



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER  
DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ DEDICADO AL SERVICIO Y  
MANTENIMIENTO TÉCNICO, UBICADO EN EL SECTOR NORTE DE  
QUITO**

**Proyecto de investigación previo la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración de Marketing Interno y Externo**

**Autora: Carmen Adriana Cardoso Dulce**

**Tutor: Ing. Ricardo Cevallos**

**Quito, Octubre 2014**



---

## DECLARACIÓN Y APROBACIÓN DE LOS TUTORES Y EL LECTOR

---

Proyecto de factibilidad para la creación de un taller de mecánica automotriz dedicado al servicio y mantenimiento técnico, ubicado en el sector norte de Quito.



### **Declaratoria.**

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Carmen Adriana Cardoso Dulce.  
CC 1717262610.



### **Cesión de derechos.**

Yo, Carmen Adriana Cardoso Dulce alumna de la Escuela de Administración de Marketing Interno y Externo, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

-----  
CC 1717262610

---

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Cardoso Dulce Carmen Adriana**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración de empresas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de Marketing Interno y Externo, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"CREACIÓN DE UN TALLER DE MECÁNICA AUTOMOTRIZ DEDICADO AL SERVICIO Y MANTENIMIENTO TÉCNICO, UBICADO EN EL SECTOR NORTE DE QUITO"**, el cual incluye la creación y desarrollo de un taller automotriz que brinda un servicio de calidad para el mantenimiento vehicular, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una taller automotriz, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del taller automotriz descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del taller; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la consultora que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o

utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil catorce.

f) \_\_\_\_\_

Cardoso Dulce Carmen Adriana

C.C. N° 1717262610

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**



### **Agradecimientos.**

El presente trabajo de tesis primero quiero agradecer a Dios por bendecirme y poder llegar hasta donde he llegado y cumplir este sueño anhelado.

Al INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" por brindarme los conocimientos adquiridos y llegar a ser profesional.

A mi director de tesis Ing. Ricardo Cevallos por el esfuerzo, dedicación y paciencia al momento de transmitirme sus conocimientos y lograr en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También quiero agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional los mismos que me ayudaron ampliar mis conocimientos, motivarme y apoyarme en mi formación académica.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga



## **Dedicatoria**

A:

Dios por darme la oportunidad de vivir y bendecir cada uno de mis pasos, fortaleciéndome cada día para que mis sueños se cumplan.

Mis padres Guadalupe y Euclides por darme la vida, por formar en mí una persona de bien, por consentirme y apoyarme en cada paso que quiero dar en mi crecimiento profesional.

Mis dos sobrinos Felipe y Dilan por ser mi inspiración y poder llegar a ser un ejemplo a seguir.

Mis hermanos M. Fernanda y Alejandro por creer en mí y por su apoyo incondicional.

Mis tías Leticia, Paola y mamita Martha por estar siempre pendientes de mi formación académica y por brindarme siempre su apoyo.

Mis amigos, Nathali, Jorge, Patricia, Isabel, Cesar por compartir los buenos y malos momentos de mi vida.

David Núñez por ser mi apoyo, mi amigo incondicional y por estar siempre pendiente de mi desarrollo profesional, compartiendo conmigo sus conocimientos y ayudándome a fortalecer los míos.

Una persona tan especial que llego a ser parte de mi vida, la cual impartió mucha felicidad y dedicación a las cosas que hago la misma que siempre estuvo pendiente de mi desenvolvimiento como persona y profesional, que por motivos de la vida en este momento no está a mi lado pero sé que de corazón lo está.

Todos aquellos familiares que de pronto en este momento de inspiración se me olvidan.

---

## Resumen Ejecutivo

El presente trabajo es un Estudio para la creación de una empresa nueva que se dedica al servicio y mantenimiento técnico automotriz en el Distrito Metropolitano de Quito, contiene información de datos importantes que se deben tomar en cuenta para su funcionamiento.

Primeramente se realiza el Estudio de Mercado donde se analiza la oferta y la demanda tanto histórica como proyectada del servicio, luego el Estudio Técnico que cuantifica la capacidad de asistencia y los requerimientos para su desarrollo, seguido del Estudio Organizacional que permite identificar los requerimientos necesarios para que la empresa este legalmente constituida así como su respectiva organización, luego se presenta el Estudio Financiero donde se hace varios análisis financieros que permiten establecer la rentabilidad del proyecto.

Finalmente encontramos Conclusiones y Recomendaciones que permitirán una óptima toma de decisiones.

Es un trabajo muy práctico que servirá de guía para todos quienes estamos involucrados en el mundo de la Administración de Empresas.

## **Abstract**

The present work is a Study for the creation of a new company that one dedicates to the service and technical self-propelling maintenance in the Metropolitan District of Quito, contains information of important information that must be born in mind for his functioning.

First the Market research is realized where the offer and the demand is analysed both historical and projected of the service, then the Technical Study that quantifies the capacity of assistance and the requirements for his development followed of the Study Organisational that allows to identify the necessary requirements in order that the company this one legally constituted as well as his respective organization, then one presents the Financial Study where there are done several financial analyses that allow to establish the profitability of the project.

Finally we find Conclusions and Recommendations that will allow an ideal capture of decisions.

It is a very practical work that will use as guide for all who we are involved in the world of the Administration of Companies.



## Indices

DECLARACIÓN Y APROBACIÓN DE LOS TUTORES Y EL LECTOR .....	ii
Declaratoria .....	iii
Cesión de derechos.....	iv
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..	v
Agradecimientos. ....	vii
Dedicatoria .....	viii
Abstract .....	x
<b>Índice de tablas</b> .....	xvii
<b>Índice de figuras</b> .....	xx
<b>Capítulo I</b> .....	1
Introducción .....	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes .....	2
<b>Capítulo II</b> .....	4
Análisis situacional .....	4
2.01 Ambiente externo .....	4
2.01.01 factor Económico.....	4
2.01.01.01 <i>Producto Interno Bruto (PIB)</i> .....	5
2.01.01.02 Inflación. ....	6
2.01.01.03 <i>Tasas de Interés</i> .....	8
2.01.01.03.01 <i>Tasa de Interés Activa</i> . ....	8
2.01.01.03.02 <i>Tasa de Interés Pasiva</i> . ....	10



---

2.01.01.04 Balanza Comercial. ....	11
2.01.01.05 Riesgo País. ....	12
2.01.02 Factor Social. ....	14
2.01.02.02 Tasa de Desempleo. ....	14
2.01.03 Factor Legal. ....	16
2.01.03.01 Poderes del Estado. ....	16
2.01.03.01.01 Poder Legislativo. ....	16
2.01.03.01.02 Poder Ejecutivo. ....	16
2.01.03.01.03 Poder Judicial. ....	17
2.01.03.01.04 Poder Electoral. ....	17
2.01.03.02 Principales Leyes Que Rigen la Actividad Comercial. ....	17
2.01.03.02.01 Código de Trabajo. ....	17
2.01.03.02.02 Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno. ....	18
2.01.03.02.03 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. ....	18
2.01.03.02.04 Ley de Patentes y Marcas. ....	18
2.01.03.03 Instituciones que Rigen las Actividades Comerciales. ....	18
2.01.03.03.01 Ministerio de Trabajo. ....	18
2.01.03.03.02 Servicio de Rentas Internas (SRI). ....	19
2.01.04 Factor Tecnológico. ....	19
2.02 Entorno Local. ....	20
2.02.01 Clientes. ....	20
2.02.02 Proveedores. ....	21
2.02.03 Competidores. ....	21
2.03 Análisis Interno. ....	22

---



---

2.03.01 Propuesta Estratégica. ....	22
2.03.01.01 Plan Estratégico.....	22
2.03.01.01 Misión.....	24
2.03.01.02 Visión. ....	24
2.03.01.03 Objetivo. ....	25
2.03.01.03.01 Objetivo General. ....	25
2.03.01.03.02 Objetivo Específicos.....	25
2.03.01.04 Principios y Valores. ....	25
2.03.01.05 Logotipo y Slogan. ....	26
2.03.02 Gestión Administrativa. ....	27
2.03.02.01 Organigrama.....	27
2.03.02.02 Manual de Funciones.....	28
2.03.02.03 Perfil del Cargo. ....	30
2.03.03 Gestión Operativa.....	32
2.03.03.01 Descripción del Proceso. ....	34
2.03.04 Gestión Comercial.....	36
2.03.04.01 Estrategias de Producto. ....	36
2.03.04.02 Estrategias de Promoción. ....	36
2.03.04.03 Estrategias de Precio. ....	36
2.04 Análisis FODA.....	36
<b>Capítulo III</b> .....	<b>38</b>
Estudio de Mercado.....	38
3.01 Análisis del Consumidor .....	38
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra. ....	38

---



---

3.01.01.02 Tamaño de la Muestra. ....	38
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.....	40
3.01.02.01 Encuesta. ....	40
3.02 Oferta.....	52
3.02.01 Oferta Histórica. ....	53
3.02.02 Oferta Actual. ....	53
3.02.03 oferta proyectada. ....	53
3.04 Demanda .....	54
3.04.01 Demanda Histórica. ....	54
3.04.02 Demanda Actual. ....	55
3.04.03 Demanda Proyectada.....	55
3.05 Balance Oferta-Demanda .....	56
3.05.01 Balance Actual. ....	56
3.05.02 Balance Proyectado.....	56
<b>Capítulo IV</b> .....	<b>58</b>
Estudio Técnico.....	58
4.01 Tamaño del Proyecto.....	58
4.01.01 Capacidad Instalada. ....	58
4.01.02 Capacidad Óptima.....	59
4.02 Localización .....	59
4.02.01 Macro localización. ....	59
4.02.03 Localización Óptima. ....	60
4.03 Ingeniería del Producto .....	62
4.03.01 Definición del ByS.....	62

---



---

4.03.02 Distribución de la Planta. ....	62
4.03.03 Matriz SLP. ....	63
4.03.04 Ingeniería del Proyecto. ....	64
4.03.05 Descripción del Proyecto. ....	66
4.03.04 Maquinaria. ....	66
4.03.05 Equipos.....	66
4.03.05.01 <i>Requerimiento de Recursos Humanos.</i> ....	67
4.03.05.02 <i>Requerimientos de Equipo de Oficina.</i> ....	67
4.03.05.03 <i>Requerimiento de Insumos.</i> ....	68
<b>Capítulo V</b> .....	70
Estudio Financiero .....	70
5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	70
5.02 Costos.....	71
5.02.01 Costo Directo. ....	71
5.02.02 Costos Indirectos.....	71
5.02.03 Gastos Administrativos. ....	72
5.02.04 Costos de Ventas.....	72
5.02.05 Costos Financieros. ....	72
5.02.06 Costos Fijos y Variables. ....	73
5.03 Inversiones .....	74
5.03.01 Inversión Fija. ....	75
5.03.01.01 <i>Activos Fijos.</i> .....	75
5.03.01.02 <i>Activos Nominales (Diferidos).</i> ....	75
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	76

---



---

5.03.04 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización).....	78
5.03.05 Depreciaciones (Tabla de Depreciación). ....	79
5.03.06 Estado de Situación Inicial.....	79
5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años). ....	80
5.03.08 Flujo de Caja. ....	80
5.04 Evaluación.....	81
5.04.01 Tasa de Descuento. ....	82
5.04.02 VAN. ....	82
5.04.03 TIR. ....	83
5.03.05 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	83
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio). ....	84
5.04.06 Punto de Equilibrio. ....	85
5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	86
<b>Capítulo VI</b> .....	87
Análisis de Impacto.....	87
6.01 Impacto Ambiental Agua .....	87
6.02 Impacto Económico .....	87
6.03 Impacto Productivo .....	87
6.04 Impacto Social.....	88
<b>Capítulo VII</b> .....	89
7.01 Conclusiones .....	89
7.02 Recomendaciones.....	89



## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Producto Interno Bruto.....	5
<b>Tabla 2</b> Inflación .....	7
<b>Tabla 3</b> Tasa de Interés Activa.....	8
<b>Tabla 4</b> Tasa de Interés Pasiva .....	10
<b>Tabla 5</b> Riesgo País .....	12
<b>Tabla 6</b> Tasa de Desempleo .....	15
<b>Tabla 7</b> Clientes.....	20
<b>Tabla 8</b> Proveedores .....	21
<b>Tabla 9</b> Competidores .....	22
<b>Tabla 10</b> Pregunta 1 .....	43
<b>Tabla 11</b> Pregunta 2 .....	44
<b>Tabla 12</b> Pregunta 3 .....	45
<b>Tabla 13</b> Pregunta 4 .....	46
<b>Tabla 14</b> Pregunta 5 .....	46
<b>Tabla 15</b> Pregunta 6 .....	47
<b>Tabla 16</b> Pregunta 7 .....	48
<b>Tabla 17</b> Pregunta 8 .....	49
<b>Tabla 18</b> Pregunta 9 .....	50
<b>Tabla 19</b> Pregunta 10 .....	51
<b>Tabla 20</b> Oferta Proyectada.....	53
<b>Tabla 21</b> Demanda Histórica.....	54
<b>Tabla 22</b> Demanda Proyectada.....	55



---

<b>Tabla 23</b> Balance Actual .....	56
<b>Tabla 24</b> Balance Proyectado .....	57
<b>Tabla 25</b> Parámetros.....	61
<b>Tabla 26</b> Orden de Proximidad .....	62
<b>Tabla 27</b> Maquinaria .....	66
<b>Tabla 28</b> Requerimiento de Recursos Humanos .....	67
<b>Tabla 29</b> Equipo de Computación.....	67
<b>Tabla 30</b> Equipo de Oficina .....	68
<b>Tabla 31</b> Muebles y Enseres .....	68
<b>Tabla 32</b> Requerimiento de Insumos.....	69
<b>Tabla 33</b> Ingresos .....	71
<b>Tabla 34</b> Costos.....	72
<b>Tabla 35</b> Costos y Gastos.....	73
<b>Tabla 36</b> Costos Fijos y Variables .....	74
<b>Tabla 37</b> Inversión.....	74
<b>Tabla 38</b> Activos Fijos .....	75
<b>Tabla 39</b> Activo Nominal.....	76
<b>Tabla 40</b> Capital de Trabajo .....	76
<b>Tabla 41</b> Fuentes de Financiamiento.....	78
<b>Tabla 42</b> Amortización.....	78
<b>Tabla 43</b> Depreciación .....	79
<b>Tabla 44</b> Estado de Situación Inicial.....	79
<b>Tabla 45</b> Estado de Resultados Proyectados (a cinco años) .....	80
<b>Tabla 46</b> Flujo Efectivo.....	81

---



---

<b>Tabla 47</b> Tasa de Descuento.....	82
<b>Tabla 48</b> Van .....	83
<b>Tabla 49</b> Período de Recuperación.....	84
<b>Tabla 50</b> RCB.....	85
<b>Tabla 51</b> Punto de Equilibrio .....	86

## Indice de figuras

<b>Figura 1</b> Producto Interno Bruto .....	6
<b>Figura 2</b> Inflación.....	8
<b>Figura 3</b> Tasa de Interés Activa .....	9
<b>Figura 4</b> Tasa de Interés Pasiva.....	11
<b>Figura 5</b> Balanza Comercial.....	12
<b>Figura 6</b> Riesgo País .....	14
<b>Figura 7</b> Tasa de Desempleo .....	16
<b>Figura 8</b> Logo.....	26
<b>Figura 9</b> Slogan .....	27
<b>Figura 10</b> Organigrama .....	27
<b>Figura 11</b> SIMBOLOGIA .....	33
<b>Figura 12</b> Organigrama .....	34
<b>Figura 13</b> Servicio.....	36
<b>Figura 14</b> Pregunta 1 .....	43
<b>Figura 15</b> Pregunta 2 .....	44
<b>Figura 16</b> Pregunta 3 .....	45
<b>Figura 17</b> Pregunta 4 .....	46
<b>Figura 18</b> Pregunta 5 .....	47
<b>Figura 19</b> Pregunta 6 .....	48
<b>Figura 20</b> Pregunta 7 .....	49
<b>Figura 21</b> Pregunta 8 .....	50
<b>Figura 22</b> Pregunta 9 .....	51



---

<b>Figura 23</b> Pregunta 10 .....	52
<b>Figura 24</b> Datos Históricos .....	53
<b>Figura 25</b> Demanda Histórica .....	55
<b>Figura 26</b> Macro Localización .....	59
<b>Figura 27</b> Micro Localización.....	60
<b>Figura 28</b> Localización Óptima.....	61
<b>Figura 29</b> Matriz SLP.....	64
<b>Figura 30</b> Distribución de la Planta .....	65



## Capítulo I

### Introducción

El año 2013 en el mercado automotor nacional se comercializaron 113.812 vehículos nuevos. Al cierre del año el mercado evidencia una reducción del 6% en comparación con el volumen de venta registrado en el año 2012 y de 18.6% con relación al año 2011.

Durante todo el año 2013 la demanda de vehículos nuevos mostro un comportamiento estable, sin presentar variaciones significativas.

Los 113.812 vehículos nuevos comercializados en el año 2013 se distribuyeron geográficamente en las siguientes provincias el 40.8% en Pichincha, el 27% en el Guayas, el 7% en el Tungurahua, 5.6% en el Azuay, el 3.5% en Manabí, el 3% en Imbabura y el 13% restante en las demás provincias.

Las ventas acumuladas de los primeros cuatro meses del año ascienden a 36.875 unidades, con relación al mismo periodo del año anterior (36.440 unidades) el mercado evidencia un incremento del 1.19% y en relación al año 2012 (41.081 unidades) registra una disminución del 10.24%.

