

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

ENCI

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA REMACHADORA DEL NORTE"
IBARRA 2016-2020

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL E INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración y Gestión de Empresas E.3.

Gestión Contable Financiera y Tributaria E.2.

AUTORES: Juan Carlos Simbaña Carvajal

Carla Guadalupe Simbaña Carvajal

ASESORA: Mgs. Jimena Elizabeth Torres Farinango

IBARRA, ENERO, 2018

Ibarra, 18 de enero del 2018

Mgs. Jimena Elizabeth Torres Farinango.

ASESORA

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final, de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



.....

Mgs. Jimena Elizabeth Torres Farinango.

C.C.: 1002204566

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): .....

Mgs. Jimena Torres

C.C.: 1002204566

(f): .....

.....

C.C.: .....

(f): .....

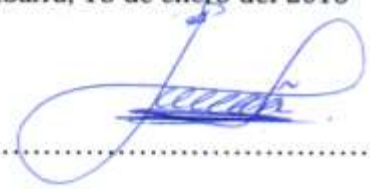
.....

C.C.: .....

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Nosotros Juan Carlos Simbaña Carvajal y Guadalupe Simbaña Carvajal, declaramos conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: "Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad"

Ibarra, 18 de enero del 2018



.....

Juan Carlos Simbaña Carvajal

C.C.: 100294332-0



.....

Carla Guadalupe Simbaña Carvajal

C.C.: 100356171-7

AUTORÍA

Nosotros Juan Carlos Simbaña Carvajal portador de la cédula de ciudadanía Nº 100294332-0 y Guadalupe Simbaña Carvajal, portadora de la cédula de ciudadanía N°100356171-7 declaro que la investigación es de total responsabilidad de los autores, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



.....

Juan Carlos Simbaña Carvajal

C.C.: 100294332-0



.....

Carla Guadalupe Simbaña Carvajal

C.C.: 100356171-7

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocio ha sido elaborado con el fin de mejorar el manejo administrativo, mercadológico, contable y financiero de la microempresa denominada REMACHADORA DEL NORTE, ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. El diagnóstico se realizó mediante la aplicación de instrumentos tales como la encuesta, entrevista y observación directa, que permitieron reconocer las ventajas competitivas de la microempresa y la aceptación de los productos y servicios en el mercado objetivo, además de la determinación de oponentes, oportunidades y riesgos. Mediante el estudio de mercado se pudo determinar la existencia de demanda insatisfecha en cuanto a la adquisición de repuestos automotrices, dado que la oferta del mismo a nivel local es muy reducida en relación a la diversidad de repuestos y no cumplen con las expectativas de los clientes. Mediante el estudio técnico se determinó que el lugar óptimo dentro de empresa para la implementación del almacén de repuestos es en el sector denominado la Ferroviaria en la ciudad de Ibarra, las instalaciones permitirían el ágil proceso de comercialización y estaría cerca al sector comercial de repuestos de la ciudad. En lo económico y financiero se determinó mediante la aplicación de indicadores financieros que el proyecto posee un nivel de rentabilidad superior a la Tasa Pasiva de Inversión que es del 4%, con la obtención de una Tasa de Retorno de 35%, y un Valor Actual Neto positivo, lo que le aleja también del riesgo de la inversión y permite mayor confiabilidad al inversor. Los resultados de los impactos son positivos y aportan al desarrollo económico – social de la ciudad y la provincia, mediante la creación de fuentes de trabajo, con todo lo mencionado anteriormente se demuestra la viabilidad del proyecto y mayor certidumbre para su ejecución.

Palabras clave: Plan de negocios, estudio de mercado, repuestos automotrices, indicadores financieros.

ABSTRACT

The business plan has been developed to determine the feasibility of implementing a microenterprise called REMACHADORA DEL NORTE, located in the city of Ibarra, Imbabura Province, which seeks to recognize its advantages and disadvantages at the time of its management. The diagnosis made to the project environment through the application of information gathering instruments, such as; the survey, the interview and the direct observation allowed to establish the competitive advantages for this microenterprise over the other competitors and the acceptance of the project by the target market, as well as the determination of opponents, opportunities and risks. Through the market study, it was possible to determine the great existence of unsatisfied demand for the acquisition of automotive spare parts, given that the supply of the same at the local level is very small in relation to the diversity of spare parts and do not meet the expectations of the customers. Through the technical study it was determined that the most optimum place within the company for the implementation of the spare parts warehouse is in the sector called the Ferroviaria in the city of Ibarra, the facilities would allow the agile process of commercialization and would be close to the commercial sector of spare parts from the city. In the Financial Economy it was determined through the application of financial indicators that the project is positively profitable and that during the years of study will be stable without having greater risk of closing operations. In order to guarantee the successful operation of the project, it will obtain the necessary permission through a RUC for the sale of automotive spare parts, in addition it was determined the most suitable distribution channels and the elaboration of a manual of functions. The results of the impacts are positive and contribute to the Economic - Social development of the City and the Province, through the creation of work sources, with everything mentioned above demonstrates the viability project and greater certainty for its execution.

Keywords: Business plan, market study, automotive parts, financial indicators.

DEDICATORIA

A nuestro Dios por permitirnos llegar a culminar un sueño más en nuestras vidas.

A mis padres que con sus palabras de constancia y apoyo incondicional sirvieron para superar las adversidades de la vida y llegar a culminar nuestros objetivos propuestos.

Juan Carlos y Carla.

A mi esposa e hijas por ese amor y comprensión inmenso y que motivaron para el desarrollo y culminación de este proyecto.

Juan Carlos.

AGRADECIMIENTO.

A Dios, por habernos brindado su bendición y fuerza

A nuestros profesores y universidad

Que generosamente impartieron en nosotros su conocimiento y experiencia

Gracias por su apoyo brindado cada día.

A nuestra asesora Mgs. Jimena Elizabeth Torres

por su preocupación, paciencia y trabajo

en el desarrollo y revisión de este proyecto.

Juan Carlos y Carla

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Pág

Portada i
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL iii
RESUMEN EJECUTIVO vi
ABSTRACT vii
DEDICATORIA viii
AGRADECIMIENTO. ix
ÍNDICE DE ANEXOS xviii
ÍNDICE DE TABLAS xix
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 3
MARCO TEÓRICO 3
1. Plan de negocio 3
1.1 Definición 3
1.2 Estructura del plan de negocio. 4
1.2.1. Plan de negocios para organización en marcha 5
1.3. Plan administrativo 6
1.3.1. Marco legal 6
1.3.2. Filosofía corporativa 6
1.3.3. Estructura organizacional 7
1.3.4. Manual de funciones 7
1.3.5. Diagramas de flujo 8
1.3.5.1. Ventajas del diagrama de flujo 8
1.4. Estudio de mercado 8

1.4.1. El producto 9
1.4.2. La oferta 9
1.4.3. La demanda 9
1.4.4. El precio 10
1.4.5. La comercialización 10
1.4.6. Mercado objetivo 10
1.4.7. Análisis de macro entorno 11
1.4.7.1. Entorno demográfico 11
1.4.7.2. Entorno económico 11
1.4.7.3. Entorno natural 12
1.4.7.4. Entorno tecnológico 12
1.4.7.5. Entorno político y social 12
1.4.7.6. Entorno cultural 13
1.5. Análisis de microentorno 13
1.6. Estudio técnico 14
1.6.1. Tamaño del proyecto 15
1.6.2. Localización óptima del proyecto 15
1.7. Ingeniería del proyecto 16
1.7.1. Evaluación técnica 16
1.8. Estudio de factibilidad financiera 17
1.8.1. Área contable y financiera de una microempresa 17
1.8.2. Registros que toda pequeña empresa debe llevar 17
1.8.3. Gastos de efectivo 18
1.8.4. Registros de inventario 18
1.8.5. Cuentas por cobrar 18
1.8.6. Cuentas por pagar 18

1.8.7. Estudio económico 19
1.8.8. Punto de equilibrio 19
1.8.9. Elementos básicos del punto de equilibrio: 19
1.8.10. Inversiones de capital de trabajo 21
1.8.11. Evaluación económica 21
1.8.12. Valor actual neto (VAN) 22
1.8.13. Tasa interna de retorno (TIR) 23
1.8.14. Relación beneficio/ costo (B/C) 24
1.8.15. Análisis de B/C 24
1.8.16. Razones financieras 25
1.9. Evaluación institucional 26
1.10. Evaluación social 27
1.12. Almacén de repuestos automotrices 27
1.12.1. Finalidad 28
1.12.2. Requisitos para su funcionamiento 28
1.12.3. Registro único de contribuyentes (RUC) 28
1.12.4. Patente municipal 28
1.12.5. Inventario de repuestos vehiculares 29
1.12.6. Lubricantes 29
1.12.7. Repuestos automotrices 30
1.12.8. Motor 30
1.12.9. Tipos de lubricantes y repuestos 30
1.12.10. Sistemas de control de inventarios 31
1.13. Mercadotecnia 31
CAPÍTULO II 33
DIAGNÓSTICO 33

2.1. Antecedentes 33
2.2 Objetivos 33
2.2.1. Objetivo general 33
2.2.2. Objetivos específicos 33
2.3 Variables diagnósticas 34
2.4 Matriz de relación diagnóstica 35
2.4.1 Identificación de la población 37
2.4.2 Cálculo de las muestras 37
2.4.2.1 Muestra de la población de los propietarios de vehículos ubicados dentro de Ibarra 37
2.4.2.2 Identificación de la población de propietarios de los establece elementos automotrices ubicados dentro de Ibarra. 38
2.5 Diseño de instrumentos de investigación 38
2.5.1 Información primaria 38
2.5.1.1 Encuestas 39
2.5.1.2 Entrevista 39
2.5.1.3 Observación 39
2.5.1.4 Información secundaria 40
2.6 Tabulación y análisis de la información 40
2.6.1 Resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a los clientes potenciales propietarios de los vehículos ubicados dentro del Cantón Ibarra. 40
2.6.1.1. Análisis general de la encuesta realizada a clientes potenciales. 50
2.6.2 Resultados obtenidos de la entrevista realizada al propietario de Remachadora del Norte ubicado dentro del cantón Ibarra. 50
2.7 Matriz FODA 52
2.7.1 Aspectos internos 53
2.7.2 Aspectos externos 53

2.7.3 Cruce estratégico de matriz FODA 54
2.8 Problema diagnóstico 56
2.9. Características generales del mercado 56
2.9.1 Situación económica del país 56
2.9.2 Análisis Sectorial 57
2.9.3 Producción nacional 58
2.9.4 Producción ecuatoriana de repuestos 58
2.9.5 Operaciones del comercio exterior 58
2.9.6 Importación de repuestos automotrices 58
2.10 Presentación 58
2.11. Identificación de los productos y servicios de Remachadora del Norte 59
2.12 Mercado meta 60
2.13 Segmento de mercado 60
2.14 Variables de segmentación 60
2.14.1 Segmentación geográfica 60
2.15 Análisis de la oferta 61
2.15.1 Comportamiento de la oferta 61
2.15.2 Oferta actual 62
2.15.3 Proyección de la oferta 63
2.16 Análisis de la demanda 65
2.16.1 Comportamiento de la demanda 65
2.16.2 Demanda actual 65
2.16.3 Proyección de la demanda 66
3.9.2. Demanda insatisfecha a ser cubierta por el proyecto 68
CAPÍTULO III 70
PROPUESTA ADMINISTRATIVA 70

3.1. Marco legal 70
3.2 Obligaciones tributarias 70
3.3 Filosofía corporativa 71
3.3.1 Misión 72
3.3.2 Visión 72
3.3.3 Objetivos institucionales 72
3.3.4 Políticas 73
3.3.5 Principios 73
3.3.6 Valores 74
3.3.8 Organización de Remachadora del Norte 75
3.3.9 Organigrama estructural 75
3.3.11 Gerente 76
3.3.12 Contadora - secretaria (o) 77
3.3.13 Jefe operativo 78
3.3.14 Técnico vendedor 79
3.3.15 Vendedor 79
3.3.15 Operario vendedor 80
3.3.16 Flujogramas de procesos administrativos 81
3.3.17 Producto y servicio 83
3.3.18 Precios 84
3.3.20 Plaza 88
3.4 Propuesta contable 90
3.4.1 Localización del proyecto 90
3.4.1.1 Macro localización del proyecto 90
3.4.1.2 Micro localización del proyecto 91
3.4.2. Tamaño del proyecto 91

3.4.2.1 Indicadores determinantes del tamaño del proyecto 92
3.4.2.2 Efectos económicos de la ingeniería 92
3.4.2.3 Disponibilidad de recursos financieros 93
Fuente: BanEcuador, 2018 93
3.5 Presupuesto técnico 94
3.5.1 Inversión en activos fijos 94
3.5.1.1 Muebles 94
3.5.2 Inversión en activos diferidos 97
3.5.3 Capital de trabajo 98
3.5.4 Inventario de repuestos y accesorios vehiculares 99
3.5.5 Sueldos y salarios 100
3.5.6 Gastos publicidad 101
3.5.7 Gastos generales 102
3.5.7.1 Suministros de oficina 102
3.6. Depreciación y amortización 104
3.6.1 Depreciaciones 104
3.7 Propuesta financiera 105
3.8 Financiamiento 106
3.9 Proyección de costos 107
3.10 Proyección de gastos 108
CAPÍTULO IV. 122
IMPACTOS 122
4.1 Evaluación de impactos 122
4.1.1 Impacto económico 123
4.1.2 Impacto social 123
4.1.3 Impacto comercial 124

4.1.4 Impacto ambiental 125
4.1.5 Impacto general 125
CONCLUSIONES 126
RECOMENDACIONES 127
BIBLIOGRAFÍA 128

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Plan de proyecto 129
Anexo 2. Amortización de crédito 143
Anexo 3. Tabla de depreciación 146
Anexo 4. Proforma de repuestos 147
Anexo 5. Tabla de cálculo de impuesto a la renta 149
Anexo 6. RUC de Remachadora del Norte 150
Anexo 7. Ficha de Observación 152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables del estudio de diagnóstico y sus indicadores 34
Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica 35
Tabla 3 Marca de vehículo de los clientes potenciales 41
Tabla 4 Modelo de vehículo de los clientes potenciales 42
Tabla 5 Motivo de compra de repuestos y accesorios de vehículos 43
Tabla 6 Tipo de lugar donde el consumidor potencial adquiere los repuestos 45
Tabla 7 Percepción de la calidad de servicio de los almacenes automotrices 45
Tabla 8 Consideración del precio de los repuestos 46
Tabla 9 Medio de comunicación de almacenes de repuestos 47
Tabla 10 Frecuencia de consumo de repuestos automotrices 48
Tabla 11 Necesidades de servicio del consumidor potencial 49
Tabla 12 Almacenes automotrices del cantón Ibarra 62
Tabla 13 Oferta futura de repuestos y accesorios vehiculares 64
Tabla 14 Segmentación de la demanda 66
Tabla 15 Demanda anual repuestos y accesorios vehiculares 67
Tabla 16 Demanda futura de repuestos y accesorios vehiculares 67
Tabla 17 Proyecciones de la demanda insatisfecha de repuestos 68
Tabla 18 Demanda insatisfecha cubierta por el proyecto 69
Tabla 19 Margen de utilidad comercial 87
Tabla 20 Financiamiento de la inversión 94
Tabla 21 Requerimiento de muebles 95
Tabla 22 Requerimiento de equipos de computación 96
Tabla 23 Requerimiento de equipos de oficina 96
Tabla 24 Requerimiento de otros activos 97
Tabla 25 Inversión en ingeniería civil 97
Tabla 26 Inversión total de activos fijos 98
Tabla 27 Inversión total activos intangibles 99
Tabla 28 Inversión en capital de trabajo 99
Tabla 29 Costo del inventario 100
Tabla 30 Requerimiento de talento humano 101
Tabla 31 Gastos de publicidad 102

Tabla 32 Gasto servicios básicos 103
Tabla 33 Gasto suministros de oficina 103
Tabla 34 Útiles de aseo 104
Tabla 35 Tabla de depreciaciones activos fijos 105
Tabla 36 Amortización activos intangibles 105
Tabla 37 Presupuesto de inversión 105
Tabla 38 Financiamiento de la inversión 107
Tabla 39 Proyección del costo del inventario 108
Tabla 40 Resumen de la proyección de gastos de la empresa 109
Tabla 41 Gastos financieros 110
Tabla 42 Proyección de costos fijos y variables 110
Tabla 43 Margen de utilidad 111
Tabla 44 Proyección de ventas del inventario automotriz 112
Tabla 45 Proyección de prestación servicios profesionales 112
Tabla 46 Estado de resultado proyectado 114
Tabla 47 Flujo de caja proyectado 115
Tabla 48 Componentes de la tasa de descuento 117
Tabla 49 Valor actual neto en dólares 117
Tabla 50 Tasa interna de retorno (TIR) 118
Tabla 51 Recuperación de la inversión 119
Tabla 52 Ingresos y egresos actualizados 120
Tabla 53 Costo / Beneficio promedio 120
Tabla 54 Costos fijos y variables año 1 120
Tabla 55 Valoración para la interpretación de impactos 122
Tabla 56 Impacto económico 123
Tabla 57 Impacto social 123
Tabla 58 Impacto comercial 124
Tabla 59 Impacto ambiental 125
Tabla 60 Impacto general 125

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Esquema del punto de equilibrio	20
Figura 2	Lubricantes Vehiculares	29
Figura 3	Repuestos del área del motor	30
Figura 4	Marca de vehículo de los clientes potenciales	41
Figura 5	Modelo de vehículo de los clientes potenciales	42
Figura 6	Motivo de compra de repuestos y accesorios de vehículos	43
Figura 7	Tipo de lugar donde el consumidor potencial	44
Figura 8	Percepción de la calidad de servicio de los almacenes automotrices	45
Figura 9	Consideración del precio de los repuestos	46
Figura 10	Medio de comunicación de almacenes de repuestos	47
Figura 11	Frecuencia de consumo de repuestos automotrices	48
Figura 12	Necesidades de servicio del consumidor potencial	49
Figura 13	Balanza comercial del Ecuador año 2010-2015	56
Figura 14	Tipo de vehículos matriculados en el Ecuador en el año 2016	57
Figura 15	Logo de Remachadora del Norte, 2016	59
Figura 16	Oferta futura de repuestos y accesorios vehiculares	65
Figura 17	Demanda futura de repuestos y accesorios vehiculares	68
Figura 18	Organigrama estructura propuesto para la empresa	75
Figura 19	Organigrama funcional propuesto para la empresa	76
Figura 20	Proceso de compra de mercadería	82
Figura 21	Proceso de venta de mercadería	83
Figura 22	Repuestos y accesorios vehiculares	84
Figura 23	Canal de distribución propuesto para Remachadora del Norte	88
Figura 24	Ubicación de la ciudad de Ibarra	91
Figura 25	Ubicación del Remachadora del Norte	91

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como propósito principal, desarrollar el plan de negocios para la implementación de un almacén de repuestos para vehículos denominado Remachadora del Norte, ubicado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, el mismo que permite determinar la viabilidad de la inversión en su futura aplicación.

El proyecto de investigación está estructurado en cuatro capítulos, los cuales se encuentran elaborados de manera lógica y secuencial.

En el primer capítulo, fundamento teórico, se ha documentado científicamente la investigación, redactando los temas en aspectos relacionados con la parte administrativa, financiera, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico entre otros que tienen relación con el proyecto. Del análisis de la teoría se determina que es muy necesario e indispensable fundamentar en textos científicos ya realizados con el fin de evitar investigaciones repetitivas y poco relevantes.

En el segundo capítulo, diagnóstico situacional se encuentran todos los aspectos relacionados con la situación actual mercado y su entorno (establecimientos automotrices y propietario de vehículos), en este capítulo se aplicaron las diferentes técnicas de recopilación de datos tales como; las encuestas aplicadas a los propietarios de los vehículos y establecimientos automotrices ubicados dentro del cantón Ibarra, como también la entrevista realizada al propietario de un almacén de repuestos, instrumentos que permitieron conocer mediante el análisis de los resultados obtenidos la necesidad de un almacén de repuestos automotrices que satisfagan los requerimientos del parque automotor del cantón Ibarra, y un estudio de mercado que permita determinar la demanda y oferta existente dentro del sector de estudio del proyecto, que permitió establecer la existencia considerable de demanda insatisfecha y por ende la viabilidad del proyecto en cuanto al mercado.

En el tercer capítulo, se estableció una propuesta administrativa, que es la organización legal de la entidad, así como también la misión, visión, políticas manuales de funciones y estrategias de publicidad enfocadas a toda la organización automotriz y por ende a cada uno

de los servicios ofertados (asesoría mecánica básica y venta de repuestos automotrices). En la propuesta contable se plantearon aspectos relacionados al tamaño del almacén de repuestos y accesorios de vehículos, el lugar más óptimo para la ubicación e instalación del proyecto, distribución del espacio físico de Remachadora del Norte así como también los recursos requeridos por el proyecto; y un Estudio Económico - Financiero donde se determinó la factibilidad del proyecto e implementación del almacén de repuestos y accesorios vehiculares dentro de Remachadora del Norte, mediante la elaboración de estados financieros y aplicación de indicadores financieros que permitieron determinar económicamente la viabilidad del proyecto.

El cuarto capítulo trata sobre el análisis de los posibles impactos económicos, sociales, comerciales y ambientales en la ejecución del plan de negocio, llegando a establecer que es medio positivo.

Este trabajo de investigación finaliza con conclusiones y recomendaciones que permitirán el éxito de este proyecto.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. Plan de negocio

1.1 Definición

En relación al plan de negocio, se hace referencia a la gestión integral del mismo. García & Barrera (2014), mencionan que:

> "El Plan de Negocio, es una herramienta utilizada para cualquier tipo de emprendimiento, aplicada al negocio integra todos los aspectos del mismo, siendo útil para la implementación, así como para nuevas actividades que se busquen integrar en la organización" (p. 12).

Los autores están enfocados en el modelo de planificación estratégica del negocio, ya que se cumple de esta manera el propósito de la administración y solidificación financiera, es decir una coyuntura entre el manejo administrativo y la posición contable, incidiendo positivamente sobre la gestión. Así mismo se refiere Mogens Thomsen (2009), cuando menciona a la comunicación entre la administración y el ámbito financiero:

> "Dentro del proceso de desarrollo estratégico, el plan de negocio debe generar elementos a corto y mediano plazo, que involucren a los productos y servicios sobre las oportunidades del mercado, utilizando los recursos de la organización, sean los tangibles como los intangibles" (p. 36).

El desarrollo estratégico se genera a partir del producto o servicio que ya se encuentra en marcha, las aplicaciones de estrategias no son a largo plazo, debido a la necesidad del plan de negocio de resultados inmediatos.

Otra de las decisiones es la de Cabrerizo (2010, p. 65), en la que menciona a cerca del plan de negocio, que "es un documento reflejando en el proyecto empresarial, cuando inicia o se encuentra en marcha, abarca una imagen y la forma en que se podrá en práctica" (p. 22), es decir, es parte del proyecto orientando la forma en que la organización se desarrollará, mediante estrategias de mercado, considerando la competencia y los objetivos para lograrlo.

Para Stettinus & Wood (2015, pág 45), el plan de negocio representa un proceso lógico, el cual debe ser coherente entre los propósitos organizacionales y las acciones que se ejecuten, "El diseño de la organización y sus colaboradores deben establecer objetivos y metas, el plan de negocio establece los parámetros financieros y administrativos que se requieren para ejecutarlo" (p. 45)

1.2 Estructura del plan de negocio.

La estructura genera una identificación clara de los pasos del plan de negocio, los estudios requeridos y el modelo a implementar.

De forma básica el plan de negocio consiste en planificar, siguiendo una ruta específica, una orientación hacia los propósitos que tiene la empresa, hacia donde quiere llegar, para ello, un elemento clave es la determinación de la factibilidad, que es una herramienta que responde con mucha eficacia, determinado la viabilidad financiera, el nivel de inversión y la apertura del mercado hacia el producto.

"La estructura del plan de negocio está establecida en los siguientes pasos: introducción, estudio de mercado, plan comercial o de marketing, plan de producción, organización y recursos humanos, plan económico – financiero valoración final" (Cabrerizo, 2010, p.8)

Según Viniegrea (2012) menciona que:

> "Las áreas principales del plan de negocios están determinadas por el contenido y propósito del plan, el tipo de organización, su naturaleza o giro, siendo las de mayor importancia: administración; ventas; mercadotecnia; operaciones; finanzas; legal, estos ámbitos deben encontrase enlazados por el propósito del negocio o plan" (p. 12).

Dentro del contexto económico de mercado, se requiere el desarrollo de un producto o servicio, su promoción, venta o administración, así como la inversión que permita el accionar de los recursos, para lograr generar mayor rentabilidad.

> El plan de negocios considera dos grandes aspectos, el primero, el desarrollo del producto y el segundo el mercado hacia el cual se ofertará. Es importante la

recopilación de información respecto a los requerimientos tecnológicos, humanos y operativos para implementar un nuevo producto o servicio, para ello es necesario estimar el recurso económico necesario.

El estudio del plan de negocio se centra en el entorno económico del mercado, con el propósito de brindar productos y servicios, venderlos, administrar el negocio y generar una inversión que produzca un nivel de rentabilidad sustentable, el fin de todo esto es la generación de mayores utilidades. La estructuración de plan de negocio describe inicialmente el producto y servicio conjuntamente con lo que involucra, es decir sus características técnicas, empaque, producción y estilo de servicio, otro aspecto es la empresa, donde se propicia su organización, entorno, el contexto dentro de la industria y la planeación estratégica.

La conformación de un plan de negocios se encuentra estructurada por medio de planes separados los cuales se describen a continuación:

- Descripción general de la organización.
- Plan del producto y/o servicio.
- Plan de marketing.
- Plan de ventas.
- Plan operativo.
- Plan administrativo.
- Plan financiero.
- Plan legal.

1.2.1. Plan de negocios para organización en marcha

“El plan de negocios para una organización en marcha debe apreciar la nueva unidad de negocio de forma individual y además convendrá distribuir los costos fijos de toda la organización, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva” (Weinberger Villarán, 2012, p. 40).

“En un plan de negocio para una organización ya en marcha se debe incluir sus fortalezas y debilidades demostrando la capacidad gerencial del grupo organizacional que a diferencia de una nueva organización no cuenta con esta capacidad” (Weinberger Villarán, 2012, p. 40).

Por tanto, el plan de negocio es una planificación que involucra elementos tanto administrativos como financieros, los cuales permiten la adecuada determinación del mercado y la necesidad de inversión para cubrir una demanda previamente calculada e insatisfecha.

1.3. Plan administrativo

“Es un proceso netamente social, que cumple el rol de organizar el trabajo que un grupo denominado administrativos, realizan con el fin de lograr los propósitos de la empresa” (Kotler, 2015, p.43).

La planificación administrativa cobra importancia debido a las estrategias que inician desde la filosofía corporativa que es el elemento que determina los propósitos principales de la empresa.

1.3.1. Marco legal

“Tiene que ver con todos los elementos que involucran los requerimientos legales del plan de negocio de una organización, en especial las obligaciones tributarias” (Baca, 2011, pág. 23).

Es preciso definir cuáles son las obligaciones, en especial tributarias que validan el accionar empresarial y permiten un funcionamiento dentro de la ley.

1.3.2. Filosofía corporativa

“Es el inicio de un plan estratégico administrativo, nace con los propósitos cualitativos de la organización, definiendo su carácter y voluntad, a través de la misión, visión, principios y

valores corporativos, a partir de estos elementos se generan objetivos institucionales que permitan direccionar a la organización y diseñar metas alcanzables y que se encuentren en la misma visión organizacional" (Barbosa & Grippo, 2011, pág. 45).

La filosofía corporativa se convierte en el pilar de la pirámide administrativa ya que permite determinar el propósito central de la empresa, no es simplemente deliberar a cerca de principios y valores, este elemento administrativo tiene origen en la necesidad que posee el mercado y la capacidad de una empresa para satisfacerlo.

1.3.3. Estructura organizacional

"Está compuesta por la distribución de los diferentes puestos de trabajo de la organización, sus funciones, responsabilidades y exigencias profesionales, se presenta mediante un diagrama" (Talaya & Collado, 2014, p.54).

La organización mediante un diagrama es importante debido a su funcionalidad para determinar responsabilidades y jerarquías, el manejo horizontal y vertical de permite la existencia de autoridades y funciones, el control y designación de cargos.

1.3.4. Manual de funciones

"Los manuales de funciones son una guía para quienes están en el área directiva y requiere evaluar el desempeño del personal a cargo, se establecen comparaciones de su eficiencia en el trabajo a ellos encomendados" (Bonta.P., s.f.).

Esta herramienta de información en la que todo el cargo de la organización encuentra una descripción correcta de las actividades les permite desarrollar con mayor eficiencia y eficacia su trabajo.

Los manuales contienen aspectos derivados de la organización empresarial y planeación estratégica, tales como su misión, visión, áreas de desempeño, competencias y propósitos organizacionales.

1.3.5. Diagramas de flujo

Según Del Bosque Alayón Ricardo, 2004, "el diagrama genera una representación de los procedimientos que se determinan dentro de un proceso, se utilizan símbolos y nomenclatura, la más utilizada en la American National Standard Institute (ANSI), en lo que respecta a simbología y la Business Process Model and Notation (BPMN), que permiten la distribución correcta del proceso y su decodificación fácil por parte del observador"(p. 121).

Estos diagramas permiten la organización secuencial de los símbolos que representan actividades, mismas que deben ser nomencladas en la forma verbal simple.

