



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TEMA:

EL MERCADO DE REPUESTOS AUTOMOTRICES Y LA DEMANDA LOCAL DE ESTOS, DISEÑO
DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UN ALMACEN DE RULIMANES
Y RETENEDORES EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Autor/a: PEREZ Jaramillo, Alex Javier

Director de trabajo grado: Ing. Keyerman Toapanta

Quito – Ecuador

MAYO 2013



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

CESIÓN DE DERECHOS

Quito, 03 de mayo de 2013

Yo, ALEX JAVIER PEREZ JARAMILLO, alumno de la Escuela de Administración, reconozco que el presente proyecto es de mi autoría, pero los derechos de propiedad intelectual pertenecen al Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”

ALEX JAVIER PEREZ JARAMILLO



DEDICATORIA

DEDICADO A EL SEÑOR JESÚS, PUES SIN SU AYUDA Y AMOR, EN MÍ NO HABRÍA RENACIDO EL DESEO DE TERMINAR UNA CARRERA, SU LUZ HA GUIADO SIEMPRE MI CAMINO EN TIEMPOS DUROS Y ALEGRES, A MÍ FAMILIA EN ESPECIAL A MÍ ESPOSA POR SER LA FUENTE DE AMOR, A MIS HIJOS POR SER LA FUENTE DE VALOR, INSPIRACIÓN Y FUERZA QUE NECESITO PARA SEGUIR ADELANTE EN LA VIDA.

AL INSTITUTO POR AYUDAR CON HORARIOS ADECUADOS PARA QUE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN TENGA LA OPORTUNIDAD DE ESTUDIAR Y ASÍ SER MEJORES.

ALEX.



AGRADECIMIENTO

EL AGRADECIMIENTO ETERNO AL SEÑOR JESÚS PUES ES EL ÚNICO CON QUIEN UNO PUEDE CONTAR EN TODO MOMENTO, A MI ESPOSA VIVIANA POR SU AYUDA Y APOYO EN LA REDACCIÓN DE ESTE PROYECTO, A MÍ PADRE POR SER UN EJEMPLO DE HONRADEZ Y TRABAJO. A LOS PROFESORES DE CADA UNO DE LOS NIVELES DEL INSTITUTO PUES SIN SU TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS ESTE PROYECTO NO SE HABRÍA REALIZADO.

ALEX.



“HIJITOS, TODAVÍA ESTARÉ UN POCO CON USTEDES, LES DOY UN MANDAMIENTO NUEVO: QUE SE AMEN LOS UNOS A LOS OTROS, COMO YO, LOS HE AMADO; Y POR ESTE AMOR RECONOCERÁN TODOS QUE USTEDES SON MIS DISCIPULOS”

JUAN, CAP. 13 VERSICULOS 34-35



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

EL MERCADO DE REPUESTOS AUTOMOTRICES Y LA DEMANDA LOCAL DE ESTOS, DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UN ALMACEN DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Autor/a: PEREZ Jaramillo, Alex Javier

Director de trabajo grado: Ing. Keyerman Toapanta

RESUMEN

El principal problema que existe en el mercado de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra, es la falta un distribuidor de éstos que se dedique solamente a la comercialización ésta línea, con la finalidad de cubrir las necesidades de estos en la ciudad y sus alrededores.

Determinar las necesidades que existen en el mercado de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra, más el estudio de mercado y la factibilidad, proponiendo la idea de desarrollar un almacén de comercialización de rulimanes y retenedores en la ciudad.

Para determinar la factibilidad del proyecto se ha realizado un estudio de mercado aplicando la investigación exploratoria, de campo en la que se pudo cuantificar el grado de necesidad y de aceptación de cliente potencial.

Se ha realizado un análisis interno y externo lo que nos ayuda a determinar con exactitud la factibilidad del negocio y la rentabilidad, la propuesta también estará conformada por estrategias en las que intervengan los clientes potenciales que forma el entorno del negocio, que merecen productos de calidad, precios accesibles y una gran variedad de productos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO 1	3
1.1. EL PROBLEMA	3
1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2. OBJETIVOS.....	3
1.2.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
1.3. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA.....	4
CAPITULO 2	6
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	6
2.1.1. TITULO DE LA INVESTIGACION.....	6
2.1.2. AUTOR Y AÑO DE EJECUCION	6
2.1.3. METODOLOGIA	6
2.1.4. RESULTADOS ENCONTRADOS.....	6
2.1.5. TITULO DE LA INVESTIGACION.....	7
2.1.6. AUTOR Y AÑO DE EJECUCION	7
2.1.7. METODOLOGIA	7
2.1.8. RESULTADOS ENCONTRADOS.....	7
2.2 FUNDAMENTACION TEORICA	8
2.2.1. HISTORIA DE LOS RULIMANES	8
2.2.2. ¿Quién inventó el rodamiento?.....	8



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.2.3.	El croquis de Leonardo da Vinci.....	9
2.2.4.	PRIMEROS RODAMIENTOS FABRICADOS.	10
2.2.5.	DEFINICION DE RULIMANES	10
2.2.6.	TIPOS DE RODAMIENTOS.....	10
	Existen dos grandes familias de rodamientos:	10
2.2.6.1.	RODAMIENTO DE BOLAS	10
2.2.6.2.	EL RODAMIENTO DE RODILLOS	11
2.2.6.3.	EL RODAMIENTO CILÍNDRICO.....	11
2.2.6.4.	EL RODAMIENTO CÓNICO	12
2.2.6.5.	EL RODAMIENTO ESFÉRICO	13
2.2.6.6.	RODAMIENTOS DE EMBRAGUE AUTOMATICO	13
2.2.6.7.	RODAMIENTO DE RODILLO DE AGUJA	14
2.2.6.8.	RODAMIENTOS DE CHUMACERA	14
2.2.7.	OTRAS CLASES DE RODAMIENTOS:.....	15
2.2.8.	MANTENIMIENTO DE RODAMIENTOS.....	16
2.3.	RETENEDORES.....	16
2.3.1.	DEFINICION DE RETENEDORES	16
2.3.2.	TIPOS DE RETENEDORES	16
2.3.2.1.	RETENEDORES EN PULGADAS	17
2.3.2.2.	RETENEDORES MILIMETRICOS	17
2.3.2.3.	RETENEDORES GIRATORIOS	18
2.3.2.4.	RETENEDORES ESPECIALES.....	19
2.4.	LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ	20
2.4.1.	Concepto de Factibilidad	22
2.4.1.1.	Objetivos que determinan la Factibilidad.	22



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.4.1.2.	Factibilidad Estructura.....	23
2.4.2.	Evaluación de un Proyecto Factible.....	23
2.4.3.	Proyecto Factible.	24
2.4.4.	Componentes del Estudio de Factibilidad.	24
2.4.4.1.	Estudio de Mercado.....	24
2.4.4.2.	Estudio Técnico.....	24
2.4.4.3.	Estudio Financiero se encarga de:.....	24
2.4.5.	Factibilidad Operacional.	25
2.4.6.	Factibilidad Técnica.....	25
2.4.7.	Factibilidad Económica.	25
2.5.	ESTRATEGIAS DE MARKETING APLICADAS POR LA COMERCIALIZACION DE RODAMIENTOS EN EL ECUADOR.....	27
2.5.1.	ESTUDIO DE MERCADO.....	27
2.5.1.1.	DEFINICION DE MERCADO.....	27
2.5.1.2.	PROCESO GERENCIAL AMPLIADO.....	27
2.5.1.2.1.	PLANEACIÓN	28
2.5.1.2.2.	ORGANIZACIÓN.....	28
2.5.1.2.3.	EJECUCIÓN	30
2.5.1.2.4.	CONTROL.....	30
2.5.1.2.5.	INTERRELACIÓN DE FUNCIONES	31
2.5.1.2.6.	DEFINICIÓN E IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS	31
2.6.	ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS	32
2.6.1.	RECURSO ECONÓMICO	32
2.6.2.	RECURSO MATERIAL	32
2.7.	GESTION DE TALENTO HUMANO.....	33



