 0,4% de la economía nacional.

En esta parte de la región amazónica, existen yacimientos de oro. Las minas de Nambija, cerca de la ciudad de Zamora, fueron por muchos años sitio de trabajo de personas de diferentes zonas del país, que trabajaron en

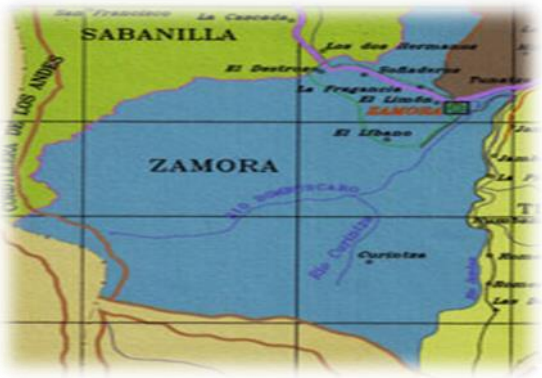
condiciones de extrema pobreza y de constante peligro por los continuos derrumbes que se suscitaban debido a las excavaciones de túneles, para extraer el preciado metal, dieron mucha ganancia al país. También se comercia el oro obtenido de los lavaderos de los ríos, con otras ciudades como Loja, Cuenca y con el exterior, con el Perú.

Flora y Fauna

La presencia humana data desde miles de años, en la que varias etnias indígenas han vivido en armonía con la naturaleza. La reciente colonización mestiza, ha modificado en parte la vegetación nativa. La mayor parte del territorio se encuentra cubierto por bosques primarios, donde se puede apreciar una exuberante flora y fauna. Su posición geográfica en el piedemonte amazónico ha generado una inmensurable y desconocida biodiversidad con un alto grado de endemismo que se puede apreciar especialmente en zonas como: Parque Nacional Podocarpus, Cordillera del Cóndor, Alto Nangaritza, vía Loja-Zamora, etc.

3.3.2. MICROLOCALIZACION.

Gráfico Nº 30



Es el análisis exhaustivo de la región escogida para determinar la ubicación concreta del proyecto en donde se llegaría a definir la ciudad, parroquia y la ubicación del terreno exacto. El estudio de micro localización incidirá en las decisiones, aspectos más detallados como de ingeniería costos etc. Que en última instancia estarán dimensionando el monto de la inversión requerida en el proyecto.

Superficie: 1.886 Km², 190190.86 has.

Población: total: 21.791 habitantes, urbana: 10.355 habitantes, rural: 11.436 habitantes, indígena: 1.369 habitantes entre Shuar y Saraguros, mestiza: 20.422 habitantes

Principales productos: banano – plátano, yuca, caña de azúcar, maíz, hortalizas, tilapiayrana

Atractivos turísticos: parque nacional Podocarpus, estación científica san francisco, minas de Nambija, monumentos de Zamora, río Bombuscaro, reloj gigante de la ciudad, monumentos de Zamora, casa misional de Guadalupe, puente la saquea, cascadas de Zamora, camino antiguo de los colonos Loja Zamora, comunidad shuar y comunidad Saraguros

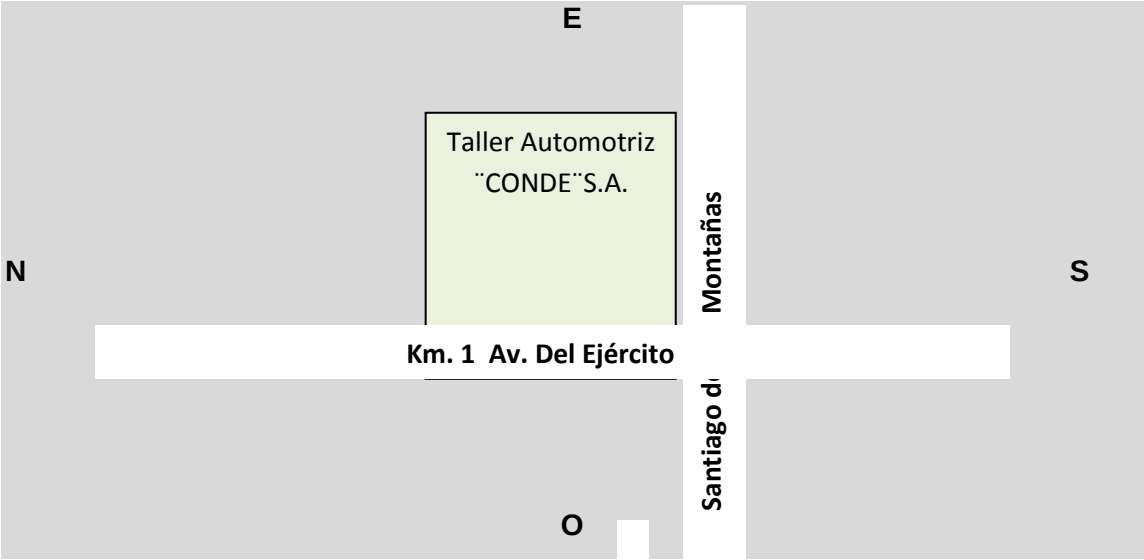
Atractivos Gastronómicos: Ancas de rana, estas pueden ser fritas apanadas, brosterizadas, a la plancha o al ajillo, caldo de corroncho, tilapia sudada, seco de yamala, seco de guatusa, tapado de palma, ayampaco, maito, corroncho asado, yucas con queso, miel con quesillo, chontas y molido de plátano verde.

Bebidas típicas: Zamora se caracteriza por tener una infinidad de bebidas típicas: siete pingas, vinos de mora, cacao, papaya, membrillo, café, samike, chicha de chonta y yuca, leche de tigre, guarapo, horchatas y aguas aromáticas con plantas de la zona

Por lo tanto la empresa **TALLER AUTOMOTRIZ"CONDE¨´ S.A.**, se instalará el Km 1 vía a Yantzaza en las calles Av. Del Ejército y Santiago de las Montañas, esto en virtud de que se cuenta con todos los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la empresa, las vías de acceso son apropiadas lo que permite el fácil acceso de los vehículos y por ser un lugar de preferencia comercial.

GRAFICO Nº 31

CROQUIS DE LA MICROLOCALIZACION



3.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Es la colocación física de todos los equipos, materiales y la disposición del espacio de todos los lugares de actividad, almacenaje, trabajos indirectos y servicios auxiliares, tiene como objetivo principal localizar la maquinaria, de manera que se haga posible cumplir con lo establecido, es decir brindar el servicio de mantenimiento del motor del vehículo; en el diagrama de proceso de operación. El ordenamiento de la maquinaria en la planta, permite la ejecución sin contra tiempos de las operaciones.

Dentro de la ingeniería del proyecto, comprende netamente a la fase técnica que comprende las instalaciones y el funcionamiento de la misma, además se precisará la distribución de la planta para luego establecer la estructura administrativa y jurídica de la presente empresa.

Componentes Tecnológicos.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias del mercado, la misma no debe ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que se debe evitar el desperdicio.

A continuación se detalla el equipo que se utilizará en la empresa:

HERRAMIENTAS MANUALES

RADIAL: RPM 6000, HP ½, disco de 9 pulgadas, marca maquita

TALADRO: RPM 3500, 16 mm, 1/3 HP, marca Roll Long

JUEGO DE LLAVES MIXTAS: 21 piezas, maraca STANLEY.

ESTUCHE DE DADOS: 28 piezas, 2 extensiones.

ESTUCHE DE DADOS TORC: 28 piezas, 2 extensiones.

JUEGO DE DESARMADORES: 8 piezas

SCANER.

JUEGO DE BROCAS: 30 piezas.

RELOJ COMPRESIMETRO.

DENTRO DE LOS EQUIPOS DE LA PLANTA TENEMOS:

RAMPAS.

COMPRESOR: Marca ASIA 500 libras, 300 psi, cabezote de doble pistón, motor 10HP trifásico.

LAVADOR DE INYECTORES.

TALADRO DE PEDESTAL

GATO HIDRAULICO.

SOLDADORA ELÉCTRICA MIG.

SOLDADORA AUTOGENA.

3.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

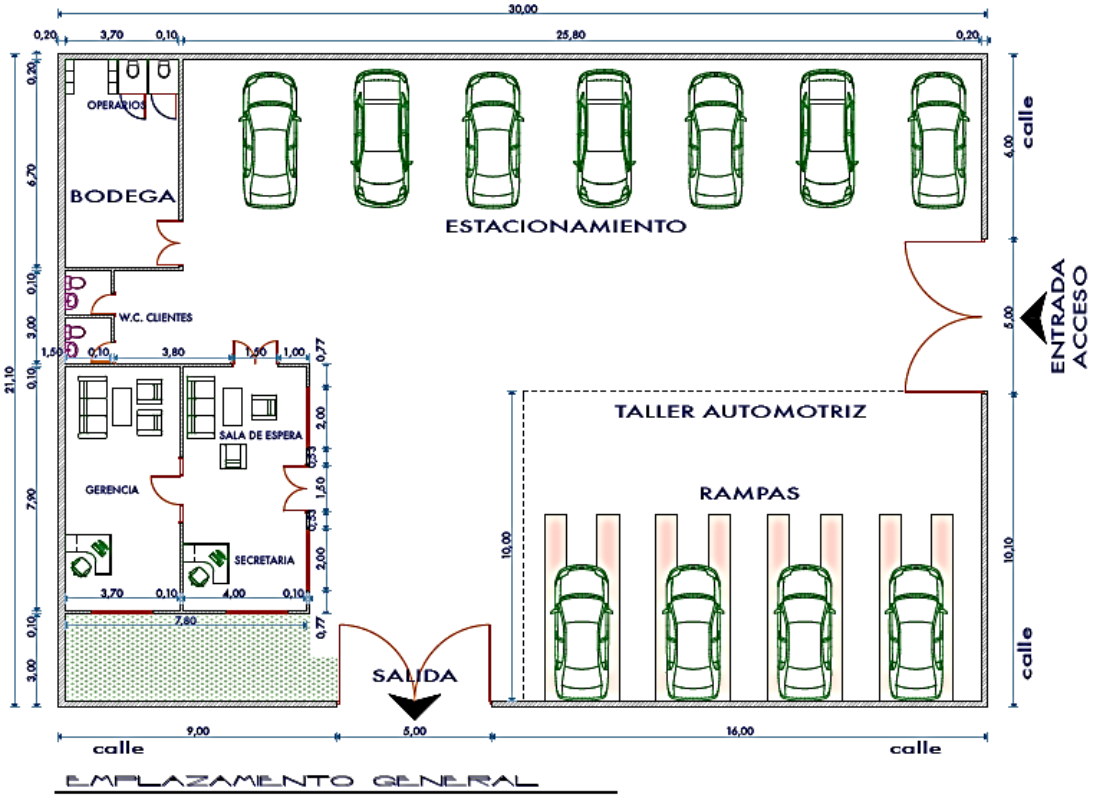
El Espacio físico de la planta estará distribuido de la siguiente manera:

- Sala de espera.
- Oficina del Gerente
- Oficina de la Secretaria- Contadora
- Taller automotriz
- Baños.
- Guardia

En el gráfico siguiente podemos observar la distribución de las instalaciones:

Gráfico Nº 32

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



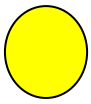
3.6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

A) PROCESO PARA MANTENIMIENTO DEL VEHÍCULO

Después de haber ingresado al taller mecánico el vehículo se moviliza a la rampa respectiva donde se realizara la identificación de las posibles fallas que con el tiempo ocasionaran dificultades en el vehículo y su mantenimiento respectivo, luego de estos procesos se desarma las autopartes a revisar y la ejecución de su respectivo mantenimiento con el cambio de lubricantes, repuestos si fuera necesario , y concluyendo con todo este proceso se ensambla nuevamente las diferentes autopartes y se somete a una pruebe de calidad y entrega de la unidad motorizada.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

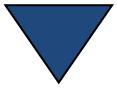
El diagrama de flujo del proceso describe simbólicamente el proceso de elaboración de un producto o prestación de un servicio. Los símbolos internacionalmente aceptados en la elaboración de este diagrama son:



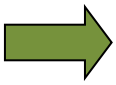
Operación, que significa que se ha realizado un cambio o transacción en el producto o servicio.

Inspección, se refiere al control ejecutado en alguna etapa del proceso.

Demora, aparece cuando en el proceso en cadena de producción es más lento que otras, por lo que se debe esperar turno para realizar la siguiente actividad.



Almacenamiento, puede ser de materias primas, en proceso o en productos terminados.



Transporte, consiste en la movilización de algún elemento en una determinada operación, tanto de un sitio a otro como algún punto de almacenamiento o demora.

A continuación se presenta las diversas etapas, por las que debe atravesar el proceso de servicios en mecánica automotriz y la venta de repuestos.

Gráfico Nº 33

	DIAGRAMA DE PROCESO PARA MANTENIMIENTO DE MOTOR DEL VEHÍCULO							
Nro	**Descripción.**	**Simbología.**					**Encargado**	**Tiempo Min.**
		Actividad	**Control**	**Espera**	**Transporte**	**Act. Comb**		
1	Ingreso del Vehículo.						Jefe de Taller.	2
2	Inspección de rutina e identificación de posibles fallas.						Ayudante	30
3	Desarme de las autopartes						Ayudante	45
4	Venta de repuestos para mant. de Motor (Bodega: Lubricantes, Filtros de Aceite, Aire y Combustible, Bujías, Banda y Templador de Distribución, Limpiador de Inyectores).						Jefe de Taller	20
5	Lavada de Inyectores						Ayudante	45
4	Ensamblaje de las autopartes						Ayudante	60
5	Control de calidad y entrega del vehículo.						Jefe de Taller.	15
TOTALES.							**2 Personas**	**217**

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

4.1. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA.

La estructura organizativa es el sistema ordenado de regla y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales

- **BASE LEGAL**

Toda empresa para su libre funcionamiento debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley.

La Compañía se constituirá mediante escritura pública que previo mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrita en el registro mercantil.

- **NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO DELOS SOCIOS QUE LA CONFORMAN.**

Danny Gardel Conde Aguirre, con número de cedula: 1104345671 de nacionalidad ecuatoriano con domicilio en la Provincia de Loja, Cantón Loja.

Ángel Leonardo Conde Aguirre, con número de cédula: 1103360556 de nacionalidad ecuatoriano con domicilio en la Provincia de Loja, Cantón Loja.

- **LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN.**

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley. La razón social de la empresa a conformarse es**TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**

- **DOMICILIO.**

La empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**,tendrá su domicilio en el cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, ubicada en las calles Av. Del Ejército y Santiago de las Montañas, km.1 vía a Yantzaza.