1.3.5.1. Ventajas del diagrama de flujo

Entre las ventajas principales que ofrecen los diagramas de flujo se tienen:

- Permiten la comprensión fácil del proceso a través de mostrarlo como un dibujo.
- Diseñan las interfaces cliente-proveedor las interacciones que entre ellos suceden, facilitando a los empleados el análisis de las mismas.
- Son útiles para desarrollar la capacitación e inducción de nuevos empleados, quienes realizan las tareas incorporando mejoras a los procesos. (Sosa & Farina, 2015)

1.4. Estudio de mercado

Según Jácome Walter, 2005, "El estudio de mercado en un proyecto, constituye uno de los elementos más importantes dentro de la estructura de factibilidad, ya que, permite observar de manera prospectiva si el mercado tiende a aceptar o no el producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto"(p. 99).

Uno de sus objetivos principales es determinar el segmento del mercado al que se enfocará y la cantidad del producto que se desea vender. En este estudio se buscan diferentes datos que van a ayudar a identificar nuestro mercado y debe asegurar que realmente exista un mercado potencial, el cual se pueda aprovechar para lograr los objetivos planeados ya sea en la venta de un bien o de un servicio

En el estudio de mercado se conocen cinco variables fundamentales que componen su estructura, como lo son; producto, demanda, oferta, precios y comercialización.

1.4.1. El producto

Según el autor Bonta Patricio, 2008, p. 21, dice: "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos".

Se entiende por producto al conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una imagen que tiene como finalidad la satisfacción de los requerimientos del consumidor.

1.4.2. La oferta

Según Baca Gabriel, 2011, p. 48, menciona que la: "se denomina oferta a los oferentes que también brindan al mercado los mismos bienes, productos o servicios, se caracteriza por su volumen de oferentes, margen de mercado y presencia".

También se considera a la oferta a los bienes y servicios que se proponen vender en el mercado determinado con el propósito de satisfacer necesidades.

1.4.3. La demanda

Según Andrade Simón, 2000, p. 26, indica que la demanda: "se considera a la demanda como el volumen de productos que el mercado está dispuesto a aceptar, recibir o consumir, la demanda se encuentra clasificada o segmentada por las preferencias del consumidor"

La demanda son todos aquellos bienes o servicios que los compradores pueden y quieren comprar dentro de un mercado, a un precio establecido con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

1.4.4. El precio

Según el autor Baca Gabriel, 2001, p. 53, expresa que el precio: "Es la cantidad monetaria a la que los productores consideran como el valor del producto o servicio y también al valor que los consumidores están dispuestos a pagar bien o un servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio".

La cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

1.4.5. La comercialización

Según Baca Gabriel, 2001, p. 35, señala que la: "comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar".

Se entiende por comercialización al conjunto de actividades relacionadas con la circulación de los productos que abarcan desde los centros de producción hasta los centros de consumo. Por lo tanto, incluye el acopio, la transformación, la clasificación, el empaque, el almacenamiento y el transporte de los productos.

La comercialización implica los mecanismos de distribución en la plaza, además de la difusión de los productos y la forma de presentarlos al consumidor final.

1.4.6. Mercado objetivo

El segmento del mercado al cual está orientado un producto o servicio se lo denomina mercado objetivo, Kotler, P. (2015) lo define como:

> "Se lo denomina en algunas ocasiones target market, representa básicamente a los consumidores, es el segmento de la demanda al cual se dirige el producto, aunque este término puede ser utilizado con otros significados, por ejemplo, en mercadotecnia se los identifica como la demanda de intercambio de servicios" (p. 65).

La segmentación del mercado objetivo se logra definiendo el alcance geográfico, el estrato social, étnico en el caso de una relación entre el producto y la preferencia étnica, de igual manera en el aspecto de creencias o religiones, el sexo, la edad, y condiciones sociales. Estos elementos permiten reconocer a un mercado objetivo, partiendo del concepto, del mercado para el producto o servicio.

1.4.7. Análisis de macro entorno

Se lo considera a los elementos externos que son compuestos por diversos factores, como demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales y sociales, que inciden a la organización.

Según Kotler, P. (2015), dice que:

> Los factores del macro entorno son actores más grandes constituyen fuerzas que configuran las oportunidades presentando amenazas para la empresa. Se estiman que dichos factores involucran recursos, personas y elementos fundamentales de la situación actual que la organización enfrenta, conjuntamente con sus tendencias. (p. 12)

Kotler define al macro entorno en seis fuerzas que se detallan:

1.4.7.1. Entorno demográfico

Los mercados están conformados por individuos y estos representan características poblacionales que son consideradas como demográficas, formando oportunidades o desafíos. Los cambios en las tendencias demográficas del mercado, se dan por las modificaciones de las edades, elementos, incrementos poblacionales, migración, nivel educativo, cambios geográficos y otros.

1.4.7.2. Entorno económico

“Son elementos que modifican la capacidad de compra del consumidor o su comportamiento regular del gasto, tales como el nivel de ingresos o la distribución del capital. Por ejemplo, en una ciudad industrializada, el comportamiento económico está constituido por mercado ricos en bienes, u otra ciudad que genera bienes de subsistencia tales como la agricultura

donde se genera consumo, estos dos ejemplos muestran diferentes oportunidades de mercado" (Aguila, Burgos, & Latangui, 2015, p.43).

Estos elementos o denominados también factores ya que inciden sobre el ámbito económico difícilmente pueden estimarse sin embargo es visualizado mediante un estudio de mercado.

1.4.7.3. Entorno natural

"En una economía de consumo, el principal elemento del entorno natural son los insumos que provienen de la naturaleza, actualmente la preocupación está relacionada con la contaminación medioambiental, en especial el proceso de transformación de los recursos naturales en insumos aplicables a los requerimientos del ser humano" (Aguila, Burgos, & Latangui, 2015, p.65).

Se presenta de forma espontánea sin intervención de la empresa, este aspecto puede trascender sobre la economía interna, mediante la incidencia económica que los elementos naturales pueden generar.

1.4.7.4. Entorno tecnológico

"La tecnología se ha convertido en un sinónimo de evolución, se encuentra en constante cambio y velocidad, las nuevas propuestas de avances en esta materia permiten mantener una diferencia muy grande entre marcas o empresas, convirtiendo en generadores rápidos de productos o servicios e incrementando el nivel de competitividad y competencia" (Aguila, Burgos, & Latangui, 2015, p.55).

La tecnología es uno de los elementos más importantes en la actualidad, ya que incrementan el nivel de competitividad que puede tener una empresa, en especial la parte operativa.

1.4.7.5. Entorno político y social

La incidencia del entorno político se evidencia a través en las normativas tributarias, decisiones gubernamentales respecto a las empresas y hasta la frecuencia de cambio de

reglas que están ligadas al manejo organizacional, por ejemplo, el cambio constante de la fórmula de cálculo del impuesto a la renta que dificulta el plan económico de una empresa. Este entorno se encuentra enlazado al social, debido a la cobertura que las decisiones políticas generan a nivel de una población y que influyen sobre todo el sistema social (Baca, 2011, p.56).

En especial en Ecuador cuya dependencia de las decisiones políticas, se encuentran muy ligadas al ámbito económico, principalmente se puede evidencia en los cambios tributarios que constantemente modifican las normas y ecuaciones de cálculo financiero.

1.4.7.6. Entorno cultural

La incidencia que la cultura ejerce sobre los consumidores afecta la forma de consumo, un claro ejemplo es que, en Bolivia, algunas de las empresas de comida rápida de franquicias estadounidense tuvieron que salir en el año 2002, debido a que la población no poseía la cultura de consumo de este tipo de alimentos, las inteligentes estrategias de mercado utilizadas por estas empresas no pudieron convertir el sistema cultural alimenticio de esta población. Por tanto, el comportamiento de consumo es un factor de mucha consideración para un negocio (Baca, 2011, p.32)

Este elemento permite a la vez una determinación del mercado por sus cualidades de consumo, así como el posible cambio en el pronóstico de ventas, el claro ejemplo del autor manifiesta una circunstancia que obligó a una empresa a salir del mercado debido a la preferencia cultural de consumo.

1.5. Análisis de microentorno

Para que el marketing tenga éxito es importante una relación estrecha entre los diferentes agentes del microentorno. Los elementos principales son:

El mercado: Tendremos en cuenta tanto el mercado actual como el mercado potencial.

a) Los proveedores: se recomienda una buena gestión de compras y aprovisionamiento de las materias necesarias, además de una buena relación.

b) Los intermediarios: el sistema de intermediación en proveedores es significativo cuando el volumen de fabricante es una exigencia para su venta, de manera que el distribuidor o intermediario generar las ventas hacia los puntos de venta finales.

c) La competencia: está conformada por el conjunto de empresas que tienen el mismo propósito de servicio y oferta de productos.

- Identificar la competencia
- Identificar el contexto competitivo de los competidores

- Objetivos, destrezas, elementos críticos y débiles de la competencia (Uribe, 2016, p.43).

1.6. Estudio técnico

Según el autor Jácome Walter, 2005, p. 99, señala: "El estudio técnico es una etapa donde se determina la factibilidad de ingeniería del producto o el negocio, se consideran elementos tales como el tipo de bien o servicio, la infraestructura de almacenamiento y otros requeridos para la implementación"

Las preguntas que pretende resolver el estudio técnico son donde, cuanto, cuando, como y con que, se desea, se prevé que el aspecto técnico operativo del proyecto comprenda la relación con las operaciones y transacciones de producción o venta.

El propósito del estudio técnico es determinar la función óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado además permite el análisis del tamaño óptimo, la localización optima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar su operación económica.

1.6.1. Tamaño del proyecto

Según Córdoba Marcial, 2006, p. 211, dice: "El Tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, entendiéndose como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se producen en un día, mes o año, dependiendo de los ingresos por venta".

El tamaño del proyecto se refiere a la cantidad de producción de un bien o servicio en un determinado periodo de tiempo, con el propósito de lograr un beneficio económico.

1.6.2. Localización óptima del proyecto

La localización del proyecto constituye una de las mayores formas para lograr una rentabilidad alta, sobre el capital invertido siendo esto a través del unitario mínimo. Su objetivo general es llegar a determinar el lugar donde se instalará el negocio.

"El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros" (Arboleda, 2008). Por lo tanto, el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles. De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización, las cuales se muestran a detalle en los siguientes dos apartados.

a. Macro localización

Según Arboleda Germán, (2008), p. 131, menciona: "la macro localización es la zona donde se instalará la empresa o negocio".

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

b. Micro localización

Esta etapa se determina dentro de las zonas preestablecidas, los sectores que por sus características se adaptan al objeto del estudio. Se entiende por sector al conjunto de cuadras y calles ubicadas dentro de las zonas previamente establecidas, referenciadas por un centro de dominante o lugar de referencia cuya área depende del tipo de negocio. El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro- zona elegida.

1.7. Ingeniería del proyecto

Según Arboleda Germán, (2015), p. 175, manifiesta "La ingeniería del proyecto se refiere aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto".

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 elegidos.

También, se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, métodos de diseño, trabajos de laboratorio, empaques de producto, obras de infraestructura, y sistemas de distribución.

1.7.1. Evaluación técnica

Debe ser realizada por "los ingenieros y personal técnico asociados con el estudio del proyecto, busca definir la viabilidad de las distintas alternativas del bien o prestar el servicio" (Baca, 2011), manteniendo fijas las condiciones propias de la localización del proyecto, para lo cual examina la tecnología propuesta, los procesos productivos o de prestación de servicios y la compatibilidad con la disponibilidad de recursos o insumos en el área del proyecto.

1.8. Estudio de factibilidad financiera

Según Monteros Edgar, 2005, menciona “El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar” (p. 101).

Si el negocio que se propone será bueno o malo y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye a la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

El estudio considera que todos los impactos probables y concluye si el proyecto es técnicamente factible, financieramente viable, socio - culturalmente aceptable y económicamente justificable.

1.8.1. Área contable y financiera de una microempresa

Según Monteros, E. (2005), manifiesta:

> Existen microempresas que, de acuerdo a su actividad, no están obligadas a llevar contabilidad, especialmente las personas naturales, pero para el acceso a un crédito, es necesario que adopten una política de llevar en forma organizada su situación financiera y operacional, en donde ellos lleven registros de sus movimientos periódicos tanto de ingresos, egresos, costos y gastos (libros diarios o cuadernos de apuntes (p. 12).

A pesar de que la ley no los obligue a llevar contabilidad en base al capital requerido, los registros contables en empresas pequeñas se hacen muy necesarios por que permiten tener un control constante de los movimientos económicos que se generan diariamente en el giro del negocio y de esta manera evaluar la actividad económica.

1.8.2. Registros que toda pequeña empresa debe llevar

Los registros que se consideran más necesarios para una microempresa o empresa pequeña son:

a) Ingresos y gastos
b) Registros de inventario

c) Cuentas por cobrar
d) Cuentas por pagar

1.8.3. Gastos de efectivo

Se contabiliza el efectivo que se gasta en la empresa, llevando un registro de todos los gastos incurridos en un año determinado.

Si se opta por reembolsarse el dinero con un cheque, se debe llevar un registro de todos los recibos de caja y sumarlos en forma semanal, quincenal o mensual dependiendo del volumen de gastos

1.8.4. Registros de inventario

Los registros de inventario permiten evitar robos, mantener las existencias al mínimo y llevar un registro de las tendencias de compra, entre otras cosas.

La información fundamental que se debe registrar es: fecha de compra, número de inventario del artículo comprado, precio de compra, fecha de venta y precio de venta.

1.8.5. Cuentas por cobrar

Los registros de cuentas por cobrar muestran el dinero que está pendiente de cobro. Para supervisar las cuentas por "cobrar se debe contar con una copia de todas las facturas enviadas o llevar un registro de las cuentas por cobrar" (Arboleda, 2012, p.43).

La información a registrarse debe incluir lo siguiente: fecha de la factura, número de la factura, monto de la factura, plazos, fecha de pago, monto pagado y el nombre de la persona o entidad a la que se haya emitido a factura.

1.8.6. Cuentas por pagar

Las cuentas por pagar son deudas que tiene una empresa por concepto de bienes y servicios. Es necesario "llevar un registro de las deudas de la empresa y las fechas de los elementos"

(Barbosa & Grippo, 2011), esto permite mantener una buena situación crediticia y retener el dinero el mayor tiempo posible.

1.8.7. Estudio económico

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores y elaborar los análisis que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los ingresos, costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que los costos como "la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada para atender los volúmenes requeridos por la demanda y continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial." (Burneo & Delgado, 2016) Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida.

1.8.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos y por ende no existe utilidad, también se define como el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa

1.8.9. Elementos básicos del punto de equilibrio:

Ingresos: Los ingresos son aquellos originados directamente por la operación o giro del negocio.
Costos variables: Son aquellos que se modifican en función del volumen de operación.
Margen financiero: se define a la diferencia entre los ingresos o rendimientos obtenidos de un conjunto de productos financieros menos el costo de recursos obtenidos a través de agentes tales como el préstamo.
Los costos fijos: Estos están dados por el monto de los gastos de operación.
Determinación del punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio está dado por la siguiente fórmula:

Punto de Equilibrio en unidades

$$PEQ\ (unidades) = \frac{Costos\ Fijos\ (CF)}{PV\ -\ CVU}$$

Punto de Equilibrio en valores

$$PEQ\ (valores) = \frac{Costos\ Fijos\ (CF)}{1 - \frac{CVU}{PV}}$$

Dónde:

PE = punto de equilibrio

I = ingresos

CVU = costos variables unitarios

CF= costos fijos

PV= precio de venta unitario. (Barbosa & Grippo, 2011)

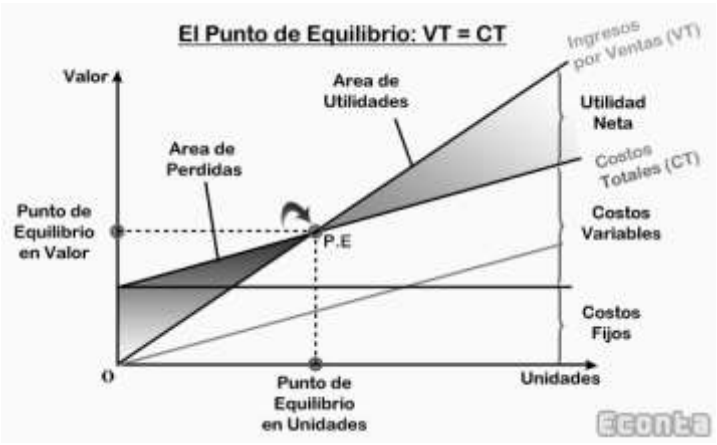


Figura 1. Esquema del punto de equilibrio. Kotler, (2015)

1.8.10. Inversiones de capital de trabajo

El análisis y determinación del monto que se deberá invertir en capital de trabajo de un proyecto crea normalmente más de un problema a quienes deben determinar su cuantía, ya sea para calcular correctamente la rentabilidad del proyecto como para la determinar el monto total de la inversión en función del cual deberá gestionarse la consecución de los recursos financieros que posibiliten llevarlos a cabo, siendo este aspecto uno de los ítems de la inversión más difíciles de calcular y también uno de los más determinantes en el éxito o fracaso en la operación futura del proyecto (Burneo & Delgado, 2016, p.43).

La principal importancia del capital de trabajo reside en su función de construir aquella parte de la inversión que debe servir para financiar los desfases que normalmente irán entre la generación de los ingresos y la ocurrencia de los egresos que se deben realizar anticipadamente a los cambios en los niveles de operación del proyecto

1.8.11. Evaluación económica

> Según Baca Gabriel, 2001, p. 39, menciona que la evaluación económica: "Examina, en términos de bienestar y desde el punto de vista de la nación como un todo, hasta qué punto los beneficios económicos generados por el proyecto son superiores a los costos incurridos, utiliza los precios económicos, también llamados precios de eficiencia o precios sombra o precios de cuenta".

Esta etapa es muy relevante, pues es la que al final permite describir la implantación del proyecto. Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible, por tanto, la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación económica. Ahí radica su importancia, por esto los métodos y los conceptos deben ser claros y convincentes para el inversionista (Talaya & Collado, 2014, p.2).

En esta etapa se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son:

1.8.12. Valor actual neto (VAN)

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es necesario permitir la inversión en el horizonte de la misma. El método del valor presente es uno de los criterios económicos ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que generen un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. (Rosales, 2016, p.21).

Para determinar el VAN se utiliza el Flujos de fondos de la empresa. El VAN se obtiene actualizando cada año separadamente, extrayendo la diferencia entre todas las entradas y salidas de efectivo que suceden durante la vida de un proyecto, a una tasa de interés fija predeterminada. También incluye las inversiones las cuales deben ser rescatadas del flujo neto de ingresos y egresos.

La tasa de actualización debe ser igual a la tasa de interés pagada por el prestatario y reflejar el costo de oportunidad del capital.

Fórmula para el cálculo del VAN:

$$VAN = \sum_{t=0}^{t=n} (It - Et) \frac{1}{(1+i)^n}$$

Significados:

Et = Egresos totales. It = Ingresos totales.

$$\frac{1}{(1+i)^n} = Factor\ de\ actualización$$

Análisis del VAN

- Si resulta que el VAN es positivo (VAN>0), la rentabilidad de la inversión es mayor que la tasa actualizada o de rechazo. En consecuencia, el proyecto se acepta.

- Si el VAN es cero (VAN=0), entonces la rentabilidad es igual a la tasa de rechazo, por lo que el proyecto puede considerarse aceptable.

- Si el VAN es negativo (VAN<0), la rentabilidad se encuentra por debajo de la tasa de rechazo y en consecuencia, el proyecto debe descartarse.

-

1.8.13. Tasa interna de retorno (TIR)

> Según el Autor Barragán José, 2002, p. 180, menciona: "La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento de un proyecto que causa que el valor presente neto de los flujos de caja de un proyecto sea igual a cero. Se define como tasa interna de retorno porque es la rentabilidad generada por el dinero que permanece invertido en el proyecto".

La TIR es una herramienta de toma de decisiones, es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

La tasa interna de retorno de un proyecto se interpreta de la siguiente manera.
Si TIR > Costo de Capital: El proyecto es conveniente pues su rentabilidad permite cubrir los costos de financiamiento y además provee un rendimiento adicional. En este caso el proyecto le genera valor a la empresa. (Baca, 2011, p.65).

Si TIR = Costo de Capital: El proyecto genera exactamente lo suficiente para cubrir los costos de financiamiento. En este caso el proyecto no genera ni destruye valor a la empresa.

Si TIR < Costo de Capital: El proyecto no es conveniente pues su rentabilidad no permite cubrir los costos de financiamiento. En este caso el proyecto le resta valor a la empresa.

1.8.14. Relación beneficio/ costo (B/C)

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada dólar que se ha invertido. Para calcular el B/C también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo (Burneo & Delgado, 2016, p.32).

Fórmula para calcular el B/C

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum_{i=0}^{n} \frac{Vi}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^{n} \frac{Ci}{(1+i)^n}}$$

Significados:

B/C = Relación Beneficio / Costo Vi = Valor de la producción (beneficio bruto) Ci = Egresos (i = 0, 2, 3,4... n) i = Tasa de descuento

1.8.15. Análisis de B/C

Relación B/C >0

Indica que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio, en consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse. (Aguila, Burgos, & Latangui, 2015)

Relación B/C < 0

Indica que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio, entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse (Aguila, Burgos, & Latangui, 2015, p.43).

El valor de la relación beneficio/costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, o sea, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante.

1.8.16. Razones financieras

> Según Baca Gabriel, 2001, p. 39, dice: Se define desde el punto de vista de un inversionista, si los ingresos que percibe son superiores a los dineros que aporto, se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir y emplea precios del mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los costos de operación y de financiación y los ingresos que genera el proyecto.

Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que propiamente no están relacionadas en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa. El análisis de las tasas o razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, esto es válido, ya que los datos que toma para su análisis provienen de la hoja de balance general.

a. Razones de liquidez

Miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo.

Tasa circulante. Es la más empleada para medir la solvencia a corto plazo, ya que indica a que grado es posible cubrir las deudas de corto plazo solo con los activos que se convierten en efectivo a corto plazo (Rosales, 2016, p.12).

$$Razón\ circulante = \frac{Activo\ circulante}{Pasivo\ circulante}$$

Prueba ácida

Mide la capacidad de la empresa para pagar las obligaciones a corto plazo sin recurrir a la venta de inventarios.

$$Taza\ de\ la\ prueba\ ácida = \frac{Activo\ circulante - inventario}{Pasivo\ circulante}$$

b. Tasas de actividad

Los indicadores de operación establecen el grado de eficiencia con el cual la administración de la empresa, maneja los recursos y la recuperación de los mismos.

Rotación de inventarios

Determina cuantas veces rota el inventario en un determinado periodo anteriormente establecido.

$$Rotación\ de\ inventario = \frac{Ventas}{Inventario}$$

Rotación de activo total

Es la tasa que mide la actividad final de la rotación de todos los activos de la empresa.

c. Tasas de rentabilidad

Existen algunas medidas de rentabilidad, como grupos, estas medidas permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios. Sin utilidades una empresa no podría atraer capital (Rosales, 2016, p.12).

$$Tasa\ de\ Margen\ de\ Rentabilidad. = \frac{Autorización\ neta\ después\ de\ pagar\ impuestos}{Ventas\ totales\ anuales}$$

$$Rendimientos\ sobre\ activos\ totales = \frac{Utilidad\ neta\ libre\ de\ impuestos}{Activos\ totales}$$

1.9. Evaluación institucional

Examina la función administrativa – institucional del proyecto a través de indicadores de impacto que verifican el manejo y normal desarrollo esperado durante el periodo de

inversión. En particular, mira la estructura interna del proyecto, desde una perspectiva subjetiva y mayormente empírica del constructor del proyecto.

1.10. Evaluación social

"Trata de identificar quienes reciben los beneficios del proyecto y quienes asumen sus costos, desde el punto de vista de la nación como un todo" (Rosales, 2016, p.12). Parte de la evaluación económica, a la cual se hace ajustes basados en el objetivo nacional de retribución a los sectores de la población de menos ingresos

1.11. Evaluación ambiental

Busca asegurar que el proyecto no traerá consigo impactos negativos sobre el medio ambiente, tales como contaminación del aire, contaminación de corrientes de agua naturales. Ruido, destrucción de paisajes, separación de comunidades que operan como unidades, entre otros (Arboleda, 2008, p.65).

El impacto ambiental ha sido utilizado en la actualidad como una forma de promocionar la empresa y mejorar la posición de la marca, de manera que no solo se convierte en una necesidad y obligación con las normativas estatales de protección, también representa una forma de ingresar a una sociedad preocupada por el bienestar del medio ambiente.

1.12. Almacén de repuestos automotrices

Un almacén de repuestos es una empresa de tipo comercial, que se dedica a la compra y venta de repuestos y accesorios vehiculares, los mismos que son utilizados para la asesoría mecánica básica. Se define como "la oferta de repuestos automotrices para uso exclusivo en vehículos de toda marca" (Monteros, 2005)

1.12.1. Finalidad

El objetivo principal de esta empresa comercial es la satisfacción del cliente en cuanto a necesidades de accesorios y repuestos vehiculares que este demande, dependiendo de sus necesidades, gustos y preferencias.

1.12.2. Requisitos para su funcionamiento

Para el normal funcionamiento del giro del negocio, el propietario deberá obtener una vez que inicie su actividad económica los siguientes permisos.

1.12.3. Registro único de contribuyentes (RUC)

El RUC es un instrumento que tiene como función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y tiene como objetivo proporcionar información a la administración tributaria (Servicio de rentas internas, 2017, p.12).

Toda actividad económica ejercida por personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras, que de forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) (Servicio de rentas internas, 2017, p.32).

Los Requisitos para sacar el RUC son:

Cedula del representante legal, Copia del certificado de votación, Recibo del pago de agua, luz o teléfono, y Patente en el Municipio de Ibarra.

1.12.4. Patente municipal

Es el permiso necesario para el ejercicio de una actividad económica habitual, dependiendo del lugar donde vive se la puede adquirir en cualquiera de los centros zonales. Los requisitos

para para obtener la patente municipal son: Recibo del último pago del impuesto predial, Copia del RUC, Documentos personales del representante legal.

1.12.5. Inventario de repuestos vehiculares

Dentro del mantenimiento vehicular a parte de los repuestos o piezas del automotor, existen accesorios indispensables para el normal funcionamiento del vehículo es por ello que un adecuado inventario que satisfaga los requerimientos requeridas por los propietarios de los vehículos debe estar equipado adecuadamente y con todo lo necesario.

1.12.6. Lubricantes

> Según Arias Paz M, 2005, menciona, "los lubricantes son sustancia grasa o aceitosa que se aplican a las piezas de un mecanismo para lubricarlo y hacer que el rozamiento sea menor o más suave: las sustancias lubricantes, como la grasa, aceite, aditivos y entre otros, forman una fina capa entre las superficies que se mueven, consiguiendo así reducir tanto el desgaste como el calentamiento producidos por la fricción; el lubricante es imprescindible para el buen funcionamiento del motor, caja y trasmisión del coche (p. 35).



***Figura* 2.** Lubricantes Vehiculares. Plataforma PYMES, 2017.

Los lubricantes son uno de los productos de mayor consumo por la frecuencia de uso, como un insumo, el consumo de este bien es requerido de forma periódico y sin necesidad de una circunstancia que obligue, más bien de una manera planificada y controlada por parte del cliente.

1.12.7. Repuestos automotrices

> Según Arias Paz M, 2005, indica, “Un repuesto o pieza de repuesto es todo elemento o conjunto de elementos que realicen una función mecánica, correcta y específica, incluso decorativa, considerado como un bien de consumo duradero y que es necesario para su correcto funcionamiento del vehículo”. Dependiendo de la marca de los vehículos la estructura, tamaño del repuesto puede diferir, pero su función es la misma. Para determinar el inventario de repuestos, se ha procedido a separar el suministro de repuestos vehiculares en cuatro partes. (p. 32)

Los repuestos automotrices y su consumo son un bien especial, ya que la necesidad se presenta de manera inesperada cuando el cliente requiere un arreglo, claro está que también la necesidad se presenta debido a una planificación preventiva, pero su origen es el mismo de manera circunstancial.

1.12.8. Motor

El motor se encarga de suministrar la fuerza necesaria para que el automóvil se mueva por sí mismo y se desplace sobre la vía, mediante la quema o explosión interna del combustible (gasolina, diésel).



***Figura* 3.** Repuestos del área del motor, Oxy Partes 2016.

Los motores son bienes de consumo especial, debido a su costo y que la ocurrencia de requerimiento no es habitual como de un lubricante o un repuesto.

1.12.9. Tipos de lubricantes y repuestos

Dentro del parque automotor ecuatoriano los lubricantes y repuestos automotrices son adquiridos por los propietarios de los vehículos considerando su necesidad, preferencia o

gusto. Los países fabricantes que tienen mayor aceptación para satisfacer los requerimientos del parque automotor ecuatoriano son:

Alemania, Japón, Estados Unidos, Brasil, Argentina, China.

Entre los países fabricantes existen una gran variedad de marcas de lubricantes y repuestos automotrices, que se distinguen por sus características, precio y calidad.

1.12.10. Sistemas de control de inventarios

Según Reyes Tello, en su artículo menciona. "El inventario es el conjunto de mercancías o artículos que tiene la empresa para comerciar con aquellos, permitiendo la compra y venta o la fabricación primero antes de venderlos, en un periodo económico determinados. Deben aparecer en el grupo de activos circulantes".

Esto es esencial para todas las organizaciones debido a que la adquisición de bienes o servicios requieren de un control para su reposición, mediante el cual se genere un cuadro de dichos bienes del inventario en el registro del periodo contable.

La realización del control de inventario debe ser rigurosa, debido a que las emprestas tanto pequeñas como grandes, están llamadas a cumplir balances generales cuando son obligadas a llevar contabilidad.

1.13. Mercadotecnia

Según Kotler Philip; Armstrong Gary: 2003, p. 4, menciona "Es una técnica que le permite a la empresa generar estrategias de mercadeo, mismas que armonicen con los intereses de la empresa y los intereses de la sociedad de consumo, con el propósito de lograr la satisfacción de los requerimientos, deseos o preferencias del cliente actual. Posibilita el desarrollo de nuevos productos o servicios y permite que la comercialización sea más eficiente".