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.8.	LA CONTABILIDAD	33
2.8.1.	Objetivos de la contabilidad	34
2.8.2.	Importancia de la contabilidad.-.....	35
2.8.2.1.	Plan de Cuentas	36
2.8.2.1.1.	Factores a considerar en su elaboración	36
2.8.2.1.2.	Instructivo del Plan de cuentas.....	37
2.9.	FUNDAMENTACION LEGAL	38
2.9.1.	IMPORTANCIA DEL MARCO LEGAL	38
2.9.2.	CONSTITUCION DE LA EMPRESA.....	38
2.9.2.1.	¿QUE ES UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA?	
	39	
2.9.2.1.1.	Constitución de una EIRL	39
2.9.2.1.2.	¿Quién administra la EIRL?	39
2.9.2.1.3.	¿Cuáles son los aspectos propios de los contribuyentes EIRL? Las particularidades o características propias de los contribuyentes EIRL son las siguientes: 40	
2.9.3.	PATENTE MUNICIPAL	41
2.9.3.1.	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPAL.....	41
2.9.4.	RUC.....	42
2.9.4.1.	REQUISITOS PARA PEDIR EL DOCUMENTO.	42
2.10.	CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES	42
2.10.1.	VARIABLE INDEPENDIENTE: EL MERCADO DE RULIMANES Y RETENEDORES DE LA CIUDAD DE IBARRA.....	42
2.10.2.	VARIABLE DEPENDIENTE: LA DEMANDA DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD DE IBARRA.....	43
2.10.3.	PREGUNTAS DIRECTRICES	43



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.11.	GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS.....	44
CAPITULO III		47
3.1.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	47
3.1.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACION	47
3.1.2.	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	47
3.1.3.	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	48
3.2.	MÉTODOS.....	48
3.2.1.	INDUCTIVO	49
3.2.2.	DEDUCTIVO	49
3.3.	POBLACION Y MUESTRA	49
3.4.	MUESTRA	50
3.5.	FORMULA.....	50
3.6.	OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES.....	50
3.7.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.7.1.	Encuesta.....	51
CAPITULO IV.....		54
4.1.	PROCESAMIENTO Y ANALISIS	54
CAPITULO V.....		64
5.1.	ANTECEDENTES.....	64
5.1.1.	FACTIBILIDAD	64
5.2.	INTRODUCCION.....	64
5.2.1.	PLAN DE MARKETING.....	64
5.2.2.	JUSTIFICACIÓN	65
5.2.3.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	65
5.3.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	66



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.3.1.	ANÁLISIS SITUACIONAL	66
5.3.1.1.	MACROAMBIENTE (ASPECTOS ECONÓMICOS)	66
5.3.1.2.	LA INFLACION	66
5.3.1.3.	LA TASA DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA.....	67
5.3.1.4.	PRODUCTO INTERNO BRUTO	70
5.3.1.5.	LA BALANZA COMERCIAL.....	71
5.3.1.6.	RIESGO PAÍS.....	72
5.3.2.	ASPECTO SOCIO CULTURAL	74
5.3.2.1.	POBLACION ECONÓMICAMENTE ACTIVA	74
5.3.2.2.	DESEMPLEO	75
5.3.3.	ENTORNO POLÍTICO	76
5.3.4.	ENTORNO TECNOLÓGICO	77
5.3.5.	MICROAMBIENTE.....	78
5.3.5.1.	LA COMPETENCIA	78
5.3.5.2.	CLIENTES POTENCIALES	80
5.3.5.3.	PROVEEDORES	80
5.3.6.	MATRIZ FODA.....	81
5.4.	ESTUDIO DE MERCADO.....	83
5.4.1.	LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SON:	83
5.4.2.	LA ENCUESTA	84
5.4.3.	POBLACION Y MUESTRA	84
5.4.4.	EL PRODUCTO	87
5.4.5.	LA DEMANDA	88
5.4.5.1	PROYECCION DE LA DEMANDA.....	89
5.4.6.	LA OFERTA.....	89



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.4.6.1.	PROYECCION DE LA OFERTA.....	90
5.4.7.	BALANZA DEMANDA - OFERTA.....	92
5.4.7.1.	ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	93
5.5.	ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO	93
5.5.1.	OBJETIVOS DEL TAMAÑO.....	94
5.5.1.1.	DETERMINACION DE RECURSOS Y EQUIPO.....	94
5.5.1.2	CUADRO DE PERSONAL.....	95
5.5.2.	VARIABLES DE VIABILIDAD.....	95
5.5.3.	VARIABLES DE OPTIMIZACION	95
5.5.4.	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	96
5.5.5.	CAPACIDAD MAXIMA DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO.....	98
5.5.6.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	98
5.5.7.	MACROLOCALIZACIÓN.....	100
5.5.8.	MICROLOCALIZACION	101
5.5.9.	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	102
5.5.9.1.	FACTORES CONDICIONANTES DE LA LOCALIZACIÓN	102
5.6.	INGENIERIA DEL PROYECTO	103
5.7.	FLUJOGRAMAS DE PROCESO	104
5.7.1.	PROCESO DE COMPRAS	106
5.7.2.	PROCESO DE VENTAS.....	107
5.7.3.	DETERMINACIÓN DE PRODUCTOS Y EQUIPO.....	108
5.8.	GESTION ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	109
5.8.1.	GESTIÓN DE MARKETING.....	125
5.9.	INGRESOS DEL PROYECTO	129
5.9.1.	PROYECCION DE LOS INGRESOS	130



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.9.2.	IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DEL PROYECTO	130
5.9.2.1.	COSTOS DEL PROYECTO	130
5.9.2.2.	INVERSIONES DEL PROYECTO	131
5.9.3.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	133
5.9.3.1.	PRONÓSTICO DE VENTAS	133
5.9.3.2.	ESTADO DE RESULTADOS	134
5.9.3.3.	INDICADORES DE RENTABILIDAD	135
5.9.3.4.	PUNTO DE EQUILIBRIO	135
5.9.3.5.	CÁLCULO DE LA TMAR	139
5.9.3.6.	VALOR ACTUAL NETO	140
5.9.3.7.	RELACIÓN COSTO BENEFICIO	140
5.9.3.8.	PERÍODO DE RECUPERACIÓN	141
5.9.3.9.	INDICADORES.....	142
5.9.4.	INTERPRETACIÓN DE TODOS LO COEFICIENTES	142
5.9.5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	143
CAPITULO VI		144
6.1.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	144
6.2.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	145
6.3.	EVALUACIÓN IMPACTO AMBIENTAL	146
6.3.1.	IMPACTO AMBIENTAL.....	146
BIBLIOGRAFÍA		147
ANEXOS		148



INDICE DE FIGURAS

Figura 2. 1. Croquis de Leonardo da Vinci	9
Figura 2. 2. Rodamiento de bola.....	11
Figura 2. 3. Rodamiento cilíndrico	12
Figura 2. 4. Rodamiento cónico	12
Figura 2. 5. Rodamiento esférico.....	13
Figura 2. 6. Rodamientos de embrague.....	13
Figura 2. 7. Rodamientos de aguja	14
Figura 2. 8. Rodamiento de chumacera.....	15
Figura 2. 9. Tipos de Retenedores	16
Figura 2. 10. Retén en pulgadas.....	17
Figura 2. 11. Retenedores milimétricos.....	18
Figura 2. 12. Retenedores giratorios	18
Figura 2. 13. Retenedores especiales	19
Figura 2. 14. Retenedores especiales	19
Figura 2. 15. Industria automotriz	20
Figura 4. 1. Grafica porcentual de compra	54
Figura 4. 2. Gráfica porcentual de compra de rulimanes acorde a su uso	55
Figura 4. 3. Grafica porcentual acorde al lugar de compra	56
Figura 4. 4. Grafica Porcentual de frecuencia de uso	57
Figura 4. 5. Grafica porcentual de servicios adicionales.....	58
Figura 4. 6. Gráfica porcentual acorde a la marca de uso.	59
Figura 4. 7. Grafica porcentual acorde a la marca de preferencia	60
Figura 4. 8. Grafica porcentual del valor preseterminado.....	61
Figura 4. 9. Grafica porcentual de gastos promedio	62
Figura 5. 1. Inflación últimos años.....	66
Figura 5. 2. Activa – Últimos dos años	68



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Figura 5. 3. Pasiva – Ultimos dos años.....	69
Figura 5. 4. El Producto Interno Bruto	70
Figura 5. 5. La Balanza Comercial	72
Figura 5. 6. El Riesgo País.....	73
Figura 5. 7. El Riesgo País.....	73
Figura 5. 8. LA TASA DE DESEMPLEO	75
Figura 5. 9. Estructura De Un Estudio De Mercado	83
Figura 5. 10. Crecimiento por sectores.....	91
Figura 5. 11. Localización del proyecto.....	99
Figura 5. 12. Macrolocalización	100
Figura 5. 13. Microlocalización	101
Figura 5. 14. Ingeniería del proyecto	103
Figura 5. 15. Proceso de compra	106
Figura 5. 16. Proceso de venta.....	107
Figura 5. 17. Organigrama de almacén “ EL RULIMAN”	123
Figura 5. 18. Logotipo	125
Figura 5. 19. Tarjeta De Presentación.....	125
Figura 5. 20. Papelería	126
Figura 5. 21. Flyers	127
Figura 5. 22. GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	138