- **OBJETO DE LA SOCIEDAD.**

La actividad principal de la empresa es la de brindar el servicio exclusivo en Mantenimiento del motor del vehículo con venta de repuestos incluidos.

- **TIEMPO DE DURACIÓN.**

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará. La duración de la empresa será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

4.2. TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.

OBJETIVOS

- Ofrecer un Servicio de calidad para todos los usuarios.
- Obtener utilidades.
- Establecer un precio accesible por los usuarios.
- Brindar un servicio en atención al cliente que satisfaga al usuario.
- Llegar a ser una empresa líder en el mercado local.

METAS

- Tener un personal capacitado en el manejo de la maquinaria.
- Crear una base de datos de los clientes.
- Realizar publicidad del servicio que presta la empresa.

POLÍTICAS.

- Correcta presentación personal (uniforme de trabajo adecuado, puntualidad, materiales de trabajo)
- Atención cordial y oportuna al cliente.
- Prohibido el ingreso de personal no autorizado a la empresa.
- Hacer conocer el servicio que ofrece la empresa.

ESTRATEGIAS.

- Seleccionar la mejor mano de obra para prestar el servicio.
- Capacitación del personal para que sea eficiente y eficaz.
- Elaborar cuñas Radiales.

VALORES DE LA EMPRESA
TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.

Dentro de la empresa se practicarán valores éticos y morales como:

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Lealtad
- Honradez
- Honestidad
- Profesionalismo
- Ética

4.3. MINUTA.

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una de constitución de Sociedad Anónima, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OTORGANTES.- Concurre al otorgamiento de esta escritura al señor: **DANNY GARDEL CONDE AGUIRRE,** con C.I1104345671; mayor de edad, soltero, domiciliado en la ciudad de Loja, sin impedimento legal para contratar.

SEGUNDA: CONSTITUCIÓN.- El compareciente conviene libre y voluntariamente, en constituir la empresa: **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE"**

S.A.la misma que se regirá por las leyes del Ecuador y por los siguientes estatutos.

TERCERA: ESTATUTOS DE LA EMPRESA: **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**

CAPÍTULO PRIMERO: RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

Art. 1.- La compañía que se constituye por el presente instrumento llevará la razón social: **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,** debiendo en consecuencia, en todas sus operaciones y actividades actuales con este nombre.

Art. 2.- El domicilio principal de la compañía es en el cantón Zamora, República del Ecuador.

Art. 3.- La compañía tiene como objeto social principal, ofrecer el servicio de Mantenimiento del motor del vehículo con venta de repuestos; podrá por tanto, realizar todos los actos y contratos civiles y mercantiles, relacionados con el objeto social principal.

Art. 4.- El plazo de duración de la empresa es de CINCO AÑOS, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil, sin embargo el gerente-propietario podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL

Art. 5.- El capital social de la compañía es de **$29.137,93.**El capital está íntegramente suscrito y pagado conforme se especifica en las declaraciones.

Art. 6.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución del gerente propietario. .

Art. 7.- El pago del aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de utilidades, por capitalización del superávit proveniente de la revalorización de activos fijos o por los demás medios previstos en la ley.

Art. 8.-La compañía puede reducir el capital social por resolución del gerente propietario, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

CAPÍTULO TERCERO: DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.

Art. 9.- El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio del gerente.

SECCIÓN DOS: DEL GERENTE.

Art. 10.- El gerente será el propietario de la empresa.

Art. 11.- Son deberes y atribuciones de gerente de la compañía:

- **a)** Representará la compañía en forma legal, judicial y extrajudicialmente;
- **b)** Perseguir el cumplimiento del fin social de la compañía;
- **c)** Dirigir la cuestión económica financiera de la compañía;
- **d)** Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;
- **e)** Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía y suscribir los documentos correspondientes;
- **f)** Nombrar al personal que requiera la compañía.
- **g)** Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- **h)** Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley y estos estatutos.

CAPÍTULO CUARTO: DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 12.- La disolución y liquidación de la compañía, se regla por las disposiciones pertinentes en la Ley de Compañías y estos estatutos.

DISPOSICIÓN GENERAL

Todo lo no previsto en estos estatutos y en los reglamentos la compañía, será conocido y resuelto por El Gerente Propietario.

SECCIÓN TERCERA: DECLARACIONES

1) El Sr.**DANNY GARDEL CONDE AGUIRRE,** con C.I1104345671, será la gerente de la Empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**, para un período indeterminado en este estatuto y es el Autorizado para que realice los trámites y gestiones necesarias, encaminadas a la legalización y aprobación de la escritura de formación de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil; y todos los trámites de rigor para que pueda operar la compañía. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se dignará agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Ab. Fabián Ortega.

Cl.: 110495694-6

4.4. CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

La contratación del personal se lo realizará mediante un contrato individual de trabajo a prueba, en el cual constarán todos los requisitos y cláusulas exigidas por la ley.

Consta por el presente documento, el contrato que se suscribe al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA: COMPARECIENTES.- Comparecen a celebrar el presente contrato de Trabajo: **A)** El Sr. Danny Gardel Conde Aguirre, con C.I. 1104345671 a nombre y en representación de la Empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**en su calidad de Gerente y Representante Legal, parte a la que en adelante y para efectos del presente contrato, se podrá denominar "El Empleador"; y, **B)**El Dr. Fabián Rodrigo Ortega Ramírez con cédula 110495694-6 con suficiente capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones a nombre propio, a quien, para efectos del presente contrato se podrá denominar como "Trabajador".

SEGUNDA: ANTECEDENTES.- La empresa**TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**requiere contratar los servicios del Dr. Fabián Rodrigo Ortega Ramírez, quien ha manifestado su voluntad de prestar sus servicios lícitos y personales.

TERCERA: OBJETO.- Con los antecedentes expuestos, el Sr. Danny Gardel Conde Aguirre, por los derechos que representa de la empresa en su calidad de Gerente de la misma, contrata al Dr. Fabián Rodrigo Ortega Ramírez, para que preste sus servicios en calidad de **ASESOR JURÍDICO.**

El mismo se compromete a prestar sus servicios personales en forma exclusiva para con el Empleador, en la clase de trabajo acordado, para el cual declara tener los conocimientos y capacidades necesarias.

El Empleador y el Empleado convienen en que la relación laboral entre ambos se regirá por el presente contrato individual de trabajo, Código del Trabajo, Ley del Seguro Social Obligatorio y legislación conexa; y el Empleado desempeñará sus funciones en conformidad con la Ley, Reglamento Interno y

Código de Conducta de la empresa y las disposiciones generales, órdenes e instrucciones que imparta El Empleador a través de sus representantes.

CUARTA: JORNADA DE TRABAJO.- La jornada de trabajo será dependiendo de las consultas que se requieran.

QUINTA: REMUNERACIÓN.- La remuneración que recibirá el Dr. Fabián Rodrigo Ortega Ramírez, en virtud de este contrato es de **Veinte 00/100 DÓLARES AMERICANOS (USD. 20.00)**, pagaderos por cada consulta que se realice.

SEXTA: PLAZO.- El presente contrato tiene un plazo de duración de UN AÑO, contados a partir de la suscripción del mismo.

El presente contrato de trabajo podrá dárselo por terminado, por acuerdo de las partes, en cuyo caso el Empleado deberá presentar su renuncia directamente al Empleador, con quince días de anticipación.

SÉPTIMA: LUGAR DE TRABAJO.- La instalación de la empresa será en el cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, ubicada en las calles Av. Del Ejército y Santiago de las Montañas, km.1 vía a Yantzaza.

OCTAVA: CONFIDENCIALIDAD.- El Empleado se compromete a guardar absoluta reserva sobre toda la información, política, procedimientos u operaciones, casos de tipo legal que realice El Empleador, y que llegue a su conocimiento con ocasión de la ejecución del presente contrato. El Empleado asume el compromiso de tomar todas las precauciones.

…….	..……...
Gerente	**Asesor Jurídico.**
C.I: 1104345671	C.I: 110495694-6

4.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA.

Con el fin de contar con una buena organización de todas y cada una de las actividades a desarrollarse en la empresa a crearse, es importante realizar un estudio de la parte organizativa de la empresa, puesto que esto contribuye a que se cumpla con los objetivos tanto individuales y colectivos de la organización planteados en un inicio y a la vez ayuda a que el conjunto de individuos que laboran en dicha organización tengan claro cuál es el papel que desempeñan como trabajadores de la misma.

4.5.1. NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

En lo que se refiere a la estructura Organizativa, se puede identificar los siguientes niveles administrativos, sobre los que se conforman la estructura de la empresa del servicio en Mecánica Automotriz, estructura que permitirá lograr el cumplimiento de los objetivos planteados.

DETERMINACIÓN DE NIVELES.

Los niveles jerárquicos lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posee independiente de las funciones que realizan.

NIVEL LEGISLATIVO – DIRECTIVO. Representa el primer nivel de autoridad de la empresa, lo constituye la Junta General de Socios y el Directorio de la Empresa, cuya función es la legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones.

NIVEL EJECUTIVO. Es el segundo nivel de autoridad y lo constituye el gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

NIVEL ASESOR. La empresa contará con un asesor temporal en el área legal quien asesorará al gerente para la constitución de la compañía, se lo contratará

de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

NIVEL AUXILIAR. El nivel asesor aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual están asesorando. En el caso de **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,** el nivel asesor lo constituye la contadora-secretaria.

NIVEL OPERATIVO. Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de producción de la empresa, es decir en este nivel se describe todos los departamentos que se encargan de la marcha operacional de la empresa.

4.5.2. ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de las relaciones e interrelaciones existentes en una organización, identificando líneas de autoridad y responsabilidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural representa la estructura organizativa básica con la que cuenta la empresa, mismo que nos permite conocer de una forma objetiva sus unidades o departamentos y las relaciones que las ligan entre sí.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

En el organigrama funcional se estructura y establece todas y cada una de las funciones que tienen que cumplir las personas asignadas a los diferentes departamentos o unidades que se la empresa, pues es la representación gráfica de las funciones básicas de la misma.

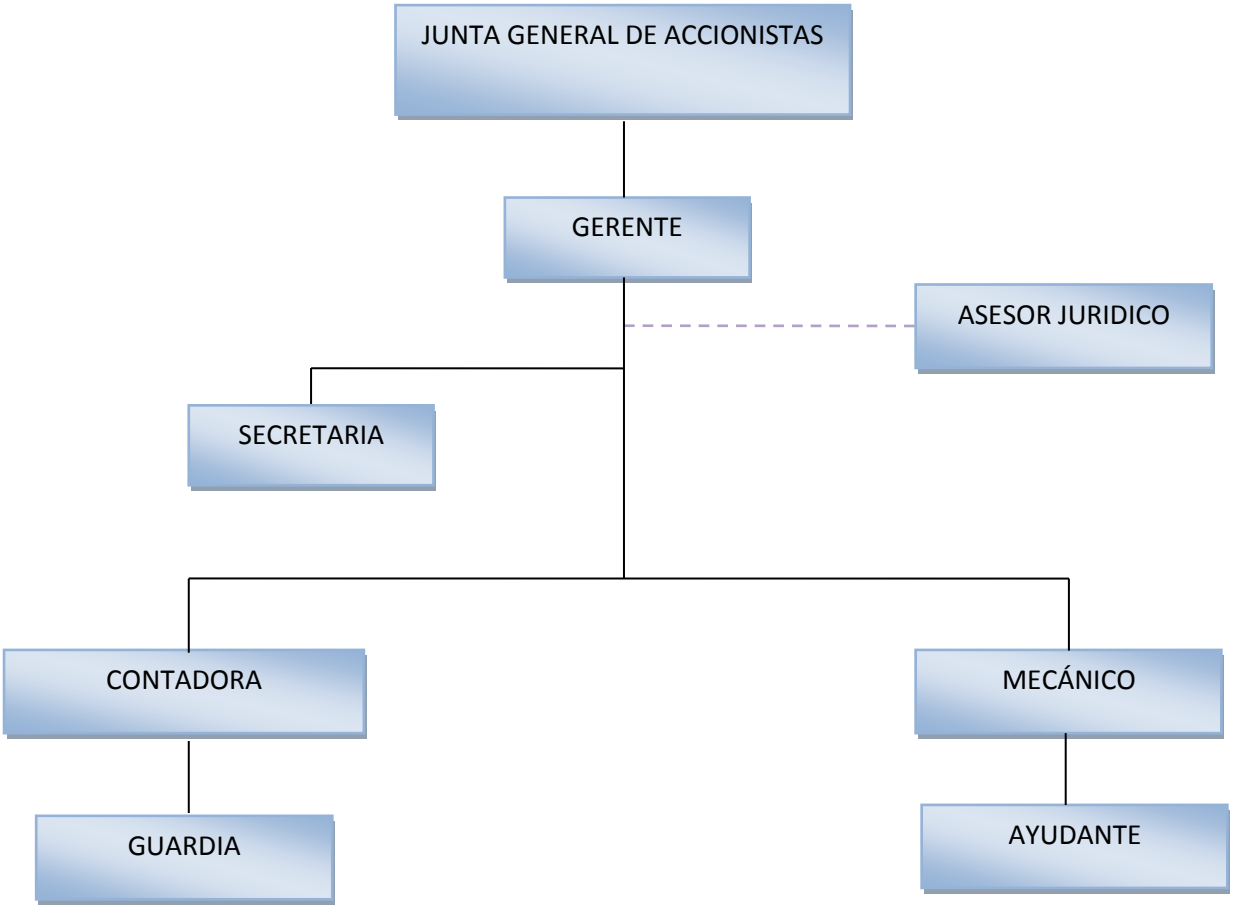
ORGANIGRAMA POSICIONAL

Enfoca aspectos como distribución de personal, cargo que ejerce y remuneración que percibe.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico Nº 34

TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.