Las ventas de vehículos livianos (automóviles, camionetas, SUV'S y VANS'S) al mes de Abril totalizaron 33.035 unidades, en comparación con el año anterior (32.542 unidades), muestran un aumento del 1.51%.

### **1.01 Justificación**

El presente proyecto es realizado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes en el área automotriz brindando un servicio de calidad, con un accesible precio y con un asesoramiento acertado a las oportunas soluciones que se presenten, contando con un personal altamente calificado y con una infraestructura adecuada, permitiendo que de esta manera el cliente tenga la plena confianza y la seguridad de llevar su vehículo a nuestro taller.

El nivel de producción de autos en el país aumentado notablemente y cada vez con nuevos modelos y tecnologías más innovadoras, por esta razón se necesitan de más talleres automotrices que cubran la demanda insatisfecha con un servicio que cumpla con las especificaciones técnicas que buscan los clientes.

El taller automotriz se enfoca al mantenimiento preventivo y correctivo de automóviles a gasolina de uso particular y público, se enfoca principalmente en el funcionamiento impecable en todos los sistemas tanto eléctricos como mecánicos con el fin de asegurar la satisfacción y seguridad de nuestros clientes.

### **1.02 Antecedentes**

Se revisaron diversas fuentes referentes al manejo de los talleres automotrices, pudiéndose recolectar investigaciones relacionadas sobre el diseño, desarrollo y control de los mismos.

Como investigación en el área podemos destacar:

---

Elaboraron un proyecto titulado: “Proyecto de Inversión para la Creación de una Empresa de Servicios de Talleres Automotriz para la ciudad de Guayaquil de la Escuela Politécnica del Litoral”. Está enfocado al mercado de vehículos usados, brindando un servicio especializado, personalizado y eficaz. (SALAZAR MASACHE 2009).

Elaboraron un proyecto titulado: “Estudio Técnico-Económico para la Creación de un Taller de Servicios Automotrices en la Ciudad de Esmeraldas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”. Enfocada a cubrir la demanda insatisfecha del mercado automotor y al no contar con servicios técnicos de mantenimiento vehicular en la ciudad de Esmeraldas. (VALENCIA NAVARRETE 2011).

---

## Capítulo II

### Análisis situacional

Es un examen detallado de los factores internos y externos que pueden afectar al negocio. Crea una visión general de la organización que llevara a una mejor comprensión de los factores que influirán en un futuro

En el próximo análisis revisaremos los factores que influirán para el proyecto y la factibilidad del mismo para su ejecución.

#### 2.01 Ambiente externo

Es un conjunto de variables externas a la organización pero que la influyen, directa o indirectamente.

En el entorno externo, incluye el contexto económico, tecnológico, sociocultural, político-legal (llamado entorno contextual), y un conjunto de elementos que actúan más cercana y directa con la organización, tal como los clientes (actuales y futuros), proveedores, competidores, prescriptores, instituciones financieras, sindicatos, medios de comunicación, entre otros.

Se revisaran las variables de la empresa ya que son difíciles de prever y actúan directamente sobre el proyecto, es en donde se deben tomar las decisiones y medidas oportunas para adoptarse a los cambios que se presenten.

##### 2.01.01 factor Económico.

### **2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)**

El Producto Interno Bruto es el valor monetario total de la producción de bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un determinante período de tiempo. (<http://www.bce.fin.ec/>)

**Análisis:** Para la empresa es una oportunidad para invertir ya que existe un crecimiento el cual nos indica una posibilidad de generar fuentes de trabajo dentro del sector automotor

**Tabla 1 Producto Interno Bruto**

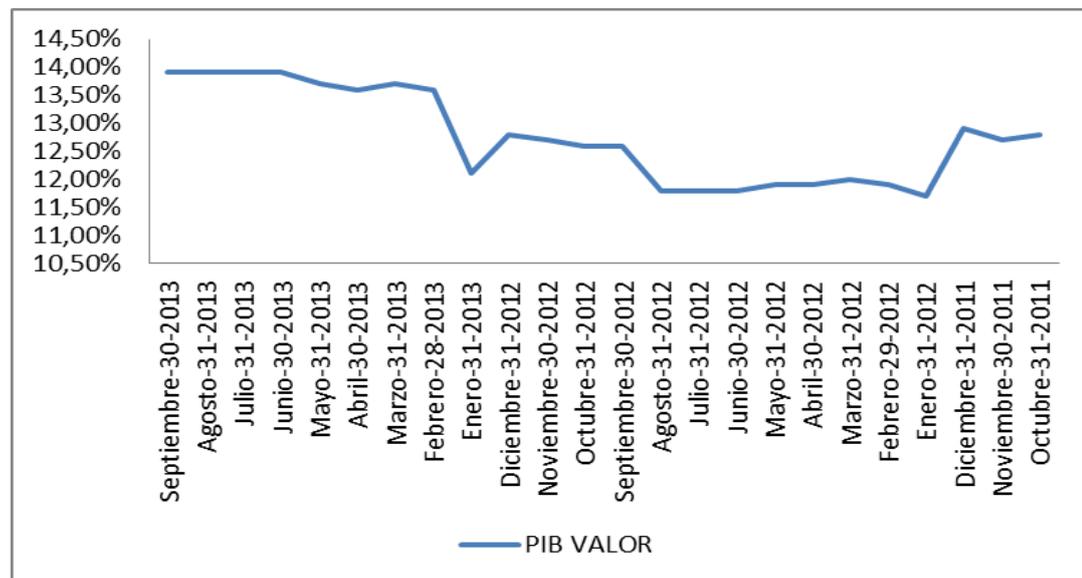
<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Septiembre-30-2013	13,90%
Agosto-31-2013	13,90%
Julio-31-2013	13,90%
Junio-30-2013	13,90%
Mayo-31-2013	13,70%
Abril-30-2013	13,60%
Marzo-31-2013	13,70%
Febrero-28-2013	13,60%
Enero-31-2013	12,10%
Diciembre-31-2012	12,80%
Noviembre-30-2012	12,70%
Octubre-31-2012	12,60%
Septiembre-30-2012	12,60%
Agosto-31-2012	11,80%
Julio-31-2012	11,80%
Junio-30-2012	11,80%
Mayo-31-2012	11,90%
Abril-30-2012	11,90%
Marzo-31-2012	12,00%
Febrero-29-2012	11,90%
Enero-31-2012	11,70%

Diciembre-31-2011	12,90%
Noviembre-30-2011	12,70%
Octubre-31-2011	12,80%

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/>

Elaborado por: Adriana Cardoso

**Figura 1 Producto Interno Bruto**



Fuente: <http://www.bce.fin.ec/>

Elaborado Por: Adriana Cardoso

### 2.01.01.02 Inflación.

Es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares

**Análisis:** Según este indicador es una amenaza para la empresa ya que en los últimos meses del año ha ido incrementando su valor, por tal motivo el costo en nuestro servicio tendría que aumentar.

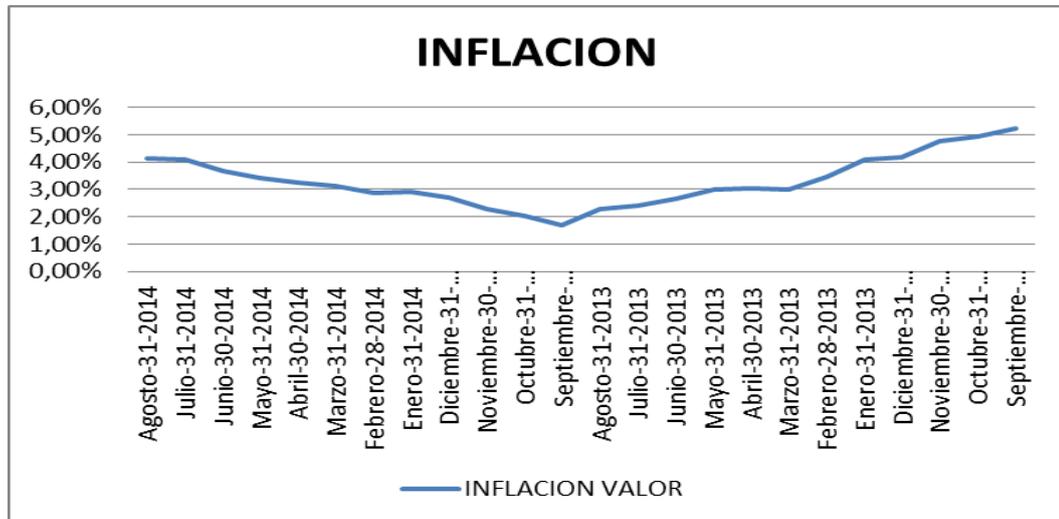
**Tabla 2 Inflación**

FECHA	VALOR
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %

**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado Por:** Adriana Cardoso

**Figura 2 Inflación**



**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado Por:** Adriana Cardoso

### ***2.01.01.03 Tasas de Interés.***

La tasa de interés es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como “el precio del dinero en el mercado financiero.”

#### ***2.01.01.03.01 Tasa de Interés Activa.***

Es el porcentaje que las instituciones bancarias de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos.

**Tabla 3 Tasa de Interés Activa**

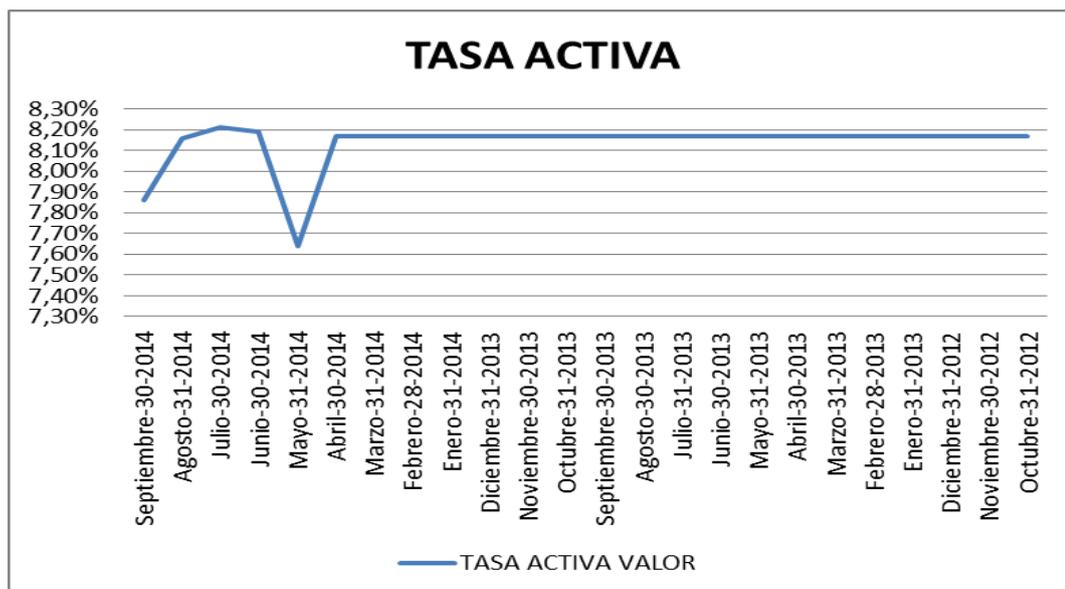
<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Septiembre-30-2014	7,86%
Agosto-31-2014	8,16%
Julio-30-2014	8,21%
Junio-30-2014	8,19%
Mayo-31-2014	7,64%
Abril-30-2014	8,17%

Marzo-31-2014	8,17%
Febrero-28-2014	8,17%
Enero-31-2014	8,17%
Diciembre-31-2013	8,17%
Noviembre-30-2013	8,17%
Octubre-31-2013	8,17%
Septiembre-30-2013	8,17%
Agosto-30-2013	8,17%
Julio-31-2013	8,17%
Junio-30-2013	8,17%
Mayo-31-2013	8,17%
Abril-30-2013	8,17%
Marzo-31-2013	8,17%
Febrero-28-2013	8,17%
Enero-31-2013	8,17%
Diciembre-31-2012	8,17%
Noviembre-30-2012	8,17%
Octubre-31-2012	8,17%

Fuente: <http://contenido.bce.fin.ec/>

Elaborado por: Adriana Cardoso

**Figura 3 Tasa de Interés Activa**



Fuente: <http://contenido.bce.fin.ec/>

Elaborado por: Adriana Cardoso

### 2.01.01.03.02 Tasa de Interés Pasiva.

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

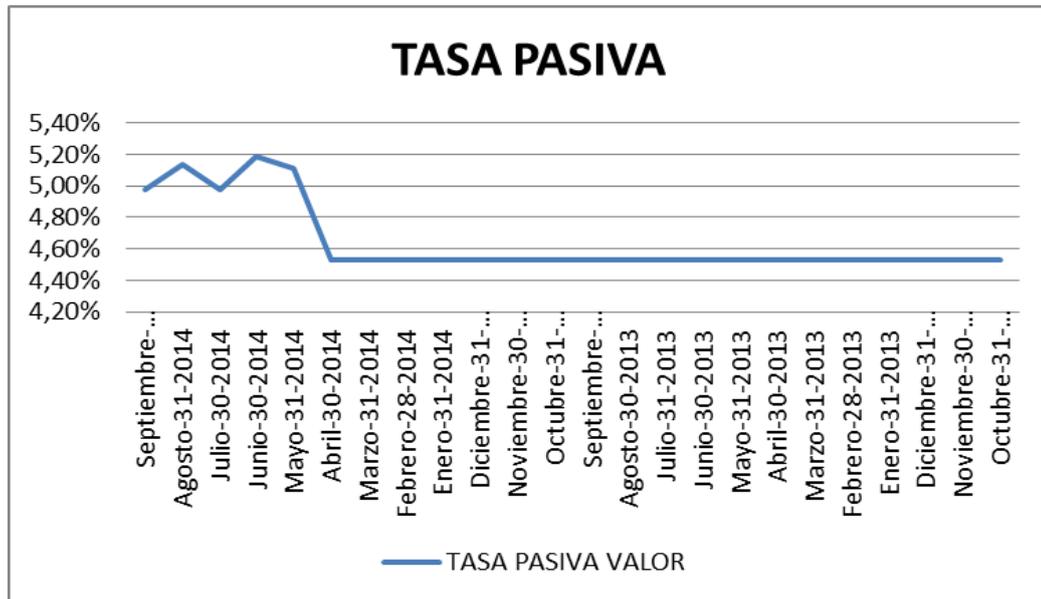
**Tabla 4 Tasa de Interés Pasiva**

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2014	4,98%
Agosto-31-2014	5,14%
Julio-30-2014	4,98%
Junio-30-2014	5,19%
Mayo-31-2014	5,11%
Abril-30-2014	4,53%
Marzo-31-2014	4,53%
Febrero-28-2014	4,53%
Enero-31-2014	4,53%
Diciembre-31-2013	4,53%
Noviembre-30-2013	4,53%
Octubre-31-2013	4,53%
Septiembre-30-2013	4,53%
Agosto-30-2013	4,53%
Julio-31-2013	4,53%
Junio-30-2013	4,53%
Mayo-31-2013	4,53%
Abril-30-2013	4,53%
Marzo-31-2013	4,53%
Febrero-28-2013	4,53%
Enero-31-2013	4,53%
Diciembre-31-2012	4,53%
Noviembre-30-2012	4,53%
Octubre-31-2012	4,53%

**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

**Figura 4 Tasa de Interés Pasiva**



**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

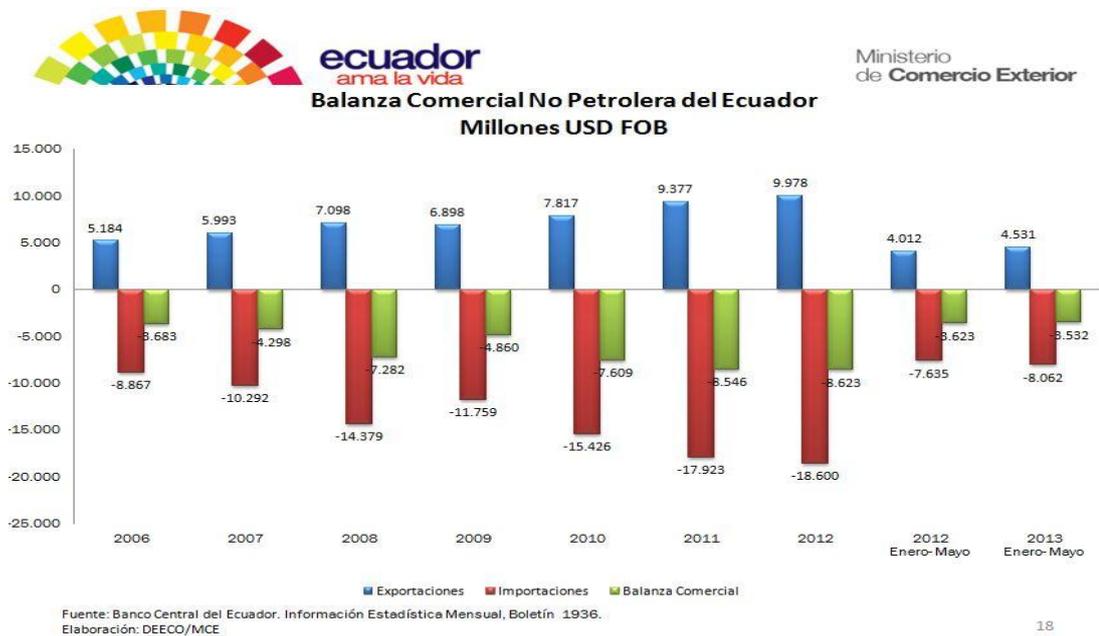
**Análisis:** Este indicador representa una oportunidad para la empresa ya que desde el mes de abril del 2014 ha tenido una estabilidad lo que nos permitiría realizar un préstamo bancario para la implementación de la misma.