La mercadotecnia implica servir a un mercado de usuarios y satisfacer más allá de sus expectativas.

1.13.1. Objetivos de la mercadotecnia

Los objetivos de la mercadotecnia están fijados en base al beneficio de la empresa y su entorno.

a. Generar oportunidades de mercado, donde se detecten situaciones en las que existe posibilidades de que la organización obtenga una utilidad o beneficio y satisfacción de una o más necesidades o deseos.

b. Identificar mercados rentables en los que la incursión de la empresa sea factible, significa que la empresa deberá identificar mercados que por sus características (tamaño, ubicación, predisposición a satisfacción de sus necesidades y deseos, capacidad económica, número de competidores, entre otros) tengan altas probabilidades de ser rentables, pero considerando que la permanencia sea factible, lo cual, depende de la capacidad financiera, de producción distribución.

c. Lograr una buena participación en el mercado manteniendo volúmenes de venta para consolidarse en el mercado y así obtener una buena participación ante los clientes, proveedores, socios, inversionistas, competidores, entre otros.

d. Lograr un elemento acorde a la rentabilidad del mercado y al ciclo de vida del producto, a través de un elemento sostenido en las ventas (en unidades y valores), es decir, lograr que la empresa venda más unidades y obtenga más ingresos económicos con relación a un periodo determinado.

e. Obtener utilidades o beneficios para la empresa, la empresa existe para obtener una utilidad o beneficio. Por lo tanto, los analistas de mercado deben estar conscientes de que todos los objetivos que se puedan lograr están condicionados al hecho de conseguir utilidades para la empresa.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. Antecedentes

La investigación fue llevada a cabo en el Cantón Ibarra, Ubicado en la Provincia de Imbabura y fue realizada en el mes de mayo del año 2016, para la recolección de información se utilizaron distintos instrumentos, tales como; las encuestas aplicadas a los propietarios de los vehículos livianos que circulan dentro del Cantón Ibarra y a los propietarios de los establecimientos automotrices ubicados dentro de la misma área de estudio, también se aplicó la técnica de observación directa a los establecimientos de repuestos que funcionan dentro del cantón y por último la entrevista realizada al propietario del almacén de Repuestos Remachadora del Norte.

Con la realización del diagnóstico se pretende conocer la situación actual del sector automotriz en todos sus aspectos, poniendo énfasis en la comercialización de repuestos y accesorios vehiculares, que permitan tener un marco de referencia que sustente la viabilidad económica – financiero de la implementación del almacén de repuestos en la ciudad de Ibarra denominada Remachadora del Norte.

2.2 Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la microempresa Remachadora del Norte Ibarra 2016 - 2020

2.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la cantidad de la demanda y oferta real y potencial de repuestos automotrices en la ciudad de Ibarra, mediante la observación directa para estimar la dimensión y alcance del mercado
- Estimar la existencia de la planificación estratégica mediante la encuesta para conocer la estructura organizacional administrativa y de funciones de los empleados.
- Establecer las estrategias de mercado que se aplica en Remachadora del Norte, con el propósito de conocer el mercado alcanzado.

- Identificar el modelo contable y financiero que se realiza en la empresa mediante la consulta a su propietario para generar una propuesta que permita la medición de rentabilidad adecuada y precisa.

2.3 Variables diagnósticas

Tabla 1

Variables del estudio de diagnóstico y sus indicadores

Variables	Indicadores
Oferta	- Servicio - Producto - Nivel de satisfacción por parte del cliente Competencia
Demanda	- Clientes - Precio - Servicio
Normativa legal	- Documentos en vigencia
Aspecto administrativo	- Plan estratégico - Manual de funciones
Mercado	- Producto - Precio - Plaza - Promoción
Normativa contable	- Libro diario - Pago proveedores - Caja
Costos	- Materia Prima - Mano de Obra - Costos Indirectos de Fabricación

Fuente: (Andrade, 2000, p.21)

Se han determinado una serie de aspectos directamente relacionados con los objetivos diagnósticos.

2.4 Matriz de relación diagnóstica

A continuación, se presenta la matriz de relación diagnóstica en la cual se observa la relación horizontal de los objetivos, variables e indicadores y las técnicas de investigación utilizadas para cada indicador, y con su respectiva fuente de información.

Tabla 2

Matriz de relación diagnóstica

	OBJETIVOS	***VARIABLES***	***INDICADORES***	***TÉCNICAS***	***FUENTE***
1.-	Identificar la demanda y oferta de repuestos automotrices en la ciudad de Ibarra.	Oferta	Servicio	Encuesta	Clientes
			Producto	Encuesta	Clientes
			Nivel de satisfacción por parte del cliente	Encuesta	Clientes
			Competencia	Observación	Principales competidores
		Demanda	Clientes	Encuesta	Cliente
			Precio	Encuesta	Cliente
			Servicio	Encuesta	Cliente
2.-	Analizar los aspectos administrativos y normativa legal que se requiere para el funcionamiento de la empresa.	Normativa legal	Documentos requeridos	Entrevista	Propietario
		Aspecto administrativo	Plan estratégico	Entrevista	Propietario
			Manual de funciones	Entrevista	Propietario
3.-	Establecer cuáles son las estrategias de mercadeo más adecuadas para el posicionamiento de la empresa en el mercado.	Mercado	Producto	Encuesta	Cliente
			Precio	Encuesta	Cliente
			Plaza	Encuesta	Clientes
			Promoción	Encuesta	Clientes

4.-	Identificar los costos y la normativa que se requiere para el funcionamiento de la empresa.	Normativa contable	Libro diario	Entrevista	Propietario
			Pago proveedores	Entrevista	Propietario
			Caja	Entrevista	Propietario
		Costos	Materia Prima	Entrevista	Propietario
			Mano de Obra	Entrevista	Propietario
			Utilidad	Entrevista	Propietario

Fuente: Los autores, 2016

2.4.1 Identificación de la población

La población motivo de investigación queda identificada en los siguientes segmentos:

Población de propietarios de vehículos livianos que se encuentran dentro del Cantón Ibarra, teniendo como dato 19.465 vehículos livianos que se encuentran en el tiempo de requerimiento de revisión técnica de un total de 21.855 automotores debidamente matriculados en el año 2016 de acuerdo a la empresa pública MOVILDELNOR.

Población de propietarios de establecimientos de repuestos automotrices ubicados dentro del Cantón Ibarra, son un total de 82 que se encuentra registrados en la Cámara de Comercio de la ciudad de Ibarra.

Propietario del Remachadora del Norte ubicado dentro del Cantón Ibarra.

2.4.2 Cálculo de las muestras

2.4.2.1 Muestra de la población de los propietarios de vehículos ubicados dentro de Ibarra

Para detectar la población de propietarios de vehículos, se tomó como base el total de los vehículos livianos matriculados en el Cantón Ibarra en el año 2016, estos datos fueron otorgados por la Jefatura de Tránsito del Cantón

El cálculo de la muestra se lo realizara a través de la siguiente fórmula:

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

Donde el significado de los componentes de la formula son:

n = Tamaño de la muestra
N = Tamaño de la población

d= Desviación de la población al cuadrado o varianza 0.25 porque se trabaja en el centro, es decir 0.5 de éxito y 0.5 de fracaso (d2).
E = Limite aceptable de error del 5% (sobrepasa de mil la población)
Z = Nivel de confianza 95%,
Valor tipificado de (Z) que equivale a 1.96 doble cola.

En la investigación el universo poblacional es de 21.855, para extraer la muestra representativa se aplicó la formula estadística, con la cual se obtuvieron los siguientes datos:

Datos: N = 21.855 d2 = 0.25 Z = 1.96 E = 0.05

Muestra:
$n = (21.855) \times (0.25) \times (1.96)^2 \quad / \quad ((0.05)^2 (10465-1) + (1.96)^2 (0.25))$
n = (10.050,8002) / (27,1209575)
n = 371 encuestas a los propietarios de los vehículos.

2.4.2.2 Identificación de la población de propietarios de los establece elementos automotrices ubicados dentro de Ibarra.

El universo 82 son los dueños de los establecimientos automotrices ubicados dentro del Cantón Ibarra, se han tomado el total de 2 establecimientos para realizar la investigación considerando que poseen similares características al del estudio.

Universo = 82
Establecimientos automotrices de la muestra = 2

2.5 Diseño de instrumentos de investigación

2.5.1 Información primaria

Para la recolección de información primaria del diagnóstico se ha utilizado técnicas de investigación científica, tales como la encuesta, entrevista y observación, mismas que

permitieron obtener un elemento amplio y detallado de la situación de cada uno de los universos a investigar.

2.5.1.1 Encuestas

a) Encuesta Nº1:

Dirigida los propietarios de vehículos ubicados dentro del Cantón Ibarra.

La encuesta fue aplicada en el mes de mayo del 2016, la cual se realizó en las calles del Cantón de Ibarra lugar donde se visitó a los dueños de los vehículos para obtener su colaboración al llenar la encuesta, misma que fue diseñada en conformidad con la matriz diagnóstica.

b) Encuesta Nº2:

Dirigida a los propietarios de los establecimientos automotrices ubicados dentro del cantón Ibarra.

Esta encuesta fue formulada tomando como referencia la matriz diagnóstica y se la aplico a los establecimientos automotrices ubicados dentro del Cantón Ibarra.

2.5.1.2 Entrevista

Esta técnica se aplicó al propietario de la sucursal de Remachadora del Norte y se la realizó en el mes de mayo del 2016, previamente estructurada de acuerdo a la matriz diagnóstica.

2.5.1.3 Observación

Con el propósito de verificar la información sobre el movimiento económico que generan los establecimientos, se consideró necesario realizar una observación directa a estos negocios y así determinar el número de clientes potenciales que ingresan diariamente a los establecimientos considerados como la competencia, durante el mes de mayo del 2016.

2.5.1.4 Información secundaria

Este tipo de información tuvo su origen en libros, folletos, revistas, registros, periódicos, publicaciones, manuales e internet, mismos que permitieron obtener información necesaria para la realización del proyecto y permitan el sustento de las bases teóricas científicas.

2.6 Tabulación y análisis de la información

Aspecto fundamental dentro de la investigación diagnóstica, debido a que es aquí donde se puede medir la calidad de la investigación en función de la información obtenida.

Posterior a la aplicación y tabulación de las encuestas dirigidas a las dos clases de universo se procedió a la interpretación o análisis de la información obtenida.

2.6.1 Resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a los clientes potenciales propietarios de los vehículos ubicados dentro del Cantón Ibarra.

1. ¿Qué marca es su vehículo?

Tabla 3

Marca de vehículo de los clientes potenciales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Kia	13	3,50%
Toyota	51	13,75%
Chevrolet	141	38,01%
Ford	25	6,74%
Mazda	115	31,00%
Lada	14	3,77%
Niva	12	3,23%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

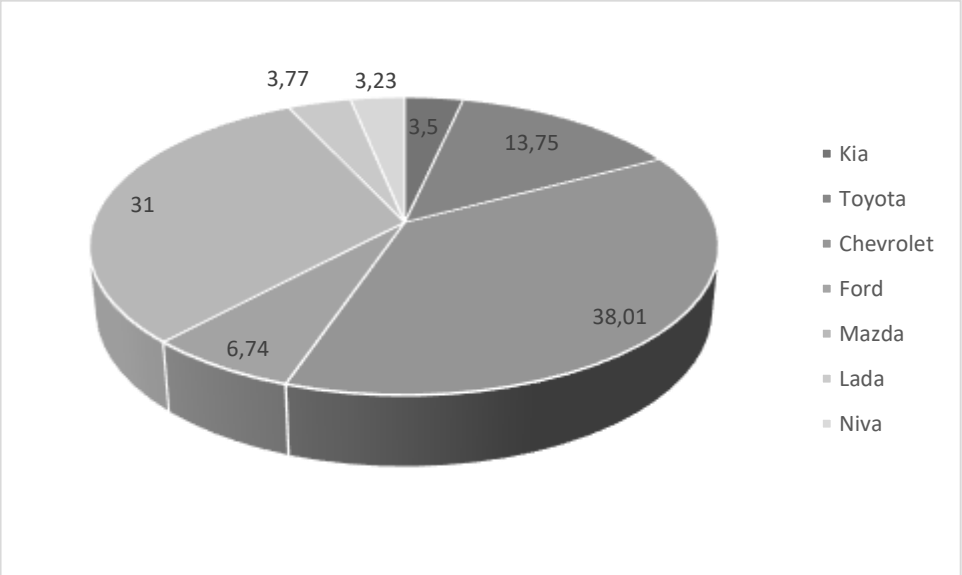


***Figura* 4.** Marca de vehículo de los clientes potenciales.

Análisis.

Los resultados muestran que dentro del cantón Ibarra los vehículos que tienen mayor preferencia son aquellos que representan mayor confianza y seguridad, tomando en cuenta la variable costos de adquisición, es por ello que con un 38% y 31% respectivamente la marca Chevrolet y Mazda son las más requeridas y han ganado gran posicionamiento dentro de este mercado.

2. ¿Cuál es el modelo de su vehículo?

Tabla 4

Modelo de vehículo de los clientes potenciales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
2010	38	10,00%
2009	45	12,00%
2008	33	9,00%
2007	55	15,00%
2006	20	5,00%
2005	28	8,00%
2004	23	6,00%
2003	18	5,00%
2002	21	6,00%
2001	16	4,00%
2000	26	7,00%
Año menor a 1999	48	13,00%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

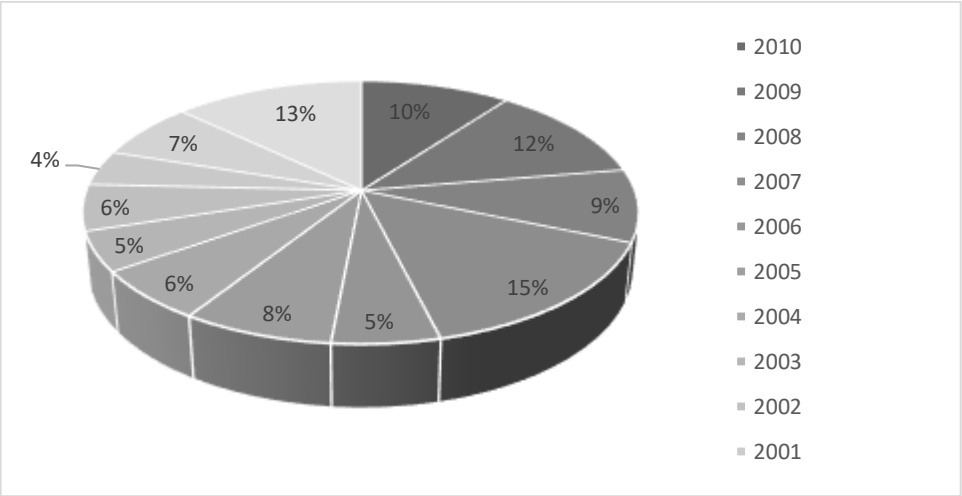


Figura 5. Modelo de vehículo de los clientes potenciales

Análisis.

Según el análisis realizado se puede observar que la gran mayoría de vehículos que circulan dentro del cantón Ibarra son semi-nuevos, debido principalmente a la gran inversión que existe dentro del cantón principalmente de las compañías de transporte y empresas privadas.

3¿Cuál es la razón principal por la que elije comprar determinada marca de repuestos y accesorios vehiculares?

Tabla 5

Motivo de compra de repuestos y accesorios de vehículos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Precios bajos	124	33,42
Mejor calidad	145	39,08
Por qué lo recomienda expertos	102	27,49
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

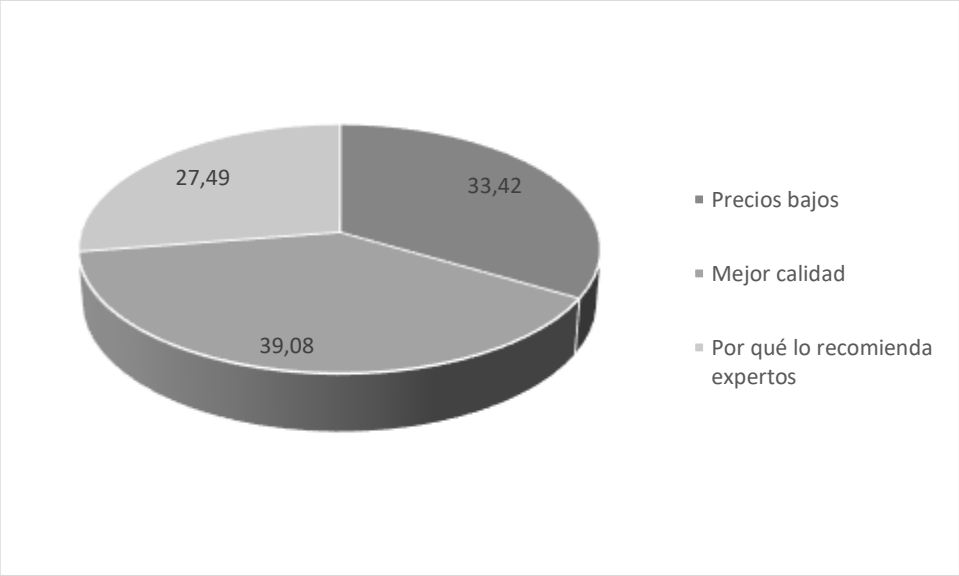


Figura 6. Motivo de compra de repuestos y accesorios de vehículos

Análisis.

El principal motivo de compra de repuestos automotrices corresponde al factor de calidad, esto evidencia que los productos que se provean deben poseer esta característica, sin embargo, hay que considerar el factor precio, debido que son 5 puntos porcentuales de diferencia respecto a la preferencia del precio bajo que tienen los clientes al momento de adquirir un repuesto automotriz.

4. ¿Marque con una X el lugar donde compra los repuestos para su vehículo?

Tabla 6

Tipo de lugar donde el consumidor potencial adquiere los repuestos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Casa comercial de la marca	73	19,68%
Almacén en Ibarra	150	40,43%
Almacén fuera de Ibarra	148	39,89%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

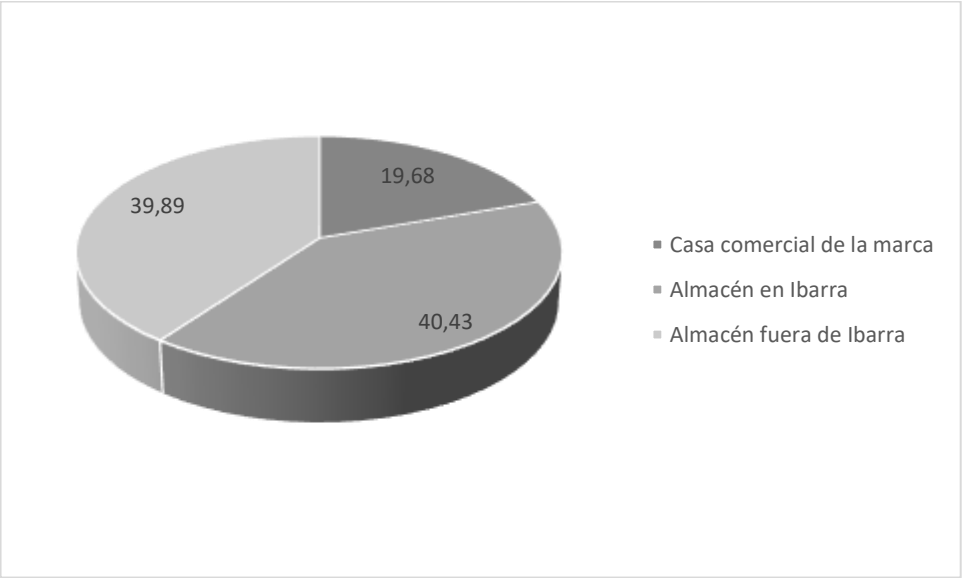


Figura 7. Tipo de lugar donde el consumidor potencial adquiere los repuestos

Análisis.

Al observar el gráfico se puede determinar que la mayoría de los clientes adquiere repuestos automotrices en los almacenes de Ibarra y fuera de la ciudad principalmente, pocos lo hacen en la casa comercial, esto evidencia que el mercado está orientado a recuperar las ventas que se realizan fuera de la ciudad y direccionarla hacia la venta en el almacén en Ibarra.

5. ¿Cómo califica usted el servicio de atención de los establecimientos automotrices ubicados dentro del cantón Ibarra?

Tabla 7

Percepción de la calidad de servicio de los establecimientos automotrices

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	39	10,00%
Regular	65	18,00%
Bueno	258	70,00%
Malo	9	2,00%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

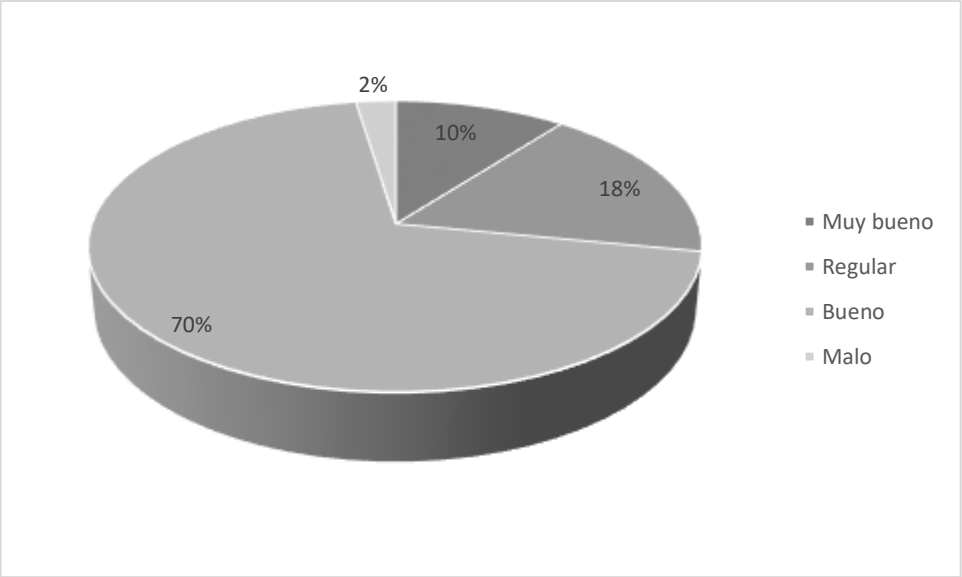


Figura 8. Percepción de la calidad de servicio de los establecimientos automotrices

Análisis:

Según los resultados de la encuesta se determinó que el 70% consideran a la atención brindada por parte de los establecimientos de repuestos ubicados dentro del cantón Ibarra como buena, no la califican como excelente pues deben existir parámetros que no concuerden con las expectativas del cliente.

6¿Cómo considera usted los precios de los repuestos y accesorios de vehículos ofertados por los establecimientos automotrices ubicados dentro del cantón Ibarra?

Tabla 8

Consideración del precio de los repuestos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Costo elevado	239	64,42%
Costo normal	98	26,42%
Costo asequible	34	9,16%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

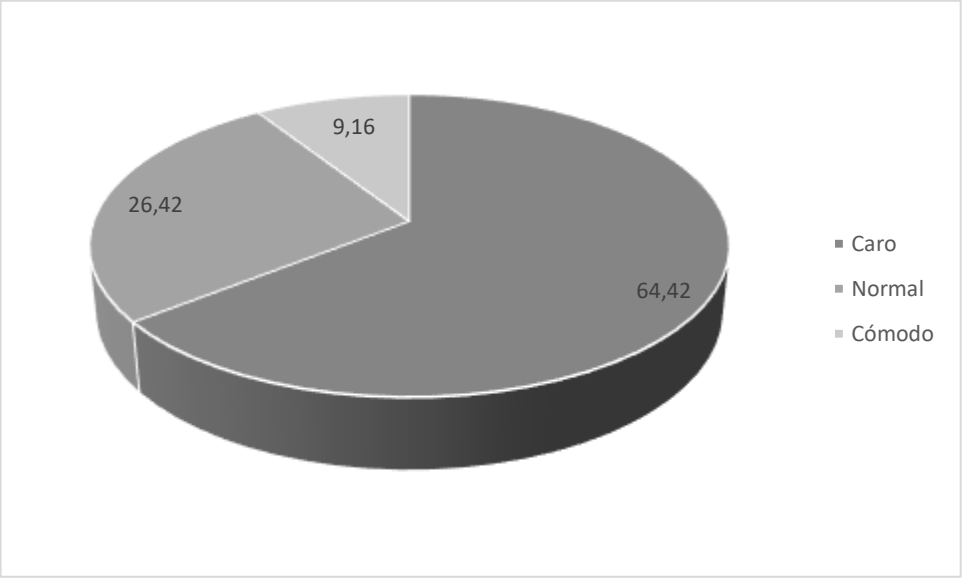


Figura 9. Consideración del precio de los repuestos

Análisis

El presente gráfico hace mención a los precios de los repuestos y accesorios vehiculares que son ofertados por los establecimientos automotrices ubicados dentro del cantón Ibarra, los mismos que en un 64,42% los consideran como caros debido a la falta de oferentes en este mercado lo que hace que los precios sean altos en terminados repuestos.

7¿Cómo se enteró usted del almacén de repuestos al que acude a comprar?

Tabla 9

Medio de comunicación de establecimientos de repuestos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Prensa	0	0,00%
Televisión	0	0,00%
Radio	64	17,25%
Afiches	94	25,34%
Recomendaron	213	57,41%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

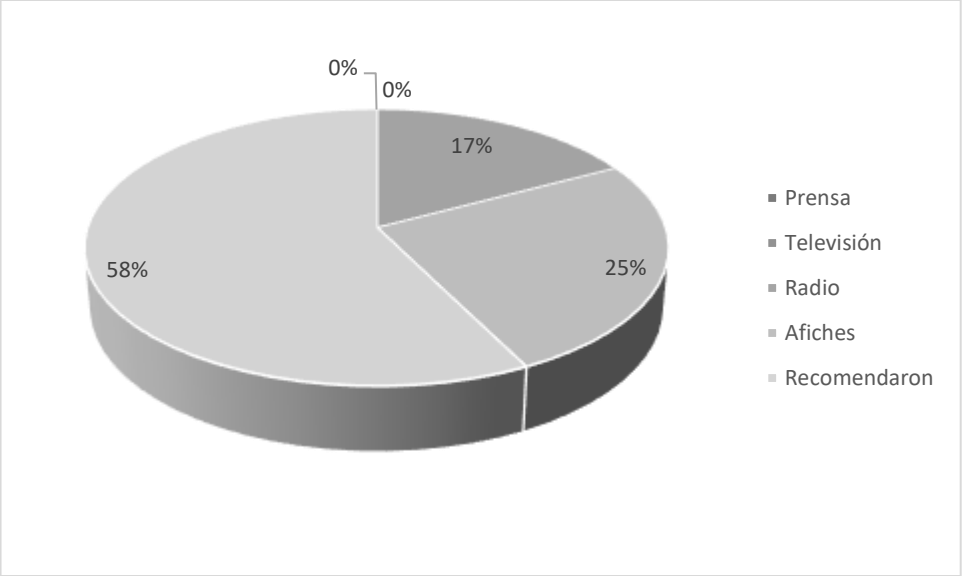


Figura 10. Medio de comunicación de establecimientos de repuestos

Análisis

Se puede observar en el gráfico que los medios de difusión por los cuales los dueños de los vehículos han llegado a conocer el almacén de repuestos al que acuden, es en un 57,41% por medio de una referencia o recomendación; es por ello que se puede afirmar que la imagen se difunde y es necesario que se tome en consideración dicho parámetro.

8¿Cada que tiempo adquiere repuestos para su vehículo?

Tabla 10

Frecuencia de consumo de repuestos automotrices

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	124	33,42%
Bimensual	198	53,37%
Trimestral	49	13,21%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

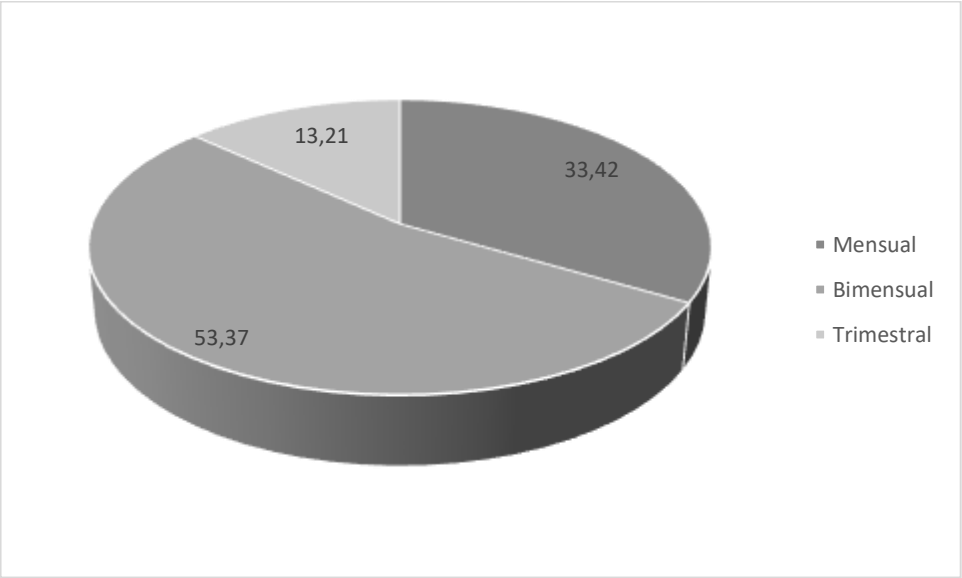


Figura 11. Frecuencia de consumo de repuestos automotrices

Análisis:

El presente gráfico hace mención a la frecuencia del mantenimiento vehicular que realizan a sus vehículos sus propietarios, mismos que en un 53,37% son realizados de manera bimensual, debiéndose principalmente al kilometraje recorrido que influye directamente en el mantenimiento de su medio de trasporte en cuanto a cambio de aceite.

