



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE RINES CON RECUBRIMIENTO EN CROMO PARA TRANSPORTE PESADO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.

AUTORA: TÚA, S. Yajaira S.

DIRECTOR: ING. WALTER JÁCOME PHD.

IBARRA, MAYO DEL 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene el objetivo de evaluar de forma técnica y económica la creación de una microempresa importadora y comercializadora de rines con recubrimiento en cromo, el que estaría ubicado en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, específicamente en la intersección de la Avenida Mariano Acosta y Cristóbal de Troya. Después de estudios realizados mediante observación y encuestas encontramos la problemática del sector transportista, siendo en este caso la falta de rines que cuenten con mayor resistencia, seguridad y duración, por lo que este proyecto busca crear un canal de comercialización de manera eficiente y en tiempo real.

Este estudio se evaluó mediante encuestas a los transportistas de carga pesada y a la competencia, con los cuales se denoto las falencias que los empresarios tienen a la hora de la venta y entrega de los productos, ya que los mismos realizan pedidos los cuales se demoran entre 15 a 45 días para entregar un producto al consumidor final.

Es por ello que este proyecto que se llevará a cabo con un inversionista busca encontrar los canales más rápidos para satisfacer las necesidades de los consumidores y establecer una rentabilidad micro empresarial. El estudio de mercado analiza la oferta, demanda, las disposiciones económicas a las que se sujetan la inversión y los precios adecuados y accesibles para su compra.

La propuesta tiene el fin de alcanzar las metas y objetivos planteados en el proyecto de factibilidad. En ella se detallan las inversiones, flujos, proyecciones respectivas, formulas del VAN, TIR, Tasa de rendimiento, entre otras, posibilitando la verificación de forma teórica que el proyecto es factible, además contribuyendo al avance económico de la población.

Identificando las características del producto, buscando los impactos positivos del proyecto, estableciendo el perfecto funcionamiento y manejo de la microempresa y proporcionando cambios al sector.

EXECUTIVE SUMMARIZE

The present investigation work has the objective to evaluate in technique and economic way for the creation of an import and merchant of truck rings with chromium covering, this is in Ibarra City, Imbabura Province specific in the intersection on the Mariano Acosta Avenue and Cristobal de Troya avenue. After of studies whit the help of observation and searches find the problem in the transfer sector, in effect is deficiency of truck rings whit more resistance, security and duration, for this these project find create a commercialization way in efficient way and real time.

This study was evaluate means search heavy transport and the competence whit this. I find a different short coming of businessman has in the moment of sale and delivery of products, because the save make order that delay between 15 or 45 days for hand over this products of finally consumer. For this reason this project is realize with an immersionist help find the search the best ways for provide the needs of consumer and set up the micro operation profitability.

This merchant study analyzes the effort, demand and the economic disposition of the inversion and the adequate prices this was accessible for the buy. This proposal have the finally to overtake goals and objective raised in this feasibility project. In this is detail the inversions, issue, respective projection, Van formula, TIR, valuation performance in other, helps to verify in theoretical way that this project is realizable although contribute in the economic, overture of population. Identify the product characteristics, the perfect performance and micro operation and give change in the sector.

DECLARACIÓN

Yo, **YAJAIRA SOLEDAD TÚA SANIPATIN**, portadora de la cedula de identidad N° **100293958-3**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentados previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Yajaira Soledad Túa Sanipatin

100293958-3

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Túa Sanipatin Yajaira Soledad para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE RINES CON RECUBRIMIENTO EN CROMO PARA TRANSPORTE PESADO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 07 días del mes de mayo del 2015



Ing. Walter Jácome PhD

DIRECTOR DE TESIS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Yajaira Soledad Túa Sanipatin**, con cédula de identidad N° **100293958-3**, manifiesto mi voluntad de ceder los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE RINES CON RECUBRIMIENTO EN CROMO PARA TRANSPORTE PESADO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


.....

Yajaira Soledad Túa Sanipatin

100293958-3

En la ciudad de Ibarra a los 07 días del mes de mayo del 2015

AUTORIZACIÓN DE UNO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIFICAD		100293958-3	
APELLIDOS Y NOMBRES		Túa Sanipatin Yajaira Soledad	
DIRECCIÓN		San Antonio – Barrio “Moras” 11-63	
EMAIL		soledad.tua@gmail.com	
TELEFONO FIJO	062932012	TELEFONO CELULAR	0995377471
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa importadora y comercializadora de rines con recubrimiento en cromo para transporte pesado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura		
AUTOR	Yajaira Soledad Túa Sanipatin		
FECHA	Mayo 2015		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/>	PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO PARA EL QUE OPTA	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.		
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Walter Jácome, PhD		

2. AUTORIZACIÓN DE USO DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Yajaira Soledad Túa Sanipatin, portadora de la cédula de identidad N° 100293958-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso de archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de Educación Superior, Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

En la ciudad de Ibarra a los 7 días del mes de mayo 2015.

LA AUTORA

ACEPTACIÓN

Firma:

Yajaira Soledad Túa Sanipatin

Cédula: 100293958-3

Firma:

Ing. Bethy Chávez

Jefe de la Biblioteca

Facultado por resolución del Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico fundamentalmente a Dios, por haberme dado el privilegio de la vida y permitirme permanecer en la lucha constante. En segundo lugar a mis padres Guadalupe y Gustavo, gracias al empuje inquebrantable, al esfuerzo, la dedicación, el amor y la ternura que me brindaron día a día, con su apoyo logre culminar mis estudios universitarios.

A mi madre que me enseñó el verdadero valor de lo que es el esfuerzo y la tenacidad, que me demostró con todos sus actos que nada es imposible si se quiere conseguir algo, gracias a sus bendiciones. A mis hermanos que al igual que mis padres, día a día me enseñaron a luchar por mis ideales y de los cuales he aprendido a conocer el apoyo y la unión familiar.

Soledad

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo, agradezco a Dios, por permitirme cumplir otro objetivo en mi vida.

A mí amada madre Guadalupe, por ser mi gran apoyo en este caminar hacia el futuro, por ser un ejemplo en mi vida. A mi padre y adorables hermanos Stalyn y Geovana, a mi novio, a mis amigos y compañeros, con los que aprendí y disfrute de risas y tristezas.

Mi profundo agradecimiento y mayor gratitud a la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en la Escuela de Contabilidad y Auditoría Superior, por su enseñanza y experiencia transmitida a lo largo de mi carrera académica.

A mis docentes, en especial al Doc. Walter Jácome PHD., asesor de tesis quien fue una guía y un gran apoyo para el correcto desempeño del presente proyecto.

Soledad

PRESENTACIÓN

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE RINES CON RECUBRIMIENTO EN CROMO PARA TRANSPORTE PESADO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

El presente trabajo se desarrollado en base a una investigación de capo, con la finalidad de determinar su factibilidad y vialidad, el mismo consta con capítulos en los que se detallan a continuación:

Capítulo I Diagnostico Situacional: El diagnostico situacional fue aplicado a la ciudad de Ibarra, en donde se determinan aspectos tanto negativos como positivos que intervendrán en el desarrollo del estudio de factibilidad.

Capítulo II Marco Teórico: Dicho capítulo contextualiza las bases teóricas, sirviendo como guía fundamental para el trabajo de grado.

Capítulo III Estudio de Mercado: De acuerdo al análisis del estudio de mercado, permite conocer cuáles son las ofertas y demandas del producto, la competencia y los verdaderos precios del producto a ofrecer.

Capítulo IV Estudio Técnico: Con este capítulo se determina la ingeniería del proyecto, es decir la ubicación adecuada, en cuanto a macro y micro localización, los procesos que tenemos para la venta del producto.

Capítulo V Estudio Financiero: Como su nombre lo indica se refiere a todos los cálculos financieros, determinando el nivel de factibilidad y rentabilidad del proyecto.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: Comprende los modelos administrativos en lo que funcionará la microempresa, basándose en indicadores como la misión, visión, estructuras organizacionales.

Capítulo VII Impactos: Todo proyecto debe considerar el análisis exhaustivo de los impactos que causas a diferentes áreas; como, educativo, socioeconómico, entre otros.

ÍNDICE GENERAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARIZE	iii
DECLARACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE ..	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE UNO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
INTRODUCCIÓN	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxviii
OBJETIVOS	xxix
OBJETIVO GENERAL	xxix
OBJETIVO ESPECÍFICO	xxix
CAPÍTULO I	1
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	2
1.2.1 OBJETIVO GENERAL	2
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2

1.3	VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	2
1.4	INDICADORES	2
1.5	MECÁNICA OPERATIVA	3
1.5.1	DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	4
1.5.2	DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	4
1.5.3	FUENTE DE INFORMACIÓN.....	5
1.5.3.1	ENCUESTA	5
1.6	TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	6
1.6.1	ENCUESTA APLICADA A LOS TRANSPORTISTAS.....	6
1.7	MATRIZ ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.....	16
1.8	CRUCE ESTRATÉGICO	16
1.8.1	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	18
CAPÍTULO II.....		19
2.	MARCO TEÓRICO	19
2.1	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	19
2.2	LA EMPRESA	19
2.3	Objetivos de la Empresa.....	20
2.4	LA MICROEMPRESA.....	20
2.4.1	Ventajas de la microempresa	21
2.4.2	Desventajas de la microempresa	21
2.5	ESTUDIO DE MERCADO.....	21
2.5.1	Mercado	22
2.5.2	Producto.....	22
2.5.3	Oferta.....	22
2.5.4	Demanda	23
2.5.5	Precio.....	23

2.5.6	Comercialización	24
2.5.7	Publicidad	24
2.5.8	Segmentos de Mercado	24
2.5.9	Mercado Meta	25
2.6	ESTUDIO TÉCNICO	25
2.6.1	Tamaño del Proyecto	25
2.6.2	Localización del proyecto	25
2.6.2.1	Macro localización	26
2.6.2.2	Micro localización.....	26
2.6.3	Ingeniería del Proyecto	26
2.6.4	Procesos Productivos.....	27
2.6.5	Tecnología	27
2.6.6	Inversión	27
2.7	ESTUDIO FINANCIERO	28
2.7.1	Estados Financieros.....	28
2.7.2	Ingresos	28
2.7.3	Egresos.....	29
2.7.3.1	Costo de Producción.....	29
2.7.3.2	Gastos Administrativos	29
2.7.3.3	Gastos de Venta	29
2.7.3.4	Depreciación	30
2.7.3.5	Gastos Financieros	30
2.7.4	Estado de Situación Financiera.....	30
2.7.5	Estado de Resultados	31
2.7.6	Flujo de Caja de Efectivo.....	31
2.7.7	Criterios de Evaluación	31
2.7.7.1	VAN	32

2.7.7.2	TIR.....	32
2.7.7.3	Costo – Beneficio.....	32
2.7.7.4	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	33
2.7.7.5	Punto de Equilibrio.....	33
2.8	ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	34
2.8.1	Función de Planeación.....	34
2.8.2	Objetivos.....	34
2.8.3	Misión.....	35
2.8.4	Visión.....	35
2.6	POLITICAS DE IMPORTACIÓN.....	35
2.8.5	Organización Estructural.....	36
2.8.6	Orgánico Estructural.....	36
2.8.7	Orgánico Funcional.....	37
2.9	EMPRESAS DE TRANSPORTE PESADO EN EL ECUADOR.....	37
2.10RINES	
	38	
2.5.1	DIMENSIONES DE LOS RINES A SER IMPORTADOS.....	38
2.5.2	FUNCIÓN.....	39
2.6	COMERCIO INTERNACIONAL.....	39
2.6.1	Instituciones de Comercio Exterior en el Ecuador.....	40
2.6.1.1	Otras alianzas con Ecuador.....	40
2.6.2	PAÍS EXPORTADOR.....	41
2.6.2.1	República popular china.....	41
2.6.2.2	Pago.....	41
2.7	IMPACTOS.....	42
2.7.1	Impacto Económico.....	42
2.7.2	Impacto Social.....	42

2.7.3	Impacto Educativo.....	43
2.7.4	Impacto Ambiental.....	43
CAPITULO III.....		44
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	44
3.1	INTRODUCCIÓN.....	44
3.2	Objetivo.....	45
3.3	Objetivos Específicos.....	45
3.4	Identificación del Producto.....	47
3.5	Características del Producto.....	48
3.6	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	50
3.9	Análisis de la Oferta.....	55
1.1	Oferta Actual.....	56
3.12	Proyección de la Oferta.....	56
1.2	Mercado Meta.....	58
1.3	Análisis de la Demanda.....	59
1.3.1	Análisis de la Demanda por Unidades de Rines.....	60
1.4	Proyección de la Demanda.....	62
3.14	Demanda Potencial a Satisfacer.....	64
3.15	Pronósticos de venta.....	65
3.16	Análisis de los precios.....	66
3.18	Estrategia Comercial.....	68
3.18.1	Producto.....	69
3.18.2	Precio.....	69
3.18.3	Promoción.....	69
3.18.4	Distribución.....	70
3.19	Conclusiones.....	71
CAPITULO IV.....		73

4.	ESTUDIO TECNICO	73
4.1	Macro Localización	73
4.2	Micro Localización	74
4.3	Tamaño del Proyecto	76
4.3.1	Factores a identificar para el tamaño del proyecto	77
4.4	Diseño de Infraestructura	78
4.4.1	Distribución de la planta	79
4.5	Proceso	82
4.5.1	Diagrama de bloque	82
4.5.2	Proceso de almacenamiento y comercialización	83
4.6	Flujo gramas de proceso	85
4.6.1	Ventas al contado.....	86
4.7	Presupuesto Técnico.....	87
4.7.1	Inversiones Fijas	87
4.8	Activos Diferidos.....	88
4.9	Personal a Laborar	90
4.10	Capital de Trabajo	90
	CAPITULO V	91
5.	ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO.....	91
5.1	Inversión del Proyecto	91
5.2	Coste de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio.....	93
5.3	INGRESOS	94
5.3.1	PROYECCION DE INGRESOS.....	94
5.4	EGRESOS.....	95
5.4.1	Costos Operativos.....	95
5.4.2	Gastos Administrativos.....	96
5.4.3	GASTOS DE VENTA	99

5.4.4	GASTOS FINANCIEROS	101
5.4.5	FINANCIAMIENTO.....	101
5.4.6	DEPRECIACIÓN	102
5.4.7	AMORTIZACIÓN.....	103
5.4.8	ESTADOS FINANCIEROS	103
5.4.9	BALANCE DE ARRANQUE	103
5.4.10	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	105
5.4.11	FLUJO DE EFECTIVO	106
5.4.12	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	107
5.4.12.1	VALOR ACTUAL NETO	107
5.4.12.2	TASA INTERNA DE RETORNO	108
5.4.12.2.1	SENSIBILIDAD DEL TIR	109
5.4.12.3	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN ...	111
5.4.12.4	COSTO – BENEFICIO	111
5.4.12.5	PUNTO DE EQUILIBRIO	112
5.4.12.6	RESUMEN DE EVALUACIÓN	114
CAPITULO VI		115
6	ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA	115
6.1	Análisis Interno de la Microempresa	115
6.1.1	Nombre de la microempresa	115
6.1.2	Logotipo	115
6.2	Análisis Legal	116
6.2.1	Nombre o razón social	116
6.2.2	Propuesta de comercialización.....	118
6.3	Misión.....	121
6.4	Visión	121
6.5	Objetivos Micro empresariales.....	121

6.6	Políticas de la Microempresa.....	122
6.7	Principios y valores.....	123
6.7.1	Principios	123
6.7.2	Valores.....	124
6.8	Estructura Orgánica de la Microempresa.....	124
6.9	Descripción de Funciones	125
CAPITULO VII		129
7.	IMPACTOS DEL PROYECTO	129
7.1	Impacto Social.....	130
7.2	Impacto Económico	131
7.3	Impacto Educativo	132
7.4	Impacto Empresarial.....	133
7.5	RESUMEN DE IMPACTOS.....	134
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		135
CONCLUSIONES.....		135
RECOMENDACIONES		137
BIBLIOGRAFÍA.....		138
LINKOGRAFÍAS		140
ANEXOS		140

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 DISTRIBUCIÓN POR CANTÓN.....	4
CUADRO N° 2 SIGNIFICADO DE LA FORMÚLA.....	5
CUADRO N° 3 MATRIZ AOR.....	16
CUADRO N° 4 MATRIZ DE RELACIÓN.....	46
CUADRO N° 5 MODELO DE RINES CROMADOS	47
CUADRO N° 6 DIÁMETRO DE RINES.....	48
CUADRO N° 7 DIÁMETRO DE LOS RINES A IMPORTAR	49
CUADRO N° 8 COMPETENCIA	55
CUADRO N° 9 OFERTA ACTUAL.....	56
CUADRO N° 10 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	57
CUADRO N° 11 MERCADO META.....	58
CUADRO N° 12 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN IMBABURA.....	59
CUADRO N° 13 ANÁLISIS DE LA DEMANDA POR UNIDADES DE RINES	61
CUADRO N° 14 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA POR CANTÓN DE RINES PARA VEHÍCULOS DE 6 UNIDADES	61
CUADRO N° 15 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR CANTÓN	63
CUADRO N° 16 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA.....	64
CUADRO N° 17 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN LA CIUDAD DE IBARRA	65
CUADRO N° 18 PORCENTAJE DE OFERTA DEL PRODUCTO EN LA CIUDAD DE IBARRA.....	65
CUADRO N° 19 PRONÓSTICO DE VENTA DE RINES CROMADOS	66
CUADRO N° 20 PRECIO TOTAL IMPORTADO POR UNIDAD DE RINES.....	66
CUADRO N° 21 PRECIO TOTAL DE VENTA DE RINES.....	67
CUADRO N° 22 PROYECCIÓN DE PRECIOS	68
CUADRO N° 23 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	88
CUADRO N° 24 SUMINISTROS DE OFICINA	89
CUADRO N° 25 GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	89
CUADRO N° 26 PERSONAL A LABORAR.....	90
CUADRO N° 27 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.....	91
CUADRO N° 28 INVERSIÓN	92
CUADRO N° 29 COSTE DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	93
CUADRO N° 30 PROYECCIÓN DE INGRESOS DE RINES.....	94
CUADRO N° 31 PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DE RINES	95
CUADRO N° 32 SUELDO BÁSICO - ADMINISTRATIVO	96
CUADRO N° 33 BENEFICIOS DE LEY - ADMINISTRATIVOS.....	97
CUADRO N° 34 ARRIENDO	97
CUADRO N° 35 SUMINISTROS DE OFICINA	97
CUADRO N° 36 SERVICIOS BÁSICOS	98
CUADRO N° 37 MANTENIMIENTO DE COMPUTADORAS.....	98
CUADRO N° 38 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	98

CUADRO N° 39 SUELDO BÁSICO - VENTAS.....	99
CUADRO N° 40 BENEFICIOS DE LEY - VENTAS.....	99
CUADRO N° 41 GASTO PUBLICIDAD.....	100
CUADRO N° 42 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHICULAR	100
CUADRO N° 43 RESUMEN GASTOS DE VENTA	100
CUADRO N° 44 GASTOS FINANCIEROS.....	101
CUADRO N° 45 TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	101
CUADRO N° 46 DEPRECIACIÓN	102
CUADRO N° 47 AMORTIZACIÓN.....	103
CUADRO N° 48 BALANCE DE ARRANQUE O SITUACIÓN FINANCIERA	104
CUADRO N° 49 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	105
CUADRO N° 50 FLUJO DE EFECTIVO	106
CUADRO N° 51 VALOR ACTUAL NETO	107
CUADRO N° 52 TASA INTERNA DE RETORNO	108
CUADRO N° 53 SENSIBILIDAD DEL TIR EN 5% DE DISMINUCIÓN DE LAS VENTAS	109
CUADRO N° 54 SENSIBILIDAD DEL TIR EN UN 20% DE DISMINUCIÓN DE LAS VENTAS.....	110
CUADRO N° 55 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	111
CUADRO N° 56 COSTO - BENEFICIO	111
CUADRO N° 58 RESUMEN DE EVALUACIÓN	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 MANTENIMIENTO VEHICULAR	6
GRÁFICO N° 2 FRECUENCIA DE CAMBIO.....	7
GRÁFICO N° 3 COMPRA DE REPUESTOS	8
GRÁFICO N° 4 FORMA DE PAGO	9
GRÁFICO N° 5 CONSIDERACIÓN DE PRECIOS.....	10
GRÁFICO N° 6 PROCENDENCIA DE RINES	11
GRÁFICO N° 7 ADQUISICIÓN DE RINES	12
GRÁFICO N° 8 EXISTENCIA	13
GRÁFICO N° 9 DISPOSICIÓN DE COMPRA.....	14
GRÁFICO N° 10 CERTIFICACIÓN.....	15
GRÁFICO N° 11 TIEMPO DEL NEGOCIO	50
GRÁFICO N° 12 VARIEDAD DE MARCAS	51
GRÁFICO N° 13 CLIENTELA	52
GRÁFICO N° 14 LOCALES CON VENTA DE RINES CROMADOS	53
GRÁFICO N° 15 UNIDADES VENDIDAS	54
GRÁFICO N° 16 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	57
GRÁFICO N° 17 CAMIONES EN IMBABURA	60
GRÁFICO N° 18 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA DE RINES PARA VEHÍCULOS DE 6 UNIDADES	62
GRÁFICO N° 19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN LA CIUDAD DE IBARRA	63
GRÁFICO N° 20 DISTRIBUCIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	70
GRÁFICO N° 21 MACROLOCALIZACIÓN	74
GRÁFICO N° 22 MICROLOCALIZACIÓN.....	75
GRÁFICO N° 23 OFICINA PARA LA VENTA	80
GRÁFICO N° 24 BODEGA	81
GRÁFICO N° 25 DIAGRAMA DE BOSQUE	82
GRÁFICO N° 26 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	85
GRÁFICO N° 27 FLUJOGRAMA DE VENTAS AL CONTADO	86
GRÁFICO N° 28 ORIGEN DE LA INVERSIÓN.....	92

GRÁFICO N° 29 LOGOTIPO.....	115
GRÁFICO N° 30 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA	125

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 MANTENIMIENTO VEHICULAR	6
TABLA N° 2 FRECUENCIA DE CAMBIO	7
TABLA N° 3 COMPRA DE REPUESTOS	8
TABLA N° 4 FORMA DE PAGO	9
TABLA N° 5 CONSIDERACIÓN DE PRECIOS.....	10
TABLA N° 6 PROCEDENCIA DE RINES.....	11
TABLA N° 7 ADQUISICIÓN DE RINES	12
TABLA N° 8 EXISTENCIA	13
TABLA N° 9 DISPOSICIÓN DE COMPRA.....	14
TABLA N° 10 CERTIFICACIÓN.....	15
TABLA N° 11 TIEMPO DEL NEGOCIO	50
TABLA N° 12 VARIEDAD DE MARCAS	51
TABLA N° 13 CLIENTELA	52
TABLA N° 14 LOCALES CON VENTA DE RINES CROMADOS	53
TABLA N° 15 UNIDADES VENDIDAS	54
TABLA N° 16 MACROLOCALIZACIÓN	73
TABLA N° 17 MICROLOCALIZACIÓN.....	75
TABLA N° 18 TASA DE INTERÉS.....	93
TABLA N° 19 DETERMINACIÓN MÁRGEN DE CONTRIBUCIÓN	112
TABLA N° 20 FUNCIONES DEL GERENTE - CONTADOR	126
TABLA N° 21 FUNCIONES DE LA SECRETARIA - JEFE DE ADQUISICIONES	127
TABLA N° 22 CONFORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	118
TABLA N° 23 VALORACIÓN CUALITATIVA DE IMPACTOS	129
TABLA N° 24 IMPACTO SOCIAL	130
TABLA N° 25 IMPACTO ECONÓMICO	131
TABLA N° 26 IMPACTO EDUCATIVO.....	132
TABLA N° 27 IMPACTO EMPRESARIAL.....	133
TABLA N° 28 RESUMEN DE IMPACTOS	134

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

En el Ecuador, el sector transportista de carga, ha sido una de las actividades que han aportado significativamente al desarrollo socio - económico. De acuerdo a las cifras del Banco Central del Ecuador, el sector transportista representa aproximadamente el 0,41%, sobre el crecimiento del 4,5% anual del PIB en el primer trimestre del 2013. (Banco Central del Ecuador, 2014)

Esta actividad productiva ha sido incomprendida en algunos sectores por gobiernos anteriores, en la actualidad el Ministerio de Transporte y Obras Públicas ha impulsado el arreglo adecuado de las carretas, siendo uno de los factores causantes para el daño de ciertas partes y piezas de los vehículos.

Según el Diario Hoy, el cronograma de actividades por realizar en las autopistas del Ecuador se finalizaría en el 2017, es por ello que sus carreteras y sub carreteras aún no son concluidas; por lo que, a causa de los largos tramos transcurridos con mercadería y el mal estado de las carreteras permite daños en los vehículos. (EL HOY, 2013)

Este hecho para la mayoría de los transportistas que laboran con accesorios y repuestos de segunda mano representa mayores gastos e inversiones; ya que es necesario cambiar los repuestos y accesorios con frecuencia.

En esta actividad los accesorios que más desgaste sufren son los neumáticos, rines, cajas de transmisión, cajas de cambio, discos de embrague, amortiguadores, distribuidor, freno de disco, radiador, alternador, entre otros, (MANUAL DE SERVICIOS DE ALCOA, 2003).

Para ello es necesario que estos accesorios y repuestos cumplan con estándares de calidad y seguridad para el transporte. Dichos estándares

están entrelazados con las disposiciones legales tanto para la importación como también para la comercialización de rines cromados dentro de la ciudad de Ibarra.

En cuanto a las importaciones de estos artículos es necesario regirse a las disposiciones establecidas por la COMEXI N° 51, 184 y 539 del 2009, (resoluciones que aún se mantienen) el cual señala que los artículos deben ser nuevos; y ampararse a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial, en la que se asegure el proceso de renovación del parque automotor y se resguarde los niveles de calidad del medio ambiente. (Boletín de Comercio Exterior, 2009)

Uno de los repuestos que más desgaste tienen son los rines, se conoce que existen pocas empresas importadoras que comercializan directamente al consumidor final, es el caso de la empresa “Distrilujos Ibarra”, ubicada en el Redondel de la Madre, Av. Mariano Acosta, la misma que distribuyen a comercializadoras intermediarias quienes venden a los consumidores a precios muy elevados.

Los rines con recubrimiento en cromo, son los que garantizan un transporte seguro, los mismos que serán importados desde Shanghái - China. Por este motivo es necesario la creación de una empresa que atienda directamente a los consumidores, siendo importadora directa para que los precios sean asequibles y justos para los transportistas. Dicha empresa deberá reunir todas las características conforme a la administración moderna, para optimizar los recursos en beneficio directo de los usuarios.

Imbabura cuenta con cooperativas de transporte pesado de carga y de pasajeros las mismas que se encuentran distribuidas en toda la ciudad, siendo entre ellas las más conocidas: Cooperativa De Transporte Colombo Ecuatoriana, Camiones De Alquiler C.I.T.I., Cooperativa 28 De Septiembre, San Miguel De Ibarra, Flota Imbabura, Andina Cía. Ltda., Expreso Turismo.

JUSTIFICACIÓN

Las razones por las cuales es importante realizar esta investigación, son las siguientes:

- En razón de que los transportistas requieren constantemente repuestos y accesorios para su actividad diaria, los mismos que se desgastan por su uso y en ocasiones son de segunda mano, se considera necesario reemplazarlos por artículos nuevos y seguros.
- Por lo que la microempresa importadora, comercializará directamente a los consumidores finales, con productos de calidad y a precios asequibles para los transportistas de carga.
- Por otra parte los rines con recubrimiento en cromo son productos de mayor resistencia y que no causa daños a los neumáticos, por el peso y por las carreteras donde se transita, considerándose recomendable su uso, ya que tienen una larga vida útil.

Los beneficios serán directamente para los transportistas de tipo pesado, considerados como rentables de acuerdo a las estadísticas arrojadas por el INEC 2012, siendo este sector un aproximado del 28% de transportistas matriculas. De acuerdo a las actividades diarias que realizan, las distancias y en cuanto al peso que transportan, el artículo que más daño sufre son los rines, ya que el rozamiento constante ocasiona un daño incluso a los neumáticos (MANUAL DE SERVICOS DE ALCOA, 2003, pág. 9). Es por ello que nuestra microempresa contará con acceso fácil y directo a los consumidores finales sin necesidad de intermediarios, precios bajos y con facilidades de pago.