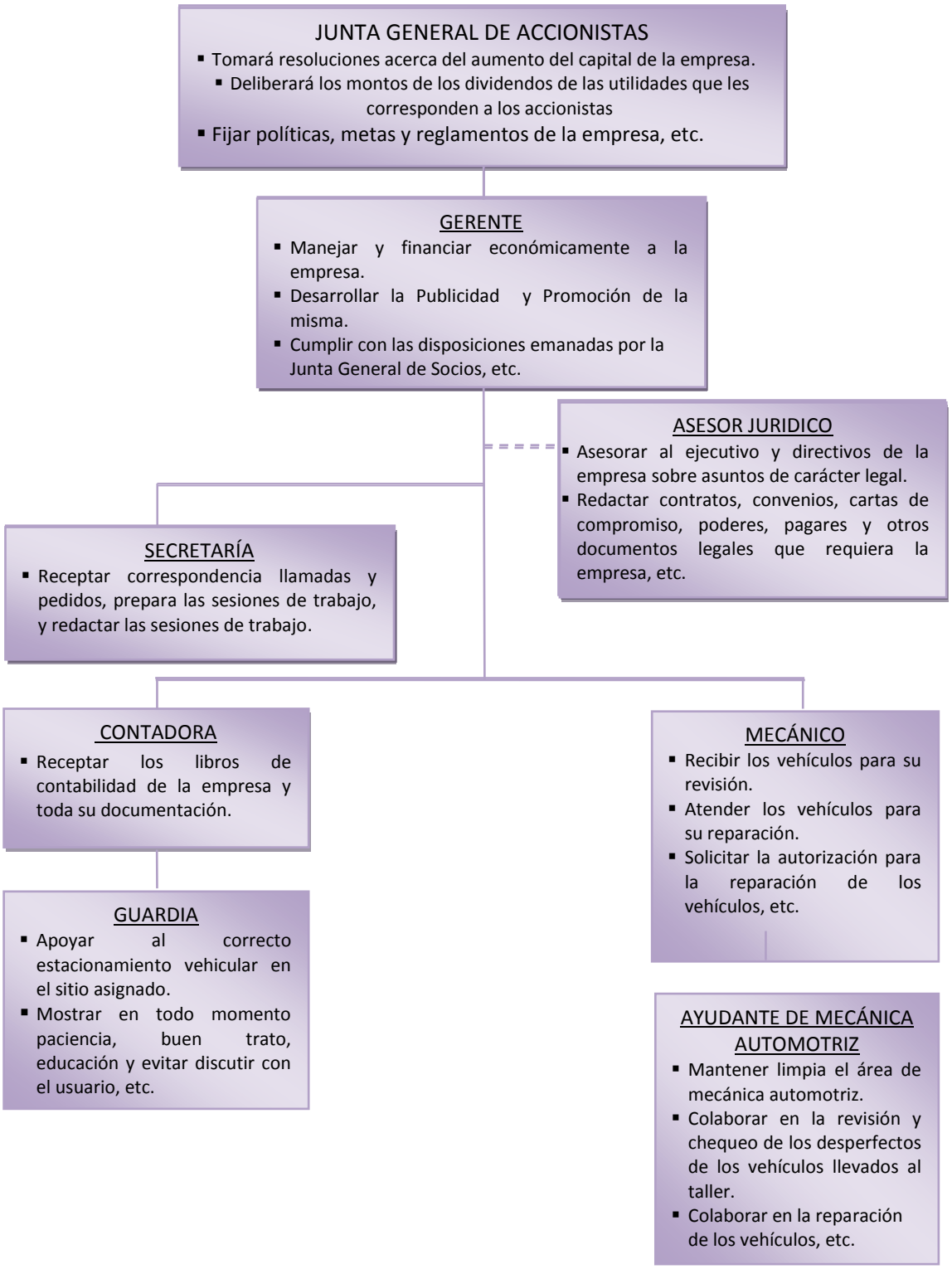
Fecha: 18 de Octubre de 2012

Elaboración: El Autor

FUNCIONAL

Gráfico Nº 35

TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.



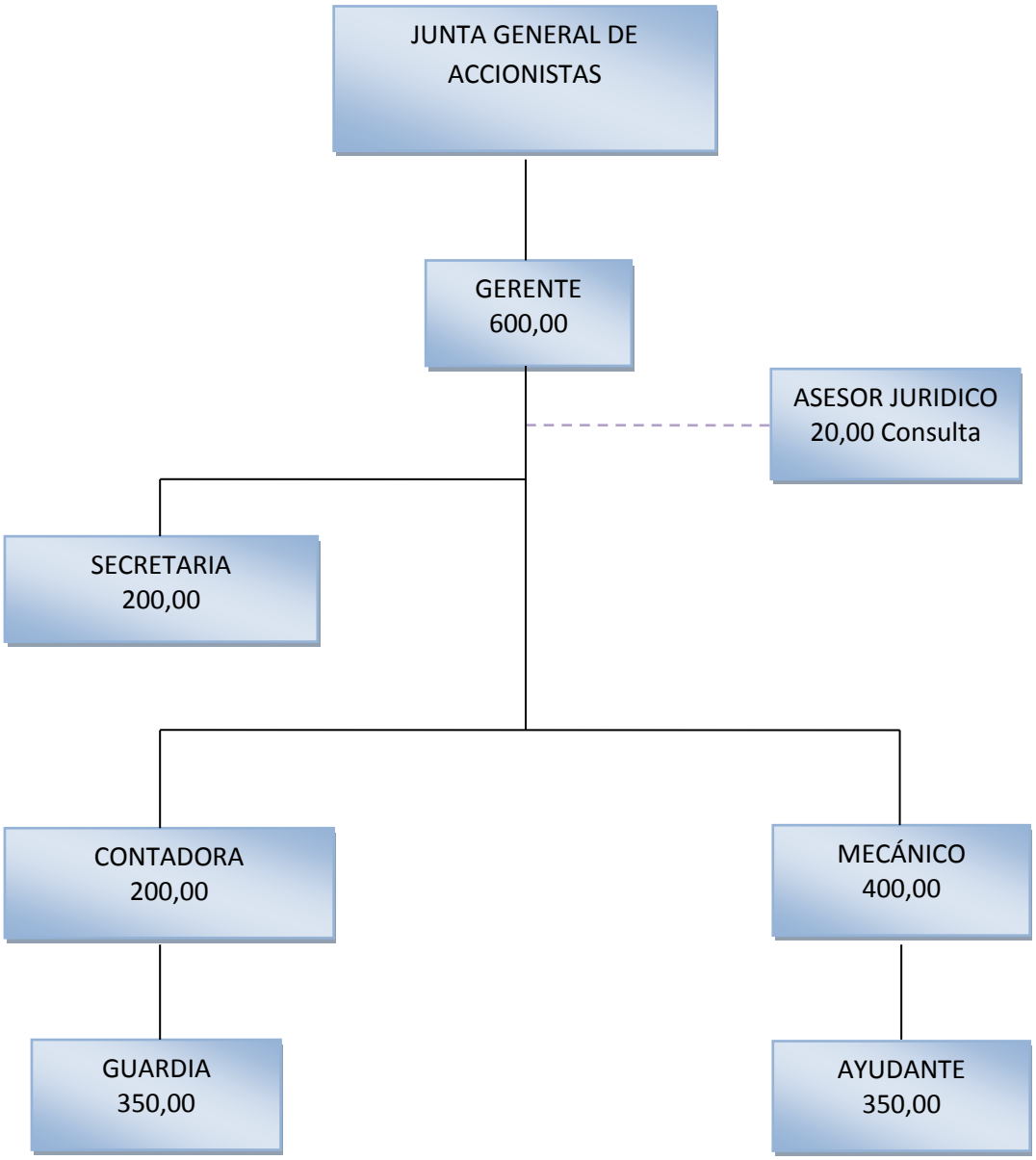
Fecha: 18 de Octubre de

Elaboración: El Autor

ORGANIGRAMA POSICIONAL

Gráfico Nº 36

TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.



Fecha: 18 de Octubre de

Elaboración: El

4.5.3. MANUAL DE BIENVENIDA DE LA EMPRESA TALLER AUTOMOTRIZ “CONDE” S.A.

- Bienvenida
- Historia de la empresa
- Misión y visión
- Objetivos empresariales
- Políticas
- Valores institucionales
- Estructura de la empresa
- Ventajas
- Políticas
- Reglamento de higiene y seguridad
- Misión
- Visión
- Objetivos
- Valores
- Organigrama estructural

❖ **BIENVENIDA**

ESTIMADO (A) COMPAÑERO (A) DE NUEVO INGRESO

A nombre de la gran familia que conforma

TALLER AUTOMOTRIZ “CONDE” S.A

Te damos la más cordial bienvenida y, en lo personal, te felicitamos porque desde hoy formas parte de una de las primeras empresas en mecánica automotriz, en la cual laboran las más capacitadas y entusiastas personas.

Para que empieces a conocer la gran empresa en la que empiezas a laboral te ofrecemos en estas pequeñas líneas una historia de la compañía, así como los servicios que ofrecemos, la Misión y los valores que son la base de la ideología de esta gran empresa.

Tenemos programado que al ingresar a tu puesto tengas una adecuada inducción y capacitación; pero si esto no es suficiente, esperamos que tengas la suficiente confianza y libertad de preguntar cuantas veces sea necesaria para aclarar tus dudas.

Te recordamos que dentro de la empresa trabajamos con un sistema estricto de calidad y este se basa, no en los jefes, sino en todos los empleados, por lo que todas tus sugerencias serán aceptadas y analizadas, **"TU OPINIÓN NOS INTERESA"**.

Estamos seguros que tu estancia en **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**, será una grata y enriquecedora experiencia, nunca olvides que las oportunidades para tu desarrollo y crecimiento profesional se darán de acuerdo a tu desempeño, te reiteramos la más cordial bienvenida.

- **HISTORIA DE LA EMPRESA**

La empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,** nace en vista de la necesidad que tiene la ciudadanía de contar con el servicio exclusivo de Mecánica Automotriz y venta de repuestos.

Es así que un grupo de personas dinámicas y de trabajo, se unen con la finalidad de formar una empresa de mecánica Automotriz; a fin de satisfacer las necesidades de los clientes, brindando un servicio de calidad, contando con un personal altamente calificado, con la tecnología y herramientas necesarias para brindar un buen servicio.

Es así como inicia esta importante Empresa de la región amazónica, de la mano de un grupo de personas visionarias y optimistas.

Nuestra Mecánica

Nuestra Mecánica cuenta con su Infraestructura propia, con los mejores implementos, herramientas y maquinaria para ofrecer un servicio de calidad. Para Nuestros clientes se brindan promociones especiales que beneficien su economía.

Los horarios de atención son desde las 8:00-18:00 de lunes a sábado para comodidad de nuestros clientes.

Servicio de Mecánica Automotriz

La empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,** ofrece el servicio de Mecánica Automotriz, entre los cuales se encuentra el mantenimiento de vehículos, reparación de motores, cajas, coronas y venta de repuestos, para lo cual contamos con un equipo humano con responsabilidad cuyo objetivo principal es el de lograr satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Los servicios que ofrece la empresa **"TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,** son exclusivos , con un precio menor al de la competencia el cual está establecido de acuerdo a la economía de nuestros clientes..

Los socios tienen los siguientes beneficios: seguro en caso de presentarse algún accidente dentro de la mecánica el cual solventara todas las necesidades y emergencias de auxilio, para ello contamos con un gran respaldo económico, garantizando la atención rápida y oportuna.

Gracias al esfuerzo y sacrificio de los socios se contara con tecnología y mano de obra eficiente, capaces de competir con cualquier otra empresa, ya que debido a la aceptación y confianza de la ciudadanía nuestros empresa será Líder en el mercado, siendo una de las primeras empresas en ofrecer estos dos servicios en el cantón Zamora.

- **NUESTRAS VENTAJAS**
  - Exclusividad
  - Educación
  - Reconocimiento
  - Servicio
  - Confiabilidad
  - Seguridad
  - Tecnología

❖ NUESTRAS POLÍTICAS:

Para mejorar el desempeño y ayudarte a crecer dentro de la empresa, tenemos una serie de políticas que deberás de cumplir de manera estricta, te recomendamos que las estudies y las tengas presentes en todo momento para evitar cualquier problema en tu desempeño.

- Se prohíbe el uso de bermudas, playeras sin mangas, o cualquier otro accesorio que sea diferente al uniforme de la empresa.
- Se prohíbe fumar dentro de las instalaciones de la empresa.
- Se prohíbe llegar en estado etílico a la empresa.
- Quedan estrictamente prohibidas las rifas, vaquitas o venta de cualquier cosa que sea ajena a la empresa.
- Se prohíbe el uso de lenguaje altisonante para dirigirse a los compañeros.
- El respeto a las ideas es una base de esta empresa, por lo tanto, deberás de respetar a las demás personas sin ignorarlas o burlarte de ellas.

❖ REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD

A fin de evitar los accidentes laborales y de prevenir las contingencias que se puedan presentar tenemos un reglamento de seguridad que se ha de cumplir de manera estricta para seguridad tanto personal como de la empresa.

REGLAMENTO GENERAL DE HIGIENE Y SEGURIDAD

1. El uso de guantes, gafas y botas de seguridad será obligatorio en el manejo de las maquinas.
2. Las puertas de la empresa están marcadas con letreros de entrada y salida, respeta estos letreros para evitar accidentes
3. Los extinguidores deberán de estar situados en lugares visibles, de fácil acceso y a no menos de 20 metros de distancia entre uno y otro.
4. La señalización de las rutas de evacuación se debe de hacer con letreros visibles y de fácil comprensión.

5. Los simulacros para evacuación de la empresa en caso de incendio o temblor se deben de hacer por lo menos tres veces al año y siempre en horario de trabajo.
6. Las brigadas para el control de incendios deberán de estar conformadas por 5 personas de cada área de trabajo, deberán de ser capacitados de manera constate y tendrán reuniones de mejoramiento de la seguridad una vez al mes fuera del horario de trabajo.
7. Recuerda que nuestra meta es **0 ACCIDENTES.**

- **MISIÓN**

La misión de **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,** es resolver y satisfacer las diversas necesidades en las áreas de mecánica automotriz y venta de repuestos en la sociedad, poniendo a disposición de sus clientes una atención personalizada, trabajos con responsabilidad y calidad, a sus accionistas una rentabilidad creciente y sostenible, y a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales.

- **VISIÓN**

Empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.,**dedicada a la prestación de servicios en Mecánica Automotriz y venta de repuestos, para el año 2017su visión es llegar a ser líderes en el mercado del cantón Zamora, proporcionando un servicio de óptima calidad a los clientes y a precios económicos.

- **OBJETIVOS**

- Tener en todo momento la mejor disposición para atender a nuestros clientes.
- Demostrar la responsabilidad, limpieza y respeto que se merecen nuestros usuarios.
- Ofrecer un servicio de calidad con tecnología de punta.

- **VALORES INSTITUCIONALES**

Humanismo: Estimulando el desarrollo de la sensibilidad humana y destacando los logros de las condiciones de trabajo más humanas y menos nocivas a través de las aplicaciones de la Mecánica Aplicada.

Honestidad: Honradez, dignidad, equidad, solidaridad y modestia.

Actitud de Liderazgo: Buscar el mejoramiento continuo, para constituirse en el mejor referente del desarrollo.

Responsabilidad: A través de las exigencias cotidianas en el cumplimiento, la asistencia y puntualidad a las actividades en la empresa.