9. ¿Cuáles son los servicios que necesita en el almacén de repuestos para que logre satisfacción de sus necesidades de consumo?

Tabla 11

Necesidades de servicio del consumidor potencial

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Diversificación de Repuestos	155	34,00%
Asesoramiento técnico	124	53,00%
Mantenimiento Básico	92	13,00%
Total	**371**	**100,00%**

Fuente: Encuesta realizada a automotores, 2016

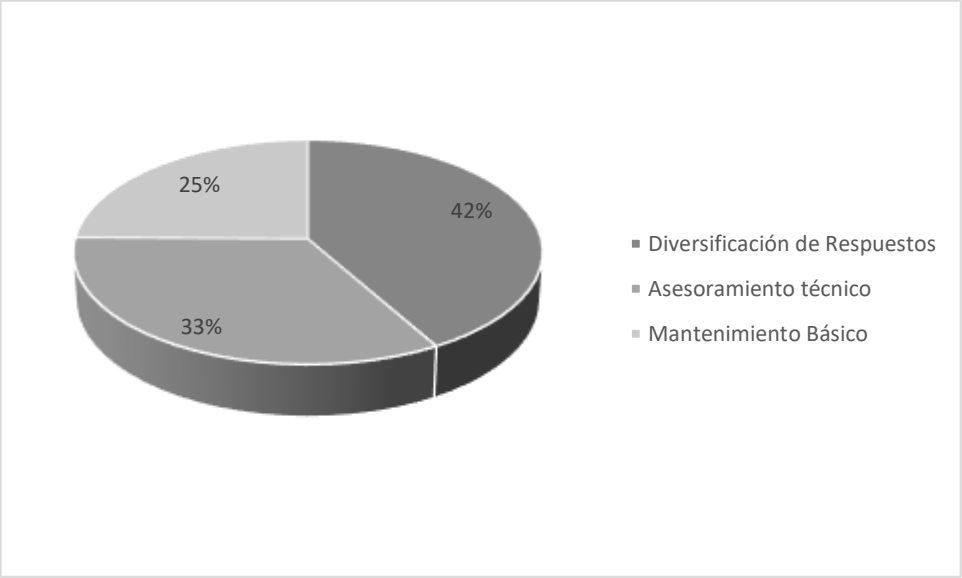


Figura 12. Necesidades de servicio del consumidor potencial

Análisis.

Se puede observar que las expectativas que tienen los clientes acerca de un almacén de repuestos vehiculares, están dentro de los parámetros que este proyecto está en la capacidad de ofrecer a sus clientes, lo que indica que nuestro almacén automotriz tendría una muy buena acogida dentro del mercado automotor del cantón Ibarra.

2.6.1.1. Análisis general de la encuesta realizada a clientes potenciales.

La encuesta muestra información acerca del nivel de consumo de repuestos, tanto en frecuencia como en la cantidad, en la ciudad de Ibarra existe bastante demanda de repuestos automotrices, sin embargo, muchos clientes potenciales consideran que los costos de los repuestos son caros, lo que les lleva a adquirirlos fuera de la ciudad de Ibarra.

Además, las marcas más requeridas por los clientes potenciales son Mazda y Chevrolet, esto le permitirá al ejecutor del proyecto realizar adquisiciones en la línea de preferencia del consumidor.

El medio de comunicación más eficaz es la recomendación de boca en boca, otro medio después de este en nivel de uso son los afiches.

2.6.2 Resultados obtenidos de la entrevista realizada al propietario de Remachadora del Norte ubicado dentro del cantón Ibarra.

ENTREVISTA

1. ¿Qué tipo de empresa es la que posee?
Es una empresa de tipo familiar por ende no tiene una organización jurídica.

2. ¿Pertenece usted a algún gremio de artesanos del cantón Ibarra?
Hace aproximadamente 10 años formo parte de este Gremio de Mecánicos que conocemos a cerca de repuestos automotrices y me permiten asesorar al cliente respecto a su requerimiento.

3. ¿Cuántos empleados laboran en su local automotriz?
Actualmente contamos con 5 empleados particulares y mi familia.

4. ¿Qué tipo de preparación técnica tiene sus trabajadores y usted?

Mis empleados cuentan con conocimientos impartidos por mí y en la experiencia que ellos tienen, por mi parte el haber trabajado desde muy pequeño ha hecho adquirir todo el conocimiento que también por parte de los mecánicos me han brindado.

5. ¿El talento humano que labora en su local reciben capacitaciones en el área Automotriz?

Si, cuando hay charlas por parte de las casas comerciales sobre nuevos productos o casos que existen en el área automotriz, realizados dentro de la ciudad.

6. ¿Su local automotriz dispone de un manual de funciones?

No contamos con un manual de funciones por cuanto mi familia y yo, somos los que administramos y se está pendiente del normal funcionamiento del negocio.

7. ¿Su local automotriz cuenta con un plan estratégico?

Tampoco cuenta con un plan estratégico porque es una empresa familiar pequeña.

8. ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su local Remachadora del Norte?

El local empezó sus labores en el año 1985, hace 32 años en esta misma ciudad.

9. ¿Cuáles son los servicios automotrices que presta este centro de atención vehicular?

Venta y asesoramiento de repuestos automotrices

10. ¿Cómo considera usted la calidad y los precios de los productos para el mantenimiento vehicular que ofrece en su local?

La experiencia adquirida antes y durante la puesta en marcha de mi local automotriz, hace que mis productos en el área vehicular jamás hayan tenido queja alguna y por ende mi clientela es fija y va aumentado con el transcurso de los años, en cuanto a los precios considero que son justos y que representan el pago por mi servicio profesional.

11. ¿La infraestructura y el equipo del local automotriz es propio?

Sí, todos los equipos y la infraestructura adquirida son propios.

12. ¿Realiza publicidad de su local automotriz?

Si se realiza publicidad mensualmente en una radio local, mediante redes sociales, una vez al año se realiza calendarios para dárselos a los clientes, camisetas y stickers para los vehículos.

13. ¿Cuál es el manejo que les da usted a los residuos generados por la actividad automotriz?

Los residuos generados por la actividad automotriz son generalmente, cartón y trapos de trabajo, en el caso de los lubricantes estos son almacenados en galones y utilizados de manera personal en la limpieza de los vehículos, con respecto a los cartones y trapos de trabajo son depositados en fundas para ser recogidos por el recolector de basura.

2.6.3 Resultados obtenidos de la observación directa realizada a los establecimientos de repuestos ubicados dentro de Ibarra

Los resultados obtenidos de la observación directa realizada a los establecimientos que se encuentran dentro del cantón Ibarra, determinó que existe un gran número de clientes que ingresan diariamente a sus negocios para realizar adquisiciones de repuestos, aproximadamente 13 vehículos cada día, hay que resaltar que estos negocios utilizan estrategias para captar la clientela.

2.7 Matriz FODA

Posterior a la tabulación y análisis de la información primaria se clasifica la información en aspectos internos (Fortalezas y Debilidades) y en aspectos externos (Amenazas y Oportunidades), construyendo la matriz FODA, para la información externa se ha tomado en cuenta los aspectos sociales, económicos y culturales que directa o indirectamente se relaciona con la temática y universo investigado.

2.7.1 Aspectos internos

Fortalezas

1. Prestigio generado por los años de permanencia de la empresa en el mercado ibarreño
2. Extensa experiencia en el área automotriz, con personal calificado
3. Talento humano profesional, con conocimientos y estudios en el área mecánica
4. Capacitaciones permanentes en el área automotriz
5. Atención directa de los trabajadores con capacitación
6. Productos con garantía del fabricante
7. Conocimientos de los productos y su inventario

Debilidades

1. Falta de realización de la planificación estratégica e identidad corporativa
2. Funciones de los trabajadores no especificadas
3. Insuficiente liquidez para adquisiciones de mercadería
4. Infraestructura física poco adecuada para la revisión básica de mecánica
5. Carencia de conocimientos administrativos, contables y financieros por parte del dueño del local.
6. Manejo inadecuado de residuos de revisión mecánica básica
7. Promoción y publicidad del negocio con deficiencias y empírica.

2.7.2 Aspectos externos

Oportunidades

1. Existencia de amplia demanda en cuanto al mercado de repuestos automotrices.
2. Presencia de entidades de financiamiento que brindan crédito para mejoramiento adquisición de inventario.
3. Incremento de la demanda para los servicios de mantenimiento vehicular y por ende en la compra de repuestos y accesorios.
4. Clientes con cierto grado de preferencia por la empresa, fidelidad del consumidor.

Amenazas

1. La aparición de nuevos competidores.
2. Inestabilidad Económica globalizada y del país.
3. Precios de productos automotrices con aranceles de importación.

2.7.3 Cruce estratégico de matriz FODA

Fortalezas vs. Oportunidades (FO)

1. El prestigio automotriz del que es poseedor este negocio de venta de repuestos, permitirá incrementar la cobertura de la demanda en cuanto a repuestos y accesorios vehiculares y de esta manera se brindará un mejor servicio por parte del local, que aparte de prestar mantenimiento vehicular a los vehículos de sus clientes ellos podrán comprar sus repuestos o accesorios para su automotor sin ir a otras ciudades.

2. La experiencia automotriz adquirida por varios años de permanencia en el negocio es una adecuada variable a evaluar por las entidades financieras al momento de solicitar un crédito de inversión.

3. El asesoramiento profesional en cuanto a repuestos y accesorios vehiculares permitirá que la clientela sienta un nivel de preferencia por el nuevo servicio en el área comercial que ofrece “Remachadora del Norte”.

4. La garantía de los servicios ofrecidos en Remachadora del Norte permitirá constantemente satisfacer los requerimientos de los clientes en cuanto a la compra de accesorios y repuestos que periódicamente requieren sus vehículos.

Fortalezas vs. Amenazas (FA)

1. El amplio conocimiento en el área automotriz y en el área comercial de repuestos permite hacer frente a la competencia actual, que por medio de la diversificación de

productos que oferta “Remachadora del Norte”, permitirá que los asiduos al negocio no tengan que ir a otras ciudades en busca de lo requerido para su auto.

2. El asesoramiento profesional en cuanto a repuestos y accesorios vehiculares garantizará el trabajo realizado con la finalidad de que los clientes no vayan hacia la nueva competencia.

Debilidades vs. Oportunidades (DO)

1. Se deberá elaborar una planificación estratégica adecuada para de esta manera lograr abarcar la demanda insatisfecha en cuanto a repuestos y accesorios vehiculares.

2. La insuficiencia de capital se podrá menguar mediante la obtención de un crédito de las entidades financieras existentes en el sector.

3. La falta de mecanismos de promoción y publicidad de Remachadora del Norte, se verá minimizada por medio de los buenos comentarios de la clientela que tiene cierto grado de preferencia por este centro de atención vehicular y mediante la difusión de los productos ofertados en medios de comunicación masivos.

Debilidades vs. Amenazas (DA)

1. Se deberá mejorar la infraestructura del local, ampliando sus instalaciones para realizar el trabajo con mayor eficiencia repuntando entre la competencia.

2. Realizar capacitaciones para los trabajadores del área administrativa y de talento humano que labora en la empresa, para de esta manera menguar la incidencia de nuevos competidores, mediante estrategias que permitan satisfacer los requerimientos de los clientes siempre con valor agregado.

2.8 Problema diagnóstico

Una vez tabulada, clasificada y analizada la información ha permitido con fundamentos y con datos, establecer que sobre la base de la matriz de la información planteada existe gran demanda de repuestos y accesorios vehiculares que no ha sido compensada totalmente por los establecimientos automotrices existentes dentro del cantón Ibarra, debido principalmente a la escasa oferta de estos productos automotrices en diversas marcas y también por no encontrar en los establecimientos automotrices la prestación asesoría en el área automotriz que permitan satisfacer completamente los requerimientos de los clientes.

Por lo tanto, el "Estudio de un Plan de Negocios para la Microempresa Remachadora del Norte" se justifica

2.9. Características generales del mercado

2.9.1 Situación económica del país

El saldo total de la balanza comercial al terminar el año 2016, registro un déficit US – 1,489.42 millones; el mismo que comparado con el resultado comercial externo del año 2015 que fue de USD- 298.54 millones, lo cual significó un aumento de dicho déficit en 398.90%.

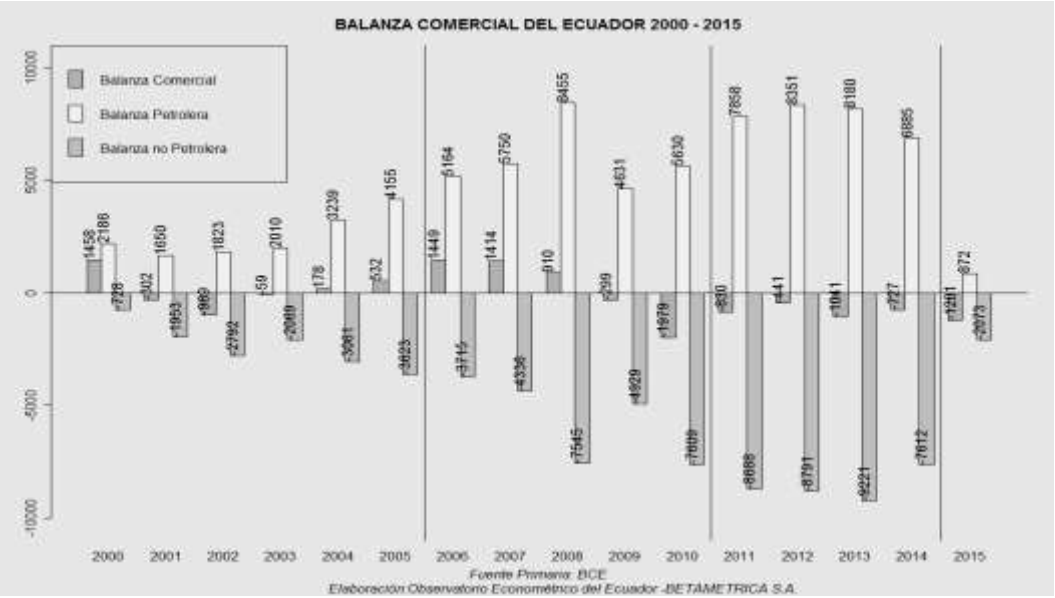


Figura 13. Balanza comercial del Ecuador año 2010-2015, recuperado de https://goo.gl/ZBGDwC

El Gobierno aumentó en 5 puntos porcentuales el arancel para los vehículos importados de mayor demanda los cuales empezaron a pagar un arancel de 35 a 40 porciento, el objetivo según el Gobierno es controlar el déficit comercial.

Esta medida arancelaria no afecta a los repuestos automotrices importadas por cuanto el aumento del 5% afecta los consumos especiales y los repuestos quedan fuera de la medida arancelaria.

2.9.2 Análisis Sectorial

El parque automotor en el Ecuador está mostrando un comportamiento muy creciente a partir del año 2016 y 2016 debido a las nuevas políticas que permiten la importación de partes sin incremento de aranceles además del convenio con la Unión Europea para la reducción progresiva de aranceles a los vehículos. (Comex, 2016)

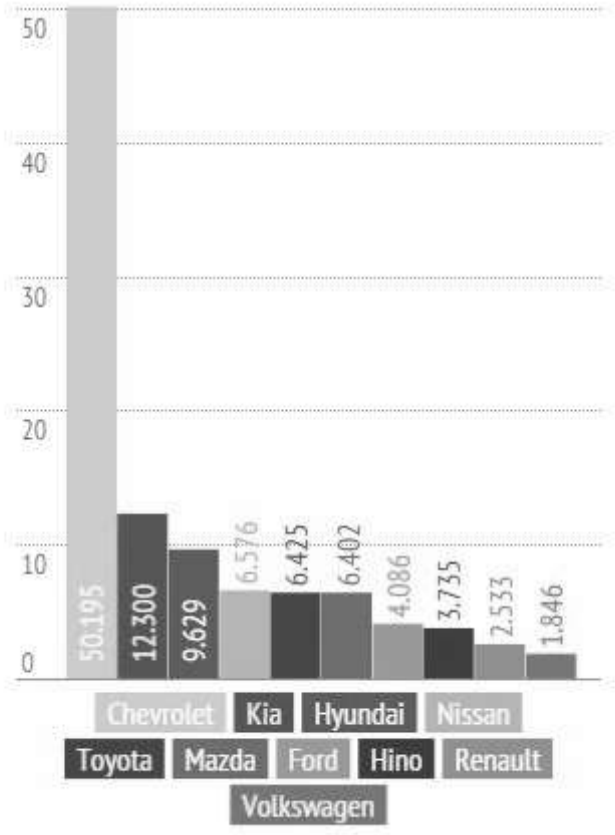


Figura 14. Tipo de vehículos matriculados en el Ecuador en el año 2016, recuperado de https://goo.gl/ZBGDwC

Este tipo de distribución permite conocer qué tipo de vehículos son los más frecuentes en el Ecuador, a fin de determinar los repuestos de mayor demanda.

2.9.3 Producción nacional

En este punto se presenta un breve estudio de la producción ecuatoriana de repuestos y operaciones de comercio exterior de los repuestos automotrices.

2.9.4 Producción ecuatoriana de repuestos

La producción de repuestos es inferior con respecto a los demás países, es por tal razón que efectúan grandes cantidades de importaciones de repuestos automotrices hacia el Ecuador, para de esta manera satisfacer los requerimientos del parque automotor ecuatoriano.

2.9.5 Operaciones del comercio exterior

Este apartado hace referencia a las actividades de importación de repuestos automotrices. Tomando en cuenta con referencia bibliográfica datos proporcionados por el Instituto Ecuatoriano de estadísticas y Censos (INEC) y datos del Banco Central del Ecuador.

2.9.6 Importación de repuestos automotrices

En los últimos años, los repuestos que mayor movimiento mercantil de importación han tenido en el Ecuador, han sido en general: ruedas y sus partes, instrumentos de amortiguación de suspensión, paltos y discos de embrague, guardafangos, partes de la unidad de cambios entre otros.

2.10 Presentación

El mercado constituye uno de los elementos más importantes para demostrar la factibilidad de la investigación porque permite probar el desarrollo y a la vez justifica la puesta en marcha del proyecto. Por ende, el estudio de mercado se constituye en un elemento importante para la toma correcta de decisiones y el análisis previo del estudio técnico y económico-financiero.

El estudio de mercado llevado a cabo en el cantón de Ibarra, conlleva un análisis minucioso sobre el grado de necesidad que tiene la población en relación al abastecimiento de repuestos y accesorios vehiculares, así como la oferta de los establecimientos automotrices relación al área del proyecto.

La investigación realizada dentro del área de estudio, demostró que existe una gran demanda insatisfecha en cuanto a este mercado, la razón principal es la falta de oferta de centros de atención vehicular que presenten servicios automotrices y la venta de repuestos para todas las marcas y modelos de automotores.

2.11. Identificación de los productos y servicios automotrices de Remachadora del Norte

El servicio a ser implementado dentro de Remachadora del Norte, consiste en maximizar la disponibilidad de repuestos y accesorios vehiculares, dirigido a todos los propietarios de vehículos livianos y de toda clase social del cantón Ibarra, así como los nuevos servicios automotriz a ser ofertados de manera estratégica por este centro de atención vehicular, con la finalidad de atraer mayor clientela y destacar sobre la competencia.

Los repuestos y accesorios vehiculares ofertados serán de las marcas más comerciales dentro del mercado automotriz ecuatoriano, analizando variables como precio, calidad, preferencias, entre otras.

Logo de la microempresa Remachadora del Norte



Figura 15. Logo de Remachadora del Norte, 2016. Fuente: Observación directa

2.12 Mercado meta

El mercado potencial al cual se pretende introducir los repuestos y accesorios vehiculares, será a nivel local con proyecciones a nivel cantonal y provincial. Este mercado alcanzará a cubrir una parte de los requerimientos de consumo del parque automotor en el área urbana y rural.

2.13 Segmento de mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir al mercado total en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

La esencia de la segmentación es que los miembros de cada grupo sean semejantes con respecto a los factores que repercuten en la demanda. Un elemento decisivo de una empresa es la capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

2.14 Variables de segmentación

2.14.1 Segmentación geográfica

La segmentación geográfica se encuentra subdividida en variables como país, ciudad, clima, entre otros., que tengan que ver directamente con la situación geográfica a la que se está dirigiendo nuestro producto o servicio.

En el caso del almacén de repuestos automotrices "Remachadora del Norte", la segmentación demográfica esta direccionado a la región sierra, a la ciudad de Ibarra, el clima se destaca por ser frío y lluvioso en invierno y seco en verano; lo que implica el deterioro de las carreteras que influyen en el desgaste de los vehículos, considerándola como una variable indirecta.

El crecimiento del parque automotor del cantón Ibarra es del 4% anual (Buendia, 2017), esto revela un número considerable de aumento de vehículos dentro del área de estudio,

principalmente por el gran movimiento que se registra por actividades florícolas en inversiones.

a) Segmentación demográfica

El criterio más común con el que se segmenta los mercados de consumidores es la demografía, entre las características demográficas más conocidas figura la edad, el género, la etapa del ciclo familiar, el ingreso y la escolaridad.

En el presente caso de estudio, la edad de un potencial consumidor de repuestos y accesorios vehiculares, se puede asegurar que inicia a partir de los 18 años, cuando las personas alcanzan la mayoría de edad y por ende está en la capacidad de acceder a una licencia de conducir un vehículo u operar una maquinaria hasta los 65 años de edad y que al presentar molestias o fallas en el funcionamiento de estos, los repuestos y accesorios vehiculares se harán necesarios para continuar con el desarrollo normal de las actividades, es decir se trata de un segmento muy amplio en cuanto edad se refiere .

La clase social es una medida integrada, una combinación de características demográficas, el indicador más común de la clase social incluye el nivel estudio, tipo de ocupación y clase de sector en el que vive una persona. La clase social de una persona influye de una manera considerable en sus preferencias de muchos niveles o marcas de productos, de ahí que algunas compañías escogen una o dos clases sociales como mercado meta y luego diseñan una mezcla de marketing para llegar a esos segmentos.

De lo redactado anteriormente el almacén de "Remachadora del Norte" orientara su marketing a dos mercados meta, el de nivel alto de escolaridad y un nivel medio-bajo.

2.15 Análisis de la oferta

2.15.1 Comportamiento de la oferta

Para determinar la factibilidad de la diversificación de repuestos y accesorios vehiculares dentro del local "Remachadora del Norte", se ha realizado la investigación pertinente

mediante la aplicación de una encuesta a los propietarios de los establecimientos automotrices ubicados dentro del cantón Ibarra y una observación directa.

2.15.2 Oferta actual

En la actualidad dentro del cantón Ibarra existen 16 establecimientos automotrices con gran diversidad de repuestos automotrices que se encuentran registradas mediante patente municipal en el Ilustre Municipio de este cantón, estos que mediante un análisis a los establecimientos automotrices se determinó que cuentan con un inventario diversificado de repuestos vehiculares y la prestación de servicios de revisión automotriz que satisfacen los requerimientos de los clientes, razón por la cual ha permitido promover la creación del proyecto que permitirá completar la oferta del producto y cubrir parte de la demanda insatisfecha.

Mediante la aplicación de las encuestas dirigidas a los propietarios de los establecimientos automotrices existentes en la zona, se determinará la oferta de los repuestos y accesorios vehiculares mediante el monto de adquisición que realizan cada negocio, se realizó una observación directa para determinar el número de vehículos que ingresan por día para realizar el mantenimiento vehicular, datos que se detalla en la tabla 12.

Tabla 12

Establecimientos automotrices del cantón Ibarra, según el monto de adquisición anual en dólares

Nro.	Razón social	Valor anual de inversión
1	Mundo Repuestos	60.000,00
2	Electrotecnia	37.000,00
3	S &V	48.000,00
4	El Repuesto Preciso	66.000,00
6	VW Parts	42.000,00

7	Tecnicentro	64.000,00
8	El repuesto	86.000,00
9	Selecmotor	82.900,00
10	Vega	49.000,00
11	Kia Ibarra	65.063,60
12	Imba Repuestos	99.500,00
13	Farfán	79.850,00
14	Flores	115.000,00
15	Automotriz Pabón	77.000,00
16	Automotriz Richard	45.000,00
	TOTAL	1’016.313,60

Fuente: Ficha de Observación Anexo. 7 (2016)

En la Tabla 12 se puede observar la denominación de la empresa, el valor de adquisición en dólares que destinan los propietarios de los negocios para abastecer su inventario. Esta información fue contribuida mediante la investigación directa con los propietarios de los establecimientos en virtud de la colaboración que existen entre los diferentes propietarios de este tipo de comercio.

2.15.3 Proyección de la oferta

Para el cálculo de las estimaciones de la oferta se utilizó el modelo objetivo de crecimiento exponencial que permite establecer la oferta potencial en base al uso de la tasa de crecimiento estadístico, razón por la cual se ha considerado el monto en dólares de adquisición anual de todos los establecimientos automotrices existentes dentro del cantón Ibarra por un monto de $ 1’016.313,60 dólares y la tasa de crecimiento de importaciones de accesorios automotrices que es del 3.56% anual. (ICEX, 2016, p. 34)

En la proyección de la oferta se ha considerado necesario realizarla en dólares por cuanto es muy difícil determinar el número de unidades vendidas, debido principalmente a la gran diversificación de repuestos y accesorios vehiculares existentes dentro del mercado, tomando en cuenta que si se preguntaba este particular en las encuestas las respuestas obtenidas serían muy subjetivas, de la misma manera se consideró como base la tasa de crecimiento de importaciones de accesorios automotrices a nivel nacional que es del 12,45%, para luego ser distribuida según el porcentaje del parque automotor que tiene cada Provincia teniendo como dato que la Provincia de Imbabura representa el 28.60% del total del parque automotriz del Ecuador, según datos del Anuario Estadístico de transporte (ICEX, 2016).

Tabla 13

Oferta futura de repuestos y accesorios vehiculares

Años	Oferta Anual	Tasa de crecimiento anual
Año 1	1’016.313,60	3,56
Año 2	1’052.494,36	3,56
Año 3	1’089.963,16	3,56
Año 4	1’128.765,85	3,56
Año 5	1’168.949,92	3,56

Fuente: (ICEX, 2016), disponible en: https://goo.gl/7Cxedw



Figura 16. Oferta futura de repuestos y accesorios vehiculares

2.16 Análisis de la demanda

2.16.1 Comportamiento de la demanda

El comportamiento de la demanda está dado por el crecimiento del parque automotor que a nivel del cantón Ibarra se ubica en el 4.00% anual, tasa que tiene relación con el incremento de la población económicamente activa que al poseer recursos económicos le permiten la posibilidad de acceder a la compra de un vehículo al igual que el incremento en inversiones dentro del cantón y que por ende los propietarios de los vehículos deben incurrir en la compra productos automotrices que directamente incrementa la demanda en este mercado.

Los consumidores o clientes de repuestos y accesorios vehiculares adquieren este tipo de productos dependiendo de lo que requiera su automotor y de sus gustos o preferencias, tomando en cuenta que una variación en los precios o en el ingreso del consumidor influirá en la modificación de sus preferencias, haciendo que los consumidores desplacen su demanda hacia otros productos de similares características, pero a precios mucho más bajos.

2.16.2 Demanda actual

La cuantificación de la demanda requerida para satisfacer los requerimientos del parque automotor a un precio determinado, es muy difícil determinar por cuando no existe información estadística disponible para conocer las necesidades del consumidor y a tratarse de productos que se adquieren por necesidad y no por deseo, entonces se determinó mediante la proporción de repuestos y accesorios que los registros históricos de Remachadora del Norte, respecto a la proporción.

La demanda actual de los productos vehiculares dentro del cantón Ibarra, está determinada del total de vehículos que según la proyección del Municipio de Ibarra, reflejan un total de 85.168 automotores para el año 2016, y un crecimiento del 11%, considerando que los vehículos de mayor demanda de repuestos son aquellos que tienen más de tres años de antigüedad, y que tienen un gasto promedio de 25 dólares por año según el técnico Remachadora del Norte, se contemplan el monto de demanda proyectada en dólares. Esto se detalla en la tabla de segmentación.

Tabla 14

Segmentación de la demanda

Nro. de vehículos para el año 2016	Vehículos con tres años de antigüedad	% de crecimiento automotor en la ciudad de Ibarra	Gasto anual de repuestos
85.168	69.124	11%	$25

Fuente: Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial del GAD Municipal de Ibarra (2016). Disponible en: https://goo.gl/gXDtR6

En cuanto a la demanda actual de accesorios vehiculares se determinó en base a las encuestas aplicadas a los propietarios de los vehículos livianos del cantón Ibarra, en función del periodo de mantenimiento vehicular que realizan a sus automotores

Tabla 15

Demanda anual repuestos y accesorios vehiculares

Productos	Demanda actual (Nro. de vehículos x gasto anual)
Repuestos automotrices para vehículos con más de tres años de antigüedad	1’728.100

Fuente: Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial del GAD Municipal de Ibarra (2016). Disponible en: https://goo.gl/gXDtR6

2.16.3 Proyección de la demanda

Existen algunos factores que sirven para identificar el comportamiento de la demanda, dentro de estos se ha identificado: el precio de venta, la inflación, los impuestos, los gustos y preferencias de los consumidores, entre otras, que hace que la cantidad demanda de esta clase productos automotrices aumente o disminuya.

La demanda futura se determinó en función del total en dólares de repuestos y accesorios vehiculares demandados anualmente dentro del mercado automotor del cantón Ibarra y la

tasa de crecimiento del parque automotor que es del 4.00% anual, considerado como un indicador importante al analizar la demanda futura.