Los beneficiarios indirectos serán los choferes del transporte pesado, quienes tendrán seguridad porque los dueños de estos vehículos requerirán repuestos de calidad.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la importación y comercialización de rines con recubrimiento en cromo para transporte pesado, sobre la creación de la microempresa.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Realizar el diagnóstico situacional, mediante la matriz AOOD.
- Establecer las bases teóricas científicas que garantizan el desarrollo del presente estudio de factibilidad.
- Diseñar la estructura de la microempresa importadora de rines con recubrimiento en cromo.
- Elaborar un estudio de mercado que determine la factibilidad de crear una microempresa importadora y comercializadora de rines cromados para la ciudad de Ibarra.
- Desarrollar los respectivos análisis económicos y financieros, con el fin de conocer su viabilidad.
- Analizar los posibles impactos que afecten en forma positiva o negativa al desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La creación de la microempresa contará con una excelente infraestructura, con una oficina ubicada en el centro de la ciudad y una bodega en la parroquia de San Antonio de Ibarra. La misma que se dedica a la importación y comercialización de rines cromados para transporte pesado, los mismos que los adquirirán directamente de China.

Para el desarrollo del siguiente trabajo se debe considerar como factor previo, la evolución del transporte pesado a nivel nacional.

Ibarra es una ciudad comercial, de acuerdo a las cifras arrojadas del 2013 por el INEC, en Imbabura existen aproximadamente 2.834 vehículos de transporte pesado, los mismos que han alcanzado a organizarse sobre sus niveles sociales y económicos gracias a sus labores diarias. (Intituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013)

El transporte pesado es el medio de contacto para realizar fácilmente comercio, es por ello que las partes de los vehículos sufren daños y es necesario cambiarlos para ofrecer mayor seguridad tanto para el transportista como también de mercadería que comercializa, siendo un referente propicio para el avance económico de la ciudad.

Es por ello que impulsamos la venta de rines cromados para vehículos de transporte pesado, ya que son mucho más resistentes, su tiempo de duración es más extendido y las mercaderías transportadas en los vehículos podrán tener más seguridad. Los rines cromados le ofrecen mayor estabilidad y duración para el cuidado del vehículo.

1.2 Objetivos del Diagnóstico

1.2.1 Objetivo general.

Analizar el entorno del proyecto sobre importación y comercialización de rines cromados para identificar aspectos favorables o desfavorables.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar las características técnicas del producto.
- Definir el mercado de comercialización de rines cromados.
- Establecer los antecedentes históricos del transporte con el fin de evidenciar las necesidades de los mismos y sus regulaciones.
- Determinar los aspectos socio – económicos sobre el sector transportista y la influencia sobre el proyecto.

1.3 Variables Diagnósticas

De acuerdo al primer análisis realizado se establece las siguientes variables a ser estudiadas, con el fin que sea un soporte para los resultados finales.

- Producto
- Comercialización
- Demanda
- Aspectos históricos
- Situación socio económica

1.4 Indicadores

Producto

- ✓ Garantía

- ✓ Calidad
- ✓ Resistencia

Comercialización

- ✓ Punto de venta
- ✓ Canales de distribución
- ✓ Precio

Demanda

- ✓ Competencia
- ✓ Preferencias
- ✓ Frecuencia de consumo

Aspectos históricos

- ✓ Certificaciones
- ✓ Normas aplicables
- ✓ Tipo de importación

Situación socio económica

- ✓ Vías de comunicación
- ✓ Tipo de actividad
- ✓ Estabilidad económica

1.5 Mecánica Operativa

Para el diagnóstico se lo ha realizado basándose en algunas estadísticas de investigación de campo.

1.5.1 Determinación de la población.

Para la identificación de la población se tomó en cuenta al total de las matriculas de transporte pesado de la ciudad de Ibarra, según fuentes del INEC 2013.

La población a investigarse será tomada de una muestra de clientes que son 2.815 propietarios de vehículos de transporte pesado en la provincia de Imbabura, pero distribuidos en los diferentes cantones tomados así:

CUADRO N° 1 DISTRIBUCIÓN POR CANTON

Cantón	Total Habitantes	PEA	%	Vehículos Matriculados
Ibarra	181.175	76763	45%	1281
Antonio Ante	43.518	18438	11%	308
Cotacachi	40.036	16963	10%	283
Otavalo	104.874	44435	26%	741
Pimampiro	12.970	5495	3%	92
San Miguel de Urcuquí	15.671	6640	4%	111
Total	398.244	168734	100%	2815

Fuente: INEC 2013
Elaborado por: La Autora

1.5.2 Determinación de la muestra.

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

$$n = \frac{(1281) \times (0.25) \times (1.96)^2}{(1281 - 1)(0.05)^2 + (0.25) \times (1.96)^2}$$

$$n = 295.71$$

$$n = 296$$

CUADRO N° 2 SIGNIFICADO DE LA FORMÚLA

	Significado	Datos
N	Población	1281
E	Error	5%
Z	Nivel de confianza	1.96%
D	Varianza	0.5
N	Muestra	X

Fuente: INEC 2013 (matrículas de transporte pesado)
Elaborado por: La Autora

La muestra se realizará a 296 personas transportistas de acuerdo a una población de 1281 vehículos matriculados en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, distribuidos estratégicamente de acuerdo a la población económicamente activa de cada cantón. Esto para dar efectividad a las encuestas posteriormente aplicadas.

1.5.3 Fuente de información.

La recopilación de datos de la información se ha realizado en base a las siguientes técnicas:

1.5.3.1 Encuesta.

La encuesta se realizó al sector del transporte pesado, dirigidas en su mayoría a transportistas del mercado mayorista, cooperativas de transporte ubicadas en la ciudad de Ibarra, Otavalo, Cotacachi, aplicándose preguntas referentes a la frecuencia de cambio de sus repuestos, las características que buscan con el producto, entre otros aspectos relacionados con los rines para este tipo de transporte, de las cuales se obtuvo información valiosa que permitió de manera clara conocer muchos aspectos de interés para la investigación.

1.6 Tabulación y Análisis de la Información

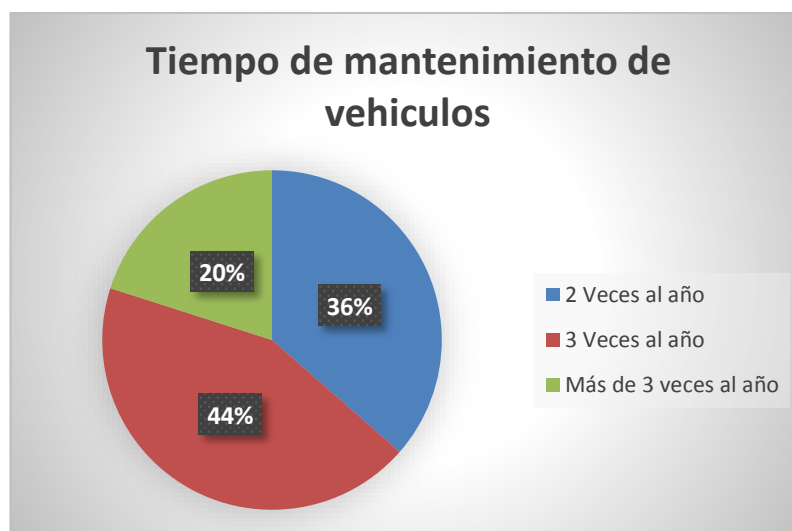
1.6.1 Encuesta aplicada a los transportistas.

1. ¿Cada que tiempo hace mantenimiento de sus vehículos?

TABLA N° 1 MANTENIMIENTO VEHICULAR

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
2 Veces al año	108	36%
3 Veces al año	129	44%
Más de 3 veces al año	59	20%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 1 MANTENIMIENTO VEHICULAR



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

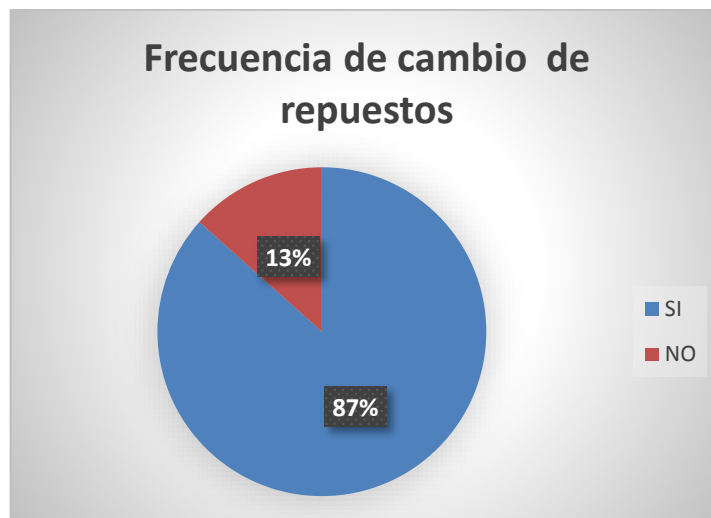
De acuerdo al mantenimiento vehicular el porcentaje que manifiesta con mayor énfasis lo realiza 3 veces al año siendo un promedio medianamente necesario, ya que el mismo mantenimiento debe ser frecuente para tener mayor seguridad y cuidado con las partes y piezas del vehículo.

2. ¿Cambia sus repuestos con frecuencia?

TABLA N° 2 FRECUENCIA DE CAMBIO

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
SI	257	87%
NO	39	13%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 2 FRECUENCIA DE CAMBIO



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

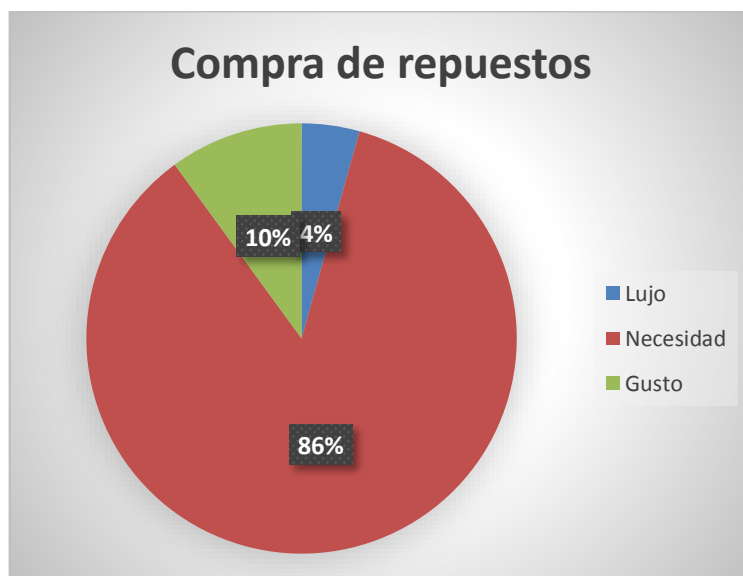
De acuerdo al análisis realizado mediante las encuestas aplicadas se encontró que la mayor parte de los encuestados realizan cambios o mantenimiento frecuentes a sus repuestos y partes vehiculares, esto ya que es necesario para precautelar la vida y lo que el transportista lleva como carga.

3. ¿Por qué compra sus repuestos?

TABLA N° 3 COMPRA DE REPUESTOS

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Lujo	12	4%
Necesidad	255	86%
Gusto	29	10%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 3 COMPRA DE REPUESTOS



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

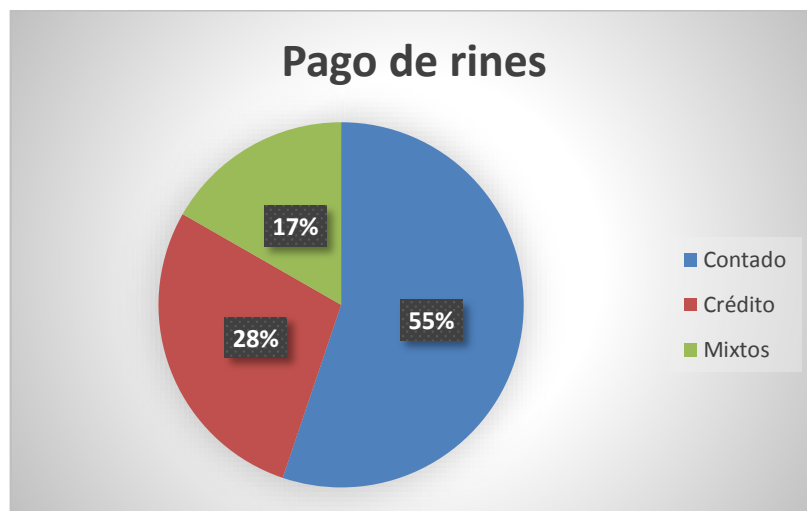
En cuanto a la compra o adquisición de repuestos encontramos que la necesidad es muy elevada, ya que existen varios motivos; como son: daños de los repuestos y desgaste de los mismos.

4. ¿Cuándo usted adquiere los rines como lo paga?

TABLA N° 4 FORMA DE PAGO

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Contado	164	55%
Crédito	83	28%
Mixtos	49	17%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 4 FORMA DE PAGO



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

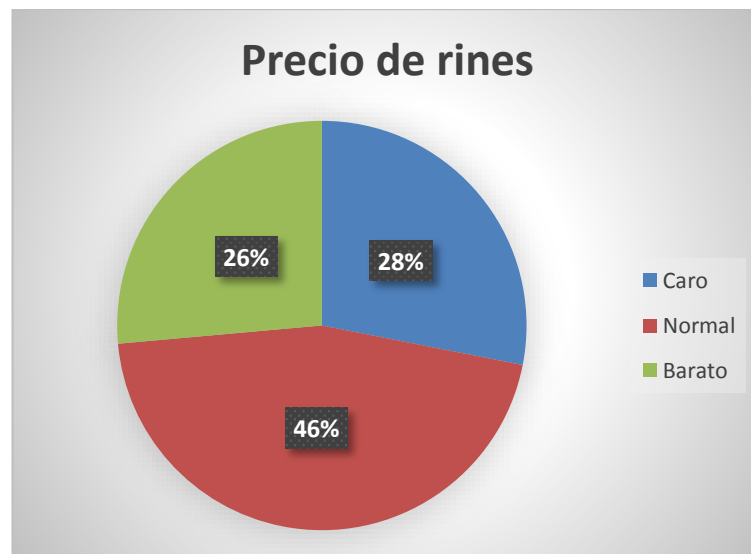
Con respecto a las encuestas aplicadas a los transportistas, se establece que la forma de pago en varios locales comerciales de repuestos y accesorios vehiculares, lo hacen a crédito. Puesto que puede diferirse, con costos razonables y que no afectan la economía.

5. ¿El precio de compra de los rines lo considera?

TABLA N° 5 CONSIDERACIÓN DE PRECIOS

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Caro	83	28%
Normal	135	45%
Barato	78	26%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 5 CONSIDERACIÓN DE PRECIOS



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

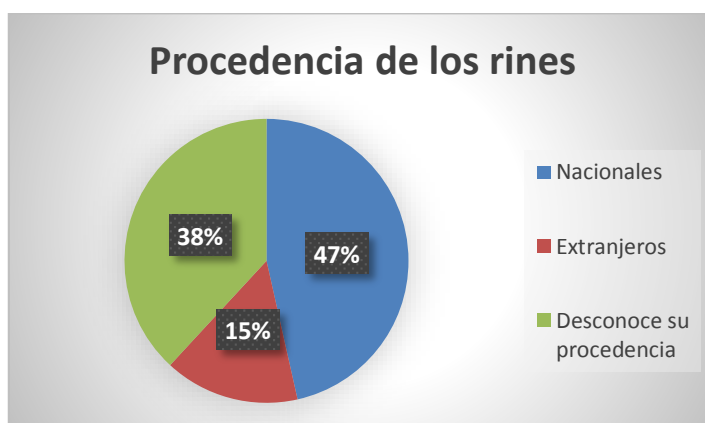
De acuerdo al análisis de las encuestas los precios se consideran normales para la mayoría de las personas encuestadas. Siendo un precio considerable relativamente para los consumidores.

6. Los rines que adquiere son:

TABLA N° 6 PROCEDENCIA DE RINES

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Nacionales	138	46%
Extranjeros	45	15%
Desconoce su procedencia	113	38%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 6 PROCENDENCIA DE RINES



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

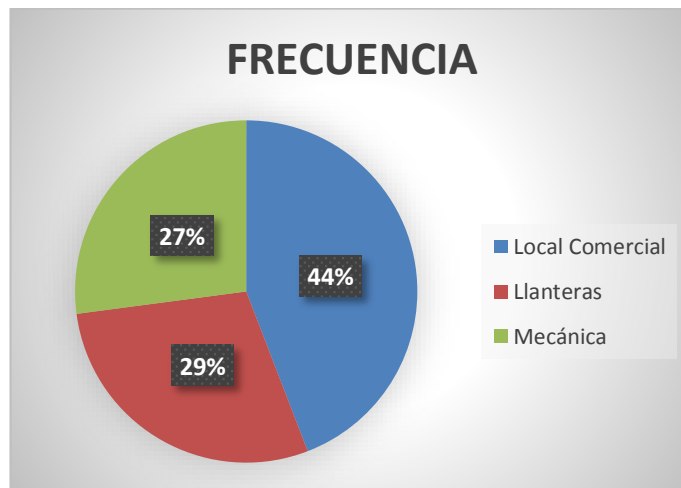
Puesto que la mayor parte de encuestados no conoce la procedencia de este tipo de artículos, los consideran como nacionales y comentan que son productos de calidad pero que deberían tener más resistencia y durabilidad.

7. Adquiere los rines en:

TABLA N° 7 ADQUISICIÓN DE RINES

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Local Comercial	131	44%
Llanteras	85	29%
Mecánica	80	27%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 7 ADQUISICIÓN DE RINES



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

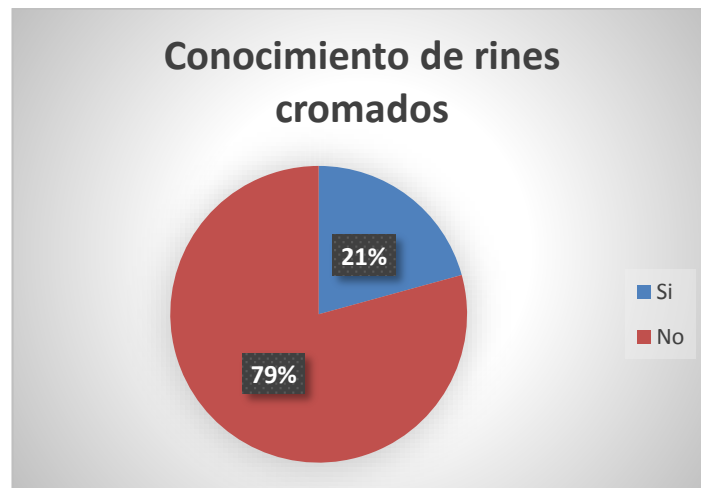
De acuerdo al análisis varios de los encuestados consideran que la adquisición de rines en los locales comerciales es fácil tanto por las formas de pago que ofrezcan como también por la garantía sobre los productos, ya que son nuevos y su vida útil es más extensa de acuerdo al valor de pago.

8. ¿Conoce de la existencia de rines cromados para vehículos?

TABLA N° 8 EXISTENCIA

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	61	21%
No	235	79%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 8 EXISTENCIA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

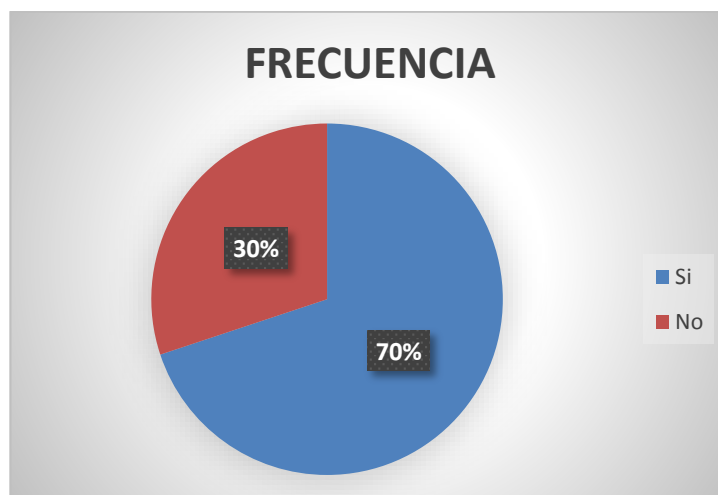
La mayoría de los encuestados comenta que conoce apenas los rines normales, sobre la existencia de rines cromados muy pocas personas. Algunos de los encuestados comentan que en los locales comerciales deberían dar a conocer sobre la existencia de este tipo de productos.

9. ¿Estaría dispuesto a adquirir rines cromados para su vehículo?

TABLA N° 9 DISPOSICIÓN DE COMPRA

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	207	70%
No	89	30%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 9 DISPOSICIÓN DE COMPRA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Del análisis realizado los encuestados aseguran que si dieran a conocer los beneficios que este producto ofrece estarían dispuestos a adquirir rines cromados, tanto por su seguridad como también podría ser por la presentación y nuevo estilo que le da a su vehículo.

10. ¿Le gustaría que los rines tengan garantía certificada?

TABLA N° 10 CERTIFICACIÓN

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	278	94%
No	18	6%
Total	296	100%

GRÁFICO N° 10 CERTIFICACIÓN



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Para todo transportista es muy importante y necesaria una certificación del producto; puesto que, al adquirir el producto con certificación da mayor seguridad, resistencia y se consideran para su uso adecuado y eficaz.

1.7 Matriz Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

CUADRO N° 3 MATRIZ AOR

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del producto • Certificación internacional del producto • Comercialización adecuada del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica y adecuada de la microempresa • Satisfacer las necesidades del mercado descontento • Crecimiento del parque automotor
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de mercados competidores • Surgimiento de negocios informales • Diversidad de marcas • Falta de cultura en la adquisición de precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de aranceles de las partes automotrices • Inestabilidad económica • Competencia agresiva con respecto a productos similares pero en mal estado

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

1.8 Cruce Estratégico

- Cruce Aliado – Oponente

Calidad del producto – Crecimiento de mercados competidores

La calidad del producto depende en mayor parte a las exigencias a proporcionar a los consumidores, puesto que con el crecimiento de mercados competidores, el nivel de calidad debe ser superior. La cantidad de mercados existentes cuenta con variedad de productos, pero que no tienen mayor resistencia.

- **Cruce Aliado – Riesgo**

Comercialización adecuada del producto - Incremento de aranceles de las partes automotrices

Una adecuada comercialización del producto permite satisfacer tanto las necesidades del consumidor como también las expectativas sobre los objetivos establecidos de la microempresa, pero con ello la inestabilidad arancelaria sobre las partes automotrices no permite en ingreso necesario sobre estas partes ya que la economía del país también juega un papel importante para mantener la estabilidad arancelaria y comercialización de los productos.

- **Cruce Oponentes – Oportunidades**

Diversidad de marcas – Crecimiento del parque automotor

Gracias al crecimiento del parque automotor hoy en día existen varias necesidades tanto por las partes de las piezas de los mismos como por las diferentes marcas existentes de vehículos. Esto lleva a buscar y seleccionar las marcas más utilizadas en el parque automotor, puesto que es importante conocer las necesidades del consumidor.

- **Cruce Oponente – Riesgo**

Surgimiento de negocios informales - Competencia agresiva con respecto a productos similares pero en mal estado

Uno de los graves problemas a los que se enfrenta la economía actual es sin duda el crecimiento de los negocios informales, en la mayoría de negocios afecta tanto en la economía como en la fluidez adecuada de los productos con una venta normal y declaraciones sobre los impuestos. La competencia en los productos similares y en mal estado produce varios problemas para los consumidores, puesto que gastan valores elevados y constantes en la adquisición de productos necesarios, por ende los mismos negocios informales comercializan los productos a precios elevados y sin declaraciones al SRI.

1.8.1 Identificación del problema.

Al concluir el análisis del diagnóstico situacional en el sector del transporte pesado en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, en cuanto a la comercialización de rines con recubrimiento en cromo; tomando en cuenta que el cliente conoce sobre este tipo de productos pero por su falta de atención relacionada con el producto no lo adquiere, se nota que es necesario crear una microempresa con este fin. La zona norte no cuenta con establecimientos que abastezcan a los transportistas con rines cromados en tiempo real, puesto que la mayoría debe hacer su pedido con anterioridad y eso molesta al consumidor, por lo tanto la principal actividad de la microempresa es abastecernos de productos para la venta en tiempo real y a precios asequibles para el consumidor.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estudio de Factibilidad

GALINDO, R. Carlos, (2008). “El estudio de la factibilidad incluye, básicamente, los mismos capítulos que el de pre factibilidad, pero con una mayor profundidad y menor rango de variación esperado en los montos de los costos y beneficios.”. Pág. 37.

El estudio de factibilidad hace referencia al análisis concreto del proyecto, donde se analiza y evalúa tanto la comercialización de los productos como también los estados financieros y económicos que puede abordar un proyecto. Esto con la finalidad de conocer si es viable o resulta ineficiente el proyecto en cuanto a su aplicación.

Con el estudio de factibilidad se podrá analizar los puntos estratégicos con los que puede contar le “Microempresa importadora y comercializadora de rines cromados para transporte pesado”, con conocimientos en las bases teóricas y operativas para la creación de la microempresa. Es decir, analizando los puntos estratégicos de venta, los precios más razonables y que se encuentren al alcance del consumidor.

2.2 La Empresa

NUCH, Lourdes, (2007). “La empresa es una unidad económico social en la cual a través del capital, el trabajo y la coordinación de recursos se producen bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad”. Pág. 144.

La empresa es una unidad conformada por personas que buscan un bien común, es decir un lucro económico o social. Pueden dedicarse tanto

a la producción, transformación de productos, comercialización o prestación de servicios, cuentan con varios conjuntos y sistemas para el mejor funcionamiento y un departamento de recursos humanos donde se trabaja para encontrar al personal calificado para trabajar en la empresa.

2.3 Objetivos de la Empresa

Los objetivos que la empresa se fija es principalmente contar con una clientela fija y que el mismo pase la voz a los demás consumidores con el fin de que la microempresa se dé a conocer hacia la población.

Entregar un producto de calidad, esto permite que la microempresa evolucione, conservando por ende la estabilidad y aumento de las ventas del negocio, obteniendo rentabilidad, cumpliendo con todas las obligaciones de ley tanto para el cliente como para la empresa.

2.4 La Microempresa

VALENCIA, Joaquín Rodríguez, (2008). "Son aquellas que funcionan con poco dominio del mercado y se clasifican por el número de empleados". Pág.34.

Nuestra microempresa de importación y comercialización de rines cromados está constituida por entre 8 a 10 trabajadores como máximo. Puesto que será un local comercial dedicado a la venta de rines es necesario personal que cuente con conocimiento acerca de los beneficios de nuestro producto y en su caso para la realización de trámites respectivos y declaraciones de impuestos.

El objetivo principal de la microempresa es que se desarrolle y se posea estratégicamente en el mercado, trabajando con un comercio justo y respetando las leyes jurídicas y tributarias para su establecimiento, maximizando los beneficios económicos y su recurso humano.

2.4.1 Ventajas de la microempresa.

La ventaja de la microempresa importadora y comercializadora de rines es que aporta con empleos, puede ser flexible en cuanto al manejo de la misma, esto quiere decir que se pueden adaptar a cambios producidos en el mercado y llegan a estabilizarse para buscar su beneficio.

Como microempresa es necesario conocer al cliente, es por ello que una de las ventajas es la excelente atención y por ende entregar un producto de calidad y con certificación adecuada.

2.4.2 Desventajas de la microempresa.

Dentro de las ventajas de la microempresa es que no puede tener financiamiento crediticio con facilidad de los bancos o cooperativas, puesto que su mercado aún no está establecido.

Hoy en día el crecimiento de varios locales informales ha sido un impacto negativo a las microempresas constituidas legalmente, esto ha afectado la estabilidad económica de los comerciantes.

2.5 Estudio de Mercado

JÁCOME, Walter, (2005). El estudio de mercado de un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del proyecto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto.

Dicho de esta manera el estudio de mercado permite divisar de mejor manera si el proyecto es factible o no, puesto que se determina tanto oferta como demanda. Estos factores permiten establecer información

verídica y más cercana a si el proyecto funciona puesto que los indicadores números lo hacen más visible.