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

INDICE DE TABLAS

Tabla 2. 1. Variable dependiente e independiente	43
Tabla 3. 1. POBLACION TOTAL	49
Tabla 3. 2. POBLACION ENTRE 18 A 65 AÑOS	49
Tabla 3. 3.Operacionalización de las Variables.....	50
Tabla 4. 1. Porcentaje de compra	54
Tabla 4. 2. Porcentaje de compra en rulimanes y retenedores	55
Tabla 4. 3. Porcentaje de comprar acorde al lugar.....	56
Tabla 4. 4. Porcentaje de uso.....	57
Tabla 4. 5. Porcentaje de servicios adicionales	58
Tabla 4. 6. Porcentaje acorde a la marca de uso.	59
Tabla 4. 7. Porcentaje acorde a la marca de preferencia	60
Tabla 4. 8. Porcentaje del valor predeterminado	61
Tabla 4. 9. Porcentaje de gasto promedio.....	62
Tabla 4. 10. Porcentaje de compra en el local propuesto	63
Tabla 4. 11. Grafico porcentual de compra en el local propuesto	63
Tabla 5. 1. Tabla de la inflación de los últimos años	67
Tabla 5. 2. Tabla de Activa últimos dos años	68
Tabla 5. 3. Tabla de Pasiva Últimos dos años	69
Tabla 5. 4. Tabla de Producto Interno Bruto	71
Tabla 5. 5. LA P.E.A.....	75
Tabla 5. 6. TASA DE DESEMPLEO	76
Tabla 5. 7. Cuadro de Competidores del Almacén “El Ruliman”	79
Tabla 5. 8. Posicionamiento en el Mercado de Competidores de “El Ruliman”	79
Tabla 5. 9. Valoración de Atención brindada por la competencia de “El Ruliman”	79
Tabla 5. 10. Tabla de Proveedores.....	81



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 11. MATRIZ FODA.....	82
Tabla 5. 12. POBLACIÓN TOTAL	84
Tabla 5. 13. POBLACION ENTRE 18 A 65 AÑOS.....	85
Tabla 5. 14. El producto	87
Tabla 5. 15. La demanda	88
Tabla 5. 16. Proyección de demanda.....	89
Tabla 5. 17. La oferta	90
Tabla 5. 18. La oferta de competencia	91
Tabla 5. 19. Proyección de oferta	92
Tabla 5. 20. Demanda insatisfecha	92
Tabla 5. 21. Porcentaje demanda insatisfecha	93
Tabla 5. 22. Equipos de computación	94
Tabla 5. 23. Equipos de oficina	94
Tabla 5. 24. Muebles de oficina	94
Tabla 5. 25. Cuadro de personal	95
Tabla 5. 26. Procedencia de recursos	95
Tabla 5. 27. Lay out	97
Tabla 5. 28. Actividades de compra	98
Tabla 5. 29. Actividades de venta	98
Tabla 5. 30. Valoración de localización	99
Tabla 5. 31. Símbolos de flujogramas	105
Tabla 5. 32. Determinación de productos y equipos.....	108
Tabla 5. 33. Precios de productos.....	128
Tabla 5. 34. Ingresos del proyecto	129
Tabla 5. 35. Proyección de ingresos.....	130
Tabla 5. 36. Servicios Básicos.....	130
Tabla 5. 37. GASTO CONSTITUCIÓN	131
Tabla 5. 38.EQUIPOS DE COMPUTACION	131
Tabla 5. 39.EQUIPOS DE OFICINA.....	131
Tabla 5. 40.CUADRO DE INVERSIONES	132



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 41. Capital de trabajo	132
Tabla 5. 42. Proyección de ventas	133
Tabla 5. 43. Estado de resultados	134
Tabla 5. 44. Indicadores de rentabilidad	135
Tabla 5. 45. Punto de equilibrio	136
Tabla 5. 46. FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	140
Tabla 5. 47. Período de recuperación	141
Tabla 6. 1. Cronograma de actividades.....	144
Tabla 6. 2. Presupuesto.....	145



INTRODUCCION

El presente proyecto empieza de la idea de comercializar rodamientos y retenedores para aplicación automotriz, agrícola e industrial. Todo esto nace del desarrollo de nuevas tecnologías que han marcado la actualidad automotriz. Y además de que el sector automotor en el Ecuador ha crecido aceleradamente en los últimos años ya que tiene una participación muy importante en la economía del país por los ingresos que genera, se estima que el aporte al Fisco del sector por los impuestos aplicados a esta industria bordea los USD 400 millones. Además, es fuente de numerosas plazas de trabajo, llegando alcanzar en el 2010 cerca de 25,000 puestos de trabajo en las actividades directas e indirectas relacionadas a este sector; cerca del 30% del empleo generado se concentra en el área de ensamblaje y el 70% en el área de comercialización de autopartes.

El sector automotriz e industrial en los últimos años ha presentado un crecimiento sostenido y acelerado no solo gracias a la dolarización, al envío de remesas del exterior sino también al fácil financiamiento ofrecido por agencias bancarias y financieras del país siendo más accesible la compra de un vehículo tanto como para la clase media y la clase alta.

Se debe destacar que la industria automotriz a impulsado a otras industrias del sector productivo ecuatoriano como: la siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, minera, petrolera, petroquímica, del plástico, vidrio, electricidad, e informática, industrias claves para la elaboración de los vehículos. De este modo, el sector automotriz integra a diferentes actores, proveedoras de partes y piezas; así como para las ensambladoras que son las firmas que imponen los estándares productivos de esta cadena en crecimiento.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Con todo esto la industria mecánica-automotriz ha exigido explotar eficaz y eficientemente la comercialización de partes, repuestos y con ello a elevar a niveles superiores la actividad de distribución ya sea al por mayor o menor de rodamientos y retenedores; de su adecuada aplicación y de su mantenimiento oportuno.

Comercializar rodamientos, retenedores y sus productos afines, es parte de un mercado que necesita estudiarse, no solo para satisfacer las necesidades de la industria y el comercio en el ámbito nacional; sino también para conservar y mejorar la calidad y el buen servicio que se debe ofrecer a los clientes a través de personal calificado de ventas .

Con todo este estudio se tendrá una empresa solida donde se mantenga el liderazgo comercial en los rodamientos y retenedores, ampliando su participación en el mercado, nacional mediante acciones encaminadas a generar confianza y estabilidad a clientes, proveedores y empleados.



CAPITULO 1

1.1. EL PROBLEMA

En la ciudad de Ibarra no existe un almacén que se dedique a la venta de rulimanes que cuente con el stock necesario para cubrir la demanda de los consumidores.

1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad en la ciudad de Ibarra es difícil encontrar en el mercado los rodamientos necesarios para la reparación inmediata de automotores privados, de servicio público o de máquinas de empresas productivas.

Existen almacenes de venta de rulimanes y retenedores que cuentan solamente con series básicas, lo que provoca que los clientes tienen que esperar uno o dos días para que estos puedan obtenerlos y entregar a sus clientes, si fuera el caso el mismo cliente por la necesidad se desplaza hasta Quito para el mismo buscar, lo que le genera pérdida de tiempo y dinero.

Además como solo existen dos almacenes de venta de rulimanes en la ciudad de Ibarra los consumidores tienen que pagar el precio que estos locales imponen en el mercado.

1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo puede aportar la implementación de un almacén de rulimanes y retenedores a satisfacer la demanda de repuestos automotrices en la ciudad de Ibarra?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de la implementación de un almacén de rulimanes y retenedores a través de un estudio técnico y financiero en la ciudad de Ibarra.



1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a) Determinar cuál es la oferta y demanda del sector
- b) Identificar las necesidades del cliente
- c) Calcular la demanda insatisfecha del sector.
- d) Realizar un estudio técnico financiero del proyecto.
- e) Realizar los estudios técnicos que nos permita demostrar que el proyecto de factibilidad de implementación de un almacén de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra es posible y que con este se mejorará el servicio de venta en la ciudad, implementando un sistema de entrega a domicilio y con precios accesibles y productos de excelente calidad.
- f) También se ofrecerá asesoría técnica en cuanto a montaje y desmontaje de rodamientos y retenedores, así se extenderá la vida útil de nuestros productos.