Tabla 16

Demanda futura de repuestos y accesorios vehiculares

Años	Repuestos	Tasa de Crecimiento Anual
Año 1	1728100,00	11,00%
Año 2	1918191,00	11,00%
Año 3	2129192,01	11,00%
Año 4	2363403,13	11,00%
Año 5	2623377,48	11,00%

Fuente: Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial del GAD Municipal de Ibarra (2017). Disponible en: https://goo.gl/gXDtR6

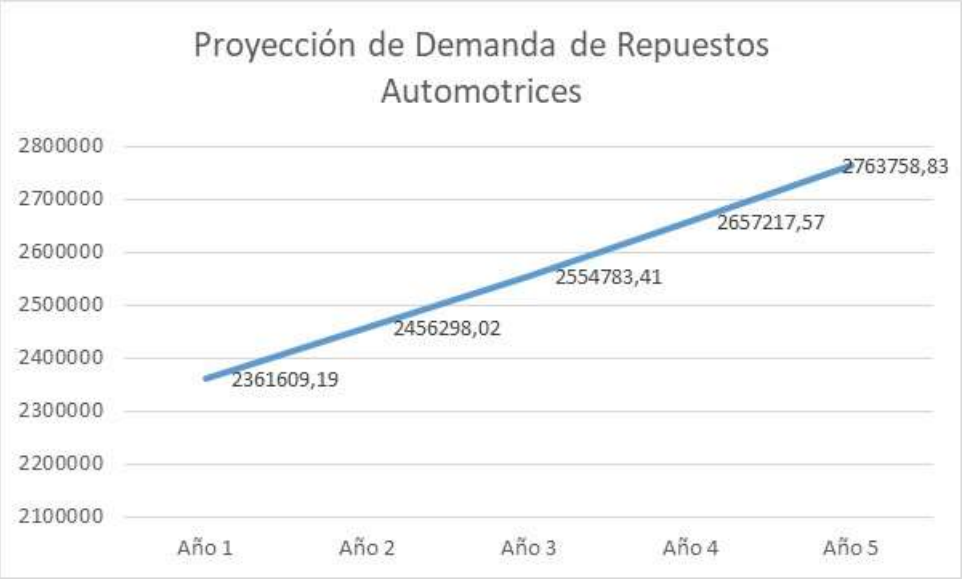


Figura 17. Demanda futura de repuestos y accesorios vehiculares

Fuente: Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial del GAD Municipal de Ibarra (2017). Disponible en: https://goo.gl/gXDtR6

Demanda insatisfecha

La proyección de la demanda insatisfecha se basa en la comparación de los datos obtenidos de la oferta y demanda, la diferencia entre estos valores permitirá posteriormente determinar un porcentaje a hacer cubierto mediante la puesta en marcha del proyecto.

Balance entre oferta y demanda

Tabla 17

Proyecciones de la demanda insatisfecha de repuestos y accesorios vehiculares

Años	Proyección Oferta	Proyección Demanda	Total Demanda Insatisfecha
Año 1	101.6313,6	1’728.100,00	711.786,40
Año 2	105.2494,4	1’918.191,00	86.5696,64
Año 3	108.9963,2	2’129.192,01	1’039.228,85
Año 4	112.8765,9	2’363.403,13	1’234.637,28
Año 5	116.8949,9	2’623.377,48	1’454.427,56

Fuente: Tabla, 13 y Tabla 16

Se considera que el proyecto es aceptable por cuanto al restar la proyección de la oferta con la proyección de la demanda se obtiene un saldo negativo lo cual significa que hay demanda insatisfecha.

3.9.2. Demanda insatisfecha a ser cubierta por el proyecto

En conclusión, existe un amplio mercado para comercializar repuestos automotrices en la zona seleccionada, por lo tanto, el propietario de Remachadora del Norte basándose en su experiencia dentro del parque automotor y la asesoría en repuestos automotrices, se ha

propuesto iniciar su actividad comercial con una cobertura del 5% de la demanda insatisfecha calculada.

Tabla 18

Demanda insatisfecha cubierta por el proyecto

Demanda insatisfecha	**711.786,40**
Inversión en Inventario de repuestos ya accesorios vehiculares anual	177.946,6
% a Cubrir el proyecto	5,00%

CAPÍTULO III

PROPUESTA ADMINISTRATIVA

3.1. Marco legal

La actividad económica de este centro automotriz está enfocada al mantenimiento automotor y la venta de repuestos y accesorios vehiculares, por cuanto la empresa se encuentra representada por una persona natural y obligada a llevar contabilidad, está sujeta a las siguientes disposiciones legales y tributarias:

3.2 Obligaciones tributarias

Estas obligaciones tributarias el almacén Remachadora del Norte ya las cumple, se detallan con el propósito de determinar las obligaciones que posee la microempresa.

Almacén de repuestos

El almacén de repuestos deberá emitir factura por cada venta de repuestos y accesorios vehiculares y tendrá la obligación de declarar mensualmente el impuesto al IVA con base 12% y el impuesto a la renta cada año.

Declaración del impuesto a la renta: La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el formulario 101, consignando los valores correspondientes en los campos relativos al estado de situación financiera, estado de resultados y conciliación tributaria.

Pago del anticipo del impuesto a la renta: Se deberá pagar en el formulario 106 de ser el caso. Para mayor información verificar el cálculo del anticipo en el Art. 41 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Declaración de retenciones en la fuente del impuesto a la renta: Se debe realizar mensualmente en el formulario 103, aun cuando no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios períodos mensuales.

Presentar anexos. Los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante internet en el sistema de declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.

Anexo transaccional simplificado (ATS). Es un reporte mensual de la información relativa a compras, ventas, exportaciones, comprobantes anulados y retenciones en general, y deberá ser presentado a mes subsiguiente. Presentarán obligatoriamente este anexo las sociedades catalogadas como especiales o que tengan una autorización de auto impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

Anexo de impuesto a la renta en relación de dependencia (RDEP). Corresponde a la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta realizadas a sus empleados bajo relación de dependencia por concepto de sus remuneraciones en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre.

Además, se requiere de la obtención de los siguientes documentos

a) Permiso de funcionamiento
b) El registro único de contribuyentes (RUC)
c) Patente municipal
d) Pago del impuesto predial del año en funcionamiento.
e) Certificado de funcionamiento del cuerpo de bomberos

3.3 Filosofía corporativa

La propuesta administrativa está orientada a toda la empresa automotriz, bajo el nombre de Remachadora del Norte abarcado todos los servicios que en ella se prestan a los clientes.

3.3.1 Misión

El Remachadora del Norte tiene como misión prestar servicios confiables, eficaces con excelente calidad profesional y humana en el área comercial de repuestos automotrices, conservando siempre precios competitivos y mejorando continuamente su atención, para de esta manera satisfacer los requerimientos de sus clientes y contribuir al desarrollo económico del cantón mediante la generación de fuentes de empleo.

3.3.2 Visión

Dentro de los próximos 5 años Remachadora del Norte será una empresa líder en el sector comercial de repuestos automotrices debido a su diversidad de repuestos en todo el cantón Ibarra, logrando un buen nivel de competitividad y optimizando al máximo los recursos utilizados.

3.3.3 Objetivos institucionales

Objetivo general

Brindar un servicio eficaz y garantizado tanto en el área comercial de repuestos como en el mantenimiento vehicular, mediante una atención adecuada, oportuna y con valor agregado, para de esta manera satisfacer los requerimientos y superar las expectativas de los clientes.

Objetivos específicos

- Lograr un buen prestigio micro empresarial, ofreciendo servicios y repuestos a precios accesibles.
- Contar con una adecuada infraestructura e inventario de repuestos automotrices necesarios para brindar diversidad y complementariedad al cliente
- Contribuir con el desarrollo de la comunidad generando fuentes de trabajo.
- Contribuir a la sustentabilidad del medio ambiente, mediante la adecuada manipulación de los residuos o desechos generados por la actividad automotriz

3.3.4 Políticas

Dentro de Remachadora del Norte, se establecen las siguientes políticas con la finalidad de cumplir los objetivos.

Participación de todo el personal en lo que se refiere a atención al cliente.

- Dar un trato personalizado a los clientes.
- Cumplir los principios y valores de la empresa.
- Se atenderá a los clientes dentro del horario de trabajo.
- Respeto al horario de atención al público para que el talento humano pueda cumplir con el derecho a su descanso.
- Los salarios correspondientes a los trabajadores, estarán de acuerdo con el desempeño de cada empleado

3.3.5 Principios

Los principios serán los componentes éticos que se emplearán dentro de Remachadora del Norte sirviendo de guía para la toma de las decisiones.

a) Trabajo en equipo

Ser un equipo sólidamente formado para ofrecer servicios de calidad y con valor agregado, demostrando en todo momento el compromiso adquirido con la empresa automotriz.

b) Calidad

Las actividades realizadas dentro de Remachadora del Norte, estarán enfocadas en todo momento a la satisfacción de los requerimientos de los clientes superando siempre sus expectativas.

c) Competitividad

Mejoramiento continuo dentro de la empresa para competir y sobresalir dentro del mercado automotriz Ibarreño.

d) Actitud mental positiva

Todo el talento humano participara activamente haciendo frente a cada uno de los problemas que se lleguen a presentar como oportunidades y retos para dar posteriores soluciones rápidas y prácticas

3.3.6 Valores

Los valores implantados dentro de Remachadora del Norte revelan la responsabilidad ética y social que los distingue.

a. Respeto

Es la base principal de toda relación que se debe mantener dentro y fuera del establecimiento, cumpliendo cabalmente todos los derechos y obligaciones.

b. Responsabilidad social

Se apoyará a la sustentabilidad del medio ambiente por medio de una adecuada utilización de los desechos o residuos generados por la actividad automotriz.

c. Puntualidad

Incentivar al personal sobre la importancia de este valor como referencia corporativa ante la sociedad en especial en la entrega de los trabajos realizados y horario de atención al público.

d. Honestidad

Valor corporativo que el talento humano de la microempresa poseerá y que se verá reflejado en el trato al cliente en todo momento.

3.3.8 Organización de Remachadora del Norte

Para la estructura organizacional es necesario contar para cada puesto con personal apropiado, debido a que todas las actividades del local y su administración deben ser previstas adecuadamente en las etapas iniciales, siendo así la mejor manera de garantizar que los objetivos puedan ser cumplidos a cabalidad.

Así el personal ocupará los siguientes puestos:

- Gerente
- Contadora
- Secretaria
- Jefe operativo
- Técnico vendedor
- Vendedor
- Operario vendedor

3.3.9 Organigrama estructural

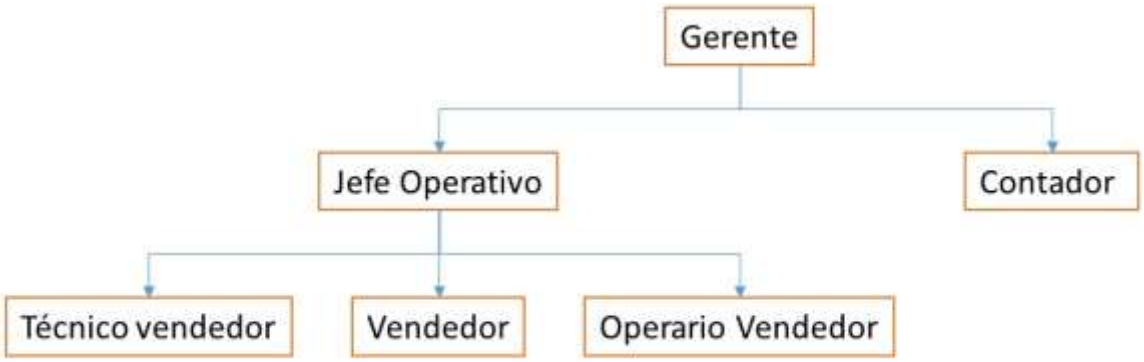


Figura 18. Organigrama estructura propuesto para la empresa Remachadora del Norte, 2016

3.3.10 Organigrama funcional



Figura 19. Organigrama funcional propuesto para la empresa Remachadora del Norte, 2016

3.3.11 Gerente

a) Descripción del puesto

El Gerente General estará a cargo del control y supervisión de todo lo relacionado con Remachadora del Norte.

b) Funciones y responsabilidades

Control absoluto de todas las áreas que forman parte de la microempresa automotriz. Analizar y autorizar las compras y ventas representativas que se den dentro del almacén de repuestos.

- Negociar con los proveedores créditos, descuentos y formas de pago.
- Selección y capacitación del personal
- Establecer estrategias de ventas.
- Controlar el normal funcionamiento de Remachadora del Norte**.**

c) Perfil

- Estudios superiores en carreras afines al área administrativa.
- Tener 1 año de experiencia en administración de empresas automotrices.
- Ser hombre o mujer mayor a 30 años.
- Poseer una personalidad con gran calidad humana, demostrando responsabilidad y ética profesionalidad.

3.3.12 Contadora - secretaria (o)

a) Descripción del puesto.

El talento humano encargado de estará directamente relacionado con el proceso contable y tributario del almacén automotriz, además de las diversas tareas encomendadas por sus superiores dentro del área contable.

d) Funciones y responsabilidades

- Realizar los pagos correspondientes a los proveedores del almacén de repuestos.
- Cumplir con los pagos del talento humano, servicios básicos y demás gastos ejecutados por la empresa.
- Llevar la contabilidad de del almacén de repuestos.
- Verificar todos los documentos correspondientes a las transacciones comerciales y movimientos bancarios.
- Declaración de impuestos.
- Estar al tanto de las reformas del Servicio de Rentas Internas.
- Elaboración del estado de situación financiera y estado de ganancias y pérdidas.
- Registro diario de las ventas.
- Informar oportunamente la situación sobre el inventario

e) Perfil

- Estudios superiores CPA.
- Tener 1 año de experiencia en llevar la contabilidad, el manejo de caja, entre otros aspectos que el puesto considere necesario.
- Ser hombre o mujer mayor.
- Poseer una personalidad con gran calidad humana, demostrando en todo momento y circunstancia su responsabilidad y ética profesionalidad.

3.3.13 Jefe operativo

a) Descripción del puesto

Se encargará de vigilar el normal funcionamiento de los trabajos realizados en local, inventarios, ventas y atención al cliente, además de la colocación de repuestos en caso donde no se requiera intervención mecánica.

b) Funciones y responsabilidades

- Supervisará y evaluará todas las actividades encomendadas al técnico y los vendedores del local.
- Atención personalizada al cliente a través del cumplimiento de sus requerimientos en cuanto a al requerimiento de su repuesto.
- Informar oportunamente al gerente sobre los requerimientos del local.
- Controlar los horarios de trabajo del personal
- Mantener absoluta discreción en los asuntos confidenciales del lugar en el que labora.

c) Perfil

- Tener estudios o experiencia en el área automotriz.
- Deberá ser una persona responsable que demuestre en todo momento compromiso con el cliente y la empresa.

3.3.14 Técnico vendedor

a) Descripción del puesto

El talento humano que labora dentro de esta área se ocupará de la supervisión de los vendedores del local, aparte de realización de las actividades inherentes.

b) Funciones y responsabilidades

- Realizar todas las actividades encomendadas en cuanto a atención y manejo de bodega.
- Supervisar el cumplimiento de las actividades de los vendedores del local.
- Llenar la hoja de control de inventario
- Cuidar los equipos, herramientas y demás materiales que exista en el local automotriz.
- Informar a su inmediato superior sobre algún problema ocurrido dentro de las instalaciones del local.
- Mantener absoluta discreción en los asuntos confidenciales del lugar en el que labora.

c) Perfil

- Tener conocimientos en el área automotriz.
- Mínimo 1 año de experiencia en el área de mantenimiento vehicular.
- Deberá tener una personalidad responsable, resistencia a la fatiga física y que demuestre en todo momento compromiso con el cliente y la empresa

3.3.15 Vendedor

a) Descripción del puesto.

En esta área el talento humano se encargará de la atención al público en la asesoría, venta y facturación de repuestos y accesorios vehiculares.

b) Funciones y responsabilidades

- Atención personalizada a los clientes.
- Asesoría en la venta de repuestos automotrices.

- Emisión de facturas o notas de venta a los clientes
- Reporte diario de ventas realizadas.
- Manejo de inventario.
- Mantener en total reserva los acontecimientos e información suscitada dentro de la empresa.
- Guardar celosamente los documentos y el dinero proveniente de las ventas del almacén de repuestos.
- Registro diario de las ventas.
- Investigación de mercado.

c) Perfil

- Tener estudios superiores en ciencias administrativas o afines.
- Hombre o mujer.
- Excelente manejo de relaciones interpersonales.
- Experiencia como mínimo 1 año en cuanto a la atención al cliente relacionado a la actividad automotriz o afines.

3.3.15 Operario vendedor

a) Descripción del puesto

Realiza las actividades que se le sea encomendado por sus superiores dentro del área de instalación de repuestos sin intervención mecánica.

b) Funciones y responsabilidades

- Cuidar los equipos y herramientas utilizados en el proceso instalación de repuestos de los vehículos.
- Efectuar la limpieza y mantenimiento de los equipos, herramientas, y de las instalaciones del local.
- Ejecutar todas las tareas encomendadas por sus superiores dentro del área automotriz**.**

c) Perfil

- Educación secundaria, sus estudios deben ser en mecánica automotriz o afines.
- Hombre o mujer.
- Mínimo 6 meses de experiencia en un local de venta de repuestos automotrices.
- Actitud positiva demostrando ganas de aprender día a día el oficio de mecánico, manifestando en todo momento creatividad, agilidad y colaboración permanente**.**

3.3.16 Flujogramas de procesos administrativos

Un proceso es la suma de actividades que entrelazadas entre sí buscan un fin determinado.

Una organización por más pequeña sea debe establecer los procesos a seguir para realizar sus actividades comerciales o de servicios de una manera ordenada y eficaz, con el fin de crear un ambiente de trabajo interno que conlleve al trabajo en equipo y se traduzca en atención al cliente con excelencia.

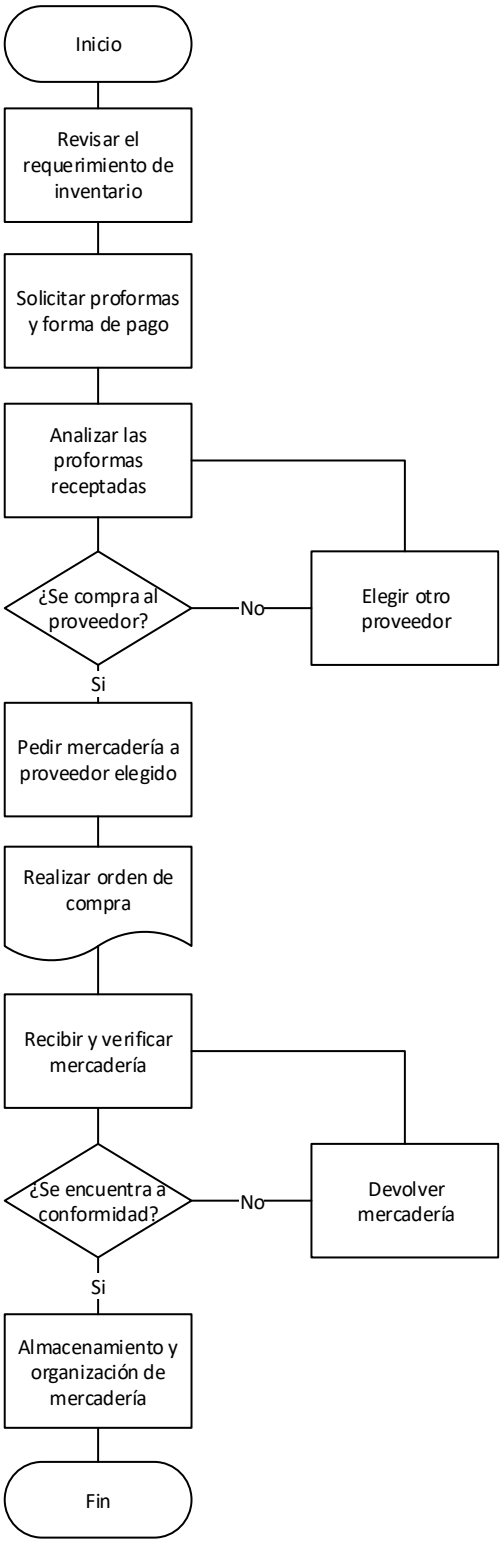


Figura 20. Proceso de compra de mercadería, 2016

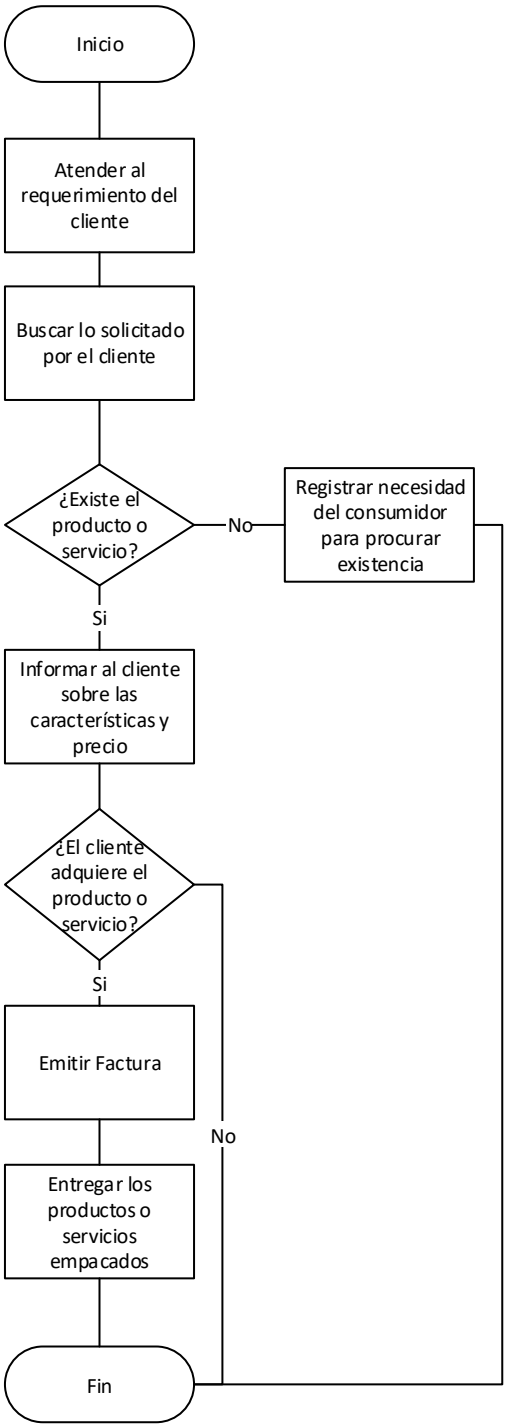


Figura 21. Proceso de venta de mercadería, 2016

3.3.17 Producto y servicio

El objetivo hacia los clientes es lograr niveles de satisfacción cada vez mayores, al proveer productos y servicios de calidad con beneficios característicos de una manera continua, oportuna y con valor agregado.

Venta de repuestos y accesorios automotrices

En el plano de comercialización de piezas y accesorios vehiculares el almacén contará con un diversificado inventario que permita la satisfacción de los requerimientos de los clientes en cuanto a gustos y/o preferencias, ofreciendo repuestos y accesorios para las diferentes áreas del vehículo.

- Motor
- Caja de cambios
- Trasmisión
- Mecánica de patio



Figura 22. Repuestos y accesorios vehiculares, recuperado de https://goo.gl/oGsSt3, 2017

3.3.18 Precios

Los factores de oferta y demanda determinan los precios de los bienes, así como del tipo de mercado (monopolio controlara el mercado, no hay competencia). En cuanto a los consumidores ellos decidirán comprar el producto en función del precio, los bienes de calidad no se venderán con bajos precios porque los consumidores pensaran que son defectuosos o porque pierden su calidad, Remachadora del Norte realizó un análisis de precios a fin de alcanzar precios justos para los consumidores, minimizando los costos operativos pero que cuenten con valor agregado.

- **Fijación de precios en la comercialización**

Las fijaciones de los precios del inventario de repuestos automotrices están basadas en el siguiente análisis.

Serán asignados en función del mercado (análisis de la competencia)

Estos serán superiores al costo, considerando dentro de este el costo del inventario, gastos de administración, gastos financieros, gatos de venta, más un porcentaje razonable de rentabilidad.

- **Fijación de precios basada en la competencia**

Los métodos de fijación de precios basados en la competencia, son los que reflejan de mejor manera el entorno competitivo en el que se desarrolla la fijación de los precios. Entre los métodos de fijación de precios basados en la competencia se encuentran el método de licitación, también llamado por propuesta cerrada, y el método denominado cálculo de precios a partir del nivel actual de precios.

Para la fijación de precios del proyecto se procederá a realizarlo en base el método denominado cálculo de precios a partir del nivel actual de precios.

Este método es uno de los que más tiene en cuenta la posición competitiva de la empresa. La organización tiene en cuenta los niveles de precios de los competidores a la hora de fijar los suyos propios, esto no significa que solamente se encuentre un nivel de precio en el mercado, si no que la organización que utilice este método de fijación de precios, intentará mantener un posicionamiento (o distancia) constante con los precios de los competidores.

- **Fijación de precios basada en los costos**

Para aumentar la rentabilidad de nuestra empresa se debe tener en claro las diferencias entre los conceptos de costo, precio y valor:

- El costo de un producto o servicio es la cantidad de dinero que gastas en lo.
- El precio es la recompensa económica que recibes por ese producto o servicio.
- El valor es lo que el cliente cree que ese producto o servicio vale para él/ella.

Existen dos métodos básicos para fijar el precio de los productos y servicios bajo este método:

- **Precio basado en el valor.**

Costo-plus o costo más margen (precio de coste más beneficio)

Este método de fijación de precios se basa en el precio que se cree que los clientes están dispuestos a pagar, basados en los beneficios del producto o servicio les ofrece.

Por el tipo de negocio que representa nuestro proyecto se elijaría las dos formas de fijación de precios establecidas por este método, por cuanto se cree necesario fijar los precios basados en el valor.

La segunda forma de fijación de precios basada en este método es por medio del Costo-plus o costo más margen (Precio de coste más beneficio), en razón de que toda empresa debe cubrir los costos totales (Costo Variable – Costo Fijos) para empezar a ganar utilidad.

- **Costos fijos:** los que siempre están, independiente de las ventas. Por ejemplo: salarios, impuestos, etc.

- **Costos variables:** Son los están directamente relacionados con las ventas. Por ejemplo: Inventario de repuestos y accesorios vehiculares, servicios básicos entre otros.

Para lo cual se procederá a determinar un precio que permita cubrir los costos y gastos más un porcentaje considerable de utilidad.

Al considerar de gran importancia los dos métodos para la fijación de los precios de los productos se procederá a realizar un método de fijación mixto, donde se tome en cuenta la competencia y los costos.

En el análisis de la competencia se determinó el margen de utilidad de los dos establecimientos automotrices más grandes del cantón Ibarra para posteriormente obtener un promedio del margen de utilidad establecido para el proyecto

Tabla 19

Margen de utilidad comercial

Accesorios y Repuestos	**Margen de Utilidad %**
Lubricantes	25%
Repuestos de Motor	25%
Repuestos de Caja de Cambios	25%
Repuestos de suspensión	25%
Sistemas de Frenos	25%
Accesorios	25%

Fuente: Los autores, 2016

Se mantendrá el margen de utilizar para los repuestos y accesorios según la competencia y sugerencias de los proveedores.

No se creyó necesario incrementar el margen de utilidad de la empresa, con respecto a la competencia en primer lugar porque dicho porcentaje permite cubrir los costos y obtener utilidad, segundo porque los precios de los productos automotrices dentro del cantón Ibarra son en un porcentaje considerable más altos que otras ciudades y no hay valor agregado, los clientes preferirán comprar en otro lugar.

3.3.20 Plaza

Para llevar a cabo la venta de los productos automotrices, se recurrió a seleccionar el canal de distribución más adecuado, el mismo que será la ruta que seguirán los repuestos y accesorios vehiculares hasta el consumidor final. Teniendo en consideración que entre mayor sea el número de intermediarios que participen en la etapa, el precio de las mercancías irá aumentando al pasar de un punto a otro.

El canal hacer utilizado será:

Productor - Mayorista - Detallista - Consumidor

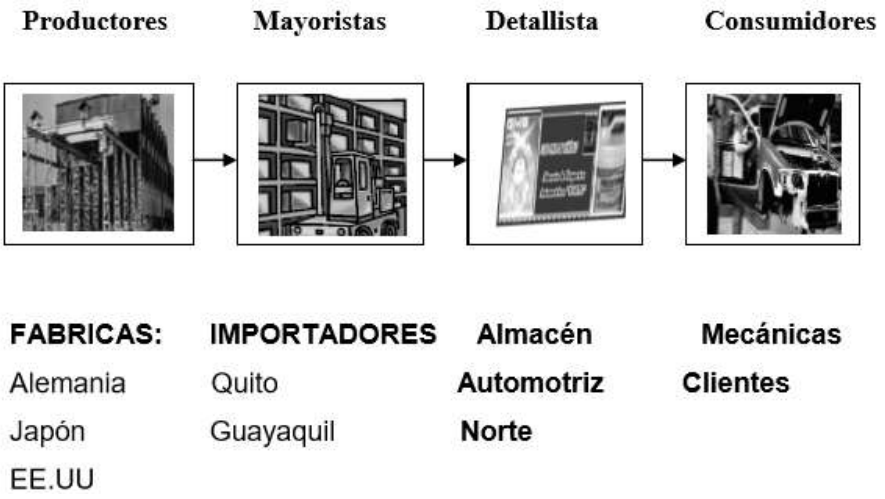


Figura 23. Canal de distribución propuesto para Remachadora del Norte, 2016

El local automotriz está ubicado en la Av. Cristóbal de Troya y Jaime Roldós s/n sector El Mayorista.

3.3.21 Promoción

Este tipo de estrategia será básicamente un intento de influir en el público en sus sentimientos, creencias o comportamiento para que prefiera la microempresa en estudio.