2.5.1 Mercado

ARBOLEDA, Germán, (2001). “El mercado es el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y demanda para establecer un precio único y, por el cual tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”. Pág. 47.

El mercado es el lugar donde se realiza actividades comerciales, el mismo que refleja oferta y demanda determinando precios para el producto o servicio. Este lugar es la mejor manera de exponer productos con el fin de que el consumidor acepte y adquiera el producto que se encuentra para la venta.

2.5.2 Producto

ARBOLEDA, Germán, (2001). El producto del proyecto es el resultado tangible de la acción del trabajo sobre y con los factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción. Pág. 49.

El producto como se entiende es el servicio o bien a ofertar, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores, existiendo productos que no requieren de transformación, mientras que otros necesitan varios procesos para tener un producto final.

2.5.3 Oferta

BACA, Gabriel, (2006). “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores), está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. Pág. 48.

Es decir la oferta es el porcentaje o número de productos o servicios que se vende en un mercado, determinado por un precio y de acuerdo a las disposiciones del mercado. La oferta es muy importante para el desarrollo del estudio de factibilidad, puesto que determina lo que como productor estamos dispuestos a ofertar y comercializar.

2.5.4 Demanda

BACA, Gabriel, (2006). "Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, México) "Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado". Pág. 17.

Se considera como demanda la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir, dependiendo de precios, promoción, entre otros. Puesto que el consumidor siempre busca calidad, buen precio y esto depende para que el proyecto tenga factibilidad.

2.5.5 Precio

Índice de Precios al Consumidor, (2007). El precio es una variable de marketing que viene a resumir, en gran número de casos, la política comercial de la empresa, por un lado tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto con unos atributos, por otro tenemos el proceso de producción con los consiguientes costos y objetivos de rentabilidad fijadas. Pág. 26.

El precio es el valor predeterminante al momento de la compra, puesto que es una variable de impacto económico. Este se establece de acuerdo a estimaciones cuantitativas del producto, los costos que se detalló en el proceso de un producto final y la capacidad de satisfacer las necesidades. En cuanto a la aceptación del producto se establece al precio conjuntamente detallando la calidad del mismo.

2.5.6 Comercialización.

JANY, José, (2005). Comercialización es el desarrollo de todas las actividades comerciales involucradas en el flujo de bienes o servicios del productor al consumidor final, con el fin de satisfacer sus necesidades a los clientes y cumplir con los objetivos de la empresa. Pág. 125.

Al crear empresas de bienes o servicios, se debe conocer que la comercialización es el principal fin, ya que si no existe este medio no habría rentabilidad ni satisfacción al cliente, de esta forma se pretende alcanzar los objetivos de la producción y los que la misma empresa se plantea.

2.5.7 Publicidad.

Diccionario de la Real Academia Española, (2006). La publicidad es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

Como se conoce existen varias alternativas para hacer conocer de la existencia de un producto, la publicidad es el medio óptimo para llegar al público, debemos conocer los medios específicos de más afluencia y que mayor rapidez tenga para llegar hacia el consumidor.

2.5.8 Segmentos de mercado.

La segmentación de mercado consiste en dividir nuestro mercados ya sea por edades, genero, gustos, grupos, entre otros. La segmentación del mercado depende del mercado al que pensamos va dirigido el producto, ya que existen varias alternativas y para que sean más verdadero los índices se realiza la segmentación.

2.5.9 Mercado meta.

El mercado meta se considera la parte del mercado a la que dirigimos el producto o servicio, para ser comercializados, tomando en muy en cuenta la capacidad que tienen la microempresa como a qué tipo de consumidor al que se satisfacen las necesidades preexistentes.

2.6 Estudio Técnico

BACA, Gabriel, (2006). “El Estudio Técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son determinación de la planta, tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo”. Pág. 8.

Entonces el Estudio Técnico permite conocer el tamaño de la empresa y por ende los procesos productivos, como la infraestructura con la que cuenta en los estándares óptimos establecidos con el fin de que el producto o servicio sea eficiente y los parámetros requeridos para que sus operaciones sean productivas.

2.6.1 Tamaño del Proyecto

HARGADON Bernard, (2005). Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes, año dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. Pág. 211.

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción con la que contará, de acuerdo a lo requerido tanto por capacidad como por la demanda a satisfacer.

2.6.2 Localización del proyecto.

La localización del proyecto es determinar el punto óptimo para desarrollarse, identificando las variables que intervienen y las fuerzas

localizables para que produzcan mayor ganancia o determinar el mínimo costo unitario.

2.6.2.1 Macro localización

BETZAIDA, Guadalupe, (2006). La Macro Localización tiene en cuenta aspectos sociables y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto. Pág. 38.

La macro localización permite establecer el lugar de existencia óptimo para la empresa, este se establece desde el continente, país, provincia. Es decir determina en forma general la ubicación.

2.6.2.2 Micro localización

JÁCOME, Walter, (2005). Es la parte donde se establecen condiciones específicas o particulares que permitan fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información: parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y telefónica de ser posible, croquis de ubicación. Pág. 133.

La micro localización permite detallar el lugar donde se va a llevar a cabo la empresa esto de manera minuciosa. Definiendo con exactitud la dirección que tendrá efecto el negocio.

2.6.3 Ingeniería del proyecto.

Dentro de la Ingeniería del Proyecto podemos encontrar los procesos productivos a los que se sujeta la empresa, maquinaria, infraestructura física con la que cuenta, servicios básicos.

2.6.4 Procesos productivos.

CORDOBA, Marcial, (2006). “El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos o servicios, mediante la participación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación”.

Los procesos productivos son los pasos a los que se sujeta la transformación del producto o servicio, todo esto mediante técnicas y estrategias administrativas eficientes, buscando competitividad en el mercado y satisfacción al consumidor.

2.6.5 Tecnología

ARBOLEDA, Germán, (2001). “El primer paso consiste en identificar la tecnología; es decir, el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio”. Pág. 186.

La Tecnología son los conocimientos a utilizar en cuanto a herramientas tecnológicas, equipos que ayuden al proceso productivo del mismo, de manera que optimicen los recursos requeridos.

2.6.6 Inversión

ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro, (2011). “Una inversión es toda adquisición de medios de producción, inclusive colocación en valores mobiliarios con el objeto de conseguir una renta”. Pág. 135.

La inversión es el valor monetario con el que va a empezar o incrementar el negocio o empresa, esto es activos fijos, diferidos y capital de trabajo, ya que durante su funcionamiento requiere de implementación

de nuevas tecnologías para mejorar la productividad y generar riquezas futuras.

2.7 Estudio Financiero

Los Estudios Financieros permiten determinar de manera visual y efectiva la ejecución del proyecto, ya que en esta fase se encuentran los Estados DE Situación Financiera, Estados de Resultado, Flujos de caja, entre otros.

2.7.1 Estados Financieros

Según; (ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro, (2011). Los Estados Financieros son reportes que se elaboran al final de un periodo contable, con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de las entidades. Pág. 60

Como se conoce en los Estados Financieros se refleja la verdadera posición de la empresa, donde encontramos las ganancias o pérdidas de la microempresa. Con estos factores podemos tomar decisiones en cuanto a nueva inversión, nuevo personal, entre otros, ya que estos Estados aportan a la presentación numérica de la microempresa.

2.7.2 Ingresos.

Los ingresos son el dinero o ganancia que se obtiene mediante rendimiento económico, estos pueden ser en dinero o a su vez en especies. Los ingresos en la mayoría de empresas provienen de la venta de bienes o servicios de forma lícita y en las que el dinero es físico o se representa en maquinaria de inversión.

2.7.3 Egresos

Los egresos por su parte se definen como el desembolso que se realiza de forma directa o indirecta a la empresa, mediante procesos productivos que permitan conocer si los mismos afectan en las ganancias o pérdidas del periodo.

2.7.3.1 Costo de producción.

ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro, (2011). “Costos son valores pagados para cubrir actividades indispensables para generar un ingreso operativo; estos valores se recuperan con la venta de un bien o servicio”.

Costos de producción son aquellos gastos que se realizan para mantener la existencia del negocio, puesto que en estos están la adquisición de materia prima directa o indirecta, sueldos de personal que labora en la empresa.

2.7.3.2 Gastos administrativos.

BACA, Gabriel, (2006). “Son los costos que provienen por realizar la función Administrativa de la Empresa”. Pág. 172.

Los gastos administrativos son todos los gastos incurridos en la función administrativa, como son remuneraciones, insumos de materiales de oficina y todos los rubros que son requeridos en esta área.

2.7.3.3 Gastos de venta.

BRAVO, Mercedes, (2007). “Los gastos de venta son todos los desembolsos o pagos que se realizan en el departamento de ventas como: sueldos a vendedores, comisiones, publicidad, entre otros”.

Gastos de venta son considerados lo que tienen lineamientos directos en la venta esto es publicidad, promoción. Estos valores lo realizan el departamento de ventas directamente, ya que son los más óptimos y conocen los canales adecuados de llegar tanto al cliente como para general ventas.

2.7.3.4 Depreciación

Las depreciaciones representan las desvalorizaciones que tienen los activos, esto de acuerdo al uso o al desgaste del activo tienen diferentes porcentajes a calcular.

2.7.3.5 Gastos Financieros

Los gastos financieros son los intereses que generan la inversión o sobre el crédito requerido para hacer realidad el funcionamiento de la empresa, esto depende del cálculo de la institución financiera con la que hacemos el convenio.

2.7.4 Estado de Situación Financiera

SARMIENTO, Rubén, (2005). “Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico”. Pág. 77.

El Estado de Situación Financiera permite conocer cuál es el alcance económico de la empresa, estos se detallan al inicio o fin de un ejercicio contable. Este estado permite tomar decisiones en cuanto a inversión o adquisición de materia prima, llevando un control más exhaustivo sobre los activos pasivos y capital con los que cuenta la empresa.

2.7.5 Estado de Resultados

GITMAN, Laurence J., (2007). Principios de Administración Financiera) “El Balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico”. Pág. 41.

El Balance de Resultados como su nombre lo indica es que da información de los resultados obtenidos durante el periodo de operación de la empresa, detallando ingresos, egresos, gastos, con el fin de establecer si se obtuvo utilidad o pérdida al final del periodo contable.

2.7.6 Flujo de caja de efectivo.

SARMIENTO, Rubén, (2005). Proporciona información contable sobre las habilidades para generar dinero y aplicar estas de manera eficaz. Presenta en forma condensada y comprensible, la información sobre la determinación y aplicación del efectivo por parte de la entidad, por lo tanto mostrará otras síntesis de los cambios ocurridos en situación financiera. Pág. 48

El flujo de efectivo permite observar de manera significativa los movimientos que realiza la microempresa. En este se detallan las operaciones financieras, inversión, depreciación, intereses, entre otros. Este flujo permite evaluar la capacidad de liquidez y solides financiera de forma futura.

2.7.7 Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación permiten conocer si el proyecto es factible o no y su esta en los términos adecuados a los que se sujeta una implementación o creación de una empresa.

2.7.7.1 VAN

BRIGHAN, Eugene y HOUSTON Joel, (2005). “Es el método de clasificar las propuestas de Inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”. Pág. 398.

El VAN es el método para calcular la inversión favorable del proyecto o la inversión que se pretende hacer, para dichos cálculos se toma en cuenta los totales de los flujos de efectivo futuros, determinados respectivamente con sus ingresos y egresos. Para que la propuesta de inversión sea eficiente el VAN tiene q ser mayor a cero, aceptando el proyecto como factible, si el VAN tiende a ser menor que 0 pues el proyecto debe ser rechazado.

2.7.7.2 TIR

GITMAN, Laurence J., (2007). “Es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”. Pág. 359.

La tasa interna de retorno permite identificar la rentabilidad de capital invertido en el proyecto, esta debe ser rentable. Para el cálculo se toma tasas de redescuento, el mismo que permitan conseguir una VAN positivo y negativo, estableciendo los escenarios más óptimos para su desarrollo.

2.7.7.3 Costo – beneficio.

CORDOBA, Marcial, (2006). “Es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad”. Pág. 369.

El establecimiento del índice Costo – Beneficio permite conocer la cantidad de invierto y cuanto genera dicha inversión, permitiendo tomar decisiones a futuro. Para que el proyecto se lo considere favorable este debe estar por mayor a 1, cuando este valor es igual a 1 significa que el proyecto es indiferente, esto quiere decir que a igual costo igual beneficio.

2.7.7.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

CORDOBA, Marcial, (2006). “Es como el numero esperado de periodos que se requiere para que se recupere una inversión original”. Pág. 362.

Dicho de esta manera, el Periodo de Recuperación de la Inversión es el tiempo que transcurre para que la inversión pueda recuperar su costo inicial. Al igual que el costo – beneficio, el periodo de recuperación se establece como adecuado si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable caso contrario sería inadecuado.

2.7.7.5 Punto de Equilibrio

ARBOLEDA, Germán, (2001). “El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos provenientes son iguales a los costos de operación y de financiamiento”. Pág. 308.

De acuerdo a lo establecido por Arboleda, el punto de equilibrio es la equidad de ingresos y egresos; estos también se los puede calcular en unidades en donde podemos establecer las unidades adecuadas de venta para que el negocio se encuentre en un punto estable de ganancias y no de pérdidas.

2.8 Organización Empresarial

La organización empresarial depende del ambiente, la visión, misión y los objetivos que cumplirá la propuesta del proyecto, esta estructura determina aspectos políticos, organizacionales, legales e institucionales que lleven en funcionamiento la empresa.

2.8.1 Función de planeación.

Según, HERNÁNDEZ, Sergio y RODRÍGUEZ, (2008). Planeación es la proyección impresa de la acción, toma en cuenta información del pasado de la empresa y de su entorno, lo cual permite organizarla, dirigirla y medir su desempeño total y el de sus miembros, a través de controles que comparan lo planeado con lo realizado. Pág. 134.

La planeación define la manera de minimizar riesgos y tomar las decisiones adecuadas, ya que su proyección permite divisar las formas adecuadas para llevar un proyecto al éxito. Esto con el fin de establecer las oportunidades que a lo largo del funcionamiento de la microempresa ayude a su excelente funcionamiento.

2.8.2 Objetivos

ROJAS, Servulo, (2010). “Son los resultados que la empresa desea lograr. Con bases en estos objetivos el pequeño empresario efectúa la planeación de sus actividades”. Pág. 70

Los objetivos son la base para la planeación ya que de ellos se espera cumplir las metas trazadas mediante la evolución de la microempresa. Es por ello que son muy necesarias para determinar el alcance del proyecto.

2.8.3 Misión

SCHERMERHOM, John R., (2010). “La misión o propósito de una organización se puede describir como una razón para el existir en la sociedad. La misión debe representar lo que la estrategia o el modelo central del negocio subyacente está tratando de lograr.”

La misión es el porqué de la existencia de la microempresa, de esta se detallan las estrategias a tomar o la forma en que el negocio va a surgir y sobre todo las necesidades a las que va a cubrir.

2.8.4 Visión

BATEMAN, Tomas S., (2009). La visión estratégica apunta hacia el futuro, ofrece una perspectiva del punto al que se dirige la organización y de lo que puede llegar a hacer. La visión aclara la dirección de largo plazo de la compañía y su intención estratégica. Pág. 32.

Entonces la visión es hacia donde llegará la empresa en cuanto a su desarrollo, son las proyecciones a las que se sujetará en los próximos años, puesto que detalla la dirección a la que se centra y se enfoca.

2.6 Políticas de Importación

CHOLVIS, Fransico, (1988). “Una política inteligente acerca de las importaciones y exportaciones es imprescindible para el adecuado desenvolvimiento de la economía nacional, y en ello se fundan todas las medidas que los gobiernos adoptan para la regulación del comercio internacional o exterior. Pág. 39.

La presente importación de rines cromados para transporte pesado debe ligarse siempre a lo establecido con las políticas tanto de importación como para desaduanar los productos importados con el fin de

cumplir con todas las leyes y evitar multas y sanciones para los establecimientos que distribuyen y venden productos importados al país.

Las empresas y microempresas del país que importan son muy reducidas ya que no conocen los procedimientos adecuados para la venta de productos ingresados al país. Con el conocimiento de las políticas de importación los gerentes de las microempresas podrían extender su mercado y contar con variedad de sus productos, teniendo como resultado un elevado ingreso en el PIB.

2.8.5 Organización estructural.

MUCH, Galindo, (2006). “La Organización Estructural tiene que ver con el ambiente donde se desarrolla el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación y los principio con lo que se debe regir”. Pág 285.

En todo tipo de empresas o microempresas es necesario contar con una organización estructural, ya que esta tiene el objetivo de organizar tanto al personal como a los procesos a los que se tienen que regir la empresa, también permite el cumplimiento de objetivos, metas y propuestas hechas por la empresa.

2.8.6 Orgánico estructural.

El Orgánico Estructural detalla de manera gráfica las funciones que tienen que cumplir cada área dentro de la organización, de acuerdo a los niveles jerárquicos o líneas de autoridad. Teniendo como cabecilla al gerente de la empresa, siendo la persona que haga cumplir con las actividades, teniendo el apoyo respectivo de los representantes de cada línea jerárquica.

2.8.7 Orgánico funcional.

El Orgánico Funcional tiene la obligación de encomendar tareas y requisitos para el cumplimiento de metas, de acuerdo a su cargo, unidad administrativa o área en la que se desempeña.

2.9 Empresas de Transporte Pesado en el Ecuador

DUBBINI, Daniela, (2008). “El nacimiento de la industria automotriz a fines del siglo XIX y la creciente difusión de los automotores como medio de transporte desde comienzos del siglo XX implicaron un cambio tecnológico y económico de enormes dimensiones a nivel mundial.” Pág. 191.

El sector automotriz juega un papel vital dentro de la economía de un país. Su desarrollo se encuentra ligado al transporte de artículos, bienes y personas en diferentes actividades. Generando puestos de trabajo y mayores ingresos para el país por medio de los respectivos aranceles e impuestos. El dinamismo económico sobre la venta de rines y gracias a las necesidades de los transportistas es un referente propicio para el desarrollo de nuestro país de forma económica.

En la actualidad la globalización de los sectores productivos ha evolucionado día a día con el fin de ser competitivos, en consecuencia es necesario combinar flexibilidad, calidad, rapidez y costos bajos, para que las microempresas ganen mercado y combinen competitividad. Con respecto al desarrollo de la comercialización de partes y piezas automotrices el mercado ha ido ganando grandes beneficios y cambios relativamente altos de acuerdo a la especialización y liderazgo, complementándose con alianzas estratégicas con mercados extranjeros.

2.10 Rines.

“Es el acero o aluminio y que popularmente se le llama llanta. Pueden ser de disco, fundición o de radios. Las llantas de fundición de acero poseen una elevada resistencia y una base de mecanización muy precisa.” (MANUAL DEL AUTOMOVIL REPARACION Y MANTENIMIENTO, 2005, España, MMV) Pág. 1060.

“Las ruedas constituyen el punto de apoyo de un automóvil sobre el suelo, realizando la función de pulsarlo y frenarlos.” (PÉREZ, Jose Manuel Alonso, 2011, Tecnicas del Automovil CHASIS, Octava Edición). Pág. 359.

Los rines son considerados como la base para sostener el peso del vehículo, estos deben tener resistencia y consistencia en cuanto al material del que están hechos. Ya que al soportar el peso del vehículo y su carga deben ser resistentes, al igual que soportan golpes de la suspensión por el cambio de marchas o el terreno muy poco estable. Los rines cromados serán importados desde Shanghái ya que este país se encuentra en el puesto número 2 en cuanto a facilidades de hacer negocios internacionales, y cuenta con variedad de artículos con los que se puede importar hacia Ecuador.

2.5.1 Dimensiones de los rines a ser importados.

PÉREZ, José Manuel Alonso, (2011). Las dimensiones fundamentales de una llanta suelen venir grabadas sobre ellas en forma simplificada, con dos valores numéricos expresados en pulgadas y una letra entre ambos. El primer número indica la cota A referente a la anchura inferior, mientras que la segunda cifra indica la cota C o diámetro nominal. Pág. 362

Los rines cromados a ser importados son aquellos que miden 22.5 cm de alto x 9, 8.25 y 7.50 pulgadas de ancho; todos estos cuentan con

agujeros de entre 10, 8 y 6 huecos respectivamente. La finalidad de estos rines es la seguridad que ofrecen, cuidando la estabilidad y adecuada posición del vehículo que transporta carga.

2.5.2 Función.

MANUAL DEL AUTOMÓVIL REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO, (2005).

Las funciones que en el vehículo realiza el neumático son:

- soportar la carga.
- guiar la trayectoria del vehículo.
- transmitir la potencia motriz y la potencia del freno.
- proteger el vehículo y el confort de los pasajeros contra el terreno.

Pág. 1062.

Los rines cuentan con la función de soportar toda clase de carga, es por ello que es necesario evitar el rozamiento sea con el suelo o unas llantas inadecuadas que causen daños a los mismos. En los vehículos de carga cada uno cuenta con peso establecido para mantener y soportar el nivel adecuado, con el fin de que los rines no se puedan abrir o trizar.

2.6 Comercio Internacional

BAMCA, Bolsa, (2000). “Intercambio de bienes y servicios de un país con el resto del mundo que ha permitido la globalización y el crecimiento de los mercados.” Pág. 88.

El comercio internacional ha sido un referente histórico para el avance económico entre naciones, puesto que ayuda a la economía de los países subdesarrollados. Es considerado también como un indicador para el manejo del PIB.

Dentro de Ecuador el comercio internacional ha ido ganando un indicador histórico, ya que se ha caracterizado por ser un país mono exportador, basándose su economía en la exportación de algunos productos tradicionales.

2.6.1 Instituciones de comercio exterior en el Ecuador.

El comercio exterior ha sido una fuente invaluable en las últimas décadas por la gran cantidad de ingresos económicos por parte de migrantes entre otros ingreso, puesto que estos han sido un referente en el cálculo del PIB, su concentración está en las importaciones y exportaciones que diariamente realiza el país.

Existen varias instituciones que trabajan para que el comercio exterior sea más fluido y mantienen estrechas relaciones comerciales, uno de estos casos es el COMEX que ayuda a fortalecer el comercio entre varios países, haciendo cumplir todas las políticas y esquemas tributarios acorde al país.

2.6.1.1 Otras alianzas con Ecuador

NELSON, Carla A. (2010). El NAFTA (Tratado de Libre Comercio de América del Norte, por sus siglas en inglés) elimina las barreras para comerciar con automóviles, camiones de carga, camiones de pasajeros y partes de América del Norte (“productos automotrices”) dentro del área de libre comercio y elimina las restricciones de inversión. Pág. 256.

De acuerdo a este tratado y en cuanto a la importación de rines cromados no existen restricciones de inversión para los países que forman parte del NAFTA, esto es: Estados Unidos, Gran Bretaña, Canadá, Argentina y México. Este hecho hace referencia a una libre comercialización de partes y piezas automotrices.

Las alianzas que mantiene Ecuador con países vecinos han ayudado en su gran mayoría a conocer varios productos homogéneos para la venta a precios muy asequibles para el consumidor.

2.6.2 País exportador.

Ecuador cuenta con varios tratados comerciales, uno de estos casos es China un país exportador que ha ido ganando estatus socio económico y en materia tecnológica, puesto que sus varios productos cuentan con última tecnología y realza las apariencias y presentación de varios de los productos que eran casi obsoletos para los usuarios.

2.6.2.1 República popular china.

NELSON, Carla A. (2010). El comercio mundial transformó a la República Popular de China (PRC, por sus siglas en inglés) en la economía de más rápido crecimiento en el mundo. China se convirtió en el comerciante más grande de Asia y el tercer exportador e importador más grande en el comercio mundial, representa el 38% del porcentaje del PIB. Pág. 311.

China ha sido uno de los países que ha crecido en aproximadamente los últimos 15 años, no cuenta con infraestructura pero su talento humano y su gran innovación sobre los productos que realizan, ha aportado al crecimiento económico.

2.6.2.2 Pago.

NELSON, Carla A. (2010). Los vendedores chinos prefieren ser dominados en su propia moneda: remimbi (RMB). La mayoría de las transacciones de compra y venta en el comercio de China requiere tradicionalmente del pago mediante carta de crédito irrevocable (L/C) contra la presentación de una letra a la vista y los documentos de embarque. Pág. 313.

Con respecto al pago que se realiza en el comercio internacional, en China prefieren recibir los remimbi, ya que al ser su moneda el comercio para ellos es mucho más fluctuoso. Pero también se realizan transferencia de bancos seguros que cuentan con responsabilidad y eficiencia en el manejo del dinero.

2.7 Impactos

Según JÁCOME, Walter, (2005). “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cualitativo, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”. Pág. 171.

Los impactos son las consecuencias de la creación o del proceso que tienen un producto o empresa, dichos impactos pueden medirse de forma cuantitativa o cualitativa dependiendo del caso. Estos impactos pueden ser positivos o negativos.

2.7.1 Impacto económico.

El impacto económico se encuentra en los cálculos económicos, con respecto a varios indicadores como son: rentabilidad, sueldos, movimientos económicos, entre otros. Los impactos económicos determinan la factibilidad o no de la empresa con respecto a sus movimientos para tomar decisiones que tengan el menos riesgo posible.

2.7.2 Impacto social.

MENDOZA, Franklin, (2010). Se refiere a las soluciones de diferentes problemas que se pueden dar en el desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son: la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico y

especialmente en el ámbito educacional, profesional, social, cultural, entre otros. Pág. 36

El impacto social como su nombre lo indica en la sociedad, ya que predomina el desarrollo en la región o lugar donde se realizara el proyecto de factibilidad. Esto es en cuestiones de mejorar las condiciones de vida o a su vez empeorarlas, puesto que se mide de forma negativa o positiva.

2.7.3 Impacto Educativo

Dentro del impacto educativo podemos notar los cambios que se realizan en la mentalidad del pequeño empresario, esto dependerá de los factores a los que se rija, pueden ser conocimiento tecnológico, visual o practico ya que influencias de gran manera en los conocimientos educativos.

2.7.4 Impacto ambiental.

ARBOLEDA, Germán, (2001). “Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración”. Pág. 417.

Impacto ambiental se entiende a las formas en que el medio ambiente se llega a afectar, modificar o dañar. Un proyecto que genere nuevos productos que contengan procesos de cambio, pueden ser positivos o negativos; afectando al medio ambiente, salud, recursos naturales, como el funcionamiento y estabilidad de las empresas en funcionamiento o las que apenas se van a lanzar al mercado.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El presente capítulo tiene la finalidad de conocer el alcance del estudio de mercado, tanto la demanda como la oferta y las proyecciones respectivas. Ya que estas variables se consideran de gran importancia para medir el mercado potencial al que se espera la acogida y aceptación del producto.

Con este estudio se podrá conocer las necesidades que los transportistas tienen, para con ello ofrecer el producto de acuerdo a las expectativas esperadas, determinar el volumen de la demanda, dar a conocer las características y composición de los rines cromados, mediante estos determinar los precios, costos y el estudio respectivo con la competencia para establecer el precio adecuado de venta de manera equilibrada y que genere al mismo tiempo rentabilidad para el negocio.

Hoy en día el mercado de transporte pesado se ha expandido, puesto que las labores realizadas constantemente necesitan la movilización tanto de personas como de mercadería. Esto ha llevado a necesitar partes y piezas de vehículos con mayor resistencia y de buena calidad, es por ello que se considera importante conocer los canales de distribución que deben usarse para la comercialización adecuada, de manera que sea más accesible para el consumidor final y la distribución se encuentre al alcance de los transportistas con el fin de ayudarlos para que sus trayectorias y la misma compra del producto se encuentre al alcance de sus manos.

Para cuantificar y cualificar son indispensables estas variables de demanda, oferta, precio y comercialización de la ciudad de Ibarra en

cuanto a rines cromados, este estudio de mercado ayudará a visualizar el mercado meta y las proporciones de venta del producto, sus respectivas proyecciones para años posteriores, donde se espera que la microempresa cuente con una excelente acogida y el mercado sea mucho más extenso para satisfacer todas las demandas requeridas.

3.2 Objetivo

Determinar el comportamiento del mercado motivo del proyecto, siendo como variables: la demanda, el precio, la competencia, definiendo las formas de comercialización de rines cromados para el transporte pesado de la ciudad de Ibarra.

3.3 Objetivos específicos.

- Establecer la demanda potencial de los rines cromados en el mercado.
- Identificar las proyecciones de oferta y demanda para definir la demanda potencial.
- Determinar las estrategias de comercialización de los rines cromados.
- Analizar los precios del producto.