#### **2.01.01.04 Balanza Comercial.**

La balanza de pagos contempla las importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles. Se utiliza para registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones; y el segundo cuando son mayores las exportaciones.

**Análisis:** Este indicador no nos genera mayor impacto ya que nuestro servicio va enfocado a empresas que importan y exportan.

**Figura 5 Balanza Comercial**



**Fuente:** <http://comercioexterior.gob.ec/balanza-comercial/>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

### 2.01.01.05 Riesgo País.

Es el riesgo de una inversión económica debido sólo a factores específicos y comunes a un cierto país. Puede entenderse como un riesgo promedio de las inversiones realizadas, mide en el tono político, económico, seguridad pública.

**Análisis:** Este indicador representa para la empresa una oportunidad ya que en el mes de septiembre del 2014 ha tenido una estabilidad la cual no perjudicará nuestra implementación del taller automotriz.

**Tabla 5 Riesgo País**

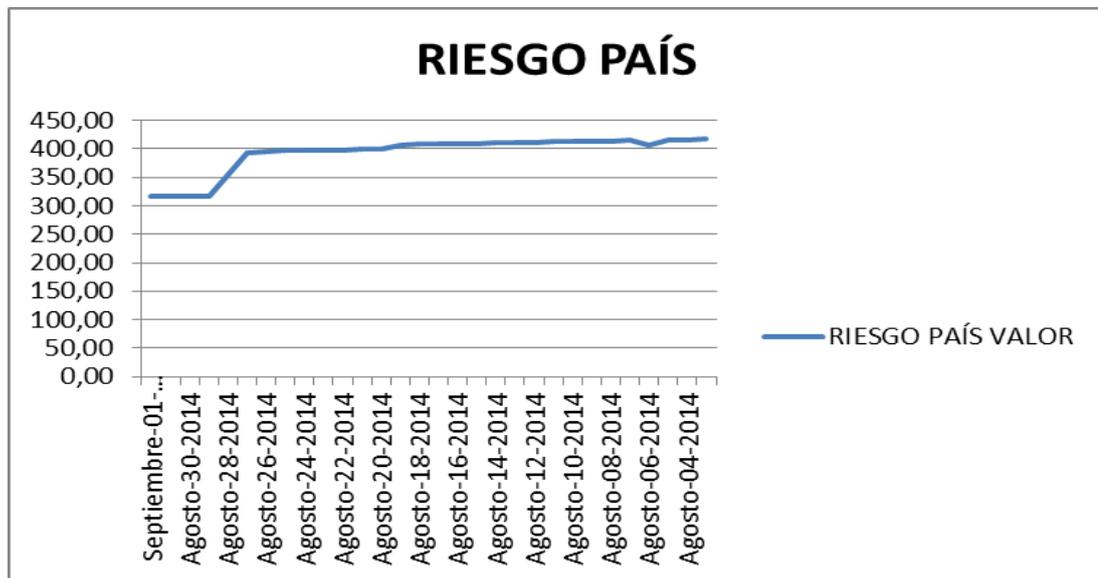
FECHA	VALOR
Septiembre-01-2014	316,00
Agosto-31-2014	316,00
Agosto-30-2014	316,00
Agosto-29-2014	316,00

Agosto-28-2014	354,00
Agosto-27-2014	393,00
Agosto-26-2014	396,00
Agosto-25-2014	397,00
Agosto-24-2014	398,00
Agosto-23-2014	398,00
Agosto-22-2014	398,00
Agosto-21-2014	400,00
Agosto-20-2014	399,00
Agosto-19-2014	406,00
Agosto-18-2014	408,00
Agosto-17-2014	409,00
Agosto-16-2014	409,00
Agosto-15-2014	409,00
Agosto-14-2014	410,00
Agosto-13-2014	410,00
Agosto-12-2014	412,00
Agosto-11-2014	413,00
Agosto-10-2014	413,00
Agosto-09-2014	413,00
Agosto-08-2014	413,00
Agosto-07-2014	415,00
Agosto-06-2014	407,00
Agosto-05-2014	416,00
Agosto-04-2014	416,00
Agosto-03-2014	417,00

**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

**Figura 6 Riesgo País**



**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

### 2.01.02 Factor Social.

Las fuerzas que actúan dentro de la sociedad y que afectan las actitudes, interés y opiniones de la gente e influyen en sus decisiones, los cambios demográficos tienen un impacto directo sobre las instituciones públicas.

Los cambios en la estructura de la población afectan la oferta y la demanda de bienes y servicios.

#### 2.01.02.02 Tasa de Desempleo.

Hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y por lo tanto de salario, es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar carece de un puesto de trabajo

**Tabla 6 Tasa de Desempleo**

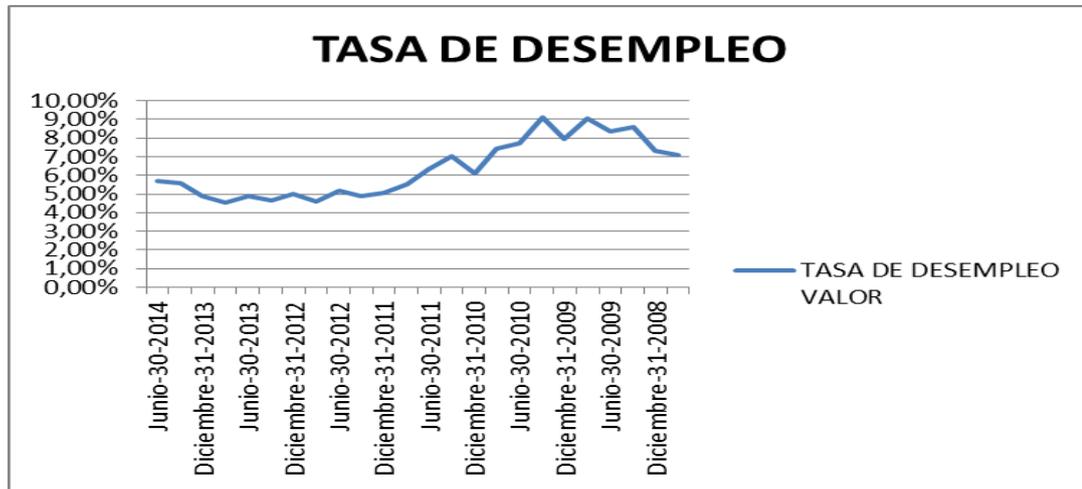
<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Junio-30-2014	5,71%
Marzo-31-2014	5,60%
Diciembre-31-2013	4,86%
Septiembre-30-2013	4,55%
Junio-30-2013	4,89%
Marzo-31-2013	4,64%
Diciembre-31-2012	5,00%
Septiembre-30-2012	4,60%
Junio-30-2012	5,19%
Marzo-31-2012	4,88%
Diciembre-31-2011	5,07%
Septiembre-30-2011	5,52%
Junio-30-2011	6,36%
Marzo-31-2011	7,04%
Diciembre-31-2010	6,11%
Septiembre-30-2010	7,44%
Junio-30-2010	7,71%
Marzo-31-2010	9,09%
Diciembre-31-2009	7,93%
Septiembre-30-2009	9,06%
Junio-30-2009	8,34%
Marzo-31-2009	8,60%
Diciembre-31-2008	7,31%
Septiembre-30-2008	7,06%

**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

**Análisis:** Analizando este indicador lo vemos como una oportunidad para nuestra empresa ya que el índice en los últimos años ha ido disminuyendo por tal motivo nuestra empresa generara puestos de trabajo.

**Figura 7 Tasa de Desempleo**



**Fuente:** <http://contenido.bce.fin.ec/>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

### **2.01.03 Factor Legal.**

#### **2.01.03.01 Poderes del Estado.**

##### **2.01.03.01.01 Poder Legislativo.**

- ✓ Expedir, reformar y derogar las leyes e interpretarlas con carácter generalmente obligatorio
- ✓ Reformar la Constitución e interpretar de manera generalmente obligatoria
- ✓ Aprobar el presupuesto general del Estado y vigilar su ejecución
- ✓ Conocer el informe anual que debe presentar el Presidente de la República y pronunciarse al respecto

##### **2.01.03.01.02 Poder Ejecutivo.**

- ✓ Convocar a consulta popular en los casos y con los requisitos previstos en la Constitución

- ✓ Velar por el mantenimiento de la soberanía, de la Independencia del Estado, del orden interno y de la seguridad pública
- ✓ Presentar al Consejo Nacional de Planificación la propuesta del Plan Nacional de Desarrollo para su aprobación
- ✓ Crear, modificar y suprimir los ministerios, entidades e instancias de coordinación

#### ***2.01.03.01.03 Poder Judicial.***

- ✓ Conocer los recursos de casación, de revisión y los demás que establezca la ley
- ✓ Desarrollar el sistema de precedentes jurisprudenciales fundamentado en los fallos de triple reiteración
- ✓ Conocer las causas que se inicien contra los servidores públicos que gocen de fuero
- ✓ Presentar proyectos de ley relacionados con el sistema de administración de justicia.

#### ***2.01.03.01.04 Poder Electoral***

- ✓ Conocer y resolver los recursos electorales contra los actos del Consejo Nacional Electoral y de los organismos desconcentrados y los asuntos litigiosos de las organizaciones políticas
- ✓ Sancionar por incumplimiento de las Normas sobre financiamiento, propaganda, gasto electoral y en general por vulneraciones de normas
- ✓ Determinar su organización, formular y ejecutar su presupuesto

#### ***2.01.03.02 Principales Leyes Que Rigen la Actividad Comercial.***

##### ***2.01.03.02.01 Código de Trabajo.***

##### ❖ TITULO I

## DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

### Capítulo I

De su naturaleza y especies

Parágrafo 1ro.

Definiciones y reglas generales

#### ***2.01.03.02.02 Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno.***

#### ❖ Título Segundo

Impuesto al valor agregado

### Capítulo IV

Declaración y pago del IVA

#### ***2.01.03.02.03 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.***

#### ❖ Capítulo XII

Control de Calidad

#### ❖ Capítulo XIII

Infracciones y Sanciones

#### ***2.01.03.02.04 Ley de Patentes y Marcas.***

#### ❖ Capítulo I De las marcas

Sección 1º Derecho de propiedad de las marcas

#### ***2.01.03.03 Instituciones que Rigen las Actividades Comerciales.***

#### ***2.01.03.03.01 Ministerio de Trabajo.***

- ❖ Dar normas generales de acción a los inspectores de trabajo e instrucciones especiales en los casos que demanden su intervención
- ❖ Imponer las sanciones que este Código autorice

- ❖ Vigilancia de las fábricas, talleres y más locales de trabajo, para exigir el cumplimiento de las prescripciones sobre prevención de riesgos y medidas de seguridad e higiene
- ❖ Conceder o negar el visto bueno en las solicitudes de despido de los trabajadores o de separación de estos, notificar los desahucios de acuerdo con las prescripciones pertinentes de este Código

#### **2.01.03.03.02 Servicio de Rentas Internas (SRI).**

- ❖ Incrementar anualmente la recaudación de impuestos con relación al crecimiento de la economía
- ❖ Diseñar propuestas de política tributaria orientadas a obtener mayor equidad, fortalecer la capacidad de gestión institucional y reducir el fraude fiscal
- ❖ Lograr altos niveles de satisfacción en los servicios que presta al contribuyente
- ❖ Reducir los índices de evasión tributaria y procurar la disminución en la aplicación de mecanismos de elusión de impuestos

**Análisis:** El factor legal es una oportunidad ya que nuestro país al contar con todas estas instituciones que controlen y normalizan las actividades será totalmente protegida.

#### **2.01.04 Factor Tecnológico.**

La tecnología es el reflejo del conocimiento que se ha desenvuelto en los últimos siglos, mejorando la calidad de los productos ya que estos han apartado el sacrificio del hombre, la cual no deja de ser indispensable para su mantenimiento, control y cuidado, y ha abierto puertas a un nuevo mundo lleno de innovación, aunque esta nueva forma de vida que ha tomado el hombre ha afectado al mundo contaminándolo y aumentando los grados de enfermedades.

Los factores tecnológicos dentro de una empresa son todos aquellos que se consideran para el crecimiento, funcionamiento y progreso de una empresa. Este crecimiento abarca todo lo que refiera a las ventas, producción, diseños, distribución y en fin, prácticamente, estos factores benefician en gran mayoría a una empresa, aunque también perjudican y provocan como cualquier beneficio una gran inversión.

**Análisis:** La tecnología viene a ser una oportunidad siempre y cuando tengamos el capital para invertir en maquinarias de últimas tecnologías, las mismas que satisfagan las necesidades de los clientes.

## 2.02 Entorno Local

### 2.02.01 Clientes.

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

(<http://www.monografias.com/>)

**Tabla 7 Clientes**

DETALLE	DESCRIPCION
AIG METROPOLITANA	AV. BRASIL 293 Y ANTONIO CENTENO
SEGUROS COLONIAL	AV. RIO LELIA Y LOS CEIBOS URB. BANCO DE FOMENTO
SEGUROS EQUINOCCIAL	ELOY ALFARO N°33-400 Y AYARZA
SEGUROS LIBERTY	PORTUGAL 12-72 Y ELOY ALFARO
SEGUROS ACE	AV. AMAZONAS 3655 Y JUAN PABLO SANZ
SEGUROS CONDOR	CALLE LIZARDO GARCIA E10-80 Y AV. 12 DE OCTUBRE
SEGUROS ROCAFUERTE	AV. AMAZONAS E4-69 Y PATRIA

ASEGURADORA DEL SUR	IRLANDA E10-44 Y REPUBLICA DEL SALVADOR
SEGUROS GENERALI	AV. JAPON N39-236 Y GASPAR DE VILLAROEL 5to PISO

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

### 2.02.02 Proveedores.

Son aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros, el término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. (<http://www.monografias.com/>)

**Tabla 8 Proveedores**

PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCION	TELÉFONO
Jep Importaciones	Repuestos Alternos	Feliza Pazmiño E18-13 y Lorenzo Chávez	3330010
Gabasa	Baterías y pitos	Av. 10 de Agosto N43-81 y Papallacta	3317667
Mansuera	Repuestos Originales	Bellavista OE2-73 y Panamericana Norte	1800-62678372
Carlos Vásquez	Aceites, Refrigerantes, Focos	Catarama 3A y Aplenque	2666355

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

### 2.02.03 Competidores.

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quien compran o adquieren estos bienes y servicios, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes. (<http://www.monografias.com/>)

**Tabla 9 Competidores**

EMPRESA	DIRECCION	TELÉFONO
EUROPINTAR	Av. 10 de Agosto n44-339 y Av. Amazonas	2438152
SU AUTO	De los Arupos E7-17 y calle E	3350254
TECNOAUTO	Av. El Batan calle de los Rosales N44-298	3340438
MUNDO MOTRIZ	Av. Eloy Alfaro y de las Anonas	3986000

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

## 2.03 Análisis Interno

### 2.03.01 Propuesta Estratégica.

Es un proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar objetivos, esta se aplica sobre todo en las actividades de negocios. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía (llamada Estrategia Empresarial). (CRECENEGOCIOS 2013)

#### 2.03.01.01 Plan Estratégico.

Es un plan de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Documento en el que los responsables de una organización reflejan cual será la estrategia a seguir para su compañía a corto, mediano o largo plazo.

### Planificar

- ❖ Establecer estrategias de calidad para el servicio
  
- ❖ Identificar la localización óptima de la empresa

- ❖ Reconocer ventajas competitivas
- ❖ Definir parámetros generales de la empresa

### **Organizar**

- ❖ Definir políticas de compra hacia los proveedores
- ❖ Tener un cronograma de actividades
- ❖ Diseñar un flujograma de procesos
- ❖ Crear un plan de contingencia

### **Controlar**

- ❖ Control de calidad
- ❖ Analizar cumplimiento de objetivos y metas
- ❖ Realizar evaluaciones al personal
- ❖ Supervisión de cumplimiento de funciones

### **Dirigir**

- ❖ Brindar capacitaciones al personal
- ❖ Toma de decisiones
- ❖ Establecer normas y procedimientos
- ❖ Oportunas soluciones ante cualquier problema que se presente

### **2.03.01.01 Misión.**

“La misión de una empresa es una declaración o manifestación duradera del objeto, propósito o razón de ser de la misma.

Establecer la misión de una empresa nos permite orientar las decisiones y acciones de todos los miembros de la empresa en función de ésta; es decir, nos permite lograr que se establezcan objetivos, formulen estrategias y ejecuten tareas bajo su luz, logrando así coherencia y organización.”

Queremos ser un taller reconocido en el mercado el cual conserve los autos de nuestros clientes en un estado óptimo contando con un personal altamente calificado, superando las expectativas de nuestros consumidores en el menor tiempo posible.

### **2.03.01.02 Visión.**

“La visión define lo que la organización quiere lograr en el futuro, es lo que aspira a ser, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización.”

[\(http://www.promonegocios.net/\)](http://www.promonegocios.net/)

Nuestra misión es satisfacer las necesidades de nuestros clientes dando soluciones fiables y oportunas ante las incidencias mecánicas que se presenten en el automóvil, respetando el criterio de nuestros clientes y brindándoles un asesoramiento de forma profesional y experta con el fin de que puedan tomar decisiones acertadas.