Trabajo en Equipo: Complementar y potenciar las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para hacerlo mejor

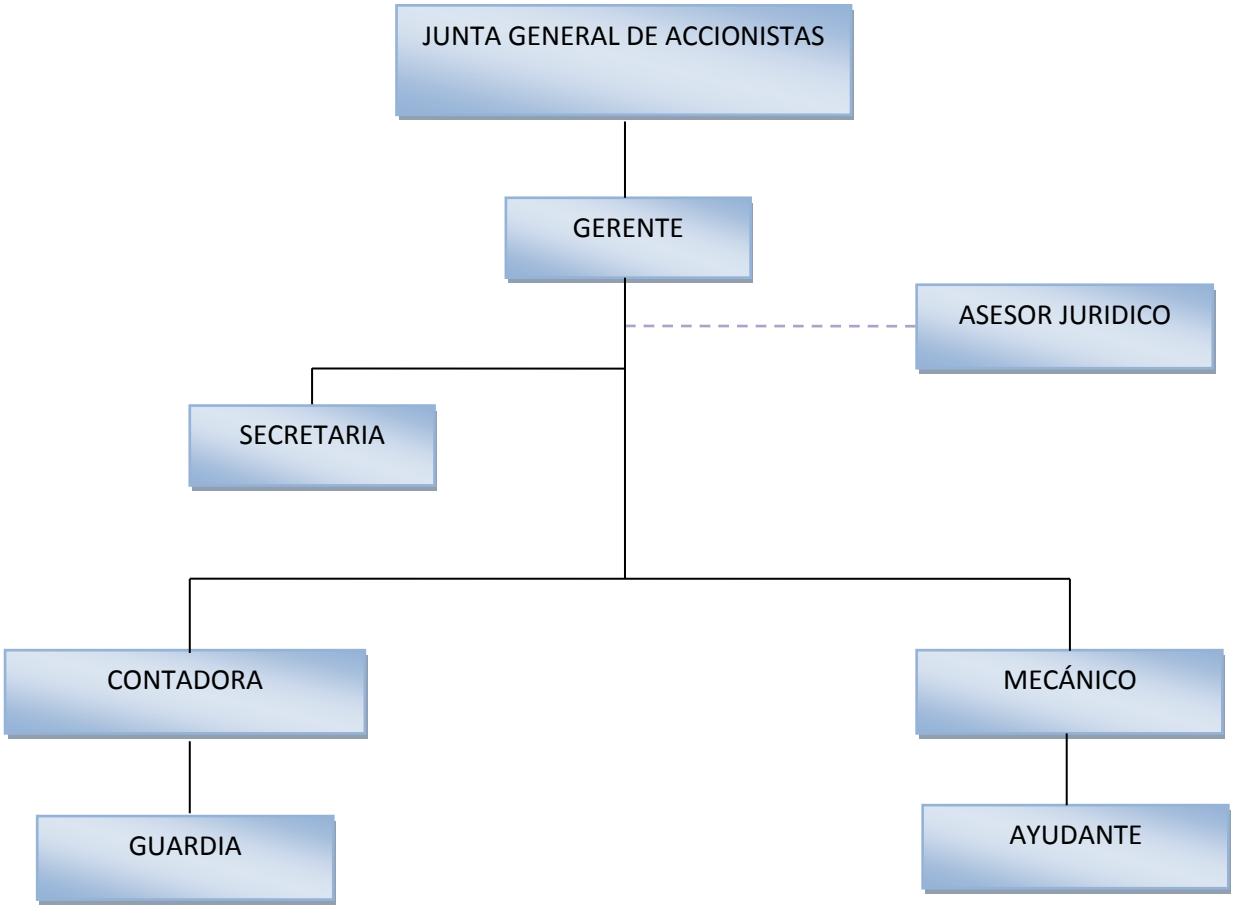
Competitividad: Ofrecer servicios de calidad, con eficiencia, eficacia y a precios competitivos.

Confidencialidad: Debido a la naturaleza de la información que se comparte y que es la base para desarrollar nuestra labor, se hará a este valor la esencia de nuestro trabajo.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

Gráfico Nº 37

TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.



Fecha: 18 de Octubre de 2012

Elaboración: El Autor

4.5.4. MANUALES DE FUNCIONES.

Enel manual de funciones se describen las tareas que deben cumplir cada unidad o departamento de la empresa, mismo que facilita una correcta selección del personal para los distintos cargos y al mismo tiempo sirve de guía para la persona que ocupe un determinado puesto de trabajo, puesto que en él se encuentran detalladamente las funciones que debe cumplir, por lo que se hace indispensable y a la vez fundamental el uso de este manual para la empresa **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**

Dentro del manual de funciones existen algunas ventajas a saber:

1. Analiza la estructura y funciones de la empresa.
2. Delimita el campo de acción, funciones, atribuciones y responsabilidad de cada unidad o departamento.
3. Ayuda a la clasificación y valoración de los puestos de trabajo.

Las partes que integran el presente manual de funciones son las siguientes:

1. Código
2. Título del puesto
3. Naturaleza del trabajo

MANUAL DE FUNCIONES DE TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.

La dirección y manejo de la empresa de servicio de mecánica Automotriz **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**Estará a cargo del Sr. Gerente.

A continuación se hace el detalle del manual de funciones para diferentes puestos de trabajo a cubrir en la empresa de servicio **TALLER AUTOMOTRIZ "CONDE" S.A.**

TITULO DEL PUESTO: GERENTE
DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO
DEPENDE: JUNTA GENERAL DE SOCIOS O DIRECTORIO
SUPERVISA: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DE TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que realizan en la empresa "TALLERES CONDE"

FUNCIONES TÍPICAS:

- Manejar y financiar económicamente a la empresa.
- Desarrollar la Publicidad y Promoción de la misma.
- Cumplir con las disposiciones emanadas por la Junta General de Socios.
- Dirigir la elaboración del Plan Operativo de la empresa, con el correspondiente presupuesto anual, a fin de ponerlo en consideración de la Junta General de Socios.
- Nombrar y Contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.
- Tramitar ordenanzas, controlar cheques y más documentos que el reglamento lo disponga, autorizando y firmando para un correcto desenvolvimiento.
- Informar por escrito a la Junta General de Accionistas sobre el desarrollo de las actividades y planificación de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Supervisar, coordinar las actividades del personal bajo su mando, actuando con independencia profesional.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Poseer el Título Académico Profesional en Administración de Empresas.

EXPERIENCIA: Dos años mínimos en experiencias similares.

CAPACITACIÓN: Gestión empresarial, Aptitudes emprendedoras y el proceso administrativo, principios y fundamentos de la administración de empresas, marketing estratégico, creadores y emprendedores de negocios.

TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA
DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO
DEPENDE: GERENTE
SUPERVISA: ----------

NATURALEZA DE TRABAJO:

Llevar el sistema de contabilidad, es responsable por el manejo de los libros contables; Realiza las relaciones públicas, lleva el control de la comunicación de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Receptar llamadas y pedidos, prepara las sesiones de trabajo, y redactar las sesiones de trabajo.
- Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa.
- Registrar y redactar oficios, memorándums,
- Ordenar y archivar correctamente la información y documentación que se genere.
- Realizar las demás actividades que le sean encomendadas por el responsable del área, que sean compatibles con la capacidad y conocimiento que con la capacitación y adiestramiento proporcionado haya adquirido.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsable de la fidelidad de la información.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Secretaria ejecutiva.

EXPERIENCIA: Dos años de funciones afines.

CAPACITACIÓN: Relaciones públicas y Relaciones humanas.

TITULO DEL PUESTO: CONTADORA
DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO
DEPENDE: GERENTE
SUPERVISA: ----------

NATURALEZA DE TRABAJO:

Llevar el sistema de contabilidad, es responsable por el manejo de los libros contables; Realiza las relaciones públicas, lleva el control de la comunicación de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Elaborar los estados financieros de la empresa, presupuestos, los formularios de ingresos, presentar informes contables, elaborar los libros contables, Flujo de caja, roles de pago, presentar las declaraciones al SRI, realizar los análisis financieros, etc.
- Realizar las demás actividades que le sean encomendadas por el responsable del área, que sean compatibles con la capacidad y conocimiento que con la capacitación y adiestramiento proporcionado haya adquirido.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsable por la información financiera, económica y bienes, riesgos aspecto físico, y visual.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Contadora profesional.

EXPERIENCIA: Dos años de funciones afines.

CAPACITACIÓN: Contabilidad computarizada, cursos sobre programas contables actualizados.

TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO

DEPENDE: GERENTE

SUPERVISA: ----------

NATURALEZA DE TRABAJO:

Mantiene asesoría jurídica en defensa de los intereses de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Asesorar al ejecutivo y directivos de la empresa sobre asuntos de carácter legal.
- Asesorar jurídicamente en asuntos relativos a procesos licitarlos, concursos de ofertas, precios y selección de firmas.
- Participar en la junta general de socios.
- Redactar contratos, convenios, cartas de compromiso, poderes, pagares y otros documentos legales que requiera la empresa "TALLERES CONDE"

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Este puesto se caracteriza por tener autoridad funcional, más no de mando.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Titulo Doctor en Jurisprudencia.

EXPERIENCIA: Dos años de funciones afines.

CAPACITACIÓN: Actualización de Leyes, relaciones públicas y relaciones humanas.

TITULO DEL PUESTO: GUARDIA **DEPARTAMENTO:** ADMINISTRATIVO **DEPENDE:** SECRETARÍA **SUPERVISA:** ----------
NATURALEZA DE TRABAJO: Mantener la vigilancia de la empresa en general
FUNCIONES TÍPICAS: ➢ Verificar que el usuario no porte armas (con excepción de personal de la Policía nacional que se encuentren en servicio). ➢ Apoyar al correcto estacionamiento vehicular en el sitio asignado. ➢ Mostrar en todo momento paciencia, buen trato, educación y evitar discutir con el usuario. ➢ Realizar otras funciones que se le puedan asignar.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Este puesto se caracteriza por controlar y vigilar el ingreso o salida de los usuarios en la mecánica y sobre el cuidado de la misma.
REQUISITOS: - **EDUCACIÓN**: Bachiller en cualquier especialidad - **EXPERIENCIA**: En el manejo de armas.

TITULO DEL PUESTO: MECÁNICO AUTOMOTRIZ **DEPARTAMENTO:** Operativo **DEPENDE:** GERENTE **SUPERVISA:** Obrero
NATURALEZA DE TRABAJO: Es responsable de llevar a cabo revisiones, reparaciones y limpieza mecánica de los vehículos automotores.
FUNCIONES TIPICAS: • Recibir los vehículos para su revisión. • Atender los vehículos para su reparación. • Solicitar la autorización para la reparación de los vehículos. • Realizar un mantenimiento correctivo y preventivo de los vehículos. • Revisar si los vehículos necesitan ajustes de frenos, cambios de balatas, afinación, cambio de aceite, etc., •Realizar otras funciones que se le puedan asignar
CARACTERISTICAS DE CLASE: Este puesto se caracteriza por la atención de los vehículos que ingresan a la mecánica.
REQUISITOS: **EDUCACION:** Secundaria y estudios de mecánica automotriz, motores diesel y gasolina, etc**.** **EXPERIENCIA:** 3 años en mecánica automotriz en general

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se pueda realizar, esto se hace en función de los recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante el ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

El estudio financiero contendrá las siguientes partes:

1. Inversiones del proyecto.
2. Presupuestos.
3. Estado de Pérdidas y Ganancias.
4. Los Costos y el Punto de equilibrio.

5.1. INVERSIONES DEL PROYECTO.

5.1.1. ACTIVOS FIJOS:

Son los costos que se ocasionan durante la fase de transformación de los insumos y que sirven de apoyo en la prestación del servicio Automotriz, sus costos y demás características se detallan en los siguientes cuadros.

CUADRO Nº 42

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	**DETALLE**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
1	Radial	85,00	85,00
2	Taladro de mano	65,00	130,00
3	Juego de llaves mixtas	60,00	180,00
3	Estuches de dados	45,00	135,00
2	Estuches de dados torc	50,00	100,00
3	Juego de desarmadores	25,00	75,00
2	Juego de Brocas	22,00	44,00
2	Escáner	1.150,00	2.300,00
2	Reloj compresímetro	70,00	140,00
4	Rampas eléctricas	850,00	3.400,00
1	Compresor	750,00	750,00
1	Lavador de inyectores	2.450,00	2.450,00
1	Taladro pedestal	320,00	320,00
4	Gato hidráulico	80,00	320,00
1	Soldadora mig	6.500,00	6.500,00
1	Soldadora autógena	2.300,00	2.300,00
		TOTAL	**19.229,00**

FUENTE: MERCADO LIBRE DEL ECUADOR

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 43

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	**DETALLE**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO			
1	Escritorio Tipo Gerente	120,00	120,00
2	Escritorio tipo Secretaria	100,00	200,00
3	Sillas giratorias	30,00	90,00
6	Sillas de Oficina	10,00	60,00
3	Archivador	40,00	120,00
6	Cuadros decorativos	4,00	24,00
		SUBTOTAL	**614,00**
DEPARTAMENTO TÉCNICO			
4	Mesas Metálicas	50,00	200,00
4	Tableros de herramientas	30,00	120,00
4	Perchas	60,00	240,00
		SUBTOTAL	**560,00**
		TOTAL	**1174,00**

FUENTE: MUEBLERÍA "EL MUEBLE BONITO"

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 44

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	**DETALLE**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
2	Teléfonos Panasonic	110,00	220,00
1	Grapadora	3,00	3,00
1	Sumadora	20,00	20,00
1	Perforadora	3,00	3,00
		TOTAL	**246,00**

FUENTE: LA REFORMA - LA GANGA

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 45

EQUIPO DE CÓMPUTO			
CANTIDAD	**DETALLE**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
3	Computadoras LG	600,00	1800,00
		TOTAL	**1800,00**

FUENTE: MASTER PC

ELABORADO: EL AUTOR

RECURSOS HUMANOS

SUELDOS Y SALARIOS AL PERSONAL

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará la empresa de acuerdo a los puestos y cargos, es así que en la Empresa Automotriz las personas que percibirán sueldos serán: Gerente, Secretaria-Contadora, Guardia, Mecánico Automotriz y Ayudante.