CUADRO N° 4 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Identificar las características técnicas del producto.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Garantía del producto ✓ Calidad del producto ✓ Resistencia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta ✓ Encuesta ✓ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transportista ✓ Transportista ✓ Transportista
Definir el mercado de comercialización de rines cromados.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Punto de venta ✓ Canales de distribución ✓ Precio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta ✓ Encuesta ✓ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transportista ✓ Transportista ✓ Transportista
Conocer la demanda de rines cromados sobre la población de la ciudad de Ibarra e identificar el uso adecuado de los mismos a los posibles beneficiarios.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia ✓ Preferencias del producto ✓ Frecuencia de consumo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta y entrevista ✓ Encuesta ✓ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transportista y dueño de locales de la competencia ✓ Transportista ✓ Transportista

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

3.4 Identificación del Producto

Los rines cromados se encuentran diseñados para tener mayor resistencia, estabilidad, seguridad y menores gastos en cuanto a su mantenimiento. Puesto que tienen una mejor apariencia, existe también un control adecuado del vehículo en curvas y maniobras forzadas y los discos de frenos cuentan con mayor ventilación, lo que no permite el desgaste de las ranuras de los mismos.

Es por ello que el presente proyecto está enfocado a la comercialización de rines cromados para los transportistas exclusivamente pesados, puesto que la importación de estos, son rines de que soportan grandes cantidades de peso.

CUADRO N° 5 MODELO DE RINES CROMADOS

TAMAÑO DE RINES	FOTOGRAFÍA	TIPO DE VEHÍCULO	NÚMERO DE RINES
22.5 x 8.25		IZUSU FTR IZUSU FVR HINO GD HINO HD	6 LLANTAS
17.5 x 6.75		IZUSU NPR , NKR HINO DUTRO HINO FC MITSUBISHI CANTER FUSO HIUNDAI HD72, HD78	6 LLANTAS
17.5 x 6.00		IZUSU NKR IZUSU NKR2 HINO DUTRO MITSUBISHI CANTER FUSO HIUNDAI HD65	6 LLANTAS

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

3.5 Características del Producto

Con respecto a las características propias del producto se establecen a los rines por su composición y por sus dimensiones, siendo de varios tipos para el uso de transporte pesado.

- **Composición**

Los rines cromados se componen de metales de transición duros, frágil, es muy resistente a la corrosión. Son capaces de resistir el desgaste del uso, gracias a las superficies duras, puesto que el cromo cuenta con una durabilidad de 9 solo superado por el diamante que llega a 10. Los artículos hechos de acero cromado pueden usarse cuatro veces más tiempo que lo normal.

CUADRO N° 6 DIÁMETRO DE RINES

De la rueda sise	No hay. De agujeros de los tornillos	Perno de diámetro del agujero.(mm)	P. C. D. (mm)	C. B. D. (mm)	Offset (mm)	rec del tamaño del neumático
22.5x8.25	10		281	335	171 – 165	11.00r22.5 295/75r22.5
De la rueda sise	No hay. De agujeros de los tornillos	Perno de diámetro del agujero.(mm)	P. C. D. (mm)	C. B. D. (mm)	Offset (mm)	rec del tamaño del neumático
17.5x6.00	5	29	203.2	146	115	205/75r17.5
	5	32.5	208	150	127	215/75r17.5
	6	21.5	190	140	118	225/75r17.5
	6	20.5/21.5	205	161	125	8r17.5
	6	32.5	222.25	164	135	8.5r 17.5
	6	21.5	245	202	135	
	8	26	275	221	134	
	10	26	225	176	133	
De la rueda sise	No hay. De agujeros de los tornillos	Perno de diámetro del agujero.(mm)	P. C. D. (mm)	C. B. D. (mm)	Offset (mm)	rec del tamaño del neumático
17.5x6.75	5	29	203.2	146	115	225/75r17.5
	5	32.5	208	150	120	235/75r17.5

	6	21.5	190	140	145	9r17.5
	6	20.5/21.5	205	161	125	
	6	32.5	222.25	164	135	
	6	21.5	245	202	135	
	8	26	275	221	134	
	10	26	225	176	133	

Fuente: spanish.alibaba.com

Elaborado por: La Autora

En este cuadro se especifica las dimensiones de algunos de los rines para camiones, dentro de la importación de los rines cromados se requiere la importación de los rines con las especificaciones más abajo detalladas.

CUADRO N° 7 DIÁMETRO DE LOS RINES A IMPORTAR

CAMIONES GRANDES					
PULGADAS ANCHO	RIN ALTO	AGUJERO	AGUJERO CENTRAL	CIRCULO BASICO	OFFSET mm
8.25	22.5	10	281	335	171 – 165
6.75	17.5	6	164	222.25	135
6.00	17.5	5	146	203.20	115

Fuente: alibaba.com

Elaborado por: La Autora

Las dimensiones de los rines cromados cuentan con diferentes características, es por ello que de acuerdo a las necesidades de los transportistas se espera la importación y venta de lo especificado por los clientes, ya que de acuerdo al peso del vehículo se toma en cuenta los huecos y la altura necesaria y deseada por el consumidor.

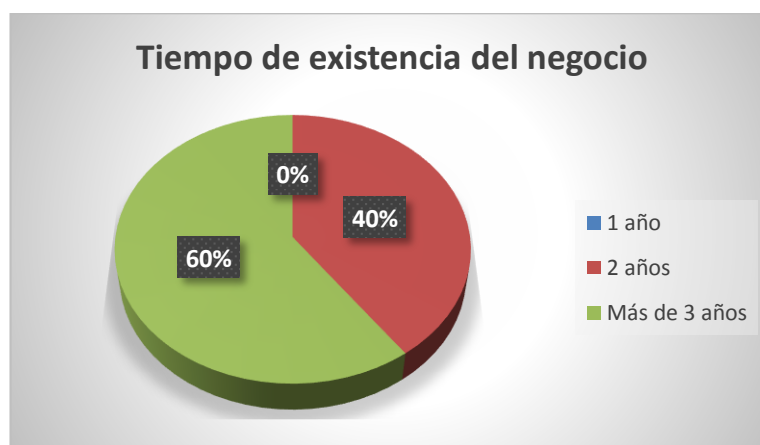
3.6 Tabulación y Análisis de la Oferta y Demanda

1. ¿Qué tiempo lleva en pie su negocio?

TABLA N° 11 TIEMPO DEL NEGOCIO

	N°	%
1 año	0	0%
2 años	4	40%
Más de 3 años	6	60%
TOTAL	10	100%

GRÁFICO N° 11 TIEMPO DEL NEGOCIO



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

De los datos recibidos por parte de los gerentes de los almacenes competidores, conocemos que la existencia de las empresas y microempresas tienen más de 3 años aproximadamente en funcionamiento, son establecimientos legalmente constituidos y que en ningún caso han desistido de sus actividades diarias de ventas y atención al cliente. Estos locales son para la mayoría el único ingreso y sustento familiar, puesto que en muchos de los casos son uniones familiares, laborando los mismos dueños de los locales comerciales.

2. ¿Cuenta con variedad en sus marcas de rines?

TABLA N° 12 VARIEDAD DE MARCAS

	N°	%
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

GRÁFICO N° 12 VARIEDAD DE MARCAS



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

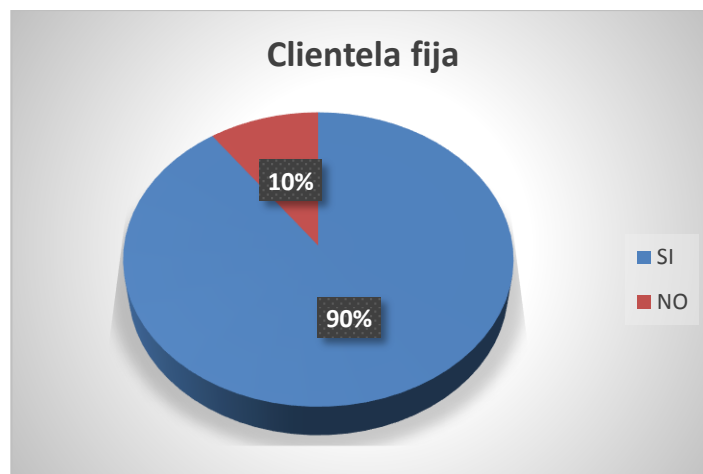
De acuerdo a las entrevistas realizadas a los dueños y gerentes de las empresas y microempresas competidoras de la ciudad de Ibarra y con respecto a la pregunta de variedad de marcas de rines que distribuyen y venden a la ciudad se establece que de los 10 almacenes 7 de ellos cuentan con variedad de marcas. Esto solo lo realizan en rines sencillos más no cromados, puesto que los rines cromados solo los realizan mediante previo pedido y abono respectivo. La afirmación sobre los pedidos, se establece puesto que consideran los gerentes que la venta son a precios muy elevados.

3. ¿Su clientela es fija?

TABLA N° 13 CLIENTELA

	<i>N°</i>	<i>%</i>
<i>SI</i>	9	90%
<i>NO</i>	1	10%
<i>TOTAL</i>	10	100%

GRÁFICO N° 13 CLIENTELA



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

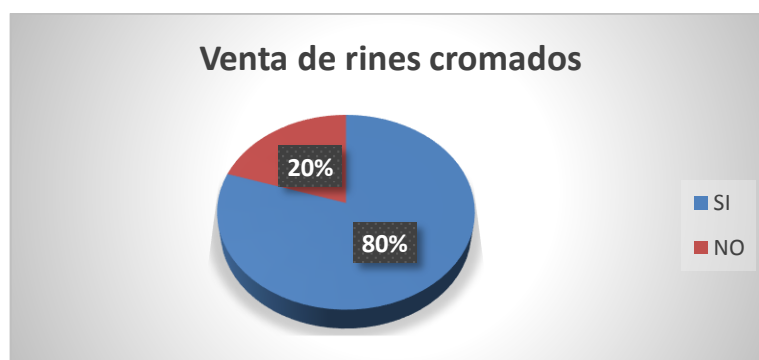
En cuanto a la clientela, la mayoría de los almacenes cuenta con clientela fija, puesto que por su ubicación, cercanía a las vías de mayor afluencia de tránsito de los transportistas pesados y gracias a la rapidez en su venta y su buena atención, la clientela es recurrente. Incluido a esto es las facilidades de pago que ofrecen.

4. ¿En sus locales comerciales venden rines cromados?

TABLA N° 14 LOCALES CON VENTA DE RINES CROMADOS

	N°	%
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

GRÁFICO N° 14 LOCALES CON VENTA DE RINES CROMADOS



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Con respecto a la venta de rines cromados, de los 10 almacenes de venta 8 de ellos venden rines cromados, esto exclusivamente bajo pedido, apenas 2 locales comerciales tienen disponibles muy pocas cantidades de rines cromados de distintos diámetros, pero ninguno de ellos para camiones de carga pesada.

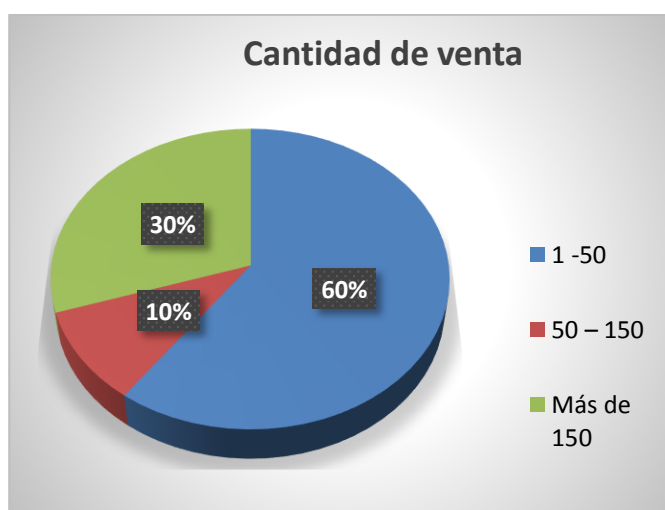
Los gerentes de los almacenes comerciales establecen que la demanda es un poco elevada pero por sus costos no cuentan con cantidades suficientes, es por ello que solo los traen bajo pedido.

5. La venta de rines semanal en su local comercial se encuentran entre:

TABLA N° 15 UNIDADES VENDIDAS

Unidades	N°	%
1 - 50	6	60%
50 – 150	1	10%
Más de 150	3	30%
TOTAL	10	100%

GRÁFICO N° 15 UNIDADES VENDIDAS



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

Aproximadamente existe una venta de entre 1 a 50 unidades a la semana, siendo un número normal de distribución de la mayor parte de locales comerciales. Esta cantidad es un referente para establecer la demanda sobre los rines. De los 6 locales se pudo observar que cuenta con una rentabilidad mensual y esto ayuda a la estabilidad económica para el negocio.

3.9 Análisis de la Oferta

Para cálculos de la oferta se toma en cuenta a la competencia de venta de rines cromados en la ciudad de Ibarra, determinando de acuerdo a la situación geográfica donde se encuentra la mayoría de los competidores, de esta manera situados en la Avenida Cristóbal de Troya.

Para obtener información se tomó en cuenta las entrevistas realizadas a los competidores. Determinando de esta manera el número aproximado de venta y distribución de rines cromados a la zona norte de la provincia de Imbabura Siendo estos los siguientes almacenes.

CUADRO N° 8 COMPETENCIA

N°	NOMBRE DEL ALMACÉN	PROPIETARIO
1	Distrilujos Ibarra	Elva Benavides
2	Mil & 1 Llantas	Elizabeth Molina
3	Tecniruedas	Juan Carlos Pozo
4	Truck Center Ibarra	Verónica Andrango
5	Repuestos Diésel Importadores	Mauricio Sandoval
6	Multimarcas JC	Juan Carlos Cañarejo
7	Tecno Car 1	Patricio Córdova
8	Disvallantas	Byron Arturo
9	Llantas	Cristian Villareal
10	Tecno Car Vulcanizadora	Darío Córdova

Fuente: Observación
Elaborado por: La Autora

La competencia se toma en cuenta a los almacenes anteriormente expuestos, ya que son estos los que distribuyen y venden rines cromados para transporte pesado. Esto solo a base de pedidos realizados con anticipación y cada uno con sus respectivos abonos. Es por ello que se encuentran dentro de la competencia.

Para mayor comprensión en las ventas que realizan y con el fin de conocer la demanda sobre los rines, se realizó entrevistas a los gerentes de los almacenes, siendo en resumen estas sus respuestas a las preguntas planteadas.

3.9.1 Oferta actual.

Para determinar el valor de la oferta actual, se hace referencia a la entrevistas realizada a los gerentes – propietarios de los almacenes de la Avenida Cristóbal de Troya, en cuanto a la pregunta N° 5, denotando que las ventas por unidades oscilan entre las 150 y 200 unidades mensuales, siendo la venta semanal de 50 unidades en los almacenes de gran fluidez de clientela y en los locales más pequeños un total d 35 unidades semanales, establecida de la siguiente manera:

CUADRO N° 9 OFERTA ACTUAL

TIPO	N° DE LOCALES	VENTA SEMANAL UNIDADES	OFERTA ACTUAL	OFERTA ACTUAL ANUAL
			MENSUAL	
TOTAL	10	40	160	1920

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

3.9.2 Proyección de la oferta.

Para el cálculo de la oferta se tomó en cuenta el crecimiento del parque automotor de los últimos 3 años siendo del 4,44%, datos arrojados por el INEC.

Utilizando la siguiente formula:

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

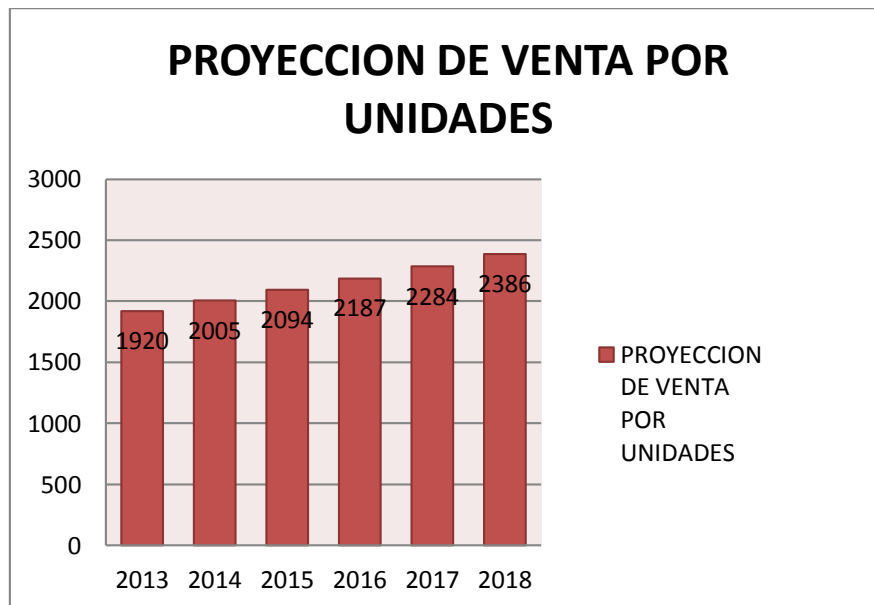
Of	Oferta Futura o Proyectada
Óp.	Oferta actual
I	Índice de crecimiento
N	Años Proyectados

CUADRO N° 10 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	PROYECCIÓN POR UNIDADES DE RINES	OFERTA
2013		1920
2014		2005
2015		2094
2016		2187
2017		2284
2018		2386

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 16 PROYECCIÓN DE LA OFERTA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Como se puede observar el incremento acuerdo al crecimiento del parque automotor y por ende las necesidades de rines en cuanto a la compra de los mismos son constante, dicho de esta manera en forma anual para el año 2017 las ventas estarían entre las 2284 unidades vendidas al año.

3.10 Mercado Meta

El mercado meta al que se encuentra dirigido el producto es a los transportistas de carga pesada de la ciudad de Ibarra, siendo estos en la mayoría transportistas del mercado mayorista, y de forma marginal al resto de cantones, puesto que el local comercial se encontrará en la panamericana a pocos metros del centro de la ciudad de Ibarra.

De acuerdo a los rines con las características que ofrecen nuestro mercado meta se encuentra en los vehículos de marcas chinas y que cuentan con 6 llantas para su movilización, siendo las siguientes marcas:

CUADRO N° 11 MERCADO META

TAMAÑO DE RINES	TIPO DE VEHÍCULO	NÚMERO DE RINES
22.5 x 8.25	IZUSU FTR IZUSU FVR HINO GD HINO HD	6 LLANTAS
17.5 x 6.75	IZUSU NPR , NKR HINO DUTRO HINO FC MITSUBISHI CANTER FUSO HIUNDAI HD72, HD78	6 LLANTAS
17.5 x 6.00	IZUSU NKR IZUSU NKR2 HINO DUTRO MITSUBISHI CANTER FUSO HIUNDAI HD65	6 LLANTAS

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

El motivo de llegar a este mercado es por el trabajo que realizan, por su constante y largas trayectorias, lugares a los llegan y el peso que transportan, ofreciéndoles estabilidad y mayor seguridad tanto con la carga como con sus propias vidas, puesto que los rines cromados eso ofrecen. En lo que es parque automotor en la ciudad de Ibarra, esta cuanta con gran cantidad de marcas chinas, es por ello que la importación se la hará exclusivamente para este tipo de transporte.

3.11 Análisis de la Demanda

El principal objetivo de analizar la demanda es determinar las necesidades que los consumidores de rines tienen en el mercado y de esta manera satisfacer de forma eficiente y adecuada al consumidor.

De acuerdo a la demanda de los rines cromados para transporte pesado en la ciudad de Ibarra, y con respecto a los datos estadísticos arrojados por el INEC 2013 se conoce que son 2.815 vehículos matriculados en la Provincia de Imbabura, distribuidos en los diferentes cantones más abajo determinados.

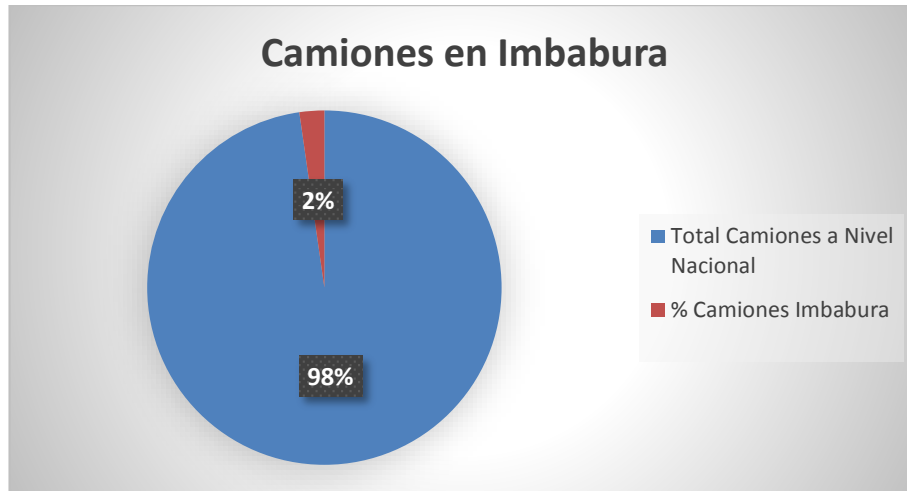
Para el análisis del comportamiento de la demanda se tomó en cuenta los valores sobre el total de vehículos matriculados con el cálculo respectivo de acuerdo al comportamiento de camiones que le corresponde a la provincia de Imbabura, a continuación detallada así:

**CUADRO N° 12 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN
IMBABURA**

	Total	TOTAL
Total Camiones a Nivel Nacional	100%	121607
% Camiones Imbabura	2,31%	2815

Fuente: INEC 2013 (Matrículas pesados, camiones Imbabura)
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 17 CAMIONES EN IMBABURA



Fuente: INEC 2013
Elaborado por: La Autora

Con respecto a lo anterior establecido, el INEC arroja datos a nivel provincial pero carece de datos a nivel cantonal, por lo que es necesario establecer el cuadro de la demanda de camiones de la ciudad de Ibarra. Este cálculo se lo realizó de acuerdo al porcentaje para el cálculo de la muestra de las encuestas realizadas a los consumidores y de acuerdo a la población económicamente activa de la provincia con respecto a cada cantón. Así detallada:

3.11.1 Análisis de la demanda por unidades de rines.

Con respecto a la demanda nos encontramos con datos que arrojan el INEC 2013, los cuales establece que la demanda de camiones para ese año es de 2.815 vehículos. Dichos transportes de acuerdo al peso que llevan y a sus características, cuentan con 6 llantas de uso. Teniendo la demanda por unidad de la siguiente manera:

CUADRO N° 13 ANÁLISIS DE LA DEMANDA POR UNIDADES DE RINES

Cantón	Total Camiones	Total Unidades (RINES)
Ibarra	1281	7686
Antonio Ante	308	1848
Cotacachi	282	1692
Otavalo	741	4446
Pimampiro	92	552
San Miguel de Urququí	111	666
Total Camión	2815	16890

Fuente: INEC 2013
Elaborado por: La Autora

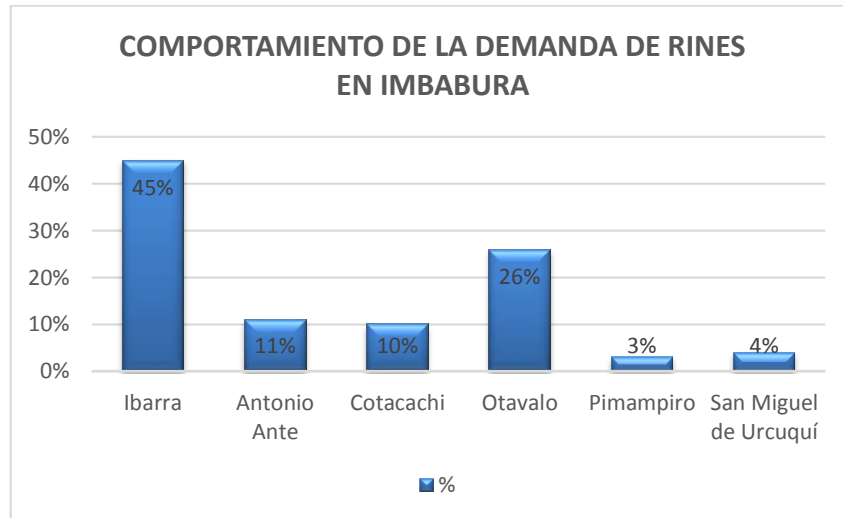
De acuerdo al cálculo respectivo tenemos que la demanda en cuanto a rines para la Ciudad de Ibarra es de 7.686 unidades, esto ya que de acuerdo a las necesidades de cada vehículo de transporte pesado tiene. Como se observa la mayor necesidad es para la ciudad de Ibarra, es por ello que el estudio se enfoca a esta zona, siendo la de mayor afluencia, comercio y a la que los transportistas por trabajo o simplemente por transportar mercaderías hacia otros destinos tienen la obligación de pasar por la Ciudad.

CUADRO N° 14 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA POR CANTÓN DE RINES PARA VEHÍCULOS DE 6 UNIDADES

Cantón	Total	%
Ibarra	7686	45%
Antonio Ante	1848	11%
Cotacachi	1698	10%
Otavalo	4446	26%
Pimampiro	552	3%
San Miguel de Urququí	666	4%
Total Rines	16896	100%

Fuente: INEC 2013 (Matrículas pesados, camiones Imbabura)
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 18 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA DE RINES PARA VEHÍCULOS DE 6 UNIDADES



Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

En conclusión, la demanda de rines cuenta con mayor acogida en la ciudad de Ibarra, siendo del 45% a nivel provincial, mismos datos arrojados por el INEC.

3.12 Proyección de la Demanda

Para el cálculo de la proyección sobre la demanda de rines cromados se tomó en cuenta la evolución del parque automotor en cuanto a transporte pesado, siendo del 4,44% anual. Este porcentaje no da a conocer el Ministerio de Transporte y Obras Públicas del Ecuador, entonces tomando estos datos la proyección para los 5 años se establecería de acuerdo a la siguiente formula:

$$Df = Dp (1 + i)^n$$

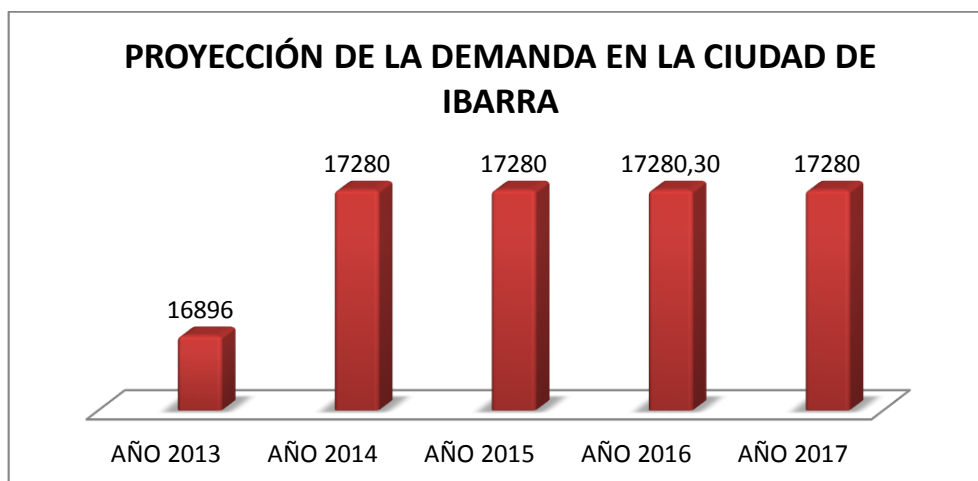
Df	Demanda Futura o Proyectada
Dp	Demanda actual
i	Índice de crecimiento
n	Años Proyectados

CUADRO N° 15 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR CANTÓN

CANTON	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Ibarra	7686	7864	8045	8231	8421
Antonio Ante	1848	1891	1934	1979	2025
Cotacachi	1692	1731	1771	1812	1854
Otavalo	4446	4549	4654	4761	4871
Pimampiro	552	565	578	591	605
San Miguel de Urcuquí	666	681	697	713	730
Total Camión	16890	17280	17280	17280	17280

Fuente: INEC 2013, Ministerio de Transporte y Obras Públicas
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 19 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN LA CIUDAD DE IBARRA



Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

Con respecto a las proyecciones, tenemos en cuenta un total de 17.280 unidades de rines para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra a los que se encuentra destinado la venta de los rines cromados, esto para el año 2017. Mientras que su evolución es del 4,44% anteriormente establecido. Dicho de esta manera la proyección es vistosa año por año, es por ello que la microempresa tiene el afán de establecer

el mercado potencial al que se dirige, contando con un lugar estratégico para la venta y distribución de los rines cromados para la ciudad de Ibarra.