### ***2.03.01.03 Objetivo.***

“El objetivo es un resultado o fin que se desea lograr, hacia el que se encaminan los esfuerzos y que pretende mejorar o estabilizar la eficacia y eficiencia de este tipo de entidades.”

#### ***2.03.01.03.01 Objetivo General.***

El objetivo general es lograr que los clientes confíen plenamente en nosotros como empresa garantizando un servicio de calidad, disminuyendo el tiempo de entrega y contemplando todas sus necesidades y requerimientos.

#### ***2.03.01.03.02 Objetivo Específicos***

- Estudiar la factibilidad para la creación de una taller automotriz en el sector norte de la ciudad de Quito.
- Medir la posible rentabilidad del presente proyecto a investigar a fin de evaluar su impacto económico en la zona y en el desarrollo de la misma.
- Brindar un servicio de seguridad y bienestar para nuestros clientes.
- Determinar el presupuesto financiero para el estudio, diseño y evaluación del presente proyecto de factibilidad.
- Disminuir los tiempos de entrega

#### ***2.03.01.04 Principios y Valores.***

Los principios son normas o reglas que orientan la acción de un ser humano, son declaraciones propias del ser humano que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad y los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas, son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro.

- **Responsabilidad.-** Contaremos con un personal altamente calificado el cual realizará su trabajo de una manera profesional y garantizando el servicio a nuestros clientes.
- **Respeto.-** Nos conducimos de una manera equitativa y respetuosa ante nuestros desempeños.
- **Calidad.-** Ofreceremos un trabajo que nos diferencie de los demás talleres automotores en el mercado el cual generara confianza a los clientes.
- **Confianza.-** Brindaremos a nuestros clientes la seguridad que ellos necesitan al momento de dejar su vehículo en nuestro taller.
- **Honestidad.-** Actuamos siempre en nuestro trabajo con transparencia y profesionalismo ante cualquier problema que se nos presente.
- **Compromiso.-** Cumplimos en tiempo con las expectativas de los clientes.

#### ***2.03.01.05 Logotipo y Slogan.***

El logotipo es un símbolo formado por imágenes o letras que sirven para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

#### **Figura 8 Logo**



Slogan: es una frase identificativa en un contexto comercial, la misma que se quiere que el consumidor memorice el mensaje publicitario.

**Figura 9 Slogan**

**"SU SEGURIDAD EN NUESTRAS MANOS"**

**2.03.02 Gestión Administrativa.**

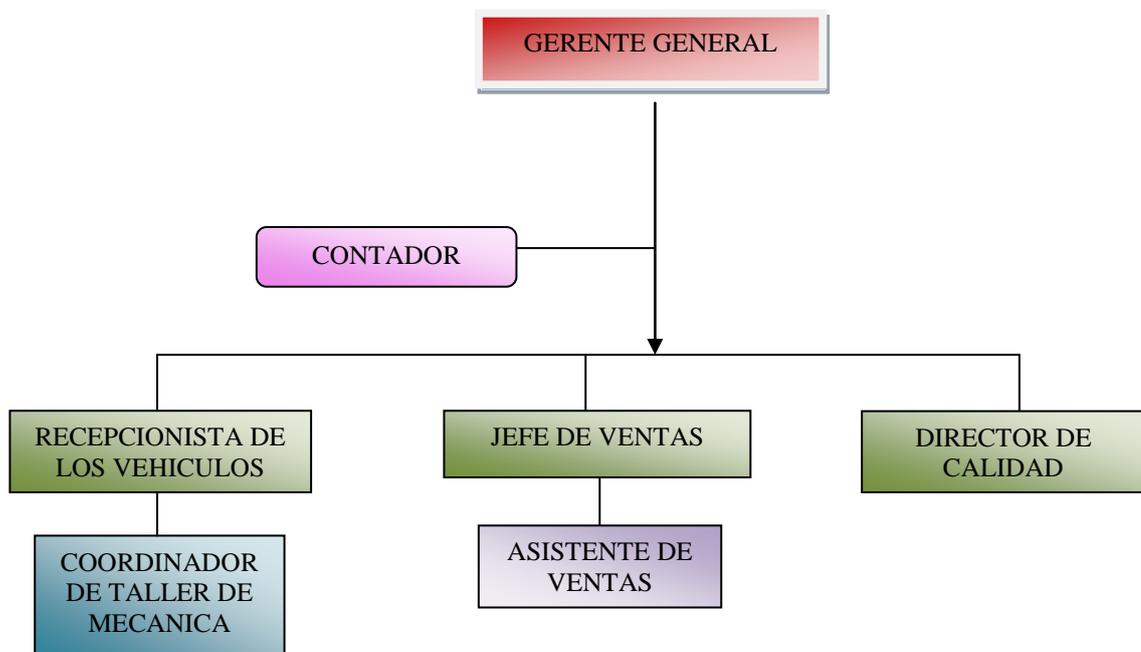
Es un conjunto de acciones mediante las cuales el directorio desarrolla sus actividades, a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo:

Planear. Organizar, Dirigir, Coordinar y Controlar, etc.

**2.03.02.01 Organigrama.**

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, representan las estructuras departamentales y en algunos casos las personas que la dirigen.

**Figura 10 Organigrama**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

### *2.03.02.02 Manual de Funciones.*

**Cargo:** Gerente General

**Funciones:**

- ❖ Diseñar y ejecutar planes de desarrollo de la empresa.
- ❖ Diseñar planes de acción anual y programas de inversión, mantenimiento y gastos.
- ❖ Analiza los resultados de cada departamento.
- ❖ Estrategias para mejorar el servicio.
- ❖ Establecer objetivos, políticas y planes globales junto con los niveles jerárquicos de la empresa.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de cada departamento.

**Cargo:** Contador

**Funciones:**

- ❖ Establecer el desempeño financiero de la empresa.
- ❖ Llevar el control de flujo de caja.
- ❖ Remuneración del personal.
- ❖ Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la empresa.
- ❖ Analizar las cuentas del Balance General con el objetivo de obtener información valiosa de la posición financiera de la empresa.
- ❖ Administrar y autorizar préstamos para los empleados.

**Cargo:** Jefe de Ventas

**Funciones:**

- ❖ Preparar planes y presupuestos de ventas.

- ❖ Calcular la demanda y pronosticar las ventas.
- ❖ Selección y capacitación del personal de ventas.
- ❖ Establecer metas y objetivos.
- ❖ Determinar la estructura y el tamaño de la fuerza de ventas.
- ❖ Monitorear el departamento de ventas.

**Cargo:** Recepcionista

**Funciones:**

- ❖ Anotar en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal.
- ❖ Recibir la correspondencia y documentación dirigidas a la empresa.
- ❖ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, comunicando cualquier anomalía.
- ❖ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ❖ Llevar un control riguroso de los vehículos que ingresen al taller.

**Cargo:** Asistente de ventas

**Funciones:**

- ❖ Atender y ofrecer a los clientes información sobre el servicio que brindamos.
- ❖ Seguimiento de nuevos clientes potenciales.
- ❖ Elaboración de informes de ventas.
- ❖ Programar los despachos de la entrega de los vehículos.
- ❖ Estimar las cobranzas de los planes de los pagos semanales.

**Cargo:** Director de calidad

**Funciones:**

- ❖ Supervisar que los vehículos sean entregados en perfectas condiciones.
- ❖ Controlar que no se reparen repuestos afectados.

- ❖ Realizar las pruebas necesarias al vehículo antes de ser entregado.
- ❖ Controlar que los tiempos ofrecidos al cliente se cumplan.

**Cargo:** Coordinador de taller de mecánica

**Funciones:**

- ❖ Distribuye el trabajo del personal a su cargo.
- ❖ Aprueba el trabajo realizado por los mecánicos.
- ❖ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- ❖ Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- ❖ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo.
- ❖ Realiza inventario de materiales y equipos.

**2.03.02.03 Perfil del Cargo.**

**Cargo:** Gerente General

**Perfil:**

- ❖ Estudios de 3er nivel en Administración de Empresas.
- ❖ Experiencia mínima de 3 años.
- ❖ Poder de toma de decisiones.
- ❖ Buena relación interpersonal.

**Cargo:** Contador

**Perfil:**

- ❖ Estudios superiores en contabilidad o auditoría.
- ❖ Ser CPA (Contador Público Autorizado).
- ❖ Conocimientos tributarios.
- ❖ Trabajo bajo presión.

**Cargo:** Jefe de Ventas

**Perfil:**

- ❖ Experiencia de 2 años en cargos similares.
- ❖ Estudio de segundo nivel en Administración de empresas.
- ❖ Conocimientos básicos de marketing.
- ❖ Facilidad de expresión.

**Cargo:** Recepcionista

**Perfil:**

- ❖ Bachillerato, carrera técnica o comercial en secretariado.
- ❖ Manejo de office.
- ❖ Facilidad de expresión.

**Cargo:** Asistente de ventas

**Perfil:**

- ❖ Dominio de office.
- ❖ Facilidad de expresión.
- ❖ Habilidades para negociar.
- ❖ Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

**Cargo:** Director de calidad

**Perfil:**

- ❖ Tener una ingeniería o licenciatura.
- ❖ Experiencia mínima de 5 años dentro de calidad.

- ❖ Tener experiencia operacional en producción.

**Cargo:** Coordinador de taller de mecánica

**Perfil:**

- ❖ Bachiller, mas cursos de mecánica automotriz de 1 año de duración.
- ❖ Tener 7 años de experiencia progresiva de carácter operativo y supervisión en el área de mecánica.
- ❖ Conocimiento de las herramientas y materiales a utilizarse en el taller.

**2.03.03 Gestión Operativa.**

Es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido.

**Figura 11 SIMBOLOGIA**

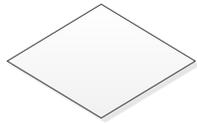
## SIMBOLOGÍA



PUNTOS INICIALES Y  
FINALES



PASO O ACTIVIDAD



DECISIÓN



INSPECCIÓN O CONTROL



DOCUMENTACIÓN

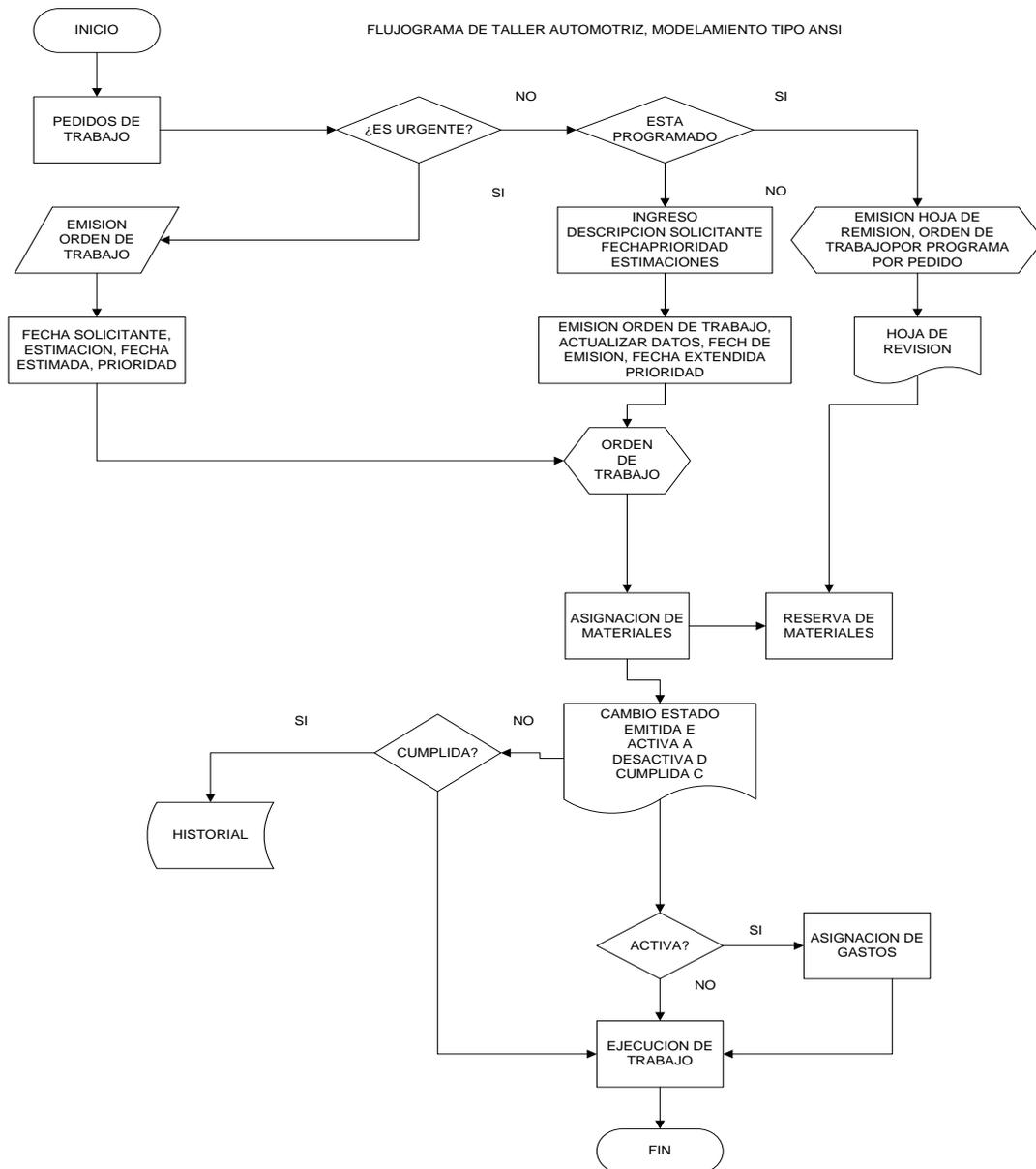


DATOS EXTERNOS



CONECTOR

**Figura 12 Organigrama**



**2.03.03.01 Descripción del Proceso.**

1. El vehículo ingresa al taller para la inspección.
2. La persona encargada realiza la inspección del mismo y detalla el listado de repuestos que se le van a cambiar al vehículo, en qué condiciones llegó el auto para la inspección.

3. Se le entrega una copia al cliente y se le solicita que se acerque a la compañía para notificar que el vehículo se encuentra en el taller, el listado de repuestos se pasa a la recepcionista encargada para que envíe a la compañía notificando que el vehículo ingreso al taller y que daños presenta el mismo.
4. La compañía envía la información a los proveedores designados y después nos comunica que proveedor nos va a entregar los repuestos para proceder con la reparación del vehículo.
5. Una vez que llegan los repuestos se verifica que sean los correctos para proceder con la reparación y de acuerdo al daño del vehículo se procede a pasar a cada cámara de reparación para que realicen el trabajo correspondiente.
6. Al momento que el Jefe de taller comunica que no hubo ningún otro inconveniente con el vehículo y que ya está listo, lo pasamos a la cámara de lavado para su entrega final.
7. Ya que nos comunican que el vehículo ha sido lavado y limpiado se le comunica a la recepcionista para que se comunique con el dueño del vehículo a que se acerque a retirar el auto.
8. Al momento de que el cliente llega al taller a retirar su vehículo se le hace firmar una confirmación en donde notifica que el vehículo lo está recibiendo en buenas condiciones y todo en orden.
9. Se procede a enviar la factura de la mano de obra más la carta de confirmación de entrega del cliente a la aseguradora para que procedan con la liquidación de la factura.

#### **2.03.04 Gestión Comercial.**

Es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing.

##### ***2.03.04.01 Estrategias de Producto.***

Pensando en el mercado objetivo seleccionado y en la imagen que el taller automotriz quiere reflejar se ha escogido el nombre de “Taller Automotriz ACD”, el cual estará representado por la siguiente imagen:

**Figura 13 Servicio**



##### ***2.03.04.02 Estrategias de Promoción.***

El taller automotriz ACD realizara promociones en donde los clientes recibirán un porcentaje de descuento en su mantenimiento general en días específicos, también se realizara lavados express gratis por el cambio de aceite o lubricantes.

##### ***2.03.04.03 Estrategias de Precio.***

Mediante una encuesta que se realizara a la población del sector en donde implementaremos el Taller automotriz se recolectara información para conocer el precio que el nicho de mercado está dispuesto a pagar.

#### **2.04 Análisis FODA**

##### **Oportunidades:**

- ✓ El incremento de siniestralidad en el país



- ✓ Dar paquetes económicos y brindar un servicio de calidad
- ✓ Trabajar con las aseguradoras del país
- ✓ Tener una infraestructura adecuada y que cumpla con las necesidades de los clientes
- ✓ Personal altamente calificado y con estudios terminados
- ✓ Amplia gama de servicios

**Amenazas:**

- ✓ Posicionamiento en el mercado de los talleres competitivos
- ✓ Costos minoritarios a los que nosotros ofrezcamos
- ✓ Tecnología más avanzada

## Capítulo III

### Estudio de Mercado

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y el nivel de ingresos.

#### 3.01 Análisis del Consumidor

##### 3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.

El tamaño del Universo está compuesto por 2.576.287 habitantes que existen en la provincia de Pichincha; sin embargo de acuerdo a la segmentación de mercado que corresponde al sector donde se piensa instalar la empresa es de 11.721 habitantes.

##### 3.01.01.02 *Tamaño de la Muestra.*

Como en el estudio se conoce el valor de N (Universo) se puede calcular el tamaño de la muestra tomando en cuenta los siguientes parámetros:

$n$  = el tamaño de la muestra.

