



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE ENLLANTAJE,
ALINEACIÓN, BALANCEO Y COMERCIALIZACIÓN DE
NEUMÁTICOS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE
PESADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE
IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO(A) EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.**

**AUTORES: ENRÍQUEZ ANDRADE LUIS FERNANDO
VITERI LÓPEZ PAOLA GABRIELA**

DIRECTOR: ING. FERNANDO VALENZUELA

Ibarra, 19 de febrero del 2014

RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL

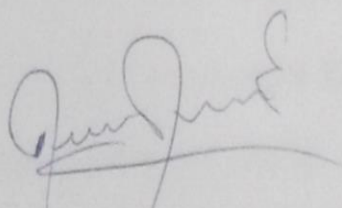
El presente “Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Servicios de enllantaje, alineación, balanceo y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura; es promovido en base a crear un centro de mantenimiento preventivo, correctivo para el transporte pesado, siendo un proyecto que cubra expectativas de calidad, servicio eficiente, comodidad y capacidad efectiva de una maquinaria con tecnología de punta que permitirá el ahorro de tiempo en el trabajo realizado. Empezando con la recopilación de información científica, la misma que sustenta teóricamente la investigación; seguidamente se realiza el estudio de mercado en el cual se pudo determinar que el segmento de mercado a quien se dirige el proyecto, presenta una gran necesidad de un centro de mantenimiento con tecnología de punta en servicio de enllantaje, alineación, balanceo y comercialización de neumáticos en el mismo lugar; estableciendo así una demanda insatisfecha de 38.623 servicios al año; y 4.735 unidades de neumáticos; competidores solo vulcanizadoras donde la gran mayoría realizan los servicios en las carreteras sin la adecuada maquinaria generando inseguridad en los transportistas al desempeñar su labor diaria, con el análisis del estudio técnico se logró ubicar de manera estratégica la empresa de servicios, en la ciudad de Ibarra, en el sector de La Florida en un lote de terreno con área de 1.946,90 metros cuadrados dando todas las facilidades de estacionamiento y comodidad. También se estableció una estructura organizacional acorde a la necesidad existente y un manual de funciones específico para todo el personal de la empresa; una vez determinado el estudio técnico se analiza el estudio económico aplicando las técnicas de evaluación económica - financiera, las cuales arrojaron resultados beneficiosos y atractivos: el VAN de \$ 34.326,33, la TIR 13,36%, el costo beneficio 1.13, el periodo de recuperación del capital es de 4 años 7 meses 27 días y el punto de equilibrio es de 119.285,84 al año; finalmente el estudio de los impactos generados por la empresa tales como impacto económico, social y ambiental, buscando conservar una ciudad libre de Co2.

SUMMARY

In the following feasibility study for the creation of a services company to change to new tires, alignment, balancing and marketing of tires for vehicles of heavy transport in the Ibarra city, Imbabura Province; is promoted in base to create a preventive and corrective maintenance center for heavy transport, being a project that covered expectations of quality, efficient service, convenience and appropriate capacity from a machinery with high technology that allows to save time in the work performed. Beginning with gathering of scientific information, the same that sustained the research theoretically; then was performed the market study in which was determined that the market segment to who is leading the project presents a great necessity for a service maintenance in high technology in service tire change, alignment, balancing and marketing in the same place; thus establishing a dissatisfied demand for services 38,623 per year, and 4,735 units of tires Competitors where the most services were performed on the road without an appropriate machinery, generating insecurity to the driver in your daily work, with the analysis of the technical study have been achieved strategically locate the services company in Ibarra city sector La Florida on a plot of land with an area 1.946,90 mts² giving all facilities of parking lot and comfort, also provides an organizational structure according to the need existing and an specific performance handbook for all workers of the company, once determined the technical study have been analyzed the economic and financial study which give profitable and attractive results: of VAN 34.326,33 the TIR 13,36% and the benefit cost 1.13, the time of capital recovery of 4 years, 7 months, 27 days and the balance point is 119.285,84 per year; finally the study of the amounts generated by the company such as: the socioeconomic and environmental impact looking for to keep a free city of CO₂.

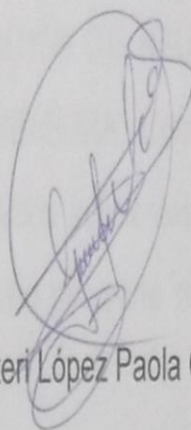
AUTORÍA

Nosotros: Enríquez Andrade Luis Fernando y Viteri López Paola Gabriela declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Enríquez Andrade Luis Fernando

1002525424



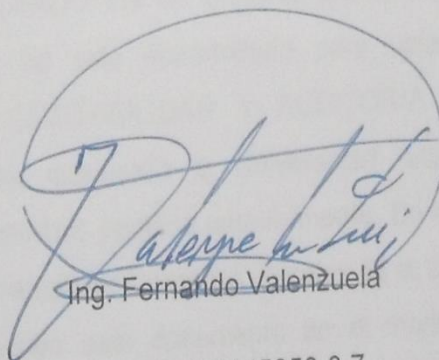
Viteri López Paola Gabriela

1002744256

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los egresados Enríquez Andrade Luis Fernando Y Viteri López Paola Gabriela para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría CPA cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE ENLANTAJE, ALINEACIÓN BALANCEO Y COMERCIALIZACIÓN DE NEUMÁTICOS 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.

Ibarra, 19 de febrero del 2014.



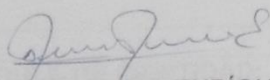
Ing. Fernando Valenzuela

C.I. N°: 100145350-3 7

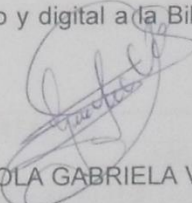


CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, ENRÍQUEZ ANDRADE LUIS FERNANDO, con cédula de identidad Nro. 1002525424, y VITERI LÓPEZ PAOLA GABRIELA con cédula de identidad Nro. 100274425-6, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN, BALANCEO Y COMERCIALIZACIÓN DE NEUMÁTICOS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


LUIS FERNANDO ENRÍQUEZ A.

CI: 100252542-4


PAOLA GABRIELA VITERI L.

CI: 100274425-6

Ibarra, 19 de febrero del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100252542-4	100274425-6
APELLIDOS Y NOMBRES:	ENRÍQUEZ ANDRADE LUIS FERNANDO VITERI LÓPEZ PAOLA GABRIELA	
DIRECCIÓN:	IBARRA, A. Fray. Vacas Galindo 9-90 y Av. Cristóbal de Troya	
EMAIL:	fernandoen79@yahoo.com gvgabrielaviteri@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	TELÉFONO MÓVIL:	0989782263 0993047815

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN, BALANCEO Y COMERCIALIZACIÓN DE NEUMÁTICOS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	ENRÍQUEZ ANDRADE LUIS FERNANDO VITERI LÓPEZ PAOLA GABRIELA
FECHA: AAAAMMDD	19 DE FEBRERO DEL 2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA: <input type="checkbox"/>	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	ING. FERNANDO VALENZUELA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

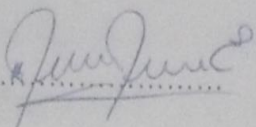
Nosotros, ENRÍQUEZ ANDRADE LUIS FERNANDO, con cédula de identidad Nro. 1002525424, y VITERI LÓPEZ PAOLA GABRIELA con cédula de identidad Nro. 100274425-6, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

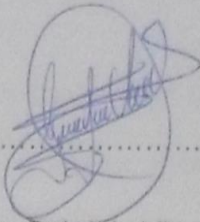
Ibarra, 19 de febrero del 2014

LOS AUTORES:

(Firma) 

Nombre: Fernando Enriquez A.


C.C.: 100252542-4

(Firma) 

Nombre: Gabriela Viteri L.

C.C.: 100274425-6

ACEPTACIÓN:

(Firma) 

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedicamos el presente Trabajo de investigación primero A Dios por regalarnos una vida llena de oportunidades.

A nuestra hija Daniela Nicole, que ha sido nuestra razón de ser y por ser quién fue nuestro incentivo para seguir adelante, además a nuestra Familia a nuestros Padres y hermanos, por su cariño y su apoyo incondicional.

Luis Fernando Enríquez A.

Paola Gabriela Viteri L.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecemos a la Facultad de Ciencias Administrativas y económicas de la Universidad Técnica del Norte, que nos acogió y brindó un espacio en sus aulas educativas, en donde adquirimos los más sabios conocimientos, los cuales nos servirán en nuestra vida profesional.

Al Ingeniero Fernando Valenzuela, quien con sus conocimientos, fue un eje primordial para cumplir nuestro objetivo, dirigiéndonos con mucha paciencia durante todo el proceso que conllevó la presente investigación.

Luis Fernando Enríquez A.

Paola Gabriela Viteri L.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado consta de siete capítulos, los cuales se detallan a continuación:

CAPÍTULO I: Se ha realizado un diagnóstico situacional, en el cual se analizó la situación externa, el estado actual de los transportistas y se identificó las variables las cuales mediante encuestas, y entrevistas conocimos las expectativas del consumidor permitiendo identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que presenta el proyecto.

CAPÍTULO II: Se recopiló la información necesaria en el marco teórico en base a las directrices del proyecto sustentado mediante investigaciones bibliográficas, documentos especializados, internet.

CAPÍTULO III: En la investigación de mercado, se logró identificar la necesidad de cada tipo de servicio a ofrecer, establecer su nivel de aceptación y factores que prevalecen para satisfacción del cliente determinar la estructura del mercado, conocer a nuestros consumidores potenciales; logrando establecer y proyectar el precio, la oferta, demanda y demanda insatisfecha.

CAPÍTULO IV: En el estudio técnico se determinó factores relevantes para la puesta en marcha de la empresa, lo cual se ha identificado la eficiencia de la maquinaria, todo lo que abarque en el taller, los requerimientos y disponibilidad en mano de obra y materiales, además determinar el lugar idóneo para que la empresa cumpla con las normativas municipales para poder establecer los procesos del servicio y la comercialización de los neumáticos.

CAPÍTULO V: En el estudio financiero se realizó una investigación en todos los aspectos financieros, se efectúa un análisis de la evaluación de la inversión mediante el cálculo del Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Periodo de recuperación de la inversión, y el Costo beneficio, determinando la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO VI: Se desarrolló la propuesta estratégica de la empresa, estableciendo la filosofía empresarial, el organigrama estructural, las estrategias empresariales, la descripción de las funciones del personal y las normas legales para la constitución jurídica.

CAPÍTULO VII: En la evaluación de los impactos económico, social y ambiental que se generará en el proyecto esperamos tener resultados positivos para la puesta en marcha de la empresa.

La información necesaria contenida en este estudio de factibilidad se encuentra desarrollada a continuación:

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL.....	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxxiii
OBJETIVOS.....	xxxiv
OBJETIVO GENERAL:	xxxiv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	xxxiv
CAPÍTULO I.....	35
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	35
ANTECEDENTES.....	35
OBJETIVOS.....	37

OBJETIVO GENERAL.....	37
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	37
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	37
INDICADORES.....	38
MERCADO.....	38
COMERCIALIZACIÓN Y SERVICIOS.....	38
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	39
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	40
CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	40
DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
INFORMACIÓN PRIMARIA.....	41
DISEÑO Y VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	42
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	42
TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS.....	42
DIAGNÓSTICO EXTERNO.....	56
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	57
CAPÍTULO II.....	58
MARCO TEÓRICO.....	58
LA EMPRESA.....	58
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	58
ADMINISTRACIÓN.....	60

PROCESO ADMINISTRATIVO	61
TRANSPORTE	62
FINES DEL TRANSPORTE TERRESTRE	62
CLASES DEL TRANSPORTE TERRESTRE	63
TIPOS DE VEHÍCULOS DESTINADOS AL TRANSPORTE TERRESTRE	64
CLASIFICACIÓN DE VEHÍCULOS	66
PARQUE AUTOMOTOR.....	71
ESTUDIO DE MERCADO	73
DEFINICIÓN	73
MERCADO META.....	74
PRODUCTO	74
OFERTA	74
DEMANDA	75
PRECIO	75
LA COMERCIALIZACIÓN	75
PROMOCIÓN	77
ESTUDIO TÉCNICO	78
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	79
LOCALIZACIÓN.....	79
INGENIERÍA DE PROYECTO	79

INVERSIÓN.-.....	81
ESTUDIO FINANCIERO.....	82
ESTADOS FINANCIEROS	82
OBJETIVOS	82
CLASES DE ESTADOS FINANCIEROS	82
EVALUADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO	86
VALOR ACTUAL NETO.....	86
TASA INTERNA DE RETORNO.....	87
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)	88
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	89
TASA DE REDESCUENTO":.....	89
PUNTO DE EQUILIBRIO	90
CAPITAL DE TRABAJO	90
PLAN ESTRATÉGICO:.....	90
MISIÓN:.....	90
VISIÓN:	91
CAPÍTULO III.....	92
ESTUDIO DE MERCADO.....	92
PRESENTACIÓN	92
OBJETIVOS	93
OBJETIVO GENERAL.....	93

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	93
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO Y DEL PRODUCTO	93
SERVICIO.....	93
PRODUCTO	96
MERCADO META.....	96
SEGMENTO DE MERCADO	96
DESARROLLO OPERATIVO DEL ESTUDIO	97
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	97
CÁLCULO DE LA MUESTRA	98
INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	98
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	98
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN SERVICIOS.-	98
ANÁLISIS DE ENTREVISTAS REALIZADAS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS QUE OFRECEN SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.....	102
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE PRODUCTOS	106
ANÁLISIS DE ENTREVISTA REALIZADA A PROPIETARIOS DE LOCALES COMERCIALES DE VENTA DE NEUMÁTICOS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.....	107
LA DEMANDA Y OFERTA DEL MERCADO	108

ANÁLISIS DE LA DEMANDA	108
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	114
BALANCE OFERTA / DEMANDA.....	120
DEMANDA INSATISFECHA POR SERVICIOS	120
DEMANDA INSATISFECHA POR PRODUCTO	122
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	123
ANÁLISIS DE PRECIOS DE SERVICIOS	123
ANÁLISIS DE PRECIOS DE PRODUCTOS	124
PROYECCIÓN DE PRECIOS POR SERVICIO	126
PROVEEDORES.....	128
PROVEEDORES DE SERVICIOS.....	128
PROVEEDORES DE PRODUCTOS.....	129
VOLUMEN DE COMPRAS	129
PROCEDIMIENTO DE COMPRAS.....	129
PROCEDIMIENTO DE COMPRAS DE SERVICIOS.....	129
PROCEDIMIENTO DE COMPRAS DE PRODUCTOS	129
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	129
CAPÍTULO IV	131
ESTUDIO TÉCNICO.....	131
TAMAÑO DEL PROYECTO	131
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	131

MACROLOCALIZACIÓN.....	131
MICROLOCALIZACIÓN	132
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	134
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	134
ÁREA ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL	135
ÁREA DE CENTRO DE ACOPIO Y BODEGA	135
ÁREA DE TALLER.....	135
ÁREA ESTACIONAMIENTO VEHICULAR.....	135
PROCESO DE SERVICIOS Y COMERCIALIZACIÓN	137
PRESUPUESTO TÉCNICO	141
INVERSIONES FIJAS.....	141
INVERSIONES DIFERIDAS.....	147
CAPITAL DE TRABAJO.....	152
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	153
FINANCIAMIENTO	153
CAPÍTULO V.....	155
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	155
DETERMINACIÓN DE UNIDADES PROYECTADAS	155
DETERMINACIÓN DE UNIDADES PROYECTADAS POR SERVICIOS	155

DETERMINACIÓN DE UNIDADES PROYECTADAS POR PRODUCTO	155
DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS	156
DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR SERVICIO	156
DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO	157
RESUMEN DETERMINACIÓN DE INGRESOS POR SERVICIO Y PRODUCTO	163
DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS....	163
DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS POR PRODUCTO PROYECTADOS.	164
DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE SERVICIOS PROYECTADOS.	166
DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE VENTA	171
GASTOS ADMINISTRATIVOS	174
DEPRECIACIONES.....	176
GASTOS FINANCIEROS	176
RESUMEN DE GASTOS	178
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	179
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES.....	180
FLUJO DE CAJA	181
EVALUACIÓN FINANCIERA	181

COSTO DE OPORTUNIDAD	181
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	181
VAN CON TASA SUPERIOR	182
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	183
RELACION INGRESOS – EGRESOS	184
PUNTO DE EQUILIBRIO	184
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	185
CAPÍTULO VI.....	187
PROPUESTA ESTRATÉGICA	187
LA EMPRESA	187
NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL	187
TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA	187
TIPO DE EMPRESA	188
BASE FILOSÓFICA.	189
MISIÓN.	189
VISIÓN.....	190
PRINCIPIOS Y VALORES	190
LA ORGANIZACIÓN	191
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	191
FUNCIONES DEL PERSONAL.....	192
ESTRATEGIAS DE MARKETING	201

PRODUCTO Y SERVICIO.....	201
PRECIO.....	205
PLAZA.....	206
PUBLICIDAD.....	206
ESTRATEGIAS OPERATIVAS.....	209
ESTRATÉGIAS FINANCIERAS.....	210
ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN.....	210
REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.....	220
CAPÍTULO 7.....	244
IMPACTOS DEL PROYECTO.....	244
IMPACTO ECONÓMICO.....	245
IMPACTO AMBIENTAL.....	246
IMPACTO SOCIAL.....	247
CONCLUSIONES.....	248
RECOMENDACIONES.....	250
BIBLIOGRAFÍA.....	253
LINKOGRAFÍA.....	255
ANEXOS.....	256

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	MATRIZ DIAGNÓSTICO	39
Cuadro 2	POBLACIÓN A INVESTIGARSE:.....	40
Cuadro 3	LUGAR DONDE ACUDEN REGULARMENTE A REALIZAR LOS SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO. 43	
Cuadro 4	GRADO DE SERVICIO DE CALIDAD RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.....	44
Cuadro 5	GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.....	45
Cuadro 6	NIVEL DE PRECIOS QUE PAGA POR EL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.....	46
Cuadro 7	DISPOSICIÓN A COMPRAR NEUMÁTICOS Y SERVICIOS DE ENLLANTAJE, BALANCEO Y ALINEACIÓN EN UN MISMO LUGAR.....	47
Cuadro 8	EXISTENCIA DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS CON INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA ADECUADA	48
Cuadro 9	NECESIDAD DE UN TECNICENTRO DE SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO CON MAQUINARIA E INFRAESTRUCTURA DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA.....	49
Cuadro 10	MARCAS DE NEUMÁTICOS DE PREFERENCIAS	50
Cuadro 11	PREFERENCIA POR MARCA DE NEUMÁTICOS	51
Cuadro 12	PUBLICIDAD	52
Cuadro 13	COMERCIALIZADORAS DE NEUMÁTICOS Y SERVICIOS DE MANTENIMIENTO AUTOMOTRIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA.....	54
Cuadro 14	VULCANIZADORAS DE LA CIUDAD DE IBARRA	55
Cuadro 15	DIVISIÓN DEL MERCADO.....	97

Cuadro 16	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	97
Cuadro 17	FRECUENCIA DE ENLLANTAJES	99
Cuadro 18	BALANCEOS ANUALES.....	100
Cuadro 19	FRECUENCIA DE ALINEACIONES.....	101
Cuadro 20	FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ENLLANTAJES ENCUESTADOS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	103
Cuadro 21	FRECUENCIA Y CANTIDAD DE BALANCEOS ENCUESTADOS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	104
Cuadro 22	FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ALINEACIONES ENCUESTADOS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	105
Cuadro 23	CANTIDAD DE NEUMÁTICOS QUE COMPRA AL AÑO	106
Cuadro 24	CÁLCULO DE LA DEMANDA HISTÓRICA	110
Cuadro 25	DEMANDA ACTUAL POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	111
Cuadro 26	DEMANDA PROYECTADA POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	111
Cuadro 27	DEMANDA ACTUAL POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	112
Cuadro 28	DEMANDA PROYECTADA POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	112

Cuadro 29 DEMANDA ACTUAL POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	112
Cuadro 30 DEMANDA PROYECTADA POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	113
Cuadro 31 DEMANDA ACTUAL POR PRODUCTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	113
Cuadro 32 DEMANDA PROYECTADA POR PRODUCTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	113
Cuadro 33 CÁLCULO DE LA OFERTA HISTÓRICA.....	115
Cuadro 34 OFERTA ACTUAL POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	116
Cuadro 35 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	116
Cuadro 36 OFERTA ACTUAL POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	117
Cuadro 37 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	117
Cuadro 38 OFERTA ACTUAL POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	118
Cuadro 39 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	118
Cuadro 40 OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	119
Cuadro 41 OFERTA HISTÓRICA PRODUCTO	119

Cuadro 42 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PRODUCTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	120
Cuadro 43 DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	120
Cuadro 44 DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO DE BALANCEO	121
Cuadro 45 DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	121
Cuadro 46 DEMANDA INSATISFECHA DEL PRODUCTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	122
Cuadro 47 PRECIO DE SERVICIOS POR NEUMÁTICO CONVENCIONAL PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	123
Cuadro 48 PRECIO DE SERVICIOS POR NEUMÁTICO RADIAL PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	124
Cuadro 49 PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE NEUMÁTICOS POR SEGMENTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO	125
Cuadro 50 PROYECCIÓN DE PRECIO POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	126
Cuadro 51 PROYECCIÓN DE PRECIO POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	126
Cuadro 52 PROYECCIÓN DE PRECIO POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.....	126
Cuadro 53 PROYECCIÓN DE PRECIOS POR PRODUCTO	127
Cuadro 54 MATRIZ LOCACIONAL.....	133
Cuadro 55 INFRAESTRUCTURA CIVIL	141
Cuadro 56 MUEBLES Y ENSERES.....	142
Cuadro 57 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	143

Cuadro 58 EQUIPOS DE OFICINA	144
Cuadro 59 MAQUINARIA.....	145
Cuadro 60 HERRAMIENTAS	146
Cuadro 61 RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS	147
Cuadro 62 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	148
Cuadro 63 GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL	149
Cuadro 64 GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS ANUAL	149
Cuadro 65 GASTOS SUELDOS DE VENTAS MENSUAL	149
Cuadro 66 GASTOS SUELDOS DE VENTAS ANUAL.....	150
Cuadro 67 COSTOS SUELDOS DE TALLER MENSUAL	150
Cuadro 68 COSTOS SUELDOS DE TALLER ANUAL	151
Cuadro 69 REQUERIMIENTOS PESAS PARA BALANCEO	151
Cuadro 70 GASTOS FIJOS MENSUALES.....	152
Cuadro 71 GASTOS FIJOS ANUALES.....	152
Cuadro 72 CAPITAL DE TRABAJO	153
Cuadro 73 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO.....	153
Cuadro 74 DISTRIBUCIÓN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	154
Cuadro 75 UNIDADES DE SERVICIOS A CAPTAR	155
Cuadro 76 UNIDADES DE NEUMÁTICOS A CAPTAR.....	156
Cuadro 77CÁLCULO DE LOS INGRESOS POR SERVICIO	157
Cuadro 78CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 1	158
Cuadro 79 CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 2	159
Cuadro 80 CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 3.....	160

Cuadro 81	CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 4.....	161
Cuadro 82	CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 5.....	162
Cuadro 83	TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS POR SERVICIO .	163
Cuadro 84	TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO	163
Cuadro 85	CÁLCULO DE FLETES DE NEUMÁTICOS	164
Cuadro 86	CÁLCULO DE COSTOS DE NEUMÁTICOS	165
Cuadro 87	CÁLCULO DE BONIFICACIÓN POR COMPRA DE NEUMÁTICOS.....	166
Cuadro 88	DATOS HISTÓRICOS DEL SALARIO MÍNIMO EN ECUADOR	166
Cuadro 89	PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO DE TALLER	167
Cuadro 90	PROYECCIÓN COMISIONES DEL TALENTO HUMANO DE TALLER.....	168
Cuadro 91	PROYECCIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO HUMANO DE TALLER.....	168
Cuadro 92	INSUMOS TALLER	169
Cuadro 93	CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE ACUERDO A NIIF'S	170
Cuadro 94	DEPRECIACIONES MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS TALLER.....	170
Cuadro 95	DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE ACUERDO A LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO.....	170
Cuadro 96	DIFERENCIA A CONSIDERAR PARA CÁLCULO DE CONCILIACIÓN TRIBUTARIA.....	170

Cuadro 97 RESUMEN DE COSTO DE VENTAS TALLER.....	171
Cuadro 98 PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS.....	172
Cuadro 99 PROYECCIÓN COMISIONES DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS.....	172
Cuadro 100 PROYECCIÓN BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS.....	173
Cuadro 101 OTROS GASTOS DE VENTA PERSONAL DE VENTAS..	173
Cuadro 102 PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO ADMINISTRATIVO.....	174
Cuadro 103 PROYECCIÓN BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO HUMANO DE ADMINISTRACIÓN	175
Cuadro 104 OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	176
Cuadro 105 DEPRECIACIONES PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	176
Cuadro 106 TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO BANCARIO.....	177
Cuadro 107 RESUMEN DE GASTOS.....	178
Cuadro 108 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	179
Cuadro 109 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	180
Cuadro 110 FLUJO DE CAJA.....	181
Cuadro 111 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)	181
Cuadro 112 VAN CON TASA INFERIOR	182
Cuadro 113 VAN CON TASA SUPERIOR	182
Cuadro 114 INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS.....	184
Cuadro 115 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	185
Cuadro 116 FLUJOS NETOS ACUMULADOS.....	186
Cuadro 117 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	245

Cuadro 118 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL.....	246
Cuadro 119 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.....	247

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR EN LA PROVINCIA DE IMBABURA PERIODO 2010-2011.....	35
Gráfico 2 CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR POR CLASE EN LA PROVINCIA DE IMBABURA PERIODO 2010-2011	36
Gráfico 3 LUGAR DONDE ACUDEN REGULARMENTE A REALIZAR LOS SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.	43
Gráfico 4 GRADO DE SERVICIO DE CALIDAD RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.	44
Gráfico 5 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.	45
Gráfico 6 PRECIOS QUE PAGA POR EL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.....	46
Gráfico 7 DISPOSICIÓN A COMPRAR NEUMÁTICOS Y SERVICIOS DE ENLLANTAJE, BALANCEO Y ALINEACIÓN EN UN MISMO LUGAR	47
Gráfico 8 EXISTENCIA DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS CON INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA ADECUADA.....	48

Gráfico 9 NECESIDAD DE UN TECNICENTRO DE SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO CON MAQUINARIA E INFRAESTRUCTURA DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA.....	49
Gráfico 10 MARCAS DE NEUMÁTICOS DE PREFERENCIAS	50
Gráfico 11 PREFERENCIA POR MARCA DE NEUMÁTICOS	51
Gráfico 12 PUBLICIDAD	52
Gráfico 13 FRECUENCIA DE ENLLANTAJES.....	99
Gráfico 14 BALANCEOS ANUALES	100
Gráfico 15 FRECUENCIA DE ALINEACIONES	101
Gráfico 16 CANTIDAD DE NEUMÁTICOS QUE COMPRA AL AÑO	106

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 CAMIONES UNITARIOS	71
Ilustración 2 CAMIÓN REMOLQUE	71
Ilustración 3 ENLLANTADORA	94
Ilustración 4 BALANCEADORA	94
Ilustración 5 ALINEADORA	95
Ilustración 6 MAPA DE UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA	132
Ilustración 7 PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN.....	134
Ilustración 8 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	136
Ilustración 9 DIAGRAMA DE FLUJO	140
Ilustración 10 DISEÑOS:	202
Ilustración 11 APLICACIONES	203
Ilustración 12 TIPO DE LLANTAS GENERAL TIRE.....	204
Ilustración 13 SERVICIO DE ASESORÍA FINANCIERA	206
Ilustración 14 PUBLICITARIA DESDE EL PUNTO DE VENTA.....	207
Ilustración 15 PUBLICITARIA DESDE LA PRENSA	208
<i>Ilustración 16 PROMOCIONES</i>	<i>209</i>

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de enllantaje, alineación, balanceo, y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- Analizar las bases teóricas-científicas mediante investigaciones bibliográficas, folletos e internet.
- Realizar un estudio de mercado, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha del proyecto.
- Efectuar un estudio técnico y de ingeniería para determinar la ubicación más idónea, así como establecer el tamaño, infraestructura y tecnología del proyecto en mención.
- Elaborar un estudio económico-financiero que permita evaluar su viabilidad económica.
- Elaborar la propuesta estratégica que garantice la correcta aplicación de este proyecto.
- Determinar los principales impactos que generarán en el ámbito socio económico, financiero, comercial, tecnológico y ambiental, que se derivan de la implantación del proyecto.

CAPÍTULO I

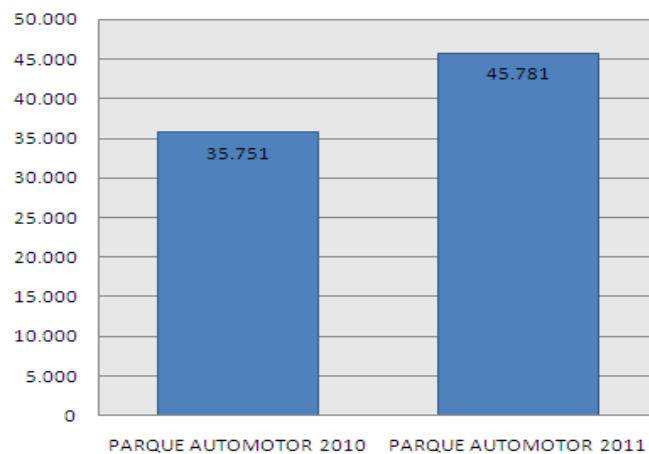
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El parque automotor en los últimos años ha sido uno de los sectores de más rápido crecimiento, determinado así como la columna vertebral para su desarrollo socio económico.

Actualmente gran parte de la población de Imbabura, cuenta con vehículos de transporte pesados como herramienta de trabajo, según datos estadísticos del INEC el parque automotor en el año 2011 fue de 45.781, con un crecimiento del 28% respecto a 35.751 unidades vehiculares del año 2010.(Gráfico Nro.1)

Gráfico 1 CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR EN LA PROVINCIA DE IMBABURA PERIODO 2010-2011

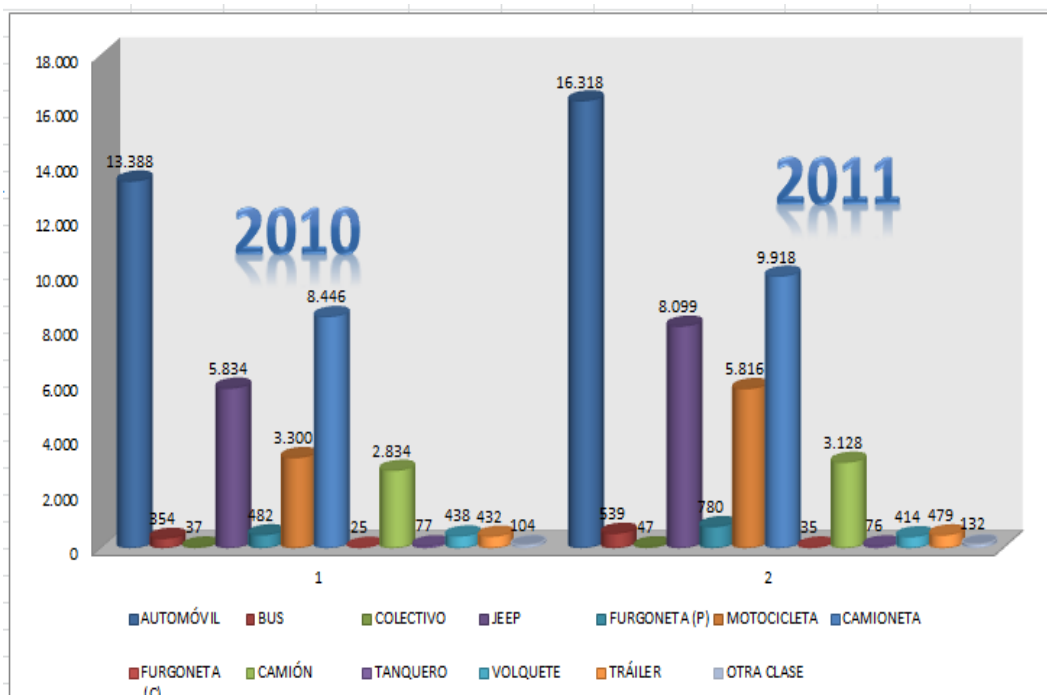


Fuente: INEC, Agosto 2013

Elaborado por: Los Autores

Así como también el componente automotor de Imbabura por clase de vehículo demuestra en el gráfico Nro.2 el aumento de un periodo a otro.

Gráfico 2 CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR POR CLASE EN LA PROVINCIA DE IMBABURA PERIODO 2010-2011



Fuente: INEC, Agosto 2013
Elaborado por: Los Autores

Con este antecedente podremos mencionar que el parque automotor de vehículos pesados en la provincia de Imbabura es numeroso y además forma gran parte de la población económicamente activa a nivel de provincia al cual incluye a nuestra ciudad “Ibarra” y forma parte de ella por contar con vehículos de carga, pasajeros y agrícolas, como herramienta útil de trabajo, los mismos deben mantenerse en óptimas condiciones de operación, para así brindar seguridad a sus ocupantes y cumplir satisfactoriamente con sus actividades diarias, lo cual se logra con servicios de mantenimiento tanto preventivo como correctivos oportunamente.

Uno de las partes primordiales a considerar en la estructura de un vehículo son los neumáticos y el mantenimiento a los mismos, actualmente en nuestro país se ha implantado nuevas leyes de tránsito muy preventivas en las cuales como usuarios del parque automotor está en su derecho y obligación de cumplirlas.

El presente proyecto centra su atención en todo el proceso de servicio de enllantaje, balanceo, alineación y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Con lo mencionado analizaremos las variables del diagnóstico que son: Mercado, Comercialización y Servicios, las mismas que permitirán establecer la situación actual, mediante sus indicadores. Se identificará la muestra a la que se aplicará la investigación y las técnicas para conseguir los resultados.

Se analizará los resultados de la investigación, obteniéndose la matriz AOOD, identificando finalmente el problema diagnóstico.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar la factibilidad del proyecto.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar el servicio existente en la ciudad de Ibarra
- Establecer la aceptación de nuestro servicio y las estrategias de comercialización de neumáticos acorde a las necesidades de los transportistas de la ciudad de Ibarra.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1. Mercado

2. Comercialización y Servicios

1.4. INDICADORES

1.4.1 MERCADO

1. Oferta
2. Precio
3. Competencia
4. Servicio al cliente
5. Infraestructura/Construcción
6. Maquinaria
7. Tecnología

1.4.2 COMERCIALIZACIÓN Y SERVICIOS

1. Portafolio de productos y servicios
2. Publicidad

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro 1 MATRIZ DIAGNÓSTICO

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO
Evaluar el servicio existente en la ciudad de Ibarra	Mercado	* Oferta * Precio * Competencia * Servicio al Cliente * Infraestructura/Construcción * Maquinaria * Tecnología	* Primaria	* Encuesta * Encuesta * Observación directa * Encuesta * Encuesta * Encuesta * Encuesta	* Transportistas * Transportistas * Tecnicentros Automotrices, Gremio de Vulcanizadores Almacenes de neumáticos * Transportistas * Transportistas * Transportistas * Transportistas
Establecer la aceptación de nuestro servicio y las estrategias de comercialización de neumáticos acorde a las necesidades de los transportistas de la ciudad de Ibarra	Comercialización y Servicios	* Portafolio de productos y servicios * Publicidad	* Primaria	* Encuesta * Encuesta	* Transportistas * Transportistas

FUENTE: Investigación de Campo

REALIZADO POR: Los autores

1.6. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

El estudio de investigación se efectuó en la ciudad de Ibarra, en donde se receptorá la información relevante para el proyecto para lo cual se determinará el tamaño de la muestra de los posibles consumidores potenciales de nuestros productos y servicios en la que tomaremos en cuenta a los transportistas.

Tenemos como consumidores potenciales los siguientes:

Cuadro 2 POBLACIÓN A INVESTIGARSE:

ENTIDADES	NRO. DE UNIDADES VEHICULARES
TRANSPORTE PÚBLICO URBANO	314
TRANSPORTE PÚBLICO INTERCANTONAL	145
TRANSPORTE PÚBLICO INTERPROVINCIAL	357
TRANSPORTE DE ENTIDADES PÚBLICAS	149
SERVICIO DE TRANSPORTE PARTICULAR	71
VEHICULOS PARTICULARES QUE TRABAJAN PARA EMPRESA DE CEMENTOS LA FARGE	325
SUMAN:	1361

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Con el fin de determinar una muestra para la realización del diagnóstico está considerado 1.361 unidades vehiculares de transporte pesado.

CONSUMIDORES POTENCIALES

FÓRMULA:

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

Datos:

N = Población = 1361

E = Error = 5%

Z = Nivel de Confianza = 95% (1,96)

d = Varianza = 0,5

n = Muestra = X

$$n = \frac{1361 * (0,5)^2 * (1,96)^2}{(1361-1) (0,05)^2 + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{1307,10}{4,36}$$

$$n = \boxed{300}$$

RESULTADO OBTENIDO

El tamaño de la muestra fue de 300, lo cual quiere decir que se realizaron 300 encuestas dirigidas a los transportistas de la ciudad de Ibarra, lo que permitirá conocer el grado de aceptación.

1.8. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para este estudio la información que se recolectó se lo hizo en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, siendo las utilizadas en su momento las siguientes:

1.8.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la obtención de la información primaria se consideró conveniente la aplicación de técnicas como: encuestas, entrevistas y observación directa que fueron diseñadas en base a las variables.

a. ENCUESTAS

Para recopilar toda la información se utilizó el método de la encuesta, las cuales fueron dirigidas a los y transportistas públicos y privados.

OBSERVACIÓN DIRECTA

Para obtener esta información se realizó la visita a tecnicentros, locales de venta de neumáticos y gremio de vulcanizadores.

1.8.2. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Para que la presente investigación cumpla con los objetivos trazados; en primer lugar se diseñó el formulario de encuestas, dirigidas a los transportistas.

El diseño de las encuestas fue direccionada por el asesor de tesis. Las mismas que antes de ser aplicadas a la población de estudio, fueron sometidas a pruebas piloto. Como resultado se logró establecer el cuestionario correcto acorde a las necesidades de la investigación.

1.9. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.9.1. TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS

VARIABLE: Mercado

INDICADOR: Oferta

1. ¿Dónde acude usted regularmente a realizar los servicios de enllantaje, alineación y balanceo de su vehículo?

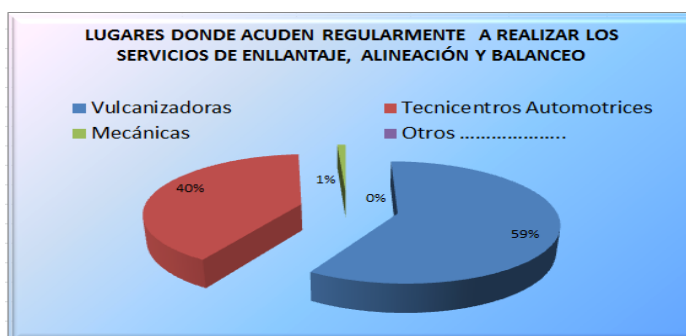
Cuadro 3 LUGAR DONDE ACUDEN REGULARMENTE A REALIZAR LOS SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Vulcanizadoras	176	58,67
Tecnicentros Automotric	121	40,33
Mecánicas	3	1,00
Otros	0	0,00
TOTAL	300	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 3 LUGAR DONDE ACUDEN REGULARMENTE A REALIZAR LOS SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

El resultado de una muestra de 300 posibles consumidores comprueba que un 58,67% de la muestra realizan regularmente los servicios de mantenimiento vehicular en vulcanizadoras, seguido de un tecnicentro automotriz con un 40,33% que no presta un servicio diferenciado expresando que utilizan estos lugares debido a la poca existencia de sitios especializados en la ciudad de Ibarra ante esta realidad tenemos un dato importante que nos ayuda a tomar en cuenta la falta de un tecnicentro especializado que cubra la demanda existente y necesidad de todo transportista para poder realizar el mantenimiento de su vehículo.

VARIABLE: Mercado

INDICADOR: Oferta

2. ¿En los lugares que usted frecuenta para realizar el mantenimiento de enllantaje, alineación y balanceo de su vehículo, obtiene un servicio de calidad?

Cuadro 4 GRADO DE SERVICIO DE CALIDAD RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Siempre	17	5,67
Casi Siempre	244	81,33
Nunca	39	13,00
TOTAL	300	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 4 GRADO DE SERVICIO DE CALIDAD RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

La mayoría de los transportistas argumentan que en los lugares frecuentados casi siempre reciben un servicio de calidad para el mantenimiento de su vehículo, refiriéndose de que el trabajo ejecutado por los sitios que regularmente frecuentan no está todavía un 100% garantizado, no existe mano de obra calificada, mínimas normas de seguridad estando en constante riesgo por alguna mala realización del servicio obtenido en el mantenimiento. Recalcando la necesidad de que se implante un tecnico centro de calidad que cubra sus expectativas.