CUADRO Nº 46

N°	CARGO	SUELDO BASICO UNIFICADO	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL (*12)	DECIMO TERCERO (/12)	DECIMO CUARTO (/12)	VACACIONES (/24)	FONDOS DE RESERVA (*8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Gerente	600,00	72,90	672,90	8074,80	50,00	50,00	25,00	49,98	8425,00
2	Secretaria Contadora	400,00	48,60	448,60	5383,20	33,33	33,33	16,67	33,32	5616,67
3	Guardia	350,00	42,53	392,53	4710,30	29,17	29,17	14,58	29,16	4914,58
4	Mecánico	400,00	48,60	448,60	5383,20	33,33	33,33	16,67	33,32	5616,67
5	Ayudante	350,00	42,53	392,53	4710,30	29,17	29,17	14,58	29,16	4914,58
	VALOR MENSUAL	**2100,00**	**255,16**	**2355,16**						
	VALOR ANUAL	**25200,00**	**3061,86**	**28261,92**						**29487,50**

FUENTE: MINISTERIO DE TRABAJO, AUTOMOTRIZ CONDE

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 47

DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE RR.HH. Y SUS COSTOS		
DENOMINACIÓN	**COSTO ANUAL**	**C. MENSUAL**
Gerente	8425,00	702,08
Secretaria Contadora	5616,67	468,06
Guardia	4914,58	409,55
Mecánico	5616,67	468,06
Ayudante	4914,58	409,55
TOTAL	**29487,50**	**2457,29**

FUENTE: Cuadro 46

ELABORADO: El Autor

CUADRO N° 48

INVENTARIO DE REPUESTOS PARA MANTENIMIENTO DEL MOTOR

CANT.	ARTICULO	MARCA	PRESENTACIÓN	P. UNITARIO	P. FINAL
24	Lubricantes 20W50	Havoline	1 Gal.	16,51	396,24
12	Lubricantes 20W50	Havoline	1/4 Gal.	4,37	52,44
24	Lubricantes 20W50	Golden Bear	1 Gal.	14,71	353,04
12	Lubricantes 20W50	Golden Bear	1/4 Gal.	3,63	43,56
24	Lubricantes 10W30	Penzoil	1 Gal.	16,93	406,32
12	Lubricantes 10W30	Penzoil	1/4 Gal.	4,35	52,20
12	Aditivo	Lubrizol	12 Onz.	1,98	23,76
12	Aditivo	Powerzol	12 Onz.	1,89	22,68
12	Refrigerante	Freezer	1/4 Gal.	2,11	25,32
12	Lavador de Inyectores	Loctite	350 ml.	4,37	52,44
12	Silicón	Loctite	350 ml.	2,84	34,08
12	Bujías	NGK	Juegos	9,39	112,68
12	Bujías	Champion	Juegos	7,35	88,20
12	Líquido de Frenos	ATTE	12 Onz.	3,03	36,36
12	Líquido de Frenos	Wagner	12 Onz.	2,32	27,84
12	Filtros de Aire	Shogun	Unidad	8,15	97,80
12	Filtros de Aire	Xtraguard	Unidad	8,02	96,24
12	Filtros de Combustible	Shogun	Unidad	8,41	100,92
12	Filtros de Combustible	Xtraguard	Unidad	7,37	88,44
12	Filtros De Aceite	Xtraguard	Unidad	7,13	85,56
12	Filtros De Aceite	Shogun	Unidad	7,68	92,16
12	Bandas de Distribución	Japón	Unidad	20,18	242,16
12	Bandas de Alternador	Japón	Unidad	15,24	182,88
12	Templadores de banda	Japón	Unidad	26,21	314,52
				TOTAL STOCK MENSUAL	**3.027,84**
				TOTAL STOCK ANUAL	**36.334,08**

FUENTE: LAVACOR

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 49

ADECUACIONES E INSTALACIONES	
Adecuación en el área de servicio	800,00
Instalaciones telefónicas	80,00
Instalaciones eléctricas	150,00
Instalaciones de agua	190,00
TOTAL	**1080,00**

FUENTE: EMPRESA ELÉCTRICA - CNT - MUNICIPIO DE ZAMORA

ELABORADO: EL AUTOR

ACTIVOS DIFERIDOS (Gastos Pre operativos**):** Son los costos que se ocasionan durante la fase de formulación e implementación del proyecto, y lo constituyen: los costos de elaboración del proyecto, los costos legales de constitución, los costos de montaje y la capacitación.

CUADRO Nº 50

ACTIVOS DIFERIDOS	
CONCEPTO	
Estudio de Factibilidad	500,00
Constitución Legal de la Empresa	84,00
Permiso de funcionamiento	200,00
Costos de capacitación	220,00
TOTAL	**1004,00**

FUENTE: MUNICIPIO DE ZAMORA - SRI - SECAP

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 51

CAPACITACIÓN PERSONAL			
CANTIDAD	**DETALLE**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
2	Mecánica Automotriz	80,00	160,00
1	Contabilidad y Auditoría	60,00	60,00
		TOTAL	**220,00**

FUENTE: SECAP

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 52

GASTOS DE PUBLICIDAD		
DETALLE	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Cuñas publicitarias en radio WG Zamora (4 diarias lunes a viernes)	40,00	480,00
TOTAL	**40,00**	**480,00**

FUENTE: RADIO WG ZAMORA

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 53

GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	**VALOR MENSUAL**	**VALOR ANUAL**
Teléfono	20,00	240,00
Agua	6,00	72,00
Luz	35,00	420,00
TOTAL	**61,00**	**732,00**

FUENTE: MUNICIPIO DE ZAMORA - CNT - EMPRESA ELÉCTRICA

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 54

GASTOS DE ÚTILES DE ASEO			
CANTIDAD	**DETALLE**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
3	Guaipe	5,40	16,20
3	Guantes	2,00	6,00
2	Escobas	2,00	4,00
2	Recogedores	1,50	3,00
2	Trapeadores	2,80	5,60
2	Rociadores	1,00	2,00
1	Cepillo para sanitario	1,50	1,50
5	Cesto de basura	5,00	25,00
1	Desinfectante	3,50	3,50
1	Detergente	4,00	4,00
1	Cloro	5,00	5,00
		TOTAL	**75,80**

FUENTE: TÍA - DISTRIBUIDORA LEÓN

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 55

GASTO DE UNIFORMES			
CANTIDAD	**DETALLE**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
5	Overoles	25,00	125,00
12	Camisetas	4,00	48,00
5	Pares de guantes	7,00	35,00
5	Mascarillas	5,00	25,00
		TOTAL	**233,00**

FUENTE: STILO – ELECTROS

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 56

GASTO DE ÚTILES DE OFICINA

DETALLE	VALOR MENSUAL
Resma de papel bond	5,00
Caja de esferos bic	3,00
Carpetas (archivadores)	1,50
Grapas (caja)	0,50
Sobres de manila	5,00
Caja de correctores bic	7,00
Saca grapas	1,00
TOTAL	**23,00**

FUENTE: LA REFORMA

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 57

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
DETALLE	**C. MENSUAL**
Gasto de publicidad	40,00
Gasto de servicios básicos	61,00
Gasto de útiles de aseo	75,80
Gasto de útiles de oficina	23,00
TOTAL	**199,80**

FUENTE: Cuadro 52, 53, 54, 56.

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 58

RESUMEN DE INVERSIONES		
FUENTE	**RUBRO**	**MONTO**
1. ACTIVOS FIJOS		
CUADRO 42	Maquinaria y equipo	19229,00
CUADRO 43	Muebles y enseres	1174,00
CUADRO 44	Equipos de Oficina	246,00
CUADRO 45	Equipos de Computación	1800,00
	SUBTOTAL	**22449,00**
2. ACTIVOS DIFERIDOS		
CUADRO 50	Estudio de Factibilidad	500,00
CUADRO 50	Constitución legal de la empresa	84,00
CUADRO 50	Permiso de funcionamiento	200,00
CUADRO 50	Costos de capacitación	220,00
	SUBTOTAL	**1004,00**
3. CAPITAL DE TRABAJO		
CUADRO 48	Inventario de repuestos para manten.	3027,84
CUADRO 47	Sueldo personal (Mensual)	2457,29
CUADRO 57	Gastos Administrativos	199,80
	SUBTOTAL	**5684,93**
	TOTAL	**29137,93**

FUENTE: CUADROS 42 -45; 47,48, 50; 57.

ELABORADO: EL AUTOR

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto empleará fuentes económicas internas y externas:

- **FUENTES INTERNAS:** El 31,36% del total de la inversión corresponde al aporte de los Socios.
- **FUENTES EXTERNAS:** El 68,64% provendrá de un crédito al Banco de Guayaquil.

CUADRO Nº 59

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	%	TOTAL
Crédito	68,64	**20000,00**
Capital Social	31,36	9137,93
		29137,93

FUENTE: CUADRO 58; BCO. GUAYAQUIL.

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 60

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

CAPITAL:	**20000**		**TIEMPO:** 5 AÑOS	
INTERÉS: 12%			**PAGO:** SEMESTRAL	
SEMESTRE	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDOS**	**CAPITAL**
0				20000
1	2000	1200	3200	18000
2	2000	1080	3080	16000
3	2000	960	2960	14000
4	2000	840	2840	12000
5	2000	720	2720	10000
6	2000	600	2600	8000
7	2000	480	2480	6000
8	2000	360	2360	4000
9	2000	240	2240	2000
10	2000	120	2120	**0**

FUENTE: CUADRO 59

ELABORADO: EL AUTOR

DEPRECIACIONES

CUADRO Nº 61
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

$$DEPRECIACIÓNANUAL = \frac{COSTODELACTIVO - VALORRESIDUAL}{VIDAÚTILDELACTIVO}$$

VALOR DEL ACTIVO=	19.229,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)=	5	***VALOR RESIDUAL***	1922,90
DEPRECIACIÓN=	10%		
DEPRECIACIÓN ANUAL=	3461,22		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACT
0	19.229,00	1922,9		17.306,10
1	17.306,10		3461,22	13.844,88
2	13.844,88		3461,22	10.383,66
3	10.383,66		3461,22	6.922,44
4	6.922,44		3461,22	3.461,22
5	3.461,22		3461,22	0,00

FUENTE: CUADRO 42

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 62
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

$$DEPRECIACIÓNANUAL = \frac{COSTODELACTIVO - VALORRESIDUAL}{VIDAÚTILDELACTIVO}$$

VALOR DEL ACTIVO=	1.174,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)=	5	***VALOR RESIDUAL***	117,40
DEPRECIACIÓN=	10%		
DEPRECIACIÓN ANUAL=	211,32		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACT
0	1.174,00	117,4		1.056,60
1	1.056,60		211,32	845,28
2	845,28		211,32	633,96
3	633,96		211,32	422,64
4	422,64		211,32	211,32
5	211,32		211,32	0,00

FUENTE: CUADRO 43

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 63
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

$$DEPRECIACIÓNANUAL = \frac{COSTODELACTIVO - VALORRESIDUAL}{VIDAÚTILDELACTIVO}$$

VALOR DEL ACTIVO=	246,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)=	5	***VALOR RESIDUAL***	24,60
DEPRECIACIÓN=	10%		
DEPRECIACIÓN ANUAL=	44,28		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACT
0	246,00	24,6		221,40
1	221,40		44,28	177,12
2	177,12		44,28	132,84
3	132,84		44,28	88,56
4	88,56		44,28	44,28
5	44,28		44,28	0,00

FUENTE: CUADRO 44

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 64

DEPRECIACIÓN DE PRIMER EQUIPO DE CÓMPUTO

$$DEPRECIACIÓNANUAL = \frac{COSTODELACTIVO - VALORRESIDUAL}{VIDAÚTILDELACTIVO}$$

VALOR DEL ACTIVO=	600,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)=	3	***VALOR RESIDUAL***	199,98
DEPRECIACIÓN=	33,33%		
DEPRECIACIÓN ANUAL=	133,34		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACT
0	600,00	199,98		400,02
1	400,02		133,34	266,68
2	266,68		133,34	133,34
3	133,34		133,34	0,00

FUENTE: CUADRO 45

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 65
DEPRECIACIÓN DE SEGUNDO EQUIPO DE CÓMPUTO

$$DEPRECIACIÓNANUAL = \frac{COSTODELACTIVO - VALORRESIDUAL}{VIDAÚTILDELACTIVO}$$

VALOR DEL ACTIVO=	600,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)=	3	***VALOR RESIDUAL***	199,98
DEPRECIACIÓN=	33,33%		
DEPRECIACIÓN ANUAL=	133,34		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACT
0	600,00	199,98		400,02
1	400,02		133,34	266,68
2	266,68		133,34	133,34
3	133,34		133,34	0,00

FUENTE: CUADRO 45

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 66

DEPRECIACIÓN DEL TERCER EQUIPO DE CÓMPUTO

$$DEPRECIACIÓNANUAL = \frac{COSTODELACTIVO - VALORRESIDUAL}{VIDAÚTILDELACTIVO}$$

VALOR DEL ACTIVO=	600,00		
VIDA ÚTIL (AÑOS)=	3	***VALOR RESIDUAL***	199,98
DEPRECIACIÓN=	33,33%		
DEPRECIACIÓN ANUAL=	133,34		

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACT
0	600,00	199,98		400,02
1	400,02		133,34	266,68
2	266,68		133,34	133,34
3	133,34		133,34	0,00

FUENTE: CUADRO 45

ELABORADO: EL AUTOR

PRESUPUESTOS

Es un instrumento del proyecto de inversión, que permite utilizar y asignar los recursos requeridos para la consecución de objetivos propuestos, el presupuesto determina una reseña total del plan de inversiones de ingresos y egresos de la empresa, en este caso se lo fija para 5 años que es la vida económica de la empresa, ***considerando una tasa de inflación del 3,5%*** para cada año.