$N$  = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error maestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador

Para calcular el tamaño de la muestra será necesario utilizar la fórmula para poblaciones finitas, la misma que será aplicada al total de automóviles

✓  $N = 11721$

✓  $p = 0.5$

✓  $q = 0.5$

✓  $Z = 1.96$

✓  $E = 5\%$

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N-1)E^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{11721 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(11721-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{(11721)(3.8416)(0.25)}{(11720)(0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

n= 371.99  $\longrightarrow$  372

El tamaño de la muestra que nos ayudará a obtener información con un 5% de confiabilidad y con un 5% de margen de error es de 372 encuestas.

### **3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.**

Se utilizara el método de la encuesta para conocer el nivel de aceptación de las personas y cuáles son sus preferencias, de igual manera nos ayudara para tomar decisiones y brindar el servicio que el cliente requiere.

#### **3.01.02.01 Encuesta.**

### **EMPRESA "TALLER AUTOMOTRIZ ACD"**

SALUDO: Buenos días mi nombre es Adriana Cardoso, el objetivo de esta encuesta es identificar la aceptación en el mercado brindando un servicio automotriz

Nombre -----

Edad: Sector:

Sexo: F ( ) M ( )

#### **1. ¿Con que frecuencia lleva su auto a un taller mecánico?**

- ( ) 1 vez al mes
- ( ) Más de 1 vez al mes
- ( ) 1 vez cada 2 meses
- ( ) 1 vez cada 3 meses
- ( ) Otro

#### **2. ¿Qué servicios le han prestado en un taller mecánico?**

- ( ) Mantenimiento general
- ( ) Por accidente o choque
- ( ) Por defectos

**3. Al momento de llevar su vehículo a un taller mecánico, ¿En qué se basa su elección?**

- ( ) Referencia de un conocido
- ( ) Información por internet
- ( ) Publicidad en vallas, hojas volantes, etc.

**4. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún taller mecánico?**

- ( ) Si
- ( ) No

**5. ¿Actualmente el taller automotriz al cual lleva su vehículo es de confianza?**

- ( ) Si
- ( ) No

**6. ¿Estaría dispuesto a llevar su automóvil a un taller que no conoce, pero que le asegura un trabajo de calidad, con personal calificado?**

- ( ) Si
- ( ) No

**7. ¿Cuál es el promedio al año que gasta en mantenimiento a su vehículo?**

- ( ) 400.00 – 599.00
- ( ) 600.00 – 799.00
- ( ) 800.00 – 1000.00

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un mantenimiento general de su vehículo? (cambio de aceite, ABC de motor, alineación y balanceo de llantas, suspensión, frenos)**

- ( ) 60.00 – 79.00
- ( ) 80.00 – 100.00

**9. ¿Cuál es la conformidad de entrega que usted ha tenido en talleres mecánicos?**

- (    ) Muy bueno
- (    ) Bueno
- (    ) Regular
- (    ) Malo
- (    ) Muy malo

**10. ¿Cuál ha sido la relación calidad precio en los servicios que ha tenido en un taller mecánico?**

- (    ) Muy bueno
- (    ) Bueno
- (    ) Regular
- (    ) Malo
- (    ) Muy malo

**3.01.03 Análisis de la Información.**

Una vez que se ha realizado la investigación de campo y se tiene las encuestas, procedemos a depurar la información, el objetivo es comprobar que se encuentren correctamente llenos los formularios de encuesta para que no nos ocasione errores en la estimación. A continuación se realiza la tabulación de los datos.

También se incluyen en este proceso todas aquellas operaciones encaminadas a la obtención de resultados numéricos relativos a los resultados que luego son analizados en gráficos.

Finalmente realizaremos la interpretación de los datos obtenidos con conclusiones específicas para cada una de las preguntas planteadas inicialmente en la encuesta.

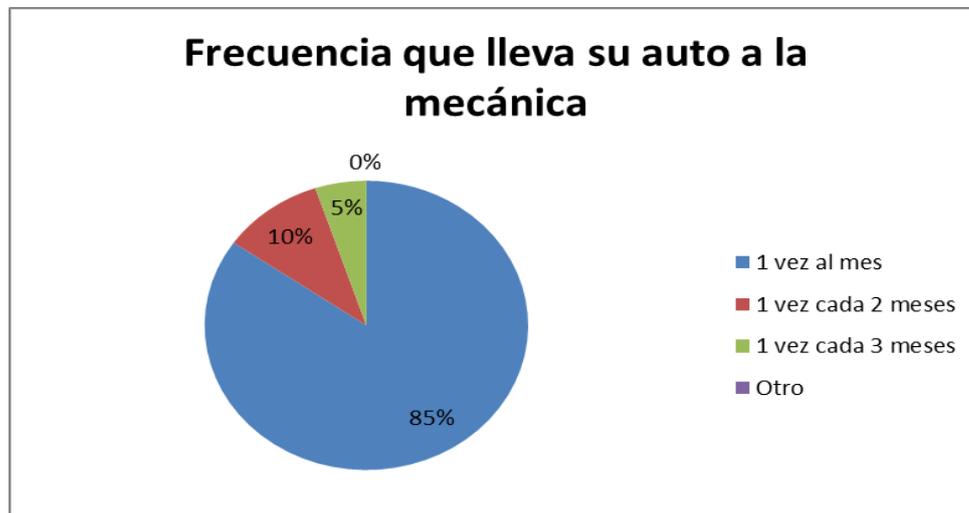
**Tabla 10 Pregunta 1**

**¿Con que frecuencia lleva su auto a un taller mecánico?**

	N° de personas encuestadas	PORCENTAJE
1 vez al mes	315	85%
1 vez cada 2 meses	38	10%
1 vez cada 3 meses	19	5%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 14 Pregunta 1**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 85% de la población llevan frecuentemente su vehículo al mantenimiento en un taller automotriz, esto quiere decir que los ciudadanos constantemente están visitando un taller para la revisión de su vehículo, y que se preocupan por el estado del mismo.

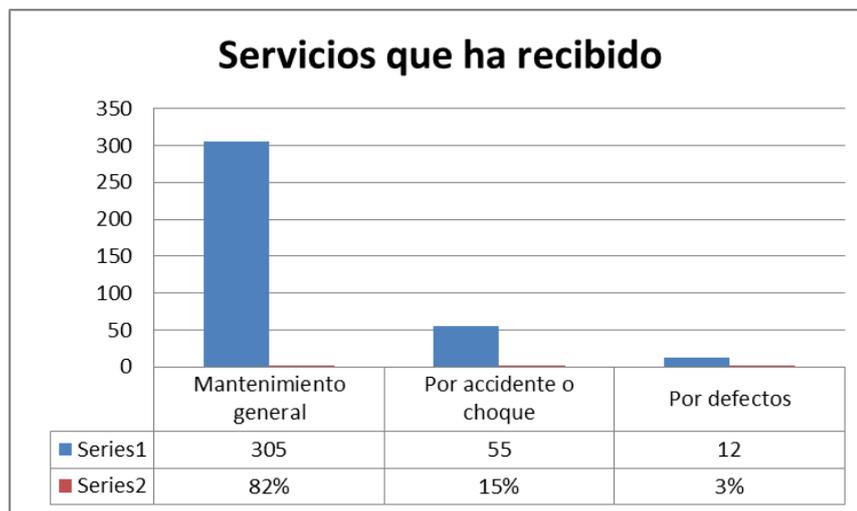
**Tabla 11 Pregunta 2**

**¿Qué servicios le han prestado en un taller mecánico?**

	N° de personas encuestadas	PORCENTAJE
Mantenimiento general	305	82%
Por accidente o choque	55	15%
Por defectos	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 15 Pregunta 2**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 82% de la población asiste a los talleres mecánicos por un mantenimiento general de su vehículo, esto quiere decir que el nivel de trabajo en los talleres automotrices es constante ya que la mayoría de la población encuestada se preocupa por tener su vehículo en buen estado.

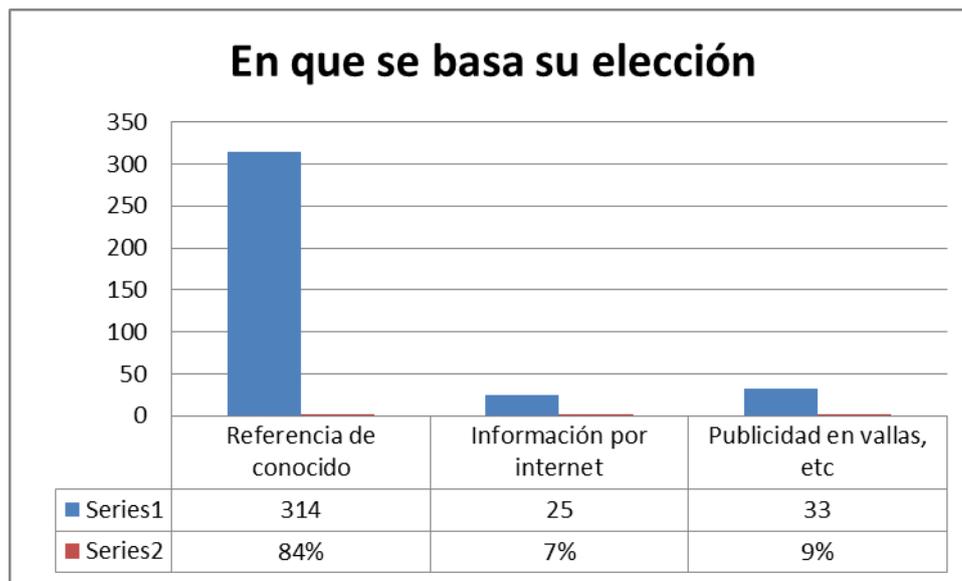
**Tabla 12 Pregunta 3**

**Al momento de llevar su vehículo a un taller mecánico, ¿En qué se basa su elección?**

	N° de personas encuestadas	PORCENTAJE
Referencia de conocido	314	84%
Información por internet	25	7%
Publicidad en vallas, etc.	33	9%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 16 Pregunta 3**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 84% de la población se direcciona a un taller automotriz por las experiencias y recomendaciones de sus amigos, familiares, más no por las publicidad que se realice tanto en el internet como en vallas publicitarias, esto quiere decir que al momento de garantizar el trabajo y la calidad que se va a manejar en el taller automotriz vamos a generar más ingresos al mismo.

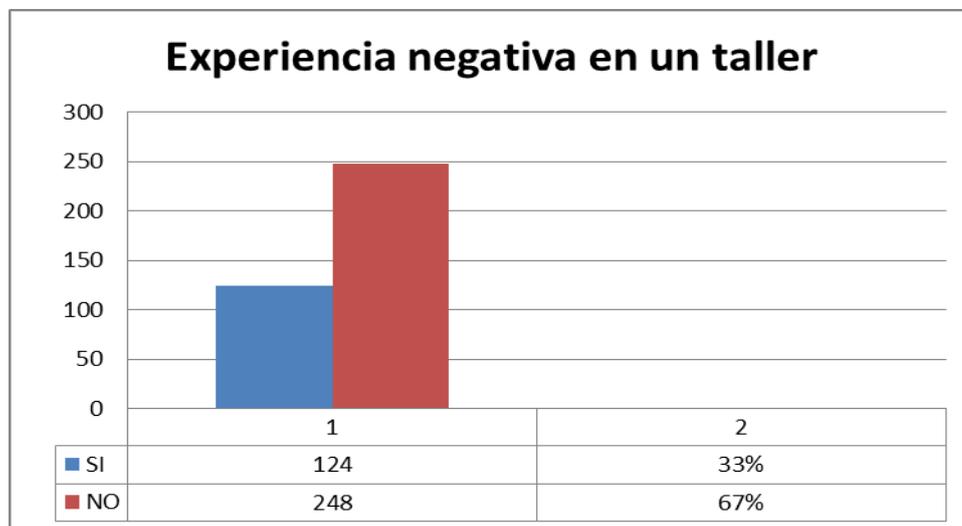
**Tabla 13 Pregunta 4**

**¿Ha tenido alguna experiencia negativa con algún taller mecánico?**

	N° de personas Encuestadas	PORCENTAJE
SI	124	33%
NO	248	67%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 17 Pregunta 4**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 67% de la población en su mayoría no han tenido ningun inconveniente con los talleres mecánicas existentes en la ciudad, ya que su experiencia ha sido positiva dentro del proceso de mantenimiento de sus vehículos.

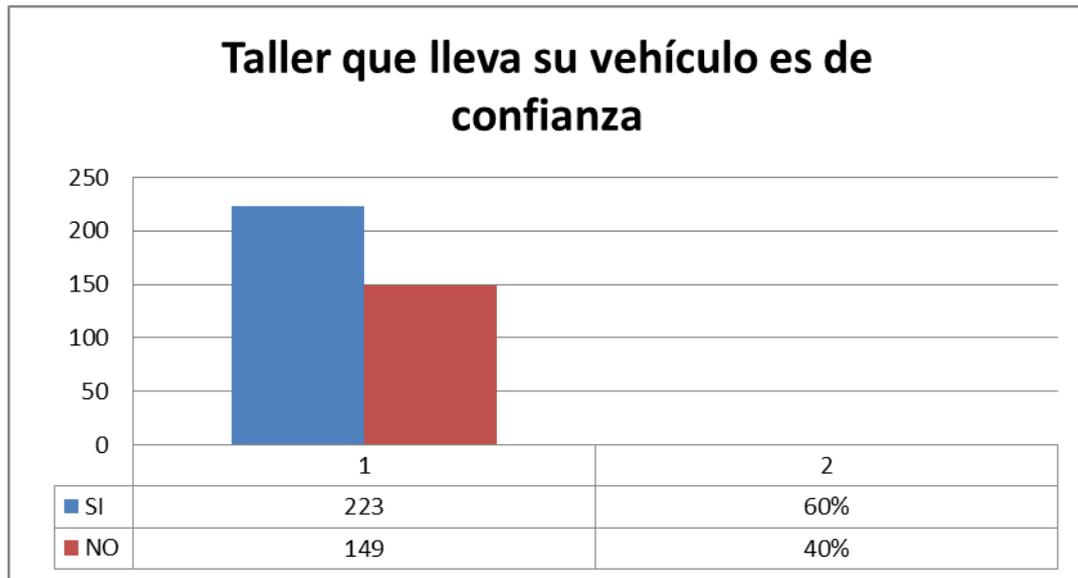
**Tabla 14 Pregunta 5**

**¿Actualmente el taller automotriz al cual lleva su vehículo es de confianza?**

	N° de personas Encuestadas	PORCENTAJE
SI	223	60%
NO	149	40%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 18 Pregunta 5**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 60% de la población lleva su vehículo a un taller de confianza en donde es garantizado su trabajo o que por el momento no se ha presentado ningún inconveniente con el mismo.

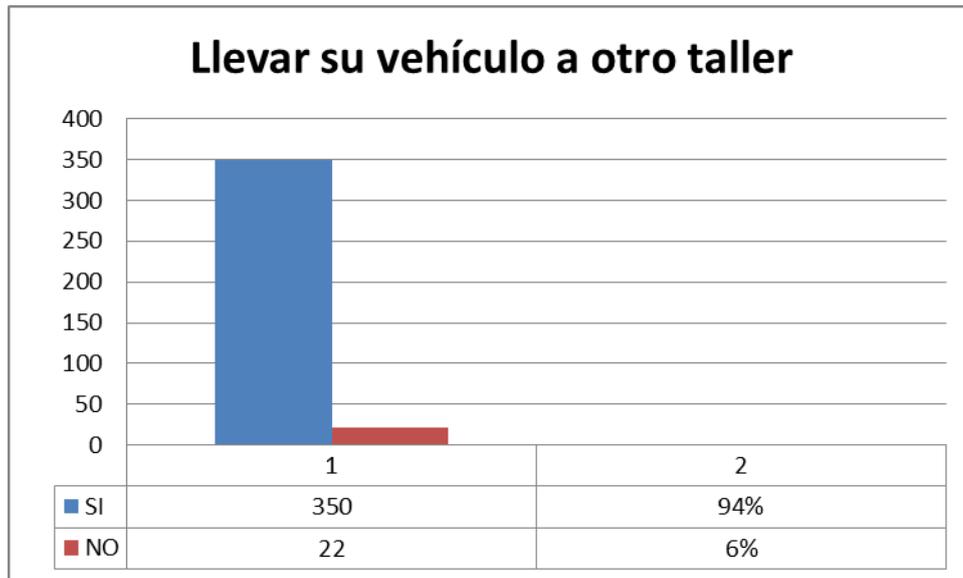
**Tabla 15 Pregunta 6**

**¿Estaría dispuesto a llevar su automóvil a un taller que no conoce, pero que le asegura un trabajo de calidad, con personal calificado?**

	N° de personas Encuestadas	PORCENTAJE
SI	350	94%
NO	22	6%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 19 Pregunta 6**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 94% de la población está dispuesto a cambiar de taller siempre y cuando le brinden un servicio garantizado, de calidad el cual le dé la confianza que cada uno necesita, esto quiere decir que podemos aprovechar al momento de tener un personal altamente calificado y con una maquinaria de punta.