VARIABLE: Mercado

INDICADOR: Oferta

3. ¿Al momento de realizar la alineación, balanceo y enlantaje de su vehículo, su grado de satisfacción es:

Cuadro 5 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Alta	15	5,00
Media	283	94,33
Baja	2	0,67
TOTAL	300	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

Gráfico 5 GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO AL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO.



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

Un número considerable de transportistas con un porcentaje del 94% manifiestan de que el servicio prestado para el mantenimiento de su vehículo está en un grado medio de satisfacción por las condiciones mismas que estos sitios se presentan sin espacios suficientes, bajo nivel de capacitación en atención al cliente, una manera rudimentaria de realizar el trabajo, lo cual nos da una pauta para dar un valor agregado al servicio que se desea ofrecer con la implantación del proyecto.

VARIABLE: Mercado

INDICADOR: Precio

4. Los precios que actualmente paga por el servicio de alineación, balanceo y enllantaje de su vehículo son:

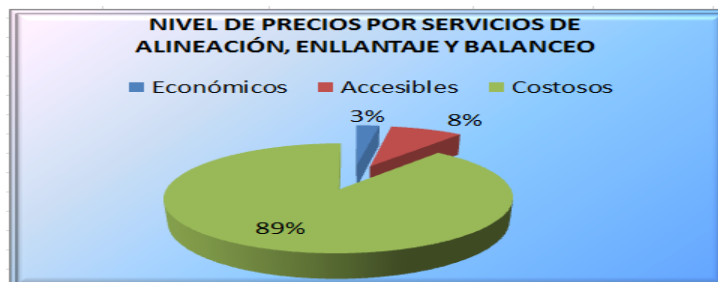
Cuadro 6 . NIVEL DE PRECIOS QUE PAGA POR EL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Económicos	8	2,67
Accesibles	25	8,33
Costosos	267	89,00
TOTAL	300	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 6 PRECIOS QUE PAGA POR EL SERVICIO DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

El 89% de la muestra de la población considera que los precios de los servicios son costosos, señalando que en la ciudad de Ibarra además de la poca existencia de centros de servicios de alineación , enllantaje y balanceo no cuentan con lugares adecuados y que para un servicio de mala calidad estos precios son elevados esperando que a futuro exista la posibilidad de que puedan acudir a realizar el mantenimiento de su vehículo en lugares con condiciones excelentes, en donde el precio justifique el servicio obtenido.

VARIABLE: Mercado

INDICADOR: Servicio al cliente

5. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir neumáticos y recibir los servicios complementarios de enlantaje, balanceo y alineación en un solo lugar con la utilización de maquinaria de última tecnología?

Cuadro 7 DISPOSICIÓN A COMPRAR NEUMÁTICOS Y SERVICIOS DE ENLLANTAJE, BALANCEO Y ALINEACIÓN EN UN MISMO LUGAR

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Siempre	276	92,00
Casi Siempre	22	7,33
Nunca	2	0,67
TOTAL	300	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 7 DISPOSICIÓN A COMPRAR NEUMÁTICOS Y SERVICIOS DE ENLLANTAJE, BALANCEO Y ALINEACIÓN EN UN MISMO LUGAR



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

La muestra de la población estudiada considera que en un 92% siempre realizarían la adquisición de neumáticos como los servicios complementarios de enlantaje, alineación y balanceo en un mismo lugar; ya que se les facilitaría la adquisición y no perderían mucho tiempo cotizando en otras lugares, el factor tiempo será aprovechado aún más sobre todo tomando en cuenta que este tipo de tecnicentros con tecnología especializada con un servicio diferenciado ahorran tiempo y contaminación ambiental.

VARIABLE: Mercado

INDICADOR: Infraestructura y Maquinaria

6. ¿Considera que los Tecnicentros Automotrices y Vulcanizadoras de la ciudad cuentan con la Infraestructura y Maquinaria adecuada para efectuar los servicios de enllantaje, alineación y balanceo de vehículos de transporte pesado?

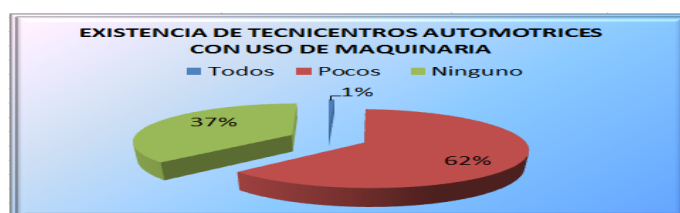
Cuadro 8 EXISTENCIA DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS CON INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA ADECUADA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Todos	2	0,67
Pocos	187	62,33
Ninguno	111	37,00
TOTAL	300	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 8 EXISTENCIA DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS CON INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA ADECUADA



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

El 62% de los encuestados determinan que pocos son los establecimientos que cuentan con las características antes mencionadas, concordando con la mayoría de posibles consumidores que este tipo de mantenimiento se lo realiza comúnmente en las vías o lugares con espacios insuficientes, muchas de las veces obstaculizando el tráfico y peligrando con la vida misma, señalando que no hay un ordenamiento de espacios destinados a este tipo de servicio que para ellos es primordial para cumplir con normas de revisión vehicular y la seguridad de sus clientes.

VARIABLE: Mercado

INDICADOR: Infraestructura y Tecnología

7. ¿Considera usted que la ciudad de Ibarra requiere de un tecnicentro para servicio de enllantaje alineación y balanceo para vehículos de transporte pesado con la utilización de maquinaria e infraestructura de última tecnología?

Cuadro 9 NECESIDAD DE UN TECNICENTRO DE SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO CON MAQUINARIA E INFRAESTRUCTURA DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Mucho	298	99,33
Poco	2	0,67
Nada	0	0,00
TOTAL	300	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 9 NECESIDAD DE UN TECNICENTRO DE SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO CON MAQUINARIA E INFRAESTRUCTURA DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

En esta pregunta se puede establecer que existe una gran necesidad de la existencia de un tecnicentro de servicio de enllantaje, alineación y balanceo con maquinaria e infraestructura de última tecnología en la ciudad de Ibarra, considerando el 99% de la población en estudio como un factor primordial por el crecimiento del parque automotor en esta categoría de transporte pesado y así se pueda dar soluciones a la falta de organización de los lugares poco adecuados existentes que al momento realizan este trabajo de mantenimiento de esta clase de vehículo.

VARIABLE: Comercialización

INDICADOR: Portafolio de productos y servicios

8. ¿Qué marcas de neumáticos son de su preferencia?

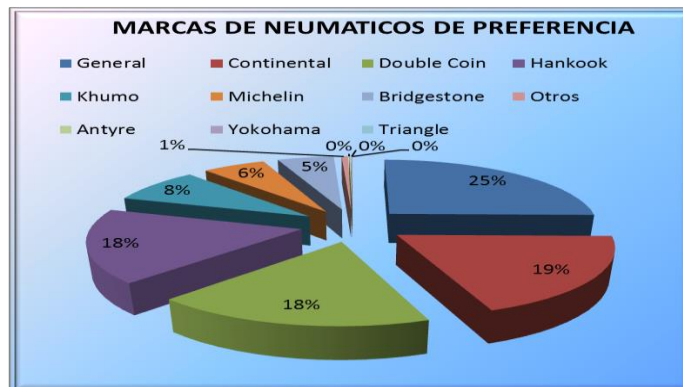
Cuadro 10 MARCAS DE NEUMÁTICOS DE PREFERENCIAS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
General	172	25,26
Continental	130	19,09
Double Coin	122	17,91
Hankook	120	17,62
Khumo	57	8,37
Michelin	39	5,73
Bridgestone	35	5,14
Otros	4	0,59
Antyre	1	0,15
Yokohama	1	0,15
Triangle	0	0,00
TOTAL	681	100,00

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 10 MARCAS DE NEUMÁTICOS DE PREFERENCIAS



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

En el presente cuadro, los encuestados tienden a preferir las marca en, General 25.06%, y 19,09% en Continental, que son marcas que les ha brindado seguridad, confort, maniobrabilidad en los caminos que ellos recorren dando una pauta de que esta marca en especial se tendría que disponer para la comercialización.

VARIABLE: Comercialización

INDICADOR: Portafolio de productos y servicios

9. ¿Los neumáticos que usted adquiere los prefiere por:

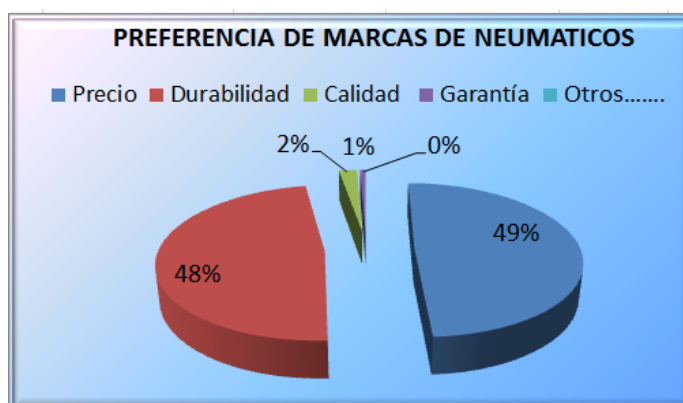
Cuadro 11 PREFERENCIA POR MARCA DE NEUMÁTICOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Precio	236	49,17
Durabilidad	231	48,13
Calidad	10	2,08
Garantía	3	0,63
Otros.....	0	0,00
TOTAL	480	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 11 PREFERENCIA POR MARCA DE NEUMÁTICOS



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

Se ha determinado que nuestros posibles consumidores al momento de comprar un neumático lo prefieren un 49% por garantía, seguido de un 48% por durabilidad por el nivel de trabajo que desempeñan sus unidades en el día a día es por esto que como se puede observar en el cuadro anterior la marca continental tiene gran acogida y reúne todas las características de un neumático de calidad siendo nuestro aliado comercial para la distribución.

VARIABLE: Comercialización y Servicios

INDICADOR: Publicidad

10. ¿De construirse un tecnicentro para servicio de enllantaje alineación, balanceo y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado con la utilización de maquinaria de última tecnología, por cual medio de comunicación le gustaría que se realice la publicidad para darse a conocer?

Cuadro 12 PUBLICIDAD

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Radio	15	3,73
Prensa	127	31,59
Volantes	67	16,67
Televisión	88	21,89
Internet	5	1,24
publicidad mobil	100	24,88
TOTAL	402	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 12 PUBLICIDAD



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

Como se observa en el gráfico los consumidores potenciales el 31% están de acuerdo que la mejor manera de hacer conocer de la existencia de un tecnicentro automotriz para vehículos de transporte pesado, es mediante la prensa; además de esto, también se puede utilizar otras estrategias de marketing como son: publicidad móvil, radio, volantes, televisión e internet para poder llegar al público meta.

ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA

En la ciudad de Ibarra los establecimientos existentes dedicados a la comercialización de neumáticos, según observación directa se aproximan a 30 locales comerciales, y a 23 vulcanizadoras (Según gremio de vulcanizadores), de los cuales algunos prestan servicio de enllantaje, alineación y balanceo pero enfocado únicamente a vehículos tipo auto y camioneta y otros a servicios de camión pero en forma artesanal, por lo que podemos determinar que en la ciudad de Ibarra no existen los servicios enfocados al transporte de carga, pasajeros y agrícolas con la utilización de maquinaria y tecnología de punta, únicamente como mencionamos lo efectúan en forma artesanal o con maquinaria obsoleta.

A continuación presentamos datos investigados en la ciudad de Ibarra por medio de observación (Cuadro Nro.13)

Cuadro 13 COMERCIALIZADORAS DE NEUMÁTICOS Y SERVICIOS DE MANTENIMIENTO AUTOMOTRIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA

COMERCIALIZADORAS DE NEUMÁTICOS Y SERVICIOS DE MANTENIMIENTO AUTOMOTRIZ EN LA CIUDAD DE IBARRA	COMERCIALIZAN NEUMÁTICOS		SERVICIOS PARA AUTO Y CAMIONETA CON USO DE MAQUINARIA			SERVICIOS PARA TRANSPORTE PESADO CON USO DE MAQUINARIA		
	SI	NO	Enlantaje	Alineación	Balaneo	Enlantaje	Alineación	Balaneo
ALACEN LUBRICANTES VACA	X							
ALMACEN EL REPUESTO	X		X	X	X			
ALMACENES JC	X							
AUTOLLANTA	X							
AUTOSERVICIOS CEVALLOS	X		X	X	X			
COMERCIAL FERIGRA	X							
COMERCIAL LOS GUAPOS	X							
COMLLANTA	X		X		X			
CREDILLANTAS	X							
D`CARLOS	X							
DISBALLANTA	X		X	X	X			
DISME	X		X	X	X			
GRUNORSA	X		X	X	X			
IMBAUTO	X		X	X	X			
LLANTAS POZO	X							
LLANTERA OFELIA	X							
MUNDO DE LAS LLANTAS	X							
NEUMATICOS Y LLANTAS ESTEVEZ	X							
NORLLANTAS	X		X	X	X			
RECTIFICADORA BORJA		X	X	X	X	X		X
REENCAUCHADORA FSR	X							
REENCAUCHE FRANCISCO FLORES	X		X		X	X		X
SERVIAUTO	X		X	X	X			
TECNICENTRO EL GATO	X		X	X	X			
TECNICENTRO IBARRA	X		X	X	X			
TECNIEXPRESS	X		X	X	X			
TECNOCAR 1	X		X	X	X			
TECNOCAR 2	X		X	X	X			
CVLLANTAS	X		X	X	X			

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 14 VULCANIZADORAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

(Afiliados al Gremio de Vulcanizadores)

VULCANIZADORAS DE LA CIUDAD DE IBARRA (Afiliados al Gremio de Vulcanizadores)	COMERCIALIZAN NEUMÁTICOS		SERVICIOS PARA TRANSPORTE PESADO ARTESANAL	SERVICIOS PARA TRANSPORTE PESADO CON USO DE MAQUINARIA		
	SI	NO	Enllantaje	Enllantaje	Alineacion	Balanceo
ALBACURA EDISON		X	X			
ARAGON ALBERTO		X	X	X		X
ARAGON GUILLERMO		X	X			
ARAGON VICTOR	X		X	X		X
CARLOSAMA MANUEL		X	X			
CEVALLOS DAVIS		X	X			
CHAFUEL EFRAIN		X	X	X		X
CUAMACAS HENRY		X	X			
GUERRERO ERAZO LUIS		X	X			
GUERRERO JORGE		X	X	X		X
GUERRERO LUIS		X	X			
GUERRERO NILO		X	X			
HUERTAS VINICIO		X	X			
MASPUND JUAN		X	X			
MURILLO JAVIER		X	X			
NARVAEZ NELLY		X	X			
ROSALES FERNANDO	X		X			
SINCHE PATRICIO		X	X			
TACO ANGEL		X	X			
TARAMBIZ VICENTE		X	X			
VALLEJO ROSANA		X	X			
YALA ALFREDO		X	X			
YALA ARNULFO		X	X			

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Frente a esta realidad nace la iniciativa de implantar una empresa de servicios de enllantaje, alineación, balanceo y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, que brinde un servicio de calidad, contando con todos los requerimiento de maquinaria e infraestructura necesaria, precios justos y demás beneficios que pueda otorgar la misma.

1.10 DIAGNÓSTICO EXTERNO.

Al haber conocido el entorno donde funcionará el proyecto, se determinó de acuerdo a la información recogida los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos permitiéndonos identificar la viabilidad del proyecto.

1.10.1- ALIADOS

1.10.1.1. La aceptación de los moradores del sector de La Florida perteneciente al cantón Ibarra dónde se implantara el proyecto, ya que reactivará la economía del mismo.

1.10.1.2 La existencia de una cantidad aceptable de demandantes que compran neumáticos y ocupan el servicio de mantenimiento preventivo a unidades de transporte pesado.

1.10.1.3 La accesibilidad de créditos que el sector financiero otorga a proyectos de inversión.

1.10.1.4 Proveedores disponibles en el mercado y variedad de diseños para neumáticos adecuados para la utilización de los transportistas pesados.

1.10.2. Oponentes

1.10.2.1 La competencia que está funcionando en el cantón Ibarra para la prestación del servicio de enllantaje, alineación y balanceo.

1.10.2.2 Los límites que ponen las ordenanzas municipales vigentes que no se puede cumplir en su totalidad.

1.10.3. Oportunidades

1.10.3.1 La implantación de una alternativa nueva de un técnicentro en la ciudad de Ibarra para el transporte pesado con un servicio diferenciado.

1.10.3.2 EL acceso a convenios y asesoramiento por parte de la empresa Continental Tire Andina.

1.10.3.3 La existencia de maquinaria con tecnología de punta que hace posible brindar un servicio especializado en enllantaje, alineación y balanceo para los vehículos de transporte pesado.

1.10.3.4 La alternativa de expandir el servicio a ofertar a los transportistas pesados de la provincia del Carchi considerados consumidores potenciales.

1.10.4. RIESGOS

1.10.4.1 La ubicación de nuevos tecnicentros en la ciudad de Ibarra, sector La Florida que presten el servicio de enllantaje, alineación y balanceo para el transporte pesado.

1.10.4.2 Que la maquinaria a utilizar presente desperfectos retrasando el trabajo.

1.10.4.3 Los cambios de políticas gubernamentales respecto a condiciones del crédito que puedan generar tasas de interés altas afectando el costo de la inversión.

1.11. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

De la información tabulada y analizada de la población objeto de estudio; así como también de los factores del diagnóstico del entorno externo, se ha llegado a establecer que el principal problema que identifica el proyecto es la FALTA DE UN CENTRO DE MANTENIMIENTO VEHICULAR DE SERVICIO, BALANCEO, ALINEACIÓN, Y COMERCIALIZACIÓN DE NEUMÁTICOS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO que permita satisfacer las altas necesidades del demandante.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

Según Dr. SAMPIERI H, Roberto "Consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para el propósito del estudio de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación". (Dr. SAMPIERI H, 2010, pág. 53)

De acuerdo al concepto del autor el marco teórico es muy importante en un trabajo de investigación para que el investigador tenga el suficiente conocimiento que le permita orientarse como va a realizar el proyecto.

2.1. LA EMPRESA

Según ZAPATA S, Pedro: "es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario". (ZAPATA S, 2008, pág. 5)

Dando referencia a los conceptos de empresa comprendemos que es una organización que se dirige bajo normas legales, orientada a la prestación de bienes y/o servicios, producción y comercialización logrando satisfacer las necesidades de los individuos y la obtención de un beneficio, generando rentabilidad mediante el aprovechamiento óptimo del capital y el incremento de sus ventas.

2.1.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Existen muchas diferencias entre unas empresas y otras, por lo que se las puede clasificar bajo distintos parámetros, pero para fines administrativos las agrupamos de acuerdo a los siguientes aspectos:

Según el sector al que pertenecen

Tomando en cuenta su capital y del carácter a quien se dirijan sus actividades las empresas pueden ser: públicas, privadas y mixtas.

Según su capacidad y tamaño económico

Para agrupar este tipo de empresas se toma en cuenta los siguientes aspectos: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, los beneficios. Por lo general se clasifica a estas empresas según el número de trabajadores, por ello se las puede dividir como sigue: Micro empresa, pequeña, mediana y grande.

Según la integración del capital

Considerando la participación en la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios se puede distinguir a las empresas individuales y las sociedades

Según su constitución legal

La ley de Compañías considera las siguientes sociedades con personería jurídica compañía en nombre colectivo en comandita simple, en comandita por acciones, de responsabilidad limitada, anónima, y de economía mixta.

Según la actividad o giro

Empresas industriales.- La actividad principal de esta empresa es la producción de bienes, mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.

Empresas comerciales.-Son aquellas que se dedican a compraventa de productos terminados, es decir, que son intermediarias entre productor y consumidor.

Empresas de servicio.- Son aquellas que brindan un servicio a la colectividad y pueden tener o no fines de lucro. Dentro de estas empresas encontramos a aquellas que prestan servicios como:

- ❖ Servicios públicos: comunicaciones, energía, agua,
- ❖ Servicios privados: servicios administrativos, contables, jurídicos, asesoría, entre otros
- ❖ Transporte: colectivo o de mercancías.
- ❖ Turismo
- ❖ Instituciones financieras
- ❖ Educación
- ❖ Salubridad (Hospitales)

Empresas de servicio de transporte.- Este tipo de empresas son aquellas cuya actividad principal es el traslado de personas o bienes dentro de un espacio físico. El transporte puede ser terrestre, aéreo o marítimo; de igual manera puede ser público (de pasajeros) o comercial (de mercancías); la formación de estas organizaciones es a través de un grupo de personas que se unen con la finalidad de prestar este servicio a cambio de un beneficio económico.

2.2 ADMINISTRACIÓN

AMARU, César manifiesta: La administración es el proceso de tomar decisiones sobre los objetivos y la utilización de los recursos. Abarca cinco tipos principales de decisiones llamadas también procesos o funciones: Planeación, Organización, Dirección y Control. (AMARU, 2009, pág. 6)

La Administración es la ciencia que mediante procesos a seguir nos permite cumplir con los objetivos de una organización y optimizar el manejo de sus recursos a través de la planificación, organización, dirección y control, encaminados a buscar la eficiencia empresarial.

2.2.1 PROCESO ADMINISTRATIVO

Proceso decisivo, administración por objetivos, administración de proyectos, papeles y competencias directivas. AMARU Cesar, 2009, pág8).

Planeación

AMARU César describe que: "El proceso de planeación es una herramienta para administrar las relaciones con el futuro. Es una aplicación específica del proceso de decisión. Las decisiones que de alguna manera buscan influir en el futuro o que se pondrán en práctica en él, son decisiones de planeación". (AMARU, 2009, pág. 50)

La planeación lo que busca es mejorar a futuro la organización en base a las decisiones que se han tomado de acuerdo a la situación actual de la empresa planteándose objetivos claros para crecer en todas sus área funcionales.

Organización

AMARU, César describe que: "Para llevar a cabo los planes es necesarios organizar los recursos. Organizar es el proceso de utilizar cualquier conjunto de recursos en una estructura que facilite la realización de planes". (AMARU, 2009, pág. 52).

De acuerdo a los enunciados del autor la organización se refiere a que para cumplir los planes se debe organizar todos los recursos disponibles que faciliten que la empresa cumpla con los objetivos y planes dispuestos.

Dirección

AMARU, César afirma: "El proceso de dirección consiste en realizar las actividades planeadas es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales". (AMARU, 2009, pág. 52)

Partiendo de las afirmaciones de los autores la dirección es la influencia de la máxima autoridad para impulsar, coordinar y vigilar las actividades de cada miembro de una entidad, para de esa forma lograr los mejores resultados de lo planeado y organizado

Control

AMARU, Cesar define: "El proceso de control está vinculado a la realización de objetivos, lo que implica disponer de información sobre ellos y sobre las actividades encaminadas a lograrlos" (AMARU, 2009, pág. 58)

El control organizacional se da como un proceso en donde el desempeño se ajusta a los objetivos, a su vez la interacción con la planeación conociendo así a fondo los problemas y dar soluciones correctivas y preventivas para el cumplimiento de sus metas.

2.3. TRANSPORTE

Acción y efecto de movilizar o trasladar personas o bienes de un lugar a otro.

2.3.1. FINES DEL TRANSPORTE TERRESTRE

El Reglamento General para la Aplicación de La Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial de nuestro país, en su Art. 43 nos indica sobre los fines del servicio de transporte terrestre automotor dentro de la prestación de servicios y son los siguientes:

- a. **Transporte de personas.-** Consiste en el traslado de personas de un lugar a otro, dentro y fuera del territorio nacional, garantizando su movilidad en términos de comodidad, seguridad y accesibilidad.
- b. **Transporte de bienes o mercadería.-** Consiste en el traslado de bienes o mercadería de un lugar a otro, dentro y fuera del territorio nacional, constituyendo una actividad importante en el aparato

productivo nacional, permitiendo que genere la circulación de recursos y dinamice la economía ecuatoriana.

- c. **Servicios de Transporte Urbano:** Se presta al interior de las cabeceras cantonales. El perímetro urbano de un cantón, según sea el caso para el servicio de transporte, será determinado por las Comisiones Provinciales en coordinación con las Municipalidades; o por los Municipios que administren las competencias en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial. Será responsable de este registro la Comisión Provincial en donde se preste el servicio, o el Municipio que haya asumido la competencia.
- d. **Servicio de Transporte Interprovincial:** se presta dentro de los límites provinciales pudiendo o no hacerlo entre cantones y parroquias. Será responsable de este registro la Comisión Provincial respectiva en donde se preste el servicio;
- e. **Servicio de Transporte Interprovincial:** se presta dentro de los límites del territorio nacional. Será responsable de este registro la Comisión Nacional;
- f. **Servicio de Transporte Internacional:** se presta fuera de los límites del país, teniendo como origen el territorio nacional y como destino un país extranjero o viceversa; para la prestación de este servicio, se observará lo dispuesto por la Comisión Nacional y la normativa internacional vigente que la República del Ecuador haya suscrito y ratificado.

2.3.2. CLASES DEL TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 45.- **El servicio de transporte terrestre público de pasajeros** consiste en el traslado de personas o bienes de un lugar a otro dentro del territorio nacional, cuya prestación estará a cargo del Estado. En el ejercicio de esta facultad, el Estado decidirá si en vista de las necesidades del usuario, la prestación de dichos servicios podrá delegarse, mediante contrato, permiso o autorización de operación, a las compañías o cooperativas legalmente constituidas para este fin.

Art. 46.- **El servicio de transporte terrestre comercial** consiste en trasladar a terceras personas y/o bienes, de un lugar a otro, dentro de las jurisdicciones definidas por la autoridad competente. La prestación de este servicio estará a cargo de las compañías o cooperativas legalmente constituidas y habilitadas para este fin.

Art. 47.- **El servicio por cuenta propia** consiste en el traslado de personas o bienes dentro y fuera del territorio nacional realizado de manera particular y sin que medie contrato alguno

2.3.3. TIPOS DE VEHÍCULOS DESTINADOS AL TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 51.- Los servicios de transporte terrestre de pasajeros de acuerdo a su ámbito y tipo podrán prestarse a través de los siguientes vehículos:

a) DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE PÚBLICO

1. Transporte urbano

Transporte colectivo.- buses estándar, buses tipos, trolebuses y buses articulados

Transporte masivo.-Tranvías, monorriel, pre-metros, metros.

Transportes especiales.- Pasarelas móviles, escaleras rodantes, cabinas aéreas.

2. **Transporte Interprovincial.-** Buses para el transporte de pasajeros y camiones, tracto camiones, unidades de carga; para el transporte de bienes.

3. **Transporte Internacional.-** Buses para el transporte de pasajeros y camiones, tracto camiones, unidades de carga; para el transporte de bienes.

a) DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE COMERCIAL

1. Transporte Urbano

Transporte escolar e institucional: Furgonetas, busetas y buses.

Taxis:

Convencional: automóvil de hasta 5 pasajeros.

Ejecutivo: automóvil de hasta 5 pasajeros.

Servicio alternativo-excepcional: tricimotos, triciclos motorizados.

Carga liviana: camionetas de cabina sencilla, de hasta 3,5 toneladas.

2. Transporte interprovincial

Transporte mixto: Camionetas de doble cabina, con capacidad máxima de cinco personas incluido el conductor.

Transporte de Carga: camiones, tracto camiones, unidades de carga; para el transporte de bienes.

3. Transporte interprovincial

Turismo: Vehículos todo terreno livianos, furgonetas, busetas y buses.

Transporte de Carga: camiones, tracto camiones, unidades de carga; para el transporte de bienes.

b) DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE POR CUENTA PROPIA

1. Transporte urbano

Transporte de bienes.- Camionetas, camiones de hasta 12 toneladas.

2. Transporte interprovincial, interprovincial e internacional

Transporte de bienes.- Camiones, tracto camiones, unidades de carga.

2.3.4. CLASIFICACIÓN DE VEHÍCULOS

Pasajeros

-Motocicletas

-Automóviles

-Taxi

-Autobuses

Usos múltiples

-Camión ligero

-Camión mediano

Carga

-Camión pesado

a) **PASAJEROS**

Motocicleta: Para este estudio se consideraran como motocicletas:

- Motocicleta: Vehículo de dos ruedas, provistos de un motor de cilindrada superior a 50 cm³
- Motocicletas con sidecar: vehículo de tres ruedas asimétricas respecto a su eje.
- Cuatrimoto: Vehículo motor de cuatro ruedas. Se les conoce también como ATV (de uso recreacional o para tareas agrícolas) y Cuadrón (uso deportivo).

Automóvil: Vehículo con motor de 4, 6, 8 ó 12 cilindros, destinado al transporte de hasta diez personas. El peso bruto vehicular va de 820 a 2,200 kg; la distancia entre ejes de 2,475 a 3,000 mm.

Autobús: Vehículo automotor diseñado y equipado para el transporte público o privado de más de nueve personas, de **6 ó más llantas** (si el vehículo es una van con 4 llantas, se considera camión ligero).

La clasificación de los autobuses se realizará en trabajo de gabinete con base en la capacidad máxima de pasajeros.

b) **USOS MÚLTIPLES**

Vehículos de motor cuyo uso puede ser para transporte de personas o transporte de carga.

Los vehículos de usos múltiples se dividen en:

- Camiones ligeros
- Camiones medianos

Camión ligero: Vehículo automotor de cuatro llantas con o sin chasis, destinado para el transporte de mercancías de menos de 2 toneladas o para un máximo de 10 personas.

Los camiones ligeros se distinguen por lo siguiente:

- Son vehículos de usos múltiples (pasajeros o carga)
- 4 llantas
- La capacidad de carga es menor a 2 toneladas.
- Generalmente, la longitud va de 2 a 2.4 metros; la anchura de 1.4 a 1.8 metros; y la altura de 1 a 2 metros
- Dentro de esta clasificación se encuentran las Minivan, SUV, Van, Camiones panel y Pick up. Camión mediano: Vehículo con chasis de seis o más llantas destinado para el transporte de carga, con peso bruto vehicular de 3.5 toneladas y menos de 15 toneladas, o carga máxima de 2 toneladas hasta menos de 13 toneladas.

Los camiones medianos se distinguen por lo siguiente:

- Son vehículos de usos múltiples (pasajeros o carga)
- 6 ó más llantas (si son vehículos de 4 llantas se consideran vehículos ligeros)
- Camiones de tamaño medio sin remolque o semirremolque, con excepción de las camper remolque. (El resto de los vehículos con remolque o semirremolque se consideran camiones pesados)
- La capacidad de carga es entre 2 y menos de 13 toneladas.
- El longitud del vehículo se encuentra en un rango de 3.5 a 6.5 metros (7 metros o más son camiones pesados). La altura se encuentra en un rango de 2 a 2.5 metros y la anchura en un rango de 2 a 2.5 metros

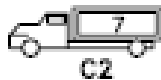
c) **CARGA**

Camión pesado de carga: Vehículo con chasis de **seis o más llantas** destinado para el transporte de mercancías o para aplicaciones de la industria de la construcción, con peso bruto vehicular de más de 15 toneladas o carga máxima de más de 13 toneladas.

El camión pesado de carga puede constituirse por:

- **Camión unitario:** Vehículo automotor de seis o más llantas.

Camión 2 ejes



Camión 3 ejes

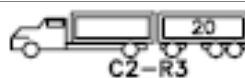


- **Camión remolque:** Vehículo destinado al transporte de carga constituido por un camión unitario con un remolque, acoplado mediante un mecanismo de articulación.

Camión de 2 ejes, remolque de 2 ejes



Camión de 2 ejes, remolque de 3 ejes



Camión de 3 ejes, remolque de 2 ejes



Camión de 3 ejes, remolque de 3 ejes



- **Tractocamión:** Vehículo automotor destinado a soportar y arrastrar semirremolques y remolques. Puede ser:
 - **Articulado:** Tractocamión + semirremolque, acoplados por mecanismos de articulación

Tractocamión 2 ejes, semirremolque un eje



Tractocamión 2 ejes, semirremolque 2 ejes



Tractocamión 3 ejes, semirremolque 2 ejes



Tractocamión 3 ejes, semirremolque 3 ejes



- **Doblemente articulado:** Tractocamión + semirremolque + remolque, acoplados mediante mecanismos de articulación

Tractocamión 2 ejes, semirremolque un eje remolque 2 ejes



Tractocamión 3 ejes, semirremolque un eje remolque 2 ejes



Tractocamión 3 ejes, semirremolque 2 ejes remolque 2 ejes



Tractocamión 3 ejes, semirremolque 2 ejes remolque 3 ejes



Tractocamión 3 ejes, semirremolque 3 ejes remolque 2 ejes



Tractocamión 3 ejes, semirremolque 2 ejes remolque 4 ejes



Donde,

- **Semirremolque:** Vehículo sin eje delantero, destinado a ser acoplado a un tractocamión de manera que sea jalado y parte de su peso sea soportado por éste.
- **Remolque:** Vehículo con eje delantero y trasero no dotado de medios de propulsión y destinado a ser jalado por un vehículo automotor, o acoplado a un semirremolque.

Los camiones pesados se distinguen por lo siguiente:

- Son vehículos de carga
- 6 ó más llantas
- La capacidad de carga es de más de 13 toneladas.
- El longitud del vehículo siempre es mayor a 7 metros, y llega longitudes mayores de 14 metros. La altura se encuentra en un rango de 2.5 a 4.25 metros y la anchura en un rango de 2.5 a 2.6 metros
- Los camiones pesados pueden ser camiones unitarios, camión remolque y tracto camiones.

Ejemplos:

Ilustración 1 CAMIONES UNITARIOS



Ilustración 2 CAMIÓN REMOLQUE



Fuente: <http://www.google.com/search?q=TRANSPORTE+LIVIANO#sclient>

2.3.5. PARQUE AUTOMOTOR

CONCEPTO.- “Es el conjunto de vehículos que circulan por las vías de una determinada jurisdicción, entre los que encontramos automóviles particulares, Vehículos de transporte público, vehículos de transporte de carga”

a) TIPOS DE MANTENIMIENTO VEHICULAR:

Mantenimiento correctivo: aquel en el que se reparan las diferentes partes del vehículo en el momento en que dejan de funcionar o empiezan a fallar.

Mantenimiento preventivo: consiste en seguir las instrucciones del fabricante, que se detallan en el manual del vehículo por tipo de servicio y los espacios de tiempo en que deben realizarse las operaciones de mantenimiento.

TÉRMINOS RELACIONADOS A MANTENIMIENTO PREVENTIVO:

Neumático.- El neumático es una pieza de caucho que se coloca indefectiblemente en las ruedas de diversos tipos de vehículos (siempre recubriendo las llantas) o máquinas y que tiene como función primordial la de darle o permitirle al vehículo que lo usa un “adecuado contacto” con la superficie por la que transite, sea por adherencia o sea por fricción, para en definitiva posibilitar que el vehículo arranque, transite y frene de la mejor manera posible, siempre con el agarre adecuado.

<http://www.definicionabc.com/motor/llantas.php>

Enllantar.- Guarnecer con llantas las ruedas de un vehículo

<http://palabrasyvidas.com/la-palabra-enllantar-significa.html>

Alineación.- La alineación consiste en asegurarse que las llantas trabajen en forma paralela unas de las otras, y que las llantas tengan contacto con el pavimento en el ángulo correcto.

<http://www.urbantuning.com/noticias-motor-78/7638-alineacion-que-es-y-para-que-sirve.html>

Balanceo.-El balanceo es la forma de contrapesar mediante pequeños pesos, normalmente de plomo, la falta de peso en un neumático en

conjunto con la llanta para evitar problemas de galopeo y el tan molesto movimiento del volante y las vibraciones en velocidades superiores a los 80 km/h.

http://www.automotrizmiga.com.mx/page_1176243152546.html

Mantenimiento predictivo: cuando se realizan diagnósticos o mediciones que permiten predecir si es necesario realizar correcciones o ajustes antes de que ocurra una falla.

MAQUINARIA.- Conjunto de máquinas que se usan para un fin determinado

<http://es.thefreedictionary.com/maquinaria>

INFRAESTRUCTURA.- f. Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para el funcionamiento de una organización o para el desarrollo de una actividad

<http://www.wordreference.com/definicion/infraestructura>

2.4 ESTUDIO DE MERCADO

2.4.1 DEFINICIÓN

BACA, U.G. define: “Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”
(BACA, 2006, pág. 7)

Considerando lo expresado por los autores el estudio de mercado es considerado una herramienta de mercadeo el cual permite obtener toda la información posible acerca del consumidor facilitando conocer qué grado de aceptación tiene el bien o servicio que la empresa piensa ofrecer,

identificar la competencia actual y obtener información de precios para tener idea de cómo se incursionara en el mercado y ser competitivos.

2.4.2 MERCADO META

a) MERCADO

DIAZ, M manifiesta: “Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de bienes y servicios. Configurando las fuerzas de la demanda (compradores) y los vendedores la oferta.” (DIAZ, 2009, pág. 43)

Acatando el concepto del autor el mercado meta son los posibles consumidores claramente identificados dentro de un proyecto hacia los cuales la empresa tiene que satisfacer y cubrir expectativas mediante estrategias de comercialización,

2.4.3 PRODUCTO

(DIAZ, M dice: “Se entiende por producto todo aquello que se ofrece en un mercado con la finalidad de satisfacer una necesidad o un deseo” (DIAZ, 2009, pág. 42)

Al producto se lo define como todo aquello que se pone a disposición del cliente para ser su uso, con la finalidad de que al adquirirlos satisfagan sus necesidades de acorde a la utilización que le vayan a dar. .

2.4.4 OFERTA

DIAZ, M dice: “La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicios estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada.” (DIAZ, 2009, pág. 45)

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un individuo, empresa u organización quiere y puede producir o vender en el mercado a un precio y a un plazo de tiempo determinados.

2.4.5 DEMANDA

DIAZ, M dice: “El concepto de la demanda está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien o un servicio, pero sólo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio.” (DIAZ, 2009, pág. 45)

La demanda es el poder de compra que tiene un individuo de acuerdo a su necesidad, deseo o utilidad del mismo a un determinado precio y por el cual estará dispuesto a cancelar dependiendo de las ofertas que existan en el mercado actual.

2.4.6 PRECIO

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que tener o usar el producto o servicio.

<http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

2.4.7 LA COMERCIALIZACIÓN

GRECO Orlando (2007) en su diccionario contable dice: “Proceso social que permite anticipar o ampliar y satisfacer la estructura de la demanda de artículos y servicios económicos mediante su concepción, promoción, intercambio y distribución física. Actividad empresarial que dirige el flujo de mercaderías y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario con

la finalidad de satisfacer a los clientes y cumplir los objetivos de la empresa". (GRECO, 2007, pág. 123)

Contrastando las precisiones de los autores la comercialización consiste en el proceso de planificar y organizar todas las actividades que permitan al productor de bienes o servicios colocar estos productos en el lugar, el momento y al precio precisos, logrando que los clientes que forman parte de un mercado los conozcan, los consuman y satisfagan sus necesidades y deseos, a cambio del beneficio económico de la empresa productora o vendedora

TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Se puede hablar de dos tipos de canales:

CANAL DIRECTO (Circuitos cortos de comercialización). El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo.

Directo

Fabricante -----> Consumidor

❖ **CANAL INDIRECTO.** Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.

❖ **UN CANAL CORTO** sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño

en que los minoristas o detallistas tienen la exclusividad de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras. Otro ejemplo típico sería la compra a través de un hipermercado o híper.

Corto

Fabricante -----> Detallista ----> Consumidor

- **EN UN CANAL LARGO** intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación.

Largo

Fabricante -----> Mayorista ----> Detallista ----> Consumidor

En general, se considera que los canales de distribución cortos conducen a precios de venta al consumidor reducidos y, a la inversa, que canales de distribución largos son sinónimo de precios elevados. Esto no siempre es verdad; puede darse el caso de que productos comprados directamente al productor.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n)

2.4.8 PROMOCIÓN

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un *target* determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.

<http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>

COMPETENCIA.-Según Thompson A. Arthur: *“Es una actividad que desempeña una empresa con pericia y también es central para su estrategia y éxito competitivo”*. (THOMPSON A. Arthur 2012, pág. 102).

ESTRATEGIA DE VENTA.- La **estrategia de ventas** es un tipo de estrategia que se diseña para alcanzar los objetivos de venta

<http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-ventas.html>

SERVICIO.-

Según LOVELOCK, Cristhoper : *“Son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra , las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores ,en objetos en otros bienes de los que los compradores son responsables”*. (LOVELOCK, 2009, pág. 15)

2.5 ESTUDIO TÉCNICO

MORALES, J expresa: *“Mediante el estudio técnico se determina la mejor localización de las instalaciones, esto es, se debe detectar un sitio que ofrezca todas las características que permitan que el proceso de producción se desarrolle de manera eficiente. Esta etapa también comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio”*. (MORALES, 2009, pág. 84)

El estudio técnico se direcciona especialmente en evaluar el lugar más conveniente para distribuir los productos / servicios demostrando así el sitio específico. Esta parte del estudio puede subdividirse en: la determinación

del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto.

2.5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

BACA, U manifiesta: “El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”. (BACA, 2006, pág. 92)

Al momento de empezar un proyecto es recomendable observar minuciosamente todo detalle que implique la eficiencia y efectividad del mismo que genere rentabilidad siendo un eje fundamental en su operación productiva.