CUADRO Nº 67

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	480,00	496,80	514,19	532,18	550,81
TOTAL	**480,00**	**496,80**	**514,19**	**532,18**	**550,81**

FUENTE: CUADRO 52

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 68

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios Básicos	732,00	757,62	784,14	811,58	839,99
TOTAL	**732,00**	**757,62**	**784,14**	**811,58**	**839,99**

FUENTE: CUADRO 53

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 69

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Útiles de Aseo	75,80	78,45	81,20	84,04	86,98
TOTAL	**75,80**	**78,45**	**81,20**	**84,04**	**86,98**

FUENTE: CUADRO 54

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 70

PRESUPUESTO DE UNIFORMES

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Uniformes	233,00	241,16	249,60	258,33	267,37
TOTAL	**233,00**	**241,16**	**249,60**	**258,33**	**267,37**

FUENTE: CUADRO 55

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 71

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Útiles de Oficina	23,00	23,81	24,64	25,50	26,39
TOTAL	**23,00**	**23,81**	**24,64**	**25,50**	**26,39**

FUENTE: CUADRO 56

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 72

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra	29487,50	30519,56	31587,75	32693,32	33837,58
TOTAL	**29487,50**	**30519,56**	**31587,75**	**32693,32**	**33837,58**

FUENTE: CUADRO 46

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 73

PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacitación al Personal	220,00	227,70	235,67	243,92	252,46
TOTAL	**220,00**	**227,70**	**235,67**	**243,92**	**252,46**

FUENTE: CUADRO 51

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 74

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR TOTAL
5	1004,00	200,8
TOTAL	**1004,00**	**200,8**

FUENTE: CUADRO 60

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 75

PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES (OPERACIONES)

FUENTE	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	COSTO DE SERVICIO					
CUADRO 48	Inventario inicial de mercadería	36.334,08	37.605,77	38.921,97	40.284,24	41.694,19
	MANO DE OBRA					
CUADRO 46	Gerente	8425,00	8719,88	9025,07	9340,95	9667,88
CUADRO 46	Secretaria Contadora	5616,67	5813,25	6016,72	6227,30	6445,26
CUADRO 46	Guardia	4914,58	5086,59	5264,62	5448,88	5639,59
CUADRO 46	Mecánico	5616,67	5813,25	6016,72	6227,30	6445,26
CUADRO 46	Ayudante	4914,58	5086,59	5264,62	5448,88	5639,59
	TOTAL MANO DE OBRA	**65821,58**	**68125,34**	**70509,72**	**72977,56**	**75531,78**
	DEPRECIACIONES					
CUADRO 61	Maquinaria y Equipo	3461,22	3582,36	3707,75	3837,52	3971,83
CUADRO 62	Muebles y Enseres	211,32	218,72	226,37	234,29	242,49
CUADRO 63	Equipos de Oficina	44,28	45,83	47,43	49,09	50,81
CUADRO 64	Primer Equipo de Cómputo	133,34	138,01	142,84	147,84	153,01
CUADRO 65	Segundo Equipo de Cómputo	133,34	138,01	142,84	147,84	153,01
CUADRO 66	Tercer Equipo de Cómputo	133,34	138,01	142,84	147,84	153,01
	TOTAL DEPRECIACIONES	**4116,84**	**4260,93**	**4410,06**	**4564,41**	**4724,17**
	TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	**69938,42**	**72386,26**	**74919,78**	**77541,98**	**80255,95**
	COSTOS DE OPERACIÓN					
	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
CUADRO 51	Gasto de Capacitación	220,00	227,70	235,67	243,92	252,46
CUADRO 52	Gasto de Publicidad	480,00	496,80	514,19	532,18	550,81
CUADRO 53	Gasto de Servicios Básicos	732,00	757,62	784,14	811,58	839,99
CUADRO 54	Gasto de Útiles de Aseo	75,80	78,45	81,20	84,04	86,98
CUADRO 56	Gasto de Útiles de Oficina	23,00	23,81	24,64	25,50	26,39
CUADRO 55	Gasto de Uniformes	233,00	241,16	249,60	258,33	267,37
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	**1763,80**	**1825,53**	**1889,43**	**1955,56**	**2024,00**
CUADRO 74	Amortización Activos Diferidos	200,80	207,83	215,10	222,63	230,42
	TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	**1964,60**	**2033,36**	**2104,53**	**2178,19**	**2254,42**
	GASTOS FINANCIEROS					
CUADRO 60	Interés	2280,00	1800,00	1320,00	840,00	360,00
	TOTAL GASTOS FINANCIEROS	**2280,00**	**1800,00**	**1320,00**	**840,00**	**360,00**
	TOTAL COSTOS	**74183,02**	**76219,63**	**78344,31**	**80560,16**	**82870,37**

FUENTE: CUADROS 46, 48; 51 - 55; 60 - 66; 74

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 76

ESTRUCTURA DE LOS COSTOS

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C. F.	C. V.	C. F.	C. V.	C. F.	C. V.	C. F.	C. V.	C. F.	C. V.
Costo de Servicio		65821,58		68125,34		70509,72		72977,56		75531,78
Depreciaciones	4116,84		4260,93		4410,06		4564,41		4724,17	
Gastos Administrativos	1763,80		1825,53		1889,43		1955,56		2024,00	
Amortización Activos Diferidos	200,80		207,83		215,10		222,63		230,42	
Intereses	2280,00		1800,00		1320,00		840,00		360,00	
SUBTOTAL	**8361,44**	**65821,58**	**8094,29**	**68125,34**	**7834,59**	**70509,72**	**7582,60**	**72977,56**	**7338,59**	**75531,78**
TOTAL	**74183,02**		**76219,63**		**78344,31**		**80560,16**		**82870,37**	

FUENTE: CUADRO 75

ELABORADO: EL AUTOR

CÁLCULO DEL PRECIO UNITARIO

Al costo unitario se le agregará el ***50%*** de margen de utilidad, se lo obtiene de la siguiente forma:

$$CU = \frac{COSTOTOTAL}{\#SERVICIOS}$$

PVP= COSTO UNITARIO + MARGEN DE UTILIDAD

AÑO 1= 74183,02/1248=59,44

(59,44*0,4)+59,44= 83,22

CUADRO Nº 77

CALCULO DEL PRECIO UNITARIO

AÑOS	COSTO TOTAL	TOTAL DE SERVICIOS ANUALES	TOTAL	MARGEN DE UTILIDAD	COSTO TOTAL DEL SERVICIO
AÑO 1	74183,02	1248	59,44	40%	83,22
AÑO 2	76219,63	1248	61,07	40%	85,50
AÑO 3	78344,31	1248	62,78	40%	87,89
AÑO 4	80560,16	1248	64,55	40%	90,37
AÑO 5	82870,37	1248	66,40	40%	92,96

FUENTE: CUADROS 39, 75

ELABORADO: EL AUTOR

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
83,22	85,50	87,89	90,37	92,96

ESTIMACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos que genera el proyecto, corresponde básicamente a la venta del servicio.

En el cálculo que se presenta a continuación se puede observar el detalle de los ingresos.

CUADRO Nº 78

ESTIMACIÓN DE INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL DEL SERVICIO	TOTAL DE SERVICIOS ANUALES	TOTAL DE INGRESOS
1	83,22	1248	103856,23
2	85,50	1248	106707,48
3	87,89	1248	109682,04
4	90,37	1248	112784,23
5	92,96	1248	116018,52

FUENTE:CUADROS 39, 78.

ELABORADO: EL AUTOR

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se puede calcular mediante 2 métodos y tomando en cuenta los cuadros Nº 77 y 79 del presente proyecto:

MATEMÁTICAMENTE: En función de las ventas del servicio y en función de la capacidad instalada a través de un gráfico. Para efectos del presente análisis se ha realizado el cálculo de los años 1, 3 y 5.

GRÁFICAMENTE: En función de las ventas del servicio y la capacidad instalada.

PRIMER AÑO

- **MÉTODO MATEMÁTICO**

$$PE = \frac{CostosFijosTotales}{VentasTotales - CostosVariablesTotales} * 100$$

$$PE = \frac{8361,44}{103856,23 - 65821,58} * 100$$

$$PE = \frac{8361,44}{38034,65} * 100$$

PE=21,98

- **MÉTODO GRÁFICO**

$$PE = \frac{CostosFijosTotales}{1 - \frac{CostosVariablesTotales}{VentasTotales}}$$

$$PE = \frac{8361,44}{1 - \frac{65821,58}{103856,23}}$$

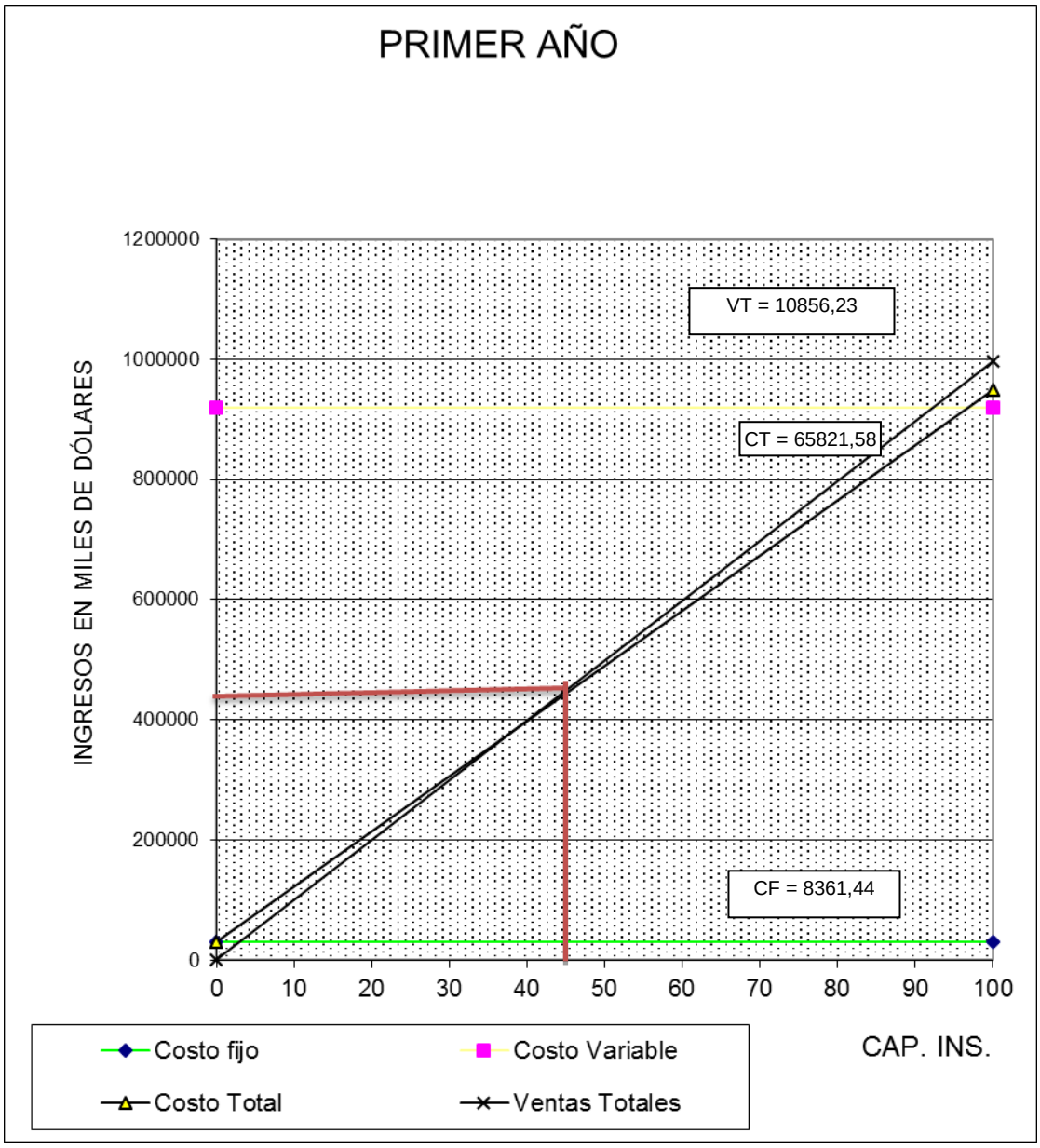
$$PE = \frac{8361,44}{1 - 0,6338}$$

$$PE = \frac{8361,44}{0,3662}$$

PE=22,83

GRÁFICO Nº 38

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORADO: EL AUTOR

TERCER AÑO

- **MÉTODO MATEMÁTICO**

$$PE = \frac{CostosFijosTotales}{VentasTotales - CostosVariablesTotales} * 100$$

$$PE = \frac{7834,59}{109682,04 - 70509,72} * 100$$

$$PE = \frac{7834,59}{39172,32} * 100$$

PE=20,00

- **MÉTODO GRÁFICO**

$$PE = \frac{CostosFijosTotales}{1 - \frac{CostosVariablesTotales}{VentasTotales}}$$

$$PE = \frac{7834,59}{1 - \frac{70509,72}{109682,04}}$$

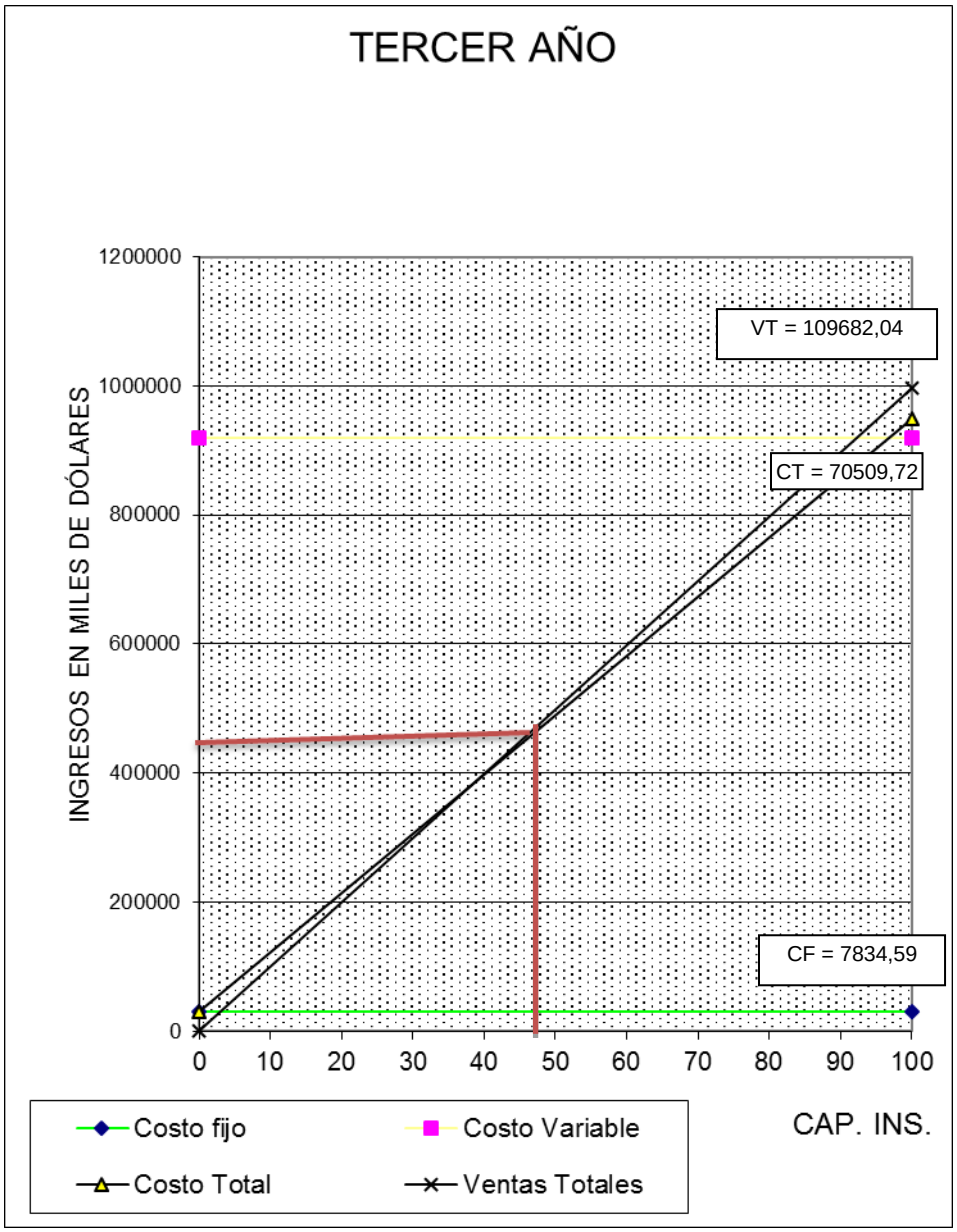
$$PE = \frac{7834,59}{1 - 0,6429}$$

$$PE = \frac{7834,59}{0,3571}$$

PE=21,94

GRÁFICO Nº 39

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORADO: EL **AUTOR**

QUINTO AÑO

- **MÉTODO MATEMÁTICO**

$$PE = \frac{CostosFijosTotales}{VentasTotales - CostosVariablesTotales} * 100$$

$$PE = \frac{7338,59}{116018,52 - 75531,78} * 100$$

$$PE = \frac{7338,59}{40486,74} * 100$$

PE=18,13

- **MÉTODO GRÁFICO**

$$PE = \frac{CostosFijosTotales}{1 - \frac{CostosVariablesTotales}{VentasTotales}}$$