1.3. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

En la actualidad no existe un buen servicio de venta de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra, todos los días existen clientes que no encuentran los rulimanes que necesitan, y tienen que esperar uno o dos días para solucionar las necesidades de estos.

Esto es una oportunidad que no se puede desaprovechar pues al implementar un almacén de venta de rulimanes y retenedores con un stock variado y completo, se ahorrará tiempo y dinero a los clientes, se superará al servicio que ya existe de otros almacenes, además ofreceremos el servicio de entrega a domicilio a todos los clientes que lo requieran.

Este proyecto busca la creación de una empresa que de fuentes de trabajo, productos de calidad a buen precio y con una atención especializada y técnica que permitirá garantizar el trabajo de nuestros clientes, pues no tendrán dudas de que lo que están



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

comprando con respecto a marcas pues comercializaremos las mejores que existen en el mercado.

Con productos garantizados, servicio eficiente y ágil, contribuiremos a que el sector automotriz e industrial de la ciudad de Ibarra pierda lo menos posible en tiempo de servicio y producción, estas son las razones que ayudarán a dichos sectores a enriquecer y generar trabajo para la ciudad.

También brindaremos asesoría pre y post venta con cursos dictados por especialistas representantes de las marcas que distribuiremos, con los que se ayudará a clientes con técnicas de montaje y desmontaje de rulimanes y retenedores, así se prolongará la vida útil de los productos y se garantizará el trabajo de los clientes.



CAPITULO 2

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1. TITULO DE LA INVESTIGACION

Estudio de Factibilidad para la empresa comercializadora de repuestos automotriz, en la línea de Rulimanes y Retenedora, en la ciudad de Quito, sector el Inca.

2.1.2. AUTOR Y AÑO DE EJECUCION

Diego Fernando Miño; Quito, marzo 2009 ESCUELA POLITECNICA NACIONAL.

2.1.3. METODOLOGIA

Estudio de Mercado; Variables de Segmentación, Definición del Problema, Objetivos de Investigación; Formulación de un diseño de la Investigación; Mecánica Operativa; Demanda; FODA.

2.1.4. RESULTADOS ENCONTRADOS

El presente trabajo de investigación dio como resultados que el objetivo de crear una empresa comercializadora de rulimanes, en el sector del Inca en la ciudad de Quito; se explotara un mercado potencial en crecimiento debido a que el parque automotriz en la ciudad de Quito hasta el 2008 fue de 350.000 vehículos en circulación.

En el estudio económico así como en la evaluación financiera indica que en los indicadores económicos como el VAN y el TIR son buenos indicando que existe rentabilidad en el proyecto.

En el estudio técnico se llegó a la conclusión que el lugar más indicado para este proyecto en Quito; es el Sector del Inca; ya que es la medula automotriz de compra y venta de repuestos automotrices de la parte Norte de la ciudad.



En conclusión se llegó que con este proyecto se pretende que en 3 años de implantado la empresa se llegue a importar los rulimanes y retenedores para abaratar los costos frente a la competencia y así obtener mayor rentabilidad.

2.1.5. TITULO DE LA INVESTIGACION

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa importadora y comercializadora de rodamientos automotrices, en el norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.6. AUTOR Y AÑO DE EJECUCION

María Belén Rentería Landívar, Sangolqui ESPE año 2012.

2.1.7. METODOLOGIA

Tipo de estudio: Método Cualitativo; Método Cuantitativo; Método Inductivo; Deductivo; Analítico-sintético; Plan de Marketing.

2.1.8. RESULTADOS ENCONTRADOS

El proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa Importadora y Comercializadora de Rodamientos Automotrices en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito, ha sido evaluado en su Ingeniería, Mercado, Estados Financieros y se ha demostrado que es viable y posible de realizar.

El análisis financiero del proyecto reporto el monto total de inversión por el valor de \$ 74.963 dólares americanos, que estará constituido por un 40% de recursos propios y un 60% mediante el financiamiento ante una entidad financiera del país, de la relación de ingresos y costos, se prevé disponer utilidades considerables que permitirán recuperar la inversión total en 5 años.



2.2 FUNDAMENTACION TEORICA

La comercialización de rulimanes y retenedores constituye la razón primordial de este proyecto para lo cual es importante conocer la historia, importancia y clases de este tipo de productos.

Para mejorar el rendimiento tanto automotriz como industrial especialmente en las partes donde exista rotación o movimiento se utilizan los rodamientos o rulimanes, dando así una mayor durabilidad y control y a la vez alargando la vida útil de estas partes.

2.2.1. HISTORIA DE LOS RULIMANES

El rodamiento tiene su nombre y su origen de los “cuerpos rodantes”, tales como el rodillo de madera que utilizaban los egipcios en la época de los faraones. Este procedimiento permitió:

- Aumentar la velocidad de desplazamiento
- Resolver el problema de fricción
- Disminuir el lado pesado de las tareas

Si nuestro rodamiento le debe mucho al rodillo de madera, también se inspiró mucho de la rueda. Es el principio de la rotación que los reúne, pues cada uno gira sobre un eje.

Leonardo da Vinci fue el primero en dibujar una pieza capaz de resolver este problema. El precursor del rodamiento había nacido, pero únicamente sobre el papel.

2.2.2. ¿Quién inventó el rodamiento?

La idea de reemplazar la fricción de deslizamiento por la de la rodadura viene de las civilizaciones más antiguas, ciertos bajo-relieves egipcios representan el transporte de enormes bloques de piedra, destinados a la construcción de monumentos, que la gente hacía deslizar sobre troncos de árboles que servían de rodillos.

Los restos de una plataforma giratoria que proviene de un barco del emperador Caligula, encontrados en el fondo del lago de Nemi en los años 1930, son los testigos de que los rodamientos rudimentarios se utilizaban desde la Antigüedad, se puede considerar esta plataforma como uno de los primeros ejemplos de rodamiento de tope, es decir de un rodamiento dedicado a soportar cargas directas y en rotación sobre su eje.

En el siglo XV, Leonardo da Vinci descubrió el principio del rodamiento, este último se dio cuenta de que la fricción sería menos importante si las bolas no se tocaran, entonces, desarrolló separadores que permitían a las bolas evolucionar libremente.

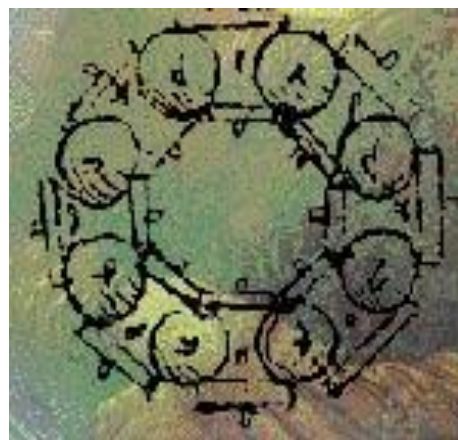
Se inventó otra vez este mecanismo durante el siglo XVIII cuando se patentó, en Inglaterra, un eje para coches de caballos equipados con una corona de bolas en rotación en gargantas de sección semi-circular realizadas en el eje.

En el siglo XIX, se asiste al nacimiento de una multitud de aplicaciones y de perfeccionamientos de los rodamientos, gracias a los progresos realizados en la misma época en el sector de la metalurgia y de la técnica.

2.2.3. El croquis de Leonardo da Vinci

“Las ciencias mecánicas son las más nobles y útiles entre todas, porque gracias a ellas todos los cuerpos animados ejecutan la operación para la cual se diseñaron.”

Figura 2. 1.Croquis de Leonardo da Vinci



Fuente: www.ntn-snr.com



2.2.4. PRIMEROS RODAMIENTOS FABRICADOS.

La información acerca de los primeros rulimanes fabricados no es exacta pero los datos más concretos se remontan al año del 1907 donde un joven ingeniero sueco llamado Sven Wingquist fabrico el primer rodamiento de bolas a rotula.

En este mismo año se fundó la FABRICA SKF empresa fabricante de rodamientos quienes patentaron la muestra original del joven ingeniero. Para 1908 se abrieron sucursales en Alemania y Francia y se designaron representantes en Finlandia, Suiza, Bélgica, Dinamarca, Austria, Australia.