2.5.2 LOCALIZACIÓN

MORALES A., afirma: “En la localización de la planta se busca la ubicación más ventajosa que permita satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, ya que esto se refleja en una margen de utilidad adecuado”. (MORALES, 2009, pág. 103)

Para la localización de un proyecto se deben analizar detenidamente todo lo que el proyecto necesite, siendo un punto estratégico que no afecte a ningún sector y de facilidades de atender los requerimientos del mercado, con vías de acceso perfectas.

2.5.3 INGENIERÍA DE PROYECTO

BACA, U.G, menciona: “El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura

jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva". (BACA, 2006, pág. 110)

2.5.3.1 PROCESO.-

El autor LOVELOCK Christopher, señala: *"Los procesos son la arquitectura de los servicios y describen el método y la secuencia del funcionamiento del servicio, especificando la manera en que se vinculan para crear la proposición de valor que se ha permitido a los clientes". (LOVELOCK, 2009, pág. 232)*

Un proceso consiste en la descripción de la secuencia de las actividades necesarias para el desarrollo del servicio mediante un conjunto de procedimientos que se realizarán para la prestación de un servicio eficiente y eficaz, la comercialización de los productos donde es importante distribuir el tiempo

2.5.3.2. DIAGRAMA DE FLUJO.- Es representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo por medio de símbolos.

SÍMBOLOS UTILIZADOS EN UN DIAGRAMA DE FLUJO:



INICIO O TÉRMINO.- Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.



ACTIVIDAD.- Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.



DOCUMENTO.- Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.



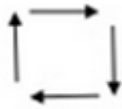
DATOS.- Elementos que alimentan y se generan en el procedimiento.



DECISIÓN O ALTERNATIVA.- Indica el punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.



ARCHIVO.- Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.



DIRECCIÓN DE FLUJO O LÍNEA DE UNIÓN.- Conecta los símbolos señalados el orden en el que se deben realizar las distintas operaciones.

<http://www.slideshare.net/edialberto/presentacion-inicial-diagramacion-y-tipos-de-diagramas>

2.5.4 INVERSIÓN.-

BACA U. Gabriel, manifiesta que: "Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica". (BACA, 2006, pág. 168)

En la etapa de inversión se realiza un análisis de los costos necesarios para el funcionamiento de la empresa que se va a crear o el área a

implementarse, aquí se especificará los valores que se invertirán en activos fijos (terrenos, maquinarias, equipo, instalaciones), diferidos (gastos de constitución e instalación) y los demás recursos que forman parte del capital de trabajo.

2.6. ESTUDIO FINANCIERO

2.6.1 ESTADOS FINANCIEROS

a) Definición

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para informar de la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

https://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros

2.6.2 OBJETIVOS

Los estados financieros tienen como finalidad:

- ❖ Proporcionar a la empresa información respecto a su situación financiera, los resultados de sus operaciones, y el flujo de sus fondos a una fecha de un periodo específico
- ❖ Suministrar información acerca de la situación actual y la evolución económica y financiera del patrimonio de la empresa.

2.6.3 CLASES DE ESTADOS FINANCIEROS

Entre los principales estados financieros se tiene: el Balance General, Estado de Resultados y el de Flujo de Efectivo

a) Estado de Situación

ZAPATA S, Pedro, señala: "es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y

patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado". (ZAPATA S, 2008, pág. 62).

De acuerdo con autor el Estado de situación constituye el documento contable que refleja la situación financiera de una organización, en donde el objetivo principal es detallar activos, pasivos y patrimonio que en el transcurrir del tiempo la empresa a obtenido. Siendo esté indispensable para que la dirección tome riendas en el manejo de la empresa conociendo la liquidez, endeudamiento, rentabilidad de la organización y tomar decisiones puntuales.

b) Estado de Resultados Integrales

ZAPATA S. Pedro afirma, "es el informe básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un período determinado, producto de la gestión acertada o desacertada de la dirección, o sea del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia". (ZAPATA S, 2008, pág. 306).

El estado de resultados es el informe financiero en donde está en forma ordenada y detallada el resultado de las operaciones de una empresa, determinando la utilidad o perdida, reflejando el manejo correcto o no por parte de la dirección.

En el Estado de Resultados se incluye varios rubros, pero cuando se requiere analizarlo, hay que enfocarse en sus cuentas principales como las siguientes:

Ingresos.- Agrupa las cuentas que representan los beneficios operativos y financieros que percibe el ente económico en el desarrollo del giro normal de su actividad comercial en un ejercicio determinado.

ingresos de actividades ordinarias.- Comprenden los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones, comisiones, intereses, regalías y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifiquen con el objeto social principal de la compañía.

Venta de bienes.- Comprenden los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega exclusiva de bienes.

Venta de servicios.-Comprenden los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega exclusiva de servicios.

Descuento comercial.-Registra los descuentos otorgados por la compañía a sus clientes, en la venta de servicios, bienes comprados que comercializa a través de la emisión de la nota de crédito.

Costo.-

Boulanger, F dice: “Es el valor en efectivo o equivalente de un recurso necesario para manufacturar un bien o brindar un servicio. El objeto del costo puede ser cualquier cosa, como productos, departamentos, proyectos, actividades y demás, para los cuales se miden y se asignan los costos”. (Boulanger, 2007, pág. 110).

El costo es un valor que se paga por un bien o servicio los mismos que se miden y recuperan en un periodo determinado.

Gasto.- *PAREDES, Carmen dice: “Es el valor de los bienes y servicios recibidos y consumidos por la empresa en un periodo económico, con independencia del momento de pago”. (Paredes, 2008, pág. 42).*

Son aquellos egresos de dinero que incurre la empresa en un periodo económico para cubrir operaciones generales.

Gastos Administrativos.- como su nombre lo indica son aquellos que se generan en el área administrativa, es decir, los relacionados con la dirección y el manejo de las operaciones generales de la empresa, como: sueldos y prestaciones del personal que labora en el área administrativa, además de una serie de gastos adicionales como pago por servicios básicos, útiles de oficina, aseo: combustible, lubricantes, repuestos, etc.

Gastos de Ventas.- lo constituyen aquellos egresos que se incurren en el área encargada de llevar los productos terminados, desde la empresa hasta el consumidor, entre ellos se tiene: sueldos y prestaciones de los empleados del departamento de ventas, comisiones a vendedores, publicidad, etc.

Gastos Financieros.- son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento en las operaciones, y lo puede hacer a través de las diferentes instituciones del sistema financiero

Depreciación.- Registra el monto de la depreciación calculada por el ente económico sobre la base del costo.

La depreciación debe basarse en la vida útil estimada del bien. Para la fijación de ésta es necesario considerar el deterioro por el uso y la acción de factores naturales, así como la obsolescencia por avances tecnológicos o por cambios en la demanda de los bienes producidos o de los servicios prestados. La vida útil podrá fijarse con base en conceptos o tablas de depreciación de reconocido valor técnico.

Amortización.- *GRECO, Orlando dice: “Proceso contable por el cual el valor del bien utilizado en la explotación es imputado como gasto entre los distintos periodos contables que abarca su vida útil probable”. (GRECO, 2007, pág. 37).*

De acuerdo al autor la amortización dentro del proceso contable es considerado como gasto el momento de su desgaste de acuerdo a su vida útil.

c) **Flujo Neto de Caja**

Según JARAMILLO Felipe, expresa que: "Es una forma de presentar los movimientos de efectivo de una empresa en un período analizado, en las que se utiliza el estado de fuentes y usos de fondos y el estado de resultados, y se organizan en una matriz que permite separar los de las fuentes de fondos, los usos de fondos, los ingresos, los costos y los gastos, y clasificarlos en operacionales y no operacionales. (JARAMILLO, 2009, pág. 68).

El flujo neto de caja se define como el documento donde se presenta los movimientos de efectivo o igual que entradas y salidas del dinero de la empresa dicha información puede ser analizada en periodos mensuales, trimestrales, semestrales e inclusive anuales.

2.7 EVALUADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

2.7.1 VALOR ACTUAL NETO

DIAZ,M expresa: "El VAN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, y el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto". (DIAZ, 2009, pág. 320)

A partir de las definiciones anteriores argumenta que el VAN es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión, midiendo la deseabilidad del proyecto logrando conocer si es rentable el proyecto

FÓRMULA DEL VAN

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$VAN = < Inversión > + \frac{\sum FCN}{(1+i)^1} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^2} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^3} \dots + \frac{\sum FCN}{(1+i)^n}$$

FC= Flujos de caja proyectados

i = Tasa de redescuento

n = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva

2.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO

DIAZ, M afirma: "Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN=0". (DIAZ, 2009, pág. 84)

Es la tasa máxima de interés a la que se puede endeudar los inversionistas para no perder el dinero, siendo así un indicador de rentabilidad que establece si a mayor TIR, mayor rentabilidad y se puede decidir la aceptación o no de un proyecto.

a) CLASES DE TIR

1. TIR ECONÓMICO

Cuando la inversión tiene solo aporte propio, es decir el riesgo no es compartido, se asume toda la incertidumbre del proyecto.

2. TIR FINANCIERA

Cuando la inversión es con financiamiento, es decir tiene riesgo compartido.

3. TIR REAL

Solo analiza los flujos de caja positivos, el flujo de caja negativo no se toma en cuenta.

b) CÁLCULO DEL TIR

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno se realiza mediante dos formas: Interpolación y Fórmula. La fórmula para el cálculo del TIR es la siguiente.

$$TIR = Ti + \frac{Ti(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - Ti}$$

Ti = Tasa inferior de redescuento

Ts= Tasa superior de redescuento

VAN= Valor positivo

VAN= Valor negativo

2.7.3 RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)

DIAZ, M dice: “Este indicador consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y los egresos del proyecto para cada período, recalculan sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos”. (DIAZ, 2009, pág. 318)

Con respecto a las definiciones de los autores citados, se añade que esen donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal.

c) FÓRMULA DE CÁLCULO

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1+i)^n}$$

Si B/C es mayor que 1, existe un adecuado retorno

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, la inversión no es atractiva.

Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable la inversión.

2.7.4 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

BESLEY, B define: "El período de recuperación del proyecto está definido como el número de años esperado que se requiere para recuperar la inversión original (el costo del activo)". (BELEY, 2009, pág. 365)

Tomando en cuenta la referencia del autor :El periodo de recuperación es una herramienta que para la ejecución de un proyecto nos permite determinar , aproximadamente el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión que se ha realizado con los beneficios de la operación

La fórmula que se utiliza para calcular el período de recuperación es la siguiente:

$$\text{Tiempo.de.Recuperación} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo.Neto.de.Efectivo}}$$

2.7.5. TASA DE REDESCUENTO":

El cálculo de la tasa de descuento se emplea el costo de oportunidad (ck) y la tasa que corresponde al riesgo país (Rp)i = Ck+ Rp.

2.7.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

CHILQUINGA, M define: “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”. (CHILQUINGA, 2007, pág. 49)

Destacando este concepto el punto de equilibrio es una herramienta trascendental dentro de la evaluación de un proyecto que debe tomarse en cuenta ya que determina el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar.

2.7.7 CAPITAL DE TRABAJO

Según JARAMILLO, Felipe, manifiesta que: “El capital de trabajo es la inversión que hacen las compañías en sus activos corrientes con carácter de permanencia, que permite cumplir con sus obligaciones de corto plazo y seguir funcionando sin alterar su operación normal”. (JARAMILLO, 2009, pág. 41)

El capital de trabajo es el monto de inversión que se debe de establecer dentro de un proyecto con el cual la empresa cuenta para cumplir con sus obligaciones de corto plazo y así el funcionamiento de la misma no se vea afectada por sobreendeudamiento.

2.7.8 PLAN ESTRATÉGICO:

THOMPSON A. Arthur define que: “expresa la dirección futura de la empresa, sus propósitos de negocios, sus metas de desempeño y su estrategia”. (THOMPSON A. Arthur 2012 pág.37).

2.7.9 MISIÓN:

THOMPSON A. Arthur dice: “La misión describe su actividad y propósito de negocios actuales (“quiénes somos “), (“que hacemos” y por qué estamos aquí””. (THOMPSON A, 2012, pág. 26)

2.7.10 VISIÓN:

THOMPSON A Arthur. dice: “ La visión retrata el horizonte de negocios. Futuro de la empresa (“hacia dónde vamos)”.
(THOMPSON A, 2012, pág. 26)

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El propósito del estudio de mercado es analizar la factibilidad de la creación de una empresa de servicios de enllantaje, alineación, balanceo y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado, considerando las necesidades de mercado; es decir, si existen las condiciones favorables entre oferta y demanda.

Se efectuó el estudio de mercado tanto del servicio como del producto; por ello se analiza la identificación de cada uno de ellos, además la demanda, oferta y sus correspondientes proyecciones; así como el análisis de precios, hasta estructurar las políticas de comercialización en servicios y producto.

Una vez conocido estos parámetros, obtendremos un panorama de las condiciones de mercado para el proyecto; lo que permitirá decidir si es conveniente la creación de la empresa, considerando sobre todo la demanda potencial insatisfecha.

Como instrumentos de investigación, consideramos los objetivos del estudio de mercado, las variables e indicadores, las mismas que contribuyeron a medir tanto el servicio como el producto.

Se realizaron entrevistas para la oferta a propietarios de tecnicentros y vulcanizadoras que prestan el servicio de enllantaje, alineación y balanceo y a locales comerciales que venden neumáticos de transporte pesado.

Para conocer la demanda se realizó encuestas a los consumidores potenciales, es decir, personas que poseen vehículos de transporte pesado

La información recopilada se procesó, clasificando, tabulando y graficando los datos provenientes de la oferta y demanda.

Cabe recalcar que adicionalmente tomaremos como referencia las encuestas efectuadas en el capítulo uno (Diagnóstico Situacional) para el análisis complementario de este estudio.

Una vez determinada la factibilidad del proyecto en base al informe de oferta y demanda, correspondió fijar las estrategias para diferenciar el servicio y producto del resto de las empresas existentes. Sobre todo ajustándolas a las necesidades del cliente.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha del proyecto.

3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Determinar la demanda existente en los servicios de enllantaje, alineación, balanceo y abastecimiento de neumáticos en la ciudad de Ibarra
- b) Conocer la oferta actual o competencia del servicio de enllantaje, alineación, balanceo y abastecimiento de neumáticos.
- c) Realizar un análisis de precios para establecer la mejor opción y así poder cumplir con las necesidades de los posibles consumidores.

3.3. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO Y DEL PRODUCTO

3.3.1 SERVICIO

El servicio de enllantaje, balanceo y alineación, para vehículos de transporte pesado es identificado de la siguiente manera:

a. SERVICIOS DE ENLLANTAJE

Ilustración 3 ENLLANTADORA



Fuente: VADOCORP S.A., Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

El enllantaje consiste en guarnecer con llantas las ruedas de un vehículo y que conjuntamente con una buena aplicación de presión de aire, el neumático permitirá soportar la carga máxima y adecuada.

b. SERVICIOS DE BALANCEO

Ilustración 4 BALANCEADORA



Fuente: VADOCORP S.A., Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

El balanceo es la forma de contrapesar mediante pequeños pesos, normalmente de plomo, la falta de peso en un neumático en conjunto con

la llanta para evitar problemas de galopeo y el tan molesto movimiento del volante y las vibraciones en velocidades superiores.

El no balanceo de las ruedas puede resultar un desgaste irregular del neumático. Los neumáticos tanto del eje direccional como de tracción deben ser balanceadas dinámicamente para buenos resultados.

c. SERVICIOS DE ALINEACIÓN

Ilustración 5 ALINEADORA



Fuente: VADOCORP S.A., Agosto 2013
Elaborado por: Los autores



Fuente: VADOCORP S.A., Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

La alineación consiste en asegurarse que las llantas trabajen en forma paralela unas de las otras, y que las llantas tengan contacto con el pavimento en el ángulo correcto para esto se debe seguir procedimientos

adecuados y que mejor con una maquinaria óptima que talento humano calificado.

3.3.2. PRODUCTO

El neumático constituye el punto de contacto del vehículo con el suelo, por lo que depende de una medida apta para su comportamiento, un neumático confiere adherencia, estabilidad, seguridad y confort.

En el segmento de camión los neumáticos depende mucho de su aplicación que puede ser direccional, tracción que complementando con una presión de aire adecuada permitirá que el vehículo soporte el peso del vehículo y su carga.

El proyecto como tal, propone establecer una empresa que a más de prestar los servicios anteriormente descritos, ofrecer la venta de neumáticos el cual dentro de entrevistas efectuadas en el capítulo uno, hemos determinado que el cliente tiene preferencia por la marca Continental, General Tire por tal razón nos enmarcaremos dentro de los lineamientos de este tipo de empresas que es ser distribuidor autorizado para la provincia de Imbabura.

3.4 MERCADO META

El mercado meta es en la ciudad Ibarra, en donde están la mayoría de compañías de transporte pesado de la provincia de Imbabura logrando así satisfacer la necesidad del transportista.

3.5 SEGMENTO DE MERCADO

El mercado se dividirá en los siguientes segmentos:

Cuadro 15 DIVISIÓN DEL MERCADO

SEGMENTACION	FUENTES DE INFORMACION
TRANSPORTE PÚBLICO URBANO TRANSPORTE PÚBLICO INTERCANTONAL TRANSPORTE PÚBLICO INTERPROVINCIAL	Agencia Nacional de Tránsito, Cooperativas de Transporte
TRANSPORTE DE ENTIDADES PÚBLICAS	Municipio, Gobierno Provincial, Cuerpo de Bomberos, UTN, Policía
SERVICIO DE TRANSPORTE PARTICULAR	Visittas personales
VEHICULOS PARTICULARES QUE TRABAJAN PARA EMPRESA DE CEMENTOS LA FARGE	LA FARGE

Fuente: Instituciones públicas, privadas, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

3.6 DESARROLLO OPERATIVO DEL ESTUDIO

Para realizar el estudio de mercado se realizó el siguiente procedimiento:

3.6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Los posibles consumidores potenciales de nuestros productos y servicios son los siguientes:

Cuadro 16 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

ENTIDADES	NRO. DE UNIDADES VEHICULARES
TRANSPORTE PÚBLICO URBANO	314
TRANSPORTE PÚBLICO INTERCANTONAL	145
TRANSPORTE PÚBLICO INTERPROVINCIAL	357
TRANSPORTE DE ENTIDADES PÚBLICAS	149
SERVICIO DE TRANSPORTE PARTICULAR	71
VEHICULOS PARTICULARES QUE TRABAJAN PARA EMPRESA DE CEMENTOS LA FARGE	325
SUMAN:	1361

Fuente: Instituciones públicas, privadas, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

3.6.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA

El cálculo de la muestra realizado en el capítulo uno fue de 300 encuestas, dirigidas a los transportistas de la ciudad de Ibarra, lo que permitirá conocer el grado de aceptación.

3.6.3. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la recopilación de información del estudio de mercado se utilizaron fuentes primarias.

La información primaria corresponde a la recopilación de información a través de la encuesta realizada a los propietarios de vehículos de transporte pesado de acuerdo a la población identificada

3.7 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.7.1. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN SERVICIOS.-

RESUMEN DE ENCUESTAS REALIZADAS A POSIBLES CLIENTES QUE REQUIEREN DE LOS SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO.

¿Con qué frecuencia y qué cantidad de los siguientes servicios realiza a su vehículo?:

FRECUENCIA: ENLLANTAJE: ()

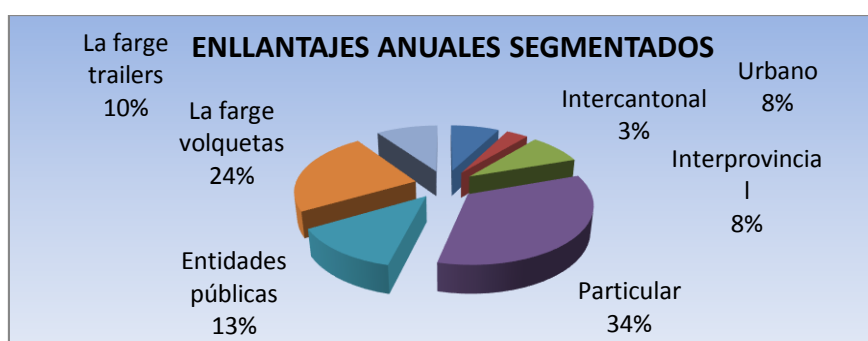
Cuadro 17 FRECUENCIA DE ENLLANTAJES

SEGMENTO	# ENCUESTAS	CANTIDAD DE ENLLANTAJES SEGÚN ENCUESTA						TOTAL ENLLANTAJES ANUALES POR PERIODO DE TIEMPO	TOTAL ENLLANTAJES ANUALES POR SEGMENTO ENCUESTADO
		Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cada 8 meses	anual		
Urbano	75				4	2		10	750
Intercantonal	34				4	2		10	340
Interprovincial	84				4	2		10	840
Particular	17	8					4	196	3.332
Entidades Públicas	5						250	250	1.250
La Farge (volquetas)	17		8	10				136	2.312
La farge (trailers)	68				2		10	14	952
SUMAN:	300								9.776

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 13 FRECUENCIA DE ENLLANTAJES



Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS:

De acuerdo a encuestas efectuadas por segmento, determinamos que el 34% corresponde al transporte particular, seguido del 34% del grupo de transportistas que trabajan para La Farge (incluye volquetas y tráileres), el 13% del sector público, 8% para el sector tanto urbano e interprovincial y el 3% al intercantonal.

El servicio de enllantaje incluye por montajes, desmontajes por cambio de neumático nuevo, por rotación o por pinchaduras por lo que concluimos que este servicio se presenta con obligatoriedad el momento de cambio de ruedas nuevas y por rotación, a su vez este servicio es ocasional por motivos de pinchaduras, golpes que provocan daños en el neumático.

¿Con qué frecuencia y qué cantidad de los siguientes servicios realiza a su vehículo?:

FRECUENCIA: BALANCEO: ()

Cuadro 18 BALANCEOS ANUALES

SEGMENTO	CANTIDAD DE BALANCEOS SEGÚN ENCUESTA		TOTAL BALANCEOS ANUALES POR PERIODO DE TIEMPO	TOTAL BALANCEOS ANUALES POR SEGMENTO ENCUESTADO
	# ENCUESTAS	Semestral		
Urbano	75	2	4	300
Intercantonal	34		2	68
Interprovincial	84		2	168
Particular	17	2	4	68
Entidades Públicas	5		2	10
La Farge (volquetas)	17		1	17
La farge (trailers)	68		2	136
SUMAN:	300			767

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 14 BALANCEOS ANUALES



Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

El 39% del segmento encuestado corresponde al sector urbano, el 22% al transporte Interprovincial, el 20% al grupo de transportistas de La Farge (Tráileres 18%, volquetas 2%), el 9% tanto para el transporte Intercantonal como para el particular y el 1% para las entidades públicas, particulares, por lo que podemos concluir que debido al tipo de trabajo que tiene el transportista urbano e interprovincial, es un segmento al cual debemos dirigirnos específicamente a captar por la frecuencia de uso que tienen sus unidades vehiculares requiriendo así que sus neumáticos se encuentren debidamente balanceados; el resto de unidades identificadas, nos permitirían complementar la totalidad de servicios que necesitaríamos para obtener rentabilidad en el proyecto.

¿Con qué frecuencia y qué cantidad de los siguientes servicios realiza a su vehículo?:

FRECUENCIA: ALINEACIÓN: ()

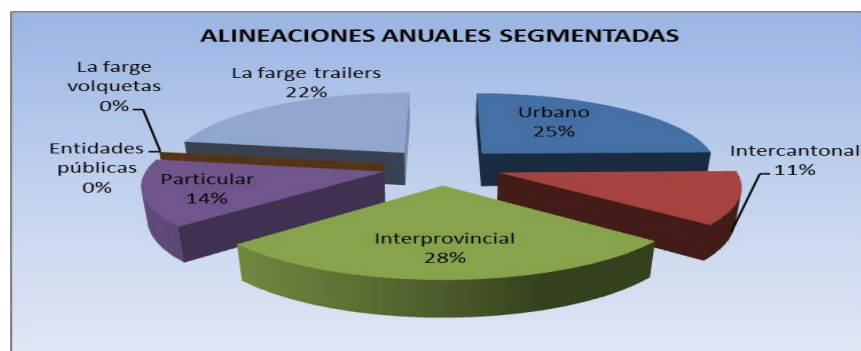
Cuadro 19 FRECUENCIA DE ALINEACIONES

SEGMENTO	CANTIDAD DE ALINEACIONES SEGÚN ENCUESTA			TOTAL ALINEACIONES ANUALES POR VEHÍCULO	TOTAL ALINEACIONES ANUALES POR SEGMENTO ENCUESTADO
	# ENCUESTAS	Semestral	Annual		
Urbano	75		1	1	75
Intercantonal	34		1	1	34
Interprovincial	84		1	1	84
Particular	17	3	1	2,5	43
Entidades públicas	5			0	0
La farge volquetas	17	0		0	0
La farge trailers	68		1	1	68
SUMAN:	300				304

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Gráfico 15 FRECUENCIA DE ALINEACIONES



Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

Luego de efectuar las encuestas a nuestros posibles consumidores, logramos determinar que este tipo de servicio no es frecuentemente utilizado, considerando que los propietarios no cuentan con un sitio que les garantice una alineación plenamente efectiva que corrija los desfases de desgaste en el neumático, razón por el cual al implementar este proyecto se procura brindar seguridad y confianza en el uso de este tipo de servicio.

3.7.2. ANÁLISIS DE ENTREVISTAS REALIZADAS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS QUE OFRECEN SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA

ANÁLISIS

Las entrevistas aplicadas a los propietario de tecnicentros y vulcanizadoras que suman 18 entre agremiados e independientes los cuales prestan los servicios de enllantaje, balanceo y alineación con varios años de experiencia en este tipo de trabajo, en la ciudad de Ibarra, lugar donde se va a desarrollar el presente proyecto, señalaron que diariamente se realizan un promedio de 10 enllantajes, 23 balanceos y 3 alineaciones al sector del transporte pesado, recalcando que el servicio de enllantaje más común es por causa de montaje, desmontaje, rotación, pinchaduras, a su vez con regularidad por cambio de neumáticos nuevos; el balanceo está considerado que se tiene que hacer siempre que el neumático sea desmontado por seguridad evitando las vibraciones en velocidades altas; los servicios de alineación en su mayoría los realizan manualmente siempre y cuando el vehículo esté presentando desgastes irregulares o por corregir los ejes del vehículo.

Los expertos en el tema indicaron que uno de los riesgos que esta actividad conlleva es que los sitios de trabajo no cuentan con espacios suficientes porque lo efectúan en las aceras y carreteras estando sujetos a posibles accidentes.

Finalmente desde el punto de vista de los entrevistados se puede deducir que este tipo de negocio es rentable, además ésta actividad les ha permitido con el tiempo mejorar su estilo de vida y generar empleo mitigando así el desempleo en la ciudad y reactivando la economía. Por tanto, el proyecto de servicio de enllantaje, balanceo y alineación para vehículos de transporte pesado es factible, porque al disponer de una

infraestructura y tecnología de punta, la acogida que éste tendrá será ascendente.

A continuación se detalla frecuencia y cantidad de cada uno de los servicios que ofrecen los tecnicentros y vulcanizadoras ubicados en la ciudad de Ibarra:

Cuadro 20 FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ENLLANTAJES ENCUESTADOS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

Nro.	PROPIETARIOS DE TECNICENTROS O VULCANIZADORAS	CANTIDAD DE ENLLANTAJES DIARIOS	CANTIDAD DE ENLLANTAJES ANUAL
1	ARAGÓN LUIS ALBERTO	10	3.140
2	ARAGÓN GUILLERMO	3	942
3	ARAGÓN VICTOR	10	3.140
4	CARLOSALAM MANUEL	5	1.570
5	CHAFUEL EFRAIN	30	9.420
6	GUERRERO JORGE	20	6.280
7	GUERRERO LUIS	5	1.570
8	GUERRÓN HERNAN	12	3.768
9	HUERTAS VINICIO	10	3.140
10	HERNÁNDEZ ANGEL	3	942
11	MASPUD JUAN	6	1.884
12	MURILLO JAVIER	15	4.710
13	SAQUINGO FRANCISCO	6	1.884
14	SINCHE PATRICIO	20	6.280
15	RECTIFICADORA BORJA	6	1.884
16	TACO ANGEL	8	2.512
17	TARAMBIZ VICENTE	3	942
18	YALAMA SEGUNDO	5	1.570
SUMAN CANTIDAD DE ENLLANTAJES ANUALES			55.578

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

**Cuadro 21 FRECUENCIA Y CANTIDAD DE BALANCEOS
ENCUESTADOS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y
VULCANIZADORAS DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

Nro.	PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS	CANTIDAD DE BALANCEOS MESUAL	CANTIDAD DE BALANCEOS ANUAL
1	ARAGÓN LUIS ALBERTO	30	360
2	ARAGÓN GUILLERMO	-	-
3	ARAGÓN VICTOR	16	192
4	CARLOSALAM MANUEL	-	-
5	CHAFUEL EFRAIN	28	336
6	GUERRERO JORGE	40	480
7	GUERRERO LUIS	-	-
8	GUERRÓN HERNÁN	36	432
9	HUERTAS VINICIO	10	120
10	HERNÁNDEZ ANGEL	-	-
11	MASPUD JUAN	-	-
12	MURILLO JAVIER	-	-
13	SAQUINGO FRANCISCO	-	-
14	SINCHE PATRICIO	-	-
15	RECTIFICADORA BORJA	4	48
16	TACO ANGEL	2	24
17	TARAMBIZ VICENTE	-	-
18	YALAMA SEGUNDO	40	480
SUMAN CANTIDAD DE BALANCEOS ANUALES			2.472

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

**Cuadro 22 FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ALINEACIONES
ENCUESTADOS A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y
VULCANIZADORAS DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

Nro.	PROPIETARIOS DE TECNICENTRO O VULCANIZADORAS	CANTIDAD DE ALINEACIONES MESUAL	CANTIDAD DE ALINEACIONES ANUAL
1	ARAGÓN LUIS ALBERTO	2	24
2	ARAGÓN GUILLERMO	-	-
3	ARAGÓN VICTOR	2	24
4	CARLOSALAM MANUEL	-	-
5	CHAFUEL EFRAIN	2	24
6	GUERRERO JORGE	5	60
7	GUERRERO LUIS	-	-
8	GUERRÓN HERNÁN	-	-
9	HUERTAS VINICIO	-	-
10	HERNÁNDEZ ANGEL	-	-
11	MASPUD JUAN	-	-
12	MURILLO JAVIER	-	-
13	SAQUINGO FRANCISCO	-	-
14	SINCHE PATRICIO	-	-
15	RECTIFICADORA BORJA	6	72
16	TACO ANGEL	-	-
17	TARAMBIZ VICENTE	-	-
18	YALAMA SEGUNDO	-	-
SUMAN CANTIDAD DE ALINEACIONES ANUALES:			204

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

3.7.3. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE PRODUCTOS

a) TABULACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A PROPIETARIOS DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

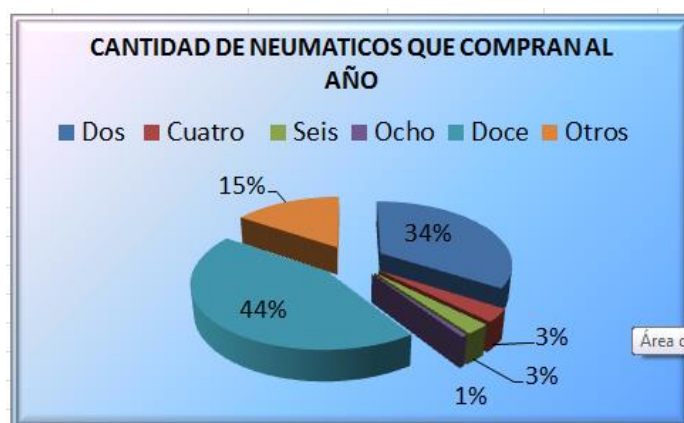
¿Qué cantidad de neumáticos compra en el año?

Cuadro 23 CANTIDAD DE NEUMÁTICOS QUE COMPRA AL AÑO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Dos	105	34,09
Cuatro	10	3,25
Seis	8	2,60
Ocho	2	0,65
Doce	135	43,83
Otros	48	15,58
TOTAL	308	100

Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

Gráfico 16 CANTIDAD DE NEUMÁTICOS QUE COMPRA AL AÑO



Fuente: Posibles consumidores, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

ANÁLISIS

Como se observa en el gráfico el 44% compran un promedio de doce llantas anualmente, siendo estos adquiridos tanto en distribuidores autorizados como en sub distribuidores.

El 34% de los encuestados que compran dos neumáticos al año manifestaron que es por la utilización de llanta reencauchada, es decir, los neumáticos nuevos son reutilizados hasta 3 veces por unidad.

Toda unidad en la actualidad debe mantener su vehículo con llantas en perfecto estado de acuerdo a la ley de tránsito vigente caso contrario están sujetos a multas económicas grandes inclusive prisión, generando una cultura de seguridad la misma que hace que exista demanda de neumáticos.

3.7.4 ANÁLISIS DE ENTREVISTA REALIZADA A PROPIETARIOS DE LOCALES COMERCIALES DE VENTA DE NEUMÁTICOS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

ANÁLISIS

Las entrevistas aplicadas a los propietario de locales que comercializan neumáticos para vehículos de transporte pesado identificados en un total de 13 con años de experiencia en este tipo de negocio, en la ciudad de Ibarra, lugar donde se va a desarrollar el presente proyecto, señalaron que mensualmente venden un mínimo de 6 a 50 neumáticos en locales sub distribuidores y de 70 a 240 en locales distribuidores directos, con una amplia gama de marcas, medidas, y diseños que tiene en su totalidad gran acogida por los transportistas al momento de comprar por su precio, durabilidad, resistencia, y marca específica de preferencia.

Los propietarios tanto distribuidores como sub distribuidores manifiestan que el margen de rentabilidad está en función del volumen de sus compras, descuentos, forma de pago, sosteniendo que en sí, el mercado para comercializar es amplio, pudiendo establecer así que complementando las dos actividades como la del servicio y comercialización el proyecto resultará rentable por la demanda existente.

A continuación se detalla frecuencia y cantidad de neumáticos que venden los distribuidores y sub distribuidores ubicados en la ciudad de Ibarra:

AÑO	OFERENTES	VENTA DE NEUMÁTICOS MENSUAL	VENTA DE NEUMÁTICOS ANUAL
2013	CV LLANTAS	25	300
	COMERCIAL LOS GUAPOS	25	300
	AUTOSERVICIO CEVALLOS	10	120
	DISBALLANTA	6	72
	GRUPO NORTE	40	480
	JC	4	48
	ENDARA JORGE	50	600
	FLORES FRANCISCO	30	360
	LALAMA EDGAR	45	540
	DISTRIBUIDORA LLANTAS POZO	14	168
	ALMACE FRS	70	840
	EL MUNDO DE LAS LLANTAS	12	144
	DISME	100	1.200
	NORLLANTAS	240	2.880
	suman:		671

Fuente: Distribuidores de neumáticos, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

3.8 LA DEMANDA Y OFERTA DEL MERCADO

3.8.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Los consumidores potenciales tienen una gran necesidad de contar con un tecnicentro de enllantaje, alineación y balanceo con infraestructura y tecnología avanzada; para que su transporte esté en perfectas condiciones debido al trabajo diario que efectúan; de tal manera que la demanda del tecnicentro en la ciudad de Ibarra se considera alta.

Según las encuestas realizadas a los consumidores potenciales de la ciudad de Ibarra, se puede observar que la frecuencia de mantenimiento de enllantaje, alineación y balanceo como la de compra de neumáticos es

continua razón por el cual cada día se hace más urgente la implantación de un tecnicentro con las características anteriormente mencionadas y a la vez logre satisfacer sus necesidades.

a) **PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

El consumo se determinó en base a las unidades de transporte pesado registradas en el Cantón Ibarra, la identificación de la demanda estará relacionada con el crecimiento del parque automotor del transporte pesado de la ciudad, que de acuerdo a investigación de campo.

Con la finalidad de proyectar la demanda de los servicios para los próximos 5 años, se empleó un valor promedio, donde:

$$M = C (1+i)^n$$

M= Último valor serie histórica

C= Primer valor serie histórica

n= Cantidad de Datos

i= Tasa de crecimiento

b) **COMPORTAMIENTO HISTÓRICO.**

A continuación se muestra el análisis de la demanda histórica calculado según la tasa promedio del parque automotor que es del 1.19%:

Cuadro 24 CÁLCULO DE LA DEMANDA HISTÓRICA

AÑO	ÍNDICE	SEGMENTO DE MERCADO
2009		1298
2010	1,61%	1319
2011	3,41%	1364
2012	-0,29%	1360
2013	0,07%	1361

Fuente: Distribuidores de neumáticos, Agosto 2013
 Elaborado por: Los autores

CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR PESADO

FÓRMULA:

$$M = C (1+i)$$

CÁLCULO:

$$1361 = 1298 (1+i)$$

$$\sqrt[5-1]{\frac{1361}{1298}} = 1+i$$

$$i = 1,19\%$$

A continuación se muestra la forma de distribución de los valores obtenidos de la demanda de cada uno de los servicios; es decir en qué porcentaje de los datos anteriores corresponde a los servicios de alineación, enllantaje, y balanceo. Los porcentajes son los derivados de las encuestas aplicadas.

c) DEMANDA POR SERVICIOS

Cuadro 25 DEMANDA ACTUAL POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

SEGMENTO	CANTIDAD DE VEHÍCULOS	CANTIDAD DE ENLLANTAJES						TOTAL ENLLANTAJES ANUALES POR VEHÍCULO	TOTAL ENLLANTAJES ANUALES POR SEGMENTO
		Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cada 8 meses	Anual		
Urbano	314				4	2		10	3.140
Intercantonal	145				4	2		10	1.450
Interprovincial	357				4	2		10	3.570
Particular	71	8					4	196	13.916
Entidades Públicas	149						383	383	57.064
La Farge (volquetas)	70		8	10				136	9.520
La farge (trailers)	255				2		10	14	3.570
SUMAN:	1361								92.230

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 26 DEMANDA PROYECTADA POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

AÑO	ÍNDICE	SEGMENTO DE MERCADO
2013		92.230
AÑO 1	1,19%	93.329
AÑO 2	1,19%	94.442
AÑO 3	1,19%	95.567
AÑO 4	1,19%	96.706
AÑO 5	1,19%	97.859

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 27 DEMANDA ACTUAL POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

SEGMENTO	CANTIDAD DE VEHÍCULOS	Semestral	Anual	TOTAL BALANCEOS ANUALES POR VEHICULO	TOTAL BALANCEOS ANUALES POR SEGMENTO ENCUESTADO
Urbano	314	2		4	1.256
Intercantonal	145		2	2	290
Interprovincial	357		2	2	696
Particular	71	2		4	284
Entidades Públicas	149		2	2	298
La Farge (volquetas)	70		1	1	70
La farge (trailers)	255		2	2	510
SUMAN:	1361				3.404

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 28 DEMANDA PROYECTADA POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

AÑO	ÍNDICE	SEGMENTO DE MERCADO
2013		3.404
AÑO 1	1,19%	3.445
AÑO 2	1,19%	3.486
AÑO 3	1,19%	3.527
AÑO 4	1,19%	3.569
AÑO 5	1,19%	3.612

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 29 DEMANDA ACTUAL POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

SEGMENTO	CANTIDAD DE VEHÍCULOS	Semestral	Anual	TOTAL ALINEACIONES ANUALES	TOTAL ALINEACIONES ANUALES POR SEGMENTO ENCUESTADO
Urbano	314		1	1	314
Intercantonal	145		1	1	145
Interprovincial	357		1	1	357
Particular	71	3	1	2,5	178
Entidades Públicas	149			0	-
La Farge (volquetas)	70	0		0	-
La farge (trailers)	255		1	1	255
SUMAN:	1361				1.243

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 30 DEMANDA PROYECTADA POR SERVICIO DE ALINEACIÓN
PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

AÑO	ÍNDICE	SEGMENTO DE MERCADO
2013		1.243
AÑO 1	1,19%	1.258
AÑO 2	1,19%	1.273
AÑO 3	1,19%	1.288
AÑO 4	1,19%	1.303
AÑO 5	1,19%	1.319

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

d) DEMANDA POR PRODUCTO

**Cuadro 31 DEMANDA ACTUAL POR PRODUCTO PARA VEHÍCULOS
DE TRANSPORTE PESADO**

AÑO	UNIDADES VEHICULARES	PORCENTAJE DE UNIDADES VEHICULARES SEGÚN CANTIDAD DE NEUMÁTICOS QUE COMPRA	DISTRIBUCIÓN UNIDADES VEHICULARES SEGÚN CANTIDAD DE NEUMÁTICOS QUE COMPRA	COMPRA DE NEUMÁTICOS MENSUAL	COMPRA DE NEUMÁTICOS ANUAL
2013	1.361,00	34,09%	464	2	928
		3,25%	44	4	177
		2,60%	35	6	212
		0,65%	9	8	71
		43,83%	597	12	7.158
		15,58%	212	20	4.241
		SUMAN:			

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 32 DEMANDA PROYECTADA POR PRODUCTO PARA
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

AÑO	ÍNDICE	COMPRA ANUAL DE NEUMÁTICOS
2013		12.787
AÑO 1	1,19%	12.940
AÑO 2	1,19%	13.094
AÑO 3	1,19%	13.250
AÑO 4	1,19%	13.408
AÑO 5	1,19%	13.568

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

3.8.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Según la observación y entrevista realizada, la oferta de servicios de enllantaje, alineación y balanceo para vehículos de transporte pesado es mínima con respecto a la utilización de maquinaria adecuada la cual no abastece la demanda de los usuarios, cabe recalcar, que el trabajo artesanal oferente en la ciudad es alta, pero, sin debidas precauciones de seguridad.