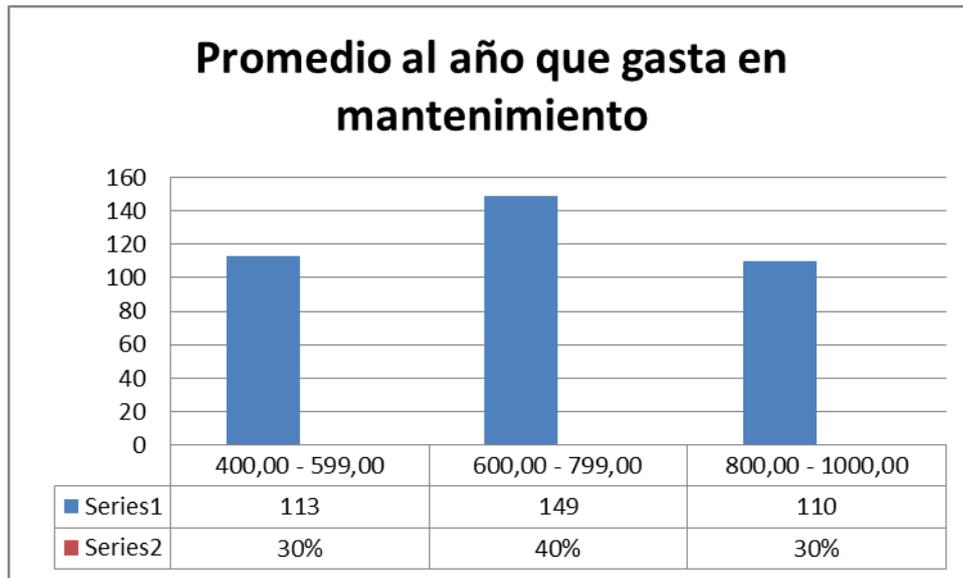
**Tabla 16 Pregunta 7**

**¿Cuál es el promedio al año que gasta en mantenimiento a su vehículo?**

	Nº de personas Encuestadas	PORCENTAJE
400,00 - 599,00	113	30%
600,00 - 799,00	149	40%
800,00 - 1000,00	110	30%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 20 Pregunta 7**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 40% de la población dispone de un presupuesto establecido para el mantenimiento de su vehículo el cual representa que estaría dentro de un rango intermedio en el que se maneja el costo del mantenimiento de los vehículos.

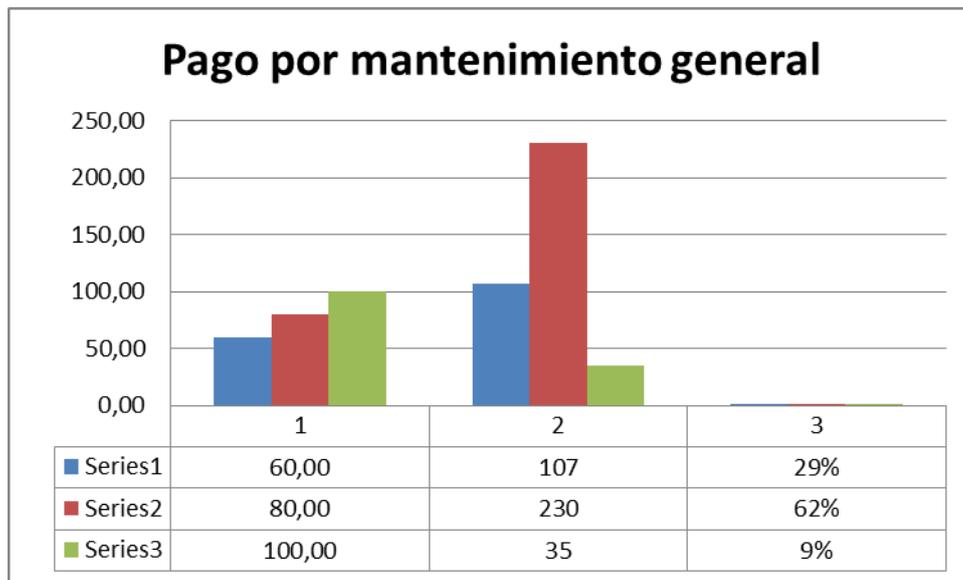
**Tabla 17 Pregunta 8**

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un mantenimiento general de su vehículo? (cambio de aceite, ABC de motor, alineación y balanceo de llantas, suspensión, frenos)**

	N° de personas Encuestadas	PORCENTAJE
60,00	107	29%
80,00	230	62%
100,00	35	9%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 21 Pregunta 8**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 62% de la población está dispuesto a pagar por un servicio de mantenimiento general para su vehículo tomando en cuenta que el valor destinado está dentro de un rango intermedio que permitiera tener un ingreso representativo mensualmente.

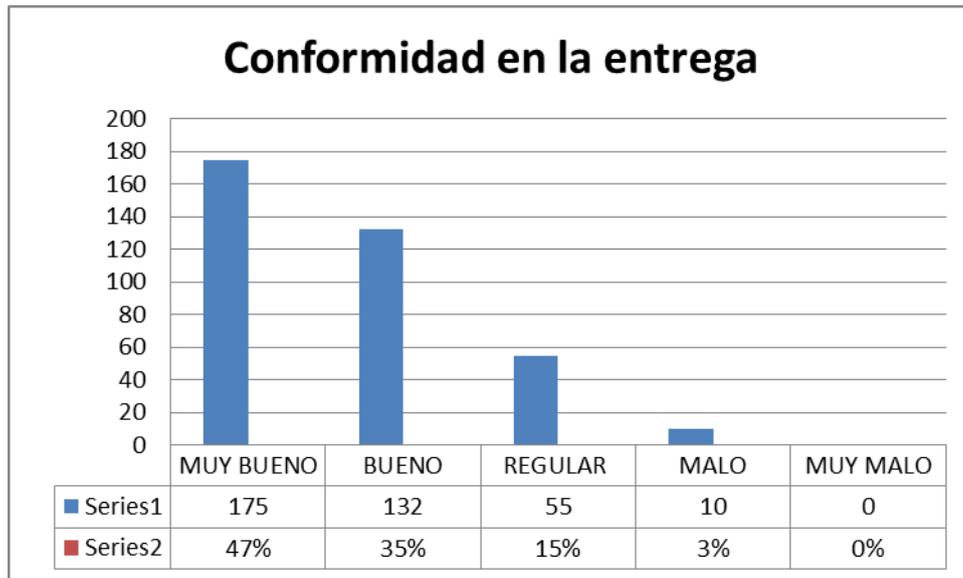
**Tabla 18 Pregunta 9**

**¿Cuál es la conformidad de entrega que usted ha tenido en talleres mecánicos?**

	N° de personas encuestadas	PORCENTAJE
MUY BUENO	175	47%
BUENO	132	35%
REGULAR	55	15%
MALO	10	3%
MUY MALO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 22 Pregunta 9**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 47% de la población no ha tenido una mala experiencia al momento de llevar su vehículo a un mantenimiento, esto nos representa que la mayoría de las personas confían en el trabajo que se realiza en un taller automotriz.

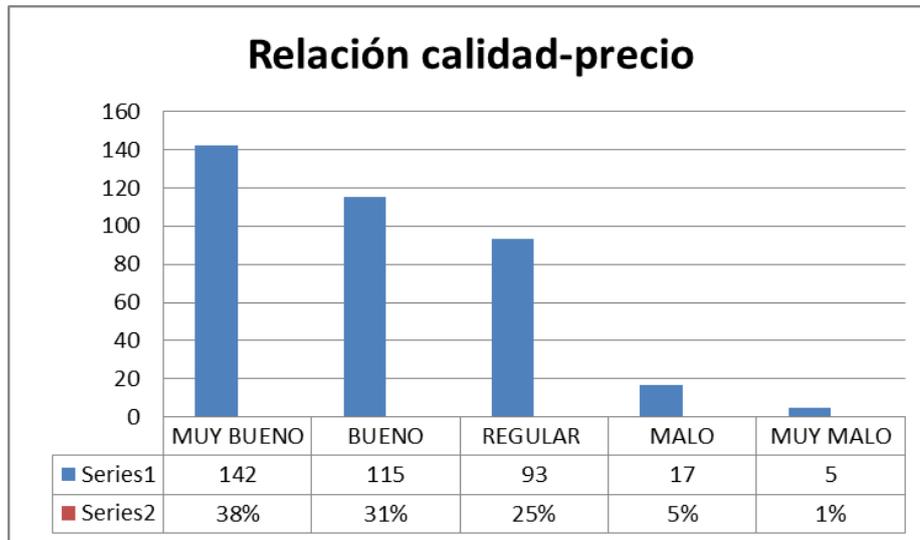
**Tabla 19 Pregunta 10**

**¿Cuál ha sido la relación calidad precio en los servicios que ha tenido en un taller mecánico?**

	N° de personas Encuestadas	PORCENTAJE
MUY BUENO	142	38%
BUENO	115	31%
REGULAR	93	25%
MALO	17	5%
MUY MALO	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 23 Pregunta 10**



**Fuente:** Investigación de campo

**Análisis:** El 38% de la población está conforme con el valor que pagan por el mantenimiento para su vehículo ya que el mismo es representativo de acuerdo al trabajo que realizan en él.

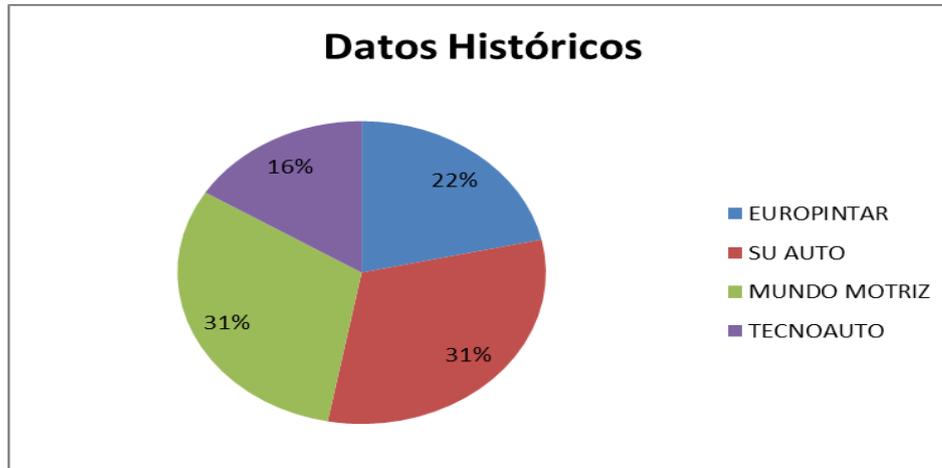
### 3.02 Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que un vendedor puede ofrecer en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios.

La oferta de éste estudio se clasifica según el número de oferentes en el mercado automotor. La presencia de un número elevado hace que la cantidad del servicio producida por cada taller automotor sea demasiado pequeña para influir en el precio del mercado. Por lo que si una empresa aumenta el precio del servicio automotriz los clientes dejarán de comprar en beneficio de las demás, no hay por lo tanto un taller automotriz lo suficientemente fuerte o grande para que sus acciones tengan un efecto sobre la oferta total.

### 3.02.01 Oferta Histórica.

**Figura 24 Datos Históricos**



**Análisis:** la oferta histórica para el proyecto se ha determinado a través de la población y la determinación de las empresas que ofrecen el mismo servicio, se han obtenido mediante la observación de los actividades comerciales con similitud al ofertado.

### 3.02.02 Oferta Actual.

De acuerdo al análisis de las preguntas de frecuencia, consumo y precio nuestra oferta actual es de 21581,03 habitantes.

### 3.02.03 oferta proyectada.

**Tabla 20 Oferta Proyectada**

AÑOS	OFERTA PROYECTADA	PORCENTAJE DE COMPETENCIA	OFERTA FUTURA
2014	22.716,87	0,95	<b>21.581,03</b>
2015	24.874,97	0,95	<b>23.631,22</b>
2016	27.238,10	0,95	<b>25.876,19</b>
2017	29.825,71	0,95	<b>28.334,43</b>
2018	32.659,16	0,95	<b>31.026,20</b>
2019	35.761,78	0,95	<b>33.973,69</b>

**Fuente:** Encuestas

Tomando la demanda actual y multiplicándole por el porcentaje de competencia nos da la oferta proyectada.

### 3.04 Demanda

Es la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. (Laura Fisher y Jorge Espejo, libro de Mercadotecnia)

#### 3.04.01 Demanda Histórica.

La demanda histórica la realizamos para poder identificar los productos más vendidos, cuales son los principales clientes y el porcentaje de participación en las ventas totales

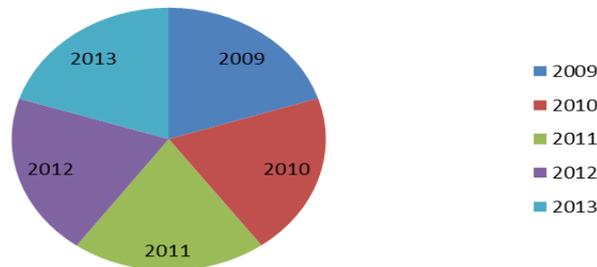
**Tabla 21 Demanda Histórica**

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA HISTÓRICA
2009	18.830,00	1,0950	<b>20.618,85</b>
2010	20.618,85	1,0950	<b>22.577,64</b>
2011	22.577,64	1,0950	<b>24.722,52</b>
2012	24.722,52	1,0950	<b>27.071,16</b>
2013	27.071,16	1,0950	<b>29.642,92</b>
2014	29.642,92	1,0950	<b>32.458,99</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Figura 25 Demanda Histórica**

**Demanda Histórica**



**Fuente:** Investigación de campo

**3.04.02 Demanda Actual.**

De acuerdo al análisis de las preguntas de frecuencia, consumo y precio nuestra demanda actual es de 20746,00 habitantes.

**3.04.03 Demanda Proyectada.**

Tomando la demanda actual y multiplicándola con la tasa de crecimiento 1,0950 entonces tenemos la demanda proyectada.

**Tabla 22 Demanda Proyectada**

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA FUTURA
2014	20.746,00	1,0950	<b>22.716,87</b>
2015	22.716,87	1,0950	<b>24.874,97</b>
2016	24.874,97	1,0950	<b>27.238,10</b>
2017	27.238,10	1,0950	<b>29.825,71</b>
2018	29.825,71	1,0950	<b>32.659,16</b>
2019	32.659,16	1,0950	<b>35.761,78</b>

**Fuente:** Encuestas

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

El conocimiento de la demanda y oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto. Para determinar la parte del mercado que podría corresponder al proyecto se puede proceder de la siguiente manera:

- 1.- Estimar la Demanda Insatisfecha, la cual es igual a la demanda proyectada menos la capacidad productiva actual.
- 2.- Hallar la demanda proyectada menos la capacidad futura prevista.
- 3.- Calcular la demanda proyectada menos la capacidad usada actualmente

Guzmán, (2009) pg. 109

#### 3.05.01 Balance Actual.

Un balance actual es un informe financiero que da cuenta del estado de la economía y finanzas de una institución en un momento o durante un lapso determinado. Guzmán, (2009) pg. 67

**Tabla 23 Balance Actual**

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL
2014	22.716,87	21.581,03	<b>1.135,84</b>

**Fuente:** Encuestas

#### 3.05.02 Balance Proyectado.

Para realizar el balance proyectado tomamos los datos de las tablas anteriores y realizamos la proyección para los siguientes 5 años, sumando la Demanda

Proyectada y la Oferta Proyectada obtenemos la Demanda Insatisfecha Actual de los siguientes años.

**Tabla 24 Balance Proyectado**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL</b>
2014	22.716,87	21.581,03	<b>1.135,84</b>
2015	24.874,97	23.631,22	<b>1.243,75</b>
2016	27.238,10	25.876,19	<b>1.361,90</b>
2017	29.825,71	28.334,43	<b>1.491,29</b>
2018	32.659,16	31.026,20	<b>1.632,96</b>
2019	35.761,78	33.973,69	<b>1.788,09</b>

**Fuente:** Encuestas

## Capítulo IV

### Estudio Técnico

El presente proyecto es realizado con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes en el área automotriz brindando un servicio de calidad, con un accesible precio y con un asesoramiento acertado a las oportunas soluciones que se presenten.

Contando con un personal altamente calificado y con una infraestructura adecuada, permitiendo que de esta manera el cliente tenga la plena confianza y la seguridad de llevar su vehículo a nuestro taller.

El nivel de producción de autos en el país aumentado notablemente y cada vez con nuevos modelos y tecnologías más innovadoras, por esta razón se necesitan de más talleres automotrices que cubran la demanda insatisfecha con un servicio que cumpla con las especificaciones técnicas que buscan los clientes.

El taller automotriz se enfoca al mantenimiento preventivo y correctivo de automóviles a gasolina de uso particular y público, se enfoca principalmente en el funcionamiento impecable en todos los sistemas tanto eléctricos como mecánicos con el fin de asegurar la satisfacción y seguridad de nuestros clientes.

#### 4.01 Tamaño del Proyecto

Nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

##### 4.01.01 Capacidad Instalada.

La infraestructura del taller automotriz es de 182m<sup>2</sup> aproximadamente.

#### 4.01.02 Capacidad Óptima.

La capacidad del proyecto está enfocada en un área adecuada y bien distribuida para cubrir con las necesidades de los consumidores.