A partir de esos años se inicia una enorme e interminable industria de fabricación y comercialización a nivel mundial.

2.2.5. DEFINICION DE RULIMANES

También denominado bolillero o rodajes, es un tipo de cojinete, que es un elemento mecánico que reduce la fricción entre un eje y las piezas conectadas a éste por medio de rodadura, que le sirve de apoyo y facilita su desplazamiento.

2.2.6. TIPOS DE RODAMIENTOS

Cada clase de rodamientos muestra propiedades características, que dependen de su diseño y que lo hace más o menos apropiado para una aplicación dada.

Existen dos grandes familias de rodamientos:

2.2.6.1. RODAMIENTO DE BOLAS

El rodamiento de bolas es el más utilizado en el mundo industrial porque tiene la mejor relación de prestación y precio. Salvo en algunos casos en rodamientos especiales como los automóviles modernos.

Estos rodamientos se encuentran en las ruedas de los vehículos en las transmisiones en los pilotos de embrague en las máquinas agrícolas los husillos de máquinas-herramienta; estos rodamientos soportan carga pero más se los utiliza cuando se necesita muchas revoluciones como en el caso de las máquinas tupi.

Figura 2. 2.Rodamiento de bola



Fuente: www.iec.skf.com

2.2.6.2. EL RODAMIENTO DE RODILLOS

Este tipo de rodamiento puede ser de una o de varias hileras dependiendo de su aplicación soporta mayor carga es decir peso que los rodamientos de bolas estos rodamientos se los utiliza también en máquinas como las que sirven para extraer el petróleo.

Por otro lado, existen varios tipos de rodamientos de rodillos así tenemos:

2.2.6.3. EL RODAMIENTO CILÍNDRICO

El rodamiento de rodillos cilíndricos se utiliza en las cajas de cambio de velocidades para automóvil, sobre el soporte 4 del motor CFM56 de Boeing y Airbus, en el ferroviario.

Se asocia casi siempre con un rodamiento de bolas para soportar las cargas axiales.

Figura 2. 3.Rodamiento cilíndrico



Fuente:www.ntn-snr.com

2.2.6.4. EL RODAMIENTO CÓNICO

El rodamiento de rodillos cónicos tiene la ventaja de soportar cargas combinadas, con dimensiones reducidas. Se utiliza en particular en las ruedas de automóviles, los bogies ferroviarios.

Su inconveniente: su fabricación es más difícil y por tanto más costosa.

Figura 2. 4.Rodamiento cónico



Fuente:www.iec.skf.com

2.2.6.5. EL RODAMIENTO ESFÉRICO

La presión de contacto entre cuerpos rodantes y pista se reparte a lo largo de una línea cuando se trata de rodillos. Con las bolas, se concentra en un punto único. Por eso, con dimensiones iguales, los rodamientos de rodillos soportan cargas superiores y velocidades límites más bajas.

Figura 2. 5.Rodamiento esférico



Fuente:www.iec.skf.com

2.2.6.6. RODAMIENTOS DE EMBRAGUE AUTOMATICO

Figura 2. 6.Rodamientos de embrague



Fuente:www.ntn-snr.com

Los automóviles con transmisión manual utilizan para conectar y desconectar potencia del motor a la transmisión un sistema llamado embrague. Los rodamientos de



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

embrague se pueden clasificar en rodamientos convencionales o rodamientos de embrague auto-alienables.

Los auto-alienables permite absorber desfases de centros entre el motor y la transmisión, esta característica los hace superiores a los convencionales ya que reducen el ruido, vibraciones y el desgaste. NTN denomina estos rodamientos como FCR.

2.2.6.7. RODAMIENTO DE RODILLO DE AGUJA

Los Rodamientos de Rodillos de Aguja incorporan rodillos que son entre tres y diez veces más largos que su diámetro y aportan una gran capacidad de carga radial. La jaula tipo M y los rodillos tienen incorporados controles de calidad que garantizan su elevada fiabilidad para operar bajo altas cargas o condiciones de trabajo de desalineación.

Figura 2. 7.Rodamientos de aguja



Fuente:www-ntn-snr.com

2.2.6.8. RODAMIENTOS DE CHUMACERA

Las chumaceras (Bearing Units) o unidades de rodamientos son una combinación de un rodamiento radial de bolas o de doble hilera de rodillos esféricos, sello, y un alojamiento (soporte) de hierro colado de alto grado ó de acero prensado (también

pueden ser de acero inoxidable o algún material sintético), están disponibles en formas geométricas muy variadas. La superficie exterior del rodamiento y la superficie interior del alojamiento son esféricas, para que la unidad sea auto-alineable. También poseen sistemas de fijación que facilita su montaje y desmontaje. Estos rodamientos son comúnmente utilizados para las maquinas industriales más grandes, que funcionan a velocidades más altas.

Figura 2. 8.Rodamiento de chumacera



Fuente: www.iec.skf.com

2.2.7. OTRAS CLASES DE RODAMIENTOS:

- Rodamientos de una hilera de bolas con contacto angular
- Rodamientos de agujas
- Rodamientos de rodillos cónicos
- Rodamientos de rodillos cilíndricos de empuje
- Rodamientos axiales de rodillos a rótula
- Rodamientos de bolas a rótula
- Rodamientos de rodillos cilíndricos
- Rodamientos de rodillos a rótula
- Rodamientos axiales de bolas de simple efecto
- Rodamientos de aguja de empuje

2.2.8. MANTENIMIENTO DE RODAMIENTOS

La suciedad es la principal causa del daño abrasivo de los rodamientos, que lleva a la reducción de su vida útil. Para que un rodamiento funcione de un modo confiable. Es indispensable que esté lubricado adecuadamente; además es indispensable proteger al rodamiento contra la corrosión es decir contra el ambiente ya que este le oxida inmediatamente. Es por esto que escoger el método de lubricación adecuado y su correcto mantenimiento es de gran importancia.

2.3. RETENEDORES

2.3.1. DEFINICION DE RETENEDORES

Un retenedor radial, OIL SEAL, es un sello que evita o reduce al mínimo el paso de aceite que podría escaparse fácilmente de la holgura existente entre dos piezas de una máquina, que está en movimiento una con respecto a la otra, como por ejemplo un eje rotatorio y su apoyo.

Figura 2. 9.Tipos de Retenedores



Fuente:www.iec.skf.com

2.3.2. TIPOS DE RETENEDORES

- a. Retenedores en pulgadas
- b. Retenedores milimétricos
- c. Retenedores giratorios

d. Retenedores especiales

2.3.2.1. RETENEDORES EN PULGADAS

Es una pieza de especial importancia en el motor, transmisión, o en cualquier máquina, en la que por su diseño se deba retener aceite, grasa o incluso aire, en los agujeros por los que salen ejes que giran o se deslizan para transmitir movimiento o potencia. Este tipo de retenedor se lo utiliza más en vehículos norteamericanos como: FORD, DODGE.

Figura 2. 10. Retén en pulgadas



Fuente: www.iec.skf.com

2.3.2.2. RETENEDORES MILIMETRICOS

Retenedores elaborados con dimensiones específicas y tienen un sin número de aplicaciones. Principalmente su mayor uso es para equipos industriales y agrícolas.

En vehículos de tipo pesado y liviano de fabricación europea, Asiática, japonés, y americanos; estos retenedores también tienen varias aplicaciones en motos, bicicletas.

Figura 2. 11.Retenedores milimétricos



Fuente:www.iec.skf.com

2.3.2.3. RETENEDORES GIRATORIOS

Son retenedores especiales en su diseño, ya que tienen incorporados una camisa u elemento especial que permiten una mayor durabilidad del eje en donde se instala el producto.

Figura 2. 12.Retenedores giratorios



Fuente: www.ntn-snr.com

2.3.2.4. RETENEDORES ESPECIALES

Retenedores en Vitón, Silicona, caucho hidráulico, Nitrilo, Poly-acrílico. Retenedores de alta dureza, para equipos de trabajo pesado, maquinaria agrícola, alta temperatura y presión, doble retención y para cualquier otra característica requerida; especialmente en vehículos modernos de última tecnología a partir del año 2010.

Figura 2. 13.Retenedores especiales



Fuente:www.iec.skf.com

Figura 2. 14.Retenedores especiales



Fuente:www.iec.skf.com



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.4. LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

La producción automotriz en el Ecuador empieza en la década de los años 50, cuando empresas del sector metalmecánico y del sector textil comienzan la fabricación de carrocerías, asientos para buses y algunas partes y piezas metálicas.