De acuerdo al número de oferentes investigados se procedió a determinar la cantidad de servicios que ofertan a sus clientes.

a) PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La proyección de la oferta se determinó en base al número de crecimiento de establecimientos tanto de vulcanizadoras como tecnicentros de la ciudad de Ibarra de acuerdo a investigación de campo.

La tasa de crecimiento se tomará como dato histórico los últimos cinco años atrás.

Con la finalidad de proyectar la oferta de los servicios para los próximos 5 años, se emplea la fórmula del monto detallado para determinar la tasa de crecimiento, donde:

$$M = C (1+i)^n$$

M= Último valor serie histórica

C= Primer valor serie histórica

n= Cantidad de Datos

i= Tasa de crecimiento

b) **COMPORTAMIENTO HISTÓRICO.**

A continuación se muestra el análisis de la oferta histórica, calculado según la tasa promedio de crecimiento anual de vulcanizadoras y tecnicentros que es del 6.4844%.

Cuadro 33 CÁLCULO DE LA OFERTA HISTÓRICA

AÑO	VULCANIZADORAS Y TECNICENTROS
2009	14
2010	15
2011	16
2012	17
2013	18

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

**CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE VULCANIZADORAS Y
TECNICENTROS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

FÓRMULA:

$$M = C (1+i)$$

CÁLCULO:

$$18=14 (1+i)$$

$$5-1 \sqrt{\frac{18}{14}} = (1+i)$$

$$i = 1,0648 - 1$$

$$i = 0,0648$$

$$i = 6,4844 \%$$

A continuación se muestra la oferta actual por cada establecimiento visitado mediante investigación de campo que con el porcentaje de los datos anteriores se proyectará la oferta.

c) OFERTA ACTUAL POR SERVICIO

Cuadro 34 OFERTA ACTUAL POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

Nro.	PROPIETARIOS DE TECNICENTROS O VULCANIZADORAS	CANTIDAD DE ENLLANTAJES DIARIOS	CANTIDAD DE ENLLANTAJES ANUAL
1	ARAGÓN LUIS ALBERTO	10	3.140
2	ARAGÓN GUILLERMO	3	942
3	ARAGÓN VICTOR	10	3.140
4	CARLOSALAM MANUEL	5	1.570
5	CHAFUEL EFRAIN	30	9.420
6	GUERRERO JORGE	20	6.280
7	GUERRERO LUIS	5	1.570
8	GUERRÓN HERNAN	12	3.768
9	HUERTAS VINICIO	10	3.140
10	HERNÁNDEZ ANGEL	3	942
11	MASPUD JUAN	6	1.884
12	MURILLO JAVIER	15	4.710
13	SAQUINGO FRANCISCO	6	1.884
14	SINCHE PATRICIO	20	6.280
15	RECTIFICADORA BORJA	6	1.884
16	TACO ANGEL	8	2.512
17	TARAMBIZ VICENTE	3	942
18	YALAMA SEGUNDO	5	1.570
SUMAN CANTIDAD DE ENLLANTAJES ANUALES			55.578

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 35 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

AÑO	ÍNDICE	SEGMENTO DE MERCADO
2013		55.578
AÑO 1	6,48%	59.182
AÑO 2	6,48%	63.020
AÑO 3	6,48%	67.106
AÑO 4	6,48%	71.457
AÑO 5	6,48%	76.091

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 36 OFERTA ACTUAL POR SERVICIO DE BALANCEO PARA
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

Nro.	PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS	CANTIDAD DE BALANCEOS MESUAL	CANTIDAD DE BALANCEOS ANUAL
1	ARAGÓN LUIS ALBERTO	30	360
2	ARAGÓN GUILLERMO	-	-
3	ARAGÓN VICTOR	16	192
4	CARLOSALAM MANUEL	-	-
5	CHAFUEL EFRAIN	28	336
6	GUERRERO JORGE	40	480
7	GUERRERO LUIS	-	-
8	GUERRÓN HERNÁN	36	432
9	HUERTAS VINICIO	10	120
10	HERNÁNDEZ ANGEL	-	-
11	MASPUD JUAN	-	-
12	MURILLO JAVIER	-	-
13	SAQUINGO FRANCISCO	-	-
14	SINCHE PATRICIO	-	-
15	RECTIFICADORA BORJA	4	48
16	TACO ANGEL	2	24
17	TARAMBIZ VICENTE	-	-
18	YALAMA SEGUNDO	40	480
SUMAN CANTIDAD DE BALANCEOS ANUALES			2.472

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

**Cuadro 37 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR SERVICIO DE
BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

AÑO	ÍNDICE	SEGMENTO DE MERCADO
2013		2472
AÑO 1	6,48%	2632
AÑO 2	6,48%	2803
AÑO 3	6,48%	2985
AÑO 4	6,48%	3178
AÑO 5	6,48%	3384

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

**Cuadro 38 OFERTA ACTUAL POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

Nro.	PROPIETARIOS DE TECNICENTRO O VULCANIZADORAS	CANTIDAD DE ALINEACIONES MESUAL	CANTIDAD DE ALINEACIONES ANUAL
1	ARAGÓN LUIS ALBERTO	2	24
2	ARAGÓN GUILLERMO	-	-
3	ARAGÓN VICTOR	2	24
4	CARLOSALAM MANUEL	-	-
5	CHAFUEL EFRAIN	2	24
6	GUERRERO JORGE	5	60
7	GUERRERO LUIS	-	-
8	GUERRÓN HERNÁN	-	-
9	HUERTAS VINICIO	-	-
10	HERNÁNDEZ ANGEL	-	-
11	MASPUD JUAN	-	-
12	MURILLO JAVIER	-	-
13	SAQUINGO FRANCISCO	-	-
14	SINCHE PATRICIO	-	-
15	RECTIFICADORA BORJA	6	72
16	TACO ANGEL	-	-
17	TARAMBIZ VICENTE	-	-
18	YALAMA SEGUNDO	-	-
SUMAN CANTIDAD DE ALINEACIONES ANUALES:			204

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 39 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR SERVICIO DE
ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

AÑO	ÍNDICE	SEGMENTO DE MERCADO
2013		204
AÑO 1	6,48%	217
AÑO 2	6,48%	231
AÑO 3	6,48%	246
AÑO 4	6,48%	262
AÑO 5	6,48%	279

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

d) OFERTA ACTUAL POR PRODUCTO

Cuadro 40 OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

AÑO	OFERENTES	VENTA DE NEUMÁTICOS MENSUAL	VENTA DE NEUMÁTICOS ANUAL
2013	CV LLANTAS	25	300
	COMERCIAL LOS GUAPOS	25	300
	AUTOSERVICIO CEVALLOS	10	120
	DISBALLANTA	6	72
	GRUPO NORTE	40	480
	JC	4	48
	ENDARA JORGE	50	600
	FLORES FRANCISCO	30	360
	LALAMA EDGAR	45	540
	DISTRIBUIDORA LLANTAS POZO	14	168
	ALMACE FRS	70	840
	EL MUNDO DE LAS LLANTAS	12	144
	DISME	100	1.200
	NORLLANTAS	240	2.880
	suman:		671

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 41 OFERTA HISTÓRICA PRODUCTO

AÑO	DISTRIBUIDORES
2009	12
2010	13
2011	13
2012	14
2013	14

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

FÓRMULA:

$$M = C (1+i)$$

$$14 = 12 (1+i)$$

$$\sqrt[5-1]{\frac{14}{12}} - 1$$

= 3,93%

Cuadro 42 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PRODUCTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

AÑO	ÍNDICE	VENTA ANUAL
2013		8.052
AÑO 1	3,93%	8.368
AÑO 2	3,93%	8.697
AÑO 3	3,93%	9.039
AÑO 4	3,93%	9.394
AÑO 5	3,93%	9.763

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

3.9. BALANCE OFERTA / DEMANDA

3.9.1 DEMANDA INSATISFECHA POR SERVICIOS

Cuadro 43 DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

PERÍODO	DEMANDA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	92.230	55.578	36.652
AÑO 1	93.329	59.182	34.147
AÑO 2	94.442	63.020	31.422
AÑO 3	95.567	67.106	28.461
AÑO 4	96.706	71.457	25.249
AÑO 5	97.859	76.091	21.768

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

La demanda insatisfecha a captar en el servicio de enllantaje del primer año será del 50%, es decir, 18.326 unidades, considerando que este servicio no es innovador con respecto al balanceo y alineación ya que es común y lo realizar con o sin uso de maquinaria.

Cuadro 44 DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO DE BALANCEO

PERÍODO	DEMANDA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	3.404	2.472	932
AÑO 1	3.445	2.632	812
AÑO 2	3.486	2.803	683
AÑO 3	3.527	2.985	542
AÑO 4	3.569	3.178	391
AÑO 5	3.612	3.384	227

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

La demanda insatisfecha del servicio de balanceo es de 932 unidades, por ser una cantidad que está entre los rangos de la capacidad de trabajo y uso de la maquinaria captaremos el 100% del servicio.

Cuadro 45 DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

PERÍODO	DEMANDA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	1.243	204	1.039
AÑO 1	1.258	217	1.041
AÑO 2	1.273	231	1.041
AÑO 3	1.288	246	1.042
AÑO 4	1.303	262	1.041
AÑO 5	1.319	279	1.040

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

La demanda insatisfecha del servicio de alineación es 1.039 unidades del año, que a igual que el balanceo captaremos el 100% del servicio; estos dos últimos consideramos abastecer la totalidad ya que son productos que atrae mucho al cliente por su innovador sistema; además, cabe recalcar que, si bien es cierto nuestro mercado meta es de 1361 unidades vehiculares solo a nivel de provincia, pero, también forman parte de este mercado aquellos transportistas que pasan por nuestra provincia para recorrer diferentes áreas geográficas del país, el cual incrementaría la demanda llegando a justificar el 100% de la demanda insatisfecha antes mencionada. Adicionalmente de acuerdo a la capacidad instalada de la maquinaria a utilizar cuenta con la capacidad necesaria para cubrir estos servicios.

INFORMACIÓN DE TIEMPO DE SERVICIO A OFERTAR SEGÙN CAPACIDAD DE MAQUINARIA

ENLLANTAJE: 5 MINUTOS POR NEUMÁTICO

BALANCEO: 10 MINUTOS POR NEUMÁTICO

ALINEACION: 30 MINUTOS POR VEHÍCULO

3.9.2. DEMANDA INSATISFECHA POR PRODUCTO

Se capta el 35% de la demanda insatisfecha

***Cuadro 46 DEMANDA INSATISFECHA DEL PRODUCTO PARA
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO***

PERÍODO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA A CAPTAR ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA A CAPTAR MENSUAL
2013	12.787	8.052	4.735	1.657	138
AÑO 1	12.940	8.368	4.571	1.600	133
AÑO 2	13.094	8.697	4.397	1.539	128
AÑO 3	13.250	9.039	4.211	1.474	123
AÑO 4	13.408	9.394	4.014	1.405	117
AÑO 5	13.568	9.763	3.805	1.332	111

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

3.10 ANÁLISIS DE PRECIOS

3.10.1 ANÁLISIS DE PRECIOS DE SERVICIOS

Para los servicios de enllantaje, alineación y balanceo para vehículos de transporte pesado los precios se tendrá como referencia los establecidos por el gremio de vulcanizadores de la ciudad de Ibarra, considerando a nuestro favor el valor agregado del uso de maquinaria de tecnología de punta.

Para determinar los precios de neumáticos agrícolas e industriales se establece una base de 10 a 25 dólares únicamente en servicio de enllantaje ya que el balanceo y alineación a este segmento no se efectúa.

a) PRECIO DE VENTA DE SERVICIOS

Los precios de los servicios de enllantaje de alineación y balanceo se acordarán de acuerdo a las medidas de neumáticos:

Cuadro 47 PRECIO DE SERVICIOS POR NEUMÁTICO CONVENCIONAL PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

PRECIO DE SERVICIOS			
MEDIDA	ENLLANTAJE POR NEUMÁTICO	BALANCEO POR NEUMÁTICO	ALINEACIÓN POR VEHÍCULO
750-20	3,50	5	10
825-20	3,50	8	10
900-20	4	8	15
1000-20	5	8	15
1100-20	5	8	15
1200-20	5	8	15

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

Cuadro 48 PRECIO DE SERVICIOS POR NEUMÁTICO RADIAL PARA
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

MEDIDA	PRECIO DE SERVICIOS		
	ENLLANTAJE POR NEUMÁTICO	BALANCEO POR NEUMÁTICO	ALINEACIÓN POR VEHÍCULO
7.00R16	3	4	10
9.5R17.5	4	5	10
10R22.5	5	8	15
11R22.5	5	8	15
12R22.5	5	8	15
12.00R20	5	8	15
215/75R17.5	4	5	10
225/70R19.5	4	5	10
235/75R17.5	4	5	10
255/70R22.5	5	8	15
275/70R22.5	5	8	15
275/80R22.5	5	8	15
295/80R22.5	5	8	15
315/80R22.5	5	8	15
385/65R22.5	5	8	15
425/65R22.5	5	8	15

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

3.10.2. ANÁLISIS DE PRECIOS DE PRODUCTOS

Los precios para la comercialización de neumáticos de acuerdo a la red distribuidora de Continental General Tire muestra una lista estándar y segmentado de acuerdo al mercado meta que vamos a ofertar.

a) PRECIO DE VENTA DE PRODUCTOS

Por considerarse una amplia gama de diseños en las medidas de cada neumático se procedió según lista de precios emitida por Continental Tire Andina para el año 2013 a sacar un precio promedio por cada medida y segmento de mercado de la siguiente manera:

**Cuadro 49 PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE NEUMÁTICOS POR
SEGMENTO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO**

MEDIDAS:	LA FARGE	FLOTAS	CLIENTE FINAL
	Precio unitario de venta	Precio unitario de venta	Precio unitario de venta
<u>CAMIÓN CONVENCIONAL</u>			
7.50-20	187,2	195	204,50
8.25-20	210,72	219,5	230,00
9.00-20	270,96	282,25	295,50
10.00-20	305,28	318	333,00
11.00-20	351,5	366,14	383,57
12.00-20	378,62	394	413,40
<u>CAMIÓN RADIAL</u>			
7.50R16	209,76	216,5	217,25
11R22.5	414,47	429,35	442,94
12.00R20	630,24	656,5	680,00
12R22.5	482,16	500,95	517,69
215/75R17.5	326,08	339,67	351,67
225/70R19.5	357,12	372	385,50
235/75R17.5	332,16	346	358,00
275/70R22.5	425,04	442,74	458,50
275/80R22.5	472,8	492,5	511,83
295/80R22.5	481,88	501,12	518,80
315/80R22.5	589,82	614,4	636,40

Fuente: Continental Tire Andina S.A., Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

b) PROYECCIÓN DE PRECIOS

Los precios se proyectan considerando la tasa de inflación del mes de agosto del 2013 que según datos del Banco Central del Ecuador es del 2.68%.

3.10.3. PROYECCIÓN DE PRECIOS POR SERVICIO

Cuadro 50 PROYECCIÓN DE PRECIO POR SERVICIO DE ENLLANTAJE PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

MEDIDA	PVP DE ENLLANTAJE POR NEUMÁTICO					
	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
750-20	3,50	3,59	3,69	3,79	3,89	3,99
825-20	3,50	3,59	3,69	3,79	3,89	3,99
900-20	4	4,11	4,22	4,33	4,45	4,57
1000-20	5	5,13	5,27	5,41	5,56	5,71
1100-20	5	5,13	5,27	5,41	5,56	5,71
1200-20	5	5,13	5,27	5,41	5,56	5,71

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 51 PROYECCIÓN DE PRECIO POR SERVICIO DE BALANCEO PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

MEDIDA	PVP DE BALANCEO POR NEUMÁTICO					
	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
750-20	5	5,13	5,27	5,41	5,56	5,71
825-20	8	8,21	8,43	8,66	8,89	9,13
900-20	8	8,21	8,43	8,66	8,89	9,13
1000-20	8	8,21	8,43	8,66	8,89	9,13
1100-20	8	8,21	8,43	8,66	8,89	9,13
1200-20	8	8,21	8,43	8,66	8,89	9,13

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 52 PROYECCIÓN DE PRECIO POR SERVICIO DE ALINEACIÓN PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PESADO

MEDIDA	PVP DE ALINEACIÓN POR NEUMÁTICO					
	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
750-20	10	10,27	10,54	10,83	11,12	11,41
825-20	10	10,27	10,54	10,83	11,12	11,41
900-20	15	15,40	15,81	16,24	16,67	17,12
1000-20	15	15,40	15,81	16,24	16,67	17,12
1100-20	15	15,40	15,81	16,24	16,67	17,12
1200-20	15	15,40	15,81	16,24	16,67	17,12

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 53 PROYECCIÓN DE PRECIOS POR PRODUCTO

MEDIDAS:	LA FARGE	PROYECCIÓN DE AÑOS				
	Precio unitario de venta	1	2	3	4	5
CAMIÓN CONVENCIONAL						
7.50-20	187,2	192,22	197,37	202,66	208,09	213,67
8.25-20	210,72	216,37	222,17	228,12	234,23	240,51
9.00-20	270,96	278,22	285,68	293,33	301,20	309,27
10.00-20	305,28	313,46	321,86	330,49	339,35	348,44
11.00-20	351,5	360,92	370,59	380,52	390,72	401,19
12.00-20	378,62	388,77	399,19	409,88	420,87	432,15
CAMIÓN RADIAL						
7.50R16	209,76	215,38	221,15	227,08	233,17	239,42
11R22.5	414,47	425,58	436,98	448,69	460,72	473,07
12.00R20	630,24	647,13	664,47	682,28	700,57	719,34
12R22.5	482,16	495,08	508,35	521,97	535,96	550,33
215/75R17.5	326,08	334,82	343,79	353,01	362,47	372,18
225/70R19.5	357,12	366,69	376,52	386,61	396,97	407,61
235/75R17.5	332,16	341,06	350,20	359,59	369,22	379,12
275/70R22.5	425,04	436,43	448,13	460,14	472,47	485,13
275/80R22.5	472,8	485,47	498,48	511,84	525,56	539,64
295/80R22.5	481,88	494,79	508,05	521,67	535,65	550,01
315/80R22.5	589,82	605,63	621,86	638,52	655,64	673,21

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

MEDIDAS:	FLOTAS	PROYECCIÓN DE AÑOS				
	Precio unitario de venta	1	2	3	4	5
CAMIÓN CONVENCIONAL						
7.50-20	195	200,23	205,59	211,10	216,76	222,57
8.25-20	219,5	225,38	231,42	237,62	243,99	250,53
9.00-20	282,25	289,81	297,58	305,56	313,75	322,15
10.00-20	318	326,52	335,27	344,26	353,48	362,96
11.00-20	366,14	375,95	386,03	396,37	407,00	417,90
12.00-20	394	404,56	415,40	426,53	437,97	449,70
CAMIÓN RADIAL						
7.50R16	216,5	222,30	228,26	234,38	240,66	247,11
11R22.5	429,35	440,86	452,67	464,80	477,26	490,05
12.00R20	656,5	674,09	692,16	710,71	729,76	749,31
12R22.5	500,95	514,38	528,16	542,32	556,85	571,77
215/75R17.5	339,67	348,77	358,12	367,72	377,57	387,69
225/70R19.5	372	381,97	392,21	402,72	413,51	424,59
235/75R17.5	346	355,27	364,79	374,57	384,61	394,92
275/70R22.5	442,74	454,61	466,79	479,30	492,14	505,33
275/80R22.5	492,5	505,70	519,25	533,17	547,46	562,13
295/80R22.5	501,12	514,55	528,34	542,50	557,04	571,97
315/80R22.5	614,4	630,87	647,77	665,13	682,96	701,26

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

MEDIDAS:	CLIENTE FINAL	PROYECCIÓN DE AÑOS				
	Precio unitario de venta	1	2	3	4	5
CAMIÓN CONVENCIONAL						
7.50-20	204,50	209,98	215,61	221,39	227,32	233,41
8.25-20	230,00	236,16	242,49	248,99	255,66	262,52
9.00-20	295,50	303,42	311,55	319,90	328,47	337,28
10.00-20	333,00	341,92	351,09	360,50	370,16	380,08
11.00-20	383,57	393,85	404,40	415,24	426,37	437,80
12.00-20	413,40	424,48	435,86	447,54	459,53	471,85
CAMIÓN RADIAL						
7.50R16	217,25	223,07	229,05	235,19	241,49	247,96
11R22.5	442,94	454,81	467,00	479,52	492,37	505,56
12.00R20	680,00	698,22	716,94	736,15	755,88	776,14
12R22.5	517,69	531,56	545,81	560,44	575,46	590,88
215/75R17.5	351,67	361,09	370,77	380,71	390,91	401,39
225/70R19.5	385,50	395,83	406,44	417,33	428,52	440,00
235/75R17.5	358,00	367,59	377,45	387,56	397,95	408,61
275/70R22.5	458,50	470,79	483,40	496,36	509,66	523,32
275/80R22.5	511,83	525,55	539,63	554,09	568,94	584,19
295/80R22.5	518,80	532,70	546,98	561,64	576,69	592,15
315/80R22.5	636,40	653,46	670,97	688,95	707,41	726,37

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

3.11 PROVEEDORES

3.11.1 PROVEEDORES DE SERVICIOS

Los servicios varios se requerirá de insumos tales como: Pesas para balanceo, parches, pega especial, lubricantes, filtros; y, herramientas varias.

a) IDENTIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS

De acuerdo a investigación de campo se consideró a proveedores de insumos de taller a los siguientes:

1. Kiwi S.A.
2. Inverneg S.A.
3. Frenoseguro S.A.
4. Ferremundo S.A.

3.11.2 PROVEEDORES DE PRODUCTOS

Para el proceso de comercialización de neumáticos, en el presente proyecto distribuirá productos que producen e importan la empresa Continental Tire Andina SA.

a) IDENTIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES DE PRODUCTOS

El proveedor de neumáticos será:



3.12. VOLUMEN DE COMPRAS

Dentro de las políticas de Continental Tire Andina S.A. a los sub distribuidores autorizados otorga cupos de compra de sus productos, dentro de distintos aspectos estudiados tales como garantías, capacidad de pago y financiamiento, además, Continental otorga beneficios de bonificaciones adicionales, descuentos especiales y despacho de mercadería desde su planta de producción ubicada en la ciudad de Cuenca o desde su bodega principal ubicada en la ciudad de Quito.

3.13. PROCEDIMIENTO DE COMPRAS

3.13.1. PROCEDIMIENTO DE COMPRAS DE SERVICIOS

Para el proceso de compra de insumos para el taller se abastecerá por periodos mensuales.

3.13.2. PROCEDIMIENTO DE COMPRAS DE PRODUCTOS

El procedimiento de compras se hará en forma quincenal y mensual

3.14 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Luego de realizar el estudio de mercado respecto a las necesidades de servicios de enllantaje, balanceo, alineación y comercialización de

neumáticos que opera en la ciudad de Ibarra, se determinó los siguientes resultados:

A través de la encuesta se determinó las preferencias de los consumidores por el producto y el servicio. Para el objeto de nuestro estudio, estos datos nos permitirán enfocarnos en sus necesidades y emplear las estrategias necesarias que nos permitan satisfacer sus exigencias.

Una de las variables más importantes que debemos destacar en cuanto al servicio es que el cliente siente la necesidad de que sus mantenimientos vehiculares estén en función del uso de maquinaria con tecnología de punto para lo cual optimizaría tiempo y recursos.

Mediante el estudio de mercado, también se demostró que existe una demanda insatisfecha y creciente del producto y servicio, lo que podemos concluir a que se ejecute el presente proyecto y cubra parte del mercado insatisfecho.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación; la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente reflejará la estimación de los ingresos por venta.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización de la empresa es una parte importante en el proceso de inversión, puesto que tiene una incidencia directa en los flujos de ingresos y egresos y por ende en la evaluación. Lo primordial de la selección reside en una decisión a largo plazo y con un carácter permanente. El estudio se lo realizará en dos etapas:

4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se constituirá en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, Cantón Ibarra.

Ilustración 6 MAPA DE UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA



Fuente: <http://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/>, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

Para determinar la micro localización del proyecto, se ha considerado tres sectores de la ciudad de Ibarra que son: La Florida, ciudadela Nuevo Hogar (Av. Cristóbal de Troya) y el sector del Parque Industrial (Av. Fray Vacas Galindo, Vía Urcuquí).

Para llegar a determinar la zona más idónea, analizamos factores: imprescindibles, importantes y adicionales que calificamos de acuerdo al nivel de importancia, a continuación mostramos la matriz locacional bajo las siguientes consideraciones:

Cuadro 54 MATRIZ LOCACIONAL

CATEGORIAS DEL FACTOR	LA FLORIDA			CDLA. NUEVO HOGAR		PARQUE INDUSTRIAL	
	PESO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
FACTORES IMPRESCINDIBLES	59%	44	5,26	34	4,18	36	4,33
* DISPONIBILIDAD DE VIAS DE ACCESO PARA CLIENTES	24%	17,89	2,13	13,84	1,7	14,65	1,76
*EXISTENCIA DE AREAS DE TERRENOS AMPLIAS EN ARRIENDO	20%	14,91	1,79	11,52	1,41	12,2	1,47
*ABASTECIMIENTO DE SERVICIOS BASICOS	15%	11,2	1,34	8,64	1,07	9,15	1,1
FACTORES IMPORTANTES	29%	26	2,55	22	2,17	25	2,46
*AREA COMERCIAL E INDUSTRIAL AUTOMOTRIZ	19%	17,04	1,67	14,41	1,42	16,38	1,62
* DISPONIBILIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	10%	8,96	0,88	7,59	0,75	8,62	0,84
FACTORES ADICIONALES	12%	25	1,01	21	0,84	23	0,91
* COSTOS DE ARRIENDO ADECUADOS	8%	16,67	0,66	14	0,56	15,33	0,61
*ORDENANZAS MUNICIPALES	4%	8,33	0,35	7	0,28	7,67	0,3
	100%	95/100	8,82/10	77/100	7,19/100	84/100	7,7/10

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

a) SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA ÓPTIMA

El proyecto estará ubicada en el Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, barrio la Florida, Av. Mariano Acosta y calle Manuelita Sáenz.

Ilustración 7 PLANO DE MICROLOCALIZACIÓN



AUTOR: Arq. Hugo Acosta, Agosto 2013

El producto y servicio se comercializará en la ciudad de Ibarra en la Av. Mariano Acosta y Marieta de Veintimilla, sector La Florida. La extensión del lote terreno es de 1.946,90m², propiedad que se arrendará a un precio de 1.000 dólares americanos mensuales en un periodo mínimo de 5 años, bajo la condición de construir la edificación por parte de los arrendatarios.

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

Esta es la etapa definiremos todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, el mismo que permitirá el manejo óptimo de los mismos.

4.3.1. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

Las instalaciones están diseñadas para poder satisfacer la demanda potencial identificada.

La empresa estará dividida en cuatro secciones; la primera será el área donde se ubicarán las oficinas y almacén, la segunda un centro de acopio o bodega, la tercera el taller para los servicios vehiculares; y, la cuarta para estacionamiento vehicular.

4.3.2. ÁREA ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL

Esta área consta de los ambientes para: Gerencia, Contabilidad, Crédito y Cobranzas, Bodega para archivo y Sala de reuniones.

Para el área comercial se provee un local de exhibición de neumáticos, sala de espera y un ambiente para caja. En su totalidad suman 228m².

4.3.3. ÁREA DE CENTRO DE ACOPIO Y BODEGA

Contará con 330 metros cuadrados de uso exclusivo para bodega de neumáticos.

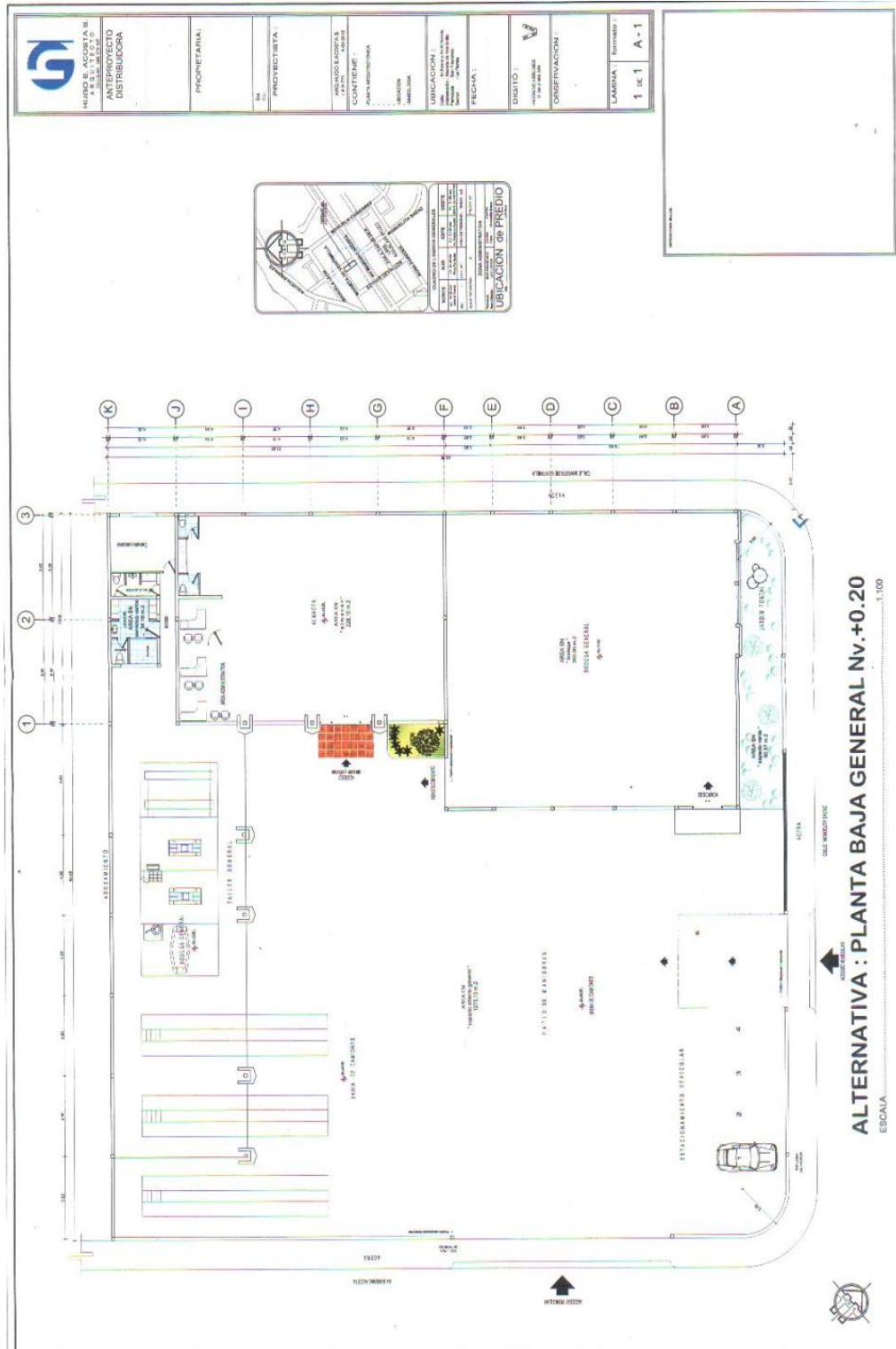
4.3.4. ÁREA DE TALLER

El taller tendrá con 3 bahías aptas para vehículos pesados y 3 para vehículos medianos con área suficiente para maniobras, áreas exclusivas para instalación de la maquinaria y compresor y vestidores para los técnicos de taller, contará con 1273.13 m².

4.3.5. ÁREA ESTACIONAMIENTO VEHICULAR

Las instalaciones contarán con 50m² para uso exclusivo de estacionamiento vehicular para clientes y empleados.

Ilustración 8 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



AUTOR: Arq. Hugo Acosta, Agosto 2013

4.3.6. PROCESO DE SERVICIOS Y COMERCIALIZACIÓN

a) PROCESO DE SERVICIOS

Dentro de este proceso detallaremos de acuerdo a los servicios a ofertar:

- **SERVICIO DE ENLLANTAJE**

El enllantaje a los vehículos de transporte pesado se utilizará por medio de una máquina enllantadora la misma que maneja una gran cantidad de combinaciones de rines y llantas, ya que estas se montan y desmontan sin lastimar el rin en lo absoluto, con gran eficiencia, también controla el inflado de las llantas y sin manipulación errónea de la mano de obra, previniendo de esta manera dañar al neumático.

El servicio de enllantaje a ofrecer garantiza que el neumático no sea afectado ni mal manipulado al contrario de quien lo realiza artesanalmente, así como también cuenta con una alta capacidad de servicio permitiendo que el tiempo sea optimizado al máximo.

De acuerdo al proceso de mantenimiento vehicular el enllantaje forma parte de la primera fase de atención al vehículo, esta lo efectuará un técnico de taller altamente calificado y capacitado en esta área.

Cabe recalcar, que el servicio de enllantaje además de realizarlo para cambio por neumático nuevo, también se realiza por rotación de ruedas direccionales y posteriores y por daños respecto a neumáticos que son parchados o reparados.

- **SERVICIO DE BALANCEO**

Luego del enllantaje las ruedas se someten a ser balanceadas por medio de una máquina balanceadora, que se caracteriza por su alta precisión, su atractiva pantalla y su magnífico diseño, que permitirá ofertar un servicio de alta calidad a los clientes complementando con mano de obra altamente calificada.

▪ **SERVICIO DE ALINEACIÓN**

Finalmente como tercera y última fase está el servicio de alineación al ser considerado en la oferta mínima, estamos en la capacidad de cubrir un gran porcentaje de demanda insatisfecha.

EL servicio se ofrecerá con la utilización de una máquina alineadora diseñada especialmente para alinear ruedas de camiones, autobuses y vehículos comerciales en forma precisa y veloz que constituyen una solución integral para la alineación avanzada de las ruedas.

A igual que los anteriores servicios a ofertar la alineación se complementará con técnicos que garanticen que el trabajo realizado a los vehículos sea acorde a las necesidades del cliente.

b) PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Para el proceso de comercialización de neumáticos, de acuerdo a encuestas realizadas en la demanda determinados la preferencia del productos bajo la marca de Continental, General Tire, por tal razón, en el presente proyecto se distribuirá estos productos que producen e importan la empresa Continental Tire Andina S.A.

Dentro de las políticas de Continental Tire Andina S.A. a los sub distribuidores autorizados otorga cupos de compra de sus productos, dentro de distintos aspectos estudiados tales como garantías, capacidad de pago y financiamiento, además, Continental otorga beneficios de bonificaciones adicionales, descuentos especiales y despacho de mercadería desde su planta de producción ubicada en la ciudad de Cuenca o desde su bodega principal ubicada en la ciudad de Quito.

Para el proceso de comercialización se contratará asesores comerciales tanto internos como externos que serán capacitados bajo el asesoramiento directo de Continental, también serán distribuidos por zonas y

segmentación de mercado desde atención a clientes de flotas, de transporte público y consumidor final.

c) DIAGRAMA DE FLUJO PARA COMERCIALIZACIÓN Y SERVICIOS

Para representar y analizar el proceso efectuamos mediante un flujo grama, el mismo que será utilizado por medio de bloques distribuidos de acuerdo a los usuarios como son: cliente, asesor comercial, bodeguero, técnico de taller, cajera.

De acuerdo a necesidad del cliente efectuamos dos procesos de venta:

1. De acuerdo a necesidad del cliente, al comprar neumáticos y requerir de servicios de enllantaje, balanceo y alineación, este proceso es el que será más impulsado a efectuar ya que estaremos abasteciendo al cliente de nuestro producto y servicio.
2. Cliente solo requiere neumáticos, este es el caso para venta a clientes sub distribuidores, o para aquellos clientes que se abastecerán de neumáticos y no los utilizarán por el momento.

Los documentos a utilizar para este proceso son:

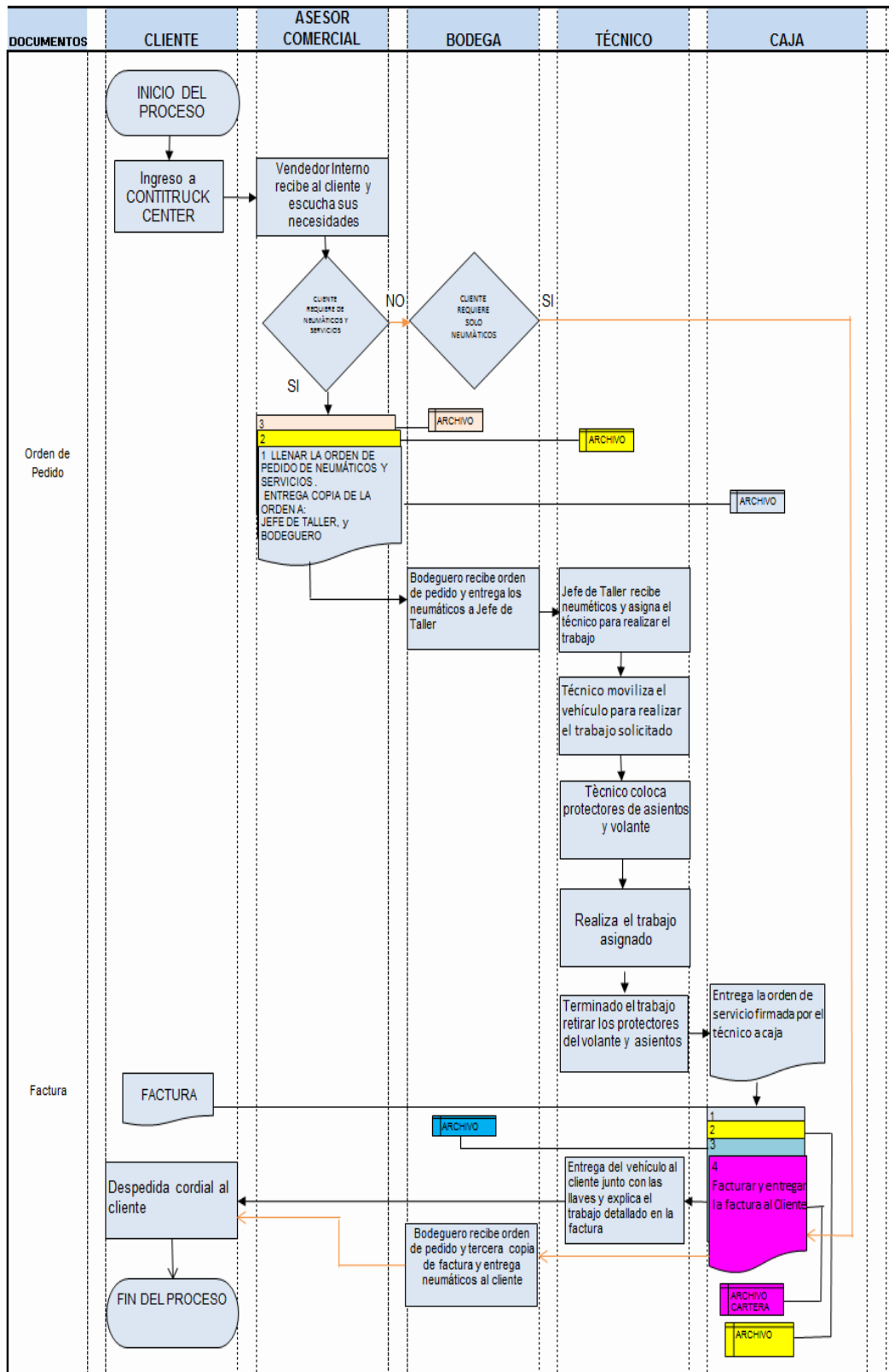
FACTURA: Este documento consta de una factura y 3 copias distribuidas así:

Factura original para el cliente, primera copia que reposará en archivo de caja como respaldo indispensable ante el Servicio de Rentas Internas, segunda copia para el departamento de crédito y cobranzas (en caso de venta crédito) y tercera copia para bodega. (ANEXO 5)

ORDEN DE PEDIDO: Este documento consta de un original y 2 copias distribuidos a caja, bodega y técnico de taller. (ANEXO 6).

Para comprensión de estos procesos mostramos a continuación el flujo grama:

Ilustración 9 DIAGRAMA DE FLUJO



Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
 Elaborado por: Los autores

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 INVERSIONES FIJAS

a) INFRAESTRUCTURA CIVIL

La infraestructura civil se hará directamente con la contratación de mano de obra y compra de los materiales de construcción, esta inversión se considerará como préstamo bancario de la empresa.