3.13 Balance Entre Oferta y Demanda

El Balance entre Oferta y Demanda es el análisis que se lo realiza para determinar si el producto que se desea importar tiene acogida y necesidad en el mercado. Así:

CUADRO N° 16 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2013	7.686	1.920	5.766
2014	7.864	2.005	5.858
2015	8.045	2.094	5.951
2016	8.231	2.187	6.044
2017	8.421	2.284	6.137
2018	8.842	2.386	6.456

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Entonces de acuerdo al cálculo entre Oferta y Demanda podemos ver que existe una cantidad significativa en cuanto a la Demanda a Satisfacer para la Ciudad de Ibarra.

3.14 Demanda Potencial a Satisfacer

La demanda potencial es simplemente un análisis entre la oferta y demanda respectivamente, con el fin de conocer si el producto llegaría a tener o no un mercado potencial a satisfacer.

**CUADRO N° 17 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN LA
CIUDAD DE IBARRA**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2013	.766
2014	5.858
2015	5.951
2016	6.044
2017	6.137
2018	6.456

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 18 PORCENTAJE DE OFERTA DEL PRODUCTO EN LA
CIUDAD DE IBARRA**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	% DE OFERTA DEL PRODUCTO
2013	5.766	600
2014	5.858	630
2015	5.951	662
2016	6.044	695
2017	6.137	729
2018	6.456	766

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

De acuerdo al balance entre oferta y demanda se puede notar que existe gran cantidad de demanda potencial, esto como se puede notar es de 5.766 rines en la Ciudad de Ibarra, nuestro proyecto apenas acogerá el 10% de dicha demanda siendo en este caso la venta de 600 unidades de rines con recubrimiento en croma para la misma Ciudad.

3.15 Pronósticos de Venta

Para el pronóstico de ventas se toma en cuenta el valor de la demanda a satisfacer, en la cual la microempresa importadora y comercializadora proyecta satisfacer el 100% del total de la demanda a

satisfacer del proyecto, con un crecimiento del 2,31% anual. Establecidos de la siguiente manera año por año:

CUADRO N° 19 PRONÓSTICO DE VENTA DE RINES CROMADOS

AÑO	UNIDADES DE VENTA
2013	600
2014	614
2015	628
2016	643
2017	657
2018	673

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

3.16 Análisis de los Precios

Para analizar el precio de venta de los rines cromados debemos tomar en cuenta los precios de transportación desde la fábrica importadora de China hasta el punto final que sería la bodega de la microempresa, siendo la siguiente:

CUADRO N° 20 PRECIO TOTAL IMPORTADO POR UNIDAD DE RINES

Detalle	Cant.	Precio Unitario	Gasto Nacionalización	Total Costo Unitario
RINES 6.00X17.5	200	30,00	48,83	78,83
RINES 6.75X17.5	200	31,00	48,83	79,83
RINES 8.25X22.5	200	40,00	48,83	88,83

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Con respecto a los precios que la microempresa ofrece sobre las diferentes dimensiones de los rines se tomó en cuenta el análisis del valor sobre la importación, incluyendo valores adicionales hasta llegar a nuestra bodega. Este estudio permite determinar el precio relativamente aceptable del consumidor final, puesto que también se considera los valores en los que ofrecen la competencia. Siendo así los precios que se lanza al mercado de la ciudad de Ibarra.

CUADRO N° 21 PRECIO TOTAL DE VENTA DE RINES

DETALLE	RINES 6.00X17.5	RINES 6.75X17.5	RINES 8.25X22.5
Cantidad	200	200	200
Precio Unitario	30,00	31,00	40,00
Gasto Nacionalización	48,83	48,83	48,83
Total Precio Unitario	78,83	79,83	88,83
% Utilidad	70%	90%	131%
Total Utilidad	55,10	71,96	116,53
Costo + Utilidad	133,93	151,78	205,36
12% IVA	16,07	18,21	24,64
TOTAL UNIDAD	150,00	170,00	230,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Los valores establecidos para la venta son tomados en cuenta mediante la competencia, de los cuales a través de un análisis de mercado encontramos que existen variantes en cuanto a la venta unitaria como a la venta al por mayor de rines con recubrimiento en cromo. Es por ello que al mismo tiempo se obtiene una rentabilidad aceptable de cada producto y puesto que si se el precio se disminuye de forma evidente es probable que el producto no tenga acogida, ya que puede llegar a establecer varios impactos negativos uno de ellos puede ser que no se confié en la calidad del producto.

3.17 Proyección de Precios

Todo estudio de factibilidad debe contar con proyecciones en los precios, para el cálculo, es necesario determinar el porcentaje de inflación. El INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) que es el organismo apropiado que establece el porcentaje adecuado, ya que para analizar la inflación depende de varios índices de crecimiento como son: petróleo, salud, transporte, bebidas, etc., de aquí se toma la inflación que es del 4,11% y el crecimiento del 0,17% de proyección datos que aporta el INEC.

CUADRO N° 22 PROYECCIÓN DE PRECIOS

PRECIO DE VENTA	RINES 6,00 X 17,5	RINES 6,75 X 17,5	RINES 8,25 X 22,5
Año 1	150	170	230
Año 2	156	177	240
Año 3	163	185	250
Año 4	170	193	261
Año 5	177	201	272
Año 6	185	210	284

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Con el cálculo realizado podemos observar que el precio oscila entre 150 y 185 dólares americanos para los rines de 6,00 x 17,5 lo que quiere decir que hasta el 2018 el precio se ha incrementado 35 dólares a lo largo de los 5 años y anualmente entre 6 dólares americanos.

3.18 Estrategia Comercial

Para la venta establecida de rines cromados se basa en cuatro de los principios de venta de un producto que el consumidor toma en cuenta al momento de la adquisición, siendo: producto, precio, promoción y distribución.

3.18.1 Producto.

La estrategia comercial en cuanto al producto es precisamente el valor agregado que se le da a la importación de rines, siendo en este caso el cromado. Este tiene la característica de ser mucho más resistente y soportar todo tipo de corrosión y que mediante este, el vehículo pueda tener más estabilidad a la hora de carga de mercaderías.

A diferencia de algunos locales de la competencia encontramos que la microempresa puede llegar al consumidor final de manera efectiva y bajo las condiciones requeridas, puesto que no se requiere realizar pedidos anticipados para su compra si no que llegar a la microempresa a realizar su compra en tiempo real y con las condiciones y requerimientos que el consumidor necesita.

3.18.2 Precio.

En la determinación del precio establecido para la venta se consideró:

- Cubra los costos legales de importación
- Estudio de los precios de la competencia
- Accesibilidad para el consumidor
- Determinen una utilidad como resultado del precio final

3.18.3 Promoción

Bajo las características optimas que ofrece la promoción y publicad del producto final se lo hará a través de campañas publicitarias en radios de la localidad que sean más sintonizados por los transportistas. A los cuales se les hará conocer las características del producto, el lugar donde se encuentra la microempresa y lo más importante el eslogan publicitario, **“CALIDAD Y CANTIDAD A TU PASO”**.

Es necesario incluir las formas de comunicación, es decir hacer la dirección exacta, números de teléfonos, página web y correo electrónico, con el fin de que el consumidor tenga mayor contacto con la microempresa y por ende la misma brinde cordialidad y buena atención. En cuanto a la creación de la microempresa se toma a consideración que para ganar mercado es necesario dar descuentos en algunas de las promociones, esto puede ser por la compra de dos rines el tercero tiene un descuento, entre algunas promociones, esto ayudará a ganar clientela fija.

Con respecto al financiamiento para que nuestros clientes puedan adquirir productos de manera más fácil y con el fin de convertirlos en clientes fijos para la microempresa, se otorgará créditos para mayoristas y minoristas en pequeñas proporciones, facilitando su comercio.

3.18.4 Distribución

Para iniciar las actividades en la ciudad de Ibarra la microempresa utiliza la distribución directa de los rines cromados hacia el consumidor final.

GRÁFICO N° 20 DISTRIBUCIÓN DE LA MICROEMPRESA



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- Al encontrarse la microempresa en un sector estratégico, que cuenta con mayor visibilidad, está al alcance del transportista tiene la facilidad de llegar al consumidor.
- El local se lo distribuirá de manera que el cliente al entrar a las instalaciones sienta la seguridad que requiere para adquirir sus productos, esto contando con instalaciones adecuadas, higiene, orden y presentación de los productos de manera que sean visibles y estén al alcance de los consumidores.
- La microempresa utilizará la venta directa al consumidor ya que con este fin se creó, en cuanto a la venta al por mayor será en pocas proporciones porque el legado es vender al consumidor final a precios asequibles y mucho más bajos de los de la competencia.

3.19 Conclusiones

Después de haber analizado los diferentes indicadores como fueron demanda, oferta, proyecciones respectivas, precios, entre otros se puede concluir lo siguiente:

- En la ciudad de Ibarra existe una demanda insatisfecha razonable de 5.766 unidades de rines, lo que se considera una propuesta atractiva en el mercado de transportistas pesados.
- Dentro de este mercado existe un alto grado de ausencia de valor agregado a los rines, es por ello que se pretende entregar rines cromados, siendo una alternativa excelente para que el transportista se sienta a gusto tanto en su mercadería como en lo que transporta día a día.
- El mercado transportista ha evolucionado con el pasar de los años lo que ha hecho que sea una fuente de ingresos para familias imbabureñas con este fin el crecimiento automotor requiere de cambios constantes de artículos y piezas de los vehículos.

- Los precios de estos artículos no cumplen con una estandarización, permitiendo establecer precios adecuados y que al mismo tiempo sea rentables.
- En cuanto a la comercialización la competencia no ofrece este tipo de artículos a tiempo real, si no que retardan el tiempo de entrega y requieren anticipos para la adquisición de rines cromados. a este caso le añadimos que el cambio para algunos vehículos es necesario realizarlo a tiempo para evitar daños y por ende cesar sus funciones laborales lo que es una perdida para el consumidor.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como finalidad establecer la macro localización y micro localización sobre la ubicación del proyecto, para que el mismo tenga éxito y se encuentre estratégicamente situado. De acuerdo a la naturaleza y giro del negocio y puesto que, debe estar al alcance de los transportistas la ubicación exacta se detalla más adelante.

4.1 Macro Localización

El proyecto se encuentra macro localizado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, llamada también la Ciudad Blanca, ubicada a los pies del volcán Imbabura.

TABLA N° 16 MACROLOCALIZACIÓN

MACROLOCALIZACION	
Continente	América del Norte
País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Ubicación	Parte Norte del País
Superficie	1093.3 km ²
Temperatura Promedio	18°C
Ciudad	Ibarra
Ubicación	Norte del país. A 115 km al noroeste de la ciudad de Quito y a 125 km al sur de la ciudad de Tulcán.
Coordenadas	00°20´ de latitud Norte y 78°08° de longitud Oeste.
Altura	2.225 metros sobre el nivel del mar.

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Ibarra como varias ciudades del país es una ciudad comercial, en donde se puede acceder a realizar compras en diferentes lugares y encontrar variedad de artículos. Su horario comercial es aproximadamente de 08:00 a 19:00, la moneda utilizada es el dólar americano. Por varios años el Municipio, entre otras asociaciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados han trabajado en proyectos que ayude a la economía de la ciudad en cuanto a la calidad de vida de los ciudadanos.

GRÁFICO N° 21 MACROLOCALIZACIÓN



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

4.2 Micro Localización

La Micro localización del proyecto se encuentra en la ciudad de Ibarra, debido a que la misma cuenta con demanda comercial y por la aglomeración de personas que se dedican a la comercialización y transportación de mercaderías tanto entre cantones como entre ciudades. El local comercial se encontrará ubicado entre las calles: Av. Mariano Acosta y Av. Cristóbal de Troya, diagonal al Parque Céntrica Bulevar y teniendo como referencia el Redondel de la Madre icono historio de la ciudad de Ibarra.

TABLA N° 17 MICROLOCALIZACIÓN

MACROLOCALIZACION	
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Población	Aproximadamente 157.000 habitantes.
Parroquias Urbanas	El Sagrario San Francisco Caranqui Alpachaca La Dolorosa de Priorato
Parroquias Rurales	Ambuqui, Angochagua, Carolina, Ibarra, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio
Límites de la Ciudad de Ibarra	Norte: Carchi Noroeste: Esmeraldas Oeste: Urcuquí, Antonio Ante, Otavalo Este: Pimampiro Sur: Pichincha

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 22 MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Plano de la ciudad de Ibarra

La infraestructura que brinda el lugar de ubicación del proyecto debe contar con todas las comodidades y facilidades para la presentación de servicios básicos, como son: agua, luz, teléfono, internet para la comunicación diaria con los importadores y seguir realizando comercio, por ende venta de los productos para los consumidores al por mayor y menos. Es necesario definir el índice para que la infraestructura se considere de calidad. Siendo así:

- **Seguridad**

Dentro del parámetro establecido para la venta de los rines cromados, la seguridad es importante ya que este ofrece la suficiente garantía y tranquilidad al consumidor, para que el mismo concurra a la microempresa con firmeza.

La mayoría de microempresas tienen riesgos al momento de recibir al cliente, tomando en cuenta los horarios de atención existe variedad de concurrencia de los mismos en horas específicas, esto entre las 10:00 a 12:00 y de 17:00 a 19:00, en donde la aglomeración es abundante. Es por ello que estos horarios se consideran propicios para la inseguridad, lo que la microempresa ofrece a parte de los rines, es brindarle al consumidor seguridad, buena atención y precios asequibles.

4.3 Tamaño del Proyecto

De acuerdo al capítulo de estudio de mercado, el proyecto está orientado a conseguir la satisfacción de la demanda del mercado de forma permanente y continua, esto a través de la venta de aproximadamente 269 unidades al mes, considerando una venta diaria de entre 7 y 8 unidades al día para que la microempresa tenga rentabilidad.

Para ello es necesario tomar en cuenta varios aspectos como son: tamaño del mercado, disponibilidad de insumos, capacidad financiera y talento humano.

4.3.1 Factores a identificar para el tamaño del proyecto.

El objetivo principal es la importación y venta de rines cromados para transporte pesado de la ciudad de Ibarra identificado en el estudio de mercado respectivamente.

- **Tamaño del mercado**

De acuerdo a los resultados sobre las investigaciones realizadas tanto a los consumidores o mercado meta y a la competencia de los locales que distribuyen al por mayor y menor, se conoce que la demanda potencial es de 299 unidades de rines, siendo un valor alto y que por el mismo motivo la idea primordial es llegar a abarcar a toda la demanda insatisfecha, brindándole un producto de calidad previamente certificado y sin generar algún conflicto en cuanto a la atención, capacidad de compra, tiempo de entrega del producto.

El fin de la importación es entregar los rines en tiempo real y satisfaciendo las necesidades que cada transportista requiere para su vehículo, ya que en las encuestas realizadas la competencia afirmó que la venta de los rines cromados se lo realiza con anticipación mediante pedidos y pago de mercadería.

- **Disponibilidad de insumos**

La disponibilidad de nuestra materia prima que son los rines cromados, es un factor determinando para la venta de los mismos, que si existe una ausencia del producto la demanda disminuiría, con esto las expectativas de venta determinadas no tendrían acogida.

Es por ello que la microempresa establece una cantidad de rines importados para satisfacer a la demanda de la población y captar el mercado de manera equitativa, puesto que en la mayoría de los locales

comerciales no cuentan con este tipo de artículo ya que lo consideran que son costos elevados pero su utilidad es mucho más efectiva para los transportistas.

De manera que, los dueños de los vehículos por cuidar sus vidas y la mercadería que transportan no estiman en los gastos de mantenimiento del vehículo, estos rines cromados al mismo tiempo que brindan comodidad, brindan también seguridad y estabilidad a la carrocería.

- **Capacidad financiera**

El capital determinado para la importación y comercialización es de cinco cifras americanas, para esto se cuenta con un inversionista el mismo que aportará con todo el capital necesario y requerido para creación de la microempresa. En caso de existencia de mayor cantidad de inversión está abierto para que existan socios que quieran invertir en el negocio.

- **Talento Humano**

La creación de la microempresa requiere un uso de capacidad administrativa eficiente y conocedora de importaciones y comercio exterior, puesto que el trabajo es relacionarse con empresas del extranjero. El trabajo de talento humano es buscar personal que cuente con habilidades propias para el negocio y que brinde atención adecuada a la población Ibarreña.

4.4 Diseño de Infraestructura

El diseño de las instalaciones se encuentra de acuerdo a lo que la microempresa pretende hacer, es decir venta de rines cromados en donde se cuenta con un espacio para la atención al cliente, visualización de los rines con los que se cuenta y garaje de 2 vehículos.

Para la instalación de la planta de almacenamiento de los rines y venta, se tomará en cuenta aspectos como son:

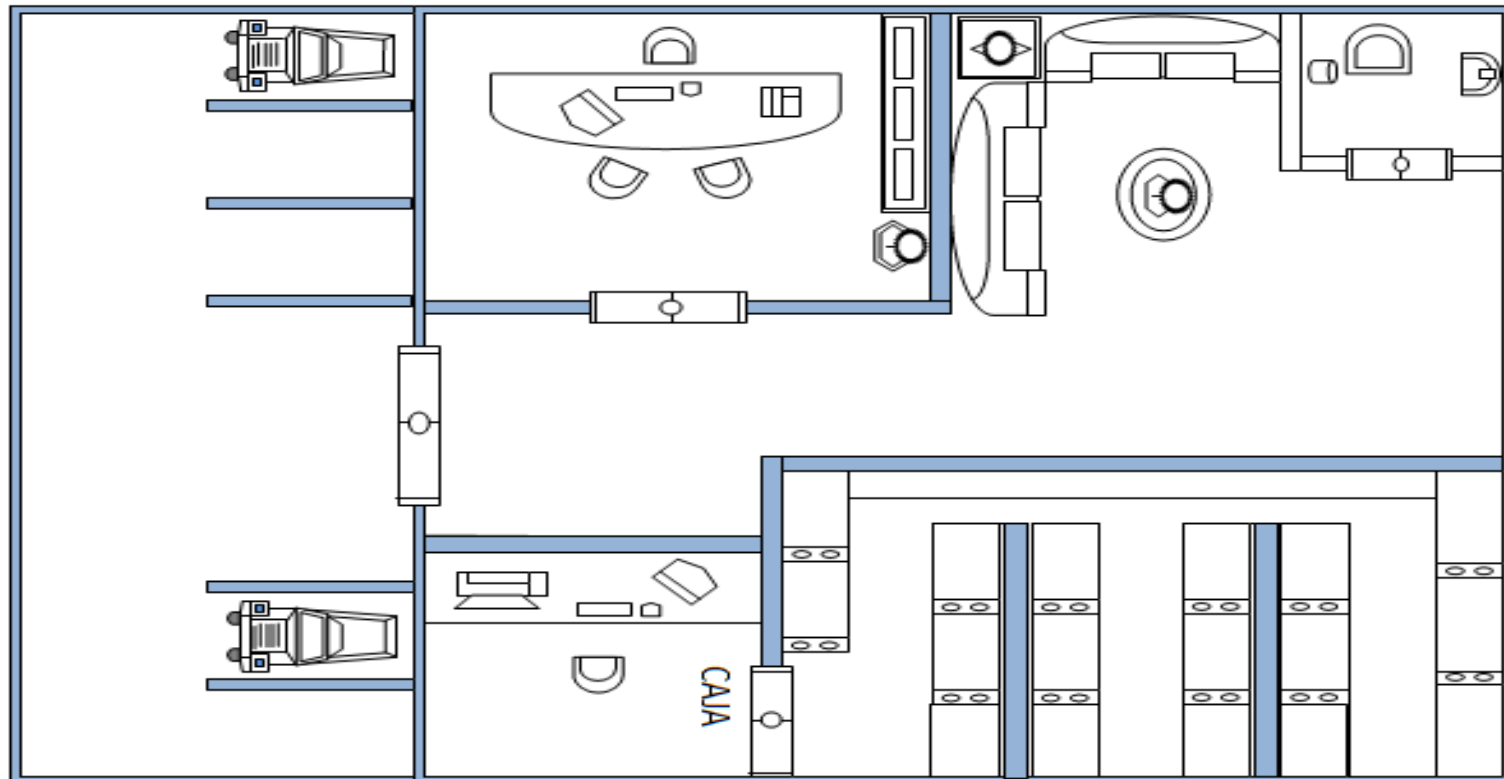
- Una oficina ubicada en el local de venta para concluir el acuerdo y venta de los rines, esto con el fin de que el cliente tenga mayor visualización del producto y para que los empleados cuenten con espacio adecuado para la venta de los productos.
- Una caja en donde se recaudará el dinero de la compra y en donde se podrá llevar el registro diario de ventas y un inventario al día.
- Una oficina ubicada en las bodegas para determinar la salida y entrega de mercadería al día, al mismo tiempo llevar un inventario de salidas y entradas.

4.4.1 Distribución de la planta

Con respecto a la distribución de las instalaciones, el área que ocupa el proyecto es de 8m² para la oficina y de 10m² la bodega. Distribuida de la siguiente manera:

- Oficina y venta

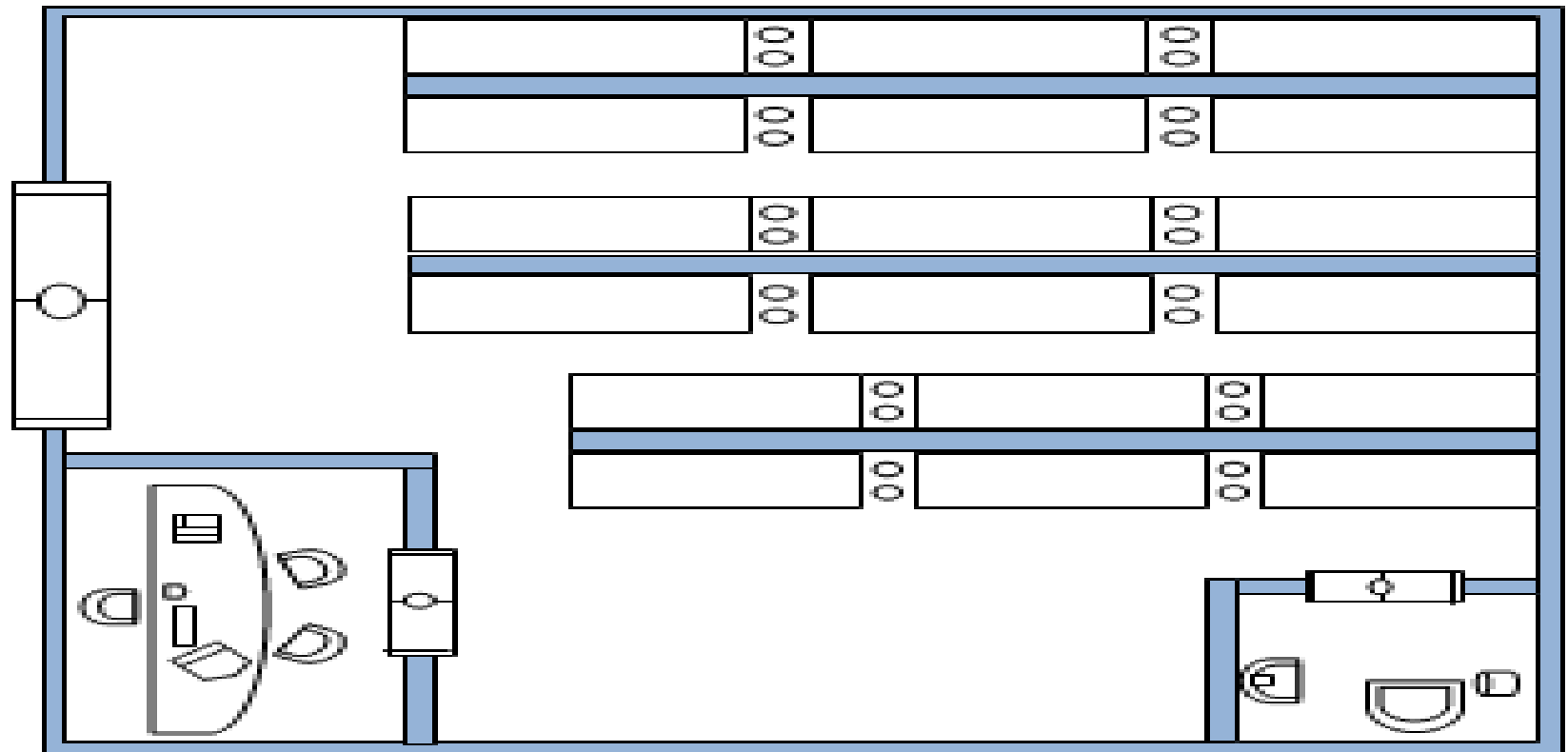
GRÁFICO N° 23 OFICINA PARA LA VENTA



Elaborado por: Arquitecto

- Bodega

GRÁFICO N° 24 BODEGA



Elaborado por: Arquitecto

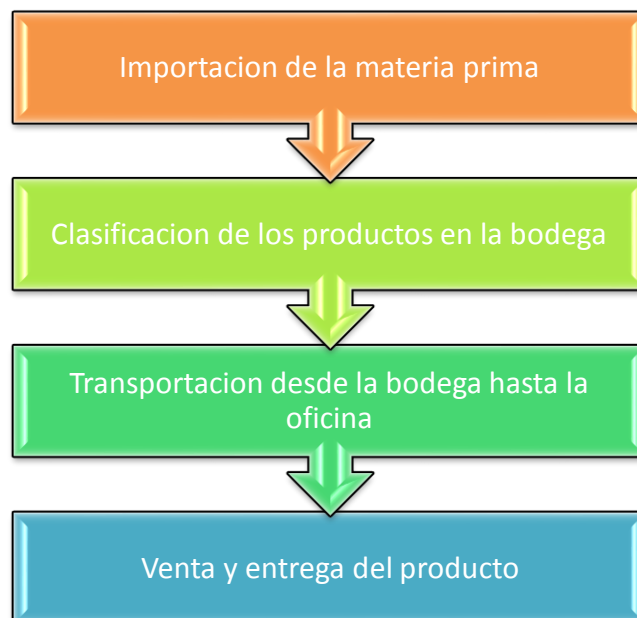
4.5 Proceso

Dentro del proceso es necesario contar con estándares que ayuden al proceso para evitar pérdidas de mercadería, actualización de datos en inventarios.

4.5.1 Diagrama de bloque.

El diagrama de bloque es la representación general de las actividades más importantes del proceso de importación y venta de los rines cromados, desde su importación hasta llegar al consumidor final.

GRÁFICO N° 25 DIAGRAMA DE BOSQUE



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5.2 Proceso de almacenamiento y comercialización.

En cuanto al almacenamiento estas cuentan de algunas operaciones realizadas desde la compra de la empresa extranjera y el proceso de llegada hasta las bodegas de los rines ubicados en la parroquia San Antonio de Ibarra y del cual se transportaran mínimas cantidades de rines hacia la oficina ubicada en el sector del Redondel de la Madre.

Para obtener una adecuada venta es necesario seguir estos procedimientos:

- **Recepción y control de la Materia Prima**

La recepción de la materia prima que procede desde China país exportador, será recibida en las bodegas de la microempresa registrando adecuadamente el peso neto a recibir.

En este proceso se deberá clasificar por tamaños y realizar el control de calidad del producto que va a ser finalmente comercializado, separando las unidades que se encuentren en mal estado, daños causados por la transportación o factores no especificados. El fin es que el producto final de comercialización será de excelente calidad y se encuentre en perfectas condiciones.

- **Limpieza, Etiquetado y Enfundado**

La limpieza se la realiza con el fin de que la visualización sea excelente tanto para el consumidor final como para el mantenimiento y cero daños por el polvo en las bodegas principalmente.

El producto deberá ser etiquetado al momento de la recepción con el fin de cuantificar los artículos y tener un inventario exacto y al día.

El enfundado respectivo se lo hará con el fin de que no se dañen los rines cromados y se encuentren en condiciones adecuadas para la venta, entregando al cliente un producto nuevo sin fricciones ni rayones.