En cuanto a la publicidad se realizarán anuncios destinados al público y cuyo objetivo es promover la venta de los productos y servicios automotrices.

Existen variedad de técnicas publicitarias, desde un simple anuncio en una pared, hasta una campaña simultánea que emplea periódicos, revistas, redes sociales, radio, folletos, entre otros.
Remachadora del Norte realizará publicidad de las siguientes formas:

- **Visitas a talleres**

Consistirá en realizar visitas personales a los talleres automotrices ubicados Ibarra, para darles a conocer la diversidad de repuestos que se encuentra ofertando en Remachadora del Norte, el mismo que les brindará la mejora atención.

- **Trípticos**

Donde se indique los productos y servicios que ofrece este centro de venta de repuestos, repartición que se la realizará en las principales calles de la Ciudad de Ibarra, así como también la entrega de trípticos a los clientes que ingresen al local.

- **Tarjetas de presentación**

Serán pequeños calendarios de billetera en los cuales constarán el logo del local y datos relacionados con los servicios que ofrece Remachadora del Norte.

- **Letrero**

Se colocará un letrero de gran tamaño y en la parte frontal del negocio.

- **Publicidad radial**

Se lo realizará en la emisora radio Máxima F.M, espacio publicitario en el cual se dará conocer los servicios de Remachadora del Norte, debido a que esta radio es escuchada por los consumidores potenciales.

3.3.22 Requisitos para la prestación de solicitudes de crédito:

a) Cédula(s) de identidad y votación del solicitante y esposa y copias color.

b) Certificado del registro de la propiedad del bien a ser hipotecado del solicitante o lugar de inversión.

c) Apertura cuenta corriente o ahorros

Cédula de identidad papeleta de votación, carta de agua, luz o teléfono

d) Carta del impuesto predial actualizado.

e) Proformas de los bienes a adquirirse con el préstamo o contrato de obra.

f) Escritura notariada del bien hacer hipotecado (avaluado).

g) Pago de agua – luz o teléfono.

h) RUC. O RISE – última declaración del impuesto a la renta.

i) No constar en la central de riesgos con calificaciones de "A" ni portar cuentas sancionadas ni protestos.

3.4 Propuesta contable

3.4.1 Localización del proyecto

3.4.1.1 Macro localización del proyecto

El proyecto concerniente a la implementación del almacén de repuestos para vehículos dentro de Remachadora del Norte, estará localizado en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia el Sagrario.

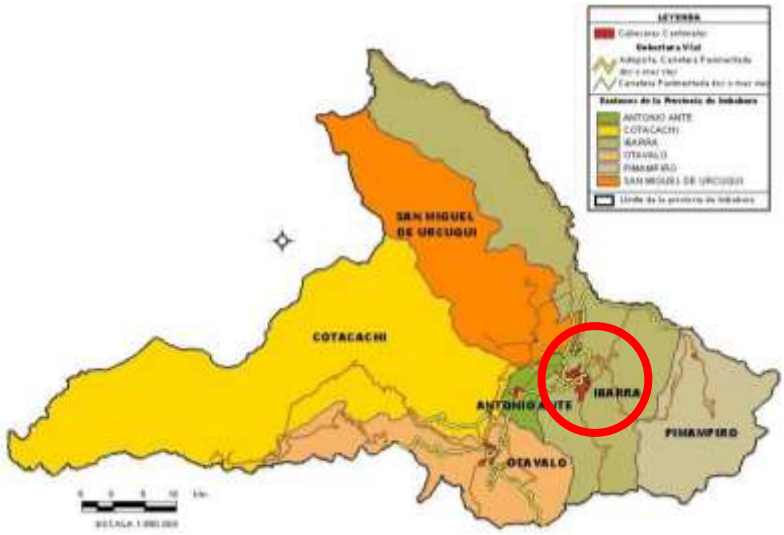


Figura 24. Ubicación de la ciudad de Ibarra, recuperado de https://goo.gl/S9Ugnm, 2017

3.4.1.2 Micro localización del proyecto

Remachadora del Norte, está ubicado en el Sector del Mayorista Avenida Cristóbal de Troya y Jaime Roldós s/n. Este lugar cuenta con todos los servicios básicos, amplitud necesaria y es sobre todo un sitio estratégico por cuanto se encuentra ubicada en el sector comercial para venta de repuestos automotrices y con gran afluencia vehicular.

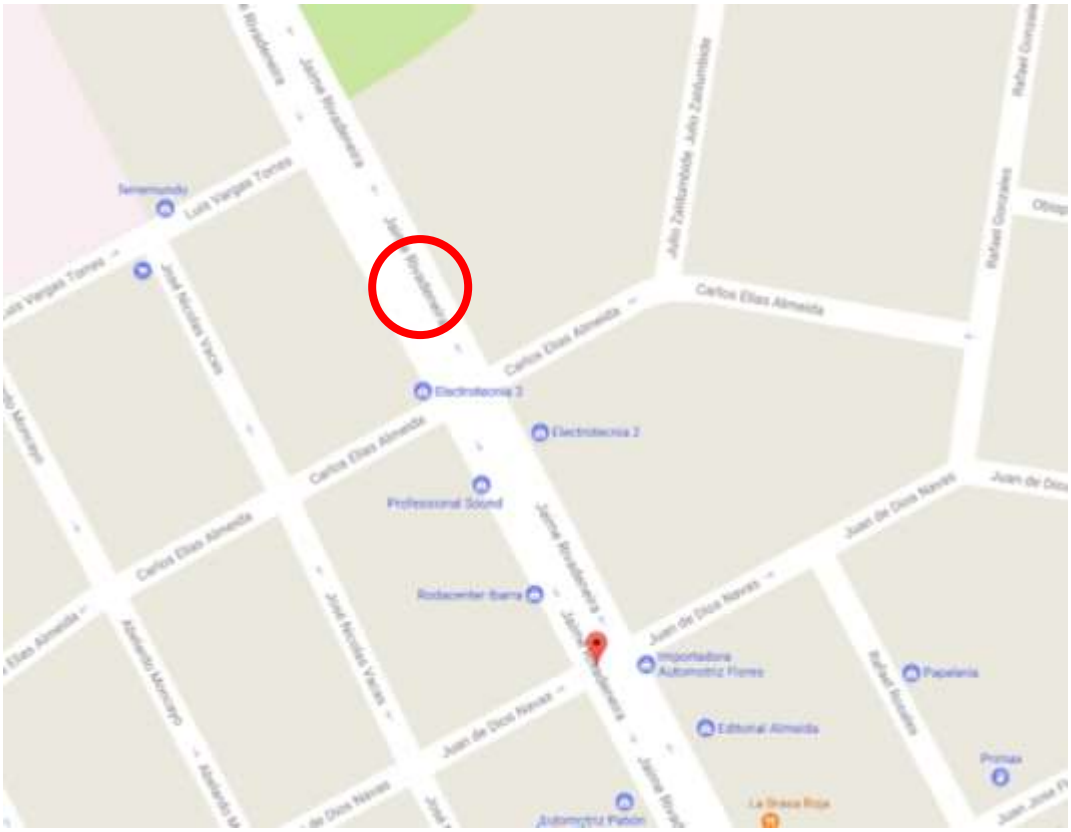


Figura 25. Ubicación del Remachadora del Norte, recuperado de https://goo.gl/UZT21G

3.4.2. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto de manera óptima y racional se toma en cuenta indicadores tales como: volumen de la demanda, oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación y posibles contingencias.

El tamaño de la organización será entonces uno de los aspectos más importantes del estudio, a continuación, se detalla los factores a considerar para el tamaño del almacén automotriz.

3.4.2.1 Indicadores determinantes del tamaño del proyecto

a) Tamaño del proyecto según la inversión

La inversión y su relación con el tamaño que tendrá el proyecto, se estima un promedio de inversión inicial de $ 73.312,19 dólares, los mismos que serán financiados en un porcentaje con capital propio y financiamiento externo, frente a una capacidad instalada.

b) Tamaño del proyecto según la demanda insatisfecha

El tamaño del proyecto en relación a la demanda insatisfecha se puede determinar mediante una comparación entre la demanda insatisfecha existente, siendo este valor de $ 540536,40 dólares anuales, con la posible comercialización del proyecto que es de $ 40540.23 dólares anuales lo cual representa un porcentaje del 7.5% a ser cubierto por el proyecto, por lo que no existe riesgo de ubicar este nivel de producción ya que resulta inferior a la demanda insatisfecha del mercado automotriz.

c) Capacidad instalada

La capacidad instalada del proyecto dependerá del tamaño del local de Remachadora del Norte, por cuanto se explicó anteriormente el servicio de asesoría funcionará como un eje directo para la atracción de clientes hacia el almacén de repuestos que mediante la prestación de servicios automotrices podrá cumplir con las expectativas de los clientes.
Por lo tanto, el local automotriz será remodelado para ampliar la capacidad de atención al cliente que se realizará por la prestación del servicio de asesoría.

3.4.2.2 Efectos económicos de la ingeniería

El proyecto de implementación del almacén de repuestos y accesorios vehiculares dentro de Remachadora del Norte, requiere de los siguientes recursos.

3.4.2.3 Disponibilidad de recursos financieros

Para lograr financiar las diferentes inversiones que trae consigo llevar a cabo el proyecto de comercializar repuestos y accesorios vehiculares y los servicios de asesoría que ofrecerá Remachadora del Norte, provendrán de dos fuentes: aporte del propietario del negocio y la solicitud de un crédito a una entidad financiera de la ciudad de Ibarra.

El crédito otorgado por el Banco BanEcuador, tendrá un plazo de 5 años, con una tasa del 16.08% anual, con una amortización trimestral. El monto a solicitar a la institución bancaria es de $ 14.107.25 dólares americanos que constituye el 19,24 % de la inversión total.

Tipo de Crédito: Emprendimiento
Destino: Activo Fijo / Comercio
Forma de Pago: Mensual
Tasa: 15.00 %
Tasa Efectiva: 16.08 %
Monto Deseado: $ 14,107.25
Plazo: 5 años
Sistema de Amortización: Cuota fija
Fuente: Ban Ecuador, 2018

Se adjunta la tabla de amortización en Anexo 2.

Tabla 20

Financiamiento de la inversión

Financiamiento	Valor $	Porcentaje %
Préstamo	14.107,25	19,24
Capital Propio	59.204,94	80,76
Total	73.312,19	100,00

Fuente: BanEcuador, 2018

3.5 Presupuesto técnico

Comprende los aspectos relacionados con la adquisición de muebles y enseres, equipos de oficina, equipos informáticos y de otros desembolsos de efectivo requeridos para el normal y correcto funcionamiento del proyecto.

Lo más relevante para continuar con el desarrollo del proyecto en el capítulo del análisis financiero es un adecuado cálculo de las inversiones iníciales del proyecto ya que estas se realizarán antes del inicio de la actividad comercial del almacén de repuestos y los resultados obtenidos se los debe incorporar en la construcción de los distintos flujos de caja que se elabora para la evaluación del proyecto.

Las inversiones que se realizarán antes de la puesta en marcha del almacén de repuestos automotrices de Remachadora del Norte, se han agrupado en tres tipos de inversión.

3.5.1 Inversión en activos fijos

Las inversiones fijas son aquellos bienes tangibles o intangibles que son de propiedad del ente contable y que son utilizados de manera constante para el normal funcionamiento de la empresa, además están sujetas a depreciación, a excepción del caso de los terrenos que por el contrario ganan plusvalía.

3.5.1.1 Muebles

Los muebles que la empresa necesita para desarrollar sus actividades de manera adecuada, los mismos que se encuentran detallados a continuación.

Tabla 21

Requerimiento de muebles

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio "Administrador"	1	180,00	180,00

Escritorio "Contador"	1	200,00	200,00
Perchas de madera	6	60,00	360,00
Vitrina 1	5	95,00	475,00
Vitrina de caja	1	200,00	200,00
Vitrina exhibidor	1	150,00	150,00
		Subtotal	**1565,00**
		Imprevistos 5%	**78,25**
		Total	**1643,25**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

Equipos

Dentro de esta categoría de activos fijos encontramos los equipos de computación, de oficina y otros los mismos que serán adquiridos según los requerimientos de cada área de la empresa con la finalidad de prestar un servicio de calidad a los clientes.

Tabla 22

Requerimiento de equipos de computación

Descripción	Cantidad	Costos Unitario	Costo Total
Computadores	3	650,00	19500,00
Impresora Epson 4420	3	100,00	300,00
		Subtotal	**2250,00**
		Imprevistos 5%	**112,50**
		Total	**2362,50**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

Tabla 23

Requerimiento de equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Costos Unitario	Costo Total
Sumadora	1	50,00	50,00
Telefax	1	150,00	150,00
Teléfono inalámbrico	2	40,00	80,00
		Subtotal	**280,00**
		Imprevistos 5%	**14,00**
		Total	**294,00**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

Tabla 24

Requerimiento de otros activos

Descripción	Cantidad	Costos Unitario	Costo Total
Rótulo	1	400,00	400,00
Bomba de lavar	2	400,00	800,00
Extintor	2	60,00	120,00
Sistema de Alarma	1	350,00	350,00
Instrumentos de diagnóstico técnico	1	3480,00	3480,00
		Subtotal	5150,00
		Imprevistos 5%	257,50
		Total	5407,50

Fuente: Proforma comerciales, 2016

Tabla 25

Inversión en ingeniería civil

Descripción	Cantidad	Costos Unitario	Costo Total
Ampliación de local	1	4000,00	4000,00
		Subtotal	**4000,00**
		Imprevistos 5%	**200,00**
		Total	**4200,00**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

Tabla 26

Inversión total de activos fijos

Descripción	Valor
Muebles	1643,25
Equipos de Computación	2362,50
Equipos de oficina	294,00
Otros Equipos	5407,50
Ampliación	4200,00
Total	13907,25

Fuente: Proforma comerciales, 2016

3.5.2 Inversión en activos diferidos

Las inversiones diferidas son los valores en los que se incurre necesariamente para la constitución de la empresa y demás aspectos legales que sirven para la nueva estructura organizativa, se suscitan al momento de realizar los trámites para la constitución y por tal razón llevan el nombre de gastos de constitución.

Para el proyecto de implementación de un almacén de repuestos y accesorios vehiculares dentro de Remachadora del Norte al estar ya constituida, la nueva unidad de operación actuará bajo el mismo RUC del propietario, por tal razón se tomará como base los requisitos necesarios que requirió el local Remachadora del Norte para su normal funcionamiento considerando los nuevos rubros necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 27

Inversión total activos intangibles

Descripción	Unidades	Valor unitario	Total
Costos diferidos de permisos del almacén	1	100,00	100
Costos judiciales de constitución y renovación de actas	1	100,00	100
		Total	200,00

Fuente: Proforma comerciales, 2016

3.5.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo son los activos corrientes que representan la parte de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción del negocio.

Estos valores corresponden a los activos corrientes que la microempresa tendrá que financiar al inicio de las actividades del proyecto, el capital de trabajo se estimará para el primer mes de funcionamiento ya que se pretenderá que los recursos generados por el negocio permitan laborar sin inconvenientes.

El capital de trabajo está determinado en base a los costos y gastos que incurrirá la empresa en el primer mes de funcionamiento, mismos que son indispensables para la puesta en marcha del proyecto, los cuales se agrupan de la siguiente manera

Tabla 28

Inversión en capital de trabajo

Detalle	Valor mensual	3 meses
Caja Chica	300,00	75,00
Caja	700,00	175,00
Bancos	1000,00	250,00
Costo inventario	27026,82	6756,70
Gastos Administración	16136,57	4034,14
Gastos en Ventas	14041,55	3510,38
Total	**59204,94**	**14801,24**

Fuente: Tabla 27**.**

3.5.4 Inventario de repuestos y accesorios vehiculares

Los repuestos y accesorios vehiculares serán adquiridos a los proveedores de manera mensual, para de esta manera determinar aquellos productos que se vende más o tienen mayor acogida dentro del mercado automotor, para que de tal forma se logren minimizar costos al tener un inventario sub- utilizado o embodegado. Los principales proveedores serán:

Repuestos automotrices: Cojapan Cía.Ltda Guayaquil - Ecuador
Lubricantes y Aditivos: Difilcom Cía. Ltda. Otavalo – Ecuador
Repuestos automotrices: Proveedora Automoriz JV Quito - Ecuador

Tabla 29

Costo del inventario

Detalle	Valor Mensual	Total Anual
Repuestos	1801,788	21621,456

Accesorios	450,447	5405,364
TOTAL	**2252,235**	**27.026,82**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

3.5.5 Sueldos y salarios

Para la puesta en marcha de la incorporación y diversificación de productos y servicios para el almacén de repuestos y accesorios vehiculares dentro de la microempresa Remachadora del Norte, se requerirá del siguiente talento humano que brindará un servido siempre con valor agregado.

Para establecer los sueldos y salarios del área administrativa, ventas y mantenimiento vehicular se tomará en cuenta el sueldo básico vigente en el ecuador en el año 2016 que es de $ 366.00, así como todos los beneficios de ley que les corresponde a los empleados que laboran en relación de dependencia, mismos que son detallados a continuación:

- **Décimo cuarto sueldo**.- Este beneficio de ley corresponde a un sueldo básico de $366.00 en el año 2016.
- **Décimo tercer sueldo**.- Es equivalente al sueldo que percibe el empleado.
- **Fondo de reserva**.- Es equivalente a sueldo que percibe el empleado, puede ser pagado de manera mensual o anual.
- **Vacaciones**.- Es equivalente al total de remuneraciones percibidas en un año y divididas para 24 meses.

Para los próximos años no se prevé aumentar el número de personal por cuanto las áreas en las que se ha divido la empresa se mantendrán sin tener la necesidad de contratar mayor talento humano.

Tabla 30

Requerimiento de talento humano

Cargo necesario por área	Empleados necesarios por cargo	Sueldo	Total	Anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Vacaciones	Total anual
Gerente	**1**	**400,00**	**500,00**	6000	500,00	386,00	500,00	250	7636
Contador	**1**	**400,00**	**500,00**	6000	500,00	386,00	500,00	250	7636
Vendedor	**1**	**366,00**	**386,00**	4632	386,00	386,00	386,00	193	5983
Operario	**1**	**366,00**	**386,00**	4632	386,00	386,00	386,00	193	5983

Fuente: Salarios sectoriales Ecuador, 2016

3.5.6 Gastos publicidad

Se destinará un valor anual fijo para la publicidad de los servicios que oferta Remachadora del Norte, no se necesitará de una promoción intensiva por cuanto el almacén de repuestos al ser implementado dentro de una empresa ya constituida y con reconocimiento dentro del mercado automotriz del cantón Ibarra, solo requerirá de informar a la ciudadanía la diversificación de productos y asesoría del servicio para la comercialización de repuestos automotrices, siendo nuestra principal publicidad los comentarios positivos de los clientes quienes indirectamente darán a conocer sobre los servicios del centro de atención vehicular. A continuación, se presenta los valores de la publicidad de manera anual y mensual.

Tabla 31

Gastos de publicidad

Actividad	Valor mensual	Valor anual
Trípticos	43,75	525
Tarjetas de presentación	12,5	150
Difusión por radio	18	216
SUBTOTAL	74,25	891
Imprevistos 5%		44,55
Total		**935,55**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

3.5.7 Gastos generales

Para el cálculo de los servicios básicos se ha tomado como base el consumo del local más un incremento de un porcentaje considerable que permita mejorar la iluminación de los repuestos, estos gastos serán considerados como fijos al transcurso de todo el año.

Tabla 32

Gasto servicios básicos

Servicio	Valor mensual	Valor anual
Luz	60,00	720,00
Agua	35,00	420,00
Total	**95,00**	**1140,00**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

3.5.7.1 Suministros de oficina

Los suministros de oficina están calculados de manera anual, para posteriormente ser repartidos de manera mensual y así incluir el valor en el capital de trabajo, se calcula de manera anual por cuanto la empresa establece estos valores como costos fijos al incurrir en cada año de actividad.

Tabla 33

Gasto suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo anual
Carpetas archivadoras	15	8,00	120,00
Grapadoras	6	4,500	27,00
Perforadoras	6	3,500	21,00
Caja de grapas	24	1,500	36,00
Esferográficos	12	4,500	54,00
Resmas de papel	12	5,00	60,00

Etiquetas de precio (rollo de 1000)	24	10,00	240,00
Facturero ¼ de tamaño oficio	12	9,00	108,00
Subtotal			**666,00**
Imprevistos 5%			**33,30**
Total			**699,30**

Fuente: Proforma comerciales, 2016

Tabla 34

Útiles de aseo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Escobas	6	2,10	12,60
Trapeadores	4	3,50	14,00
Limpiadores	30	1,25	37,50
Recogedor	8	1,50	12,00
Basureros de metal	6	6,55	39,30
Ambientadores	12	3,50	42,00
Subtotal			157,40
Imprevistos 5%			7,87
Total			165,27

Fuente: Proforma comerciales, 2016

3.6. Depreciación y amortización

3.6.1 Depreciaciones

Para el cálculo de las depreciaciones de los muebles y equipos, se utilizará los porcentajes que el Servicio de Rentas Internas sugiere, para lo cual se detalla la tabla de porcentajes en Anexo 3.

Tabla 35

Tabla de depreciaciones activos fijos

Detalle	Valor	%	Depreciación anual	Depreciación mensual
Muebles	1643,25	10%	164,33	13,69
Equipos de computación	2362,50	20%	472,50	39,38
Equipos de oficina	294,00	10%	29,40	2,45
Otros equipos técnicos para asesoría y diagnóstico	5407,50	10%	540,75	45,06
Ingeniería civil (ampliación)	4200,00	5%	210,00	17,50
Total	13907,25		1416,98	118,08

Fuente: SRI (2016). Anexo 3

Tabla 36

Amortización activos intangibles (gastos de constitución)

Detalle	**Valor**	**Vida útil**	**Amortización anual**
Gastos de constitución	**200,00**	**5**	**40,00**
Total	**200,00**	**5**	**40,00**

Fuente: (UNID, 2016), disponible en: https://goo.gl/kYLXsZ

3.7 Propuesta financiera

Tabla 37

Presupuesto de inversión

Activo Corriente		
Caja Chica	300,00	
Caja	700,00	
Bancos	1000,00	
Inventario	27026,82	
Suministros de oficina	699,30	
Útiles de aseo	165,27	
Sueldos y salarios	27238,00	
Servicios Básicos	1140,00	
Publicidad radial y escrita	935,55	
Total Activo Corriente		**59204,94**
Activo no corriente		
Edificación (ampliación)	4200,00	
Muebles	1643,25	
Equipo de computación	2362,50	
Equipos de oficina	294,00	

Otros Equipos	5407,50			
Total Activo no corriente			**13907,25**	
Activos diferidos				
Gastos de constitución	200,00			
Total Activo Diferido			**200,00**	
TOTAL ACTIVOS				**73312,19**
PASIVOS				
Pasivo corriente				
Pasivo largo plazo		**14.107,25**		
Préstamo Banco Ban Ecuador	14.107,25		**14.107,25**	
TOTAL PASIVOS				
PATRIMONIO				
Capital social		**59.204,94**		
Aporte inversión propia	59.204,94		**59.204,94**	
TOTAL PATRIMONIO				
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO				**73.312,19**

Fuente: Tabla 20 -Tabla 36

3.8 Financiamiento

Para iniciar las actividades del proyecto será necesario el financiamiento por parte del propietario de Remachadora del Norte y la solicitud de un crédito al BanEcuador ubicado dentro de la localidad del cantón Ibarra.

El crédito otorgado por BanEcuador, tendrá un plazo de 5 años, con una tasa del 15% anual, con una amortización trimestral. El monto a solicitar a la institución bancaria es de $ 14107,25 dólares americanos que constituye el 19,24% de la inversión total.

Tabla 38

Financiamiento de la inversión

Financiamiento	Valor	Porcentaje %
Préstamo	14.107,25	19,24
Capital propio	59.204,94	80,76
TOTAL	**73.312,19**	**100,00**

Fuente: Tabla 37

3.9 Proyección de costos

A continuación, se puede apreciar todos los datos correspondientes a costos y gastos proyectados para los cinco años de estudio del proyecto, con sus respectivas variaciones dependiendo de factores macro y microeconómicos.

Para la cuantificación de los costos del inventario de repuestos y accesorios vehiculares se tomó como base el valor anual del primer periodo de funcionamiento y a partir del segundo año se incrementará de acuerdo a la tasa que representa el incremento en el precio del inventario.

La compra de este tipo de productos automotrices a los proveedores por lo general se lo realizan en periodos más largos de un mes, pero se ha creído necesario realizarlo mensualmente para de esta manera determinar los repuestos y accesorios vehiculares que más se comercializan y así evitar un inventario sobre saturado y que genera pérdidas al estar embodegado.

Tabla 39

Proyección del costo del inventario

Inventario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lubricantes	2702,68	2732,95	2763,56	2794,51	2825,81
Repuestos	13513,41	13664,76	13817,81	13972,56	14129,06

Motor	2702,68	2732,95	2763,56	2794,51	2825,81
Repuestos de Caja	1351,34	1366,48	1381,78	1397,26	1412,91
Transmisiones	1351,34	1366,48	1381,78	1397,26	1412,91
Repuestos de mecánica básica	5405,36	5465,90	5527,12	5589,03	5651,62
Total costo inventario	**27026,82**	**27329,52**	**27635,61**	**27945,13**	**28258,12**

Fuente: Departamento Técnico de Remachadora del Norte - Tabla 19

3.10 Proyección de gastos

En el siguiente Tabla 38 se muestran los costos y gastos proyectados para los cinco años de estudio del proyecto, durante los 5 años de estudio el proyecto mantendrá el mismo porcentaje de inventario a adquirir a los proveedores, tomando en cuenta factores tales como la variabilidad de los productos que conforman el inventario dependiendo de lo que requiera más el mercado automotriz y también el incremento en los precios de costo de adquisición de repuestos y accesorios vehiculares.

La proyección de los gastos estará calculada con sus respectivas variaciones en base al incremento de la tasa de inflación anual del Ecuador, la misma que ha sido aproximada del 1,12% anual, considerando el estado de dolarización que incide sobre la inflación, tomando en consideración el valor de inflación del año 2016.

En la Tabla 39 se observa cada uno de los rubros que conformar los gastos en los que ocurrirá en proyecto de inversión.

Tabla 40

Resumen de la proyección de gastos de la empresa

Gastos /Detalle	**Años**				
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Gastos Administrativos	**17982,80**	**18310,69**	**18644,94**	**18985,67**	**19333,02**
Remuneraciones	15272,00	15577,44	15888,99	16206,77	16530,90
Servicios Básicos	1140,00	1152,77	1165,68	1178,73	1191,94
Suministros de Oficina	699,30	707,13	715,05	723,06	731,16
Útiles de Aseo	165,27	167,12	168,99	170,89	172,80
Depreciación Muebles, equipos y edificación	666,23	666,23	666,23	666,23	666,23
Amortización Diferidos	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Gastos de Ventas	**13652,3**	**15178,60**	**15433,31**	**15433,14**	**15697,94**
Remuneraciones	11966	12205,32	12449,4264	12698,41493	12952,38323
Publicidad	935,55	946,02816	956,6236754	967,3378606	978,1720446
Depreciación Muebles, Equipos y Edificación	750,75	2027,26	2027,26	1767,39	1767,39
Gastos Financieros	**1851,73**	**1537,89**	**1176,98**	**761,93**	**284,6**
Intereses por préstamo	1851,73	1537,89	1176,98	761,93	284,60
Total	**33486,83**	**35027,18**	**35255,23**	**35180,75**	**35315,57**

Fuente: Departamento Técnico de Remachadora del Norte

Tabla 41

Gastos financieros

Años	Amortización de interés
año 1	1851,73
año 2	1537,89
año 3	1176,98
año 4	761,93
año 5	284,60

Fuente: Anexo 3

Tabla 42

Proyección de costos fijos y variables

Costos/Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables	28166,82	28482,29	28801,29	29123,86	29450,05
Costo del inventario	27026,82	27329,52	27635,61	27945,13	28258,12
Servicios Básicos	1140,00	1152,77	1165,68	1178,73	1191,94
Costos Fijos	31596,08	31848,61	32053,95	32216,38	32327,99
Sueldos y Salarios	27238,00	27782,76	28338,42	28905,18	29483,29
Suministros de Oficina	699,30	707,13	707,13	707,13	707,13
Útiles de Aseo (Ventas y Administración)	165,27	168,58	168,58	168,58	168,58
Depreciación (Ventas y Administración	666,23	666,23	666,23	666,23	666,23
Amortización Diferidos	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Publicidad Radial y Escrita	935,55	946,03	956,62	967,34	978,17
Intereses por préstamo	1851,73	1537,89	1176,98	761,93	284,60
Total Costos	59762,90	60330,90	60855,24	61340,25	61778,04

Fuente: Tabla 40

Proyección de ventas

La estimación de los ingresos de una organización es un punto fundamental de todo estudio financiero al dar una imagen de la cantidad de ingresos que se espera recibir para de esta manera cubrir costos y generar utilidades.

Para la determinación de ingresos la mayoría de los proyectos de factibilidad basan sus cálculos dependiendo del número de unidades a comercializar, junto con el precio de venta unitario de sus productos y cálculo de los costos, para posterior realización de proyecciones y de esta forma tener una imagen más clara sobre los ingresos a recibir.

Para este proyecto de implementación de un almacén de repuestos y accesorios vehiculares dentro de Remachadora del Norte, no se puede establecer las estimaciones de ingresos en los puntos anteriormente descritos, por tratarse de diversos productos automotrices que tiene características diferentes, por ese motivo se toma la decisión de mantener el valor del inventario inicial como base de compra para los próximos años de estudio del proyecto, inventario en el cual es necesario tomar en cuenta el incremento en los precios por lo cual se ha tomado un incremento respecto al porcentaje de la inflación que en el año 2016 fue de 1.12%.