Cuadro 55 INFRAESTRUCTURA CIVIL

DESCRIPCIÓN	TOTAL
MANO DE OBRA	38.000,00
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN:	52.000,00
SUMAN:	90.000,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

b) MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres formarán parte de los ambientes internos tanto para el área administrativa, de comercialización, y jefe de taller con una inversión que asciende a 7.104,50 dólares americanos.

Cuadro 56 MUEBLES Y ENSERES

ÁREA O DEPARTAMENTO	CARGO	DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
ADMINISTRATIVA	GERENTE GENERAL	ESCRITORIO GERENCIAL	1	270,00	270,00	
		SILLÓN GERENCIA	1	115,00	115,00	
		CREDENSA	1	175,00	175,00	
	CONTADOR	ESTACIÓN DE TRABAJO	1	270,00	270,00	
		SILLA TIPO SECRETARIA	1	115,00	115,00	
		ARCHIVADOR	2	195,00	390,00	
		SILLAS DE ESPERA	2	42,00	84,00	
	ASISTENTE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	ESTACIÓN DE TRABAJO	1	270,00	270,00	
		SILLA TIPO SECRETARIA	1	115,00	115,00	
		ARCHIVADOR	1	180,00	180,00	
		SILLAS DE ESPERA	2	42,00	84,00	
	CAJERA	ESTACIÓN DE TRABAJO	1	270,00	270,00	
		SILLA TIPO SECRETARIA	1	115,00	115,00	
		ARCHIVADOR	1	180,00	180,00	
		SILLAS DE ESPERA	2	42,00	84,00	
	BODEGUERO	ESTACIÓN DE TRABAJO	1	270,00	270,00	
		SILLÓN	1	115,00	115,00	
		ARCHIVADOR	1	180,00	180,00	
	SUMA MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA			22		3.282,00
	COMERCIALIZACIÓN	VENDEDORES	MESA DE REUNIONES	1	160,00	160,00
SILLAS DE ESPERA			4	42,00	168,00	
SUMA MUEBLES Y ENSERES ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN			5		328,00	
TALLER	JEFE DE TALLER	ESTACIÓN DE TRABAJO	1	270,00	270,00	
		SILLÓN	1	115,00	115,00	
		SILLAS DE ESPERA	2	42,00	84,00	
SUMA MUEBLES Y ENSERES ÁREA DE TALLER			4		469,00	
OTROS	ATENCIÓN AL CLIENTE	SALA DE ESPERA	1	800,00	800,00	
		TV LCD 40"	1	600,00	600,00	
		SOPORTE DE TV LCD 40"	1	120,00	120,00	
	OFICINAS EN GENERAL	DIVISIONES MODULARES	65 mts2	1.085,50	1.085,50	
		PUERTA ALUMINIO PARA DIVISIONES	3	140,00	420,00	
SUMA MUEBLES Y ENSERES OTROS			7		3.025,50	
TOTAL REQUERIMIENTO MUEBLES Y ENSERES:					7.104,50	

Fuente: Faven Muebles, Agosto 2013
 Elaborado por: Los autores

c) EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

El equipo de computación es una herramienta esencial en la empresa, que permitirá realizar nuestras actividades diarias optimizando tiempo y recursos al máximo.

Cuadro 57 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

ÁREA O DEPARTAMENTO	CARGO	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	GERENTE GENERAL	COMPUTADOR	1	525,00	525,00
		IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	65,00	65,00
	CONTADOR	COMPUTADOR	1	525,00	525,00
		IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	65,00	65,00
		SERVIDOR	1	550,00	550,00
		SOFTWARE	1	3.000,00	3.000,00
		RELOJ BIOMÉTRICO	1	445,00	445,00
	ASISTENTE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	COMPUTADOR	1	525,00	525,00
		IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	65,00	65,00
	CAJERA	COMPUTADOR	1	525,00	525,00
		IMPRESORA MATRICIAL	1	375,20	375,20
	BODEGUERO	COMPUTADOR	1	525,00	525,00
SUMAN EQUIPOS DE CÓMPUTO ÁREA ADMINISTRATIVA					7.190,20
COMERCIALIZACIÓN	VENDOR INTERNO	TABLET	1	220,00	220,00
	VENDEDOR EXTERNO 1	TABLET	1	220,00	220,00
	VENDEDOR EXTERNO 2	TABLET	1	220,00	220,00
SUMAN EQUIPOS DE CÓMPUTO ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN					660,00
SUMAN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					7.850,20

Fuente: MEGASYSTEM CIA.LTDA., Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

d) EQUIPOS DE OFICINA

Dentro de las necesidades básicas para el desarrollo de las operaciones comerciales y financieras, los medios de comunicación son sin duda instrumentos básicos, los teléfonos fijos y celulares en este caso formarán parte del equipo de oficina.

Cuadro 58 EQUIPOS DE OFICINA

ÁREA O DEPARTAMENTO	CARGO	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	GERENTE GENERAL	TELÉFONO INALÁMBRICO TELÉFONO CELULAR	1	90,00 200,00	90,00
	CONTADOR	TELÉFONO FIJO	1	30,00	30,00
	ASISTENTE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	TELÉFONO FIJO TELÉFONO CELULAR		30,00 100,00	
	CAJERA	CENTRAL TELEFÓNICA TELÉFONO FAX COPIADORA SUMADORA ELÉCTRICA	1 1 1 1	600,00 145,00 600,00 90,00	600,00 145,00 600,00 90,00
SUMA EQUIPOS DE OFICINA ÁREA ADMINISTRATIVA					1.555,00
COMERCIALIZACIÓN	VENDEDOR INTERNO	TELÉFONO CELULAR	1	100,00	100,00
	VENDEDOR EXTERNO 1	TELÉFONO CELULAR	1	100,00	100,00
	VENDEDOR EXTERNO 2	TELÉFONO CELULAR	1	100,00	100,00
SUMA EQUIPOS DE OFICINA ÁREA COMERCIALIZACIÓN					300,00
OTROS	INSTALACIONES VARIAS	ALARMA Y MONITOREO	1	550,00	550,00
SUMA EQUIPOS DE OFICINA OTROS					550,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA					2.405,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

e) MAQUINARIA

En el presente proyecto, la utilización de maquinaria para los servicios de enllantaje, alineación y balanceo para vehículos de transporte pesado generará un valor agregado a sus clientes ofreciendo un servicio de alto nivel por el uso de tecnología de última generación.

La maquinaria a utilizar optimizará tiempo a los clientes, así como también permitirá cubrir necesidades preventivas y correctivas.

A continuación mostramos la propuesta de adquisición de maquinaria con sus respectivos precios:

Cuadro 59 MAQUINARIA

ÁREA O DEPARTAMENTO	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TALLER	ALINEADORA DE CAMIÓN	JHON BEAN/ EEWA521A-T / CON 4 SENSORES DE ALINEACIÓN, MONITOR LCD 19" SAMSUNG, CPU E IMPRESORA HEWLETT	1	24.000,00	24.000,00
TALLER	DESMONTADORA DE CAMIÓN	ATHLAS, TTC301	1	11.500,00	11.500,00
TALLER	BALANCEADORA DE CAMIÓN	CAMION TRUCK WHEEL/VPS WHEEL BALANCER/ MODELO B3880-220	1	9.000,00	9.000,00
TALLER	COMPRESOR	MODELO PE7530V/ 7,5 HP/220V/60H2	1	2.750,00	2.750,00
TOTALES					47.250,00

Fuente: VADO CORP, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

❖ HERRAMIENTAS

Las herramientas son base fundamental para que la mano de obra de los técnicos de taller cumpla con su trabajo, en el presente proyecto las

características de estos insumos han sido enfocadas para los vehículos de transporte pesado en el cual detallamos a continuación:

Cuadro 60 HERRAMIENTAS

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	PISTOLA DE IMPACTO	250,00	750,00
1	GATA HIDRÁULICA	200,00	200,00
1	JUEGO DE DADOS Y RACHAS	98,90	98,90
1	JUEGO DE LLAVES MIXTAS	98,30	98,30
1	LLAVE DE TUBO	9,10	9,10
1	PRENSA TIPO C	22,77	22,77
1	COMBO 12 LIBRAS	39,60	39,60
1	JUEGO PLAYO, PINZA, ALICATE, Y CORTAFRIO	31,52	31,52
1	JUEGO DESARMADORES	38,39	38,39
1	JUEGO DE PUNTAS TORX MANDO 1/2	37,50	37,50
1	PALANCA DE FUERZA MANDO 1/2	22,32	22,32
1	MEDIA VUELTA MANDO 1/2	13,40	13,40
1	ARCO DE SIERRA	4,46	4,46
1	PLAYO DE PRESIÓN	8,21	8,21
1	ENTENALLA	98,21	98,21
1	CEPILLO DE ALAMBRE	1,80	1,80
1	FLEXÓMETRO	6,72	6,72
1	GRABADOR ELECTRICO DE METALES	32,14	32,14
1	RONG LONG ESMERIL 1/2 HP	94,60	94,60
1	MEDIDOR INFLADOR DE AIRE	37,50	37,50
1	JUEGO DE MACHUELOS Y TARRAJAS 40 PZS	60,00	60,00
1	METE VÁLVULAS	5,00	5,00
1	LLAVE DE CRUZ	5,00	5,00
1	JUEGO DE EXÁGONOS	17,86	17,86
4	CABALLETES	11,60	46,40
1	DADO CON PUNTA EXAGONO	4,10	4,10
1	PULVERIZADOR DE AIRE	9,80	9,80
1	PISTÓLA ENGRASADORA	23,26	23,26
1	PINZA PARA ANILLOS DE RETENCIÓN PUNTAS INTERCAMBIABLES	12,00	12,00
2	COCHE DE MECÁNICO	141,00	282,00
3	CAJA DE HERRAMIENTAS METÁLICA	42,00	126,00
1	LLAVE DEPICO	10,98	10,98
1	PRENSA ESPIRAL	35,71	35,71
1	JUEGO DE CINCELES	20,53	20,53
		SUB TOTAL	2.304,08
		12% IVA	276,49
		TOTAL:	2.580,57

Fuente: VADO CORP S.A., Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

f) RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

De acuerdo a los cuadros detallados en esta sección a continuación mostramos una tabla resumen de lo que representaría las inversiones fijas para la aplicación del presente proyecto.

Cuadro 61 RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

DESCRIPCIÓN	VALOR:
INFRAESTRUCTURA CIVIL	90.000,00
MUEBLES Y ENSERES	7.104,50
EQUIPO COMPUTACIÓN	7.850,20
EQUIPO DE OFICINA	2.405,00
MAQUINARIA	47.250,00
HERRAMIENTAS	2.580,57
SUMAN INVERSIONES FIJAS:	157.190,27

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

Las Inversiones fijas se financiará 100.000 dólares americanos por medio de un préstamo bancario el cual se aplicará como garantía y prenda a la maquinaria e inventario de mercadería, y la diferencia, es decir, los 57.190,27 se efectuará por medio de la aportación de los socios la misma que se considerará como un préstamo a largo plazo por pagar a los socios.

4.4.2 INVERSIONES DIFERIDAS

Las inversiones diferidas representan al talento humano, el mismo que se diferenciará por áreas: Administrativas, Comercialización y de Taller los valores a remunerar se consideraron de acuerdo a su cargo ocupacional, cabe recalcar que las comisiones aplicadas a vendedores, técnicos de

taller, estará en función de sus ventas y servicios respectivamente, estas bonificaciones adicionales al ser gastos variables no se refleja en los cuadros posteriores.

Dentro de los requerimientos del talento humano tenemos:

Cuadro 62 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

ÁREA O DEPARTAMENTO	CARGO	CANT.
ADMINISTRATIVO	GERENTE GENERAL	1
	CONTADOR	1
	ASISTENTE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	1
	CAJERA	1
	BODEGUERO	1
COMERCIALIZACIÓN	VENDEROR INTERNO	1
	VENDEDOR EXTERNO 1	1
	VENDEDOR EXTERNO 2	1
TALLER	JEFE DE TALLER	1
	TÉCNICO DE TALLER 1	1
	TÉCNICO DE TALLER 2	1
TOTAL REQUERIMIENTO TALENTO HUMANO		11

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

a) GASTOS ADMINISTRATIVOS

De acuerdo al requerimiento de talento humano se considera como base las siguientes remuneraciones, las mismas, que a partir del primer año de su proyección se calculará de acuerdo a la tasa de incremento que se determinará en el siguiente capítulo.

Cuadro 63 GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL

ÁREA	CARGO	CANT.	SUELDO
ADMINISTRATIVA	GERENTE GENERAL	1	1.200,00
	CONTADOR	1	600,00
	ASISTENTE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	1	400,00
	CAJERA	1	318,00
	BODEGUERO	1	350,00
SUMA TALENTO HUMANO ÁREA ADMINISTRATIVA			2.868,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 64 GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS ANUAL

ÁREA	CARGO	CANT.	SUELDO
ADMINISTRATIVA	GERENTE GENERAL	1	14.400,00
	CONTADOR	1	7.200,00
	ASISTENTE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	1	4.800,00
	CAJERA	1	3.816,00
	BODEGUERO	1	4.200,00
SUMA TALENTO HUMANO ÁREA ADMINISTRATIVA			34.416,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

b) GASTOS DE VENTAS

A igual que las remuneraciones anteriores, los sueldos mencionados a continuación, consideraremos como base para cálculo para el primer año la misma que se aplicará de acuerdo a una tasa de crecimiento.

Cuadro 65 GASTOS SUELDOS DE VENTAS MENSUAL

ÁREA	CARGO	CANT.	SUELDO
COMERCIALIZACIÓN	VENDEDOR INTERNO	1	321,82
	VENDEDOR EXTERNO 1	1	321,82
	VENDEDOR EXTERNO 2	1	321,82
SUMA TALENTO HUMANO ÁREA COMERCIALIZACIÓN			965,46

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cabe recalcar que los vendedores externos, adicional a su remuneración fija, comisionarán en un porcentaje del 0.1% de sus ventas mensuales; este dato se reflejará en el estudio económico financiero.

Cuadro 66 GASTOS SUELDOS DE VENTAS ANUAL

ÁREA	CARGO	CANT.	SUELDO
COMERCIALIZACIÓN	VENDEDOR INTERNO	1	3.861,84
	VENDEDOR EXTERNO 1	1	3.861,84
	VENDEDOR EXTERNO 2	1	3.861,84
SUMA TALENTO HUMANO ÁREA COMERCIALIZACIÓN			11.585,52

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

c) COSTOS DE VENTA

Las remuneraciones correspondientes al personal de taller se considerarán como un costo de venta, ya que está dentro de un proceso de servicio de mantenimiento vehicular.

De acuerdo al requerimiento se asigna las siguientes remuneraciones:

❖ COSTOS SUELDOS DE TALLER

Cuadro 67 COSTOS SUELDOS DE TALLER MENSUAL

ÁREA	CARGO	CANT.	SUELDO
TALLER	JEFE DE TALLER	1	318,00
	TÉCNICO DE TALLER 1	1	318,00
	TÉCNICO DE TALLER 2	1	318,00
SUMA TALENTO HUMANO ÁREA COMERCIALIZACIÓN			954,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

De igual manera, el talento humano de ésta área además de su remuneración percibirá comisiones, el mismo que equivaldrá al 1% para el jefe de taller y el 0.5% para los técnicos de taller, su cálculo estará en función del total de los servicios efectuados mensualmente.

Cuadro 68 COSTOS SUELDOS DE TALLER ANUAL

ÁREA	CARGO	CANT.	SUELDO
TALLER	JEFE DE TALLER	1	3.816,00
	TÉCNICO DE TALLER 1	1	3.816,00
	TÉCNICO DE TALLER 2	1	3.816,00
SUMA TALENTO HUMANO ÁREA COMERCIALIZACIÓN			11.448,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

❖ REQUERIMIENTO DE INSUMOS PARA TALLER

Dentro de los requerimientos de insumos y materiales para el proceso de mantenimiento vehicular se encuentra las pesas para balanceo el mismo que su abastecimiento se hará en forma mensual:

Cuadro 69 REQUERIMIENTOS PESAS PARA BALANCEO

MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
12	36	2,23	80,36	964,29
10	36	2,00	72,00	864,00
7	36	1,54	55,61	667,29
6	36	1,38	49,82	597,86
3	36	0,94	33,75	405,00
SUB TOTAL			291,54	3.498,43
12% IVA			34,98	419,81
TOTAL			326,52	3.918,24

Fuente: Comercial Caizaluiza, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

d) GASTOS FIJOS

A continuación mostramos rubros que se aplicará como gastos fijos para todas las áreas involucradas como son: Administrativas, Ventas y Taller, este último por considerarse de que el personal de taller debe tener permanencia en las instalaciones se asignado un rubro de alimentación; en cuanto a gastos administrativos, en el rubro arriendos, únicamente en el primer año se desembolsará un valor adicional de 800,00 dólares por concepto de garantía no reembolsable, ya que según las características del

contrato de arrendamiento durante los cinco años no habrá incremento alguno.

A continuación detalle de rubros tanto mensuales como anuales:

Cuadro 70 GASTOS FIJOS MENSUALES

RUBRO	GASTOS		COSTOS TALLER
	ADMINISTRATIVOS	VENTAS	
ARRIENDO	1.000,00	-	-
MOVILIZACIÓN	-	150,00	-
SUMINISTROS Y MATERIALES	100,00	-	50,00
SERVICIOS BÁSICOS	172,00	-	82,00
TELÉFONO CELULAR	-	60,00	-
SEGURIDAD Y VIGILANCIA	800,00	-	-
PÓLIZAS DE SEGUROS	200,00	-	200,00
INTERNET	90,00	-	-
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	-	-	45,00
SUSCRIPCIONES VARIAS	30,00	-	-
GASTOS CAJA CHICA	150,00	-	-
SUMAN GASTOS MENSUALES :	2.542,00	210,00	377,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 71 GASTOS FIJOS ANUALES

RUBRO	GASTOS		COSTOS TALLER
	ADMINISTRATIVOS	VENTAS	
ARRIENDO	12.000,00	-	-
MOVILIZACIÓN	-	1.800,00	-
SUMINISTROS Y MATERIALES	1.200,00	-	600,00
SERVICIOS BÁSICOS	2.064,00	-	984,00
TELÉFONO CELULAR	-	720,00	-
SEGURIDAD Y VIGILANCIA	9.600,00	-	-
PÓLIZAS DE SEGUROS	2.400,00	-	2.400,00
INTERNET	1.080,00	-	-
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	-	-	540,00
SUSCRIPCIONES VARIAS	360,00	-	-
GASTOS CAJA CHICA	1.800,00	-	-
SUMAN GASTOS ANUALES :	30.504,00	2.520,00	4.524,00

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

4.4.3 CAPITAL DE TRABAJO

Se ha tomado como referencia para inicio de las actividades un capital de trabajo de tres meses de inventario, costos y gastos.

Cuadro 72 CAPITAL DE TRABAJO

RUBRO	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	CAPITAL DE TRABAJO
INVENTARIO	721.679,52	60.139,96	60.139,96
COSTOS TALLER	26.973,31	2.247,78	6.743,33
GASTOS ADMINISTRATIVOS	79.698,18	6.641,52	19.924,55
GASTOS DE VENTAS	25.597,07	2.133,09	6.399,27
GASTOS FINANCIEROS	56.057,52	4.671,46	14.014,38
SUMAN:		75.833,80	107.221,48

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

4.4.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

En el siguiente cuadro se detalla el porcentaje de cada inversión total del proyecto, la inversión fija con el 59,46% y la inversión capital de trabajo con el 40,54 %, el 100% de la inversión en dólares es de \$264.412,05.

Cuadro 73 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

DETALLE	VALOR TOTAL:	PORCENTAJE
INVERSIÓN FIJA	157.190,57	59,46%
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	107.221,48	40,54%
TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO:	264.412,05	100%

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

4.4.5 FINANCIAMIENTO

La Inversión total del proyecto asciende a 264.412,05 dólares, para cubrir los requerimientos de capital de trabajo será necesario un préstamo bancario y préstamo por parte de los socios de modo que permita iniciar las operaciones de la empresa con normalidad.

A continuación mostramos la distribución económica de acuerdo al aporte de socios de acuerdo a lo mencionado:

Cuadro 74 DISTRIBUCIÓN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
APORTE SOCIOS	164.412,05	62,02%
CRÉDITO BANCARIO	100.000,00	37,98%
TOTAL	264.412,05	100%

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Para el análisis de este capítulo tomamos como referencia los datos del estudio de mercado el cual se consideró la demanda insatisfecha a captar.

5.1. DETERMINACIÓN DE UNIDADES PROYECTADAS

5.1.1. DETERMINACIÓN DE UNIDADES PROYECTADAS POR SERVICIOS

Las unidades de servicios que a continuación se propone parten de la demanda insatisfecha a captar además de un crecimiento para los próximos 5 años del 5%.

Cuadro 75 UNIDADES DE SERVICIOS A CAPTAR

TIPO DE SERVICIO	UNIDADES DE SERVICIO A CAPTAR				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENLANTAJE	18.326	19.242	20.204	21.215	22.275
BALANCEO	932	979	1.028	1.079	1.133
ALINEACIÓN	1.039	1.091	1.145	1.203	1.263
SUMAN SERVICIOS A CAPTAR	20.297	21.312	22.377	23.496	24.671

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.1.2. DETERMINACIÓN DE UNIDADES PROYECTADAS POR PRODUCTO

La proyección de unidades por producto se ha determinado por segmento a comercializar en este caso distribuimos a transportistas que trabajan para La Farge, flotas que incluye transporte público y entidades públicas y a cliente final, el mismo que en proporción a las unidades vehiculares distribuimos las posibles ventas de neumáticos así como también se

proyectó con un crecimiento del 5% por año partiendo de 1.657 unidades por demanda insatisfecha aspirando llegar a comercializar hasta el quinto año 2014 unidades de neumáticos.

Cuadro 76 UNIDADES DE NEUMÁTICOS A CAPTAR

DETALLE	LA FARGE	FLOTAS	CLIENTE FINAL	AÑO:				
	unidades	unidades	unidades	1	2	3	4	5
CAMIÓN CONVENCIONAL								
7.50-20			4	4	4	4	5	5
8.25-20			4	4	4	4	5	5
9.00-20		189	4	193	203	213	223	235
10.00-20			4	4	4	4	5	5
11.00-20			4	4	4	4	5	5
12.00-20	108		4	112	118	123	130	136
SUMAN UNIDADES A CAPTAR NEUMÁTICOS PARA CAMIÓN CONVENCIONAL				321	337	354	372	390
CAMIÓN RADIAL								
7.50R16			4	4	4	4	5	5
11R22.5	108	475	4	587	616	647	680	714
12.00R20			6	6	6	7	7	7
12R22.5	108		6	114	120	126	132	139
215/75R17.5			6	6	6	7	7	7
225/70R19.5			6	6	6	7	7	7
235/75R17.5			6	6	6	7	7	7
275/70R22.5			6	6	6	7	7	7
275/80R22.5			6	6	6	7	7	7
295/80R22.5	108	475	6	589	618	649	682	716
315/80R22.5			6	6	6	7	7	7
SUMAN UNIDADES A CAPTAR NEUMÁTICOS PARA CAMIÓN RADIAL				1336	1403	1473	1547	1624
SUMAN CRECIMIENTO UNIDADES POR AÑO:				1657	1740	1827	1918	2014

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.2. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS

5.2.1. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR SERVICIO

De acuerdo a las unidades proyectadas anteriormente procedemos a determinar los ingresos considerando como base un precio de venta promedio el mismo que partimos el primer año con un incremento del 2,68% tasa de inflación de agosto del 2013 del Banco Central del Ecuador.

Cuadro 77 CÁLCULO DE LOS INGRESOS POR SERVICIO

TIPO DE SERVICIO		AÑO				
		1	2	3	4	5
ENLLANTAJE	Cantidad:	18.326	19.242	20.204	21.215	22.275
	Precio unitario:	5,13	5,27	5,41	5,56	5,71
	TOTAL:	94.086	101.438	109.364	117.910	127.123
BALANCEO	Cantidad:	932	979	1.028	1.079	1.133
	Precio unitario:	8,43	8,66	8,89	9,13	9,38
	TOTAL:	7.861	8.475	9.138	9.852	10.621
ALINEACIÓN	Cantidad:	1.039	1.091	1.145	1.203	1.263
	Precio unitario:	15,40	15,81	16,24	16,67	17,12
	TOTAL:	16.003	17.253	18.601	20.055	21.622
TOTAL SERVICIOS POR AÑO :		117.949	127.166	137.103	147.816	159.366

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.2.2. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO

A partir de las unidades de neumáticos proyectadas procedemos a determinar los ingresos, los mismos que están segmentados de acuerdo al tipo de cliente ya que los precios varían de uno a otro, así como también para una clasificación adecuada diferenciamos el tipo de neumático que en este caso es camión convencional y camión radial.

Para proyectar los ingresos se tomó como referencia la tasa de inflación que cerró en agosto del 2013 en 2,68%, según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 78 CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 1

MEDIDAS:	AÑO 1								
	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN CONVENCIONAL									
7.50-20							4	204,50	818,00
8.25-20							4	230,00	920,00
9.00-20				189	282,25	53.345,25	4	295,50	1.182,00
10.00-20							4	333,00	1.332,00
11.00-20							4	383,57	1.534,28
12.00-20	108	378,62	40.890,96				4	413,40	1.653,60
SUMAN CAMIÓN CONVENCIONAL POR SEGMENTO	108		40.890,96	189		53.345,25	24		7.439,88
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	321								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	101.676,09								
AÑO 1									
MEDIDAS:	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN RADIAL									
7.50R16							4	217,25	869,00
11R22.5	108	414,47	44.762,76	475	429,35	203.941,25	4	442,94	1.771,76
12.00R20							6	680,00	4.080,00
12R22.5	108	482,16	52.073,28				6	517,69	3.106,14
215/75R17.5							6	351,67	2.110,02
225/70R19.5							6	385,50	2.313,00
235/75R17.5							6	358,00	2.148,00
275/70R22.5							6	458,50	2.751,00
275/80R22.5							6	511,83	3.070,98
295/80R22.5	108	481,88	52.043,04	475	501,12	238.032,00	6	518,80	3.112,80
315/80R22.5							6	636,40	3.818,40
SUMAN CAMIÓN RADIAL	324		148.879,08	950		441.973,25	62		29.151,10
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	1.336								
TOTAL CAMION CONVENCIONAL VENTA NETA:	620.003,43								

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 79 CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 2

MEDIDAS:	AÑO 2								
	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
<u>CAMIÓN CONVENCIONAL</u>									
7.50-20							4	209,98	839,92
8.25-20							4	236,16	944,66
9.00-20				198	289,8143	57.383,23	5	303,42	1.517,10
10.00-20							4	341,92	1.367,70
11.00-20							4	393,85	1.575,40
12.00-20	113	388,77	43.930,67				5	424,48	2.122,40
SUMAN CAMIÓN CONVENCIONAL POR SEGMENTO	113		43.930,67	198		57.383,23	26		8.367,17
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	337								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	109.681,07								
<u>AÑO 2</u>									
MEDIDAS:	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
<u>CAMIÓN RADIAL</u>									
7.50R16							4	223,07	892,29
11R22.5	113	425,58	48.090,29	499	440,86	219.987,43	4	454,81	1.819,24
12.00R20							7	698,22	4.887,57
12R22.5	113	495,08	55.944,25				7	531,56	3.720,95
215/75R17.5							6	361,09	2.166,57
225/70R19.5							6	395,83	2.374,99
235/75R17.5							7	367,59	2.573,16
275/70R22.5							6	470,79	2.824,73
275/80R22.5							6	525,55	3.153,28
295/80R22.5	114	494,79	56.406,56	499	514,55	256.760,46	6	532,70	3.196,22
315/80R22.5							6	653,46	3.920,73
SUMAN CAMIÓN RADIAL	340		160.441,10	998		476.747,89	65		31.529,73
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	1.403								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	668.718,73								

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 80 CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR
PRODUCTO AÑO 3**

MEDIDAS:	AÑO 3								
	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN CONVENCIONAL									
7.50-20							4	215,61	862,43
8.25-20							4	242,49	969,97
9.00-20				208	297,58	61.896,92	6	311,55	1.869,31
10.00-20							4	351,09	1.404,35
11.00-20							4	404,40	1.617,62
12.00-20	119	399,19	47.503,13				5	435,86	2.179,28
SUMAN CAMIÓN CONVENCIONAL POR SEGMENTO	119		47.503,13	208		61.896,92	27		8.902,96
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	354								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	118.303,00								
AÑO 3									
MEDIDAS:	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN RADIAL									
7.50R16							4	229,05	916,20
11R22.5	119	436,98	52.001,01	524	452,67	237.199,89	4	467,00	1.868,00
12.00R20		-					8	716,94	5.735,49
12R22.5	118	508,35	59.985,31				8	545,81	4.366,48
215/75R17.5		-					6	370,77	2.224,63
225/70R19.5		-					6	406,44	2.438,64
235/75R17.5		-					8	377,45	3.019,57
275/70R22.5		-					6	483,40	2.900,43
275/80R22.5		-					6	539,63	3.237,79
295/80R22.5	120	508,05	60.966,58	524	528,34	276.850,14	6	546,98	3.281,88
315/80R22.5							6	670,97	4.025,81
SUMAN CAMIÓN RADIAL	357		172.952,90	1.048		514.050,02	68		34.014,92
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	1.473								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	721.017,85								

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 81 CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 4

MEDIDAS:	AÑO 4								
	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN CONVENCIONAL									
7.50-20							4	221,39	885,55
8.25-20							4	248,99	995,97
9.00-20				218	305,5565	66.611,32	6	319,90	1.919,40
10.00-20							4	360,50	1.441,99
11.00-20							4	415,24	1.660,97
12.00-20	126	409,88	51.645,40				5	447,54	2.237,68
SUMAN CAMIÓN CONVENCIONAL POR SEGMENTO	126		51.645,40	218		66.611,32	27		9.141,56
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	371								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	127.398,28								
AÑO 4									
MEDIDAS:	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN RADIAL									
7.50R16							4	235,19	940,76
11R22.5	125	448,69	56.086,80	550	464,80313	255.641,72	4	479,52	1.918,06
12.00R20							8	736,15	5.889,20
12R22.5	124	521,97	64.724,76				8	560,44	4.483,50
215/75R17.5							6	380,71	2.284,25
225/70R19.5							6	417,33	2.503,99
235/75R17.5							10	387,56	3.875,61
275/70R22.5							8	496,36	3.970,88
275/80R22.5							6	554,09	3.324,56
295/80R22.5	126	521,67	65.730,51	550	542,49947	298.374,71	6	561,64	3.369,84
315/80R22.5							6	688,95	4.133,70
SUMAN CAMIÓN RADIAL	375		186.542,08	1.100		554.016,43	72		36.694,36
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	1.547								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	777.252,87								

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 82 CÁLCULO DE LOS INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO AÑO 5

MEDIDAS:	AÑO 5								
	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN CONVENCIONAL									
7.50-20							5	227,32	1.136,60
8.25-20							5	255,66	1.278,32
9.00-20				228	313,74542	71.533,96	6	328,47	1.970,84
10.00-20							4	370,16	1.480,63
11.00-20							4	426,37	1.705,49
12.00-20	132	420,87	55.554,71				6	459,53	2.757,18
SUMAN CAMIÓN CONVENCIONAL POR SEGMENTO	132		55.554,71	228		71.533,96	30		10.329,07
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	390								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	137.417,74								
	AÑO 5								
MEDIDAS:	LA FARGE			FLOTAS			CLIENTE FINAL		
	Unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta	unidades	Precio unitario de venta	Venta Neta
CAMIÓN RADIAL									
7.50R16							4	241,49	965,97
11R22.5	131	460,72	60.354,25	578	477,25986	275.856,20	4	492,37	1.969,47
12.00R20							8	755,88	6.047,03
12R22.5	130	535,96	69.675,16				8	575,46	4.603,66
215/75R17.5							7	390,91	2.736,38
225/70R19.5							6	428,52	2.571,10
235/75R17.5							11	397,95	4.377,43
275/70R22.5							8	509,66	4.077,30
275/80R22.5							7	568,94	3.982,60
295/80R22.5	132	535,65	70.706,00	578	557,03845	321.968,23	6	576,69	3.460,15
315/80R22.5							6	707,41	4.244,48
SUMAN CAMIÓN RADIAL	393		200.735,41	1.156		597.824,42	75		39.035,58
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL UNIDADES:	1.624								
TOTAL CAMIÓN CONVENCIONAL VENTA NETA:	837.595,41								

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.2.3 RESUMEN DETERMINACIÓN DE INGRESOS POR SERVICIO Y PRODUCTO

Cuadro 83 TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS POR SERVICIO

TIPO DE SERVICIO		AÑO				
		1	2	3	4	5
ENLLANTAJE	Cantidad:	18.326	19.242	20.204	21.215	22.275
	Precio unitario:	5,13	5,27	5,41	5,56	5,71
	TOTAL:	94.086	101.438	109.364	117.910	127.123
BALANCEO	Cantidad:	932	979	1.028	1.079	1.133
	Precio unitario:	8,43	8,66	8,89	9,13	9,38
	TOTAL:	7.861	8.475	9.138	9.852	10.621
ALINEACIÓN	Cantidad:	1.039	1.091	1.145	1.203	1.263
	Precio unitario:	15,40	15,81	16,24	16,67	17,12
	TOTAL:	16.003	17.253	18.601	20.055	21.622
TOTAL SERVICIOS POR AÑO :		117.949	127.166	137.103	147.816	159.366

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cuadro 84 TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTO

TIPO:	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	UNIDADES	VENTA NETA	UNIDADES	VENTA NETA	UNIDADES	VENTA NETA	UNIDADES	VENTA NETA	UNIDADES	VENTA NETA
CAMIÓN CONVENCIONAL	321	101.676,09	337	109.681,07	354	118.303,00	371	127.398,28	390	137.417,74
CAMIÓN RADIAL	1.336	620.003,43	1.403	668.718,73	1.473	721.017,85	1.547	777.252,87	1.624	837.595,41
TOTAL:	1.657	721.680	1.740	778.400	1.827	839.321	1.918	904.651	2.014	975.013

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.3. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

Los costos y gastos en los que se incurrirá el proyecto para su puesta en marcha y adecuado funcionamiento son los que se detallan a continuación, los mismos que han sido proyectados y se han tomado como base tasa la inflación; que se fija en un 2,68% según datos del Banco Central del Ecuador en agosto del 2013 a excepción de las remuneraciones y

beneficios sociales de los trabajadores que se han considerado de acuerdo a la tasa de incremento de los últimos 5 años.

5.3.1. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS POR PRODUCTO PROYECTADOS.

a. FLETES

Según políticas establecidas por Continental Tire Andina que mencionamos en el capítulo anterior, incluye como beneficio cubrir el 50% de gastos por concepto de fletes, según cotizaciones el promedio de costo por flete de neumáticos es de 200 dólares por viaje promedio de carga de 5000 a 7000 kilos por lo que consideramos pertinente registrar la diferencia de 100 dólares mensuales, es decir 1200 anuales como costo directo.

Cuadro 85 CÁLCULO DE FLETES DE NEUMÁTICOS

COSTO DE VENTAS NEUMÁTICOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLETES	1.200	1.232	1.265	1.299	1.334

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

b. Costos de neumáticos

Los costos de mercadería de neumáticos se presentan en una extensa lista por su gama y medida de productos, en este caso partimos a igual que los ingresos un valor promedio por medida.

Cuadro 86 CÁLCULO DE COSTOS DE NEUMÁTICOS

DETALLE	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	U	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	U	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	U	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	U	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	U	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAMIÓN CONVENCIONAL															
7.50-20	4	177,61	710,44	4	182,37	729,48	4	187,26	749,03	4	192,28	769,10	5	197,43	987,14
8.25-20	4	199,50	798,00	4	204,85	819,39	4	210,34	841,35	4	215,97	863,89	5	221,76	1.108,81
9.00-20	193	256,21	49.448,53	203	263,08	53.404,51	214	270,13	57.807,15	224	277,37	62.130,05	234	284,80	66.643,13
10.00-20	4	288,80	1.155,20	4	296,54	1.186,16	4	304,49	1.217,95	4	312,65	1.250,59	4	321,03	1.284,11
11.00-20	4	331,48	1.325,92	4	340,36	1.361,45	4	349,49	1.397,94	4	358,85	1.435,41	4	368,47	1.473,88
12.00-20	112	358,00	40.096,00	118	367,59	43.376,14	124	377,45	46.803,30	131	387,56	50.770,55	138	397,95	54.916,84
SUMAN CAMIÓN CONVENCIONAL	321		93.534,09	337		100.877,13	354		108.816,71	371		117.219,59	390		126.413,90
CAMIÓN RADIAL															
7.50R16	4	191,54	766,16	4	196,67	786,69	4	201,94	807,78	4	207,36	829,42	4	212,91	851,65
11R22.5	587	393,13	230.767,31	616	403,67	248.658,18	647	414,48	268.171,23	679	425,59	288.977,17	713	437,00	311.579,70
12.00R20	6	600,98	3.605,88	7	617,09	4.319,60	8	633,62	5.068,99	8	650,61	5.204,84	8	668,04	5.344,33
12R22.5	114	458,40	52.257,60	120	470,69	56.482,21	126	483,30	60.895,73	132	496,25	65.505,25	138	509,55	70.318,10
215/75R17.5	6	310,77	1.864,62	6	319,10	1.914,59	6	327,65	1.965,90	6	336,43	2.018,59	7	345,45	2.418,14
225/70R19.5	6	340,29	2.041,74	6	349,41	2.096,46	6	358,77	2.152,64	6	368,39	2.210,33	6	378,26	2.269,57
235/75R17.5	6	316,41	1.898,46	7	324,89	2.274,23	8	333,60	2.668,77	10	342,54	3.425,37	11	351,72	3.868,89
275/70R22.5	6	405,21	2.431,26	6	416,07	2.496,42	6	427,22	2.563,32	8	438,67	3.509,36	8	450,43	3.603,41
275/80R22.5	6	451,90	2.711,40	6	464,01	2.784,07	6	476,45	2.858,68	6	489,22	2.935,29	7	502,33	3.516,28
295/80R22.5	589	459,03	270.368,67	619	471,33	291.754,51	650	483,96	314.576,41	682	496,93	338.908,94	716	510,25	365.340,26
315/80R22.5	6	562,18	3.373,08	6	577,25	3.463,48	6	592,72	3.556,30	6	608,60	3.651,61	6	624,91	3.749,47
SUMAN CAMIÓN CONVENCIONAL	1336		572.086,18	1403		617.030,45	1473		665.285,76	1547		717.176,19	1624		772.859,81
TOTAL COSTOS DE NEUMÁTICOS	1657		665.620,27	1740		717.907,58	1827		774.102,48	1918		834.395,78	2014		899.273,71

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

a. Política de bonificaciones adicionales

Las bonificaciones adicionales corresponden a descuentos recibidos por compras de neumáticos en volumen que corresponden al 2% trimestral, es decir, el 8% anual, éstas se recibirán por medio de notas de crédito la misma que nos permitirá disminuir nuestro costo de ventas.

Su cálculo se efectúa en función de las compras por lo que consideramos como dato referencial el costo de ventas:

**Cuadro 87 CÁLCULO DE BONIFICACIÓN POR COMPRA DE
NEUMÁTICOS**

RUBRO	% BONIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMIÓN CONVENCIONAL Bonificación Camión Bias	12% ANUAL	93.534 (11.224)	100.877 (12.105)	108.817 (13.058)	117.220 (14.066)	126.414 (15.170)
CAMIÓN RADIAL Bonificación Camión Radial	12% ANUAL	572.086 (68.650)	617.030 (74.044)	665.286 (79.834)	717.176 (86.061)	772.860 (92.743)
TOTAL BONIFICACIÓN ANUAL		(79.874)	(86.149)	(92.892)	(100.127)	(107.913)

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**5.3.2. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE SERVICIOS
PROYECTADOS.**

a. TALENTO HUMANO

De acuerdo al requerimiento de talento humano para el área de taller, considerado en el capítulo anterior, realizamos una investigación para obtener una base histórica que ayudó a calcular la tasa de crecimiento, como también el valor anual y su proyección.

Cuadro 88 DATOS HISTÓRICOS DEL SALARIO MÍNIMO EN ECUADOR

AÑO	SUELDO
2009	218
2010	240
2011	264
2012	292
2013	318

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO

$${}^{5-1}\sqrt{\frac{318}{218}} - 1$$

Tasa de crecimiento: 0,09898

Tasa de crecimiento: 9,898%

Una vez calculada la tasa de crecimiento de los salarios mínimos en los últimos 5 años, que comprende el 9.898%, se pueden proyectar los sueldos para los próximos cinco años; luego de realizar los cálculos se obtienen los siguientes valores:

Cuadro 89 PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO DE TALLER

CARGO	BASE DE CÁLCULO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
JEFE DE TALLER	318	349,48	384,07	422,08	463,86	509,77
TÉCNICO DE TALLER 1	318	349,48	384,07	422,08	463,86	509,77
TÉCNICO DE TALLER 2	318	349,48	384,07	422,08	463,86	509,77
SUMAN SUELDOS MENSUALES		1.048,43	1.152,20	1.266,24	1.391,58	1.529,32
TOTAL SUELDOS ANUALES		12.581,12	13.826,40	15.194,94	16.698,94	18.351,80

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

El talento humano del área de taller percibirá una comisión por su trabajo, es decir, por los servicios efectuados de enllantaje, balanceo y alineación. Su cálculo estará en función de las ventas del cual se distribuye en el 1,5% para el Jefe de Taller y el 1% para los Técnicos de Taller.