En la década de los 60, con las Leyes de Fomento se incursiona en la fabricación de otros elementos de alta reposición y de uso común dentro de la amplia gama de marcas y modelos de vehículos existentes en nuestro mercado.

Para mirar objetivamente la importancia de la industria automotriz, es necesario analizar su crecimiento a partir del inicio de operaciones de las plantas existentes. En el Ecuador se han ensamblado vehículos por más de tres décadas. En 1973 comienza la fabricación de vehículos, con un total de 144 de un solo modelo, el Andino, ensamblado por AYMESA hasta el año 1980. La producción total de vehículos superó las 5.000 unidades durante la década de los años setenta.

En el año 1988 con el Plan del Vehículo Popular la producción se incrementó en un 54,21%, pasando de 7.864 vehículos producidos en 1987 a 12.127 vehículos en 1988.

Figura 2. 15. Industria automotriz



Fuente:internet



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

En 1992 se perfecciona la Zona de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador y Venezuela, se abren las importaciones de vehículos, y Ecuador inicia las exportaciones. En el año 1993, se firma el primer Convenio de Complementación en el Sector Automotor que fue modificado en el año 1999 para adecuarlo a los compromisos con la OMC.

El Convenio Automotor que se convirtió en política nacional para el sector, fue el motor para el desarrollo de la industria de ensamblaje y producción de autopartes.

La industria automotriz ecuatoriana está constituida por tres ensambladoras de vehículos con las marcas Chevrolet, Kia y Mazda que conforman la cadena productiva en la que participan al menos 14 ramas de actividad económica, de acuerdo con la clasificación CIIU, entre las que se encuentran la metalmecánica, petroquímica (plástico y caucho), textil, servicios y transferencia tecnológica.

La industria de ensamblaje ha posibilitado la producción local de componentes, partes, piezas e insumos en general lo que significa el establecimiento de bases tecnológicas para la fabricación de muchos otros productos conexos a los automotores y las maquinarias y herramientas necesarias para producirlos.

El grado de desarrollo tecnológico que la industria automotriz ecuatoriana ha alcanzado se ve reflejado en la calidad de los automotores nacionales, que involucran las más altas normas de seguridad.

La presencia de importantes empresas multinacionales en el país, han liderado la transferencia y asimilación de tecnologías en empresas autopartistas.

Es por esto que la comercialización de rodamientos y otras partes automotrices se ven en su apogeo a partir de la década de los 90 siendo su mayor aporte en este sector en la última década debido al crecimiento automotriz.

Dicho crecimiento se ve en las estadísticas del año pasado que revelan que el parque automotor de la ciudad crece anualmente en un 12%. Esta información ilustra que



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

cada año se venden solo en la ciudad de Quito cerca de 50.000 vehículos, lo cual supone que, en ocho años, se duplicaría el actual parque automotor que, al momento ya supera los 500.000 vehículos.

En la actualidad el sector de la comercialización de rodamientos y demás partes automotrices continúa siendo estable, ya que ha generado grandes expectativas y un impacto comercial en sus consumidores no solo para grandes industrias sino para pequeños negocios dedicados a la comercialización de rodamientos.

En conclusión lo más importante de la comercialización de rodamientos es que cubra los procesos de adquisición, de ventas al por mayor y así como también la distribución para los sectores: automotriz, agrícola e industrial, además la finalidad de alcanzar la completa satisfacción de las necesidades de los clientes cumpliendo así los objetivos de la empresa.

2.4.1. Concepto de Factibilidad

Varela dice: “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

2.4.1.1. Objetivos que determinan la Factibilidad.

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos y de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
Automatización óptima de procedimientos manuales.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto.

2.4.1.2. Factibilidad Estructura.

Para Coss, un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- Presentar un resumen de proyecto.
- Elaborar cada parte por separado.
- Fundamentar cada parte en las anteriores.
- Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

2.4.2. Evaluación de un Proyecto Factible.

Un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas:

- Evaluación Técnica.
- Evaluación Ambiental.
- Evaluación Financiera.
- Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.



2.4.3. Proyecto Factible.

Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado. Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intentan producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no.

2.4.4. Componentes del Estudio de Factibilidad.

2.4.4.1. Estudio de Mercado.

Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

2.4.4.2. Estudio Técnico.

Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

2.4.4.3. Estudio Financiero se encarga de:

- Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.
- Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.
- Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.4.5. Factibilidad Operacional.

Comprende una determinación de posibilidad que un nuevo sistema se use como se supone.

Se deben considerar cuatro aspectos:

- La utilización de un nuevo sistema puede ser demasiado complejo para los usuarios de la organización o los operadores del sistema.
- Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones.
- Un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.
- La probabilidad de obsolescencia en el sistema. Cambios anticipados en la práctica o políticas administrativas pueden hacerse que un nuevo sistema sea obsoleto muy pronto.

2.4.6. Factibilidad Técnica.

Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando. Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

2.4.7. Factibilidad Económica.

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos.
- La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.
- Se determinan las formas en que la organización podría gastar su dinero.

El desarrollo de una organización comercial, que es el objeto último de este documento, gira en torno al estudio de factibilidad y a su vez este reside en la adecuada ejecución de un plan de negocios.

Tiempo atrás cuando un emprendedor fundaba una empresa confiaba en una intuición, en una oportunidad de negocios o en una innovación que nadie poseía. Hoy es imposible o por lo menos muy costoso no planear antes de ejecutar la creación de un emprendimiento y la herramienta, provista desde las ciencias administrativas es el plan de negocios.

El Plan de Negocios puede verse como un mapa donde se identifican claramente los objetivos de la empresa, las rutas a seguir para alcanzar los objetivos, los obstáculos que se enfrentarán en el camino, las herramientas que utilizara, el empresario para superar los obstáculos y los mecanismos para medir el avance del proceso.

La función de un plan de negocio adecuado es la de dar forma a las percepciones, decisiones y conductas de aquellos que dirigen o inciden en la dirección de una empresa u organización, el inculcarle una filosofía empresarial y por ende para que invite a sus subordinados y empleados para que comulguen con él y se suban al barco del proyecto. Este plan de negocios constituye un modelo o prisma a través del cual se percibe y analiza la realidad y, en consecuencia, se toman determinadas decisiones y cursos de acción, todos enfocados siempre a una mejora continua dentro del proceso administrativo.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING APLICADAS POR LA COMERCIALIZACION DE RODAMIENTOS EN EL ECUADOR

2.5.1. ESTUDIO DE MERCADO

Antes de presentar el estudio de mercado debemos revisar la definición de mercado.

2.5.1.1. DEFINICION DE MERCADO

“El mercado es un grupo de personas u organizaciones que poseen la habilidad y la voluntad de comprar un producto o servicio para el consumo. Se entiende por personas aquellas que con base en sus necesidades y deseos deciden adquirir un producto o servicio. Quien compra un producto se llama cliente, quien por lo general lo consume o usa. “

El estudio de mercado no es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda de los precios del proyecto de factibilidad.

El estudio de mercado se lleva a cabo dentro de un proyecto empresarial con la visión de hacerse una idea sobre la fiabilidad comercial de una actividad económica. Con este estudio nos permitirá saber en qué medio habrá de caminar; pero sobre todo nos ayudara a ver las si las posibilidades de venta son reales y si los bienes y los servicios podrán colocarse en las cantidades propuestas y planificadas de tal modo que se cumplan los propósitos de la empresa.

2.5.1.2. PROCESO GERENCIAL AMPLIADO

El procedimiento administrativo es el proceso que usa la administración para llevar a cabo sus actos, es el cauce formal de la serie de actos en que se concreta la actuación administrativa para la realización de un fin. La administración es considerada como una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen el proceso administrativo que está formado por 4 funciones elementales:

PLANEACIÓN: Sirve para determinar los objetivos, establecer las metas y estrategias en los cursos de acción que van a seguirse.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ORGANIZACIÓN: Distribuye el trabajo entre los miembros del grupo para establecer y reconocer las relaciones necesarias.

EJECUCIÓN: Dirige y motiva a todos los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad, entusiasmo y resolviendo conflictos laborales.

CONTROL: Vigila las actividades para determinar si se están cumpliendo de las tareas asignadas.

2.5.1.2.1. PLANEACIÓN

Identifica y determina el campo de acción del propósito, además de diseñar estrategias y establecer directrices que guiarán al desarrollo de las tareas y las actividades que se desempeñan en la empresa para cumplir con los objetivos y metas.