#### 4.02 Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

##### 4.02.01 Macro localización.

Llamado macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

El proyecto se localizará en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Eloy Alfaro, siendo una provincia con mayor población nacional y en donde se realizó el estudio de mercado. (Baca, G México, Mac Graw-Hill, Tercera Edición, 1996)

**Figura 26 Macro Localización**



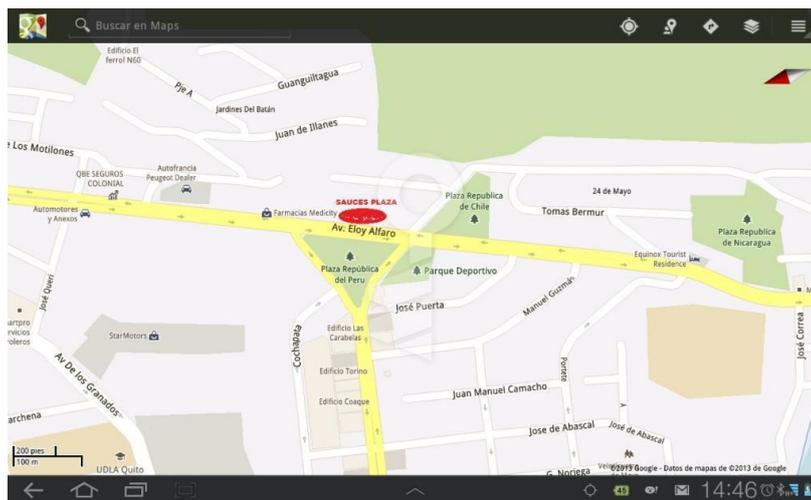
**Fuente:** [www.google.com.ec/search?q=mapa+con+calles+de+quito](http://www.google.com.ec/search?q=mapa+con+calles+de+quito)

#### 4.02.02 micro localización.

También denominado sitio, elije el punto preciso dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. (Baca, G México, Mac Graw-Hill, Tercera Edición, 1996)

El taller automotriz estará ubicado en la Parroquia Eloy Alfaro, Norte de la Ciudad, Sector Solca, calles Av. Eloy Alfaro y los Fresnos, tiene características muy particulares que permite su identificación. Siendo una zona comercial es factible la ubicación del proyecto atacando la estrategia de la plaza.

#### Figura 27 Micro Localización



Fuente: [www.google.com.ec/search?q=mapa+con+calles+de+quito](http://www.google.com.ec/search?q=mapa+con+calles+de+quito)

#### 4.02.03 Localización Óptima.

La localización óptima es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital y obtener el costo unitario mínimo.

La localización óptima del proyecto es necesario tomar en cuenta los factores cualitativos y cuantitativos los mismos que pueden ser la cercanía a las aseguradoras, la materia prima, la actitud de la comunidad, entre otros.

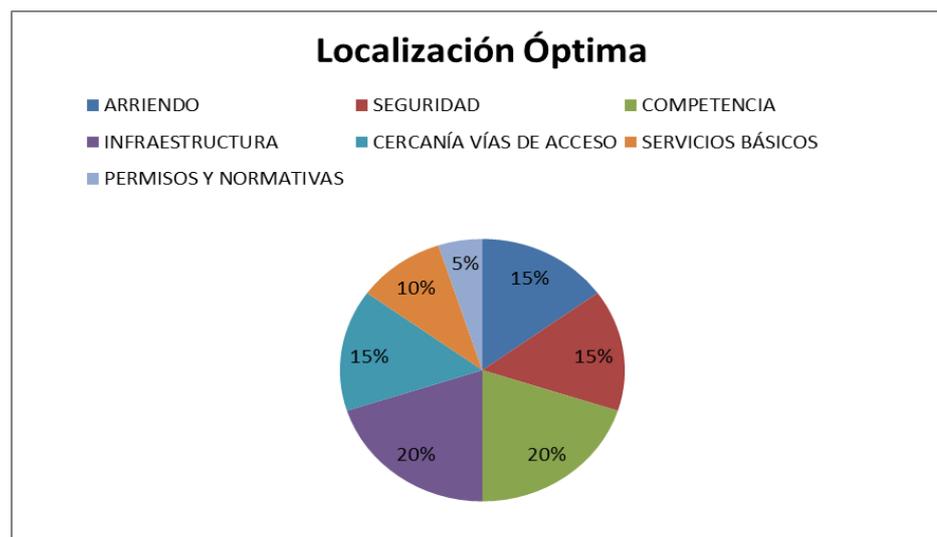
Tomando en cuenta los factores señalados anteriormente se considera la localización óptima de acuerdo a lo siguiente:

**Tabla 25 Parámetros**

PARÁMETROS	%
ARRIENDO	15%
SEGURIDAD	15%
COMPETENCIA	20%
INFRAESTRUCTURA	20%
CERCANÍA VÍAS DE ACCESO	15%
SERVICIOS BÁSICOS	10%
PERMISOS Y NORMATIVAS	5%
<b>TOTAL:</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

**Figura 28 Localización Óptima**



**Elaborado por:** Adriana Cardoso

### 4.03 Ingeniería del Producto

Se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación. Por lo general la ingeniería de producto comprende actividades relacionadas con optimizar el costo de producción, su facilidad de fabricación, su calidad, funcionalidad, confiabilidad y otras características importantes para el usuario.

Por lo general se busca obtener un producto con estas características de manera que el producto resulte más atractivo y competitivo en el segmento del mercado que tiene por objetivo. De esta forma se aumentan las posibilidades de éxito del negocio que posee el fabricante de dicho producto.

#### 4.03.01 Definición del ByS.

El taller automotriz ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito en el barrio Eloy Alfaro, es un establecimiento que ofrece servicios de mantenimiento vehicular satisfaciendo las necesidades del cliente final.

#### 4.03.02 Distribución de la Planta.

La distribución de la planta se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes, materiales y la ubicación de la maquinaria, para que fluya de mejor manera los procesos, garantizando la seguridad del trabajador y su satisfacción por el trabajo que realiza.

### Tabla 26 Orden de Proximidad

LETRA	ORDEN DE PROXIMIDAD
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante

O	Ordinaria o normal
U	Unimportant (sin importancia)
X	Indeseable
XX	Muy indeseable

CÓDIGO	RAZÓN
1	POR CONTROL
2	POR HIGIENE
3	POR PROCESO
4	POR CONVENIENCIA
5	POR SEGURIDAD

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

#### 4.03.03 Matriz SLP.

Este método fue desarrollado por un especialista reconocido internacionalmente en materia de planeación de fábricas, quién ha recopilado los distintos elementos utilizados por los Ingenieros Industriales para preparar y sistematizar los proyectos de distribución.

Para que el método SLP tenga éxito, se requieren una serie de datos sugeridos por Richard Muther. Los primeros datos que se deben conocer son P, Q, R, S, y T, que por sus siglas en ingles significan: P, producto, con todas sus especificaciones, las cuales se declaran desde el principio de la evaluación del proyecto. Q (quantity), cantidad de producto que se desea elaborar, lo cual se determina tanto en el estudio e mercado como en la determinación del tamaño de planta. R (route), secuencia que sigue la materia prima dentro del proceso de producción. S (supplies), insumos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo. T, tiempo que es la programación de la producción.

**Figura 29 Matriz SLP**

	DEPARTAMENTO	M2								
1	Recepción	9								
2	Vitrinas y Accesorios de lujos	9	A 1							
3	Almacén de repuestos	16	A 1	E 1	I 3					
4	Zona de servicio rápido y balanceo	25	I 3	I 3	A 3	U 5	A 3			
5	Zona de pintura	49	A 3	E 3	U 4	U 3	O 4	I 3		
6	Cuarto de herramientas	16	O 4	U 2	U 4	O 2	U 5			
7	Baños	9	X 2	I 2	I 5					
8	Área administrativa	49	A 2							

**Elaborado por:** Adriana Cardoso

#### 4.03.04 Ingeniería del Proyecto.

Es la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

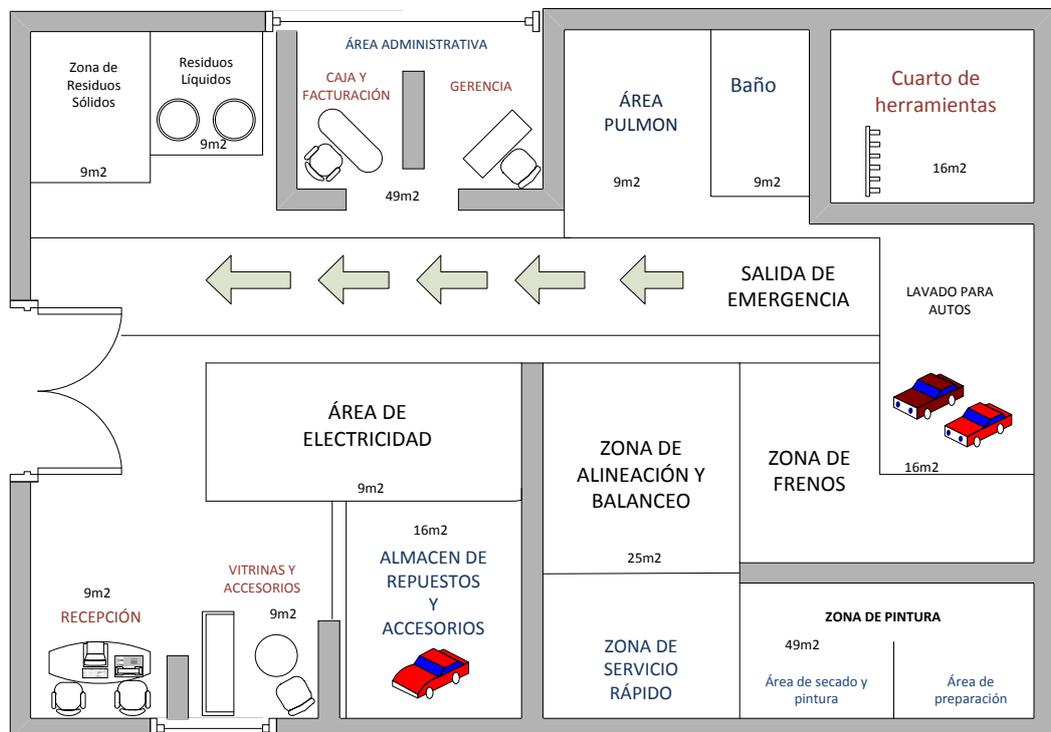
La ingeniería de proyectos se puede decir que técnicamente, existen diversos procesos productivos opcionales, que son los básicamente los automatizados y los manuales.

La infraestructura del proyecto contará con las siguientes instalaciones físicas que nos garantizarán una correcta ejecución en el proceso de todas las operaciones administrativas y de negocio:

- a) Recepción
- b) Vitrinas de accesorios y lujos para los vehículos
- c) Almacén de repuestos y accesorios
- d) Zona de servicio rápido

- e) Zona de alineación y balanceo
- f) Zona de frenos
- g) Zona de pintura
- h) Lavandería para autos
- i) Cuarto de herramientas
- j) Baño
- k) Área administrativa
- l) Residuos líquidos
- m) Zona de residuos sólidos

**Figura 30 Distribución de la Planta**



#### 4.03.05 Descripción del Proyecto.

Una distribución de planta se puede definir como la ubicación de las distintas máquinas, puestos de trabajo, áreas de servicio al cliente, almacenes, oficinas, zonas de descanso, pasillos, entre otros, dentro de los edificios de la empresa de forma que se consiga el mejor funcionamiento de las instalaciones. Es pues planificar la manera en que el recurso humano y tecnológico, así como la ubicación de los insumos y el producto terminado ha de arreglarse.

Este arreglo debe obedecer a la disponibilidad de terreno y del propio sistema productivo a fin de optimizar las propias operaciones de la empresa.

#### 4.03.04 Maquinaria.

Las maquinarias que utilizaremos para brindar un servicio de calidad en el taller automotriz serán:

**Tabla 27 Maquinaria**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Elevador	1
Compresor	1
Torcometro	1
Escáner	1
Herramientas Varias	1

**Fuente:** Investigación de campo

#### 4.03.05 Equipos.

A continuación se detallaran todos los equipos que se necesitan para poner en marcha el proyecto:

#### 4.03.05.01 Requerimiento de Recursos Humanos.

El requerimiento de Recursos Humanos en la empresa automotriz para iniciar el primer año será el siguiente:

**Tabla 28 Requerimiento de Recursos Humanos**

SUELDOS Y SALARIOS								
EMPLEADOS	SUELDOS Y SALARIOS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	IESS 12.15%	TOTAL	V. MENSUAL
1	Sueldo del Gerente General	800	9600	800	318	1166,4	11884,4	990,3666667
1	Sueldo del Contador	750	9000	750	318	1093,5	11161,5	930,125
1	Sueldo de la Recepcionista	340	4080	340	318	495,72	5233,72	436,1433333
1	Sueldo del Jefe de Ventas	500	6000	500	318	729	7547	628,9166667
1	Sueldo del Director de Calidad	450	5400	450	318	656,1	6824,1	568,675
1	Sueldo Asistente de Ventas	340	4080	340	318	495,72	5233,72	436,1433333
1	Coordinador Taller de Mecánica	430	5160	430	318	626,94	6534,94	544,5783333
	<b>TOTAL</b>	<b>3610</b>		<b>3610</b>	<b>2226</b>	<b>5263,38</b>	<b>54419,4</b>	<b>4534,948333</b>

**Fuente:** Investigación financiera del proyecto

#### 4.03.05.02 Requerimientos de Equipo de Oficina.

A continuación se detallaran los muebles y enseres, equipos que la empresa automotriz necesitara para su funcionamiento:

**Equipos de Computación:** al iniciar las operaciones de la empresa se requiere contar con los siguientes equipos de computación:

**Tabla 29 Equipo de Computación**

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Computador Laptop de maletín	1	580	580
Impresora EPSON LX-300	2	80	160
Computador de escritorio, Corel 2 Dúo, 512 RAM Disco Duro 160Gb.	6	450	2700
Impresoras multifunción EPSON L210	2	257	514
<b>TOTAL</b>			<b>3954</b>

**Fuente:** Investigación financiera del Proyecto

**Equipos de Oficina:** los equipos de oficina que vamos a utilizar para la empresa son:

**Tabla 30 Equipo de Oficina**

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Copiadora Ricoh	1	700	700
Teléfono Panasonic Operador kx-t7730	1	90	90
Teléfono – fax	1	140	140
Teléfono inalámbrico L601	6	35	210
<b>TOTAL</b>			<b>930</b>

**Fuente:** Investigación financiera del Proyecto

**Muebles y Enseres:** con el propósito de contar con oficinas y áreas administrativas que brinden un confort y facilite el trabajo diario necesitamos los siguientes muebles:

**Tabla 31 Muebles y Enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorio Gerencial 240 x 200cm	3	220	660
Escritorios	4	180	720
Sala de espera para 5 personas	1	350	350
Sillas visitante	7	100	700
<b>TOTAL</b>			<b>2430</b>

**Fuente:** Investigación financiera del Proyecto

#### ***4.03.05.03 Requerimiento de Insumos.***

Con respecto a los insumos de limpieza y suministros de oficina para el funcionamiento de la empresa son:

**Tabla 32 Requerimiento de Insumos**

SUMINISTROS						
Proveedor	Insumos y suministros de oficina	Presentación embalaje	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Dilipa	Suministros de oficina	Caja de 10 unidades	Resma (500 hojas)	15	3,50	52,50
Dilipa	Suministros de oficina	Caja de bolígrafos	Caja de 25 unidades	2	5,00	10,00
Dilipa	Suministros de oficina	Cuadernos	Unidad	5	1,50	7,50
Dilipa	Suministros de oficina	Grapas	Caja de 10.000 unidades	8	1,00	8,00
Dilipa	Suministros de oficina	Clips	Caja de 1000 unidades	15	0,50	7,50
Dilipa	Suministros de oficina	Carpetas / folder	Unidad	80	1,25	100,00

**Fuente:** Investigación financiera del Proyecto

---

## Capítulo V

### Estudio Financiero

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

Antes de poner en marcha un negocio es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Es así como el estudio de mercado nos entrega los ingresos, es decir el pronóstico de ventas. El estudio técnico, administrativo, legal y ambiental proporcionan los egresos en forma de inversiones, costos y gastos. Los ingresos versus egresos sirven como base para los estados financieros cuyo conjunto dará el flujo neto de caja, este es el objetivo del estudio económico el cual permitirá conocer que tan rentable es su oportunidad de negocio.

#### 5.01 Ingresos Operacionales y No Operacionales

Son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa y los no operacionales son aquellas entradas diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa que por lo general son ocasionales a la actividad principal.

**Tabla 33 Ingresos**

INGRESOS	
OPERACIONALES	NO OPERACIONALES
Lavado Express	Aceites
Lavado Lateada	Lubricantes
Lavado completo	Filtros de aire
Alineación y balanceo	Filtros de combustible
Hojalatería y pintura	
Cambio de suspensión	
Cambio de frenos	

## 5.02 Costos

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, al momento de determinar el costo de la producción podemos establecer el precio de venta al público del bien o servicio.

### 5.02.01 Costo Directo.

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costo, sin ningún tipo de reparto, se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar. Quiroga, (2002)

Cuando hablamos de una empresa la cual se va a dedicar a brindar un servicio, lo usual es denominar los costos incurridos en la prestación del servicio.

### 5.02.02 Costos Indirectos.

Son los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Quiroga, (2002)

Los costos indirectos están conformados por los elementos que intervienen indirectamente en la prestación del servicio como: depreciación, mantenimiento, reparación, etc.

**Tabla 34 Costos**

<b>COSTOS</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>DIRECTOS</b>	<b>INDIRECTOS</b>
Costo de la Mercadería	2.386,00	
Sueldos y Salarios	3.610,00	
Suministros y Materiales	185,50	
Servicios Básicos	720,00	
Reparación y Mantenimiento	18,60	
Depreciación	207,00	
Amortización Constitución	142,80	
Insumos e Implementos de trabajo		40,00
<b>Total</b>	<b>7.269,90</b>	<b>40,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

### **5.02.03 Gastos Administrativos.**

Los gastos administrativos son aquellos que se generan por el manejo o funcionamiento de la empresa, esto quiere decir todos los gastos que se generan en la oficina y por el personal administrativo.