- **Transporte**

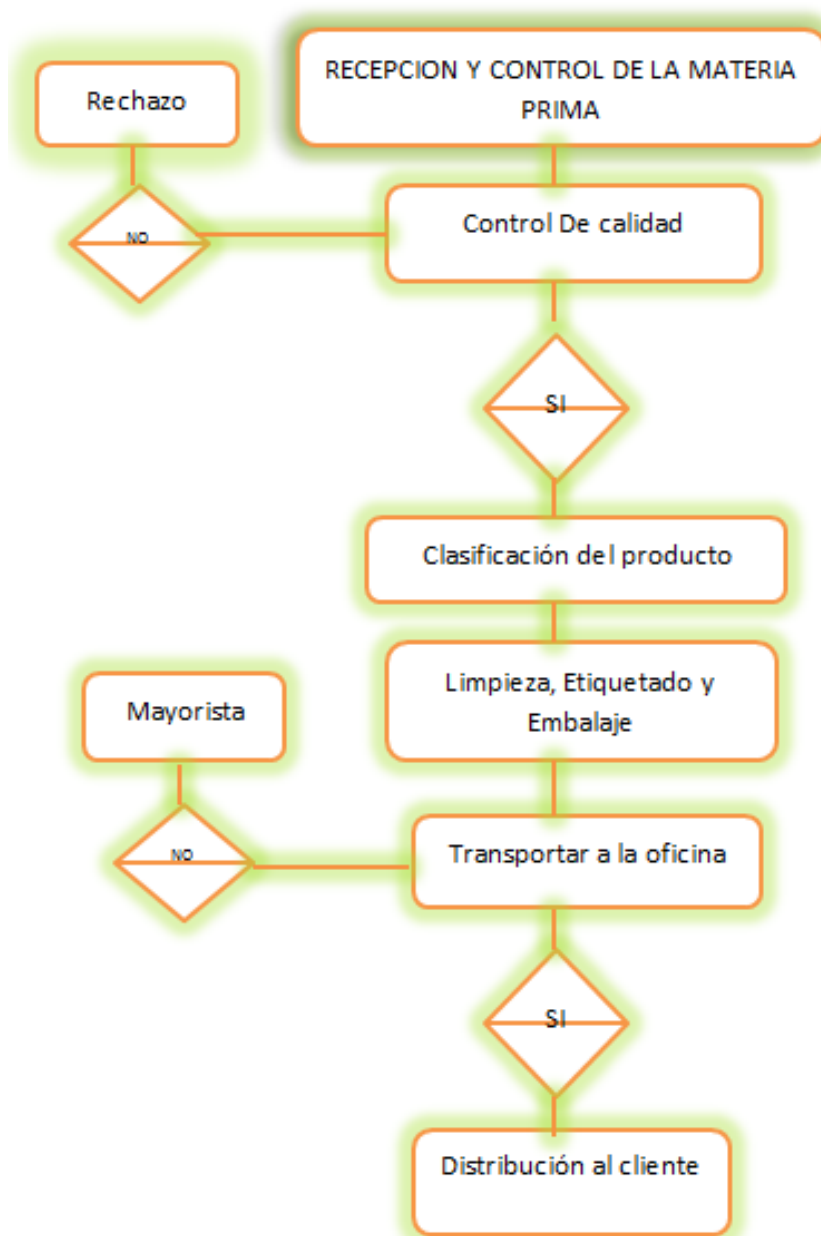
Se lo realizará con mínimas cantidades desde la bodega hacia el almacén y oficinas de venta. En caso de ser ventas con cantidades mayores a 20 unidades estas se las realizará en las bodegas mismas.

- **Distribución al Cliente**

En lo que se refiere a la venta de los rines cromados se los distribuirán en la microempresa ubicada en una área de fácil acceso para el cliente esto es en la oficina por el sector del Redondel de la Madre y al por mayor en las bodegas de la parroquia de San Antonio de Ibarra.

4.6 Flujo gramas de Proceso

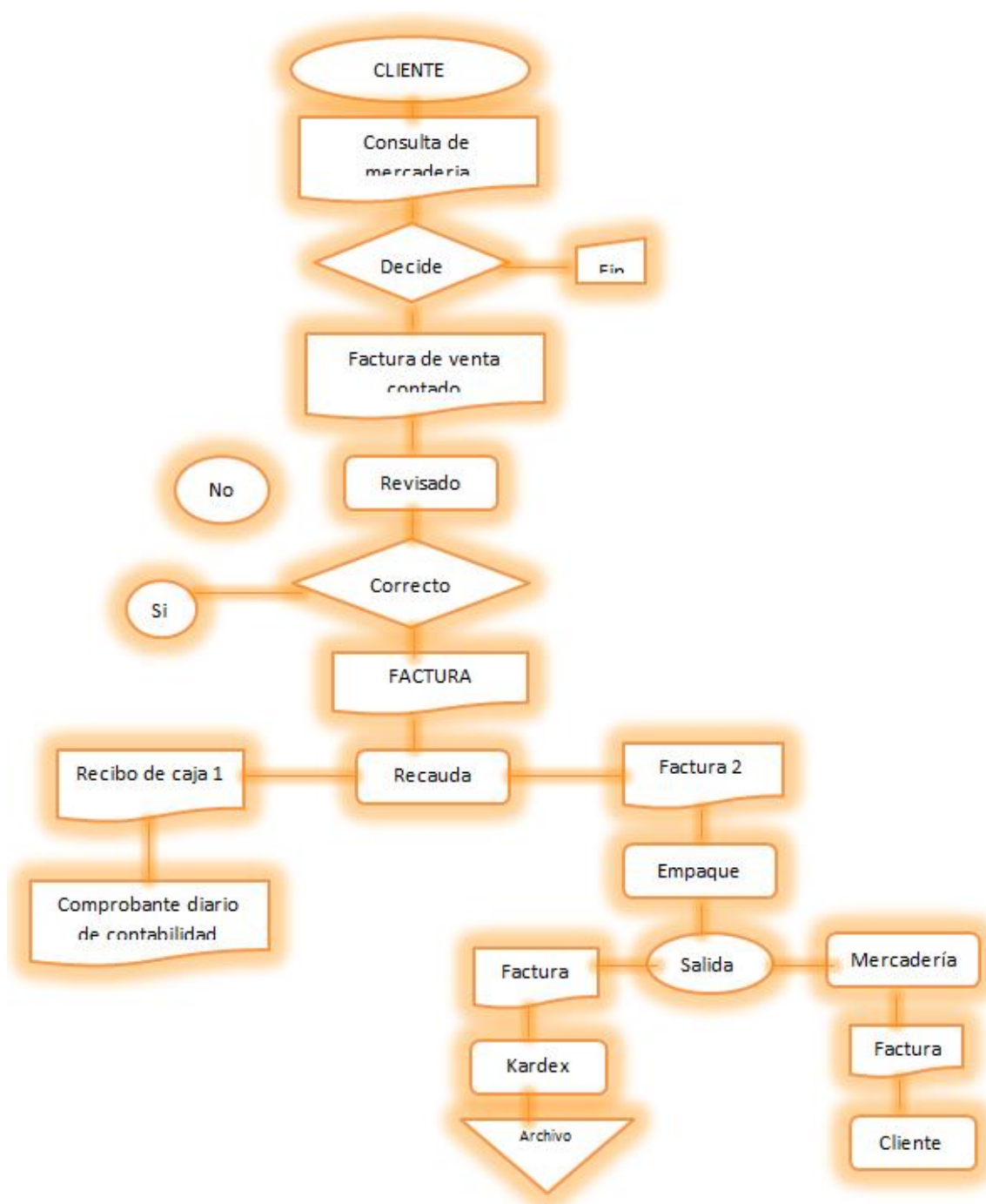
GRÁFICO N° 26 FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.6.1 Ventas al contado.

GRÁFICO N° 27 FLUJOGRAMA DE VENTAS AL CONTADO



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.7 Presupuesto Técnico

El presupuesto técnico se clasifica en inversiones fijas de las cuales se puede constatar que es necesario establecer los costos de utilización para el proyecto.

4.7.1 Inversiones Fijas

- **Terreno**

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno de 10m² el mismo que se encuentra avaluado en aproximadamente \$10.500 dólares americanos.

- **Vehículo**

Al igual que el terreno se cuenta con un vehículo, modelo Toyota 2012 valorado en \$14.300 dólares americanos, lo cual permitirá el transporte de la materia prima desde la bodega hacia la oficina para la entrega oportuna sobre los pedidos realizados por el cliente.

- **Infraestructura Física**

Los costos en cuanto a la infraestructura del local comercial como de la bodega tiene un costo de \$2.300,00 dólares americanos. El local comercial será arrendado por cuanto no se cuenta con una oficina propia en las vías óptimas para desarrollar el proyecto.

- **Muebles y equipos de oficina**

Para el funcionamiento de la microempresa, se requiere un equipo básico de oficina, en cuanto al crecimiento de la misma se necesitara de mayor equipamiento.

CUADRO N° 23 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

DETALLE	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio de oficina	2	90,00	180,00
Sillas de oficina	2	18,00	36,00
Sillas	2	14,00	28,00
Muebles o sillones de espera	1	100,00	100,00
Archivadores	2	30,00	60,00
Estanterías metálicas	9	50,00	450,00
Equipo de Computación (incluye impresora, fax)	2	320,00	640,00
Sumadoras	2	10,00	20,00
Teléfonos de oficina	2	10,00	20,00
TOTAL			1.534,00

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado por: La Autora

4.8 Activos Diferidos

Los activos diferidos se encuentran establecidos de acuerdo a los gastos de constitución de la microempresa, como son permisos de funcionamiento y arreglos del local comercial. Así:

- **Suministros de oficina**

Los suministros de oficina necesarios para el correcto funcionamiento de la microempresa se detallan de la siguiente manera:

CUADRO N° 24 SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma de papel	3	8,00	24,00
Esferos	10	1,00	10,00
Lápiz	10	0,80	8,00
Carpetas	15	0,60	9,00
Perforadora	3	6,67	20,00
Grapadora	3	4,27	12,80
Clips - Cajas	6	0,60	3,60
TOTAL	50		87,40

Fuente: Varios Proveedores
Elaborado por: La Autora

- **Gastos de Constitución**

En cuanto a los gastos de constitución de la microempresa tenemos:

CUADRO N° 25 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR
Gastos legales	420,00
Patente	40,00
TOTAL	460,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.9 Personal a Laborar

El personal a laborar en las microempresas es pequeño ya que no requiere de gran cantidad de trabajadores, puesto que es un local que brinda atención al cliente y el único fin es la venta de rines cromados, de esta manera se contara con:

CUADRO N° 26 PERSONAL A LABORAR

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	VALOR TOTAL
Gerente General	1	900.00
Contador	1	340.00
Vendedor	2	680.00
Total	4	1920.00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.10 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es considerado el valor total de la importación de rines cromados esto es un total de \$ 29.296,57 dólares americanos, los mismos que se encuentran distribuidos de acuerdo al precio de cada cantidad, incluido los valores arancelarios al que se ajusta la adquisición.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio financiero es el encargado de proporcionar información o elementos que permitan dar una opinión mediante cifras que representan los Estados Financieros e la microempresa, de esta manera ayudar a la futuras tomas de decisiones y permita conocer la rentabilidad del proyecto.

Este capítulo abarca tanto las proyecciones de los Estados Financieros como también flujos de caja, estados de pérdidas y ganancias. Para medir las rentabilidad con la que cuenta el negocio se utilizará herramientas financieras como son el cálculo del TIR, VAN, Costo – Beneficio y finalmente el periodo de recuperación de la inversión.

5.1 Inversión del Proyecto

La inversión necesaria total que se requerirá para la importación y comercialización respectiva de rines cromados es la siguiente:

CUADRO N° 27 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	28.634,00
Activos Diferidos	2.748,50
Capital de Trabajo	29.296,57
TOTAL	60.679,07

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

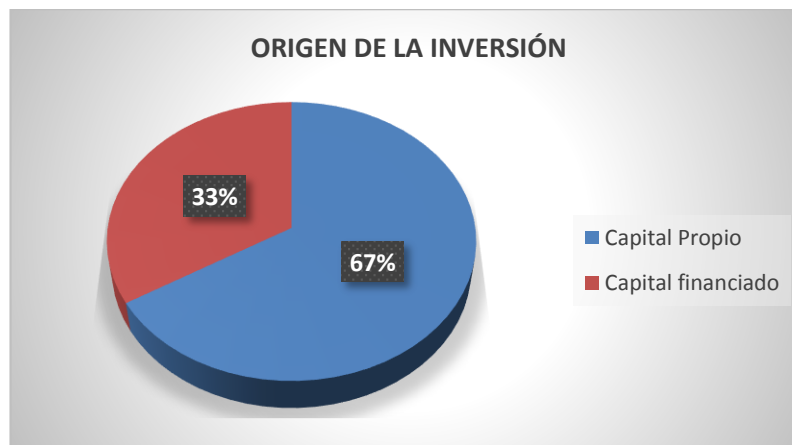
Para el financiamiento se considera un capital propio del 67%, siendo un rubro aportado por nuestro inversionista y el 33% restante será financiado por una institución financiera.

CUADRO N° 28 INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Inversión Inicial	60.679,07	
Capital Propio	40.679,07	67%
Capital financiado	20.000,00	33%
TOTAL		100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 28 ORIGEN DE LA INVERSIÓN



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Mediante el gráfico se detalla de forma clara el origen de la inversión total, que permitirá llevar a cabo el proyecto de factibilidad, en el que se observa que el valor de los activos fijos es mayor a los demás rubros.

5.2 Coste de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

CUADRO N° 29 COSTE DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Distribución y ponderación de la Inversión				
Descripción	% ponderado	Distribución de la Inversión	Tasa de Ponderación	Valor ponderado
Inversión Propia	40.679,07	67%	5,14%	3,45%
Inversión Financiada	20.000,00	33%	9,75%	3,21%
INVERSIÓN TOTAL	60.679,07	100%		6,66%
			Inflación	4,11%

Elaborado por: La Autora

TABLA N° 18 TASA DE INTERÉS

Tasa de Interés Activa	8,16%
Tasa de Interés Pasiva	9,75%
Inflación Anual	4,11%

Fuente: Banco central del Ecuador

$Ck = \text{Costo de Oportunidad}$

$$Ck = 6,66\%$$

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$$\text{Tasa de Rendimiento Medio (TRM)} = (1 + Ck)(1 + Inf) - 1$$

$$TRM = (1 + 6,66\%)(1 + 4,11\%) - 1$$

$$TRM = 11,04\%$$

Se considera la Tasa de Rendimiento Medio TRM al valor porcentual de ganancia anual que requiere la inversión para la instalación y operación de la microempresa.

5.3 Ingresos

Son aquellos ingresos que la microempresa obtendrá por la venta y distribución de rines con recubrimiento en cromo para transporte pesado de la Ciudad de Ibarra, tomándose como base el Estudio de Mercado.

5.3.1 Proyección de ingresos.

Para considerar una adecuada proyección de ingresos, este se basa a las ventas unitarias proyectadas establecidas de acuerdo al análisis de mercado, ya que la venta de los rines cromados tiene diferentes dimensiones, características y precios. En cuanto al precio se toma en cuenta el índice inflacionario del año 2014, siendo del 4,11% anual, para las proyecciones respectivas el 0,17% de la inflación, este dato lo da a conocer el INEC con respecto al incremento que haría en la inflación para el año siguiente. Para mayor comprensión se detallan los ingresos a continuación por cada tamaño de rin:

CUADRO N° 30 PROYECCIÓN DE INGRESOS DE RINES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RINES 6.00X17.5					
Cantidad	200	205	209	214	219
Precio	150	156	163	170	177
Valor	30.000,00	32.006,55	34.147,43	36.431,51	38.868,36
RINES 6.75X17.5					
Cantidad	200	205	209	214	219
Precio	170	177	185	193	201
Valor	33.999,67	36.273,86	38.637,08	41.337,25	44.030,35
RINES 8.25X22.5					
Cantidad	200	205	209	214	219
Precio	230	240	250	261	272
Valor	46.000,77	9.077,70	52.360,44	55.862,76	59.599,35
VALOR TOTAL	110.000,44	17.358,12	125.144,95	133.631,52	142.498,06

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4 Egresos

Los egresos son los costos y gastos incurridos para realizar y efectuar las operaciones pertinentes en cuanto al funcionamiento de la microempresa. Las proyecciones se encuentran basadas a la inflación del 4.11% anual, según datos establecidos por el INEC para el año 2014, con su respectiva inflación para el precio de 0,17%.

5.4.1 Costos operativos.

- **Materia Prima**

La materia prima y por ende producto final de la microempresa importadora son los rines con recubrimiento en cromo, los cuales tienen diferentes medidas en cuanto a las necesidades primordiales del transportista de camiones, los cuales mediante el análisis respectivo de acuerdo a las encuestas realizadas, se detalla las medidas más solicitadas, siendo estas:

CUADRO N° 31 PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DE RINES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RINES 6.00X17.5					
Cantidad	200	205	209	214	219
Precio	78,83	82,20	85,72	89,39	93,21
Valor	15.765,52	6.820,06	17.945,13	19.145,46	20.426,07
RINES 6.75X17.5					
Cantidad	200	205	209	214	219
Precio	79,83	83,24	86,81	90,52	94,40
Valor	15.965,52	17.033,44	18.172,78	19.388,33	20.685,19
RINES 8.25X22.5					
Cantidad	200	205	209	214	219
Precio	88,83	92,63	96,59	100,73	105,04
Valor	17.765,52	18.953,84	20.221,63	21.574,23	23.017,30
VALOR TOTAL	49.496,57	52.807,33	56.339,55	60.108,02	64.128,57

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Como se puede observar las proyecciones de la materia prima se encuentra con sus respectivas proyecciones de acuerdo a la inflación a la que se acoge por datos del INEC.

5.4.2 Gastos administrativos.

Para el cálculo de las proyecciones se utilizó la inflación del 4.11% de acuerdo al INEC para el año 2014 y sus respectivas proyección con el 0,17%.

- **Sueldos Administrativos**

En cuanto a los sueldos administrativos del proyecto, se encuentra conformado con un Gerente – Contador. Siendo la persona encargada de todo lo administrativo dentro de la microempresa, esto es mantener al día los pagos y obligaciones pertinentes, como controlar los valores netos de ingresos y egresos. El sueldo mensual del Gerente será de \$900,00 usd mensual.

CUADRO N° 32 SUELDO BÁSICO - ADMINISTRATIVO

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	10.800,00	11.626,24	11.744,26	12.246,92	12.771,09
Contador	4.080,00	4.254,62	4.436,72	4.626,61	4.824,63
TOTAL	14.880,00	15.516,86	16.180,99	16.873,53	17.595,72

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 33 BENEFICIOS DE LEY - ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aporte IESS	1.399,68	1.459,59	1.522,06	1.587,20	1.655,13
Décimo Tercero	960,00	1.001,09	1.043,93	1.088,61	1.135,21
Décimo Cuarto	960,00	1.001,09	1.043,93	1.088,61	1.135,21
Fondos de Reserva		1.355,10	1.413,10	1.473,58	1.536,65
TOTAL	3.319,68	4.816,86	5.023,02	5.238,01	5.462,19

Elaborado por: La Autora

- ARRIENDO**

CUADRO N° 34 ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	2.160,00	2.252,45	2.348,85	2.449,38	2.554,22
TOTAL	2.160,00	2.252,45	2.345,02	2.441,40	2.541,75

Elaborado por: La Autora

- SUMINISTROS DE OFICINA**

CUADRO N° 35 SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resma de papel	24,00	25,03	26,06	27,13	28,24
Esferos	10,00	10,43	10,87	11,34	11,83
Lápiz	8,00	8,34	8,70	9,07	9,46
Carpetas	9,00	9,39	9,79	10,21	10,64
Perforadora	20,00	20,86	21,75	22,68	23,65
Grapadora	12,80	13,35	13,92	14,51	15,14
Clips - Cajas	3,60	3,75	3,91	4,08	4,26
TOTAL	87,40	91,14	95,00	99,02	103,21

Elaborado por: La Autora

- **Servicios Básicos**

CUADRO N° 36 SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	72,00	75,08	78,30	81,65	85,14
Luz	192,00	200,22	208,79	217,72	227,04
Teléfono	144,00	150,16	156,59	163,29	170,28
Internet	144,00	150,16	156,59	163,29	170,28
TOTAL	552,00	574,69	598,31	622,90	648,50

Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento De Computadoras**

CUADRO N° 37 MANTENIMIENTO DE COMPUTADORAS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Equipos de Computación	30,00	31,28	32,62	34,02	35,48
TOTAL	30,00	31,23	32,52	33,85	35,24

Elaborado por: La Autora

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N° 38 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	460,00				
Sueldos Básicos	14.880,00	15.516,86	16.180,99	16.873,53	17.595,72
Beneficios de Ley	3.319,68	4.816,86	5.023,02	5.238,01	5.462,19
Arriendo	2.160,00	2.248,78	2.341,20	2.437,42	2.537,60
Suministros de oficina	87,40	91,14	95,00	99,02	103,21
Servicios Básicos	552,00	574,69	598,31	622,90	648,50
Mantenimiento de equipos de computación	30,00	31,23	32,52	33,85	35,24
Total Gastos Administrativos	21.489,08	23.279,56	24.271,03	25.304,73	26.382,47

Elaborado por: La Autora

5.4.3 Gastos de venta.

A lo que se refieren los gastos de venta, se da a conocer los gastos generados por publicidad, combustible, mantenimiento vehicular, entre otros, puesto que cada uno de los mismos que son de importancia para el funcionamiento y traslado de productos desde la bodega hasta el punto final de venta que es el local comercial.; detallados así:

- **Sueldo Básico**

Para el cálculo respectivo del sueldo y salario se lo realiza proyectado para 5 años, tomando en cuenta su respectiva inflación.

CUADRO N° 39 SUELDO BÁSICO - VENTAS

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Vendedor 1</i>	4.080,00	4.254,62	4.436,72	4.626,61	4.824,63
<i>Vendedor 2</i>	4.080,00	4.254,62	4.436,72	4.626,61	4.824,63
TOTAL	8.160,00	8.509,25	8.873,44	9.253,23	9.649,27

Elaborado por: La Autora

- **Beneficios De Ley**

CUADRO N° 40 BENEFICIOS DE LEY - VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aporte IESS	1.399,68	1.459,59	1.522,06	1.587,20	1.655,13
Décimo Tercero	960,00	1.001,09	1.043,93	1.088,61	1.135,21
Décimo Cuarto	960,00	1.001,09	1.043,93	1.088,61	1.135,21
Fondos de Reserva		1.355,10	1.413,10	1.473,58	1.536,65
TOTAL	3.319,68	4.816,86	5.023,02	5.238,01	5.462,19

Elaborado por: La Autora

- Gasto Publicidad

CUADRO N° 41 GASTO PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diario	90,00	93,85	97,87	102,06	106,43
Radio	480,00	500,54	521,97	544,31	567,60
TOTAL	570,00	594,40	619,84	646,37	674,03

Elaborado por: La Autora

- COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHICULAR

CUADRO N° 42 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHICULAR

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible	240,00	250,27	260,98	272,15	283,80
Mantenimiento	60,00	62,57	65,25	68,04	70,95
TOTAL	300,00	312,84	326,23	340,19	354,75

Elaborado por: La Autora

RESUMEN DE GASTOS DE VENTA

CUADRO N° 43 RESUMEN GASTOS DE VENTA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Sueldo Básico</i>	8.160,00	8.509,25	8.873,44	9.253,23	9.649,27
<i>Beneficios de Ley</i>	3.319,68	4.816,86	5.023,02	5.238,01	5.462,19
<i>Gasto Publicidad</i>	570,00	594,40	619,84	646,37	674,03
<i>Combustible y Mantenimiento Vehicular</i>	300,00	312,84	326,23	340,19	354,75
Total Gastos de Venta	12.349,68	14.233,34	14.842,53	15.477,79	16.140,24

Elaborado por: La Autora

5.4.4 Gastos financieros

El gasto financiero se establece de acuerdo a los rubros de los intereses del préstamo establecido en el banco del pacífico. Los mismos se detallan de la siguiente manera:

CUADRO N° 44 GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	1.950,00	1.629,00	1.276,70	890,06	465,72

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.5 Financiamiento.

Para el financiamiento del proyecto de factibilidad, se realizará en el Banco del Pacífico, el cual cuenta con una tasa de interés del 9,75% anual para proyectos micro empresarial dedicado a la comercialización, el que ayudará en gran manera al funcionamiento del mismo.

Datos:

PRÉSTAMO: 20000
TASA: 9,75%
TIEMPO: 5 AÑOS
CUOTA: ANUAL

TABLA DE AMORTIZACIÓN

CUADRO N° 45 TABLA DE AMORTIZACIÓN

N	VALOR A PAGAR	INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
1	5.242,30	1.950,00	3.292,30	16.707,70
2	5.242,30	1.629,00	3.613,30	13.094,41
3	5.242,30	1.276,70	3.965,59	9.128,82
4	5.242,30	890,06	4.352,24	4.776,58
5	5.242,30	465,72	4.776,58	- 0,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.6 Depreciación.

CUADRO N° 46 DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Vehículo</i>	14.300,00	20%	2.860,00	2.288,00	2.288,00	2.288,00	2.288,00	2.288,00
<i>Infraestructura</i>	2.300,00	10%	230,00	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00
<i>Muebles y equipos de oficina</i>	894,00	10%	89,40	80,46	80,46	80,46	80,46	80,46
<i>Equipos de computación</i>	640,00	33%	213,31	142,22	142,22	142,22		
TOTAL	18.134,00		3.392,71	2.717,68	2.717,68	2.717,68	2.575,46	2.575,46

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.7 Amortización

CUADRO N° 47 AMORTIZACIÓN

AMORTIZACIÓN ANUAL %	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
20%	109,48	109,48	109,48	109,48	109,48

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.8 Estados financieros.

De acuerdo al procedimiento respectivo de ingresos, egresos e inversión requerida se procedió a realizar los estados financieros debidamente proyectados para 5 años.

5.4.9 Balance de arranque.

El Estado de Situación Financiera o Balance de Arranque representa los valores con los que la microempresa cuenta para iniciar la actividad económica de importación y comercialización de rines con recubrimiento en cromo. Aquí detallados los activos, pasivos y el patrimonio respectivo.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
CUADRO N° 48 BALANCE DE ARRANQUE O SITUACIÓN
FINANCIERA

MICROEMPRESA J&S IMPORTACIONES					
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL					
Al 31 de Diciembre 2014					
(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)					
1	ACTIVO		2	PASIVO	
101	ACTIVO CORRIENTE		201	PASIVO CORRIENTE	
10101	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		20104	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	
1010101	Caja General (Capital de Trabajo)	29.296,57	201041	Banco del Pacifico	20.000,00
				TOTAL PASIVO	20.000,00
102	ACTIVO NO CORRIENTE				
10201	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				
1020101	Terreno	10.500,00			
1020105	Muebles y Enseres	894,00			
1020108	Equipo de Computación	640,00			
1020109	Vehículo	14.300,00			
1020110	Otros Propiedades Planta y Equipo				
10201101	Infraestructura	2.300,00			
10207	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES				
1020706	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES				
1020706	Activos Diferidos	2.748,50			
102070601	Gastos de Constitución				
	TOTAL ACTIVOS	60.679,07		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	60.679,07
				3	PATRIMONIO NETO
			30	PATRIMONIO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA	
			301	CAPITAL	
			30101	Inversión Propia	40.679,07
				TOTAL PATRIMONIO	40.679,07

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

5.4.10 Estado de resultados proyectados.

El Estado de Resultados es el que refleja las pérdidas o ganancias a obtener al término de un año y proyectado para los 5 años respectivamente.

CUADRO N° 49 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS					
VENTA DE BIENES					
<i>Ingresos Proyectados</i>	110.000,44	117.358,12	125.144,95	133.631,52	142.498,06
COSTO DE VENTA Y PRODUCCIÓN					
MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS					
<i>Importaciones de Bienes no Producidos por la Compañía</i>	49.496,57	52.807,33	56.339,55	60.108,02	64.128,57
(=) GANACIA BRUTA	60.503,87	64.550,78	68.805,41	73.523,49	78.369,49
<i>Gastos Administrativos</i>	21.489,08	23.279,56	24.271,03	25.304,73	26.382,47
<i>Gastos de Venta</i>	12.349,68	14.233,34	14.842,53	15.477,79	16.140,24
<i>Depreciaciones</i>	2.717,68	2.717,68	2.717,68	2.575,46	2.575,46
<i>Amortización</i>	109,48	109,48	109,48	109,48	109,48
UTILIDAD OPERATIVA	23.837,95	24.210,72	26.864,69	30.056,03	33.161,84
<i>Gastos Financieros</i>	1.950,00	1.629,00	1.276,70	890,06	465,72
UTILIDAD NETA PROYECTADA	21.887,95	22.581,72	25.587,99	29.165,97	32.696,12

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.11 Flujo de efectivo.