La importancia de la planificación radica en establecer indicadores de control, seguimiento y gestión, de esta manera se puede alcanzar objetivos y metas evitando los posibles problemas que existan en el desarrollo y ejecución de sus actividades.

Actividades importantes de la Planeación:

- a) Aclarar y determinar los objetivos
- b) Pronosticar
- c) Establecer las condiciones sobre las cuales se desarrollará el trabajo
- d) Seleccionar las tareas para lograr objetivos
- e) Instaurar un plan general de logros a fin de encontrar nuevos medios para mejorar el desempeño del trabajo.
- f) Establecer políticas, normas y métodos de desempeño.
- g) Prever posibles problemas
- h) Modificar los planes de acuerdo al desenvolvimiento de los resultados.

2.5.1.2.2. ORGANIZACIÓN

Consiste en distribuir y señalar las actividades necesarias de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo. Esta distribución del trabajo está guiada por consideraciones tales como la naturaleza de las



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

de las actividades componentes, personas del grupo y las instalaciones físicas disponibles.

Se basa en un número reducido de jefes los cuales regulan las funciones y actividades de todos los integrantes de la organización o entidad manteniendo claramente definido quién es la autoridad y el subalterno. Las decisiones, estrategias, metas y objetivos serán tomadas por la alta dignidad de la organización, que serán cumplidas por el resto de los integrantes. La organización contribuye a que los objetivos pueden alcanzarse, los planes se ejecuten y las personas trabajen eficientemente, las actividades deben agruparse de manera lógica y la autoridad debe distribuirse de tal manera que se evite confusiones y conflictos.

La organización distribuye el recurso humano y material en forma estratégica nos indica cómo se hace cada cosa y quien lo va hacer.

Actividades importantes de la Organización:

- a) Subdividir el trabajo en unidades operativas.
- b) Agrupar las obligaciones operativas en puestos.
- c) Reunir los puestos operativos en unidades manejables y relacionadas.
- d) Aclarar los requisitos del puesto.
- e) Seleccionar y colocar a los individuos en el puesto adecuado
- f) Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro de la administración
- g) Ajustar la organización a la luz de los resultados de control



2.5.1.2.3. EJECUCIÓN

Una vez determinada la planificación y organización es necesario que se tomen medidas e inicien las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten las tareas. Entre las medidas comunes para poner el grupo en acción están: dirigir, desarrollar, instruir, ayudar a los miembros a mejorar continuamente incentivando la creatividad a cambio de una compensación, a esto se llama ejecución.

Actividades importantes de la Ejecución:

- a) Participación de todos los miembros afectados por la decisión
- b) Conducir y retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo
- c) Motivar a todos los miembros de la organización
- d) Informar con efectividad
- e) Instruir a los miembros para explotar todo su potencial
- f) Reconocimiento por un trabajo bien hecho.
- g) Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo.
- h) Revisar los resultados de la ejecución conociendo los resultados
- i) Establecidos por el control.

2.5.1.2.4. CONTROL

Constituye el proceso de supervisar las actividades que se realizan en las empresas, de manera tal que el control garantiza el adecuado cumplimiento de lo planificado con anterioridad, así como también sirve para corregir cualquier tipo de actividad que contenga alguna desviación significativa. El control de la planeación se lleva a cabo gracias a la estructura organizacional que se crea para facilitar en forma eficiente y eficaz el cumplimiento de metas, objetivos motivando a los empleados a través de un liderazgo eficaz.

Actividades importantes del control:

- a) Comparar los resultados con los planes generales
- b) Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- c) Idear los medios efectivos para medir las operaciones
- d) Comunicar cuales son los medios de medición.
- e) Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y variaciones
- f) Sugerir acciones correctivas en caso de ser necesarias
- g) Informar a los miembros responsables de las interpretaciones
- h) Ajustar el control de acuerdo a los resultados.

2.5.1.2.5. INTERRELACIÓN DE FUNCIONES

Las 4 funciones fundamentales de la administración están entrelazadas e interrelacionadas, el desempeño de una función no termina por completo antes que inicie la siguiente, no tiene la obligación de seguir una secuencia en particular sino que se da de acuerdo a la situación. La secuencia de las funciones deben estar adaptadas al objetivo específico, por lo tanto se coloca mayor énfasis en ciertas funciones, más que en otras dependiendo de la situación individual.

La planeación está involucrada en el trabajo de organizar, ejecutar y controlar, de igual manera los elementos de organizar se utilizan en planear, ejecutar y controlar con efectividad, cada una de las funciones fundamentales de la administración afecta a las otras y todas están relacionadas para formar el proceso administrativo.

2.5.1.2.6. DEFINICIÓN E IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS

Un objetivo es la meta que se persigue, sugiere la dirección a través de los esfuerzos de la planeación de un gerente y se pueden manifestar de acuerdo a los siguientes criterios:

- a) Meta constituye lo que quiere lograrse, es identificable en términos claros y precisos
- b) Un objetivo involucra un carácter definitivo
- c) La dirección está indicada por el objetivo, muestra los resultados que deben buscarse y aparta esos resultados de los muchos objetivos posibles.
- d) La dirección proporciona las bases para los planes estratégicos apropiados que deben formularse para alcanzar los objetivos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- e) Los objetivos mal planteados o inadecuados pueden retardar el éxito de la administración y dificultar las operaciones en cualquier organización. Una sugerencia que puede tomarse en cuenta es concentrarse en los objetivos buscados y luego determinar si la acción que en la actualidad se sigue, está contribuyendo al objetivo de sus metas.

2.6. ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS

La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o facilitarán alcanzar sus objetivos existen 3 elementos a considerarse para la administración de recursos

2.6.1. RECURSO ECONÓMICO

Es indiscutible también que el elemento económico, representado por el efectivo, juega un papel fundamental en todo tipo de empresas. Es la rama de la administración que se encarga de planificar, presupuestar, dirigir y controlar las siguientes funciones:

- Determinar el volumen total de fondos que deberá utilizar la empresa
- Distribuir los fondos eficientemente entre los diversos activos.
- Distribuir de la mejor manera, las fuentes de financiamiento desde el punto de vista de la evaluación global de la empresa.

La administración de recursos económicos debe contar con la participación de una persona capacitada para planear alternativas en la solución de problemas económico-financieros.

2.6.2. RECURSO MATERIAL

Tiene por finalidad planificar, dirigir, coordinar y controlar, todo lo que comprende a instalaciones físicas, maquinarias, herramientas, muebles, insumos, materias primas y conservarlos en óptimas condiciones de uso, hasta su entrega al usuario o cliente. En la administración de recursos, se considera todos los insumos que sean necesarios para



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

mantener las actividades económicas productivas de la empresa. La administración de materiales, no solo se limita a las actividades de compra y venta, sino que incluye una serie de actividades: mantenimiento aspectos técnicos cálculo de necesidades, obtención o recepción, entrega o distribución.

2.7. GESTION DE TALENTO HUMANO

La administración de recursos humanos consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que la organización representa el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales. Relacionados directa o indirectamente con el trabajo. El elemento humano es considerado el más importante en cualquier empresa, de esa forma podrá llevar a cabo los objetivos de la organización. La dirección debe poner mayor énfasis en este recurso, ya que, se puede pagar a un hombre por su tiempo, su presencia a los actos mecánicos que realiza para cumplir su trabajo. Sin embargo no se puede comprar su entusiasmo, su iniciativa o su lealtad, pues estas son cosas que deben ganarse. La comunicación, por tanto, es el principal recurso que dispone el directivo, para obtener el entusiasmo, la creatividad y la lealtad de su personal, siempre y cuando, esta comunicación sea verdadera, consistente y seria. Una dirección con mentiras o inconsistente, no podrá obtener entusiasmo o lealtad.

No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, habilidades, salud.

2.8. LA CONTABILIDAD

La Contabilidad es la disciplina que se encarga de determinar, medir y cuantificar los factores de riqueza de las empresas, con el fin de servir para la toma decisiones y control, presentando la información, previamente registrada, de manera sistémica y útil para los distintos usuarios. Es una técnica que produce sistemática y estructuradamente información cuantitativa, expresada en unidades monetarias acerca de las transacciones que efectúan las entidades económicas y de ciertos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con la finalidad de facilitar a los diversos interesados, el tomar decisiones en relación con dichas entidades.

Los productos finales de la contabilidad son todos los Estados Contables o Estados Financieros, que son los que resumen la situación económica y financiera de la empresa.