Cuadro 90 PROYECCIÓN COMISIONES DEL TALENTO HUMANO DE TALLER

CARGO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN
JEFE DE TALLER		1%	98,29		1%	105,97		1%	114,25		1%	123,18		1%	132,81
TÉCNICO DE TALLER 1	9.829,11	0,5%	49,15	10.597,16	0,5%	52,99	11.425,22	0,5%	57,13	12.317,99	0,5%	61,59	13.280,52	0,5%	66,40
TÉCNICO DE TALLER 2		0,5%	49,15		0,5%	52,99		0,5%	57,13		0,5%	61,59		0,5%	66,40
SUMAN COMISIONES MENSUALES			196,58			211,94			228,50			246,36			265,61
TOTAL COMISIONES ANUALES			2.358,99			2.543,32			2.742,05			2.956,32			3.187,32

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Partiendo del total de los ingresos (Incluye sueldo principal más comisiones) tomaremos como base para el cálculo de los diferentes beneficios de los trabajadores tales como aportes IESS, Fondos de Reserva, Décimo Tercera Remuneración, Vacaciones; únicamente el décimo cuarto se calculará sobre el sueldo básico.

Cuadro 91 PROYECCIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO HUMANO DE TALLER

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INGRESOS TRABAJADOR ÁREA DE TALLER:	14.940	16.370	17.937	19.655	21.539
APORTE PATRONAL IESS	1.815	1.989	2.179	2.388	2.617
FONDOS DE RESERVA		1.362	1.497	1.645	1.808
DÉCIMO TERCERA REMUNERACION	1.245	1.364	1.495	1.638	1.795
DÉCIMO CUARTA REMUNERACION	1.048	1.152	1.266	1.392	1.529
VACACIONES	623	682	747	819	897
TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	4.731	6.550	7.185	7.882	8.647

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Insumos y otros talleres

Uno de los insumos que forman parte fundamental para el proceso de balanceo son las pesas por los que se consideró pertinente incluir dentro del costo de taller así como también incurren dentro del costo de taller el mantenimiento de la maquinaria con su respectivo seguro, los servicios básicos y suministros y materiales.

Cuadro 92 INSUMOS TALLER

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE VENTAS INSUMOS TALLER	8.442	8.668	8.901	9.139	9.384
PESAS PARA BALANCEO	3.918	4.023	4.131	4.242	4.355
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	540	554	569	585	600
SERVICIOS BÁSICOS	984	1.010	1.037	1.065	1.094
SUMINISTROS Y MATERIALES	600	616	633	650	667
PÓLIZAS Y SEGUROS	2.400	2.464	2.530	2.598	2.668

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

a. Depreciación taller

Para el cálculo de la depreciación de maquinaria se partió del criterio de mantener un valor residual del 20% y la diferencia se depreciará al 20% en un periodo de 5 años, en cuanto a herramientas no se considerará valor residual pero si el mismo porcentaje quedando así de la siguiente manera:

**Cuadro 93 CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y
HERRAMIENTAS DE ACUERDO A NIIF'S**

RUBRO	VALOR ADQUISICIÓN	% VALOR RESIDUAL	BASE PARA CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN	% A DEPRECIAR	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL
MAQUINARIA	47.250,00	20%	37.800,00	20%	7.560,00
HERRAMIENTAS	2.580,57	0%	2.580,57	20%	516,11
TOTAL DEPRECIACIÓN :					8.076,11

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 94 DEPRECIACIONES MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS
TALLER**

COSTO DE VENTA INSUMOS TALLER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	8.076	8.076	8.076	8.076	8.076
MAQUINARIA	7.560	7.560	7.560	7.560	7.560
HERRAMIENTAS	516	516	516	516	516

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Cabe recalcar que para efectos de conciliación tributaria para el cálculo de impuesto a la renta se consideró la diferencia de la depreciación sujeta a lo que la ley nos permite considerando la misma como un gasto no deducible, así:

**Cuadro 95 DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE
ACUERDO A LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO**

RUBRO	VALOR ADQUISICIÓN	% A DEPRECIAR	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL
MAQUINARIA	47.250,00	10%	4.725,00
HERRAMIENTAS	2.580,57	10%	258,06
TOTAL DEPRECIACIÓN :			4.983,06

Fuente: Ley de Régimen Tributario, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 96 DIFERENCIA A CONSIDERAR PARA CÁLCULO DE
CONCILIACIÓN TRIBUTARIA**

DETALLE	VALOR
DEPRECIACIÓN SEGÚN NIIF'S	8.076,11
DEPRECIACIÓN SEGÚN LRT	4.983,06
(-) GASTO NO DEDUCIBLE	3.093,06

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

b. RESUMEN DE COSTO DE VENTAS TALLER

Cuadro 97 RESUMEN DE COSTO DE VENTAS TALLER

COSTO DE VENTAS TALLER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE VENTAS PERSONAL TALLER	19.671	22.921	25.119	27.530	30.173
SUELDOS PERSONAL DE TALLER	12.581	13.826	15.195	16.699	18.352
COMISIÓN PERSONAL DE TALLER	2.359	2.543	2.742,05	2.956,32	3.187,32
APORTE PATRONAL IESS	1.815	1.989	2.179	2.388	2.617
FONDOS DE RESERVA		1.364	1.495	1.638	1.795
DÉCIMO TERCERA REMUNERACION	1.245	1.364	1.495	1.638	1.795
DÉCIMO CUARTA REMUNERACION	1.048	1.152	1.266	1.392	1.529
VACACIONES	623	682	747	819	897
COSTO DE VENTAS INSUMOS TALLER	8.442	8.668	8.901	9.139	9.384
PESAS PARA BALANCEO	3.918	4.023	4.131	4.242	4.355
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	540	554	569	585	600
SERVICIOS BÁSICOS	984	1.010	1.037	1.065	1.094
SUMINISTROS Y MATERIALES	600	616	633	650	667
PÓLIZAS Y SEGUROS	2.400	2.464	2.530	2.598	2.668
DEPRECIACIONES	8.076	8.076	8.076	8.076	8.076
MAQUINARIA	7.560	7.560	7.560	7.560	7.560
HERRAMIENTAS	516	516	516	516	516
TOTAL COSTO DE TALLER	36.189	39.666	42.096	44.745	47.633

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.3.3. DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE VENTA

a. PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS

Utilizando la tasa de crecimiento de 9.898% se proyectó los sueldos para los próximos años, quedando los siguientes valores:

Cuadro 98 PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS

CARGO	BASE DE CÁLCULO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
VENDEDOR INTERNO	321,82	353,67	388,68	427,15	469,43	515,90
VENDEDOR EXTERNO	321,82	353,67	388,68	427,15	469,43	515,90
VENDEDOR EXTERNO	321,82	353,67	388,68	427,15	469,43	515,90
SUMAN SUELDOS MENSUALES		1.061,02	1.166,04	1.281,46	1.408,29	1.547,69
TOTAL SUELDOS ANUALES		12.732,25	13.992,49	15.377,47	16.899,53	18.572,25

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

b. PROYECCIÓN COMISIONES DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS

El talento humano del área de ventas percibirá una comisión por sus ventas únicamente en los casos de vendedores externos los mismos que se segmentará su mercado, es decir, el vendedor externo 1 estará asignado a vender neumáticos tipo camión convencional y el vendedor externo 2 tipo camión radial lo cual en función de estas características comisionarán un porcentaje de ventas así como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 99 PROYECCIÓN COMISIONES DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS

CARGO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN	VENTAS DE SERVICIOS MENSUAL	%	COMISIÓN
VENDEDOR INTERNO		0%	-		0%	-		0%	-		0%	-		0%	-
VENDEDOR EXTERNO	101.676,09	0,10%	101,68	109.681,07	0,10%	109,68	118.303,00	0,10%	118,30	127.398,28	0,10%	127,40	137.417,74	0,10%	137,42
VENDEDOR EXTERNO	620.003,43	0,05%	310,00	668.718,73	0,05%	334,36	721.017,85	0,05%	360,51	777.252,87	0,05%	388,63	837.595,41	0,05%	418,80
SUMAN COMISIONES MENSUALES			411,68			444,04			478,81			516,02			556,22
TOTAL COMISIONES ANUALES			4.940,13			5.328,49			5.745,74			6.192,30			6.674,59

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

c. .PROYECCIÓN BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS

Para el cálculo de los beneficios sociales a igual que el área de taller aplicamos de acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Cuadro 100 PROYECCIÓN BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO HUMANO DE VENTAS

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS	12.732	13.992	15.377	16.900	18.572
COMISIÓN PERSONAL DE VENTAS	4.940	5.328	5.746	6.192	6.675
TOTAL INGRESOS TRABAJADOR ÁREA DE TALLER:	17.672	19.321	21.123	23.092	25.247
APORTE PATRONAL IESS	2.147	2.347	2.566	2.806	3.067
FONDOS DE RESERVA		1.610	1.760	1.924	2.104
DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN	1.473	1.610	1.760	1.924	2.104
DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN	1.048	1.152	1.266	1.392	1.529
VACACIONES	736	805	880	962	1.052
TOTA BENEFICIOS SOCIALES	5.405	7.525	8.233	9.008	9.857

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

d. OTROS GASTOS DE VENTA PERSONAL DE VENTAS

Para el personal de ventas es importante como herramienta de trabajo equipo de telefonía celular así como también la movilización que incluye combustible y peajes que permitan desarrollar su actividad sin ningún tipo de situaciones que obstruya esta actividad, por ello se ha proyectado los siguientes rubros:

Cuadro 101 OTROS GASTOS DE VENTA PERSONAL DE VENTAS

OTROS GASTOS DE VENTAS PERSONAL DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2.520	2.587	2.657	2.728	2.801
MOVILIZACIÓN	1.800	1.848	1.898	1.949	2.001
TELEFONÍA CELULAR	720	739	759	779	800

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.3.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS

a. PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO ADMINISTRATIVO

De igual manera utilizamos la tasa de crecimiento de 9.898% se proyectan los sueldos administrativos para los próximos 5 años, quedando los siguientes valores:

Cuadro 102 PROYECCIÓN SUELDOS DEL TALENTO HUMANO ADMINISTRATIVO

CARGO	BASE DE CÁLCULO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
GERENTE GENERAL	1200	1.318,78	1.449,31	1.592,76	1.750,41	1.923,67
CONTADOR	600	659,39	724,65	796,38	875,21	961,83
ASISTENTE DE CRÉDITO Y COBRANZAS	400	439,59	483,10	530,92	583,47	641,22
CAJERA	318	349,48	384,07	422,08	463,86	509,77
BODEGUERO	350	384,64	422,71	464,56	510,54	561,07
SUMAN MENSUALES	SUELDOS	3.151,87	3.463,85	3.806,70	4.183,49	4.597,57
TOTAL SUELDOS ANUALES		37.822,50	41.566,17	45.680,39	50.201,83	55.170,81

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

b. PROYECCIÓN BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO HUMANO DE ADMINISTRACIÓN

En función de los ingresos percibidos procedemos a calcular los beneficios sociales.

**Cuadro 103 PROYECCIÓN BENEFICIOS SOCIALES DEL TALENTO
HUMANO DE ADMINISTRACIÓN**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	37.822	41.566	45.680	50.202	55.171
TOTAL INGRESOS TRABAJADOR ÁREA ADMINISTRATIVA:	37.822	41.566	45.680	50.202	55.171
APORTE PATRONAL IESS	4.595	5.050	5.550	6.100	6.703
FONDOS DE RESERVA		3.464	3.807	4.183	4.598
DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN	3.152	3.464	3.807	4.183	4.598
DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN	1.048	1.152	1.266	1.392	1.529
VACACIONES	1.576	1.732	1.903	2.092	2.299
TOTA BENEFICIOS SOCIALES	10.372	14.862	16.333	17.950	19.727

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

c. OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

A continuación mostramos los rubros más importantes considerados como gastos administrativos:

Cuadro 104 OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		31.504		31.200		31.709		32.232		32.769
SUMINISTROS DE OFICINA	1.200		1.232		1.265		1.299		1.334	
SERVICIOS BÁSICOS	2.064		2.119		2.176		2.234		2.294	
INTERNET	1.080		1.109		1.139		1.169		1.201	
SEGURIDAD Y VIGILANCIA	9.600		9.857		10.121		10.393		10.671	
ARRIENDOS	12.800		12.000		12.000		12.000		12.000	
PÓLIZAS Y SEGUROS	2.400		2.464		2.530		2.598		2.668	
SUBSCRIPCIONES VARIAS	360		370		380		390		400	
GASTOS MENORES CAJA CHICA	1.800		1.848		1.898		1.949		2.001	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200		200		200		200		200	

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.4. DEPRECIACIONES

Para el cálculo de la depreciación de muebles y enseres, equipo de oficina, y equipo de computación se partió del criterio de mantener los porcentajes que la Ley de Régimen Tributario lo establece, y en cuanto a la construcción sobre propiedad arrendada se aplicará la amortización del gasto durante el periodo de contrato de arrendamiento, es decir, a cinco años, quedando así de la siguiente manera:

Cuadro 105 DEPRECIACIONES PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		21.568		21.568		21.568		21.568		21.568
MUEBLES Y ENSERES	710		710		710		710		710	
EQUIPO DE OFICINA	241		241		241		241		241	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.617		2.617		2.617		2.617		2.617	
CONSTRUCCIONES SOBRE PROPIEDAD ARRENDADA	18.000		18.000		18.000		18.000		18.000	

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.5. GASTOS FINANCIEROS

Dentro de la inversión del proyecto se consideró la adquisición de un préstamo bancario por un valor de 100.000 dólares a una tasa de interés de 11,23% a dos años plazo y con periodo de pagos mensuales, del cual el primer año se pagará la cantidad de 8.849 dólares por concepto de

intereses financieros y en el segundo año 3.266 dólares; a continuación se desprende la siguiente tabla de amortización:

Cuadro 106 TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO BANCARIO

MONTO SOLICITADO	100.000,00
TOTAL A PAGAR	112.115,27
TASA EFECTIVA ANUAL	11,23%

FECHA	SALDO CAPITAL	CAPITAL	INTERES	CUOTA
27/12/2013	100.000,00			
27/01/2014	96.264,37	3735,63	935,83	4671,46
26/02/2014	92.493,78	3770,59	900,87	4671,46
28/03/2014	88.687,91	3805,87	865,59	4671,46
27/04/2014	84.846,42	3841,49	829,97	4671,46
27/05/2014	80.968,98	3877,44	794,02	4671,46
26/06/2014	77.055,25	3913,73	757,73	4671,46
26/07/2014	73.104,90	3950,35	721,11	4671,46
25/08/2014	69.117,58	3987,32	684,14	4671,46
24/09/2014	65.092,95	4024,63	646,83	4671,46
24/10/2014	61.030,65	4062,3	609,16	4671,46
23/11/2014	56.930,34	4100,31	571,15	4671,46
23/12/2014	52.791,65	4138,69	532,77	4671,46
22/01/2015	48.614,23	4177,42	494,04	4671,46
21/02/2015	44.397,72	4216,51	454,95	4671,46
23/03/2015	40.141,75	4255,97	415,49	4671,46
22/04/2015	35.845,95	4295,8	375,66	4671,46
22/05/2015	31.509,95	4336	335,46	4671,46
21/06/2015	27.133,37	4376,58	294,88	4671,46
21/07/2015	22.715,83	4417,54	253,92	4671,46
20/08/2015	18.256,95	4458,88	212,58	4671,46
19/09/2015	13.756,34	4500,61	170,85	4671,46
19/10/2015	9.213,62	4542,72	128,74	4671,46
18/11/2015	4.628,38	4585,24	86,22	4671,46
18/12/2015	(0,00)	4628,38	43,31	4671,69

Fuente: Banco Internacional, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.6. RESUMEN DE GASTOS

Cuadro 107 RESUMEN DE GASTOS

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE VENTA	25.596,97	29.433,34	32.013,38	34.827,85	37.904,49
GASTOS PERSONAL DE VENTA					
SUELDO PERSONAL DE VENTAS	12.732	13.992	15.377	16.900	18.572
COMISIONES POR VENTAS	4.940	5.328	5.746	6.192	6.675
APORTE PATRONAL IESS	2.147	2.347	2.566	2.806	3.067
FONDOS DE RESERVA		1.610	1.760	1.924	2.104
DÉCIMO TERCERA REMUNERACION	1.473	1.610	1.760	1.924	2.104
DÉCIMO CUARTA REMUNERACION	1.048	1.152	1.266	1.391	1.529
VACACIONES	736	805	880	962	1.052
MOVILIZACIÓN	1.800	1.848	1.898	1.949	2.001
TELEFONÍA CELULAR	720	739	759	779	800
GASTOS ADMINISTRATIVOS	79.698	87.628	93.723	100.384	107.666
GASTOS ADMINISTRATIVOS PERSONAL					
SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO	37.823	41.566	45.680	50.202	55.171
APORTE PATRONAL IESS	4.595	5.050	5.550	6.100	6.703
FONDOS DE RESERVA		3.464	3.807	4.183	4.598
DÉCIMO TERCERA REMUNERACION	3.152	3.464	3.807	4.183	4.598
DÉCIMO CUARTA REMUNERACION	1.048	1.152	1.266	1.392	1.529
VACACIONES	1.576	1.732	1.903	2.092	2.299
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUMINISTROS DE OFICINA	1.200	1.232	1.265	1.299	1.334
SERVICIOS BÁSICOS	2.064	2.119	2.176	2.234	2.294
INTERNET	1.080	1.109	1.139	1.169	1.201
SEGURIDAD Y VIGILANCIA	9.600	9.857	10.121	10.393	10.671
ARRIENDOS	12.800	12.000	12.000	12.000	12.000
PÓLIZAS Y SEGUROS	2.400	2.464	2.530	2.598	2.668
SUBSCRIPCIONES VARIAS	360	370	380	390	400
GTOS MENORES CAJA CHICA	1.800	1.848	1.898	1.949	2.001
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200	200	200	200	200
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	21.568	21.568	21.568	21.568	21.568
MUEBLES Y ENSERES	710	710	710	710	710
EQUIPO DE OFICINA	241	241	241	241	241
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.617	2.617	2.617	2.617	2.617
CONSTRUCCIONES SOBRE PROPIEDAD ARRENDADA	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
GASTOS FINANCIEROS	8.849	3.266	-	-	-
INTERESES PAGADO ENTIDADES FINANCIERAS	8.849	3.266	-	-	-
TOTAL GASTOS	135.712	141.895	147.304	156.779	167.138

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.7. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Cuadro 108 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS

ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES			OBLIGACIONES FINANCIERAS		
		108.221			100.000
CAJA- BANCOS	108.221		PRÉSTAMOS BANCARIOS	100.000	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			PASIVOS LARGO PLAZO		
		157.191			164.412
MAQUINARIA	47.250		CUENTAS POR PAGAR		
HERRAMIENTAS	2.581		ACCIONISTAS	164.412	
MUEBLES Y ENSERES	7.105				
EQUIPO DE OFICINA	2.405				
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	7.850				
CONSTRUCCIONES SOBRE PROPIEDAD ARRENDADA	90.000				
TOTAL ACTIVO			PATRIMONIO		
		265.412			1.000
			CAPITAL SOCIAL	1.000	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		
		265.412			265.412

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.8. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

Cuadro 109 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS BRUTAS	839.629	905.566	976.424	1.052.467	1.134.379
NEUMÁTICOS					
CAMIÓN CONVENCIONAL	101.676	109.681	118.303	127.398	137.418
CAMIÓN RADIAL	620.003	668.719	721.018	777.253	837.595
SERVICIOS					
ENLLANTAJE	94.085,68	101.437,54	109.363,87	117.909,56	127.123,01
BALANCEO	7.861,00	8.475,26	9.137,51	9.851,52	10.621,31
ALINEACIÓN	16.002,68	17.253,13	18.601,29	20.054,79	21.621,87
(-) DESCUENTOS	-	-	-	-	-
(=) VENTAS NETAS	839.629	905.566	976.424	1.052.467	1.134.379
(-) COSTO DE VENTAS	623.135	672.656	724.571	780.312	840.328
FLETES	1.200	1.232	1.265	1.299	1.334
NEUMÁTICOS					
CAMIÓN CONVENCIONAL	93.534	100.877	108.817	117.220	126.414
Bonificación Continental					
Camión Bias	(11.224)	(12.105)	(13.058)	(14.066)	(15.170)
CAMIÓN RADIAL	572.086	617.030	665.286	717.176	772.860
Bonificación Continental					
Camión Radial	(68.650)	(74.044)	(79.834)	(86.061)	(92.743)
COSTO DE VENTAS TALLER					
COSTO DE VENTAS PERSONAL					
TALLER	19.671,29	22.921,22	25.119,47	27.529,81	30.172,77
COSTO DE VENTAS INSUMOS					
TALLER	8.442	8.668	8.901	9.139	9.384
DEPRECIACIONES	8.076	8.076	8.076	8.076	8.076
(=) UTILIDAD BRUTA	216.494	232.909	251.852	272.155	294.052
(-) GASTOS	135.712	141.895	147.304	156.779	167.138
GASTOS DE VENTA	25.597	29.433	32.013	34.828	37.905
GASTOS ADMINISTRATIVOS	79.698	87.628	93.723	100.384	107.666
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	21.568	21.568	21.568	21.568	21.568
GASTOS FINANCIEROS	8.849	3.266			
(=) UTILIDAD	80.782	91.014	104.548	115.375	126.913
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	12.117	13.652	15.682	17.306	19.037
UTILIDAD ANTES DE CONCILIACIÓN TRIBUTARIA	68.664	77.362	88.866	98.069	107.876
(+) GASTOS NO DEDUCIBLES	3.093	3.093	3.093	3.093	3.093
BASE PARA CÁLCULO DE IMPUESTO A LA RENTA	71.757	80.455	91.959	101.162	110.969
22% IMPUESTO A LA RENTA	15.106	17.020	19.551	21.575	23.733
UTILIDAD NETA PROYECTADA	56.651	63.435	72.409	79.587	87.237

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.9. FLUJO DE CAJA

Cuadro 110 FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES DE INGRESOS:						
UTILIDAD NETA PROYECTADA		56.651,23	63.435,29	72.408,52	79.586,95	87.236,56
APORTE ACCIONISTAS	164.412,05					
CRÉDITO BANCARIO	100.000,00					
(+) DEPRECIACIONES		29.643,77	29.643,77	29.643,77	29.643,77	29.643,77
(+) VALOR DE RESCATE						9.450,00
EGRESOS DE FONDOS:						
(-) PAGOS FINANCIAMIENTO		(47.208,35)	(52.791,65)			
(-) REINVERSIÓN COMPRA DE EQUIPO DE CÓMPUTO					(8.498,21)	
TOTAL INVERSIÓN	264.412,05					
FLUJO NETO PROYECTADO		39.086,65	40.287,41	102.052,29	100.732,51	126.330,33

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.10.1 COSTO DE OPORTUNIDAD

Como alternativa de inversión optamos por investigar el costo de oportunidad dentro del mercado financiero, tomando la tasa de interés del 9,35% anual que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Atuntaqui" mediante póliza de acumulación. (ANEXO 7).

El 9,35% es la tasa de redescuento que utilizamos para cálculos posteriores.

5.10.2 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Cuadro 111 CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 0,0935	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	(264.412,05)		
1	39.086,65	1,0935	35.744,53
2	40.287,41	1,1957	33.692,39
3	102.052,29	1,3075	78.048,83
4	100.732,51	1,4298	70.452,19
5	126.330,33	1,5635	80.800,43
ΣFNA			298.738,38

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= \Sigma \text{FNA} - \text{Inversión} \\ \text{VAN} &= 298.738,38 - 264.412,05 \\ \text{VAN} &= 34.326,33 \end{aligned}$$

5.10.3 CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Para el cálculo del TIR se procede a calcular el Valor Actual Neto con una tasa superior e inferior para luego poder interpolar.

Cuadro 112 VAN CON TASA INFERIOR

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 0,0935	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	(264.412,05)		
1	39.086,65	1,0935	35.744,53
2	40.287,41	1,1957	33.692,39
3	102.052,29	1,3075	78.048,83
4	100.732,51	1,4298	70.452,19
5	126.330,33	1,5635	80.800,43
ΣFNA			298.738,38
VAN TASA INFERIOR			34.326,33

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.10.4 VAN CON TASA SUPERIOR

Cuadro 113 VAN CON TASA SUPERIOR

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO 0,1336	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	(264.412,05)		
1	39.086,65	1,1336	34.480,11
2	40.287,41	1,2850	31.350,88
3	102.052,29	1,4567	70.055,66
4	100.732,51	1,6514	61.000,07
5	126.330,33	1,8720	67.485,18
ΣFNA			264.371,90
VAN CON TASA SUPERIOR			(40,15)

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

VAN TASA SUPERIOR=	$\Sigma \text{FNA} - \text{Inversión}$
VAN TASA SUPERIOR=	264.371,90 - 264.412,05
VAN TASA SUPERIOR=	(40,15)

Datos para aplicar la fórmula de interpolación:

DATOS PARA APLICAR LA FÓRMULA DE INTERPOLACIÓN		
TI= TASA INFERIOR	0,09350	= 9,350 %
TS= TASA SUPERIOR	0,13360	= 13,36 %
VAN TI= VAN TASA INFERIOR	34.326,33	
VAN TS= VAN TASA SUPERIOR	(40,15)	

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

SU FÓRMULA ES:

$$TIR = TI + (TS - TI) \left[\frac{VAN TI}{VAN TI - VAN TS} \right]$$

$$TIR = 13,36\%$$

El TIR calculado es del 13,36% y es mayor a la tasa de costo de oportunidad (9,35%) afirmando la factibilidad del proyecto.

5.10.5 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos.

FÓRMULA:

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{\sum \text{FNE ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN}}$$

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{298.738,38}{264.412,05}$$

$$\text{BENEFICIO COSTO} = 1,13$$

El beneficio costo es mayor que 1, entonces, el proyecto si es aceptable por cada dólar invertido se recupera 1,13 dólares, o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de 0,13 centavos de dólar.

5.10.6 RELACIÓN INGRESOS – EGRESOS

Cuadro 114 INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGREOS ACTUALIZADOS
			0,0935		
1	839.628,88	758.847,32	1,09	767.836,19	693.961,88
2	905.565,72	814.551,79	1,20	757.325,18	681.210,18
3	976.423,52	871.875,31	1,31	746.761,41	666.803,73
4	1.052.467,02	937.091,61	1,43	736.094,12	655.400,70
5	1.134.379,34	1.007.466,06	1,56	725.545,03	644.371,75
Σ Ingresos y Egresos actualizados:				3.733.561,94	3.341.748,23

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

FÓRMULA:

$$\text{Ingresos- Egresos} = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos- Egresos} = \frac{3.733.561,94}{3.341.748,23}$$

$$\text{Ingresos- Egresos} = 1,12$$

La relación de Ingresos-Egresos es de 1,12; por lo tanto por cada dólar invertido en gastos hay un Ingreso de 1,12 dólares o a su vez por cada dólar se obtiene 0,12 centavos de dólar respecto al gasto.

5.10.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

Fórmula:

PE\$=	$\frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - (\text{COSTO VARIABLE} / \text{VENTAS})}$
-------	---

Cuadro 115 PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	839.628,88	905.565,72	976.423,52	1.052.467,02	1.134.379,34
COSTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	79.698,18	87.628,20	93.722,66	100.383,61	107.666,12
GASTOS DE VENTAS	25.597,07	29.433,43	32.013,50	34.827,97	37.904,62
GASTOS FINANCIEROS	8.849,17	3.266,10	-	-	-
TOTAL COSTOS FIJOS	114.144,42	120.327,73	125.736,16	135.211,58	145.570,73
COSTOS VARIABLES					
COSTOS TALLER	36.189,40	39.665,57	42.096,14	44.745,00	47.632,90
TOTAL COSTOS VARIABLES	36.189,40	39.665,57	42.096,14	44.745,00	47.632,90
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	<u>114.144,42</u> 0,96	<u>120.327,73</u> 0,96	<u>125.736,16</u> 0,96	<u>135.211,58</u> 0,96	<u>145.570,73</u> 0,96
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	119.285,84	125.839,76	131.401,21	141.215,26	151.951,21

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

5.10.8 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para obtener esta información se relaciona los flujos netos de efectivo con la inversión inicial.

Cuadro 116 FLUJOS NETOS ACUMULADOS

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	35.744,53	
2	33.692,39	69.436,92
3	78.048,83	147.485,75
4	70.452,19	217.937,94
5	80.800,43	298.738,38

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

SU CÁLCULO ES:

INVERSIÓN: 264.412,05 217.937,94 = 4 AÑOS
264.412,05 - 217.937,94 = 46.474,11
70.452,19 : 12 = 5871,01613
46.474,11 : 5871,01613 = 7,91585411 (7 MESES)
0,9158541 *30 = 27,475623 (27 DÍAS)

La inversión inicial que se realizara en la empresa, se recuperará en 4 años 7 meses y 27 días, es decir que el negocio es rentable.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

6.1. LA EMPRESA

Del estudio realizado se desprende que la alternativa para efectuarse y proporcionar un servicio diferenciada en mantenimiento al transporte pesado y comercialización de neumáticos en un mismo sitio es lo ideal ya que la demanda actual supera a la oferta del servicio y producto, buscando que el consumidor pueda adquirir fácilmente las dos alternativas.

6.2. NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL

Las actividades de servicio y comercialización de la empresa se realizarán bajo el nombre de “CONTI TRUCK CENTER NORTE”.

Dicho nombre se escogió por que tiene el significado de unión entre accionistas y alianza estratégica con Continental Tire Andina S.A.

Considerando estas características, el nombre y logo seleccionados para el autoservicio es:



6.3. TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

“CONTI TRUCK CENTER NORTE” Se constituirá como una compañía limitada porque se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social.

6.4 TIPO DE EMPRESA

ORGANIZACIÓN LEGAL	
COMPAÑÍA LIMITADA	
Ley que regula	<i>Ley de Compañías.</i>
Proceso de Constitución	<i>Minuta suscrita por un abogado que contendrá el estatuto de la compañía.</i>
Nombre	<i>CONTITRUCK CENTER NORTE</i>
Capital Social	<i>El aporte de los socios para compañías limitadas no será inferior a USD 400,00 del capital suscrito y como capital pagado el equivalente al 50% de dicho valor. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.</i>
Número de socios	<i>La ley exige mínimo 3 socios capitalistas.</i>
Responsabilidad	<i>Los socios solamente responden por un máximo equivalente al monto de su participación individual.</i>
Plazo de duración	<i>Se establece un mínimo de 15 años.</i>
Administración	<i>El máximo organismo que regirá a la empresa será la Junta General de Socios. Las responsabilidades de esta se señalarán en el contrato social de las disposiciones de la junta; y será ésta quien designará a sus representantes.</i>
Responsabilidad de la sociedad	<i>Mantenimiento de vehículos de Transporte Pesado.</i>

Fuente: Investigación directa, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

6.5. BASE FILOSÓFICA.

La empresa se ha constituido para brindar el servicio de enllantaje, balanceo, alineación y comercialización de neumáticos.

6.5.1. MISIÓN.

▶ *CONTI TRUCK CENTER NORTE es una empresa comprometida a ofrecer un servicio de calidad, rapidez y eficiencia en mantenimiento especializado en enllantaje, alineación, balanceo con tecnología de punta para el transporte pesado generando confianza y seguridad al conductor en su trabajo; comercializando neumáticos óptimos con excelente confort, durabilidad para todo tipo de camino, logrando cumplir con todas las necesidades y expectativas de sus clientes.*

6.5.2. VISIÓN.

► *En el 2018 ser una empresa sustentable que brinde confianza plena a nuestros clientes, con un servicio de mantenimiento automotriz especializado logrando ser la solución para que sus unidades vehiculares estén en condiciones excelentes generándoles mayor rentabilidad en su trabajo, ocupando un reconocimiento en el mercado local con un talento humano perfectamente capacitado que estén comprometidos con la organización.*

6.5.3. PRINCIPIOS Y VALORES

a. PRINCIPIOS:

- Compromiso y desarrollo integral de sus colaboradores.
- Un servicio eficaz enfocado a la satisfacción de los clientes solucionando sus requerimientos al máximo.
- Trabajar en equipo con objetivos claros que permitan aprovechar al máximo sus habilidades.
- Iniciativa e innovación como parte de nuestro reto diario para el mejoramiento continuo.
- Agilidad y seguridad en los servicios para que los clientes confíen en un trabajo de calidad en el mantenimiento de sus vehículos.

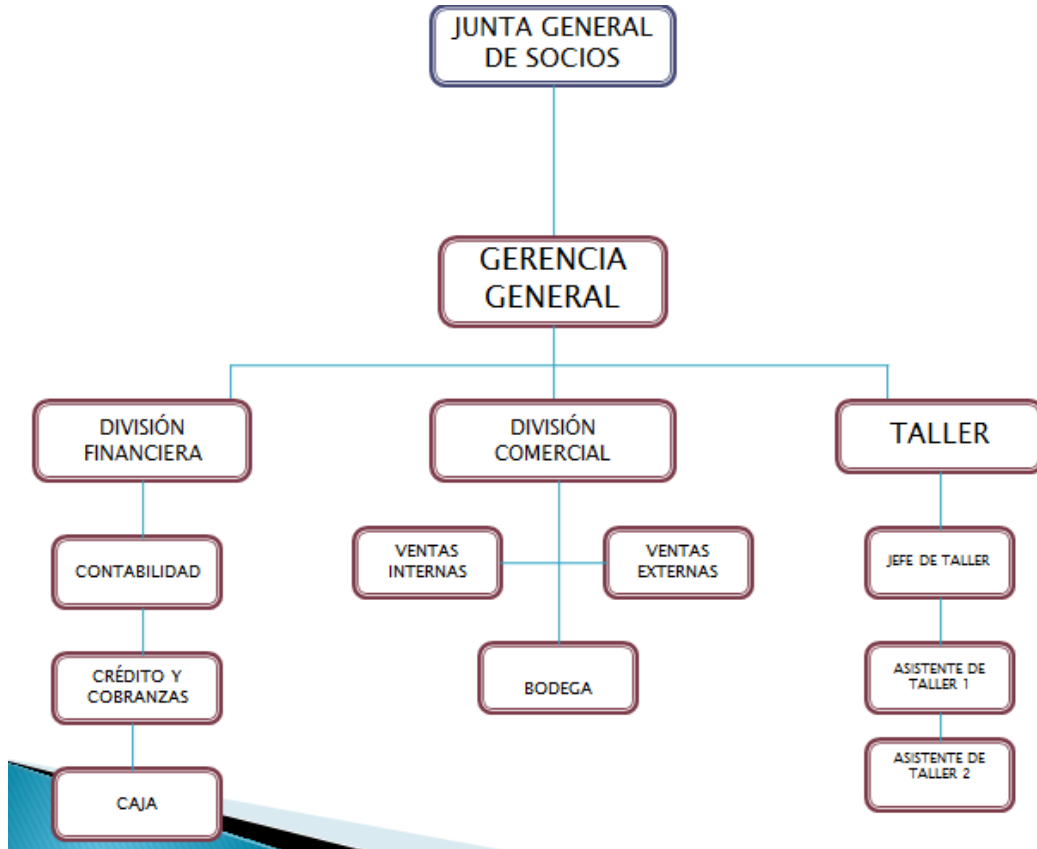
b. VALORES:

- Cordialidad y predisposición en el servicio agilizando los procesos.
- Actuar con ética, de acuerdo a los lineamientos de la empresa.
- Responsabilidad y disciplina en el trabajo efectuado.

- Respeto hacia los demás para ser tratado de la misma forma

6.6. LA ORGANIZACIÓN

6.6.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



En el organigrama se presenta como está estructurada la empresa, en el primer nivel está la Junta General de Socios, que representa el Directorio seguido por la administración con Gerencia General con departamentos de apoyo tanto financiero, comercial y de taller.

6.6.2. FUNCIONES DEL PERSONAL

Nombre del Puesto: Gerente General.

Área de Trabajo - Departamento: Administración

Localización: Ibarra, sector La Florida

Descripción del Puesto:

En un ámbito de coordinación con la asamblea General de Socios deberá dirigir, organizar, controlar y planificar el curso operacional de la microempresa para su correcto desarrollo.

Es el encargado de manejar y conocer las actividades administrativas, ya que ocupa el segundo nivel jerárquico en el organigrama estructural.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Representar a la microempresa judicial y extrajudicialmente.
- ❖ Controlar todas las posiciones gerenciales.
- ❖ Formular planes y programas que debe cumplir la microempresa.
- ❖ Dirigir a los subalternos.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ❖ Planear y desarrollar metas y estrategias a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
- ❖ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se estén llevando correctamente.
- ❖ Tomar decisiones.
- ❖ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes internos y externos para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- ❖ Autorizar órdenes de compra
- ❖ Selección de personal.

Nombre del Puesto: Contador

Área de trabajo - Departamento: Financiero

Localización: Ibarra, sector La Florida

Descripción del Puesto:

El puesto de Contador es un puesto de alta confianza ya que sus funciones son básicamente de apoyo a la dirección de la empresa, ya que está encargado del registro y control de todas las operaciones contables acorde con las necesidades operativas de la microempresa.

Debido a sus funciones las aptitudes comprenden básicamente las de una persona, de alto nivel de responsabilidad, de experiencia y de buen nivel profesional-académico.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Manejo y establecimiento del sistema Contable empleado.
- ❖ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera.
- ❖ Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios.
- ❖ Desembolsar los pagos por todo concepto que efectúe la microempresa, emitir el respectivo comprobante de retención en la fuente al proveedor.
- ❖ Registrar contablemente; las facturas por pagar o cuentas de cobro, ingresos por ventas, depósitos y retiro de valores recibidos o desembolsados.
- ❖ Realizar conciliaciones Bancarias.
- ❖ Contabilizar y costear inventarios.
- ❖ Contabilizar y efectuar la planilla de pago, nómina o roles a los empleados y la planilla de aportaciones al IESS.
- ❖ Preparar y presentar las declaraciones tributarias respectivas al SRI con su debido pago.

- ❖ Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- ❖ Elaborar y presentar informes sobre la situación financiera y su análisis de Estados Financieros para la toma de decisiones.
- ❖ Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- ❖ Asesorar a la Gerencia y a los Directivos en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- ❖ Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- ❖ Presentar los informes contables y financieros que requiera los Directivos, el Gerente, los entes de control en temas de su competencia.
- ❖ Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido.

PERFIL DEL PUESTO:

Nivel de Instrucción: Ingeniero, Contador Público Autorizado CPA.

Experiencia: Dos años en el cargo de Contador.

<p>Nombre del Puesto: Crédito y cobranzas</p> <p>Área de trabajo - Departamento: Financiero</p> <p>Localización: Ibarra, sector La Florida</p>
<p>Descripción del Puesto:</p> <p>Será el responsable de elevar el máximo el rendimiento de la inversión estableciendo un sistema de control, proponiendo resultados de acorde a los requerimientos de la empresa en sus operaciones.</p> <p>Efectuar un análisis de los vencimientos de las cuentas x cobrar y la determinación del período medio de cobranza.</p>
<p>Tareas a Desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Coordinar y supervisar el proceso de recuperación de cuentas x cobrar y verificar su registro. ❖ Proponer estrategias y diseñar controles administrativos para la recuperación de las cuentas por cobrar. ❖ Reducir las cuentas incobrables. ❖ Autorizar los créditos y ampliaciones de los mismos. ❖ Supervisar y validar las notas de crédito. ❖ Programar, controlar y supervisar las actividades de las cobranzas. ❖ Realizar las demás funciones que expresamente le encomiende el gerente.
<p>PERFIL DEL PUESTO:</p>
<p>Nivel de Instrucción: Superior Ing. En Finanzas o Administración de Empresas</p>
<p>Experiencia mínima 2 años en el cargo</p>

Nombre del Puesto: Cajera

Área de trabajo - Departamento: Financiero

Localización: Ibarra, sector La Florida

Descripción del Puesto:

Será el encargado de receptor los cobros por ventas directas de nuestros productos, garantizar las operaciones de una unidad de caja efectuando actividades de recepción, entrega, custodia de dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, así como efectuar actividades inherentes a ésta actividad.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Proveer un excelente servicio al cliente.
- ❖ Emitir la factura respectiva de las ventas y servicios que se efectúan.
- ❖ Recibir cheques, dinero en efectivo depósitos bancarios, planillas de control.
- ❖ Receptar las órdenes de servicio efectuado en el taller para su cobro.
- ❖ Registrar los movimientos de entrada y salida del dinero.
- ❖ Atención de llamadas telefónicas de clientes.
- ❖ Realizar cierres de caja diarios.
- ❖ Suministrar a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.
- ❖ Informe periódicos de la actividad realizada.