Los flujos de efectivo son los movimientos de efectivo de la microempresa en cuanto a ingresos y egresos, dichos movimientos sirve de base para determinar la evaluación financiera de la microempresa.

CUADRO N° 50 FLUJO DE EFECTIVO

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
<i>Inversión Inicial</i>						
<i>Capital propio</i>	-40.679,07					
<i>Financiado</i>	2.000,00					
<i>(=) Utilidades Proyectadas</i>		21.887,95	22.581,72	25.587,99	29.165,97	32.696,12
<i>Reinversión</i>						
<i>Valor de Rescate</i>						20.339,54
<i>Depreciación</i>		2.717,68	2.717,68	2.717,68	2.575,46	2.575,46
(=) Total Ingresos		24.605,63	25.299,40	28.305,66	31.741,43	55.611,12
EGRESOS						
<i>Pago de Capital</i>		3.292,30	3.613,30	3.965,59	4.352,24	4.776,58
<i>Otros Gastos</i>						
(=) Total Egresos		3.292,30	3.613,30	3.965,59	4.352,24	4.776,58
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-40.679,07	21.313,33	21.686,10	24.340,07	27.389,19	50.834,54

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.12 Evaluación financiera.

La evaluación financiera permite evaluar de forma teórica los recursos con los que cuenta el proyecto y por ende la microempresa, evaluándolos de forma cuantitativa para determinar la sustentabilidad o no del proyecto planteado. Los cálculos básicos son: VAN, TIR, PRI y el Costo – Beneficio. Detallados así:

5.4.12.1 Valor actual neto.

El VAN representa la rentabilidad en valores monetarios, considerando la factibilidad del proyecto, siempre y cuando los valores totales sean positivos y mayores a 0.

CUADRO N° 51 VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS	%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	- 40.679,07	- 40.679,07		- 40.679,07
1		21.313,33	1,110	19.193,73
2		21.686,10	1,233	17.587,24
3		24.340,07	1,369	17.776,50
4		27.389,19	1,520	18.014,07
5		50.834,54	1,688	30.109,22
VAN				62.001,69

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

$$VAN = -I + ((\text{Flujo Neto } 1 / (1+r)^1) + ((\text{Flujo Neto } 2 / (1+r)^2 + \dots + ((\text{Flujo Neto } n / (1+r)^n))$$

$$VAN = 62.001,69$$

Después del cálculo del VAN se puede notar que el valor en dinero en tiempo real es de \$62.001,69 dólares americanos lo que significa que existe factibilidad puesto que el valor es mayor a 0.

5.4.12.2 Tasa interna de retorno.

El TIR representa la rentabilidad del proyecto en porcentajes, así:

CUADRO N° 52 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	11,04%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	53,56%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	- 40.679,07		- 40.679,07		- 40.679,07
1	21.313,33	1,110	19.193,73	1,54	12.499,43
2	21.686,10	1,233	17.587,24	2,36	7.458,63
3	24.340,07	1,369	17.776,50	3,62	4.909,51
4	27.389,19	1,520	18.014,07	5,56	3.239,92
5	50.834,54	1,688	30.109,22	8,54	3.526,58
VAN			62.001,69		- 9.045,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

$$TIR = r1 + (r2 - r1) \left(\frac{VAN_{r1}}{VAN_{r1} - VAN_{r2}} \right)$$

VAN r1 = Valor Actual Neto calculado a la tasa positiva

VAN r2 = Valor Actual Neto calculado a la tasa negativa

$$TIR = 48,15\%$$

5.4.12.2.1 Sensibilidad del TIR.

- **ESCENARIO “A”**

En este escenario podemos notar lo que ocurre con el TIR al disminuir las ventas en un 5%, así:

CUADRO N° 53 SENSIBILIDAD DEL TIR EN 5% DE DISMINUCIÓN DE LAS VENTAS

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	11,04%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	45,35%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	- 40.679,07		- 40.679,07		- 40.679,07
1	18.288,14	1,110	16.469,39	1,45	11.331,81
2	18.458,56	1,233	14.969,74	2,11	7.086,92
3	20.899,80	1,369	15.263,94	3,07	4.972,00
4	23.713,02	1,520	15.596,22	4,46	3.495,47
5	46.916,06	1,688	27.788,32	6,48	4.285,19
VAN			49.408,53		- 9.507,68

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

$$TIR = 39,81\%$$

Al disminuir las ventas en un 5% el proyecto aún puede ser factible, ya que el TIR es mayor a la tasa de descuento.

- **ESCENARIO “B”**

En este escenario podemos notar lo que ocurre con el TIR al disminuir las ventas en un 20%, así:

CUADRO N° 54 SENSIBILIDAD DEL TIR EN UN 20% DE DISMINUCIÓN DE LAS VENTAS

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	10,50%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	19,52%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	- 40.679,07		- 40.679,07		- 40.679,07
1	9.212,56	1,110	8.296,37	1,20	6.941,37
2	8.775,95	1,233	7.117,22	1,43	4.982,23
3	10.578,99	1,369	7.726,25	1,71	4.525,21
4	12.684,49	1,520	8.342,68	2,04	4.088,21
5	35.160,64	1,688	20.825,59	2,44	8.538,50
VAN			11.629,04		- 11.603,55

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

$$TIR = 15,28\%$$

Cuando las ventas tienden a disminuir en un 20% el proyecto se lo considera factible, puesto que el TIR aún es mayor a la tasa de descuento.

5.4.12.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 55 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	CAPITAL	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN (Meses)
1	40.679,07	19.193,73	19.193,73	12
2		17.587,24	36.780,97	12
3		17.776,50	54.557,47	8
4		18.014,07	72.571,54	
5		30.109,22	102.680,76	

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

La recuperación de la inversión con los valores establecidos de acuerdo a los flujos de efectivo se realizara al culminar el segundo año y ocho meses, es decir 32 meses de funcionamiento y venta adecuada de los rines con recubrimiento en cromo proyectados con las ventas adecuadas en tiempo real.

5.4.12.4 Costo – beneficio.

CUADRO N° 56 COSTO - BENEFICIO

AÑO	FLUJOS DE CAJA	%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	40679,072		
1	21.313,33	1,11	19.193,73
2	21.686,10	1,23	17.587,24
3	24.340,07	1,37	17.776,50
4	27.389,19	1,52	18.014,07
5	50.834,54	1,69	30.109,22
			102.680,76

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

$$COSTO\ BENEFICIO = \frac{Total\ Entradas}{Inversion\ Inicial}$$

$$COSTO\ BENEFICIO = 2,52$$

La relación de Costo – Beneficio indica que es del 2,52 lo que significa que es viable ya que es mayor a 1. Es decir que por cada dólar de la inversión el proyecto genera rentabilidad de 1,52 ctv. dólares americanos, teniendo un superávit para la microempresa.

5.4.12.5 Punto de equilibrio.

Para la determinación del punto de equilibrio y que sea más evidente se detallan los diferentes rines a importar con sus respectivos valores tanto numéricos como monetarios.

TABLA N° 19 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

RIN 6.00 X 17.5	
UNIDADES	200
COSTO FIJO	12.872,64
PVENTA	150,00
COSTO VARIABLE UNITARIO	78,83
PE UNIDADES	181
PE MONETARIO	27.129,85

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

RIN 6.75 X 15.5	
UNIDADES	200
COSTO FIJO	12.872,64
PVENTA	170,00
COSTO VARIABLE UNITARIO	79,83
PE UNIDADES	143
PE MONETARIO	24.268,50

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

RIN 8.25 X 22.5	
UNIDADES	200
COSTO FIJO	12.872,64
PVENTA	230,00
COSTO VARIABLE UNITARIO	88,83
PE UNIDADES	91
PE MONETARIO	20.972,28

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.12.6 Resumen de evaluación.

CUADRO N° 57 RESUMEN DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN FINANCIERA	CRITERIO DE LA EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM		11,04%	
VAN	$VAN > 0$	62.001,69	Aceptable
TIR %	$TIR > VAN$	53,56%	Aceptable
Sensibilidad de -5% en ventas	TIR	39,81%	Aceptable
Sensibilidad de -20% en ventas	TIR	15,28%	Aceptable
Tiempo de recuperación de la inversión		32 meses	Adecuado
Costo Beneficio	$C / B > 1$	2,52	Aceptable
Evaluación Final			Factible

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CAPITULO VI

6 ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

El presente estudio tiene la finalidad de determinar la parte organizacional de la microempresa, en la que se incluye el manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la misma.

De tal manera que se pueda definir las características necesarias para el personal del negocio, las estructuras y estilos de dirección, mecanismos de control y políticas en cuento a la administración del personal.

6.1 Análisis Interno de la Microempresa

Básicamente este punto hace referencia a lo que es sí persigue la microempresa, es decir encontrar la manera de impactar al cliente y dar buena imagen de presentación.

6.1.1 Nombre de la microempresa.

La microempresa de venta de rines cromados llevará un nombre corto, en el que se identifique y llame la atención de los consumidores.

COMERCIALIZADORA J & S

6.1.2 Logotipo.

GRÁFICO N° 29 LOGOTIPO



6.2 Análisis Legal

6.2.1 Nombre o razón social

“Comercializadora J & S”

- **Figura Jurídica**

Se constituirá como una microempresa importadora y comercializadora de rines cromados para transporte pesado.

- **Tipo de Empresa**

El tipo de empresa o microempresa es unipersonal, en donde existe un solo individuo que posee tanto obligaciones como decisiones a tomar para llevar a cabo su control. Normalmente esta persona actúa como directivo de la organización.

- **Domicilio**

El domicilio será en Provincia de Imbabura, Ciudad Ibarra y la Parroquia de San Antonio de Ibarra.

- **Objetivo**

La microempresa se dedica a la importación y comercialización de rines cromados para transporte pesado.

- **Apertura de cuenta**

Para mayor facilidad de las transacciones comerciales la microempresa abrirá una cuenta corriente a nombre del dueño de la microempresa.

- **Escritura Publica**

Luego de la apertura de la cuenta, el Propietario de la comercializadora deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

- **Oposición**

En caso de que alguna persona natural estuviere inconforme con la apertura de la microempresa, tiene un plazo de 30 días para oponerse a su formación ante un juez.

- **Inscripción**

Con la autorización respectiva de Juez de lo Civil el representante legal debe inscribir en el Registro Mercantil, previo registro del RUC.

- **Representante Legal**

Jaime Nepalí Echeverría Benavides

- **Conformación de la Microempresa**

La microempresa se conforma de una persona jurídica, de derecho privado, contando con patrimonio propio, que se constituye para el desarrollo exclusivo de la actividad económica como importación y comercialización de bienes.

TABLA N° 20 CONFORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA

NOMBRE	APORTE
Jaime Echeverría	40.679,07
TOTAL	40.679,07

Elaborado por: La Autora

- **Capital Inicial**

El capital inicial que requiere la microempresa para constituirse es de \$60.679,07 dólares americanos cuyo aporte de su principal es de \$40.679,07 y un saldo de \$20.000,00 dólares americanos que será financiado por una institución bancaria.

6.2.2 Propuesta de comercialización.

Los requisitos necesarios para poner en pie el negocio y pueda funcionar de manera regular son:

- **Documentos para la declaración aduanera**

Los documentos requeridos para la presentación de la declaración única aduanera son:

- ✓ Original y copia negociable de conocimiento de embarque, carta de porte o guía aérea.
- ✓ Factura comercial, póliza de seguro.
- ✓ Certificado de inspección en origen o procedencia en caso de ser requerido.
- ✓ Certificado de origen.
- ✓ Visto bueno del BCE o de sus bancos corresponsales, previo al embarque de la mercadería en las importaciones a consumo.
- ✓ Las demás exigibles por regulaciones expuestas por el directorio del BCE.

- **Proceso de importación de rines**

El importador deberá registrarse en la pág. web de la aduana.

- ✓ Calificarse como importador – exportador.
- ✓ Registrar las firmas importador – exportador en el Banco corresponsal.
- ✓ Solicitud de precio de los rines a China.
- ✓ Elaborar la Nota de Pedido.
- ✓ Apertura de la solicitud de visto bueno en el Banco Central del Ecuador.
- ✓ Apertura del Seguro Local Obligatorio.
- ✓ Realizar el estudio de los costos de los rines nacionalizados.
- ✓ Pago de la importación procedente de China.
- ✓ Despacho de la mercadería hacia el puerto ecuatoriano.
- ✓ La administración aduanera permitirá la transportación desde el puerto hacia las bodegas, previa verificación.

- **Permiso de funcionamiento**

Los requisitos para el funcionamiento son:

- ✓ Registro Único del contribuyente.
- ✓ Patente Municipal.
- ✓ Permiso sanitario para el funcionamiento.

Los requisitos para obtener el RUC son:

- ✓ Original y copia de la cedula del representante legal.
- ✓ Original y copia del certificado de votación.
- ✓ Fotocopia de servicio básico en la cual indique la dirección donde se va a desarrollar la actividad económica.

Documentos para la Patente Municipal, siendo un documento importante para la ejecución de la actividad económica, el que se obtiene 30 días posteriores a al inicio de actividades, los requisitos son:

- ✓ Recibo de pago del último impuesto predial.
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Documentos personales del representante legal.

Permiso sanitario de funcionamiento, este documento es exigible por el Municipio.

- ✓ Copia de cedula
- ✓ Dos fotocopias
- ✓ Examen medico
- ✓ Llenar solicitud de permiso de funcionamiento
- ✓ Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- ✓ Entrega del informe final
- ✓ Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, este documento tienen vigencia de un año calendario.

- **Pago de Bomberos**

Con el pago de la patente en el Municipio este cubre el 10% requerido para el servicio del cuerpo de bomberos, esto para todas las empresas y microempresas que desarrollan actividades económicas.

- ✓ Presentar solicitud del permiso del Municipio
- ✓ Copia de factura de extintores o de recargas a nombre del propietario.
- ✓ Inspección por departamentos de instalaciones y de seguridad contra incendios.
- ✓ El propietario debe cumplir con las condiciones establecidas por el inspector para emitir el permiso de funcionamiento.

- **Obligaciones Tributarias**

Para todas las actividades económicas es una obligación realizar los pagos respectivos ante el Estado que es el sujeto activo, el valor a cancelar son las declaraciones del IVA, retención en la fuente.

6.3 Misión

“Comercializadora J & S Rines Cromados” es un almacén con el propósito de brindar un producto y servicio a la provincia de Imbabura y al norte del país, con la comercialización exclusiva de rines cromados para transporte pesado, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes transportistas y caracterizándonos por ofrecer un producto de calidad y un servicio eficaz.

6.4 Visión

Nuestra visión es ser líder en la Ciudad de Ibarra en cuanto a la comercialización y distribución de rines cromados para transporte pesado en las diferentes marcas y modelos de vehículos, manteniéndonos como tales durante la próxima década a través del mejoramiento continuo y brindando servicio y productos de calidad.

6.5 Objetivos Micro empresariales

- Instalar la microempresa como una comercializadora de rines cromados para transporte pesado en la ciudad de Ibarra.
- Ofrecer un producto de calidad que satisfaga las expectativas del mercado.

- Capta cada año un número significativo de clientes, con el fin de que la empresa se constituya de mejor manera hacia el futuro.
- Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores en cuanto a la atención al cliente, con el fin de que el negocio tenga más acogida en el mercado.
- Cumplir con todas las políticas de la empresa y que su control sea riguroso.
- Contar con una excelente comunicación para mantener un ambiente acogedor.
- Conseguir que la promoción y publicidad sea constante y que llegue al consumidor con el fin de tener acogida en el mercado transportista.
- Obtener materia prima a tiempo para una venta oportuna.

6.6 Políticas de la Microempresa

Para las políticas de la microempresa se toma en cuenta los objetivos que persigue, siendo estos:

- Tener un trato cordial hacia los clientes y en caso de tener reclamos por parte de ellos, recibir solicitudes para que las falencias del negocio sean atendidas de manera eficiente con el fin de que el cliente se encuentre contento.
- Capacitar constantemente al personal que labora en la microempresa para transmitir a los clientes seguridad para la adquisición de los rines cromados.

- Conservar un buen ambiente de trabajo.
- Trabajar constantemente en equipo para alcanzar los objetivos y las metas de venta previamente establecidos.
- Evaluar frecuentemente el desarrollo de la microempresa y la forma de conseguir los objetivos planteados.
- Controlar por medio de procesos y procedimientos adecuados el cumplimiento de normas de calidad.

6.7 Principios y Valores

La microempresa “Comercializadora J & S Rines Cromados” está diseñada para trabajar bajo un contexto de principios y valores bien establecidos, los cuales priorizan y realzan los elementos que caracterizan y consolidan la imagen corporativa para una óptima elección del cliente. Los principales son:

6.7.1 Principios.

- **Responsabilidad**

La responsabilidad y el orden son dones primarios mediante este se adopta el compromiso moral de aportar al desarrollo y crecimiento de la microempresa, la misma que se puede definir con el slogan “Cada cosa en su lugar y un lugar para cada cosa”.

- **Compromiso**

Es la actitud de responsabilidad sobre las acciones realizadas, tanto en las labores que impuestas como en el mejoramiento y ganas de superarse, las cuales deben ir acorde a las necesidades y exigencias del mercado.

- **Trabajo en equipo**

El trabajo en equipo es un referente óptimo para lograr alcanzar las metas y objetivos propuestos día a día, satisfaciendo las necesidades del cliente y el aporte con ideas creativas que sirvan para beneficio de la microempresa.

6.7.2 Valores.

- **Honestidad y Ética**

La idea primordial es aplicar procesos transparentes basando en la honestidad y ética hacia la comunidad. Cumplir con todas las obligaciones con el Estado dentro de los marcos legales establecidos. Ofrecer a los clientes lo que la empresa está en condiciones de cumplir.

- **Calidad**

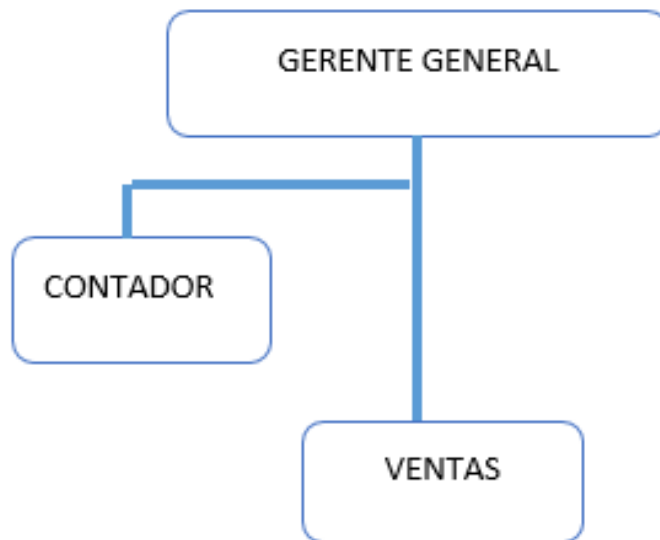
Para que un cliente sienta satisfacción de acuerdo a las necesidades que tiene, es necesario adoptar una apropiada calidad en cuanto al producto como al servicio, el mismo que se obtendrá mediante capacitaciones constantes al personal.

6.8 Estructura Orgánica de la Microempresa

Los organigramas son una estructura representativa de la conformación de la microempresa, reflejada de forma esquemática en las áreas que lo integran.

La microempresa contará con apenas 3 personas facultadas para realizar las funciones del almacén, puesto que se encarga de la venta directa de rines al transportador. De esta manera se encuentra establecida:

ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA
GRÁFICO N° 30 ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA



Elaborado por: La Autora

6.9 Descripción de Funciones

Para el correcto y eficiente funcionamiento de la microempresa deberá contar con una estructura orgánico funcional, en donde se establecen una serie de normas obligatorias a cumplir y los requerimientos mínimos de control en cada puesto a implantar en la microempresa.

TABLA N° 21 FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL

NOMBRE DE LA EMPRESA	“Comercializadora J & S”
TITULO DEL PUESTO	GERENTE GENERAL
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	Representar legalmente a la microempresa en forma jurídica y extrajurídica. Coordinar las importaciones para garantizar la fluidez en los procesos. Planificar, dirigir y controlar el efectivo funcionamiento de la microempresa. Llevar la correcta contabilidad de la microempresa. Conocer y actualizarse a todas las normas legales establecidas para el negocio y hacer cumplir las obligaciones tributarias.
PERFIL	Ser positivo, tener buena presencia. Trabajar en equipo. Mantener el espíritu emprendedor, ser responsable y cumplir con todas las actividades planteadas.
COMPETENCIAS	Capacidad para planificar y organizar. Tolerar la presión. Tener valores y principios.
REQUISITOS	Título en Administración de Empresas o Contabilidad y Auditoría. Tener experiencia en cargos similares. Edad comprendida entre 25 y 35 años. Tener conocimientos en Ingles.

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: La Autora

TABLA N° 22 FUNCIONES DEL CONTADOR

NOMBRE DE LA EMPRESA	“Comercializadora J & S”
TITULO DEL PUESTO	CONTADOR
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	Realizar pagos y obligaciones tributarias y mantenerlas al día. Tener conocimientos básicos en rines. Elaborar pedidos y recepción de mercaderías. Manejar inventarios. Responsabilizarse de las redes comerciales y coordinación de importaciones.
PERFIL	Buena presencia. Facilidad de palabra. Conocimientos en inglés. Responsabilidad y valores de puntualidad, entre otros.
COMPETENCIAS	Capacidad de trabajo a presión. Iniciativa, Innovación. Responsable, puntual y trabajar en equipo.
REQUISITOS	Título mínimo Lic. en Ciencias Contables y afines. Edad comprendida entre los 23 y 35 años. Conocimiento en inglés.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

TABLA N° 23 FUNCIONES DE VENTAS

NOMBRE DE LA EMPRESA	“Comercializadora J & S”
TITULO DEL PUESTO	VENTAS
NUMERO DE PERSONAS	2
FUNCIONES	Conocimiento de rines. Mantener un registro y control de entregas y sus respectivos montos. Mantener una base de datos de clientes y sus contactos. Revisar reportes de ventas diarias y semanales. Preparar los pedidos de cada orden de entrega. Manejar y controlar el movimiento de facturas. Manejo y control de inventario. Encargarse de las cobranzas.
PERFIL	Ser positivo, trabajo en equipo, conocimiento de rines, puntualidad, responsabilidad.
COMPETENCIAS	Tolerar la presión. Tener valores y principios. Manejo de medio de transporte.
REQUISITOS	Título superior o formación secundaria. Tener experiencia en cargos similares. Edad comprendida entre 25 y 35 años.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos son los efectos que se aplican del proyecto, estos pueden ser positivos si son favorables al medio o negativos si resultan de la implementación del proyecto y deben ser analizados para bajar el efecto negativo. Para una mejor comprensión se realiza un análisis cualitativo y cuantitativo.

La ejecución del presente proyecto genera impactos positivos en los que para entenderlos se debe utilizar una matriz, para sujetarse a evaluación, tabulación y análisis, realizados con indicadores por cada uno de los impactos, siendo estos considerados como ponderación alta, media y alta esto de forma positiva y negativa, en la siguiente escala.

VALORACIÓN CUALITATIVA DE IMPACTOS

TABLA N° 24 VALORACIÓN CUALITATIVA DE IMPACTOS

Nivel de impacto	Ponderación
Alto – Positivo	3
Medio – Positivo	2
Bajo – Positivo	1
Indiferente	0
Bajo – Negativo	-1
Medio – Negativo	-2
Alto – Negativo	-3

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

La ponderación de cada indicador se asigna de acuerdo a las expectativas de mejoramiento que el proyecto ocasiona; tanto a nivel interno de la microempresa, como a nivel del sector al que se encuentra vinculado el proyecto, al ser un servicio y producto destinado a la colectividad, se evalúa el efecto en el ambiente y la sociedad.

La fórmula utilizada para medir el impacto es:

$$\frac{\Sigma}{N} = \frac{\text{Sumatoria de Indicadores}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.1 Impacto Social

El proyecto tiene la finalidad de servir al sector del transporte pesado, basado en una alternativa de soluciones al momento de necesitar rines cromados para sus vehículos ya sea por gusto o por necesidad de transportista.

TABLA N° 25 IMPACTO SOCIAL

IMPACTO SOCIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar la condición social					x			1
Mejorar las condiciones adquisitivas						X		2
Mejorar la calidad de vida						X		2
Generar fuentes de empleo						X		2
TOTAL					1	6		7

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Fórmula

$$\frac{\Sigma}{N} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Total Impacto} = 1.75$$

El presente proyecto tiene un impacto Medio – Positivo, lo que favorece el mejoramiento de los niveles de vida e ingreso de quienes están vinculados al sector de transporte pesado de la Ciudad de Ibarra,

creando en la mente del consumidor una idea de que es mejor cambiar todo los rines a tiempo y evitar daños en la salud.

7.2 Impacto Económico

En cuanto al impacto económico este busca mejorar los niveles de ingreso tanto para la microempresa como para los trabajadores de la misma, dando como resultado un estilo de vida mejorado, generar fuentes de trabajo y ofrecer a los clientes alternativas de compra en condiciones acordes a sus necesidades.

TABLA N° 26 IMPACTO ECONÓMICO

IMPACTO ECONÓMICO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Capacidad de compra					X			1
Rentabilidad						X		2
Competitividad							X	3
Estabilidad económica							X	3
TOTAL					1	2	6	9

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Fórmula

$$\frac{\Sigma}{N} = \frac{9}{4}$$

$$Total Impacto = 2.25$$

Dentro del impacto económico se puede evidenciar que el proyecto es Alto – Positivo ya que mediante la creación de la microempresa soluciona problemas de empleo, crea rentabilidad para la empresa y es un importante vinculo hacia una compra directa con el consumidor.

7.3 Impacto Educativo

El impacto citado busca ser una alternativa más, de ayuda para todos los estudiantes en la elaboración de proyectos similares. Puesto que al elaborar este proyecto se hizo una recopilación de información recibida durante el tiempo de estudio, tomándolas como bases fundamentales para encaminar y guiar a quienes estudian carreras afines.

TABLA N° 27 IMPACTO EDUCATIVO

IMPACTO EDUCATIVO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Desarrollo del conocimiento sobre la elaboración de proyectos.							X	3
Aplicación práctica de la teoría recibida en la carrera.						X		2
Descubrir ventajas del importador.						X		2
Ayudar a los futuros profesionales en los proyectos.							X	3
TOTAL						4	6	10

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Fórmula

$$\frac{\Sigma}{N} = \frac{10}{4}$$

$$Total Impacto = 2.25$$

Como se puede observar el resultado en la matriz, el impacto educativo es Medio – Positivo, como consecuencia para la importación de rines cromados este estudio permitirá que a los futuros estudiantes puedan elaborar futuros proyectos y de esta manera descubran áreas de

gran desarrollo en el país, puesto que el comercio internacional permite tener más conocimientos y experimentar nuevas ideas de negocios.

7.4 Impacto Empresarial

El impacto aquí detallado aporta de gran manera tanto para conocer las gestiones administrativas del proyecto, como también sirve de base para determinar el desarrollo de la microempresa de forma positiva o negativa.

TABLA N° 28 IMPACTO EMPRESARIAL

IMPACTO EMPRESARIAL								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Gestión administrativa de acuerdo a los procesos							X	3
Servicio y Atención al cliente							X	3
Calidad del producto							X	3
Estrategias de venta						X		2
TOTAL						2	9	11

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Fórmula

$$\frac{\Sigma}{N} = \frac{11}{4}$$

$$Total Impacto = 2.75$$

Como se puede observar el resultado en la matriz, el impacto empresarial es Alto – Positivo. Los indicadores de este impacto permiten contribuir a la estructura y la gestión empresarial, con la finalidad de realizar estrategias de ventas que aporten en gran medida para el desenvolvimiento de la microempresa, además permite cuidar las formas de atención al cliente dando a conocer las ventajas de adquirir nuestro producto.