El porcentaje de utilidad establecido por este local de repuestos automotrices está dado por el análisis de la competencia, que fue realizado a los dos establecimientos automotrices más grandes del cantón Ibarra, mediante la evidencia de los precios de venta al público de repuestos y lubricantes automotrices de la misma marca, obteniendo un promedio de los márgenes de utilidad que tienen estos establecimientos.

Posteriormente se fijó un el porcentaje de utilidad de la empresa, que permitirá cubrir costos y gastos incurridos dentro del ejercicio económico, más un porcentaje razonable de rentabilidad.

En la Tabla 51 se establece el margen de utilidad establecido por el proyecto.

Tabla 43

Margen de utilidad

Accesorios y repuestos	**Margen de utilidad %**
Lubricantes	50
Repuestos	50
Área de motores	50
Área de cajas de cambios	50
Área de suspensión	50
Sistemas de frenos	50

Fuente: Departamento Técnico de Remachadora del Norte

Tabla 44

Proyección de ventas del inventario automotriz

Inventario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario	27026,82	27351,14	27679,36	28011,51	28347,65
Ventas	40540,23	41026,71	41519,03	42017,26	42521,47
Total	**40540,23**	**41026,71**	**41519,03**	**42017,26**	**42521,47**

Fuente: Departamento Técnico de Remachadora del Norte

Como se explicó anteriormente influirá para la atracción de clientes hacia el almacén automotriz mediante la promoción en cuanto al asesoramiento del mantenimiento vehicular que llamen la atención de los propietarios de vehículos.

Actualmente Remachadora del Norte recibe como promedio mensual por la prestación de servicios en asesoramiento vehicular $ 750,00 dólares mensuales.

Para los próximos años se predice que los ingresos profesionales provenientes del mantenimiento y la asesoría se mantendrá, pero tomando en cuenta el incremento en los precios de los servicios profesionales mediante el 1.2% determinado por la inflación.

Tabla 45

Proyección de prestación servicios profesionales.

Proyección de servicios profesionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios profesionales	36000,00	36403,20	36810,92	37223,20	37640,10
Total	**36000,00**	**36403,20**	**36810,92**	**37223,20**	**37640,10**

Fuente: (Departamento Técnico de Remachadora del Norte, 2016)

Balance general inicial

En el balance general inicial se incluirá y se presenta de forma adecuada todos los activos, pasivos y patrimonio, de acuerdo a los principios de contabilidad vigentes.

Remachadora del Norte

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL
Al 01 de Enero del 2016

ACTIVOS				
Activo corriente				
Caja Chica	300,00			
Caja	700,00			
Bancos	30313,55			
Inventario	27026,82			
Suministros de oficina	699,30			
Útiles de aseo	165,27			
Total activo corriente			**59204,94**	
Activo fijo				
Edificios	52.000,00			
Terreno	4200,00			
Muebles	1643,25			
Equipo de computación	2362,50			
Equipo de oficina	294,00			
Equipos (revisión mecánica)	5407,50			
Total Activo Fijo			**65.907,25**	
Activos Diferidos				
Gastos de Constitución	200,00			
Total Activo Diferido			**200,00**	
TOTAL ACTIVOS				**121832,19**
PASIVOS				
Pasivo Corriente				
Pasivo Largo Plazo:		**14.107,25**		
Préstamos Banco BanEcuador	14.107,25			
TOTAL PASIVOS			**14.107,25**	
PATRIMONIO				
Capital Social	52.000,00			
Propietario	59.204,94			
TOTAL PATRIMONIO			**107.724,94**	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO				**121.832,19**

Contador **Gerente**

Proyección de estado de resultados

A continuación, se presenta el estado de resultados para los próximos cinco años de estudio del proyecto, en el cual se establecen los resultados económicos (pérdidas y ganancias) del ejercicio contable; con el propósito de demostrar si existe utilidad o pérdida.

Tabla 46

Estado de resultado proyectado

Remachadora del Norte

ESTADO DE RESULTADOS

Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2022

Rubros	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
VENTAS NETAS	76540,23	77429,91	78329,95	79240,46	80161,57
Venta de Inventario	40540,23	41026,71	41519,03	42017,26	42521,47
Prestación de servicio	36000,00	36403,20	36810,92	37223,20	37640,10
(-)Costo de Ventas	27026,82	27329,52	27635,61	27945,13	28258,12
(=)UTILIDAD BRUTA	49513,41	50100,39	50694,34	51295,33	51903,45
(-)Gastos Operacionales	33486,83	35027,18	35255,23	35180,75	35315,57
Gastos Administración	17982,80	18310,69	18644,94	18985,67	19333,02
Gastos de Ventas	13652,30	15178,61	15433,31	15433,14	15697,95
Intereses por Préstamo	1851,73	1537,89	1176,98	761,93	284,60
UTILIDAD NETA ANTES DE PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	16026,59	15073,21	15439,11	16114,58	16587,88
(-) Participación Trabajadores	2403,99	2260,98	2315,87	2417,19	2488,18
UTILIDAD NETA ANTES DE IMP. RENTA	13622,60	12812,23	13123,24	13697,40	14099,70
(-) Impuesto a la Renta	116,63	76,11	91,66	120,37	140,49
UTILIDAD NETA	13505,97	12736,12	13031,58	13577,03	13959,22

Contador **Gerente**

La tabla de cálculo del impuesto a la renta se detalla en el Anexo 5.

Flujo de caja

En la Tabla 55 se presenta el flujo de caja real proyectado a 5 años que son los años de estudio del proyecto, por medio del cual demuestra tener viabilidad el proyecto de inversión.

Tabla 47

Flujo de caja proyectado

Remachadora del Norte

ESTADO DE RESULTADOS

Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2022

Concepto	Año 0	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
INVERSIÓN	**-28957,65**					
Préstamo	**-15000**					
Capital Propio	-13957,65					
Ingresos		76540,23	77429,91	78329,95	79240,46	80161,57
(-) Costo de Ventas		40540,23	41026,71	41519,03	42017,26	42521,47
UTILIDAD BRUTA		36000,00	36403,20	36810,92	37223,20	37640,10
Gastos Operacionales		27026,82	27329,52	27635,61	27945,13	28258,12
(-)Gastos Administrativos		49513,41	50100,39	50694,34	51295,33	51903,45
(-)Gastos de Ventas		33486,83	35027,18	35255,23	35180,75	35315,57
UTILIDAD OPERATIVA		17982,80	18310,69	18644,94	18985,67	19333,02
(-) Gastos Financieros		13652,30	15178,61	15433,31	15433,14	15697,95
UTILIDAD ANTES DE UTILIDADES		16026,59	15073,21	15439,11	16114,58	16587,88
15% Utilidades		2403,99	2260,98	2315,87	2417,19	2488,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		13622,60	12812,23	13123,24	13697,40	14099,70
UTILIDAD NETA		13622,60	12812,23	13123,24	13697,40	14099,70
(+) Depreciación		13505,97	12736,12	13031,58	13577,03	13959,22
(+) Amortización gastos de constitución		76540,23	77429,91	78329,95	79240,46	80161,57
FLUJO DE CAJA	**-28957,65**	40540,23	41026,71	41519,03	42017,26	42521,47

Contador **Gerente**

- **Evaluación financiera**

La evaluación de proyectos permite una medición del nivel de utilidad que obtiene el empresario como justo rédito de utilizar sus recursos económicos en la alternativa de inversión elegida.

La evaluación financiera del proyecto permite determinar si es factible o no, para tener cierta seguridad en la inversión proyectada se utiliza los siguientes métodos de evaluación económica.

- **Determinación de la tasa de descuento**

La tasa de descuento permite medir el riesgo al invertir en un determinado proyecto, lo que facilitara al propietario la toma de decisiones al momento de analizar el costo beneficio.

Tabla 48

Componentes de la tasa de descuento

Recursos propios	80.76
Tasa pasiva Banco BanEcuador. 2016	6,5
Recursos terceros	19.24
Tasa Activa Banco BanEcuador. 2016	15.00
Inflación	1.12

Fuente: (BanEcuador, Indicadores financieros, 2016), disponible en https://www.banecuador.fin.ec/mdocs-posts/indicadores-financieros/

La tasa de descuento establecida para el proyecto es del 14.75% anual

- **Criterios de evaluación**

  - **Valor actual neto**

Este criterio de evaluación representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

Como las inversiones son normalmente a largo plazo, para actualizar los distintos flujos al momento inicial se utiliza la ley de descuento compuesto.

Si el VAN obtenido por el proyecto es positivo el proyecto es interesante de realizarse, por el contrario, si el VAN es negativo el proyecto debe descartarse.

Para obtener el VAN se debe descontar el flujo de ingreso netos del proyecto, usando para ello la tasa de descuento que representa el costo de oportunidad de los recursos económicos que requiere el proyecto.

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula.

$$VAN = < \text{Inversión} > + \frac{\sum \text{FNC}}{(1+ \text{Tasa de Descuento})^{(-1) * \text{Año}}}$$

Tabla 49

Valor actual neto en dólares

Años	**Flujo de Caja**	**Flujos Actualizados**
0	-28957,65	-28957,65
Año 1	25186,79	21948,82
Año 2	29962,26	22753,67
Año 3	35271,68	23342,17
Año 4	40336,99	23262,54
Año 5	46499,52	23369,02
	flujo actualizado positivo	114676,22
	Inversión	-28957,65
	VAN	85718,57

Fuente: Tabla 47

El proyecto genera ganancias de $ 85.718,57 dólares, luego de recuperar la inversión.

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa seleccionada, por tanto, se toma la decisión de ejecutar el proyecto cuando la tasa del TIR sea superior a la tasa de oportunidad, ósea que el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando el proyecto de inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor alternativa.

Tabla 50

Tasa interna de retorno (TIR)

Años	Flujo de Caja	Flujos Actualizados
0	-28957,65	-28957,65
Año 1	25186,79	21948,82
Año 2	29962,26	22753,67
Año 3	35271,68	23342,17
Año 4	40336,99	23262,54
Año 5	46499,52	23369,02
Total	148299,60	85718,57
	TIR	35,84

Fuente: Tabla 49

Según el cálculo del TIR, el proyecto tendrá una rentabilidad del 35.84% durante el periodo que dura la inversión de la operación.

- **Periodo de recuperación de la inversión**

El tiempo de recuperación de la inversión es el que necesita el empresario para poder recuperar el dinero que invirtió inicialmente en un negocio o proyecto, es decir cuando el flujo acumulado deja de ser negativo para convertirse en positivo, demostrando en ese momento que la empresa contaría con los recursos económicos necesarios para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto.

Este elemento de evaluación financiera es un indicador muy importante tomado en cuenta que exista certeza en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es probable por cuanto las condiciones económicas del país no son constantes.

Tabla 51

Recuperación de la inversión

Años	Flujo de Caja	Flujos Actualizados	Flujos Actualizados Acumulados	Flujos Netos Efectivos Acumulados
0	-28957,65	-28957,65	-28957,65	-28957,65
Año 1	25186,79	21948,82	-7008,82	25186,79
Año 2	29962,26	22753,67	15744,84	55149,05
Año 3	35271,68	23342,17	39087,02	90420,73
Año 4	40336,99	23262,54	62349,55	130757,73
Año 5	46499,52	23369,02	85718,57	177257,25

Fuente: Tabla 50

En la Tabla 59 se puede observar que la inversión realizada por el propietario de Remachadora del Norte se recuperará a partir del primer año de puesto en marcha el proyecto, por cuanto los flujos netos actualizados acumulados empiezan a ser positivos.

Si realizamos una regla de tres se puede obtener que la inversión sea recuperada a los meses y 8 meses y 25 días, lo cual es casi al año de ejecutar el proyecto que se recuperara la inversión realizada.

- **Cálculo del periodo de recuperación de la inversión:**

25186.79= ∑ 4 años (4 años FNE) 28957.65 = Inversión 28957.65-25186.79 = 3770.86 55149.05 / 12 = 4595.75 3770.86 / 4595.75 = 0,82051025 (8 meses) 0.82051025* 30 = 25 (25 días)

- **Relación costo beneficio (C/B)**

La relación Costo Beneficio mide la capacidad que presentan los ingresos y egresos al ser actualizados con la tasa de descuento.

Para su cálculo se utiliza la siguiente formula.

$$C/B = \frac{\Sigma \text{ Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{ Egresos Actualizados}}$$

Tabla 52

Ingresos y egresos actualizados

Rubros /Años	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Total**
Ingresos Netos Actualizados	164022,92	161929,79	159931,67	158020,44	156188,72	800093,53
Egresos Netos Actualizados	133833,64	130422,32	127527,09	124690,71	122472,51	638946,27
Costo / Beneficio	**1,23**	**1,24**	**1,25**	**1,27**	**1,28**	**1,25**

Fuente: Tabla 40

Tabla 53

Costo / Beneficio promedio

Ingresos Netos Actualizados	800093,53
Egresos Netos Actualizados	638946,27
C/B	1,25

Fuente: Tabla 40

Es proyecto es factible por cuanto los ingresos son 0.25 veces mayores a los egresos que incurre el proyecto, esto significa que los ingresos que genera las ventas si cubrirá los diferentes gastos.

- **Punto de equilibrio**

Tabla 54

Costos fijos y variables año 1

Costos / Detalle	**Año 1**
Costos Variables	28166,82
Costo del inventario	27026,82
Servicios Básicos	1140,00
Costos Fijos	31596,08
Sueldos y Salarios	27238,00

Suministros de Oficina	699,30
Útiles de aseo	165,27
Depreciación muebles y equipos	666,23
Amortización Diferidos	40,00
Publicidad Radial y Escrita	935,55
Intereses por préstamo	1851,73
Total Costos	59762,90

Fuente: Tabla 42

Cálculo del punto de equilibrio es únicamente valido para el año 1 del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es más incierto.

El cálculo del punto de equilibrio se lo realiza en base a la siguiente formula.

Fórmula del punto de equilibrio mensual en dólares:

$$\textbf{PE (volumen de ventas)} = \frac{\text{Costo Fijo Mensual}}{1 - \dfrac{\text{Costos Variable Mensual}}{\text{Ventas Mensuales}}}$$

$$\textbf{PE (volumen de ventas)} = \frac{\mathbf{3592,58}}{1 - \dfrac{\mathbf{9205,52}}{15685.01}}$$

PE (volumen de ventas) = 8696,63 (dólares)

Este valor representa el monto de ventas en dólares mensuales que una vez alcanzado se podrá cubrir los costos que genera el negocio.

CAPÍTULO IV.

IMPACTOS

4.1 Evaluación de impactos

Los impactos son considerados como aquellos aspectos positivos y negativos que genera un proyecto. En el presente estudio se considera los siguientes impactos para la elaboración de la matriz.

Impacto Económico
Impacto Social
Impacto Comercial
Impacto Ambiental

A continuación, se establece la siguiente escala de ponderación alta, media y baja tanto positiva como negativamente, con la cual se procederá a realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de los impactos que generará el proyecto.

Tabla 55

Valoración para la interpretación de impactos

Valor	Interpretación
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Fuente: (FAO, 2016), disponible en http://www.fao.org/docrep/V9727S/v9727s0a.htm

4.1.1 Impacto económico

Tabla 56

Impacto económico

		Negativos				Positivos			
Nro	**Indicador**	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	**Total**
1	Mayor rentabilidad					X			2
2	Fuentes de empleo					X			2
3	Nivel de ingresos					X			2
4	Desarrollo del sector						X		3
	TOTAL								**9**
	MEDIA ARITMÉTICA				**2,25**				

Fuente: Análisis observacional, 2016

Grado de Impacto: 9/4 = 2.25

Con la implementación del proyecto se tendrá un impacto económico medio positivo de (2.25). Esto quiere decir que la mayoría de los factores económicos desarrollados a través del proyecto resultan favorables tanto para la empresa como para el talento humano que labora dentro de la misma. La rentabilidad del proyecto permitirá generar diversas fuentes de trabajo y a la misma vez aumentar los ingresos económicos tanto del propietario del negocio como de los empleados para de esta manera tener capital circulante para cubrir en parte sus necesidades y así contribuir al desarrollo del cantón y del país

4.1.2 Impacto social

Tabla 57

Impacto social

		Negativos				Positivos			
Nro	**Indicador**	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	**Total**
1	Satisfacción de necesidades						x		3
2	Mejora la capacidad					x			2
3	Mejor calidad de vida					x			2
4	Bienestar de la sociedad					x			2
	TOTAL								**9**
	MEDIA ARITMÉTICA				**2,25**				

Fuente: Análisis observacional, 2016

Grado de Impacto: 9/4 = 2.25

Este impacto generará un nivel medio positivo, ya que al implementar el almacén de repuestos y accesorios vehiculares Remachadora del Norte, se logrará satisfacer los requerimientos de los propietario del parque automotor al encontrar lo requerido para su auto, la generación de empleo esto incidirá directamente a que exista un incremento en la capacidad adquisitiva, con lo cual se mejore la calidad de vida del propietario y del talento humano que labora dentro de la microempresa, logrando de esta manera el bienestar de la sociedad al tener una población económicamente activa.

4.1.3 Impacto comercial

Tabla 58

Impacto comercial

		Negativos				Positivos			
Nro.	**Indicador**	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	**Total**
1	Generar Ingresos							x	3
2	Estrategias de comercialización							x	3
3	cumplimiento de las obligaciones tributarias							x	3
4	Ampliar comercialización						x		2
TOTAL									**11**
MEDIA ARITMÉTICA					**2,75**				

Fuente: Análisis observacional, 2016

Grado de Impacto: 9/4 = 2.25

La prestación de servicios es una actividad comercial que tiene importancia dentro del aspecto empresarial, ya que permite el desarrollo de ingresos mediante el proceso de compra y venta de producto, es por este motivo que el proyecto genera ingresos con la aplicación de adecuadas estrategias de comercialización, de esta manera ampliar el área de comercialización del almacén de repuestos automotrices contribuye mediante pago de impuestos al crecimiento económico del país.

4.1.4 Impacto ambiental

Tabla 59

Impacto ambiental

		Negativos				Positivos			
Nro	**Indicador**	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	**Total**
1	Manejo de desperdicios							x	1
2	Protección Ambiental							x	2
	TOTAL								**3**
	MEDIA ARITMÉTICA					**1,5**			

Fuente: Análisis observacional, 2016

Grado de Impacto: 3/2 = 1.5

El impacto ambiental tiene una calificación bajo positivo de (1.5) por cuanto la microempresa tratara en lo posible de manipular manipulara adecuadamente los desechos o residuos generados por la actividad automotriz, dentro de la comercialización los embalajes deben ser distribuidos para el reciclaje y así evitar la contaminación, en cuanto los residuos generados por la actividad automotriz serán entregados al Municipio de Ibarra y su unidad de reciclaje de aceites.

4.1.5 Impacto general

Tabla 60

Impacto general

		Negativos				Positivos			
Nro.	**Indicador**	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	**Total**
1	Impacto Económico						x		2
2	Impacto Social						x		2
3	Impacto Comercial						x		2
4	Impacto Ambiental						x		2
	TOTAL								**8**
	MEDIA ARITMÉTICA					**2**			

Fuente: Análisis observacional, 2016

Grado de Impacto: 8/4 = 2

En la matriz de resumen de los impactos se aprecia que el proyecto está dentro del rango medio positivo con el cual se beneficiará significativamente la población en general.

CONCLUSIONES

El objetivo de implementar ampliar y diversificar el almacén de repuestos y accesorios vehiculares con el servicio de asesoramiento en Remachadora del Norte ubicado en la Ciudad Ibarra, ha sido con el fin de explotar un mercado potencial en crecimiento y ofrecer un servicio diferenciado de la competencia al prestar mantenimiento vehicular y venta de repuestos en un mismo lugar.

En el estudio de mercado se pudo comprobar que existe una demanda insatisfecha en repuestos y accesorios vehiculares conjuntamente con la prestación de servicios, dado que los establecimientos automotrices existentes dentro de Ibarra no cuentan con un amplio inventario de estos productos y la prestación de servicios automotrices que satisfagan los requerimientos de sus clientes.

En el estudio económico se pudo apreciar con detalle los costos, gastos e ingresos en los que el proyecto incurrirá, para posteriormente establecer mediante la evaluación financiera que los indicadores económicos como el VAN y el TIR son buenos, demostrando que existe rentabilidad por parte del proyecto.

El VAN obtenido es de $ 85.718,57 dólares el cual es mayor a cero indicándonos la factibilidad del proyecto, este valor constituye lo que el inversionista espera recuperar al final del proyecto en este caso el propietario de Remachadora del Norte. El TIR que se ha obtenido es del 35.84 %, que es mayor al costo de oportunidad que presenta el proyecto de 14.75%, lo que para el inversionista es muy atractivo ya que lo mínimo que espera ganar por cada $ 1.00 que invierta es de $ 0.25ctv de dólar.

RECOMENDACIONES

Es necesario que se realice una campaña de publicidad por medios de comunicación a la población en general y de manera personalizada a los clientes del local, donde se dé a conocer los nuevos productos y servicios vehiculares que ofrece Remachadora del Norte.

Debe realizarse una evaluación permanente en cuanto a la forma en que la empresa está desempeñando sus actividades comerciales, que permita establecer posibles fallas que afecten a la calidad de los servicios y productos ofertados, y proceder inmediatamente a ejecutar acciones correctivas.

Dar a conocer oportunamente a todo el talento humano que labora dentro de la microempresa las decisiones tomadas por la administración, para que estén informados y sepan cual es la filosofía de la misma.

Aprovechar la ventaja competitiva que posee el proyecto frente a la competencia, al ser implantado el servicio de asesoría y revisión básica y la venta de repuestos vehiculares.

Se recomienda la aplicación de la propuesta administrativa y financiera, con el propósito de eliminar los procesos empíricos de manejo del negocio, además de generar un cálculo preciso de metas y rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

Aguila, E., Burgos, R., & Latangui, B. (2015). *Costos por procesos.* Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6874

Andrade, S. (2000). *Nomras internacionales de contabilidad y auditoría.* Chile: UCBSP.

Arboleda, G. (2008). *Fundamentos de ingeniería financiera.* México: Diodoro.

Baca, G. (2011). *Evaluación de proyectos financieros.* Bogotá: Front Matter.

Banco Central del Ecuador. (2015). *Evolución de los principales indicadores económicos en Ecuador.* Obtenido de https://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas

Barbosa, O., & Grippo, R. (2011). *Cooperativismo, Globalización y Desarrollo Local*. Obtenido de http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/24-Cooperativismo.pdf

Bonta, P. (2008). *1000 preguntas sobre marketing y publicidad.* México: Liberia.

Buendia, A. (2017). *Parque Automotor Ibarra.* Obtenido de http://www.elnorte.ec/ibarra/actualidad/60936-parque-automotor-8-ibarra-aumenta.html

Burneo, S., & Delgado, V. (2016). *Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión.* México: Editorial Industrial.

Calderón, R. (2014). *Como generar empleo y crecimiento económico en los gobierno locales. Caso Sector Textil de Atuntaqui.* Obtenido de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Present%20Atuntaqui.pdf

Chavarrea, G. (2015). *Trabajo y Seguridad Social.* Obtenido de https://es.slideshare.net/genesischavarrea96/salario-minimo-unificado-del-ecuador

Comex. (2016). *Resolución de comercio exterior.* Obtenido de http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/RESOLUCION-51.pdf

Córdova, M. (2006). *Evaluación de proyectos financieros.* Colombia: Proquest.

Ecuador Legal. (2016). *Salario Básico.* Obtenido de http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/salario-basico-2014/

FLACSO. (2011). *Salarios e Inflación del Ecuador.* Obtenido de http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1335194287.Analisis_de_Coyuntura_Capitulo_4_Salarios_e_Inflacion_2011.pdf

García, E., & Barrera, J. (2014). *Negocios y pymes.* Madrid: Mc Graw Hill.

ICEX. (2016). *El mercado de repuestos automotrices Ecuador.* Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/884641079radBFA4B.pdf

INEC. (2014). *Indicadores Laborales* . Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/10/Informe-Economía-laboral-sep14-15-10-14.pdf

INEC. (2016). *Ficha Metodológica de la Canasta Familiar Básica.* Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2017/Febrero-doc-metodo-2017/Ficha%20metodologica%20del%20Canasta%20Basica.pdf

Kotler, P. (2015). *Market, your way to Growth.* Washigton: Market.

Monteros, E. (2005). *Estudio de Factibilidad de una empresa de colchones.* Ibarra: UTN.

Pereira, I. (2015). *Contabilidad de Costos.* Marka.

Pozo, M. (2011). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico.* Quito: Nocion.

Rincón, C., & Villareal, F. (2016). *Costos: descisiones empresariales.* México: Ecoe Ediciones.

Rosales, N. (2016). *Evaluación financiera.* Colombia: Suzaeta. Recuperado el 08 de 10 de 2010, de https://lahora.com.ec/noticia/1101949979/desnutricic3b3n-complica-desarrollo-infantil-

Servicio de rentas internas. (20 de 10 de 2017). *Obligaciones tributarias*. Obtenido de http://www.sri.gob.ec/de/136

Sosa, C., & Farina, G. (2015). *Manual digital sobre estudio de factibilidad pra la creación de empresas.* México: Diss.

Stettinus, J., & Wood, H. (2015). *Plan de negocio, una visión hacia el futuro.* México: Pearson.

Talaya, Á., & Collado, A. (2014). *Investigación de mercados.* Colombia: Esic.

Thomas, N., & Holden, R. (2013). *Estrategias y tácticas.* Bogotá: Adventure.

Toro, J., & Palomo, R. (2014). *Análisis del riesgo financiero en las PYMES.* Manizales: Lasallista de Investigación.

Tristancho, S., Lozano, J., & Ortega, M. (2014). *Indicadores para evaluar la pertinencia social en la oferta académica de programas.* Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/5177/517751550012.pdf

UASB. (2009). *Salario Mínimo Vital vs. Canasta Familiar Básica 1990 - 2009.* Obtenido de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/SALARIO%20MINIMO%20VITAL%

20VS%20COSTO%20CANASTA%20FAMILIAR%20BASICA%201990-2009___.pdf

Uribe, R. (2016). *La información y el control en el proceso contable.* Antoquia: Universidad de Antoquia.

Vélez, I. (2014). *Decisiones de inversión.* Bogota: Javeriana.

Viniegra, O. (2012). *Plan de negocio.* México: Social economico.

Walter, J. (2005). *Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de repuestos automotrices.* Ibarra: UTN.

Winberger, O., & Villarán, M. (2012). *La empresa.* Madrid: Study.

ANEXOS

Anexo 1. Plan de proyecto

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA
"PUCE-SI"

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL "ENCI"

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA MICROEMPRESA REMACHADORA DEL NORTE" IBARRA 2016-2020

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL E INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

Línea de investigación: Administración y gestión de empresas E.3.

Gestión contable financiera y tributaria E.2.

AUTOR (A): Juan Carlos Simbaña Carvajal

Carla Guadalupe Simbaña Carvajal

IBARRA, FEBRERO, 2016

1. NOMBRE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Elaboración de un plan de negocios para la microempresa Remachadora del Norte Automotrices" Ibarra 2016-2020.

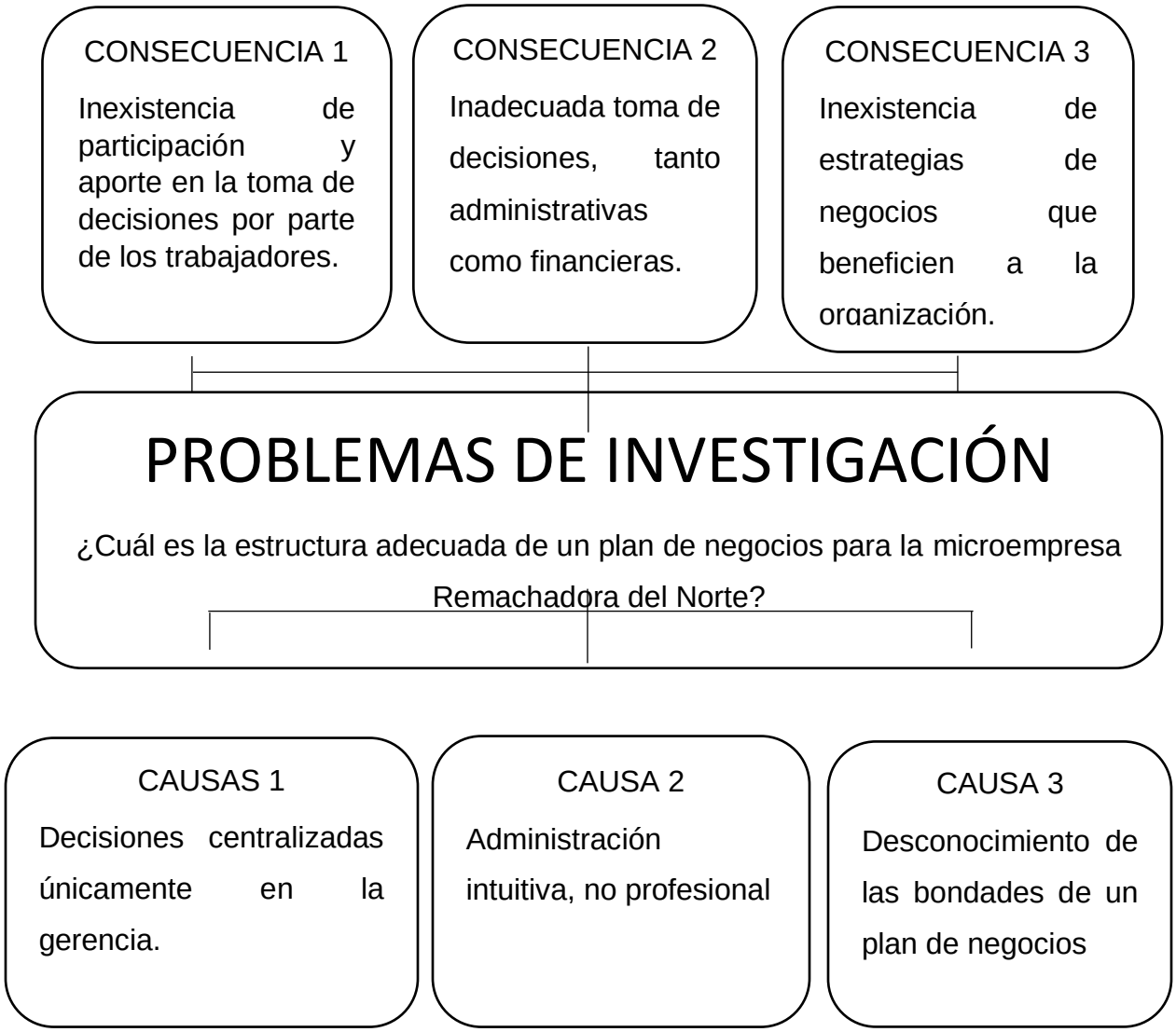
2. ANTECEDENTES

Remachadora del Norte Automotrices es una microempresa, dedicada a la comercialización de repuestos automotrices a gasolina y en todas las marcas; el negocio inicia en 1987.