❖ **PERFIL DEL PUESTO:**

Nivel de Instrucción: Superior en Carreras administrativas

❖ **Experiencia:** Mínima 1 año en el cargo

<p>Nombre del Puesto: Vendedor</p> <p>Área de trabajo - Departamento: Ventas</p> <p>Localización: Ibarra, sector La Florida</p>
<p>Descripción del Puesto:</p> <p>Será el encargado de efectuar las ventas directas de nuestros productos así como las actividades inherentes a ésta actividad realizada con la pericia requerida en estas funciones para su correcto curso.</p>
<p>Tareas a Desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Atender al público. ❖ Realizar la facturación de las ventas que se efectúan. ❖ Inserción de datos de clientes a la microempresa. ❖ Tomar pedidos de los clientes. ❖ Atención de llamadas telefónicas de clientes. ❖ Envío de cotización a los clientes que lo soliciten. ❖ Programación de ventas ❖ Entregar pedidos. ❖ Verificar el cargue y descargue de mercancías vendidas juntamente con el bodeguero. ❖ Debe hacer aprobar las facturas emitidas. ❖ Entregar las facturas a contabilidad. ❖ Revisar constantemente el libro de costo para actualizarse en los precios. ❖ Surtir las estanterías y mostradores. ❖ Realizar inventario físico de la mercancía existente.
<p>Perfil del Puesto:</p> <p>Nivel de Instrucción: Superior marketing o afines</p> <p>Experiencia: Un año como vendedor.</p>

<p>Nombre del Puesto: Jefe de taller</p> <p>Área de trabajo - Departamento: taller área de mantenimiento</p> <p>Localización: Ibarra, sector La Florida</p>
<p>Descripción del Puesto:</p> <p>Se encargará de la recepción de los transportes y la adecuada ubicación hasta que el trabajo esté terminado.</p> <p>Por su adecuado perfil será el responsable de supervisar y controlar el proceso de mantenimiento vehicular a ofrecer.</p>
<p>Tareas a Desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Receptar la unidad de transporte que ingrese al taller para dar el respectivo mantenimiento requerido por el cliente. ❖ Controlar y supervisar el trabajo realizado por los técnicos de mantenimiento. ❖ Organizar el uso de herramientas ❖ Asignar las actividades del personal a su cargo ❖ Inspeccionar que el taller se encuentre en condiciones óptimas de trabajo en seguridad, limpieza, estado de la maquinaria, para el adecuado funcionamiento de los operarios. ❖ Mantener un control del número de vehículos asistidos ❖ Suministrar al personal a su cargo los materiales y equipos de trabajo para la realización de sus tareas. ❖ Controlar al personal para que den una correcta utilización de la herramienta y maquinaria. ❖ Reportar informes de mantenimientos realizados a gerencia. ❖ Supervisar el cumplimiento de los procesos de la ejecución del mantenimiento a realizar. ❖ Supervisar la calidad del trabajo realizado por el operario.
<p>Perfil del Puesto: Tecnólogo o Ingeniero en Mecánica Automotriz</p> <p>Experiencia: Mínima 1 año en talleres automotrices.</p>

Nombre del Puesto: Técnico de taller

Área de trabajo - Departamento: taller área de mantenimiento

Localización: Ibarra, sector La Florida

Descripción del Puesto:

Se encargará de la recepción de las unidades de transporte y ejecutar el mantenimiento respectivo.

Por su adecuado perfil será el responsable de que las unidades de transporte obtengan un mantenimiento eficiente.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Realizar el mantenimiento a los vehículos ingresados al taller.
- ❖ Cumplir con las normas de seguridad para el servicio de mantenimiento.
- ❖ Asegurar el correcto funcionamiento de los equipos y maquinaria a su cargo.
- ❖ Cumplir con los estándares de tiempo en el mantenimiento de los vehículos y con las demás normas definidas por la empresa.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Tecnólogo en Mecánica Automotriz

Experiencia; Mínima 1 año en talleres automotrices.

Nombre del Puesto: Bodeguero

Área de trabajo - Departamento: Ventas

Localización: Ibarra, sector La Florida

Descripción del Puesto:

Será el responsable de manejar y controlar adecuadamente la mercadería que ingresa, llevando los registros de inventario remitiendo las existencias al departamento de contabilidad.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Realizar el almacenamiento de la mercadería
- ❖ Mantener un control efectivo de inventario
- ❖ Clasificación del producto recibido
- ❖ Llevar un registro de entradas y salidas de mercadería
- ❖ Realizar un informe mensual del inventario existente
- ❖ Controlar el movimiento de existencias mediante formularios

PERFIL DEL PUESTO:

Nivel de Instrucción : Bachiller Tecnólogo en Administración

Experiencia: Mínimo 1 año en el cargo.

6.7. ESTRATEGIAS DE MARKETING

“CONTI TRUCK CENTER NORTE” se considerarán las siguientes estrategias empresariales:

6.7.1 PRODUCTO Y SERVICIO

a. SERVICIO

El servicio tanto de enlantaje, alineación y balanceo consiste en proveer a los transportistas de un tecnicentro con tecnología avanzada que permita realizar un mantenimiento vehicular en condiciones de seguridad, garantía y calidad de acuerdo a las normas técnicas del vehículo. Dotando de información de la naturaleza y consecuencias de los problemas que permita prevenir al usuario malas aplicaciones y se sienta seguro de su vehículo en perfectas condiciones y con precios justos.

Por ello, la empresa contará con personal altamente calificado que conjuntamente con la tecnología en maquinaria e infraestructura ofrecerá garantía de la manera más eficaz y segura para que su vehículo esté siempre en perfecto estado de funcionamiento obteniendo una mayor vida útil del mismo.

b. PRODUCTO

En nuestro punto de venta encontrarán neumáticos, para varias aplicaciones: direccional, de tracción, mixto, para caminos abiertos, urbanos.

Los tamaños diferentes y varias características le harán más fácil para encontrar el neumático adecuado.

Los neumáticos están diseñados con la más alta tecnología que garantizan un desempeño ejemplar que satisface las más altas exigencias de los caminos andinos, fabricados con altos estándares de calidad conforme a

los requisitos de la norma ISO9001-2000 con una garantía contra cualquier defecto de material o mano de obra.

PRESENTACIÓN DE PRODUCTO

CONTINENTAL TIRE ANDINA, nos muestra sus marcas principales:

a. Llantas de camión Continental:

Como socio mundial de la industria del transporte y la logística, conocen los mercados al igual que las carreteras del mundo. Por eso saben que la eficiencia económica es fundamental por ello han desarrollado las llantas de camión Continental, optimizadas específicamente para las necesidades del transporte que maximizan su potencial, y rentabilizan al máximo la operación de los vehículos.

Ilustración 10 DISEÑOS:

Nuestro territorio son las carreteras del mundo.

HSR2				HSR1				HDR1				HSR				HDR				HSU1				HSC1			
MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO
315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11
315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11

HDC1				HSC				HDC				HDO				LSR1				LDR1				LSR			
MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO	MEDIDA	INDICE CARGA	INDICE VELOCIDAD	LABRADO
315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11
315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11	315/80R22.5	149	H	11

Todos nuestros productos de la marca Continental están desarrollados con tecnología de punta y en base a estándares internacionales de calidad.

Ilustración 11 APLICACIONES

TABLA DE APLICACIÓN ÓPTIMA				
HSR2				
HSR1				
HDR1				
HSR				
HDR				
HSU1				
HSC1				
HDC1				
HSC				
HDC				
HDO				
LSR1				
LDR1				
LSR				

*La aplicación debe ser orientada al tipo de terreno.

★ Aplicación Óptima ▲ Recomendable

CONTI TRUCK SERVICE **Continental**
Llantas con tecnología Alemana.

b. Llantas de camión General Tire

Los neumáticos de camión son utilizados de muchas maneras distintas, y por ello necesitan cumplir con un gran número de requisitos.

Algunos requisitos básicos son, que los neumáticos posean una capacidad de carga suficiente y que sean capaces de transmitir en todo momento las fuerzas de arranque, de frenado y las fuerzas laterales, por ello a más de la marca Continental, se cuenta con General Tire, una marca que cubre las necesidades a gran parte del sector camionero, a continuación algunos de los diseños y aplicaciones:

Ilustración 12 TIPO DE LLANTAS GENERAL TIRE





6.7.2 PRECIO

De acuerdo al capítulo tres (Estudio de Mercado), determinamos los precios de la siguiente manera:

- a. **Servicios.-** De acuerdo a entrevista efectuada a vulcanizadores y Tecnicentros que prestan los servicios de enllantaje, balanceo y alineación, se procederá a mantener el mismo estándar de precios a diferencia que en la proyección de los cinco próximos años serán incrementados de acuerdo a la tasa de inflación que emita el Banco Central del Ecuador.
- b. **Productos.-** Al presentar nuestra propuesta Estratégica en la cual se determinó ser distribuidor autorizado de Continental Tire Andina S.A.,

los precios de los neumático estarán acogidas en función de sus políticas por lo determinan directamente ellos.

6.7.3 PLAZA

Para la prestación del servicio de asesoría financiera a los microempresarios de la ciudad de Ibarra, se utilizará los siguientes canales de distribución:

Ilustración 13 SERVICIO DE ASESORÍA FINANCIERA



6.7.4. PUBLICIDAD

Contratar medios publicitarios necesarios para promover y dar a conocer el servicio que “CONTI TRUCK CENTER NORTE“ dará en el mercado local incentivando al acercamiento de los transportistas al taller como solución a sus unidades de transporte.

La publicidad es el medio por el cual daremos a conocer la imagen, características y beneficios de nuestros productos y servicios, con la finalidad de influir a nuestros posibles clientes.

La carta de presentación de los productos y servicios se realizará a través de publicidad visual desde el punto de venta y servicios, así como también por medio de hojas volantes, prensa y radio.

Cabe recalcar que toda inversión efectuada por concepto de publicidad se realizará bajo los parámetros de Continental Tire Andina, los mismos que serán cancelados por la misma y que por lo tanto es un factor importante a considerar ya que es un ahorro para el punto de venta.

a. PRESENTACIÓN PUBLICITARIA DESDE EL PUNTO DE VENTA

La presentación publicitaria de la empresa se hará en función de las políticas establecidas de Continental Tire Andina a quién denominan a sus puntos de venta como **CONTITRUCK CENTER**.

Ilustración 14 PUBLICITARIA DESDE EL PUNTO DE VENTA



b. HOJAS VOLANTES

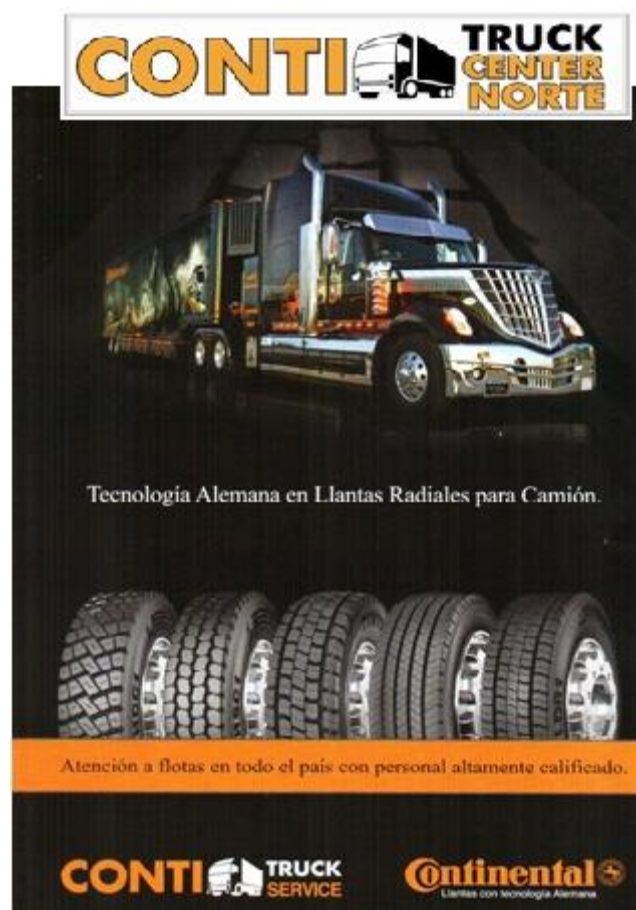
De acuerdo a encuestas efectuadas a los posibles clientes, las hojas volantes es el método de preferencia.

Las hojas volantes detallarán los productos por medida y los servicios a ofrecer, además de la dirección domiciliaria, correo electrónico, y números telefónicos.

c. PRENSA

Como segunda opción publicitaria está la prensa por lo que se establecerá el siguiente diseño:

Ilustración 15 PUBLICITARIA DESDE LA PRENSA



d. RADIO

Para publicidad radial se contratará emisoras que estén dentro del segmento de mercado del transportista y cuenten con un alto rating de sintonía según investigación de campo dentro de las opciones tenemos:

Radio América

Radio Canela

e. PROMOCIONES

Se brindara beneficios continuos como descuentos o promociones a los clientes según la evolución de la demanda.

Dentro de las promociones a igual que la publicidad nos otorga Continental del cual existe promociones en precio de llanta, obsequios como: camisetas, gorras, franelas, esferos, llaveros, etc.

Ilustración 16 PROMOCIONES



6.7.2. ESTRATÉGIAS OPERATIVAS

a. Comunicación interna

La comunicación interna entre la dirección de la compañía y sus empleados será muy beneficiosa. Esto permitirá conocer dificultades en el desarrollo de las actividades y corregirlas.

b. Permanente control de cada proceso

Implementar medidas de Seguridad para que el cliente antes y después de ocupar los servicios del centro de mantenimiento automotriz se sienta satisfecho. De esta forma se tendrá un control de los mismos y se apuntará al mejoramiento continuo a través de la retroalimentación.

c. Mejora en controles

Conforme se evolucione en el servicio se mejorarán los controles de cada proceso, basados en la experiencia por cada trabajo realizado; lo cual permitirá asegurar la satisfacción de las necesidades de cada cliente.

6.7.3. ESTRATÉGIAS FINANCIERAS

- a. Establecer una supervisión constante de los costos y gastos de la compañía para manejar los recursos de la empresa eficientemente y mantener una competencia en precios.
- b. Capacidad de negociación con proveedores de los productos que la empresa requiere.
- c. Ofrecer a los clientes frecuentes ciertos beneficios para lograr mantener su continuidad como clientes habituales del taller.
- d. Realizar el análisis de los estados financieros periódicamente.
- e. Determinar el equilibrio y riesgo financiero

6.8 ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

Minuta de Escritura de Constitución

MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO PRIMERO DEL CANTÓN IBARRA:

En el registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase insertar una de **CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**, al tenor de las siguientes cláusulas:

CAPÍTULO PRIMERO

PRIMERA: COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-

Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: ... ; y declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen la compañía de responsabilidad limitada **“CONTI TRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA.”** la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas, de manera especial a la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA. ESTATUTOS DE “CONTI TRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA.”.- CAPITULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, NACIONALIDAD, DOMICILIO.- FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN.-

ARTÍCULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Ibarra, con domicilio principal en el mismo lugar, provincia de Imbabura, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada **“CONTI TRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA.”**.

ARTÍCULO DOS.- La Sociedad tendrá por objeto las siguientes actividades: a) Comercialización de neumáticos, tubos, para vehículos tipo camionero o pesado. b) Actividades de mantenimiento y reparación vehicular como enlataje, balanceo, alineación para vehículo de transporte pesado y en general la prestación de servicios en estas áreas. Podrá asimismo, realizar todo acto o contrato civil, mercantil y/o laboral, permitido por la Ley y acorde con su objeto. Podrá también adquirir, conservar, gravar o enajenar los bienes raíces y muebles necesarios para el cumplimiento de sus fines, podrá girar, aceptar o cancelar toda clase de instrumentos negociables y demás documento civiles o comerciales; concurrir a la constitución de otras compañías para suscribir o adquirir acciones o partes de interés en ellas o incorporarse a ellas, siempre que tengan por objeto actividades similares o conexas con las expresadas en sus objetivos.

ARTÍCULO TRES.- El plazo de duración del control de la sociedad es de treinta años, a contarse desde la fecha de inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la sociedad; puede prorrogarse por la resolución de la Junta General de Socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular, la sociedad podrá disolverse antes, si así lo resolviera la junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL.-

ARTÍCULO CUATRO.- El capital social de la compañía es de MIL DÓLARES AMERICANOS, dividido en MIL PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR CADA UNA, que estarán representadas cada una por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley de compañías, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la sociedad. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO CINCO.- La sociedad puede aumentar el capital social, por resolución de la junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes, en la forma prevista en la ley y, en tal caso, los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.-

ARTÍCULO SEIS.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará en numerarios, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o provenientes de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO SIETE.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportación que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines, acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y el valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietarios, domicilio de la sociedad. Fecha de la escritura de constitución, notaria en la que se otorgó fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la sociedad. Los certificados serán registrados e inscritos en libro de socios y participaciones y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO OCHO.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO NUEVE.- Las participaciones de esta sociedad podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resoluciones contrarias de la junta general de socios. En caso de cesión de participaciones se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La sociedad formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO DIEZ.- En las juntas para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS, SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES.-

ARTÍCULO ONCE.- Son obligaciones de los socios: a) Las que señala la Ley de Compañías; b) Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la junta general de socios, el presidente y el gerente; c) Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la sociedad cuando y en la forma que decida la junta general de socios; y., d) Las deudas que le asignen e estos estatutos.

ARTÍCULO DOCE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de la junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto; b) Elegir y ser elegido para los órganos de administración: Junta de Accionistas, Presidente, Vicepresidente, Gerente y Subgerente. C) A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la sociedad; d) Los demás previstos en la ley y en los estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- la responsabilidad de los socios, por las obligaciones sociales, se limitan únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la sociedad, salvo las excepciones de la ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO CATORCE.- El gobierno y la administración de la sociedad se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

ARTÍCULO QUINCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la sociedad y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente forman un quórum.

ARTÍCULO DIECISEIS.- Las sesiones de la junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la sociedad para su validez. Podrá la sociedad celebrara sesiones de junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital y los socios asistentes quienes deberán inscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de junta y los socios a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las juntas generales ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratan únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente y por el Gerente de la compañía, o por uno de ellos, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho

días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- El quórum para las sesiones de junta general ordinaria de socios, en la primera convocatoria será de setenta y cinco por ciento del capital social y, en la segunda, se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTE.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la ley de compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

ARTÍCULO VEINTIUNO.- Las resoluciones de la junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios haya o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieran o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTIDOS.- Las sesiones de la junta general de socios, serán precedidas por el presidente de la compañía y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuarán de secretario el gerente o el socio que en su falta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTITRES.- Las actas de las sesiones de la junta general de socios se llevarán a máquina-computadora en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso. Las que llevarán las firmas del presidente y secretario. De cada sesión y de la junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta. Los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Son atribuciones de la junta general de socios: a) Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la sociedad, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración; y , en general resolver cualquier reforma o contrato constitutivo y a estos estatutos, b) Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos; c) Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores; d) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades; e) Resolver la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios; f) Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley.; g) Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la sociedad; h) Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto; i) Aprobar el presupuesto de la sociedad; k) Aprobar los reglamentos de la sociedad; l) Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la sociedad; m) Los demás que señala la ley de compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Las resoluciones de la junta general de socios son obligatorias para todos, desde el momento de que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISEIS.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, siendo rotativo entre los socios pudiendo ser indefinidamente reelegido.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- son deberes y atribuciones del presidente de la sociedad; a) Supervisar la marcha general de la sociedad y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares

a la junta general de socios; b) Convocar y presidir las sesiones de la junta general de socios y suscribir las actas; c) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la sociedad y por la aplicación de sus políticas; d) Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificados sobre el mismo; e) Subrogar al Gerente en caso de falta temporal o definitiva con todas sus atribuciones hasta que la Junta nombre un nuevo Gerente; Las demás que señalan la ley de compañías, estos estatutos, reglamentos de la sociedad y la junta general de socios.-

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- DEL GERENTE.- El gerente durará dos años en funciones, pudiendo ser indefinidamente reelegido; en caso de falta temporal o definitiva del Gerente le reemplazará el Presidente, con todas sus atribuciones; el nombramiento del Gerente será firmado por el Presidente y viceversa.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- ATRIBUCIONES DEL GERENTE.- Son atribuciones del gerente, las siguientes. A) Representar a la compañía legal, judicial y extrajudicialmente; b) Nombrar y remover al personal de la empresa y señalar sus remuneraciones de conformidad con el presupuesto de la misma; c) Organizar las oficinas de la compañía; d) Supervigilar las labores del personal de la compañía; e) Dirigir el movimiento económico-financiero de la compañía; f) Presentar a la junta general de socios, un informe anual y el balance que refleje la situación económica de la compañía, la cuenta de pérdidas y ganancias, la propuesta de distribución de utilidades, todo ello en el plazo de sesenta días a contar de la terminación del respectivo ejercicio económico; g) Manejar la caja, cartera de valores, fondos y bienes de la compañía, bajo su responsabilidad; h) Cuidar que lleve los libros contables, sociales e inscribir en el mes de enero de cada año en el registro mercantil del domicilio de la empresa, una lista completa de los socios de la empresa, conforme lo establece la ley de compañías; i) Convocar a junta General de Socios; j) Actuar como Secretario de la Junta General e Socios, sin perjuicio de que se nombre un secretario ad-hoc; k) Efectuar toda clase de actos y contratos y operaciones bancarias con

personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, suscribir pagares, letras de cambio, y contraer toda clase de obligaciones de la compañía; l) Intervenir en la compra venta, hipoteca y cualquier otro gravamen de los bienes muebles e inmuebles de la compañía, m) firmar los cheques de la compañía; n) Otorgar poderes especiales y los generales con autorización de la Junta General de Socios; o) En general ejercer las demás atribuciones señaladas en la Ley de Compañías, en estos estatutos y las resoluciones de la Junta General de Socios.-

ARTÍCULO TREINTA.- REPRESENTACION LEGAL.- la Representación Legal, Judicial y Extrajudicial de la compañía será ejercida por el GERENTE. **DECLARACIONES.-** Los socios declaran su libre voluntad de comparecer y celebrar este contrato de constitución de compañía de responsabilidad limitada y declaran que el capital se encuentra pagado en su totalidad en la siguiente forma: el socio 1, aporta quinientos dólares americanos, correspondiéndole QUINIENTAS PARTICIPACIONES; el socio 2, aporta doscientos cincuenta dólares americanos, correspondiéndole DOSCIENTAS CINCUENTA PARTICIPACIONES y el socio 3, aporta doscientos cincuenta dólares, correspondiéndole DOSCIENTAS CINCUENTA PARTICIPACIONES; todas de un dólar cada una, iguales, acumulativas e indivisibles; siendo el capital total de la sociedad el de **MIL DÓLARES AMERICANOS**, dividido en mil participaciones de un dólar cada una, todo de conformidad al cuadro de integración de capital que se estipula en esta cláusula. Los socios de la sociedad por unanimidad nombran al señor como **Gerente** y como **Presidente** al señor, y facultan al Abogado, para que realice todos los trámites pertinentes encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la sociedad, su inscripción en el Registro Mercantil y obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas del domicilio de la empresa.

CUADRO DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL:

SOCIOS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	NRO. DE PARTICIPACIONES	%
SOCIO 1	500,00	500,00	500,00	50%
SOCIO 2	250,00	250,00	250,00	25%
SOCIO 3	250,00	250,00	250,00	25%
	1.000,00	1.000,00	1.000,00	100%

Usted señor notario, se dignará agregar las demás cláusulas de estilo para la plena validez del presente instrumento público.- f) Abg.matrícula número del Foro de Abogados de Imbabura.- (hasta aquí la minuta).- y leído este instrumento, íntegramente por el mí el Notario a los otorgantes, aquellos lo aprueban en todas sus partes, se ratifican en lo expuesto y firman conmigo.- de todo lo que doy fe.

6.9. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

CONTITRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Cumpliendo con lo dispuesto en el Art. 64 del Código del Trabajo y a fin de que surtan los efectos legales de los Artículos 42 numeral 12, 172 numeral 2 y más disposiciones que el mencionado Código preceptúa, y para mejorar el cumplimiento de las obligaciones originadas en la relación laboral, CONTITRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA., expide el presente Reglamento Interno de Trabajo, que se aplicará una vez que se encuentre legalmente aprobado.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

CONTITRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA. es un empresa que se dedicada a la comercialización de neumáticos y prestación de servicios de mantenimiento vehicular tipo transporte pesado. La misma que se encuentra ubicada, en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Art. 1. El presente reglamento regula la relación laboral entre CONTITRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA. y sus trabajadores. Para efectos de identificación, a CONTITRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA. a lo largo del presente reglamento se denominará la Empresa y en lo que respecta a sus empleados, se denominarán los trabajadores.

Art. 2. Son trabajadores de la Empresa, todas las personas que presten servicios personales a ésta bajo relación de dependencia, en virtud de contratos de trabajo, y que reciben remuneración directamente de la Empresa, ya sea en su domicilio principal o en sus agencias o sucursales.

Art. 3. Para la debida información de los trabajadores, la Empresa deberá entregar un ejemplar de este Reglamento mismo aprobado por la Dirección Regional del Trabajo de Ibarra a todos su trabajadores, debiendo dar a conocer a los mismos cualquier cambio o modificación en el.

Art. 4. Tanto la Empresa como sus trabajadores quedan sujetos al estricto cumplimiento de las disposiciones de este reglamento, cuyo desconocimiento no podrá ser alegado como excusa en caso alguno por el trabajador.

Art. 5.- Las partes no reconocerán como oficial y obligatoriamente ninguna comunicación, circular, correspondencia, permiso, licencia, etc, que no lleve la firma del Gerente, o quien le subroga en sus funciones.

CAPÍTULO II

REQUISITOS PARA SER TRABAJADOR DE LA EMPRESA

Art. 6.- El ingreso de nuevos trabajadores:

Siendo un derecho exclusivo de la Empresa admitir e incorporar nuevos trabajadores de acuerdo a sus necesidades y a las disposiciones legales vigentes, la Empresa aspira y espera que cada puesto de trabajo sea ocupado por la persona más idónea, según sus cualidades técnicas, profesionales y humanas, por eso establece la obligación de someterse a pruebas intelectuales, prácticas o psicotécnicas que se señalen oportunamente. La Empresa se reserva el derecho de volver a requerir a cualquier trabajador y en cualquier momento, pruebas de capacidad, conocimiento, psicotécnicas, psicológicas o poligráficas. Los resultados de estas pruebas o evaluaciones podrán ser usadas por la Empresa para tomar decisiones de cualquier índole.

Los aspirantes a ingresar al servicio de la empresa deberán llenar obligatoriamente las siguientes exigencias:

REQUISITOS:

1. Ser mayor de 18 años de edad
2. Ser ecuatoriano en ejercicio de los derechos de ciudadanía o extranjero habilitado para trabajar de acuerdo a la legislación ecuatoriana.
3. Acreditar 1 copia de Cédula de ciudadanía
4. Acreditar 1 copia del Certificado de votación
5. Poseer certificados de honorabilidad
6. Certificados de trabajos anteriores (2 ó 1).
7. Cédula militar (hombres)
8. Originales y Copia de certificados que acredite su nivel de estudio.
9. Afiliación al IESS (sí la tiene)

10. Copia de partida de matrimonio si fuese casado, información sumaria en el caso de unión libre.
11. Copia de Partida de nacimiento de los hijos menores de edad, si los tuviere.
12. Hoja de vida actualizada
13. Si es menor de edad autorización de padres y los documentos que solicite el Ministerio de Relaciones Laborales.

Los documentos originales solicitados serán devueltos después de su verificación.

Todos los documentos que se solicitan en los numerales anteriores deben ser auténticos; si se descubre alteración, falsificación u obtención dolosa de algún documento será considerado como falta grave, además de ser suficiente causal para dar por terminado inmediatamente el contrato individual de trabajo, sin necesidad de desahucio según lo prescrito en el numeral 2 del Art. 310 del Código de Trabajo.

- a) Ser plenamente capaz de contratar en materia laboral, de conformidad con el Art. 35 del Código del Trabajo; esto es, ser mayor de edad, poseer certificado moral y buena conducta. Si es menor de edad, poseer la autorización del Director Regional del Trabajo de Ibarra.
- b) Cumplir con las normas y procedimientos de selección que se establezcan.
- c) Presentar los certificados de trabajo de los lugares donde haya prestado sus servicios con la exposición de la clase de trabajos ejecutados, tiempo de servicio y la remuneración recibida, y además dos certificados de honorabilidad que acrediten su honorabilidad.
- d) Proporcionar por escrito al empleador su dirección domiciliaria, debiendo comunicar de inmediato y por escrito, cualquier cambio relativo a su domicilio. El incumplimiento de estas comunicaciones será considerado como falta. Además proporcionará los siguientes datos: Nombres y apellidos del trabajador, de sus padres, de sus hijos, de su

cónyuge o conviviente, edad, procedencia, lugar de nacimiento, si estuvo o no afiliado al IESS, fecha de ingreso y salida del trabajo anterior y dos fotos tamaño carnet.

- e) La Empresa no asume responsabilidades de ninguna naturaleza si un trabajador hace una declaración falsa respecto a lo prescrito en el presente reglamento, o presente documentos que tengan errores o que no sean auténticos. En estos casos la Empresa podrá solicitar la terminación de la relación laboral de conformidad con el Código del Trabajo ya que se trata de una falta grave.

CAPÍTULO III

CLASE DE TRABAJADORES

Art. 7. Los trabajadores de la Empresa están clasificados de la siguiente manera:

- a. **Estables:** Trabajadores cuya función y deberes tienen el carácter de permanentes, de conformidad con los contratos de trabajo celebrados por cada trabajador y lo establecido en el Contrato individual de Trabajo, se lo habilitará cuando ha pasado el período de prueba.
- b. **A prueba:** Aquellos trabajadores comprendidos en el Código del Trabajo, que tiene una duración máxima de noventa días, pudiendo cualquiera de las partes dar por terminado el contrato de trabajo con simple aviso, dentro del mencionado período de prueba, los trabajadores en este período igual gozarán de todos los beneficios legales y los dados por la Empresa.

Art. 8.- El Trabajador contratado podrá ser ubicado en el lugar y/o trabajo que la Empresa lo creyere conveniente, de acuerdo con el objeto del trabajo.

Art. 9.- La Empresa enviará al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, dentro de un plazo inmediato el ingreso del Trabajador, el aviso de entrada

del mismo, que será firmado por el Trabajador al tiempo de suscribir el Contrato de Trabajo.

Art. 10.- Todo Contrato Individual será celebrado por escrito el momento de su ingreso y se lo otorgará en tres ejemplares de igual tenor, el original quedará archivado en las oficinas del Ministerio de Trabajo donde se lo celebre, la primera copia quedará en poder de la Empresa y la restante, en poder del Trabajador.

CAPÍTULO IV

JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO

Art. 11. La Empresa establece sus labores diarias en jornadas de la siguiente forma:

- a. Empleados Administrativos, que no tengan funciones de confianza o de dirección y Trabajadores en general, las labores diarias se inician a las 8:30 y terminan a las 18:30, concediéndose dos horas para el almuerzo al medio día (entre las 12h30 y 14h30) con lo que se completa las ocho horas diarias efectivas de trabajo esto de Lunes a Viernes,
- b. Si por cualquier motivo, que no puede suspenderse la comercialización de los productos, los turnos de trabajo serán comunicados al trabajador desde la víspera como mínimo, de conformidad a lo establecido en el Art. 63 del código del Trabajo.
- c. Los señores trabajadores deben ingresar a la Empresa con anticipación a la hora de inicio de labores, ya que posterior a la misma no podrán hacerlo, salvo que su llegada fuera dentro de los primeros diez minutos de labores en que requieren autorización de ingreso del Jefe directo.
- d. Se considerarán causas justas para atrasos o faltas, exclusivamente la enfermedad del trabajador, debidamente justificada y comprobada por medio del respectivo certificado médico extendido únicamente por el

departamento Médico del IESS, calamidad doméstica y/o fuerza mayor también comprobados a satisfacción por la Empresa.

Art. 12. Los trabajadores se sujetarán estrictamente al horario de trabajo asignado, el que podrá ser modificado por la Empresa, según sus necesidades y de conformidad con la ley, previa autorización de la Dirección Regional del Trabajo de Ibarra

Los empleados de confianza y Dirección, deben someterse también como mínimo al horario señalado en los artículos anteriores o al que determine el Gerente General. Los trabajadores que laboran fuera de oficina, se sujetarán a los horarios especiales que se determinen para cada uno de los casos.

Art. 13. Por la naturaleza del Trabajo si las jornadas deben exceder de las 40 horas hebdomadarias (semanales), al igual que si se laborare en los días de descanso obligatorio la Empresa se sujetará al pago de las horas extraordinarias y suplementarias de trabajo, con previo acuerdo por escrito y consentimiento del trabajador.

Art. 14. Para efectos de las jornadas que cumplen los trabajadores, deberá tenerse en cuenta siempre que la Empresa por razones de carácter técnico y por la naturaleza de sus actividades no puede interrumpir su labor hasta que se concluya el proceso de despachos diarios, toda vez que presta servicios de mantenimiento vehicular y comercializa neumáticos y éstos tienen que ser concluidos el mismo día por lo que la Empresa podrá establecer varios turnos con jornadas completas de trabajo cada uno.

Art. 15.- Las horas fijadas en el horario de trabajo inician y dan término a la labor efectiva. En consecuencia, a la hora del inicio el trabajador deberá estar en su puesto de trabajo laborando, lo mismo se aplicará a la hora fijada para la terminación de la jornada.

Queda prohibido a los trabajadores permanecer en el lugar de trabajo, fuera de su respectivo horario, a no ser que tengan autorización del Jefe inmediato y/o Supervisor de Área.

Art. 16.- Debido a la naturaleza de la actividad de la Empresa, para efectos de experiencia y capacitación de los trabajadores, en atención de las necesidades de ésta y de conformidad con los términos de los contratos individuales que cada trabajador celebre con la Empresa, los trabajadores eventualmente podrán desempeñar actividades diferentes a las de su labor normal, sin que por ello tengan derecho a efectuar reclamo alguno. Inclusive en forma rotativa los trabajadores podrán desempeñar diferentes puestos o funciones, sin que ello implique mengua en su remuneración o categoría, ni tampoco despido intempestivo; sin que el cambio de puesto o función se efectúe con el consentimiento del trabajador, otorgado por escrito. Se respetará en todo las funciones para las cuales fue contratado, que conste en el contrato individual de trabajo y sus modificaciones.

Art. 17. No se considerarán trabajos de horas suplementarias o jornadas extraordinarias, las que tuvieren que realizar los trabajadores, como consecuencia de sus propios errores, negligencias, descuidos o abandono de sus labores. Si el trabajo se interrumpe por motivos ajenos a la voluntad de los empleados y de los trabajadores, el empleador puede recuperar las horas perdidas conforme a lo determinado por el Art. 60 del Código de Trabajo.

Tampoco se considerará como trabajo suplementario el realizado en horas que excedan de la jornada ordinaria, por los empleados que tuvieren funciones de confianza y dirección, vendedores, etc., de conformidad a lo establecido en el Art. 58 del Código del Trabajo.

Art. 18. El pago por trabajo suplementario y extraordinario y recargo por trabajo nocturno se efectuará previa autorización del Jefe Directo y del Director del Área, supervisado por el Departamento de Talento Humano, y

se liquidará junto con el salario ordinario del correspondiente período a más tardar junto con el salario del período siguiente.

Art.19.- Son días de descanso obligatorio los señalados en el Art. 65 del Código del Trabajo y los días de fiesta, los Trabajadores no están obligados a prestar sus servicios; sin embargo, si es que tales días cayeren dentro de los turnos de trabajo establecidos, el Trabajador a quien le tocara ese turno estará obligado a laborar, pero el trabajo en tales casos o días será remunerado con el 100% de recargo, y se designará otro u otros días de descanso.

CAPÍTULO V

CONTROL DEL TIEMPO

Art. 20. El control del tiempo, la Empresa lo efectúa a través de un control de asistencia por parte del jefe inmediato, quien reportará al departamento de personal para el trámite correspondiente.

Art. 21. Los registros de ingreso/salida de los trabajadores, deben ser realizados exclusivamente por el trabajador. El incumplimiento de esta disposición reglamentaria será sancionada como falta grave, tanto como para el infractor como para el beneficiario e inclusive al guardia por su responsabilidad, quedando la Empresa facultada para solicitar el visto bueno de los trabajadores involucrados en esta falta, conforme al numeral 2 del Art. 172 del Código del Trabajo.

Art. 22. La falta de puntualidad injustificada atrasos al trabajo por más de cinco veces en un mes será causa suficiente para dar por terminada la relación de trabajo, previo visto bueno, pues se considera como falta grave.

Art. 23. Si el trabajador incurriera en falta de asistencia injustificada por más de tres días consecutivos o no consecutivos, dentro de un período

mensual de labor, dará derecho a que la Empresa dé por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno que se considera como falta grave.

Art. 24. El control de asistencia y permanencia de los trabajadores de la Empresa será ejercido por el Departamento de Talento Humano, por los Supervisores, Jefes Departamentales, y Directores de Área tienen la obligación de reportar cualquier novedad con el personal a su cargo al referido Departamento, el mismo día de ocurrir el hecho.

CAPÍTULO VI

DE LAS REMUNERACIONES

Art. 25. La remuneración mensual de los trabajadores será pagada mediante de forma mensual en base a los días laborados y de conformidad con la Ley.

Art. 26. El pago de las remuneraciones el Empleador lo hará mediante transferencia a cuentas de ahorro o corrientes personales de titularidad de los trabajadores, en una entidad bancaria establecida para el efecto.

Art. 27. La Empresa podrá movilizar a sus trabajadores dentro de los distintos ámbitos de su rama ocupacional o profesional sin que ello signifique cambio de ocupación ni despido intempestivo. Así mismo, podrá desplazarlos a ciudades distintas en comisiones de servicio temporales, asumiendo la Empresa los gastos de viaje y viáticos que establecerá la Administración todo esto se lo hará previo consentimiento del trabajador, de acuerdo al Art. 192 del Código Laboral vigente.

Lo señalado en este artículo se establecerá en los contratos individuales, que los trabajadores celebren con la Empresa. Por lo tanto, los trabajadores, no podrán poner objeciones respecto de lo señalado en este artículo.

Art. 28. Descuentos legales: de las remuneraciones de los trabajadores no podrán efectuarse descuento alguno sin previa autorización salvo los siguientes:

1. Aportaciones personales al IESS.
2. Retenciones judiciales dispuestas por el juez o autoridad competente, así como deducciones por alimentos ordenadas por los tribunales competentes o por cualquier otra autoridad debidamente facultada por la ley.
3. Las multas que se impongan por incumplimiento de este reglamento.
4. Aquellas que autorice por escrito el empleado.

Art.29 Beneficios Adicionales: Es facultad de la Empresa crear y otorgar voluntariamente beneficios adicionales, incentivos, premios y preseas.

Estos valores adicionales por ninguna razón se consideran parte de la remuneración, en consecuencia no se tomará como derechos adquiridos para efector del ART.95 del Código de Trabajo.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES

Art. 30. La Empresa concederá el goce de las vacaciones a los trabajadores, de acuerdo a lo dispuesto por el Código de Trabajo.

Art. 31. A fin de que no se interrumpan las labores de la Empresa, se hará un calendario anual de vacaciones para todos los trabajadores.

Art. 32. La Empresa podrá posponer las vacaciones del o de los trabajadores y proporcionarlas en forma conveniente y escalonada, para que no se interrumpan los trabajos regulares de la Empresa.

Art. 33. Cuando se trate de labores técnicas o de confianza para las que es difícil reemplazar al trabajador por poco tiempo, la Empresa podrá negar

las vacaciones hasta por un año, para acumularla necesariamente a la del año siguiente, de acuerdo al Art. 74 del Código del Trabajo.

CAPÍTULO VIII

DE LOS PERMISOS

Art. 34. La Empresa podrá autorizar a los trabajadores ausentarse temporalmente de sus puestos de trabajo, cuando éstos lo soliciten en el formulario que se proporcionará para estos efectos, previa determinación de la necesidad del trabajador para ausentarse.

Art. 35. Clase de permisos:

a. Con sueldo:

1.- Para ser atendidos por los facultativos médicos del IESS, para lo cual deberá presentar el respectivo certificado médico y comunicar sobre el particular dentro de los tres primeros días de enfermedad, conforme lo establece el Art. 177 del Código del Trabajo.

2.- Para que los trabajadores ejerzan el sufragio en las elecciones populares, permiso que no podrá exceder de cuatro horas.

3.- Cuando el trabajador obtenga una beca para estudios en el extranjero de conformidad con lo dispuesto en el Art. 42 numeral 27 del Código del Trabajo.

4.- Cuando tenga que ausentarse para realizar diligencias propias de la Empresa, debidamente autorizado.

5.- En caso de fallecimiento de su cónyuge o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad, licencia que se concederá hasta por tres días.

b. Sin sueldo:

Concedidos a juicio del empleador y por causas debidamente justificadas por el trabajador, como son asuntos personales o familiares, relacionados con calamidad doméstica.

Art. 36.- Los permisos en general, remunerados o no, solicitados por los trabajadores debe hacerse constar en el formulario denominado "AUTORIZACION PARA PERMISOS", y deben ser remitidos al jefe inmediato, a más tardar en 72 horas posteriores a su inasistencia.

En el formulario constará la autorización del Jefe inmediato.

El trabajador que faltare sin permiso previo, deberá avisar a cualquiera de los funcionarios encargados, telefónicamente o por medio de terceras personas dentro de las 24 horas. Para el caso de enfermedad no profesional, la notificación se hará dentro de los tres primeros días del inicio de la enfermedad, de conformidad con el Art. 177 del Código del Trabajo.