### **5.02.04 Costos de Ventas.**

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien o servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

### **5.02.05 Costos Financieros.**

Los costos financieros representan los intereses del préstamo bancario para el financiamiento de activos de la empresa.

**Tabla 35 Costos y Gastos**

Gastos y Costos					
Gasto Administrativos	Valor	Costo de Venta	Valor	Costos Financieros	Valor
Sueldos y Salarios	3610,00	Material POP	150,00	Interés	102,05
Servicios Básicos	720,00	Estrategias	60,00		
Suministros y Materiales	185,50	Varios	30,00		
Útiles de Aseo	18,60				
Depreciación	207,00				
<b>Total Mensual</b>	<b>4741,10</b>		<b>240,00</b>		<b>102,05</b>
<b>Total Anual</b>	<b>56893,2</b>		<b>2880,00</b>		<b>1224,6</b>

Los gastos y costos son los que se requieren para la instalación del proyecto, los requeridos para la etapa de funcionamiento propiamente dicha.

#### **5.02.06 Costos Fijos y Variables.**

Los costos fijos son aquellos que la empresa tiene la responsabilidad de pagar independientemente de su funcionamiento, esto quiere decir que si hubo o no producción o si se prestó o no el servicio igual hay que pagarlo.

**Costo Fijo:** es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente aun cuando la empresa opere a media marcha, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa.

**Costo Variable:** hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción, es todo aquel costo que aumenta o disminuye la producción.

**Tabla 36 Costos Fijos y Variables**

<b>COSTOS</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>
Costos de la Mercadería		2.386,00
Servicios Básicos		720,00
Suministros y Materiales		185,50
Gastos Administrativos	4.741,10	
Gastos de Ventas	240,00	
Gastos Financieros	102,05	
<b>Total</b>	<b>5.083,15</b>	<b>3.291,50</b>

**Fuente:** Costos fijos y variables

### 5.03 Inversiones

La inversión es el acto mediante el cual destinamos una cantidad de dinero en ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo.

La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Esto consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Para la creación del Taller Automotriz se destinara una inversión del 33% como capital propio y un 67% como capital financiado.

**Tabla 37 Inversión**

<b>INVERSIÓN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Activos Fijos	15.614,00
Activos Nominal	714,00
Capital de Trabajo	7.571,20
<b>Total</b>	<b>23.899,20</b>

**Fuente:** Inversión

### 5.03.01 Inversión Fija.

La inversión fija es la estimación que se basa en las cotizaciones y proformas de los bienes y servicios que vamos a utilizar en la ejecución del proyecto, esto quiere decir que son los gastos que vamos a tener en la fase pre operativa del mismo. (<http://www.inegi.org.mx/>)

#### 5.03.01.01 Activos Fijos.

El activo fijo es un bien de la empresa ya sea tangible o intangible que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. ([www.e-economic.es](http://www.e-economic.es)),2104

**Tabla 38 Activos Fijos**

ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR
Maquinaria y Equipo	8.300,00
Muebles y Enseres	2.430,00
Equipo de Oficina	930,00
Equipo de Computación	3.954,00
<b>TOTAL</b>	<b>15.614,00</b>

**Fuente:** Activo Fijo

#### 5.03.01.02 Activos Nominales (Diferidos).

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados por la empresa en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. ([www.eco-finanzas.com](http://www.eco-finanzas.com)),2014

**Tabla 39 Activo Nominal**

<b>ACTIVO NOMINAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Gasto de Constitución	700,00
2% imprevistos	14,00
<b>Total</b>	<b>714,00</b>

**Fuente:** Activo Nominal

### 5.03.02 Capital de Trabajo.

El capital de trabajo es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Esto puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo

**Tabla 40 Capital de Trabajo**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Costo Anual</b>	<b>Rotación (meses)</b>	<b>Proporción</b>
Mercadería	28.632,00	12	2.386,00
Suministros y Materiales	2.226,00	12	185,50
Mantenimiento y Reparaciones	223,20	12	18,60
Gasto Administrativos	56.893,20	12	4.741,10
Gasto de Ventas	2.880,00	12	240,00
<b>Total</b>	<b>90.854,40</b>		<b>7.571,20</b>

**Fuente:** Capital de Trabajo

### 5.03.03 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.

Son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial. Es necesario que se recurra al crédito en la medida ideal, es decir que sea el estrictamente necesario, porque un exceso en el monto puede generar dinero ocioso, y si es escaso no alcanzará para lograr el objetivo de rentabilidad del proyecto.

En las organizaciones hay una habilidad financiera que debe fomentarse, y es la de redespigar el dinero generado por la empresa, tanto a nivel interno como externo, en oportunidades de crecimiento.

En oportunidades que generen valor económico; pero si carecen de ella pueden suceder dos cosas:

Que sean absorbidas por otras con mayor habilidad o desaparecer por la ineficiencia e incompetencia.

#### Fuentes Internas

- Emisión de acciones
- Aportes de capital
- Utilidades retenidas
- Fondos de depreciación

#### Fuentes Externas

- Créditos de proveedores
- Créditos bancarios
- Crédito de fomento
- Bonos

**Tabla 41 Fuentes de Financiamiento**

Descripción	Inversión	Crédito		Capital Propio	
		%	Valor	%	Valor
Activos Fijos	15.614,00	100,00	15.614,00		
Activos Nominales	714,00			100,00	714,00
Capital de Trabajo	7.571,20	60,00	4.542,72	40,00	3.028,48
<b>Total</b>	<b>23.899,20</b>		<b>20.156,72</b>		<b>3.742,48</b>

**Fuente:** Inversión

### 5.03.04 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización).

**Tabla 42 Amortización**

Tabla de Amortización					
	<b>Inversión</b>	100%	23.899,20		
	<b>Cap. Propio</b>	18%	3.742,48		
	<b>Financiamiento</b>	82%	20.156,72		
	<b>Plazo</b>		5	AÑOS	
	<b>Interés</b>		11%		
	<b>Pagos</b>		MENSUAL		
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	20.156,72	0,00	0,00	0,00	20.156,72
1	20.156,72	2.217,24	5.453,81	3.236,57	16.920,15
2	16.920,15	1.861,22	5.453,81	3.592,59	13.327,56
3	13.327,56	1.466,03	5.453,81	3.987,78	9.339,78
4	9.339,78	1.027,38	5.453,81	4.426,43	4.913,34
5	4.913,34	540,47	5.453,81	4.913,34	0,00

**Fuente:** Entidad Financiera

### 5.03.05 Depreciaciones (Tabla de Depreciación).

**Tabla 43 Depreciación**

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	8.300,00	10	830,00	830,00	830,00	830,00	830,00
Muebles y Enseres	2.430,00	10	243,00	243,00	243,00	243,00	243,00
Equipo de Oficina	930,00	10	93,00	93,00	93,00	93,00	93,00
Equipo de Computación	3.954,00	3	1.318,00	1.318,00	1.318,00		
<b>TOTAL</b>	<b>15.614,00</b>		<b>2.484,00</b>	<b>2.484,00</b>	<b>2.484,00</b>	<b>1.166,00</b>	<b>1.166,00</b>

**Fuente:** Activos

### 5.03.06 Estado de Situación Inicial.

**Tabla 44 Estado de Situación Inicial**

<b>Empresa ACD</b>	
<b>Estado de Situación Inicial</b>	
<b>Al 01 de Enero del 20XX</b>	
<b>Activos</b>	
<b>Activo Corriente</b>	7.571,20
Efectivo	
Capital de Trabajo	7.571,20
<b>Activo Fijo</b>	15.614,00
Maquinaria y Equipo	8300
Muebles y Enseres	2430
Equipos de Oficina	930
Equipos de Computación	3954
<b>Activos Nominales</b>	714,00
<b>Total Activo</b>	<b>23.899,20</b>
<b>PASIVO</b>	
<b>Pasivo Corriente</b>	20.156,72
<b>Pasivo a largo plazo</b>	20.156,72
Préstamo	20.156,72
<b>Total Pasivo</b>	<b>20.156,72</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
<b>Capital</b>	3.742,48
Capital Suscrito y Pagado	3.742,48
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>23.899,20</b>
<b>Gerente</b>	<b>Contador</b>



por dar cuenta de lo que efectivamente ingresa y egresa del negocio, como los ingresos por ventas o el pago de cuentas (egresos).

El flujo de caja nos permite conocer en forma rápida la liquidez de la empresa, entregándonos una información clave que nos ayuda a tomar decisiones.

**Tabla 46 Flujo Efectivo**

Flujos Netos de Efectivo						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Total	-23.899,20			-1.318,00		23.899,20
Excedente Operacional		37.180,70	42.480,89	48.576,11	54.267,60	62.328,53
<b>Flujos de Efectivo</b>	<b>-23.899,20</b>	<b>37.180,70</b>	<b>42.480,89</b>	<b>47.258,11</b>	<b>54.267,60</b>	<b>86.227,73</b>

**Fuente:** Estado de resultados

#### 5.04 Evaluación

Es un instrumento que ayuda a medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, para medir objetivamente las premisas y supuestos están deben nacer de la realidad misma en la que el proyecto estará inserto y en el que deberá rendir sus beneficios.

Los métodos de evaluación financiera que se utilizan son:

- Flujo de caja
- Valor presente neto
- Tasa interna de retorno
- Coso beneficio

#### 5.04.01 Tasa de Descuento.

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro, la tasa de descuento se diferencia de la tasa de interés en que esta se aplica a una cantidad original para obtener el incremento que sumado a ella da la cantidad final, mientras que el descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad en el presente.

**Tabla 47 Tasa de Descuento**

#### Tasa de Descuento

$$\text{TMAR} = i + f + (i \times f)$$

i = inflación

f = costo de oportunidad

$$\text{Inflación} = 4,15\%$$

$$\text{Costo de Oportunidad} = 15,00\%$$

$$19,15\%$$

$$\text{TMAR} = 0,0415 + 0,15 + (0,0415 \times 0,15)$$

$$\text{TMAR} = 0,192 + (0,006)$$

$$\text{TMAR} = 19,80\%$$

$$\text{TMAR} = 19,80\%$$

#### 5.04.02 VAN.

El valor actual neto de una inversión es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto quiere decir que mide en el momento inicial del mismo el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo

### 5.04.03 TIR.

Mide la rentabilidad relativa media bruta por periodo del proyecto de inversión sobre el capital que pertenece invertido a principios de cada periodo; incluye la retribución a los recursos financieros del capital invertido.

**Tabla 48 Van**

VAN =	- P	+ $\frac{FNE 1}{(1+i)^1}$	+ $\frac{FNE 2}{(1+i)^2}$	+ $\frac{FNE 3}{(1+i)^3}$	+ $\frac{FNE 4}{(1+i)^4}$	+ $\frac{FNE 5}{(1+i)^5}$
VAN =	-23.899,20	+ $\frac{37.180,70}{1,15599}$	+ $\frac{42.480,89}{1,3363129}$	+ $\frac{47.258,11}{1,5447643}$	+ $\frac{54.267,60}{1,7857321}$	+ $\frac{86.227,73}{2,0642885}$
VAN =	-23.899,20	+ 32.163,52	+ 31.789,63	+ 30.592,44	+ 30.389,56	+ 41.771,16
VAN =	-23.899,20	+ 166.706,30				
VAN =	142.807,10					
VAN =	<b>\$ 145.524,57</b>					
TIR =	25%					

### 5.03.05 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

**Tabla 49 Período de Recuperación**

Período de Recuperación		
Período	FNE USD	Acumulado
0	-23.899,20	-23.899,20
1	26.401,54	2.502,34
2	23.470,12	25.972,46
3	18.346,40	44.318,87
4	10.603,42	54.922,28
5	46.760,92	101.683,20

#### 5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio).

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.” (Divere, J)

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generaran salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

**Tabla 50 RCB**

**Relación Costo Beneficio**

<b>COSTO BENEFICIO</b>	=	$\frac{\text{ingresos actualizados}}{\text{costos actualizados}}$
------------------------	---	---

ia = ingresos actualizados

ca = costo actualizados

Ingresos actualizados	120.000,00
Costo actualizados	28.632,00

**RCB=** 0,24

**5.04.06 Punto de Equilibrio.**

“Es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.”

Estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales, es aquel nivel de producción y ventas que una empresa alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

**Tabla 51 Punto de Equilibrio**

Punto de Equilibrio									
$P.E. = \frac{CF}{1 - (cv / tv)}$									
<b>Costo Fijo:</b>	5.083,15								
<b>Costo Variable :</b>	3.291,500			PE=	$\frac{5.083,15}{1 - 2,54}$	=	5.083,15	=	3291,5
<b>Ventas Totales:</b>	8374,65								

#### 5.04.07 Análisis de Índices Financieros.

Para tomar decisiones relacionadas con los objetivos del proyecto el administrador financiero debe usar las cifras anteriormente determinadas la que ayudarán a la viabilidad del proyecto.

El resultado positivo significa que los recursos invertidos reportan una tasa de rentabilidad superior al 11%, por lo tanto el proyecto es viable desde el punto de vista financiero ya que la tasa interna de retorno financiera calculada es superior al 25%.

## Capítulo VI

### Análisis de Impacto

#### 6.01 Impacto Ambiental Agua

El taller automotriz al momento de trabajar con varios residuos que emite un vehículo puede existir una contaminación en el agua, esto se presentaría al momento del cambio de aceites y refrigerantes, los mismos que son residuos peligrosos que se contaminan con el agua ya que contienen químicos fuertes.

#### Aire

En el taller automotriz tomara la precaución de que al momento de realizar los cambios de llantas las mismas no se las quemem para evitar la contaminación del aire, las llantas se donaran a jardines y escuelas para que les den un uso mejor.

#### 6.02 Impacto Económico

La creación del taller automotriz estará enfocada en brindar un servicio de calidad, cubriendo y satisfaciendo las necesidades de los ciudadanos.

Con la creación de este taller automotriz estaremos abriendo fuentes de trabajos lo cual permitirá el crecimiento económico nacional.

#### 6.03 Impacto Productivo

El taller automotriz contara con una maquinaria y tecnología actualizada ya que mientras más invirtamos en la tecnología más aumentara la productividad de nuestra empresa generando también una eficacia y efectividad en los trabajos brindados y de la misma manera crecerá más la economía del país.

#### **6.04 Impacto Social**

La creación del taller automotriz aparte de generar fuentes de trabajo, también estaremos generando una competitividad sana entre los demás talleres automotrices del sector y cambiando el paradigma que tienen las personas al momento de tener que llevar su auto a un taller automotriz.

## Capítulo VII

### 7.01 Conclusiones

1.- De acuerdo al análisis en el sector Eloy Alfaro en donde se estableció tanto la tasa de interés y el crecimiento demográfico del sector es una oportunidad para implementar un negocio como el taller automotriz, el mismo que estará en constante crecimiento de acuerdo al nivel de siniestralización.

2.- El estudio financiero determinó también que existe factibilidad económica, por lo que el proyecto es viable en el tiempo; lo cual permitirá obtener una rentabilidad razonable.

3.- En el Estudio Financiero se determina un VAN (Valor Neto Actualizado) de \$145.524,57 que representa la rentabilidad del proyecto una vez recuperada la inversión y una TIR (Tasa Interna de Retorno) de 25% que indica el retorno de la inversión, son cifras que demuestran que el proyecto es viable.

4.- Los resultados arrojados del Balance de Resultados Proyectado a 5 años nos da como resultado un Margen Bruto de 96%, un Margen Operacional del 45,17% y un Margen Neto de 30,98% resultado del análisis que en plan de negocios demuestra que es viable.

### 7.02 Recomendaciones

1.- Es necesario que el proyecto de creación de una empresa de servicios automotriz se ejecute en el menor tiempo posible, en razón de la necesidad insatisfecha que se obtuvo en el estudio de mercado.



---

2.- Mantener una buena imagen de la empresa ante los consumidores, brindando un servicio de calidad a través de la profesionalización de los procesos de atención al cliente, servicio y calidad, acorde a los objetivos de la empresa.

## **Bibliografía**

Banco Central Del Ecuador. (2013). Estadísticas Macroeconómicas. Quito: BCE.

(SALAZAR MASACHE 2009) "Proyecto de Inversión para la Creación de una Empresa de Servicios de Talleres Automotriz para la ciudad de Guayaquil de la Escuela Politécnica del Litoral".

(VALENCIA NAVARRETE 2011). "Estudio Técnico-Económico para la Creación de un Taller de Servicios Automotrices en la Ciudad de Esmeraldas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo".

AEADE (2013). Anuario de vehículos automotrices.

Manual Técnico del Automóvil (2013). P. Read y V.C Reid. Estudio de todos los componentes del automóvil.

Manual Orovio Astudillo (2010). Tecnología del automóvil

## **Net grafía**

<http://pyme.lavoztx.com/>

<http://contenido.bce.fin.ec/>

<http://www.monografias.com/>

[www.pymesfuturo.com](http://www.pymesfuturo.com)

[www.evaluacion-financiera.com](http://www.evaluacion-financiera.com)

[www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)

[www.definicion.de-capital-de-trabajo](http://www.definicion.de-capital-de-trabajo),2104

[www.gerencie.com](http://www.gerencie.com)),2014



---

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

<http://www.blog-emprendedor.info/>

<http://www.promonegocios.net/>

<http://comercioexterior.gob.ec/>