$$PE = \frac{7338,59}{1 - \frac{75531,78}{116018,52}}$$

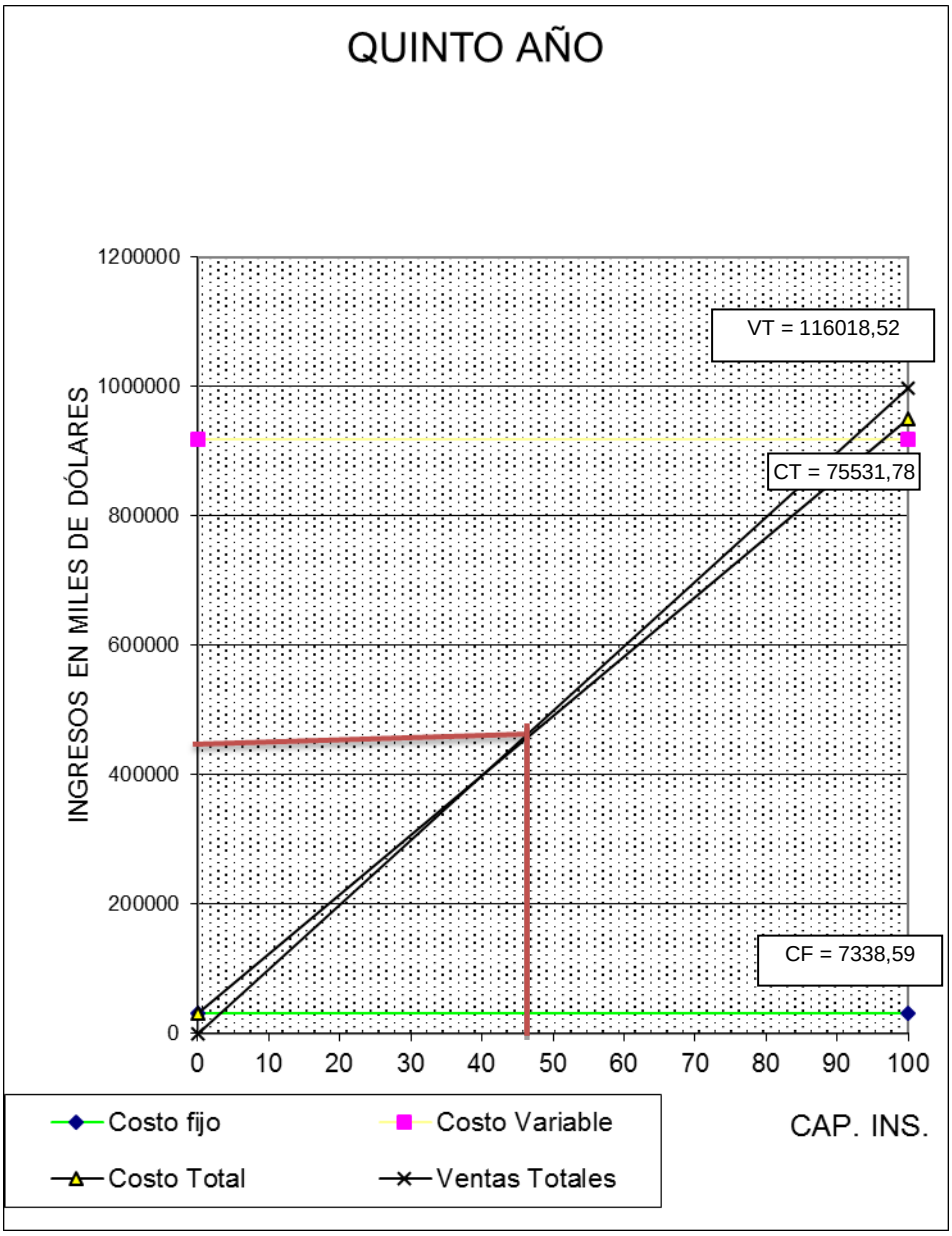
$$PE = \frac{7338,59}{1 - 0,6510}$$

$$PE = \frac{7338,59}{0,3490}$$

PE=21,03

GRÁFICO Nº 40

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORADO: EL **AUTOR**

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

CUADRO Nº 79

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

FUENTE	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CUADRO 79	Ingreso por Servicios	103856,23	106707,48	109682,04	112784,23	116018,52
CUADRO 76	(-) Costo de Prestación del servicio	69938,42	72386,26	74919,78	77541,98	80255,95
	(=) Utilidad Bruta	33917,81	34321,21	34762,25	35242,25	35762,57
CUADRO 76	(-) Costo de Operación + Gastos Financieros	4244,60	3833,36	3424,53	3018,19	2614,42
	(=) Utilidad en Operación	29673,21	30487,85	31337,73	32224,07	33148,15
	(-) 15% Reparto Utilidades de Trabajadores	4450,98	4573,18	4700,66	4833,61	4972,22
	(=) Utilidad antes de Impuestos	25222,23	25914,67	26637,07	27390,46	28175,93
	(-) 25% Impuesto a la Renta	6305,56	6478,67	6659,27	6847,61	7043,98
	(=) UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	**18916,67**	**19436,00**	**19977,80**	**20542,84**	**21131,94**

FUENTE: CUADROS 75 ,78

ELABORADO: EL AUTOR

CUADRO Nº 80

FLUJO DE CAJA

FUENTE	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	1. INGRESOS						
CUADRO 78	Ventas		103856,23	106707,48	109682,04	112784,23	116018,52
CUADRO 59	Crédito	20000,00					
CUADRO 59	Capital Propio	9137,93					
CUADROS 61 - 66	Valor Residual (valor 2 equipos computo en el año 3) (valor activos fijos 5 año)						
					199,98		20982,32
	TOTAL INGRESOS	**29137,93**	**103856,23**	**106707,48**	**109882,02**	**112784,23**	**137000,84**
	2. EGRESOS						
CUADRO 58	Activo Fijo	22449,00					
CUADRO 58	Activo Diferido	1004,00					
CUADRO 58	Capital de Trabajo	5684,93					
CUADRO 79	Costo de prestación del servicio		69938,42	72386,26	74919,78	77541,98	80255,95
CUADRO 79	Costo de Operación + Gastos Financieros		4244,60	3833,36	3424,53	3018,19	2614,42
CUADRO 66	Reinversión (3er equipo de cómputo)					199,98	
	TOTAL EGRESOS	**29137,93**	**74183,02**	**76219,63**	**78344,31**	**80560,16**	**82870,37**
	(=) Utilidad Bruta		29673,21	30487,85	31537,71	32224,07	54130,47
CUADRO 79	(-) 15% Reparto Utilidades de Trabajadores		4450,98	4573,18	4700,66	4833,61	4972,22
CUADRO 79	(=) Utilidad antes de Impuestos		25222,23	25914,67	26637,07	27390,46	28175,93
CUADRO 79	(-) 25% Impuesto a la Renta		6305,56	6478,67	6659,27	6847,61	7043,98
CUADRO 79	(=) Utilidad Líquida		18916,67	19436,00	19977,80	20542,84	21131,94
CUADRO 75	(+) Depreciación y Amortización Diferida		4317,64	4468,76	4625,16	4787,04	4954,59
	(=) **FLUJO NETO**	**0,00**	**23234,31**	**23904,76**	**24602,96**	**25329,89**	**26086,54**

FUENTE: CUADROS 58, 59, 61 - 66, 75, 78, 79.

ELABORADO: EL AUTOR

MEDIDAS PARA EVALUAR EL PROYECTO

CUADRO Nº 81
VALOR ACTUAL NETO (VAN)

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACT. 12%	VALOR ACTUAL
0	-29137,93		
1	23234,31	0,892857	20744,92
2	23904,76	0,797194	19056,73
3	24602,96	0,711780	17511,90
4	25329,89	0,635518	16097,60
5	26086,54	0,567427	14802,20
			88213,35
			29137,93
			59075,42

FUENTE: CUADRO Nº 80

ELABORADO: EL AUTOR

VAN= SUMATORIA DE FLUJOS - INVERSIÓN

VAN= 88213,35 - 29137,93

VAN= 59075,42

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$FA = \frac{1}{(1+0.12)^1} = 0.892857$$

$$FA = \frac{1}{(1+0.12)^2} = 0.797194$$

$$FA = \frac{1}{(1+0.12)^3} = 0.711780$$

$$FA = \frac{1}{(1+0.12)^4} = 0.635518$$

$$FA = \frac{1}{(1+0.12)^5} = 0.567427$$

CUADRO Nº 82

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACT. 77,41%	VAN MENOR	FLUJO ACT. 77,42%	VAN MAYOR
0	-29137,93		-29137,93		-29137,93
1	23234,31	0,563666	13096,39	0,563634	13095,65
2	23904,76	0,317719	7595,01	0,317684	7594,15
3	24602,96	0,179088	4406,09	0,179057	4405,34
4	25329,89	0,100946	2556,94	0,100923	2556,37
5	26086,54	0,056900	1484,31	0,056884	1483,90
		TOTAL	**1**		**-3**

FUENTE: CUADRO 81

ELABORADO: EL AUTOR

TIR= 77,41%

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR}\right)$$

$$TIR = 77{,}41 + 0{,}01\left(\frac{3}{3-(-1)}\right)$$

$$TIR = 77{,}41 + 0{,}01\left(\frac{3}{4}\right)$$

$$TIR = 77{,}41 + 0{,}01(0{,}75)$$

$$TIR = 77{,}41 + 0{,}0075$$

$$TIR = 77{,}41$$

$$TIR = 73{,}93$$

CUADRO Nº 83

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
		12%		
0	29.137,93			
1	23.234,31	0,892857	20.744,92	20.744,92
2	**23.904,76**	0,797194	**19.056,73**	**39.801,65**
3	24.602,96	0,711780	17.511,90	57.313,55
4	25.329,89	0,635518	16.097,60	73.411,15
5	26.086,54	0,567427	14.802,20	88.213,35
		TOTAL:	**88.213,35**	**279.484,63**

FUENTE: CUADRO 82

ELABORADO: EL AUTOR

$$\textbf{P.R.C.} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma\ \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$\textbf{P.R.C.} = 2 + \frac{29137{,}93 - 39801{,}64}{19056{,}73}$$

$$\textbf{P.R.C.} = 2 + (-0{,}56)$$

$$\textbf{P.R.C.} = 1{,}44$$

1 AÑO 5 MESES 8 DÍAS
0,44 * 12= 5,28 0,28*30= 8,4

CUADRO Nº 84

RELACION BENEFICIO/COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		12,00%			12,00%	
1	74.183,02	0,892857	66.234,84	103.856,23	0,892857	92.728,78
2	76.219,63	0,797194	60.761,82	106.707,48	0,797194	85.066,55
3	78.344,31	0,711780	55.763,93	109.682,04	0,711780	78.069,51
4	80.560,16	0,635518	51.197,44	112.784,23	0,635518	71.676,42
5	82.870,37	0,567427	47.022,87	116.018,52	0,567427	65.832,02
			280.980,91			**393.373,27**

FUENTE: CUADRO 75, 78

ELABORADO: EL AUTOR

$$\textit{RELACIÓN BENEFICIO COSTO} = \frac{INGRESO\ ACTUALIZADO}{COSTO\ ACTUALIZADO} = \frac{393373,27}{280980,91} = 1,40$$

CUADRO Nº 85

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 20,24% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	A C T U A L I Z A C I Ó N				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		20,24%			***43,65%***		***43,66%***	
				- 29.137,93		-29.137,93		-29.137,93
1	74.183,02	89.197,66	103.856,23	14.658,56	0,69614	10.204,36	0,69609	10.203,65
2	76.219,63	91.646,48	106.707,48	15.061,00	0,48461	7.298,65	0,48454	7.297,63
3	78.344,31	94.201,20	109.682,04	15.480,84	0,33735	5.222,49	0,33728	5.221,40
4	80.560,16	96.865,54	112.784,23	15.918,69	0,23484	3.738,39	0,23478	3.737,35
5	82.870,37	99.643,33	116.018,52	16.375,18	0,16348	2.677,06	0,16343	2.676,13
						3,02		***-1,77***

FUENTE: CUADRO 78, 80

ELABORADO: EL AUTOR

TIR= 43,66%

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR}\right)$$

$$NTIR = 43{,}65 + 0{,}01\left(\frac{3{,}02}{3{,}02 - (-1{,}77)}\right)$$

NTIR = 43,66%

TIR DEL PROYECTO = 77,41%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **33,76%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **43,61%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9988379**

CUADRO Nº 86

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 14,46% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	A C T U A L I Z A C I Ó N				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			14,46%		***43,64%***		***43,65%***	
				-29.137,93		-29.137,93		-29.137,93
1	74.183,02	103.856,23	88.838,62	14.655,60	0,696185	10.203,01	0,696136	10.202,30
2	76.219,63	106.707,48	91.277,57	15.057,95	0,484673	7.298,19	0,484606	7.297,17
3	78.344,31	109.682,04	93.822,01	15.477,70	0,337422	5.222,52	0,337352	5.221,43
4	80.560,16	112.784,23	96.475,63	15.915,47	0,234908	3.738,68	0,234843	3.737,63
5	82.870,37	116.018,52	99.242,24	16.375,18	0,163540	2.677,99	0,163483	2.677,06
						2,45		***-2,34***

FUENTE: CUADRO 78, 80

ELABORADO: EL AUTOR

TIR= 43,65%

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR}\right)$$

$$NTIR = 43{,}64 + 0{,}01\left(\frac{2{,}45}{2{,}45 - (-2{,}34)}\right)$$

NTIR =	43,65%

TIR DEL PROYECTO =	77,41%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **33,77%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **43,62%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9994249**

h. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado todos los estudios preliminares para el presente proyecto de tesis se ha determinado las siguientes conclusiones:

- Para el cálculo de la Oferta se considera un porcentaje 0%, debido a que los demandantes ya segmentados para la nueva empresa (**202 clientes**), son netamente dirigidos a usar los servicios que se prestará.
- El estudio de mercado realizado en el Cantón Zamora, ha ayudado a determinar, que el proyecto puede ser ejecutado, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización.
- En el Cantón Zamora no existen empresas que presten el servicio automotriz y venta de repuestos en el mismo local.
- La empresa benefició con 5 plazas de trabajo.
- La ubicación de la empresa automotriz estará localizada en las calles Av. Del Ejército y Santiago de las Montañas esq., Local que estará dotado de los servicios indispensables para el normal funcionamiento, además es propio.
- Para la implementación del presente proyecto se requiere un capital de **$29.137,93** la misma que será financiado con un capital propio de**$9.137,93** que equivale al **31,36%**y mediante un crédito al Banco de Guayaquil de un total de **$20,000.00** que equivale al **68,64%.**
- La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al **VAN** del presente proyecto arroja un valor positivo de **$59.075,42,** por lo tanto la decisión de invertir en el proyecto es conveniente, ya que los inversionistas tendrán beneficios al finalizar la vida útil del proyecto.