Al reingresar a sus labores, deberán presentar la justificación correspondiente, además del formulario señalado en los incisos anteriores.

CAPÍTULO IX

DEBERES Y OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 37.- Además de las obligaciones establecidas en el Art. 45 del Código del Trabajo y demás leyes pertinentes que rigen la relación laboral, los trabajadores de la Empresa tienen los siguientes deberes y obligaciones:

- a. Mantener la más estricta disciplina en el trabajo y responsabilidad profesional en el desempeño de sus funciones.
- b. Guardar lealtad y confidencialidad a la Empresa y a todas sus autoridades en el ejercicio de sus funciones, así como mantener sigiloso todos los asuntos reservados que conozcan y respondan a la naturaleza del puesto que desempeña.

- c. Desempeñar sus actividades con intensidad, cuidado y esmero y cumplir con las labores que le sean asignadas por la Empresa.
- d. Para la realización de sus actividades, se someterán a los procedimientos e instrucciones emanadas de la Empresa y a las órdenes de sus jefes inmediatos o superiores.
- e. Asistir puntualmente a su trabajo y permanecer en el lugar que para el desempeño de sus funciones se le hubiere señalado.
- f. Observar buena conducta en los lugares y horas de trabajo y en general durante su permanencia en las dependencias de la Empresa.
- g. Respetar y obedecer a sus superiores y mantener completa armonía con los compañeros de trabajo.
- h. Cumplir con el envío de reportes de información que se le han solicitado de forma periódica o de forma puntual, así como las documentaciones solicitadas.
- i. Sujetarse a las medidas de prevención y riesgo del trabajo que establecen las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes, las normas del presente reglamento y lo que la Empresa haga conocer mediante circulares, rótulos, folletos, etc. Y abstenerse a todo en cuanto pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros, de sus superiores, así como las de las instalaciones, oficinas, bodega de almacenamiento, maquinarias y demás lugares de trabajo.
- j. Cumplir con las disposiciones de carácter higiénico y otras medidas preventivas de salud que fueren establecidas por la Empresa.
- k. Defender los intereses de la Empresa evitando que sufran daño o perjuicio los bienes de ella, para lo cual están obligados a cuidar los enseres, utensilios, maquinarias, vehículos y equipos de trabajo en general que estuvieren a su cargo, respondiendo pecuniariamente por los daños y perjuicios que ocasionaren por su negligencia, imprudencia, impericia e inobservancia del presente reglamento y más disposiciones internas de la Empresa, de las leyes de tránsito, por actitudes intencionales o dolosas o bien por abandono.

- l. Cuando tengan que formular consultas, solicitudes o reclamos lo deberán hacer acudiendo primero a su jefe inmediato y si es necesario posteriormente a las máximas autoridades de la Empresa.
- m. Deberán ahorrar la energía, el agua y el combustible, de manera que éstos servicios sean utilizados exclusivamente para actividades relacionadas con el funcionamiento de la Empresa.
- n. Entregar a la Empresa al momento de separarse del servicio o salir de vacaciones o licencia temporal, en buen estado todos los útiles, enseres, implementos, ropa de trabajo, maquinarias, vehículos y equipos de trabajo en general que les hubieren sido proporcionados para el desarrollo de sus actividades, salvo el natural deterioro por el uso.
- o. Ejecutar, de acuerdo con las instrucciones establecidas en los horarios, todos los trabajos que fueren ordenados en forma verbal o escrita.
- p. Marcar su huella digital de control de tiempo o suscribir las hojas de control personalmente y no por interpuesta persona, según sea el caso.
- q. Están obligados a guardar absoluto secreto sobre las normas y procedimientos que son propias de la actividad de la Empresa.
- r. Atender debidamente a la clientela, guardar compostura y educación ante el público y utilizar los uniformes otorgados por la Empresa, en forma adecuada y permanente.
- s. Ingresar inmediatamente en arcas de la Empresa, los dineros y/o documentos que correspondan a la Empresa ya sea por ventas, entregas y/o cualquier tipo de recaudación. El incumplimiento de esta norma se considera falta grave y será causal suficiente para solicitar el Visto Bueno a la autoridad competente.
- t. Los trabajadores que mantengan fondos de caja, facturación o cobros, deberán presentar al representante del área Financiera un arqueo diario y así como reportar inmediatamente cualquier anomalía que se presente

en la misma. El no cumplir con esta disposición será considerada como una falta grave.

- u. Cuando por motivo de trabajo sea necesario entregar un fondo para que cubra gastos inherentes a la función asignada, será obligación a su regreso que el empleado elabore un reporte de gastos debiendo justificar todos los valores pagados o gastados. Cualquier valor que no justifique debidamente será cargado a cuenta del empleado.
- v. Los bodegueros son responsables y custodios de toda mercadería a ellos encomendada y deberán responder por cualquier faltante o pérdida no justificada.
- w. Dar el aviso oportuno a sus superiores de todo lo que a su juicio pueda perjudicar la marcha del trabajo de la respectiva Planta o Sección, contribuyendo así al buen funcionamiento de la Empresa.
- x. Dar información completa y detallada de todo daño o novedad que se produzca en los bienes de la Empresa, aún en aquellas que no se encuentran bajo su cuidado, por escrito, telefónica o personalmente, a sus Jefes inmediatos, GERENTE de área o GERENTE General, según el caso.
- y. No dejar abandonado su puesto de trabajo hasta que no llegue el reemplazo o tenga la debida autorización del jefe inmediato para hacerlo.
- z. Cumplir con los principios y las políticas de la Empresa, colaborar a mantener limpio, ordenado y adecuado el lugar de trabajo.

CAPÍTULO X

PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 38.- Además de las prohibiciones establecidas en el Art. 46 del Código del trabajo, la Empresa prohíbe terminantemente a sus trabajadores lo siguiente:

- a. Intervenir o tener injerencia directa o indirecta en asuntos de terceros que se relacionen con las actividades de la empresa.

- b. Suspender las labores o abandonar su sitio de trabajo sin autorización del Jefe inmediato, aún para dirigirse a otra sección, planta o dependencia de la Empresa, a menos que cumpla una comisión, tanto más grave será esta falta si lo hace con destino al bar u otra parte donde no exista relación con sus labores.
- c. Abusar de su posición administrativa en la Empresa o del cargo jerárquico superior para atentar contra la moral de sus subalternos, las buenas costumbres, la ética o ejercer arbitrariamente abusos de autoridad que le beneficien.
- d. Realizar cobros o recibir devoluciones de mercadería y no reportarlo e ingresarlo contablemente de manera inmediatamente.
- e. Realizar en cualquier caso cobro de gastos no efectuados o presentar comprobantes falsos.
- f. Retirar sin autorización de un superior, dinero, bienes, mercadería o vehículos de la Empresa.
- g. Manejar con negligencia los documentos, valores, mercadería o extraviar los bienes asignados, cheques, facturas, dinero o cualquier otro tipo de documentos de la Empresa.
- h. Los trabajadores que hayan recibido dinero de clientes (recaudaciones, vendedores, facturadores, cajeros, etc.) deberán realizar el respectivo recibo de la Empresa al cliente o persona que haga el abono o pago y serán responsables por el mismo y por el dinero recibido.
- i. No entregar oportuna y correctamente a los clientes y de conformidad con los procedimientos establecidos por la Empresa, facturas, cotizaciones, proformas, notas de pedido, recibos de cobro o cualquier otro documento que sirva para generar ingresos a la compañía.
- j. Entregar o despachar mercaderías a clientes sin sus respectivas facturas, salvo autorización expresa o escrita del Gerente General o Financiera.
- k. Utilizar códigos de clientes para entregar mercadería a otros clientes, distinto al que se facturó.

- l. Que un empleado utilice un código de cliente para obtener beneficio personal.
- m. Sub-facturar o no facturar la totalidad de los servicios prestados por la empresa
- n. Utilizar cuentas bancarias personales de los trabajadores para recibir pagos o abonos de clientes, sin previo conocimiento y autorización del representante del área Financiera.
- o. Comercializar cualquier tipo de mercadería que no haya sido previamente ingresada a los registros contables de la Empresa.
- p. Encargar a otra persona la realización del trabajo que le ha sido asignado salvo que lo haga con el consentimiento expreso del Jefe inmediato.
- q. Negarse a trabajar en labores, funciones u horarios que les sean determinados. El trabajador está obligado además a prestar su cooperación eventualmente en algún otro trabajo similar al habitual cuando por cualquier motivo no pudiere desempeñar sus funciones específicas.
- r. Introducir bebidas alcohólicas, alimentos, drogas o estupefacientes y/o consumirlos durante la jornada de trabajo.
- s. Presentarse al Trabajo con los efectos del alcohol o droga.
- t. Ingresar con objetos que no sean destinados a la realización de las labores, como bolsas, maletas, carteras, sin permiso escrito del funcionario competente.
- u. Portar armas de cualquier clase dentro de los recintos de la Empresa o en los transportes, salvo los casos que su actividad lo exija, casos en el cual portará la debida autorización.
- v. Formar grupos, interrumpiendo a los demás en sus labores, o para realizar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la Empresa.
- w. Alterar, borrar o rectificar los controles de asistencia ya sean asignadas a su trabajo o al de cualquier otro compañero. Igual prohibición corre para los formularios de permisos, vacaciones, alimentación.

- x. Propalar rumores falsos o escribir leyendas ofensivas en detrimento de la dignidad de la Empresa, de sus ejecutivos y de sus compañeros.
- y. Realizar o ejecutar en los lugares de trabajo o dependencias de la Empresa cualquier clase de juegos de suerte o azar, ventas, colectas, rifas o cualquier clase de comercio.
- z. Ofender, hostilizar, coaccionar o agredir a los compañeros de trabajo, intervenir en escándalos o riñas dentro de las instalaciones de la Empresa o fuera de la misma cuando esté en su representación.
- aa. Llevar fuera de la Empresa máquinas, equipos, útiles de oficina, utensilios, herramientas, productos o darle uso distinto del establecido sin autorización escrita del Jefe inmediato y del Director del Área. El incumplimiento de esta disposición se considera como falta grave y la Empresa podrá solicitar el visto bueno frente a la autoridad respectiva.
- bb. Apropiarse en forma indebida de dineros, ya sea provenientes de ventas o por cualquier tipo de recaudación que correspondan a la Empresa aún cuando los mismos sean restituidos posteriormente. La infracción de esta disposición será considerada como falta grave.
- cc. Apropiarse o disponer en forma indebida de productos, herramientas, materias primas o cualquier bien de la Empresa, aunque estos sean considerados inservibles.
- dd. Desempeñar durante las horas de trabajo, funciones ajenas a su labor o realizar actividades extrañas a la Empresa u ordenar que así lo hagan los trabajadores que estén bajo su dependencia.
- ee. Sacar de la Empresa y/o divulgar los procedimientos y fórmulas que emplea la Empresa para la elaboración de sus productos, así como cualquier información técnica, de producción, contable, de ventas, contraloría, etc. y en general todo tipo de asuntos relacionados con la organización, funcionamiento, producción y actividades de la Empresa.
- ff. Trabajar horas suplementarias o extraordinarias sin previa autorización por escrito u orden superior.

- gg. Recibir llamadas telefónicas o visitas durante horas de trabajo excepto casos de emergencia.
- hh. Permanecer en el lugar de trabajo una vez que ha culminado su jornada, a no ser que tenga autorización por escrito para hacerlo, salvo el caso que su relevo no llegue al cambio de turno en cuyo caso debe informar a su Jefe inmediato.
- ii. Dormirse durante las horas de trabajo
- jj. Mantener cualquier tipo de negocio, contrato, o relación comercial con proveedores, distribuidores, clientes y más personas o entidades vinculadas con la actividad de la Empresa. El incumplimiento de esta disposición se considera falta grave.
- kk. Usar palabras indecorosas o ejecutar actos que están reñidos con la moral y las buenas costumbres, en las dependencias de propiedad de la Empresa.
- ll. Retardar el respectivo ingreso a sus respectivos puestos de trabajo, después de haber marcado la tarjeta de registro.
- mm. Portar radio o cualquier otro aparato que pueda distraer al trabajador.
- nn. Hacer afirmaciones falsas o tendenciosas sobre la Empresa, sus Funcionarios, sus compañeros, o sus actividades.
- oo. Ofender, hostilizar, coaccionar o agredir a los Compañeros de Trabajo dentro y fuera de la Empresa.
- pp. Entrar a los sitios prohibidos como bodegas, en horas que no se esta laborando, zonas de alto riesgo, sin el permiso correspondiente.

CAPÍTULO XI

OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Art.39.- Es obligación de la Empresa procurar por todos los medios con la colaboración de sus Trabajadores la prosperidad de la Empresa y su permanencia como fuente de trabajo.

Art.40.- La Empresa garantiza a sus Trabajadores, además del cumplimiento de las garantías establecidas en el Código del Trabajo, lo siguiente:

- a. Consideraciones, maneras corteses y buen trato personal de parte de todos los funcionarios.
- b. El pago puntual y exacto de sus salarios.
- c. La remisión oportuna de todas las aportaciones que por Ley debe hacerse al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de manera que puedan los Trabajadores gozar de plenitud de todas sus Prestaciones.
- d. Estabilidad de Trabajo exigiendo solamente que se observe buena conducta, asistencia regular, responsabilidad, y cumplimiento de los contratos de Trabajo de las prescripciones de este Reglamento y las Leyes Laborales.
- e. La permanente imposición de los mejores y más técnicos sistemas de trabajo y de seguridad industrial, que garanticen hasta donde sea posible la integridad física de los Trabajadores.
- f. Capacitar a todo el Personal con Técnicos de dentro y fuera de la Empresa.

CAPÍTULO XII

PROHIBICIONES DE LA EMPRESA

Art.41.- Además de las establecidas en el Art. 44 del Código del Trabajo la Empresa tiene las siguientes prohibiciones:

- a. Hacer deducciones, salvo las que la ley y/o el Reglamento lo autorice, las que provengan de órdenes judiciales y las autorizadas por escrito por el Trabajador.
- b. Ejecutar, autorizar o practicar cualquier acto que vulnere, restrinja los derechos de los trabajadores.
- c. Falta de consideración y respeto sus Trabajadores.

d. Todas las establecidas en el Reglamento de Seguridad e Higiene del Trabajo del I.E.S.S.

Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas.

Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo.

Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración.

CAPÍTULO XIII

DE LAS SANCIONES

Art. 42.- Para los casos de infracción del presente Reglamento se establecen las siguientes sanciones.

- a. Amonestación verbal luego escrita
- b. Multa (que no podrá exceder del 10% de la remuneración mensual).
- c. Terminación del contrato de Trabajo, mediante solicitud de Visto Bueno de las autoridades del trabajo.
- d. Las faltas leves se sancionarán con amonestación verbal o escrita; y, en caso de reincidencia dentro de un período mensual de labor con la respectiva multa; a su vez, el cometimiento de una falta grave será sancionada con multa, y la reincidencia con la terminación del contrato de trabajo previo Visto Bueno.

CAPÍTULO XIV

SALUD Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

Art. 43.- Obligatoriedad de normas: los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo, Su

omisión constituye causa para la terminación del contrato individual de trabajo.

Art- 44.- Enfermedades contagiosas: en caso de que un empleado padeciere de alguna enfermedad contagiosa que afecte su capacidad para el trabajo y la seguridad del personal, deberá dar aviso oportuno a la Empresa a fin de que se tomen las medidas pertinentes. El no comunicarlo será considerado como una falta grave.

Art. 45.- Uniformes: Los trabajadores que tengan asignado un uniforme deberán llevar todos los días el uniforme limpio y en perfecto estado. Su aspecto personal también deberá ser acorde con la imagen de la empresa espera de todos sus trabajadores, es decir, un aspecto pulcro y de aseo. El no utilizar el uniforme asignado será utilizado como una falta leve.

Art. 46.- Infracción por mal uso o uso negligente de activos de la Empresa; constituye una infracción grave el hecho de que por culpa dolo, negligencia, del trabajador se mal utilice un activo de la Empresa para lograr un beneficio económico personal es considerado también como una falta grave.

Art. 47.- Prohibición de poner en riesgo la vida: los trabajadores deberán cumplir sus labores con el debido cuidado y prudencia, absteniéndose de poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros de trabajo, así como los bienes de la Empresa.

Art. 48.- Incorporación de las normas de seguridad al Reglamento: se entiende incorporadas y forman parte integrante de este Reglamento Interno, las normas sobre la prevención de riesgo, seguridad e higiene contenidas en el Título IV del Código de Trabajo vigente, reglamento de Seguridad e Higiene expedido por el IESS y el Poder público.

CAPÍTULO XV

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 49.- En general se entenderán incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo, todas las disposiciones constantes en el Código del Trabajo las que prevalecerán en todo caso.

Art. 50.- En caso de duda o contradicción sobre las normas de este Reglamento Interno, la Empresa se sujetará a los dictámenes de la Dirección General del Trabajo.

Art. 51.- Sujetarse a las disposiciones legales, la Empresa a través de las Gerencias, podrá dictar regulaciones transitorias generales o especiales sobre los diversos detalles relacionados con la actividad de los trabajadores.

Art. 52.- La Empresa se reserva el derecho de presentar en cualquier momento Reformas que creyere conveniente, en conformidad con las necesidades de la Empresa, y previa aprobación de la Dirección General de Trabajo que serán incorporadas al presente Reglamento.

Art. 53.- El presente Reglamento Interno, se está apoyando con el Reglamento de Seguridad e Higiene en el Trabajo para los fines consiguientes, aprobado el 09 de Mayo del 2001 por la Dirección General de Trabajo- Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo.

Art. 54.- El Presente Reglamento Interno de Trabajo entrará en vigencia, una vez que sea aprobado en original y tres copias de igual tenor, por el Señor Director General del Trabajo.

CONTITRUCK CENTER NORTE CIA. LTDA

CAPÍTULO 7

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

El análisis de impactos tiene como finalidad representar los niveles de impactos en las diferentes áreas que posee la estructura del proyecto. La clasificación para los siguientes cuadros se ha determinado con los valores de 1, 2, y 3 para los aspectos positivos así como; -1, -2, -3 para los negativos, y como un valor indiferente.

TABLA DE VALORIZACIÓN DE IMPACTOS

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
MUY ALTO	3
ALTO	2
MEDIO	1
INDIFERENTE	0
BAJO	-3
MUY BAJO	-2
EXTREMADAMENTE BAJO	-1

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013
Elaborado por: Los autores

FÓRMULA:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{número de indicadores}}$$

7.1. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro 117 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-3	-2	-1	
Generación de Empleo	X							3
Estabilidad Laboral	X							3
Rentabilidad		x						2
Servicio y productos de calidad	X							3
Total	9	2						11

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{11}{4}$$

Nivel de Impacto = 2,75 Impacto alto positivo

Análisis:

Con la ejecución del proyecto se generan fuentes de empleo, mitigando así el desempleo, obteniendo mayores ingresos económicos de los involucrados directos e indirectos en un ambiente laboral estable. Además se obtendrá mejores beneficios económicos y a su vez mayor rentabilidad a través de una correcta prestación del servicio con tecnología de punta y productos a ofertar que brindan seguridad al conductor, lo cual incrementará considerablemente el volumen de ventas de la empresa.

7.2. IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro 118 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-3	-2	-1	
Disminución de desechos sólidos	x							3
Disminución de ruido							X	-1
Conservación del medio ambiente	x							3
Total	6						-1	5

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Nivel de Impacto = $5/2$

Nivel de Impacto = 1.66 Impacto medio positivo

ANÁLISIS:

El proyecto procura un impacto ambiental mínimo adquiriendo una gran responsabilidad con el medio ambiente, el clima, la naturaleza recolectando los neumáticos fuera de uso (NFU) y luego entregando a los gestores autorizados para que sean reencauchados o se destine a su valorización material, apoyando así a los programas del Gobierno Central. Además ofreciendo un servicio en espacios adecuados bajo normas municipales; respaldados por maquinaria con tecnología de punta que permitirá reducir la contaminación del ruido ya que el sentido del oído de la persona puede soportar hasta 80 decibeles. Considerando que bajo el respaldo de neumáticos continental que tienen una larga vida útil, ofreciendo un mayor uso del neumático generando menores residuos y un menor consumo de energía en el vehículo el cual produce menor emisiones de CO₂. El compromiso ambiental en este proyecto significa un gran aporte en cuanto

a soluciones de contaminación para que la ciudad disminuya la emisión de CO2 protegiendo a sus habitantes.

7.3. IMPACTO SOCIAL

Cuadro 119 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

Indicadores	Positivo			Indiferente	Negativo			Total
	3	2	1	0	-3	-2	-1	
Satisfacción de las necesidades del cliente	X							3
Contribuir al desarrollo socio-económico		x						2
Mejoramiento de la calidad de vida		x						2
Calidad del servicio	X							3
Total	6	4						10

Fuente: Investigación de Campo, Agosto 2013

Elaborado por: Los autores

Nivel de Impacto = 10/4 Nivel de Impacto = 2,5 Impacto Alto Positivo

ANÁLISIS:

El proyecto generará un impacto social favorable para el mercado meta identificado, por cuanto el servicio a ofrecerse pretende satisfacer las necesidades y cumplir con cada una de sus exigencias y expectativas en cuanto al mantenimiento de su vehículo, mejorando de esta manera el funcionamiento de sus unidades de transporte y su seguridad al conducir.

La creación de esta empresa cambiara notablemente la imagen de la ciudad de Ibarra contando con una infraestructura que le hará ser una ciudad en desarrollo dando pautas a que empresarios inviertan en este lugar, creando plazas de trabajo que mejoraran la calidad de vida de los habitantes.

CONCLUSIONES

Una vez concluida la presente investigación, determinamos las siguientes conclusiones:

1. En el diagnóstico situacional se identificó las necesidades más significativas, evaluando el servicio a ofrecer de enllantaje, balanceo, alineación y la complementación de la comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra, donde se obtuvo resultados que clarificaron quienes son nuestros aliados que hará posible generar réditos económicos para sus inversionistas aprovechando las oportunidades existentes, considerando que existe un escenario ideal para crear la empresa que cubrirá las expectativas de nuestros demandantes.
2. En el marco teórico se analizó los contenidos de lo que es una empresa y sus características, los tipos de servicios, comercialización, el transporte y su clasificación, los diversos tipos de mercados; los estados financieros y su análisis, la evaluación financiera a través del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Beneficio/Costo, Período de Recuperación de la Inversión.
Las aseveraciones descritas en el marco teórico sustentaron el desarrollo del Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero y Evaluación Financiera e Impactos.
3. En el estudio de mercado se analizó el servicio y la comercialización de neumáticos al cual la empresa está direccionada, lo que nos permitió conocer las cantidades de servicios y productos que los demandantes adquieren para su unidad de transporte, la identificación de las empresas oferentes y su participación en el mercado local, los precios de competencia, permitiendo así determinar la demanda insatisfecha tanto en servicio como en producto.

4. En el estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto en función de las actividades efectivas.
Además se focalizó la zona y lugar donde operaría la empresa, la estructura de inversiones fijas y diferidas, se calculó el capital de trabajo, reglas de financiamiento y los costos de prestación del servicio.
La cuantificación de inversiones, costos y tecnología que sirvió de base para la evaluación financiera del proyecto y determinar su viabilidad.
5. En el estudio financiero se determinó los ingresos por venta de los Servicios y Comercialización, las proyecciones de costos de operación, gastos, se calculó y determinó el punto de equilibrio, se estructuró los Estados Financieros; y para la evaluación económica se tomó en consideración la aplicación de indicadores de rentabilidad, que luego de ser evaluados se obtuvo un escenario positivo que promueve la aceptación del proyecto ya que generará rentabilidad con una Tasa Interna de Retorno Superior.
6. En la propuesta estratégica se determinó la base legal de la empresa, el nombre comercial, su constitución, filosofía, estructura organizativa, manual de funciones y reglamento interno.
Adicionalmente presentamos estrategias de marketing y financieras, información que permitirá la funcionalidad y operatividad a la empresa.
7. Los impactos en los diferentes aspectos determinan un alto nivel positivo, por lo que los impactos económico, social y ambiental el presente proyecto se acoge a sus normas sin generar afectación negativa.

RECOMENDACIONES

Luego del trabajo investigativo y utilizando parámetros y efectivamente demostrados como exitosos y prácticos obtenemos como resultado las siguientes recomendaciones:

1. Establecer como punto de partida la existencia de necesidades insatisfechas en la prestación de servicios de enllantaje, balanceo, alineación, así como el indispensable complemento de comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra, a sabiendas que desde este tiempo que constituye la capital de la provincia se proporciona un elevado porcentaje de vehículos para los servicios de transportación urbana intercantonal, interprovincial, así como de transporte de carga hacia el centro del país y a la frontera con Colombia, por lo que el factor básico de la existencia real de potenciales clientes está más que garantizados, afirmación que se contempla con las estadísticas que se encuentran incorporadas a este proyecto. La necesidad de servicios, la inexistencia de prestación de los mismos con uso de maquinaria y con alta tecnología también está plenamente justificados, lo que se requiere es la implementación del proyecto, la difusión del mismo, la prestación de servicios de calidad, condiciones que determinaran su lugar sin dudar el éxito de la empresa.
2. Relacionarse con los conceptos de los aportes bibliográficos detallados en el marco teórico del presente estudio, con el fin de ampliar el horizonte, conocer y tener claro sobre los ejes fundamentales del proyecto.
3. Resaltar el estudio de mercado efectuado que se relaciona con el direccionamiento en la prestación de servicios y comercialización, permitiendo identificar y establecer el grado de participación porcentual en el mercado local así como la necesidad, consumo,

productos de preferencia y el tiempo de vida útil del neumático para establecer la rotación y consumo anual. De este análisis que consta ampliamente en el presente trabajo.

Evaluar el sector insatisfecho, de manera más amplia en prestación de servicio especializado para transporte pesado y en comercialización de neumáticos, para afirmar categóricamente que es conveniente cubrirlas con la implantación de un tecnicentro especializado en transporte pesado.

4. Basarse en el presupuesto técnico que le servirá como guía de los costos y gastos que la empresa incurrirá en el tiempo determinado, además considerar que el proyecto se ha establecido en un lugar óptimo acorde a las necesidades de los posibles consumidores; el mismo que debe tener una adecuada estructura al momento de la edificación para que los espacios sean suficientes en el área de servicio a ofrecer, considerando la movilidad y servicios complementarios.
5. Tomar en cuenta que un análisis financiero es la columna vertebral de todo negocio o proyecto, el mismo que refleja su rentabilidad; razón por la cual acogerse a los parámetros establecidos en el estudio realizado para lograr cumplir los objetivos que la empresa se plantee permitiéndole ser una organización sustentable y reconocida en el mercado local.
6. Direccionarse al cumplimiento con la propuesta estratégica con el afán de garantizar a los inversionistas seguridad y estabilidad en la actividad económica. Además mantener organizado al talento humano de acuerdo a sus funciones en cada área rigiéndose por el reglamento interno de la empresa como sustento legal de cumplimiento de normativas.

7. Se recomienda cumplir con las normas de seguridad, calidad y protección del medio ambiente concientizando mediante campañas publicitarias el cuidado de un ambiente libre de CO₂, dando a conocer a los transportistas que el mantenimiento de las unidades es indispensable ya que están contribuyendo con el ambiente emitiendo menos CO₂ al circular con sus unidades vehiculares en perfecto estado alargando la vida útil de sus neumáticos.

Insonorizar el ambiente de trabajo donde se va a ubicar la maquinaria para no generar trastornos psicológicos causados por el ruido.

BIBLIOGRAFÍA

AMARU, C.A. (2009) *Fundamentos de la Administración*. México: Editorial Pearson.

BACA, U.G. (2006) *Evaluación de Proyectos*. Corea: Editorial Mc Graw Hill Interamericana.

BESLEY, B. (2009) *Fundamentos de Administración Financiero*. Quito-Ecuador: Editorial Nuevo Día.

Boulanger, F. J. (2007). *Costos Industriales*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

CHILQUINGA J. Manuel; *Costos*, Primera Edición, Imprenta Offset Graficolor, Ibarra Ecuador, 2007.

DIAZ,M. (2009) *Proyectos Formulación y Criterios de Evaluación*. Colombia: Editorial Alfaomega.

Dr. Sampieri, Roberto; Dr. Fernández, Carlos y Dra. Baptista, Pilar (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

JARAMILLO, F. (2009) *¿Cómo Hacer Análisis Financiero?*. Colombia: Editorial Alfaomega Colombiana S. A.

LOVELOCK, C. (2009) *Marketing de Servicios Personal Tecnología y Estrategia*. México: Editorial Pearson Educación.

MORALES, J. (2009) *Proyectos de Inversión - Evaluación y Formulación*. México: Editorial Mc Graw Hill.

ORLANDO, G. (2007). *Diccionario Contable*. Buenos Aires: Ediciones Vallete.

PAREDES, Carmen Y José Luis. (2008) *Manual de Contabilidad de Costes*. Buenos Aires: Editorial Delta Publicaciones

THOMPSON, A.A. (2012) *Administración Estratégica*. México: Editorial Mc Graw Hill.

ZAPATA S, P. (2008). *Contabilidad General*. Ecuador: Mc Graw Gill.

LINKOGRAFIA

<http://www.google.com/search?q=TRANSPORTE+LIVIANO#sclient>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Neum%C3%A1tico>

<http://palabrasyvidas.com/la-palabra-enlantar-significa.html>

<http://www.urbantuning.com/noticias-motor-78/7638-alineacion-que-es-y-para-que-sirve.html>

http://www.automotrizmiga.com.mx/page_1176243152546.html

<http://es.thefreedictionary.com/maquinaria>

<http://www.wordreference.com/definicion/infraestructura>

<http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

[\(http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n)

<http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>

<http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-ventas.html>

https://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros

<http://www.slideshare.net/edialberto/presentacion-inicial-diagramacion-y-tipos-de-diagramas>

ANEXOS

ANEXO 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**



ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE VEHICULOS DE TRANSPORTE DE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA-PROVINCIA DE IMBABURA

Nº DE ENCUESTA:.....FECHA:..... LUGAR:.....

1. INFORMACION GENERAL

OBJETIVO:

1. Determinar el servicio existente de enllantaje, alineación, balanceo y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra.

Señale con una X la respuesta que usted considera correcta:

1. ¿Dónde acude usted regularmente a realizar los servicios de enllantaje, alineación y balanceo de su vehículo?

Vulcanizadoras ()
Tecnice centros Automotrices ()
Mecánicas ()
Otros

2. ¿En los lugares que usted frecuenta para realizar el mantenimiento de enllantaje, alineación y balanceo de su vehículo, obtiene un servicio de calidad?

Siempre ()
Casi Siempre ()
Nunca ()

3. ¿Al momento de realizar la alineación, balanceo y enllantaje de su vehículo, su grado de satisfacción es:

Alta ()
Media ()
Baja ()

4. Los precios que actualmente paga por el servicio de alineación, balanceo y enllantaje de su vehículo son:

Económicos ()
Accesibles ()
Costosos ()

5. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir neumáticos y recibir los servicios complementarios de enllantaje, balanceo y alineación en un solo lugar con la utilización de maquinaria de última tecnología?

Siempre ()
Casi Siempre ()
Nunca ()

6. Considera que los Tecnicentros Automotrices y Vulcanizadoras de la ciudad cuentan con la Infraestructura y Maquinaria adecuada para efectuar los servicios de enllantaje, alineación y balanceo de vehículos de transporte pesado?

Todos ()
Pocos ()
Ninguno ()

7. ¿Considera usted que la ciudad de Ibarra requiere de un Tecnicentro para servicio de enllantaje alineación y balanceo para vehículos de transporte pesado con la utilización de maquinaria e infraestructura de última tecnología?

Mucho ()
Poco ()
Nada ()

8. ¿Qué marcas de neumáticos son de su preferencia?

Continental	()	General	()
Double Coin	()	Khumo	()
Bridgestone	()	Michelin	()
Antyre	()	Triangle	()
Hankook	()	Yokohama	()
Otros			

9. ¿Los neumáticos que usted adquiere los prefiere por:

Precio	()	Calidad	()
Durabilidad	()	Garantía	()
Otros.....			

10. ¿Con qué frecuencia realiza usted la compra de neumáticos para a su vehículo?

Trimestral	()
Semestral	()
Anual	()

11. ¿De construirse un Tecnicentro para servicio de enllantaje alineación, balanceo y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado con la utilización de maquinaria de última tecnología, por cual medio de comunicación le gustaría que se realice la publicidad para darse a conocer?

Radio	()	Televisión	()
Prensa	()	Internet	()
Volantes	()		

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION!

ANEXO 2

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**



**ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CLIENTES QUE REQUIEREN DE
LOS SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO Y
ADQUIEREN NEUMÁTICOS PARA VEHICULOS DE TRANSPORTE
PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA**

Nº DE ENCUESTA:.....FECHA:..... LUGAR:.....

1. INFORMACION GENERAL

OBJETIVO:

1. Determinar la demanda insatisfecha del servicio de enllantaje, alineación, balanceo y conocer la cantidad de neumáticos que adquieren para vehículos de transporte pesado en la ciudad de Ibarra.

Conteste la respuesta que usted considera correcta:

1. ¿Con qué frecuencia y qué cantidad de los siguientes servicios realiza a sus clientes?:

FRECUENCIA: ENLLANTAJE: ()

FRECUENCIA: BALANCEO ()

FRECUENCIA: ALINEACION ()

2. ¿Qué cantidad de neumáticos compra al año)

Dos () Cuatro ()

Seis () Ocho ()

Doce () Otros ()

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE TECNICENTROS Y VULCANIZADORAS QUE OFRECEN SERVICIOS DE ENLLANTAJE, ALINEACIÓN Y BALANCEO PARA VEHICULOS DE TRANSPORTE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA

A. DATOS INFORMATIVOS

ENTREVISTADO:

LUGAR DE LA ENTREVISTA:

HORA Y FECHA:

FECHA DE CREACIÓN DE SU NEGOCIO:

B. OBJETIVO

Recabar información la cual permitirá consolidar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios, balanceo y alineación y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado.

C. CUESTIONARIO

¿Con qué frecuencia y qué cantidad de los siguientes servicios realiza a sus clientes?:

FRECUENCIA: ENLLANTAJE: ()

FRECUENCIA: BALANCEO ()

FRECUENCIA: ALINEACION ()

ANEXO 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE LOCALES COMERCIALES DE VENTA DE NEUMATICOS PARA VEHICULOS DE TRANSPORTE PESADO DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA

A. DATOS INFORMATIVOS

ENTREVISTADO:

LUGAR DE LA ENTREVISTA:

HORA Y FECHA:

FECHA DE CREACIÓN DE SU NEGOCIO:

B. OBJETIVO


Recabar información la cual permitirá consolidar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios, balanceo y alineación y comercialización de neumáticos para vehículos de transporte pesado.

C. CUESTIONARIO

¿Qué cantidad de neumáticos para vehículos de transporte pesado vende en su establecimiento mensualmente?

ANEXO 5

FACTURA COMERCIAL

		FACTURA SERIE 001-001 - 00 RUC:1001855673001 AUT. SRI: 1114193969 FECHA DE AUTORIZACION: 17/ENERO/2014			
FECHA:	NUMERO DE FACTURA	PLAZO	VENDEDOR		
CLIENTE: DIRECCIÓN:	TELF:		R.U.C.:		
CÓDIGO DEL PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO CON DESCUENTOS	PRECIO UNITARIO AL PÚBLICO	VALOR TOTAL AL PÚBLICO
RECIBI CONFORME _____ NOMBRES Y APELLIDOS		_____ FIRMA / C.I / R.U.C.		SUB TOTAL 12 % IVA TOTAL:	
PAGARE A LA ORDEN DE IBALLANTA					
Debe(mos) y pagare(mos) a _____ días vista a la orden de _____ De la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, la cantidad de: _____ Dólares.					
Por igual valor que tengo recibo en mercadería comprada a crédito, esta cantidad me (nos) obliga (amos) a devolverla al vencimiento del plazo expresado en moneda de curso legal, también me (nos) obliga (amos) a pagar el interés del _____ % nominal anual, desde la suscripción hasta la completa cancelación, en caso de mora pagare(mos) adicionalmente desde la fecha de vencimiento de esta obligación los intereses a la más alta tasa contractual permitida, más todos los gastos judiciales y extrajudiciales que ocasione el cobro, bastando para determinar el monto de tales gastos la sola afirmación del acreedor.					
El fiel cumplimiento de lo acordado me (nos) obliga (amos) con todos mis (nuestros) bienes presentes y futuros, además renuncio (amos) domicilio a toda ley o excepción que pudiera favorecerme (nos) en juicio o fuera de él y me (nos) sujeto (amos) a los jueces de la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra. Renuncio (amos) también el derecho de interponer el recurso de apelación y el de hecho de las providencias que se expidieren en el (nos) juicios que se diere(n) lugar. El pago de este pagare no podrá hacerse por partes ni aún por mis(nuestros) herederos. Exímese al acreedor de las obligaciones del protesto y de aviso por falta de pago.					
					Original: Cliente

José Rafael Vaca Andrade • Imprenta "Vaca J" Ibarra • R.U.C. 1000413573001 • Autorización S.R.I. 1433 • CADUCA: 17/ENERO/2015 • Num.: 201 - 250

ANEXO 7

FORMATO DE CERTIFICADO DE DEPÓSITO A PLAZO FIJO COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "ATUNTAQUI"

	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ATUNTAQUI LTDA.	CERTIFICADO DE DEPÓSITO Y PLAZO FIJO	0145969
AGENCIA CARAPUNGO	Entidad autorizada por la superintendencia de Bancos Mediante resolución No. 85 - 143 del 14 de Octubre de 1985, Para realizar intermediaciones financieras con el público en general		
CLIENTE	Nombre(s) beneficiario(s) <input type="text"/>	Fecha Emisión 01 de enero del 2013	Cuenta 021DPFP00028755
C.I./RUC <input type="text"/>	Dirección <input type="text"/>	Oficina SUCURSAL IBARRA	Teléfono <input type="text"/>
Dias Plazo 360	Tasa de Interés 9.35%	Fecha de Vencimiento 31 de diciembre del 2013	Valor Neto 264.000,00 dólares
Valor Nominal 264.000,00	Impuestos 493,68	Valor de Vencimiento 288.684,00	
Valor Intereses 24.684,00	Retención 00 DÓLARES		
El beneficiario del certificado declara que los fondos entregados en depósitos tienen origen lícito y que los fondos recibidos una vez vencido el plazo no serán destinados a ninguna actividad relacionada con la producción, consumo o comercialización de sustancias estupefacientes o psicotrópicas y autoriza a la Cooperativa para que dentro de las normas de sigilo bancario efectúe las indagaciones para comprobar el origen de los fondos de esta inversión y en caso de que se inicien acciones judiciales o investigaciones relacionadas con las actividades antes relacionadas, autoriza proporcionar a las autoridades competentes la información que estas demanden; además exime a la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Atuntaqui" Ltda. de toda responsabilidad, inclusive respecto de terceros si esta declaración fuese falsa o errónea.			
La caja fuerte del Ecuador			

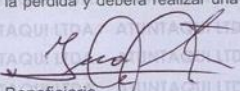

Cedo la totalidad de los derechos contenidos en el presente Certificado de depósito a favor de:

Cedente	Cesionario	Coop. Atuntaqui Ltda.
Nombre:	Nombre:	
Ci/Ruc/Pas:	Ci/Ruc/Pas:	
Lugar y fecha:		

Esta Cesión deberá ser notificada a la Cooperativa "Atuntaqui" Ltda. para su registro respectivo.

TÉRMINOS Y CONDICIONES

- 1.-La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Atuntaqui" Ltda. emite el presente CERTIFICADO DE DEPÓSITO A PLAZO de conformidad con lo prescrito en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.
- 2.- El presente CERTIFICADO se encuentra asegurado por el sistema de Seguros de Depósitos hasta por la cobertura vigente definida por la Ley. La Corporación del Seguro de Depósitos es aseguradora de los depósitos hasta por la cobertura vigente por persona natural o jurídica salvo las excepciones establecidas en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero incluida por la Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera y demás normativas aplicables.
- 3.-Este CERTIFICADO dejará de ganar intereses desde la fecha de su vencimiento; el capital y los intereses se pagarán conforme se haya pactado, deduciendo los impuestos respectivos, según las normas tributarias.
- 4.-En caso de que el socio o beneficiario de este CERTIFICADO no concurriera a cancelar personalmente o por medio de su apoderado en las 72 horas siguientes al vencimiento, este CERTIFICADO se renovará en forma automática bajo las condiciones contenidas anteriormente, excepto en la tasa de interés la cual será a la tasa vigente al momento de la renovación, renunciando a cualquier reclamo por esta renovación.
- 5.- La cancelación de los valores correspondientes a este documento se realizará a favor del titular del mismo y en caso de cesión esta deberá estar registrada en la Cooperativa.
- 6.- En caso de pérdida, destrucción o robo del certificado de depósito a plazo fijo su titular o apoderado notificará a la Cooperativa inmediatamente a la pérdida y deberá realizar una publicación en la prensa para la anulación del Certificado.

 Beneficiario C.I. <input type="text"/>	 Coop. de Ahorro y Crédito Atuntaqui Ltda.
--	--