Remachadora del Norte Automotrices está ubicada en la ciudad de Ibarra, en la parroquia San Francisco, Avenida Cristóbal de Troya y Redondel Jaime Roldós. El negocio fue creado por el Sr. Carlos Simbaña. Actualmente la microempresa cuenta con un total de seis empleados distribuidos en actividades de aspecto administrativo y de ventas. En la parte administrativa cuenta con dos empleados y en la parte de ventas con cuatro empleados.

Como la mayoría de negocios de carácter familiar, las actividades se realizan en función del día a día, presentándose dificultades de planificación a largo plazo y planes de acción que guíen al negocio en el transcurso del tiempo.

Esta situación puede manifestarse de diferentes maneras o dificultades tal y como se muestra en el siguiente árbol de causas y efectos:



3. JUSTIFICACIÓN

El estudio que se pretende desarrollar tiene repercusiones prácticas y teóricas .Es decir entre otras cosas se realizará un plan organizacional que permita solucionar adecuadamente posibles cambios o riesgos que se den en el negocio “REMACHADORA DEL NORTE AUTOMOTRICES”. Por consiguiente se garantizará la eficacia, la eficiencia, y la economía, en todas sus operaciones relacionadas con la

Administración, Comercialización, y Finanzas, considerando cuan necesarios es dar a comprender y conocer los mismos.

Por otro lado el proyecto beneficiará de manera directa a los responsables del manejo del negocio de Repuestos Automotrices “REMACHADORA DEL NORTE” y consecuentemente a todo el personal.

Cabe mencionar que para la ejecución de este proyecto, existe los conocimientos, recursos y tiempo necesario y lo más primordial la apertura y aceptación del negocio automotriz.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la microempresa “Remachadora del Norte” Ibarra 2016-2020.

4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Construir un marco teórico referido a la investigación (plan de negocios) así como al objeto práctico de ésta (Venta de repuestos automotrices) con la finalidad de orientar la investigación.
2. Realizar un diagnóstico situacional de la microempresa “Remachadora del Norte”.
3. Proponer un plan de negocios para la microempresa “Remachadora del Norte”, en relación a estrategias administrativas mercadológicas, contables y financieras.
4. Identificar los impactos que genera la propuesta.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto tiene como propósito detallar cada uno de los casos planteados en las causas y consecuencias, con el fin de comprender cada uno de éstos, mismos que tendrán ciertas modificaciones a lo largo de la duración del proyecto.

En la descripción consta de varios puntos a tratar:

5.1. ESQUEMA DE CONTENIDOS DE INVESTIGACIÓN

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Plan de negocios

1.2. Ambiente externo

1.3. Ambiente especifico

1.4. Ambiente interno

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO

2.1. Antecedentes

2.2. Objetivos de Diagnóstico

2.2.1. Generales

2.2.2. Específicos

2.3. Variable Diagnóstica

2.4. Indicadores

2.5. Técnicas

2.6. Fuentes

2.7. Matriz de evaluación diagnóstica

2.8. Diseño de instrumentos

2.9. Construcción de la matriz F.O.D.A

2.10. Determinación del problema de investigación.

3. PROPUESTA

3.1. Propuesta Administrativa

3.1.1. Misión

3.1.2. Visión

3.1.3. Objetivos

3.1.4. Políticas

3.1.5. Valores Corporativos

3.1.6. Organigrama de la Empresa

3.1.7. Manual de Funciones

3.1.8. Personal

3.1.9. Talento Humano

3.2. Propuesta Contables

3.2.1 Plan de Cuentas

3.2.2 Ciclo Contable

3.2.3 Control Interno Contable

3.2.4 Tributación

3.3. Propuesta de Comercialización

3.3.1. Estrategias del Producto

3.3.2. Estrategias del Precio

3.3.3. Estrategias de Plaza y Distribución

3.3.4. Estrategias de Promoción de Venta y Comunicación

CAPÍTULO IV

4. IMPACTOS

4.1. Impacto Económico

4.2. Impacto Social

4.3. Impacto Empresarial

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

En el presente proyecto se analizará la información y datos obtenidos mediante métodos y técnicas, que permitirán demostrar la situación actual en que se encuentra el negocio de repuestos dedicada a la comercialización de repuestos de vehículos a gasolina y a diésel.

6.1. MÉTODOS GENERALES

6.1.1. MÉTODO DEDUCTIVO

Se utilizará partiendo de teorías administrativas generales, conceptos y leyes que se puedan aplicar a hechos en particular; adaptándoles de acuerdo a las circunstancias puntuales que se presenten en el transcurso de la elaboración del proyecto.

6.1.2. MÉTODO INDUCTIVO

El método inductivo se aplicará en el transcurso de la investigación, análisis e interpretación de hechos y acontecimientos de carácter particular para llegar al general; evaluando la situación actual, para establecer estrategias, conclusiones y recomendaciones, que se harán visibles en cada uno de los capítulos a desarrollarse en el proyecto.

6.1.3. MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO

Se necesita utilizar este método analítico – sintético, ya que se debe realizar un análisis minucioso de los aspectos importantes localizados en el desarrollo del proyecto; para lo cual se emplearán ciertas técnicas de investigación científica, con la finalidad de obtener información transcendente para el negocio de repuestos automotrices.

6.2. TÉCNICAS

Para recopilar la información necesaria y eficaz se utilizarán las siguientes técnicas de investigación con la finalidad de facilitar el análisis.

6.2.1. ENTREVISTAS

Se aplicarán entrevistas estructuradas, a propietarios de almacenes de repuestos y a personas que se involucren en el ámbito de venta de repuestos, que puedan proporcionar información que permita diagnosticar la problemática y enfocar de una manera global la situación actual del negocio .

6.2.2. OBSERVACIÓN

Se observará hechos y acontecimientos con el fin de captar información que sirva el desarrollo del proyecto propuesto, utilizando fichas de observación y otros medios para obtener la apreciación real del negocio de repuestos automotrices.

6.2.3. DOCUMENTAL

Se realizará la recopilación de datos investigados de libros, revistas, extractos de diarios informativos, documentales, noticias, documentos publicados vía internet, para lograr una información actualizada y de calidad.

6.3. INSTRUMENTOS

Los instrumentos que permitirán desarrollar con eficiencia y de la mejor manera las técnicas anteriormente expuestas, son los siguientes:

- Cuestionario
- Fichas bibliografías
- Cámara fotográfica
- Fichas de observación
- Internet

6.4. POBLACIÓN

En base a la información otorgada por el Sr. Carlos Simbaña, reconociendo su experiencia, se ha determinado que existe un total de 100 clientes potenciales aproximadamente.

6.5. MATRIZ DIAGNÓSTICA

	OBJETIVOS	*VARIABLES*	*INDICADORES*	*TÉCNICAS*	*FUENTE*
1.-	Identificar la demanda y oferta de repuestos automotrices en la ciudad de Ibarra.	Oferta	Servicio Producto Nivel de satisfacción por parte del cliente Competencia	Encuesta Observación Encuesta Observación	Clientes Clientes Clientes Remachadora del Norte
		Demanda	Clientes Precio Servicio	Encuesta Encuesta Encuesta	Cliente Cliente Competencia
2.-	Analizar los aspectos administrativos y normativa legal que se requiere para el funcionamiento de la empresa.	Normativa legal	Documentos en vigencia	Observación	Remachadora del Norte
		Aspecto administrativo	Plan estratégico Manual de funciones	Observación Encuesta	Remachadora del Norte Remachadora del Norte
3.-	Establecer cuáles son las estrategias de mercadeo más adecuadas para el posicionamiento de la empresa en el mercado.	Mercado	Producto Precio Plaza Promoción	Encuesta Encuesta Observación Encuesta	Cliente Cliente Competencia Competencia
4.-	Identificar los costos y la normativa que se requiere para el funcionamiento de la empresa.	Normativa contable	Libro diario Pago proveedores Caja	Observación Observación Observación	Remachadora del Norte Remachadora del Norte Remachadora del Norte
		Costos	Materia Prima Mano de Obra Costos Indirectos de Fabricación	Entrevista Observación Encuesta	Empleados Empleados Empleados

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	I MES				II MES				III MES				IV MES				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1. MARCO TEÓRICO																	
1.1. Plan de negocios																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
1.2. Ambiente externo																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
1.3. Ambiente específico																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
1.4. Ambiente interno																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2. DIAGNÒSTICO																	
2.1. Antecedentes																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.2. Objetivo de diagnòstico																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.3. Variable diagnòstica																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.4. Indicadores																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.5. Tècnicas																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.6. Fuentes																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.7. Matriz de evaluaciòn diagnòstica																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.8. Diseño de Instrumentos																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.9. Construcciòn de la matriz F.O.D.A.																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
2.10. Determinaciòn del problema de investigaciòn.																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
3. PROPUESTA																	
3.1 Propuesta Administrativa																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
3.2. Propuesta Contable																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
3.3.Propuesta de comercialización																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
4. IMPACTOS																	
4.1. Impacto Económico																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
4.2. Impacto Social																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
4.3. Impacto Cultural																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
5. CONCLUSIONES																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
6. RECOMENDACIONES																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA
7. PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL																	CARLA SIMBAÑA Y JUAN CARLOS SIMBAÑA

8. RECURSOS

RECURSO HUMANO

RECURSOS	COSTOS ($)
Digitador	0
TOTAL	**0.00**

RECURSO MATERIAL

RECURSOS	COSTOS ($)
Papel bond	30.00
Impresión de fotografías	50.00
Anillados y empastados	85.00
Copias	40.00
Cartuchos para impresora	60.00
Internet	40.00
Material de oficina	60.00
TOTAL	**365.00**

OTROS RECURSOS

RECURSOS	COSTOS ($)
Movilización	70.00
Refrigerio	40.00
TOTAL	**110.00**

IMPREVISTOS

SUBTOTAL	**$475.00**
15% – 25 %	**20%**
TOTAL	**$95.00**

8.1. FINANCIAMIENTO

Todos los gastos presupuestados para la elaboración del proyecto serán financiados por los autores.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la investigación para Administración, Economía, Humanidades.* México: Pearson.

Bonta.P. (s.f.). *Marketing y Publicidad. Editorial Norma.Ecuador*.

Chiavenato, I. (2009). *Administración.* Bogotá, Colombia.

Cotrina.S. (2012). *Ingenieria de Proyectos* (3era ed.). México, México: Balu.

Miguel.A., P. (s.f.). *Planes e informes de Investigación .*

Miranda, J. J. (2007). *Gestión de Proyectos.* México: Person.

P., K. (2007). *Fundamentos de Mercadotecnia.* México: MC Graw Hill.

R., F. (2012). *Segmentación de Mercados.* México: Balu.

R., R. S. (2004). *CONTABILIDAD GENERAL.* Quito: Voluntad.

Anexo 2. Amortización de crédito

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	$ 14107,00	$ 163,41	165,26	3,71	332,38
2	$ 13943,59	$ 165,32	163,35	3,67	332,34
3	$ 13778,27	$ 167,26	161,41	3,62	332,29
4	$ 13,611,02	$ 169,22	159,45	3,58	332,25
5	$ 13,441,80	$ 171,20	157,47	3,54	332,20
6	$ 13,270,60	$ 173,20	155,46	3,49	332,16
7	$ 13,097,39	$ 175,23	153,43	3,45	332,11
8	$ 12,922,16	$ 177,29	151,38	3,40	332,07
9	$ 12,744,87	$ 179,36	149,31	3,35	332,02
10	$ 12,565,51	$ 181,46	147,20	3,31	331,97
11	$ 12,384,04	$ 183,59	145,08	3,26	331,93
12	$ 12,200,45	$ 185,74	142,93	3,21	331,88
13	$ 12,014,71	$ 187,92	140,75	3,16	331,83
14	$ 11,826,80	$ 190,12	138,55	3,11	331,78
15	$ 11,636,68	$ 192,35	136,32	3,06	331,73
16	$ 11,444,33	$ 194,60	134,07	3,01	331,68
17	$ 11,249,73	$ 196,88	131,79	2,96	331,63
18	$ 11,052,85	$ 199,19	129,48	2,91	331,58
19	$ 10,853,67	$ 201,52	127,15	2,86	331,52
20	$ 10,652,15	$ 203,88	124,79	2,80	331,47

21	$ 10,448,27	$ 206,27	122,40	2,75	331,42
22	$ 10,242,00	$ 208,68	119,98	2,69	331,36
23	$ 10,033,31	$ 211,13	117,54	2,64	331,31
24	$ 9,822,18	$ 213,60	115,07	2,58	331,25
25	$ 9,608,58	$ 216,11	112,56	2,53	331,20
26	$ 9,392,48	$ 218,64	110,03	2,47	331,14
27	$ 9,173,84	$ 221,20	107,47	2,41	331,08
28	$ 8,952,64	$ 223,79	104,88	2,35	331,02
29	$ 8,728,85	$ 226,41	102,26	2,30	330,96
30	$ 8,502,44	$ 229,06	99,61	2,24	330,91
31	$ 8,273,38	$ 231,75	96,92	2,18	330,85
32	$ 8,041,63	$ 234,46	94,21	2,12	330,78
33	$ 7,807,17	$ 237,21	91,46	2,05	330,72
34	$ 7,569,96	$ 239,99	88,68	1,99	330,66
35	$ 7,329,97	$ 242,80	85,87	1,93	330,60
36	$ 7,087,17	$ 245,64	83,03	1,86	330,53
37	$ 6,841,53	$ 248,52	80,15	1,80	330,47
38	$ 6,593,01	$ 251,43	77,24	1,73	330,40
39	$ 6,341,58	$ 254,38	74,29	1,67	330,34
40	$ 6,087,20	$ 257,36	71,31	1,60	330,27
41	$ 5,829,84	$ 260,37	68,30	1,53	330,20
42	$ 5,569,47	$ 263,42	65,25	1,47	330,13
43	$ 5,306,05	$ 266,51	62,16	1,40	330,06
44	$ 5,039,54	$ 269,63	59,04	1,33	329,99
45	$ 4,769,91	$ 272,79	55,88	1,25	329,92
46	$ 4,497,12	$ 275,99	52,68	1,18	329,85
47	$ 4,221,13	$ 279,22	49,45	1,11	329,78
48	$ 3,941,91	$ 282,49	46,18	1,04	329,71
49	$ 3,659,42	$ 285,80	42,87	0,96	329,63

50	$ 3,373,62	$ 289,15	39,52	0,89	329,56
51	$ 3,084,48	$ 292,53	36,13	0,81	329,48
52	$ 2,791,94	$ 295,96	32,71	0,73	329,40
53	$ 2,495,98	$ 299,43	29,24	0,66	329,33
54	$ 2,196,55	$ 302,94	25,73	0,58	329,25
55	$ 1,893,62	$ 306,49	22,18	0,50	329,17
56	$ 1,587,13	$ 310,08	18,59	0,42	329,09
57	$ 1,277,06	$ 313,71	14,96	0,34	329,00
58	$ 963,35	$ 317,38	11,29	0,25	328,92
59	$ 645,96	$ 321,10	7,57	0,17	328,84
60	$ 324,86	$ 324,86	3,81	0,09	328,75

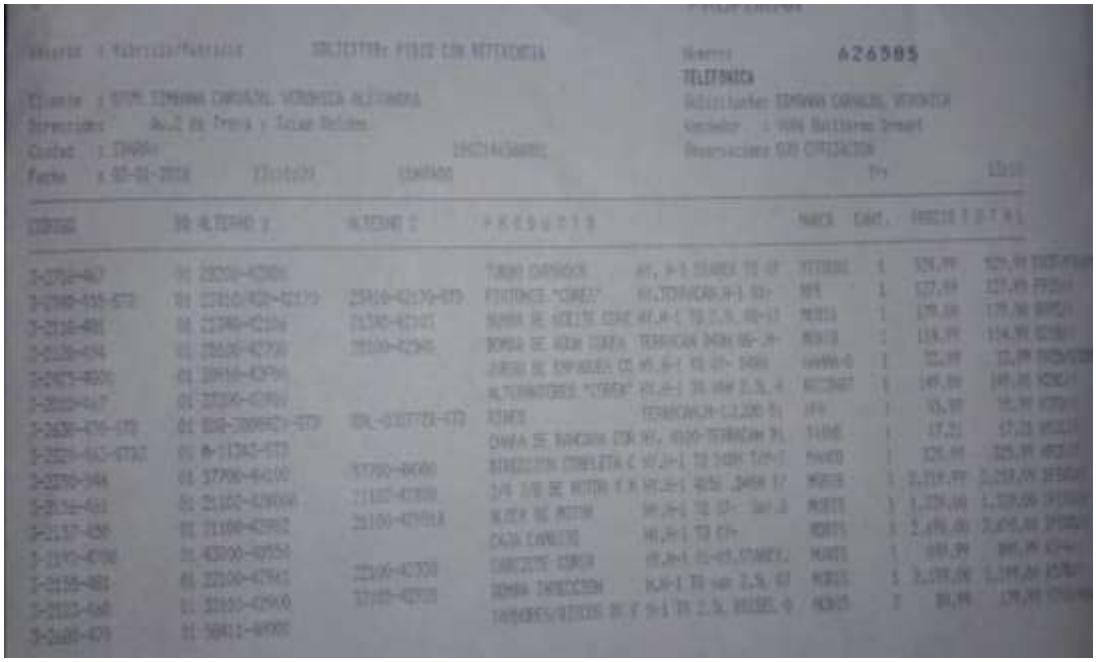
Fuente: BanEcuador, Simulador de Crédito, 2017

Anexo 3. Tabla de depreciación

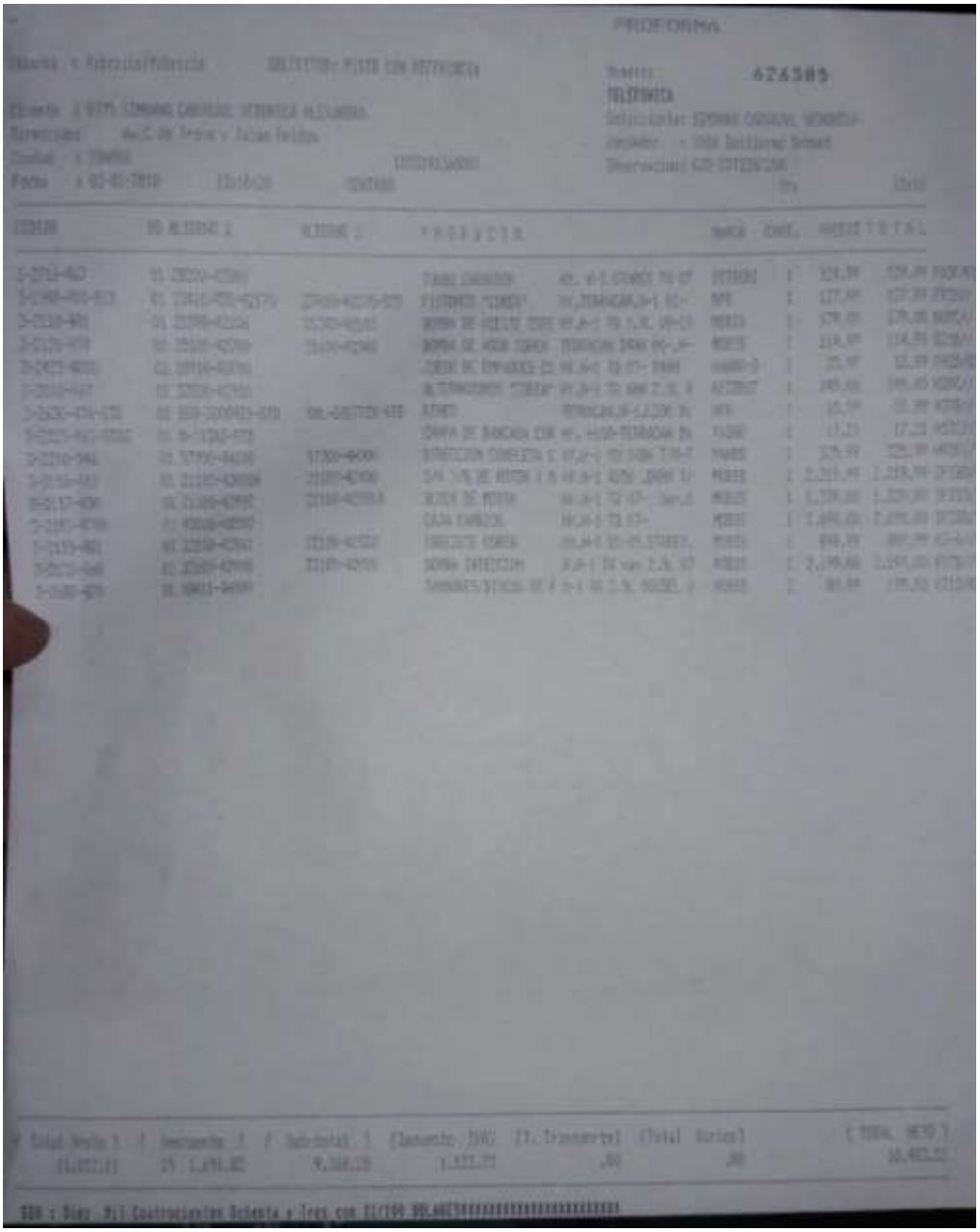
Activo fijo	**% de depreciación (anual)**
Inmuebles (excepto terrenos)	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte, equipo caminero móvil, equipos de computación	20%

Fuente: SRI, 2018

Anexo 4. Proformas de repuestos



Fuente: Remachadora del Norte, 2017



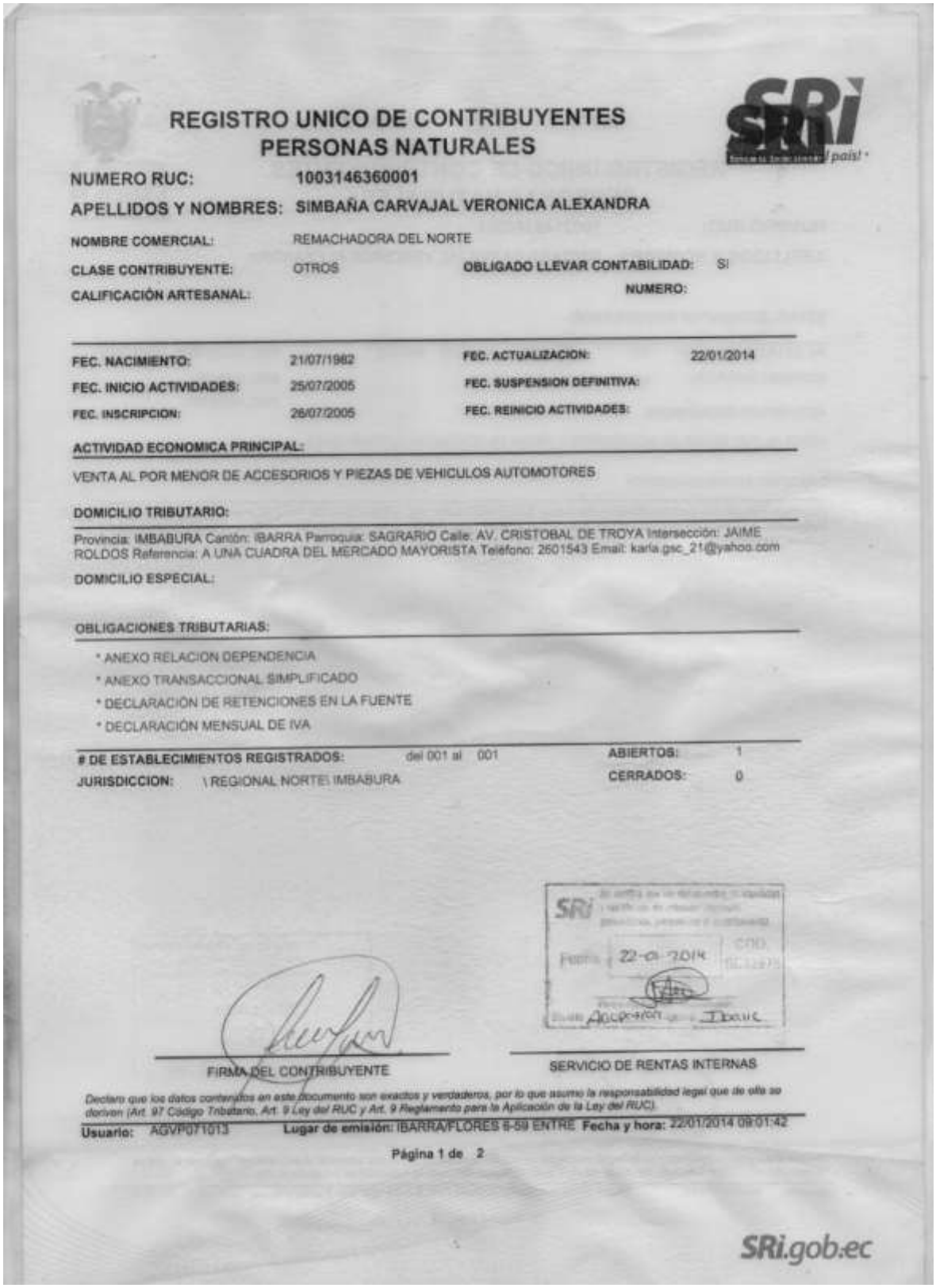
Fuente: Remachadora del Norte, 2017

Anexo 5. Tabla de cálculo de impuesto a la renta

En dólares			
Fracción Básica	**Exceso Hasta**	**Impuesto Fracción Básica**	**Impuesto Fracción Excedente**
0	11290	0	0%
11290	14390	0	5%
14390	17990	155	10%
17990	21600	515	12%
21600	43190	948	15%
43190	64770	4187	20%
64770	86370	8503	25%
86370	115140	13903	30%
115.140	En adelante	22534	35%

Fuente: SRI, 2018

Anexo 6. RUC de Remachadora del Norte



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1003146360001

APELLIDOS Y NOMBRES: SIMBAÑA CARVAJAL VERONICA ALEXANDRA

NOMBRE COMERCIAL: REMACHADORA DEL NORTE

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS

OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI

CALIFICACIÓN ARTESANAL:

NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 21/07/1982

FEC. ACTUALIZACION: 22/01/2014

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 25/07/2005

FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:

FEC. INSCRIPCION: 26/07/2005

FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS Y PIEZAS DE VEHICULOS AUTOMOTORES

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: IMBABURA Cantón: IBARRA Parroquia: SAGRARIO Calle: AV. CRISTOBAL DE TROYA Intersección: JAIME ROLDOS Referencia: A UNA CUADRA DEL MERCADO MAYORISTA Telefono: 2601543 Email: karla.gsc_21@yahoo.com

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001

ABIERTOS: 1

CERRADOS: 0

JURISDICCION: \ REGIONAL NORTE\ IMBABURA

SRi

Fecha: 22-01-2014

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: AGVP071013 Lugar de emisión: IBARRA/FLORES 6-59 ENTRE Fecha y hora: 22/01/2014 09:01:42

Página 1 de 2

SRi.gob.ec

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1003146360001

APELLIDOS Y NOMBRES: SIMBAÑA CARVAJAL VERONICA ALEXANDRA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO** ABIERTO MATRIZ **FEC. INICIO ACT.** 25/07/2005

NOMBRE COMERCIAL: REMACHADORA DEL NORTE **FEC. CIERRE:**

FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS Y PIEZAS DE VEHICULOS AUTOMOTORES

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: IMBABURA Cantón: IBARRA Parroquia: SAGRARIO Calle: AV. CRISTOBAL DE TROYA Intersección: JAIME ROLDOS Referencia: A UNA CUADRA DEL MERCADO MAYORISTA Telefono Domicilio: 062601543 Email: karla.gsc_21@yahoo.com Celular: 0990109101

SRI 22-01-2014

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC)

Usuario: AGVP071013 **Lugar de emisión:** IBARRA/FLORES 6-59 ENTRE **Fecha y hora:** 22/01/2014 09:01:42

Página 2 de 2

Anexo 7. Ficha de Observación a competencia

Objetivo: Determinar la oferta que existe en la ciudad de Ibarra de repuestos automotrices. La metodología utilizada fue mediante la observación de los estados financieros e información contable suministrada por la competencia.

Nro.	Razón social	Valor anual de inversión
1	Mundo Repuestos	60000,00
2	Electrotecnia	37000,00
3	S &V	48000,00
4	El Repuesto Preciso	66000,00
6	VW Parts	42.000,00
7	Tecnicentro	64.000,00
8	El repuesto	86.000,00
9	Selecmotor	82.900,00
10	Vega	49.000,00
11	Kia Ibarra	65.063,60
12	Imba Repuestos	99.500,00
13	Farfán	79.850,00
14	Flores	115.000,00
15	Automotriz Pabón	77.000,00
16	Automotriz Richard	45.000,00
	TOTAL	**1’016.313,60**