7.5 Resumen de Impactos

TABLA N° 29 RESUMEN DE IMPACTOS

RESUMEN DE IMPACTO								
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Social						X		2
Económico						X		2
Educativo						X		2
Empresarial							X	3
TOTAL						6	3	9

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Fórmula

$$\frac{\Sigma}{N} = \frac{11}{4}$$

$$Total Impacto = 2.25$$

Con el fin de conocer si el proyecto de factibilidad cuenta con impactos positivos o negativos, se resolvió realizar el mismo cálculo anterior y determinar que el impacto es Medio – Positivo, que significa que tienen posibilidad de ser factible ya que cuenta con variables que permiten un mejor desarrollo y presentación del producto como de la microempresa en general.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Para determinar el diagnóstico situacional se realizó el estudio en la Ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, esto con el fin de que dentro de la provincia el mayor índice de transporte pesado se encuentra en la misma ciudad.
- En cuanto al estudio de mercado se analizó mediante encuestas y entrevistas realizadas tanto al sector transportista como a la competencia, obteniendo datos con lo que se pudo determinar la demanda y oferta de los rines con recubrimiento en cromo para la ciudad. Este estudio también permitió conocer cuáles han sido los alcances de ventas de la competencia y los precios para poder equilibrar un precio que ayude al consumidor como a nosotros como microempresa importadora.
- En el estudio técnico se determinó la ubicación adecuada para la distribución de manera eficaz de los productos, esto ya que la mayor circulación y fluidez de transporte pesado viaja por las avenidas Mariano Acosta y Cristóbal de Troya. El área en la que se planteará el proyecto es en 2 lugares siendo uno la oficina ubicada en la ciudad de Ibarra cerca del Redondel de la Madre y se tendrá un número adecuado de productos para la venta, el otro local se encontrará en la parroquia de San Antonio de Ibarra, al cual se lo mantendrá como bodega de los rines con recubrimiento en cromo. También se establece el valor al que vamos a adquirir un porcentaje de capital que hace falta para la implementación adecuada de la microempresa.
- Del estudio financiero determina las utilidades de la microempresa, sus valores porcentuales en cuanto a la Tasa Interna de Retorno, al

Valor Actual Neto, el Periodo de Recuperación, con la visión real de que el proyecto sea o no factible.

- Al citar la estructura organizacional de la microempresa, se puede denotar la visión, misión, los objetivos establecidos para el perfecto funcionamiento y manejo de la microempresa. En este punto se establecen las condiciones legales a la cual está sujeta y por ende los trabajadores deben regirse.
- Del análisis de impactos es posible concluir que el desarrollo adecuado de la microempresa permite que el proyecto tenga alcances positivos, en cuanto a los ámbitos social, económico, empresarial y educativo, proporcionando cambios en el sector.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los microempresarios aprovechar las ventajas de la ciudad de Ibarra, considerando que cuenta con la mayor fluidez transportista.
- Abastecer al mercado con productos de calidad, diseñando previamente un plan estratégico de comercialización para obtener el máximo de rentabilidad y brindar productos de calidad al mercado meta.
- Contar con un control permanente tanto del producto como la manera adecuada de atención al cliente. En lo que se refiere a lo financiero de tener mayor cuidado en evitar pérdidas o despilfarrar el dinero, esto permitirá tomar excelentes decisiones financieras y de inversión.
- La microempresa de importación y comercialización de rines con recubrimiento en cromo deberá contar con personal que cumpla los perfiles necesarios. De manera que la estructura organizacional se dirija al funcionamiento positivo y eficiente.
- En cuanto a la organización de la microempresa, esta deberá ser más determinante en cuanto al cumplimiento de sus principales objetivos a largo plazo es decir su visión a futuro. Con el fin de que la microempresa sea eficiente.
- Dentro de los impactos de la microempresa importadora y comercializadora tendrán que valorarse en indicadores Altos – Positivos, con esto será necesario estructurar los componentes, determinando metas a cumplir de acuerdo a las propuestas establecidas.

BIBLIOGRAFÍA

- ARBOLEDA, Germán, 2001, *Formulación, Evaluación y Control de Proyectos*, Cuarta Edición, Colombia. (s.f.).
- BACA, Gabriel, 2006, *Evaluación de Proyectos*, Cuarta Edición, México. (s.f.).
- BAMCA, Bolsa, 2000, *Diccionario de Comercio Exterior*, 2000, España. (). . .
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2014). Recuperado el 17 de Julio de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica>
- BATEMAN, Tomas S., 2009, *Administración Liderazgo y Colaboración en un Mundo Competitivo*, Octava Edición, Editorial Mc Graw Hill, México. (s.f.).
- BETZAIDA, Guadalupe, 2006. (s.f.).
- Boletín de Comercio Exterior*. (Diciembre de 2009). Obtenido de http://www.lacamaradequito.com/uploads/tx_documents/boletin288diciembre2009_r_.pdf
- BRAVO, Mercedes, 2007. (s.f.).
- BRIGHAN, Eugene y HOUSTON Joel, 2005, *Fundamentos de Administración Financiera*. (s.f.).
- CHOLVIS, Fransico, 1988, *ORGANIZACION DEL COMERCIO Y DE LA EMPRESA*, 29 EDICIÓN, Argentina. (). .
- CORDOBA, Marcial, 2006, *Formulación y Evaluación de Proyectos*. (s.f.).
- Diccionario de la Real Academia Española, 2006. (s.f.).
- DUBBINI, Daniela, 2008, *Innovación y empleo en tramas productivas*, Argentina. (s.f.).
- EL HOY. (9 de Noviembre de 2013). <http://www.hoy.com.ec/noticias>. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/vias-la-inversion-va-a-seis-corredores-594632.html>
- GALINDO, R. Carlos, 2008, *Manual para la Creación de Empresas*, Tercera Edición, Colombia. (s.f.). *Manual para la Creación de Empresas*.
- GITMAN, Laurence J., 2007, *Principios de Administración Financiera*. (s.f.).
- HARGADON Bernard, 2005. (s.f.).
- HERNÁNDEZ, Sergio y RODRIGUEZ, 2008, *Administración teórica, procesos, áreas funcionales y estratégicas para la competitividad*, . (s.f.).
- Índice de Precios al Consumidor, 2007. (s.f.).

(19 de Junio de 2013). Intituto Nacional de Estadísticas y Censos.

JÁCOME, Walter, 2005, BASES TEÓRICAS Y PRACTICAS PARA EL DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS Y DE INVERSIÓN, Editorial Universitaria, Ibarra - Ecuador. (s.f.).

JANY, José, 2005, . (s.f.).

MANUAL DE SERVICIOS DE ALCOA. (2003). ACCESORIOS. *MANUAL DE ALCOA*, 26.

MANUAL DE SERVICIOS DE ALCOA. (2003). ACCESORIOS. *MANUAL DE ALCOA*, 26.

MANUAL DEL AUTOMOVIL REPARACION Y MANTENIMIENTO, 2005, España, MMV. (s.f.).

MANUAL DEL AUTOMOVIL REPARACION Y MANTENIMIENTO, 2005, España, MMV . (s.f.).

∴

MENDOZA, Franklin, 2010,. (s.f.).

MUCH, Galindo, 2006. (s.f.).

NELSON, Carla A. 2010, Manual de Importaciones y Exportaciones, Cuarta Edición. (). .

NUCH, Lourdes, 2007, Fundamentos de Administracion: Casos y Practicas,Segunda Edición,México. (s.f.).

PÉREZ, Jose Manuel Alonso, 2011, Tecnicas del Automovil CHASIS, Octava Edición. (s.f.). .

ROJAS, Servulo, 2010, Administración de Pequeñas Empresas, Editorial Mc Graw Hill. México. (s.f.).

SARMIENTO, Rubén, 2005, Contabilidad General, Editorial Mc Graw Hill, Colombia. (s.f.).

SCHERMERHOM, Jhon R., 2010, Administración, Segunda Edición, Editorial Limosa Wiley, México. (s.f.).

VALENCIA, Joaquin Rodriguez, 2008, Administracion de pequeñas y medaianas empresas. (2008). *Administracion de pequeñas y medaianas empresas*.

ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro, 2011, Contabilidad General con bases en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF),Editorial Mac Graw Hill, Séptima Edición, Colombia. (s.f.).

LINKOGRAFÍAS

- Asociación Latinoamericana de Integración - CORPEI
<http://www.aladi.org/nsfaladi/guiasimportacion.nsf>
- Indicadores Banco Central del Ecuador
<http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Empresa Comercializadora <http://www.jjwheel.com/>
- Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/index.php/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA EN INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA
INSTRUMENTO N° 1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS DE LOS TRANSPORTES

CUESTIONARIO

1. ¿Cada que tiempo hace mantenimiento de sus vehículos?

2 veces al año ()

3 veces al año ()

Más de 3 veces al año ()

2. ¿Cambia sus repuestos con frecuencia?

Sí () No ()

3. ¿Por qué compra sus repuestos?

Lujo ()

Necesidad ()

Gusto ()

4. ¿Cuándo usted adquiere los rines como lo paga?

Contado ()

Crédito ()

Mixtos ()

5. ¿El precio de compra de los rines lo considera?

Caro ()

Normal ()

Barato ()

6. Los rines que adquiere son:

Nacionales ()

Extranjeros ()

7. Adquiere los rines en:

Local comercial ()

Llanteras ()

Mecánica ()

8. ¿Conoce de la existencia de rines cromados para vehículos?

Si ()

No ()

9. ¿Estaría dispuesto a adquirir rines cromados para su vehículo?

Si ()

No ()

10. ¿Le gustaría que los rines tengan garantía certificada?

Si ()

No ()



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

INSTRUMENTO N° 2

ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMPETENCIA

CUESTIONARIO

1. ¿Qué tiempo lleva en pie su negocio?

1 año ()

2 años ()

Más de 3 años ()

2. ¿Cuenta con variedad de sus marcas?

Si () No ()

3. ¿Su clientela es fija?

Si () No ()

4. ¿En su local comercial vende rines cromados?

Si () No ()

5. La venta de rines en su local comercial se encuentra entre:

1 – 50 ()

50 – 150 ()

Más de 150 ()

FACTURA

NAVECUADOR S.A. <small>1-800-543-6242 • 1-800-543-6242 • 1-800-543-6242</small> SOGA LENA DORES CRISTINA SAN ANTONIO CALLE BOLIVAR 22-13 ECUADOR RUC: 300187948000 CTO: YAJAÑA TUA PH: 0995377403		BILL OF LADING <small>Doc. No. 1-1-1-1-1</small> 94946832 NECGYE20140912		
COMPOSITION MATERIALS CO. INC. 249 PERES FARM RD. MILFORD CT 06448 PH: 203-434-3042 CTO: JEFF ELSTER		COMPOSITION MATERIALS CO. INC. 249 PERES FARM RD. MILFORD CT 06448 PH: 203-434-3042 CTO: JEFF ELSTER		
COMPOSITION MATERIALS CO. INC. 249 PERES FARM RD. MILFORD CT 06448 PH: 203-434-3042 CTO: JEFF ELSTER		COMPOSITION MATERIALS CO. INC. 249 PERES FARM RD. MILFORD CT 06448 PH: 203-434-3042 CTO: JEFF ELSTER		
NON NEGOTIABLE				
GUAYAQUIL GUAYAQUIL - ECUADOR		GUAYAQUIL - CHINA PO, PO		
SWAGLE - CHINA		SWAGLE - CHINA PO, PO		
		Yes No		
ITEM NO.	QUANTITY	DESCRIPTION	UNIT	AMOUNT
TOPLUK71132 30ALHLD01784E AECTY8LAPRODIL 48064T	6	Truck steel wheel rims 17,5X6.35, CT, 3.98, 75, 22, 5/8, 28 with good quality and best price CODE: 94946832**Place of Delivery** Powder Solutions 84 Spring Lake Drive Swagale - China, PA 19801 PH: (610) 234-3324 FREIGHT COLLECT		6,000.00 X 100
THIS DOCUMENT IS VALID FOR 90 DAYS FROM THE DATE OF ISSUANCE. IT IS NOT VALID FOR NEGOTIATION. IT IS NOT VALID FOR CREDIT. IT IS NOT VALID FOR PAYMENT. IT IS NOT VALID FOR TRANSFER. IT IS NOT VALID FOR ASSIGNMENT. IT IS NOT VALID FOR ENDORSEMENT. IT IS NOT VALID FOR ACCEPTANCE. IT IS NOT VALID FOR DISCOUNT. IT IS NOT VALID FOR REDEMPTION. IT IS NOT VALID FOR CANCELLATION. IT IS NOT VALID FOR REVOCATION. IT IS NOT VALID FOR RESCINDMENT. IT IS NOT VALID FOR ANNULLMENT. IT IS NOT VALID FOR TERMINATION. IT IS NOT VALID FOR EXPIRATION. IT IS NOT VALID FOR EXHAUSTION. IT IS NOT VALID FOR DESTRUCTION. IT IS NOT VALID FOR DESTRUCTION. IT IS NOT VALID FOR DESTRUCTION.				
TRUCK		10000		
GRAND TOTAL (USD)		360.00	0.00	
		0	0	3014.00
		0	0	0
		NECGYE20140912		



Consulta de detalle de la declaración

Numero de DUA	028-2014-10-00173639
---------------	----------------------

Información de general

Aduana	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	IMPORTACION A CONSUMO
Tipo de despacho	DESPACHO NORMAL	Numero de despacho	
Tipo de pago	N		

Información de Importador

Nombre	TUA SANPATIN YAJAIRA SOLEDAD	Numero de	
Ciudad	IBARRA	Telefono	096333165
Direccion	SAN ANTONIO - 11-63 - ANTIGUA PANAMERICANA		
CIIU	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS		

Información del declarante

Apellidos / nombres	ECHVERRIA BENAVIDES JAIME NEPTALI	Numero de	RUC
Código del declarante	01904810		
Direccion			

Información de carga

País de procedencia	CHINA	Código de endoso	SIN ENDOSO - DOC DE IDENTIDAD EN DOC DE
Beneficiario del giro	BOBA LEMA DORIS CRISTINA	Numero de carga	CEC20148UDU002100070001
Documento de transporte	FZUGYL141025C		

[Común]

Valor en aduana

Fob	12356	Flete	2500
Seguro	256	Ajustes	0
Otros ajustes	0	Valor en aduana	1435.60
Items declarados	1	Peso neto (kilos)	
Cantidad de unidades físicas	300	Cantidad de unidades comerciales	300
Total en tributos	1766.27		

Observaciones de oce - comun

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante

1 de hoja / 2 total de hojas



Consulta de detalle de la declaración

No.	Concepto	Descripción
1	OBSERVACION GENERAL	GENERADOR

[Ítem]

Información de ítems

No.	Subpartida	Código complementario	Código suplementario	Descripción	País de origen	Peso neto	Cantidad de unidades comerciales
1	8708.70.10.00	0000	0000	GENERADOR	CHINA		300

[Autolig. Total]

Valor en aduana

Fob total	12856	Flete total	2500
Seguro total	256	Valor de ajustes	0
Total de otros ajustes	0	Valor en aduana	1435.60
Total de tributo	1766.27		

Tributo de declaración de importación (común)

Código de tributo	Monto de tributo	Valor de liberación	Cantidad a pagar
01	0	0	0
03	0	0	0
04	64.28	0	64.28
05	0	0	0
07	1696.99	0	1696.99
08	0	0	0

[Autolig. Por Ítem]

Numero de ítem	Arancel Advalorem	Arancel Especifico	Antidumping	Fondinfa	ICE Advalorem	ICE Especifico	IVA	Salvaguardia	Salvaguardia especifica
1	0	0	0	64.28	0	0	1696.99	0	0

[Documentos]

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante

2 de hoja / 2 total de hojas

Liquidación

CONTRIBUYENTE:

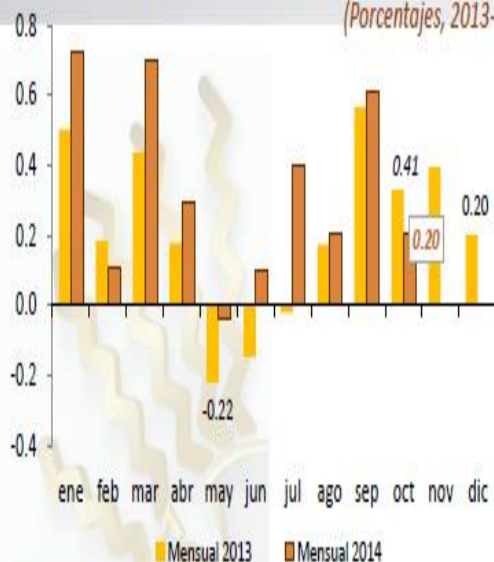
Numero de la liquidación	32129752	Tipo de Identificación	RUC	Numero de Identificación	1001676483001
Nombre o Razón Social	SUSA LEMA LORIS CRISTINA	Ciudad	IBARRA	TELÉFONO	096838177
Dirección	SAN ANTONIO CALLE BOLIVAR 22-15				

LIQUIDACION ADUANERA:

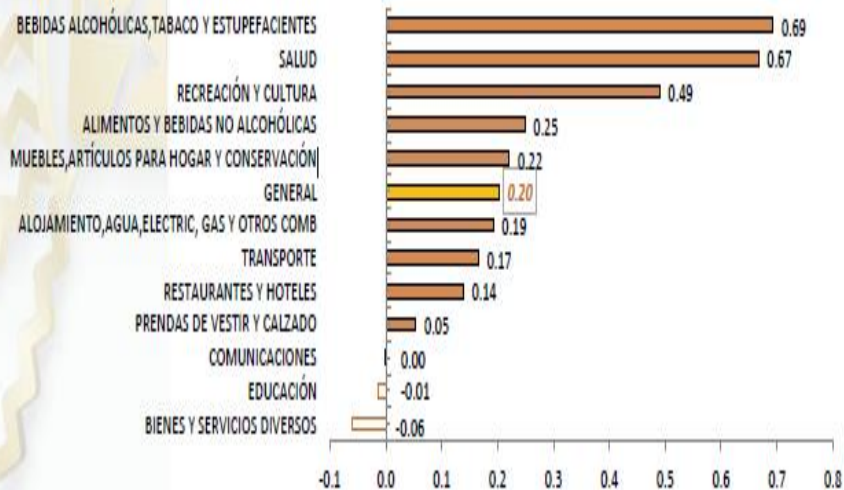
CONCEPTO	Liquidación de Aduana	Valor liberado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A. Derechos arancelarios					
ARANCEL ADVALOREM	0	0	0		
ARANCEL ESPECIFICO	0	0	0		
ANTI-DUMPING	0	0	0		
B. Impuestos					
FONDIRA	64.28	0	64.28		
ICE ADVALOREM	0	0	0		
ICE ESPECIFICO	0	0	0		
IVA	1696.99	0	1696.99		
C. Tasa					
Tasa de Vigilancia Aduanera	0	0	0		
D. Recargos Arancelarios					
SALVAGUARDIA	0	0	0		
SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0	0	0		
E. Intereses					
F. Multas					
G. Otros					
TOTAL	1761.27	0	1761.27	0	249.260
Fecha/Hora de liquidación	09/03/2014	Fecha máxima de pago	11/03/2014	Banco	
Numero de Garantía		Valor cobrado	1761.27		

Observación:

(Porcentajes, 2013-2014)



En octubre de 2014, se registró una tasa de inflación mensual del 0.20%, inferior al porcentaje alcanzado en el mismo mes del año anterior (0.41%); por divisiones de consumo el mayor registro positivo fue el de Bebidas Alcohólicas, Tabaco y Estupefacientes (0.69%), y Salud (0.67%); en tanto 3 divisiones fueron deflacionarias. (gráfico inferior).



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).





CUADRO No .1
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR USO, SEGÚN PROVINCIAS

PROVINCIA	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO			
		PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPAL
TOTAL	1.509.458	1.436.303	49.996	17.721	5.438
AZUAY	92.590	88.664	2.920	628	378
BOLÍVAR	13.267	12.257	554	371	85
CAÑAR	34.221	32.841	951	240	189
CARCHI	16.827	15.525	963	268	71
COTOPAXI	48.772	46.694	1.392	548	138
CHIMBORAZO	38.652	35.823	1.870	744	215
EL ORO	57.572	55.127	1.818	467	160
ESMERALDAS	34.577	33.214	941	368	54
GUAYAS	399.516	382.975	13.028	2.982	531
IMBABURA	42.622	39.771	2.253	436	162
LOJA	33.926	31.621	1.513	643	149
LOS RÍOS	69.124	67.347	1.111	584	82
MANABÍ	119.886	113.350	5.237	1.106	193
MORONA SANTIAGO	6.001	5.198	329	313	161
NAPO	3.943	3.312	278	258	95
PASTAZA	6.739	6.017	334	265	123
PICHINCHA	347.694	331.246	8.995	5.363	2.090
TUNGURAHUA	70.497	67.003	2.653	596	245
ZAMORA CHINCHIPE	4.531	3.987	244	195	105
GALÁPAGOS	844	603	107	121	13
SUCUMBÍOS	15.809	14.796	506	402	105
ORELLANA	8.321	7.588	430	269	34
SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	29.252	27.626	1.255	333	38
SANTA ELENA	14.275	13.718	314	221	22

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC), ESTADÍSTICAS DE TRANSPORTE 2012



CUADRO No.-2
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR USO, SEGÚN CLASE

CLASE	TOTAL	USO DEL VEHICULO			
		PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPAL
TOTAL	1.509.458	1.436.303	49.996	17.721	5.438
AUTÓMOVIL	502.216	476.868	24.183	1.083	82
BUS	10.006	874	8.692	393	47
CAMIÓN	121.607	115.139	4.853	900	715
CAMIONETA	275.227	262.176	3.615	7.553	1.883
COLECTIVO	1.694	584	1.014	83	13
FURGONETA C	13.604	13.564	16	24	0
FURGONETA P	29.607	26.015	3.160	365	67
JEEP	237.460	232.953	156	3.781	570
MOTOCICLETA	296.086	292.501	11	2.715	859
TANQUERO	2.585	1.870	296	252	167
TRÁILER	8.429	5.805	2.490	77	57
VOLQUETE	10.937	7.954	1.510	495	978

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC), ESTADÍSTICAS DE TRANSPORTE 2012

CUADRO No.-4
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR PROVINCIA, SEGÚN CLASE

PROVINCIA	TOTAL	CLASE											
		AUTÓMOVIL	BUS	CAMIÓN	CAMIONETA	COLECTIVO	FURGONETA C	FURGONETA P	JEEP	MOTOCIC LETA	TANQUERO	TRÁILER	VOLQUETE
	1.509.458	502.216	10.006	121.607	275.227	1.694	13.604	29.607	237.460	296.086	2.585	8.429	10.937
AZUAY	92.590	34.202	387	6.132	21.189	37	63	1.444	23.008	5.385	63	212	468
BOLÍVAR	13.267	3.562	150	2.441	3.092	29	21	154	1.868	1.742	27	21	160
CAÑAR	34.221	9.507	236	5.151	8.284	29	22	452	5.091	4.736	85	233	395
CARCHI	16.827	5.522	175	1.832	3.501	13	14	124	2.934	2.334	30	208	140
COTOPAXI	48.772	12.723	342	8.464	10.641	11	59	542	6.057	8.653	142	380	758
CHIMBORAZO	38.652	14.777	405	4.521	9.336	17	38	672	5.468	2.999	53	57	309
EL ORO	57.572	11.840	358	6.953	11.150	46	134	672	5.218	20.132	99	280	690
ESMERALDAS	34.577	5.404	273	4.489	5.596	62	93	380	3.042	14.477	76	198	487
GUAYAS	399.516	148.439	2.080	20.022	62.909	858	11.781	11.140	56.549	79.229	614	4.152	1.743
IMBABURA	42.622	15.567	448	2.815	9.333	25	40	733	7.139	5.900	67	184	371
LOJA	33.926	11.314	288	3.108	8.901	20	24	362	5.443	3.984	44	98	340
LOS RÍOS	69.124	9.086	469	9.660	7.874	51	102	534	2.615	37.734	71	254	674
MANABÍ	119.886	28.032	1.079	15.197	21.391	116	424	1.450	9.546	39.965	516	571	1.599
MORONA SANTIAGO	6.001	1.031	66	654	1.624	22	3	50	935	1.464	13	12	127
NAPO	3.943	699	74	253	1.104	3	4	39	534	1.140	4	10	79
PASTAZA	6.739	1.876	86	537	1.406	11	3	96	1.008	1.542	14	15	145
PICHINCHA	347.694	149.050	1.816	13.211	57.305	177	405	8.597	85.964	28.468	311	995	1.395
TUNGURAHUA	70.497	27.360	605	8.924	18.447	23	121	1.317	9.262	3.889	90	118	341
ZAMORA CHINCHIPE	4.531	1.044	54	510	1.303	30	4	41	594	803	8	9	131
GALÁPAGOS	844	20	13	85	280	8		11	36	368	9		14
SUCUMBÍOS	15.809	1.125	148	1.131	2.217	44	9	87	711	10.064	38	95	140
ORELLANA	8.321	807	60	942	1.889	29	2	78	469	3.735	48	139	123
SANTO DOMINGO DE L	29.252	4.922	242	3.560	4.783	25	63	346	2.911	11.935	93	118	254
SANTA ELENA	14.275	4.307	152	1.015	1.672	8	175	286	1.058	5.408	70	70	54

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC). ESTADÍSTICAS DE TRANSPORTE 2012



CUADRO No.-4
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR PROVINCIA, SEGÚN CLASE

PROVINCIA	TOTAL	CLASE											
		AUTÓMOVIL	BUS	CAMIÓN	CAMIONETA	COLECTIVO	FURGONETA C	FURGONETA P	JEEP	MOTOCICLETA	TANQUERO	TRAILER	VOLQUETE
	1.509.458	502.216	10.006	121.607	275.227	1.694	13.604	29.607	237.460	296.086	2.585	8.429	10.937
AZUAY	92.590	34.202	387	6.132	21.189	37	63	1.444	23.008	5.385	63	212	468
BOLÍVAR	13.267	3.562	150	2.441	3.092	29	21	154	1.868	1.742	27	21	160
CAÑAR	34.221	9.507	236	5.151	8.284	29	22	452	5.091	4.736	85	233	395
CARCHI	16.827	5.522	175	1.832	3.501	13	14	124	2.934	2.334	30	208	140
COTOPAXI	48.772	12.723	342	8.464	10.641	11	59	542	6.057	8.653	142	380	758
CHIMBORAZO	38.652	14.777	405	4.521	9.336	17	38	672	5.468	2.999	53	57	309
EL ORO	57.572	11.840	358	6.953	11.150	46	134	672	5.218	20.132	99	280	690
ESMERALDAS	34.577	5.404	273	4.489	5.596	62	93	380	3.042	14.477	76	198	487
GUAYAS	399.516	148.439	2.080	20.022	62.909	858	11.781	11.140	56.549	79.229	614	4.152	1.743
IMBABURA	42.622	15.567	448	2.815	9.333	25	40	733	7.139	5.900	67	184	371
LOJA	33.926	11.314	288	3.108	8.901	20	24	362	5.443	3.984	44	98	340
LOS RÍOS	69.124	9.086	469	9.660	7.874	51	102	534	2.615	37.734	71	254	674
MANABÍ	119.886	28.032	1.079	15.197	21.391	116	424	1.450	9.546	39.965	516	571	1.599
MORONA SANTIAGO	6.001	1.031	66	654	1.624	22	3	50	935	1.464	13	12	127
NAPO	3.943	699	74	253	1.104	3	4	39	534	1.140	4	10	79
PASTAZA	6.739	1.876	86	537	1.406	11	3	96	1.008	1.542	14	15	145
PICHINCHA	347.694	149.050	1.816	13.211	57.305	177	405	8.597	85.964	28.468	311	995	1.395
TUNGURAHUA	70.497	27.360	605	8.924	18.447	23	121	1.317	9.262	3.889	90	118	341
ZAMORA CHINCHIPE	4.531	1.044	54	510	1.303	30	4	41	594	803	8	9	131
GALÁPAGOS	844	20	13	85	280	8		11	36	368	9		14
SUCUMBÍOS	15.809	1.125	148	1.131	2.217	44	9	87	711	10.064	38	95	140
ORELLANA	8.321	807	60	942	1.889	29	2	78	469	3.735	48	139	123
SANTO DOMINGO DE L	29.252	4.922	242	3.560	4.783	25	63	346	2.911	11.935	93	118	254
SANTA ELENA	14.275	4.307	152	1.015	1.672	8	175	286	1.058	5.408	70	70	54