- Para el presente proyecto la **TIR** es de **77,41%,** siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

- El tiempo que se requiere para recuperar la inversión original es de **1 año, 5 meses y 8 días.**

- Para el presente proyecto los valores de sensibilidad son menores que 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados en **20,24%** y disminuidos en **14,46%** respectivamente.

i. RECOMENDACIONES.

Al término del trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Para implementar una empresa siempre se deben realizar estudios previos tales como: Estudio Mercado, Técnico, Administrativo - Legal y Financiero, para evitar cualquier percance en el Futuro

- Toda nueva empresa pequeña para empezar a funcionar, no requiere de una gran inversión en activos fijos, puesto que esto ocasionaría que el precio por el servicio sea elevado, y como resultado no tenga una buena acogida en el mercado.

- Se debe Invertir en lo estrictamente necesario para evitar cualquier contratiempo en el futuro.

- La empresa debe estar ubicada en un lugar accesible para que los clientes tengan facilidad para llegar a ella, y por lo tanto puedan hacer uso del servicio.

- Se debe utilizar Mano de obra calificada para poder prestar un servicio de calidad, que garanticen a la empresa su estabilidad.

- Desarrollar el presente proyecto de factibilidad puesto que por los estudios realizados se garantiza su rentabilidad económica.

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL **MÓDULO 3** (AÑO 2007 - 2008)
- DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO VOX 1. © 2009 LAROUSSE EDITORIAL, S.L.
- DICCIONARIO MANUAL DE LA LENGUA ESPAÑOLA VOX. © 2007 LAROUSSE EDITORIAL, S.L.
- EVALUACIÓN DE PROYECTOS. CUARTA EDICIÓN. 2001.
- ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN **MODULO 10** (AÑO 2011)
- EMPLEO.DONKIZ.CL/.../**ESTUDIO_ADMINISTRATIVO**_Y_**LEGAL**.HTM - EN CACHÉ -SIMILARES
- FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE MARCIAL CÓRDOBA PADILLA

INTERNET

- es.wikipedia.org/wiki/**Capital_de_trabajo** –
- es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto
- es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno
- es.wikipedia.org/wiki/Análisis_del_punto_de_equilibrio
- es.wikipedia.org/wiki/Máquina
- es.wikipedia.org/wiki/Equipo
- http://es.thefreedictionary.com/mec%C3%A1nica
- http://es.wikipedia.org/wiki/Mec%C3%A1nica
- http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100110175054AAkOazi
- http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_impacto_ambiental
- http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionObjetivoDelEstudioDeMercado
- http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml

- http://www.mailxmail Formulación y evaluación de proyectos de marcial Córdoba Padilla
- http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto
- http://html.rincondelvago.com/localizacion-de-empresas.html
- http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/localizacion-proyecto
- html.rincondelvago.com/**companias**-de-comercio.html
- http://www.gerencie.com/amortizacion-de-activos-diferidos.html
- www.articulosinformativos.com.mx/Estudio_de_Mercados-a854245...
- www.scribd.com/doc/56465822/24/Demanda-Satisfecha
- www.monografias.com/.../**flujograma**/**flujograma**.shtml -
- www.promonegocios.net/.../tipos-de-organigramas.html
- www.uaem.mx/sead_fcaei/**Manual_Bienvenida**.pdf -
- www.dgr.lapampa.gov.ar/.../**MANUAL**%20DE%20**FUNCIONES**.pdf
- www.mitecnologico.com/.../Concepto**ClasificacionActivoFijo**
- www.wikilearning.com/...**activos**...**activos_diferidos**

k. ANEXOS

ANEXO N°1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÒN DE EMPRESAS

Estimado Sr (a) con el propósito de cumplir los requerimientos académicos de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, con el fin de obtener el título de Ing. Comercial, le pido a usted de la manera más comedida se digne contestar esta encuesta con el cual se recaudará información para conocer la factibilidad de crear una **Empresa de Servicio Automotriz y venta de repuestos en el cantón Zamora**, los datos serán ocupados sólo con fines académicos.

1. MERCADO ACTUAL

1. **¿Usted le da un correcto mantenimiento a su vehículo?**

Si No ☐ ☐

2. **¿Cada qué tiempo realiza el mantenimiento de su vehículo?**

Diario ☐ Semanal ☐ Mensual ☐ Trimestral ☐

Semestral ☐ Anual ☐ Otros ☐

¿Cuáles?.....

.

3. **¿Ciudad donde da mantenimiento a su vehículo?**

Zamora ☐ Yantzaza ☐ Loja ☐ Cuenca ☐ Otros ☐

4. **¿A qué lugar lleva su vehículo para el mantenimiento?**

Taller Autorizado ☐ Cualquier taller ☐

5. **¿Cuánto paga por el servicio de mantenimiento?**

De $10 a $20 ☐ De $20.01 a $30 ☐ De $30.01 a 40 ☐ De 40.01 a más ☐

6. **Al momento de requerir de repuestos ¿En qué lugar los compra?**

Mismo Local ☐ Otro local de la ciudad ☐ En otra ciudad ☐

Otros ☐

¿Dónde?.....

7. **¿La empresa le entrega a tiempo su vehículo ya reparado?**

Si No ☐ ☐

8. **¿Cómo califica el servicio que le presta la empresa a la cual lleva su vehículo?**

Muy buenoBuenoMalo ☐ Regular ☐ ☐ ☐

9. **De la empresa que usted es cliente ¿le brinda promociones por el servicio?**

Si ☐ No ☐

¿Cuáles?.....

.

10. **¿Está conforme con el servicio que le brinda la empresa?**

Si ☐ No ☐

¿Por qué? .....

2. MERCADO POTENCIAL

1. **¿Si se implementa una empresa de Servicio Automotriz y venta de repuestos en la ciudad de Zamora. Usted Acudiría a ella?**

Sí ☐ No ☐

2. **¿Cada qué tiempo acudiría por el servicio?**

Diario ☐ Semanal ☐ Mensual ☐ Semestral ☐

3. **¿Le gustaría que la empresa le facilite los repuestos necesarios para la reparación o arreglo de su vehículo? (**Almacén de repuestos exclusivo solo para clientes)

Sí ☐ No ☐

4. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de mantenimiento? INCLUIDO REPUESTOS**

De $50 a $70 ☐ De $70.01 a $90 ☐ De $90.01 a $ 110 ☐ De $ 110.01 a más ☐

5. ¿En dónde le gustaría que se ubique la mecánica?

Centro de la ciudad ☐ Afueras de la ciudad ☐

6. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que el servicio sea difundido?

Radio ☐ Prensa ☐ Televisión ☐ Internet ☐

Hojas volantes ☐ Afiches ☐ Redes sociales ☐ Otros ☐

¿Cuáles?.....

ANEXO N°2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÒN DE EMPRESAS

Estimado Sr (a) con el propósito de cumplir los requerimientos académicos de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, con el fin de obtener el título de Ing. Comercial, le pido a usted de la manera más comedida se digne contestar esta encuesta con el cual se recaudará información para conocer la factibilidad de crear una **Empresa de Servicio Automotriz y venta de repuestos en el cantón Zamora**, los datos serán ocupados sólo con fines académicos.

Nombre de la Empresa	Dirección	Años de Experiencia
.....	.....	.....

1. ¿Usted ofrece el servicio de Mecánica Automotriz?

Si ☐ No ☐

2. ¿Qué otro tipo de servicio ofrece en su empresa?

Servicio de grúa ☐ Auxilio Mecánico ☐ Pintura ☐ Otros ☐

Venta de repuestos ☐ Lavadora ☐

¿Cuáles?.....

3. ¿Cuál es el precio por mantenimiento de vehículo?

De $20 a $30 ☐ De $30.01 a $40 ☐ De $40.01 a $50 ☐ De $ 50.01 a más ☐

4. ¿Cuántos vehículos atiende aproximadamente en el día?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐

5. ¿Ofrece a sus clientes promociones por preferir su servicio?

Si ☐ No ☐

¿Cuáles?.....

6. ¿Los años de experiencia le ayudado a que mejore el servicio que ofrece?

Si ☐ No ☐

7. ¿Su empresa tiene un ambiente acogedor para sus clientes y trabajadores?

Si ☐ No ☐

¿Por qué?

.....

8. ¿Cuál es la diferencia del servicio que ofrece frente al de la de la competencia?

CalidadServicio ☐ Precio ☐ ☐

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza para difundir su empresa?

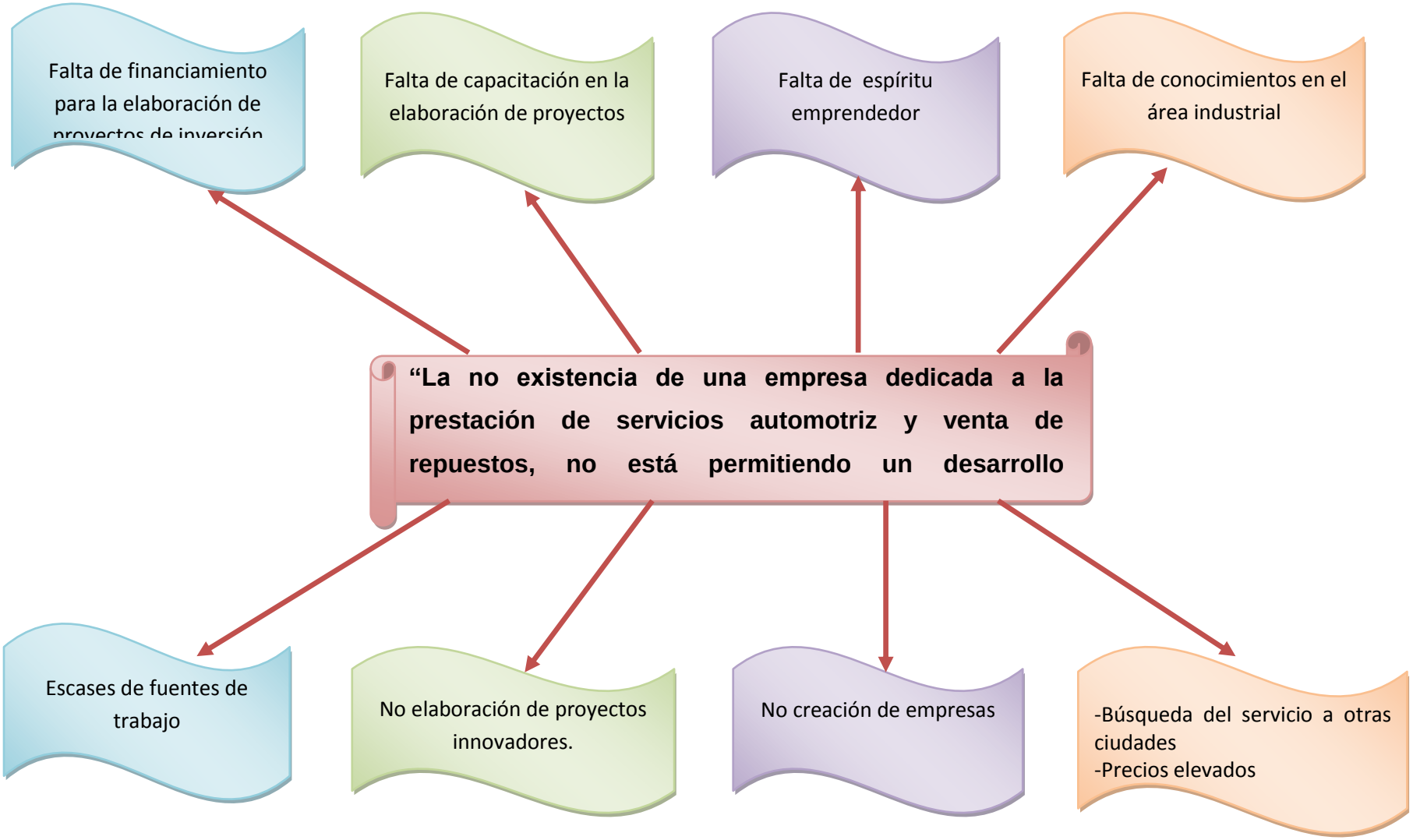
Radio ☐ Prensa ☐ Televisión ☐ Internet ☐

Hojas volantes ☐ Afiches ☐ Redes sociales ☐ Otros ☐

¿Cuáles?.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO N°19


Falta de financiamiento para la elaboración de proyectos de inversión
Falta de capacitación en la elaboración de proyectos
Falta de espíritu emprendedor
Falta de conocimientos en el área industrial
"La no existencia de una empresa dedicada a la prestación de servicios automotriz y venta de repuestos, no está permitiendo un desarrollo
Escases de fuentes de trabajo
No elaboración de proyectos innovadores.
No creación de empresas
-Búsqueda del servicio a otras ciudades
-Precios elevados

ÍNDICE

PORTADA..... I
CERTIFICACION..... II
AUTORIA..... III
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS. IV
DEDICATORIA. V
AGRADECIMIENTO..... VI
a. Titulo 1
b. RESUMEN. 2
ABSTRACT.....4
c. INTRODUCCIÓN. 6
d. REVISIÓN DE LITERATURA. 9
e. MATERIALES Y MÉTODOS..... 35
g. DISCUSIÓN..... 66
h. CONCLUSIONES 164
i. RECOMENDACIONES. 166
j. BIBLIOGRAFÍA 167
k. ANEXOS 169
ÍNDICE..... 175