Esta información resulta útil para gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

Puesto que es un conocimiento verdadero. No es una suposición de hechos sin relevancia alguna, al contrario, analiza cada hecho económico y en todos aplica un conocimiento adquirido. Es un conocimiento sistemático, verificable y falible. Busca, a través de la formulación de hipótesis, la construcción de conjuntos de ideas lógicas (teorías) que sirvan para predecir y explicar los fenómenos relativos a su objeto de estudio. Con el propósito de identificar fenómenos o sucesos que aporten gran información para su mejor desempeño.

2.8.1. Objetivos de la contabilidad

Proporcionar información de hechos económicos, financieros y sociales suscitados en una empresa u organización; de forma continua, ordenada y sistemática, sobre la marcha y/o desenvolvimiento de la misma, con relación a sus metas y objetivos trazados, con el objeto de llevar CUENTA Y RAZON del movimiento de las riquezas públicas y privadas con el fin de conocer sus resultados, para una acertada toma de decisiones.

Objetivos específicos de la contabilidad La contabilidad tiene por objeto proporcionar los siguientes informes:

1. Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
2. Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

3. Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
4. Proporcionar, en cualquier momento, una imagen clara de la situación financiera del negocio.
5. Prever con anticipación las probabilidades futuras del negocio.
6. Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
7. Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a Ley.
8. Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
9. Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.
10. Participar en la toma de decisiones estratégicas, tácticas y operacionales, y ayudar a coordinar los efectos en toda la organización.

El propósito fundamental de la contabilidad es proporcionar información relacionada con una entidad económica, así la contabilidad se refiere a la medición, al registro y a la presentación de este tipo de información a varios tipos de usuarios. La contabilidad proporciona datos para convertirlos en indicadores de actuación, en cierto modo coadyuvan a evaluar la trayectoria de la organización, da un parámetro general del valor de la misma en el tiempo que se precisa dicha información, porque se llevan los registros (anotaciones) de las operaciones que se susciten a lo largo de un determinado tiempo de trabajo, ya sea diario, semanal o anual, de dinero, mercaderías y/o servicios por muy pequeñas o voluminosas que sean estas.

2.8.2. Importancia de la contabilidad.-

La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

2.8.2.1. Plan de Cuentas

Es un medio auxiliar del sistema de información contable del ente que indica las cuentas que serán utilizadas:

- En el proceso de registración de las variaciones patrimoniales que producen los hechos económicos del ente y, en la exposición, a los fines de mostrar la composición y magnitud del patrimonio del ente.

Con respecto a los requisitos que debe reunir, podemos mencionar:

- Ordenado, es decir que contemple un criterio racional planificado.
- Completo, que contenga todas las cuentas necesarias para reflejar todos los posibles hechos económicos a producirse, ya sean éstos de naturaleza patrimonial, resultados, que su terminología sea comprensible para cualquier persona interesada en el funcionamiento del sistema de información contable del ente.
- Flexible debe prever la posible incorporación de cuentas en todo momento, en función de las necesidades que se sucedan desde su confección (inicio de la vida del ente). Es importante, que periódicamente se revise la vigencia de las cuentas, procediendo a la cancelación de aquellas que hayan dejado de ser utilizables en la registración.

2.8.2.1.1. Factores a considerar en su elaboración

Existen varios aspectos, íntimamente relacionados con las características propias de cada ente en particular, que se deberán tener en cuenta para su confección:

- Naturaleza jurídica: Debemos preguntarnos de qué tipo de ente se trata, si es una empresa unipersonal, o si es una sociedad, y en este caso, en qué tipo social encuadra; por ejemplo, una sociedad de las llamadas de capital como la sociedad anónima (S.A.), o la compañía de responsabilidad limitada (Cía. Ltda.),



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

o también podría tratarse de una sociedad de personas, como la sociedad colectiva (S.C.) o la sociedad en comandita simple (S.C.S.).

- Objeto social a desarrollar: Habrá que distinguir si es una empresa industrial, manufacturera, extractiva, explotación comercial o ganadera; si es mayorista o minorista, entre otras.
- Dimensión y ubicación geográfica: Es decir si encuadra dentro de una pequeña, mediana o gran empresa, si tiene una o más sucursales, si tiene una estructura simple o con división departamental, de esto dependerá la cantidad y variedad de cuentas utilizadas.

2.8.2.1.2. Instructivo del Plan de cuentas

En las empresas de cierto movimiento, con un personal numeroso en el Departamento de Contabilidad y, probablemente, con agencias, sucursales y oficinas foráneas, conviene formular un catálogo de cuentas tan amplio como las necesidades de la casa lo requieran; y redactar, además, un instructivo para el manejo de las propias cuentas. Podrá parecer ocioso dar instrucciones a un contador acerca de cómo manejar las cuentas de un catálogo, pues es de suponerse que este conocimiento forma parte de su preparación técnica; sin embargo, debe recordarse que en la práctica existen reglas, costumbres y conveniencias particulares en cada compañía que no tienen más justificación que ciertas normas establecidas en vista de su experiencia particular. Por ejemplo, en una fábrica existirá seguramente la cuenta de Equipo Industrial, cuyo nombre por sí mismo explica la naturaleza del movimiento que debe registrarse en ella; pero es muy posible que según la política económica de la compañía, solamente las adiciones al equipo industrial por un costo superior a "X" por unidad deba cargarse a esta cuenta, para ser debidamente depreciadas; y que toda compra de equipo por cantidad inferior deba cargarse a los gastos de fabricación, a pesar de que, teóricamente, represente un aumento de activo fijo.

De manera semejante suele ser necesario dar instrucciones precisas acerca del tratamiento contable a que deban sujetarse ciertas instalaciones, depreciaciones y amortizaciones, así como las normas a seguir en el caso de depreciaciones, amortizaciones, cancelación de cuentas incobrables y demás problemas, que con



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

frecuencia se prestan a distintas interpretaciones según el criterio de quien trate de resolverlos.

Salta a la vista pues, que en estos casos no sólo es indispensable el catálogo de cuentas sino que se hace necesario también complementado con un instructivo para su manejo, instructivo tan amplio y detallado como las circunstancias lo ameriten.

Codificación de un plan de cuentas.

Codificar un plan de cuentas, implica reemplazar el nombre de cada cuenta por símbolos, ya sean éstos, letras, números o ambos combinados. El objetivo de la codificación es economizar tiempo y trabajo, ya que el símbolo utilizado facilitará su identificación.

El más perfeccionado es el numérico decimal, ya que permite en forma ilimitada agrupar todas las cuentas que sean necesarias e intercalar nuevas.

2.9. FUNDAMENTACION LEGAL

2.9.1. IMPORTANCIA DEL MARCO LEGAL

La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán.

El estudio de viabilidad de un proyecto de inversión debe asignar especial importancia al análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en la de su implementación y posterior realización.

2.9.2. CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Para la constitución de este tipo de proyectos que no tiene una alta inversión inicial para su implementación, y que no tiene socios o accionistas, la representación con el cual se legalizaría la empresa en una notaría para su respectivo registro en escrituras pública sería la de **“EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA” O SUS SIGLAS; “EIRL”**.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.9.2.1. ¿QUE ES UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA?

Con el objetivo de crear un vehículo jurídico específico para los empresarios individuales, es que en el año 2003 se crea la llamada Empresa Individual de Responsabilidad Limitada o EIRL. La EIRL es una persona jurídica, con patrimonio propio distinto al de su titular, razón por la cual, el empresario individual no responde, salvo excepcionalmente, de las deudas que la EIRL haya contraído, obligándose únicamente a enterar el capital comprometido en la escritura de constitución.

La EIRL necesariamente debe ser creada por una sola persona natural, es decir, no puede ser creada por una sociedad o por dos o más personas naturales.

2.9.2.1.1. Constitución de una EIRL

Una EIRL se crea mediante el otorgamiento de una escritura pública, cuyo extracto o resumen debe inscribirse en el Registro de Comercio del domicilio de la empresa y publicarse en el Diario Oficial, en ambos casos dentro del plazo de 60 días contados desde la fecha de la escritura.

Es importante tener presente que la escritura de constitución debe incluir ciertas menciones obligatorias. Entre ellas, el giro que tendrá la EIRL y su nombre, el cual debe contener el nombre y apellido del titular o un nombre de fantasía y las actividades económicas que constituirán su objeto y terminar con las palabras “empresa individual de responsabilidad limitada” o la sigla “E.I.R.L.” (Por ejemplo, Ricardo Pérez Zaa Comercializadora de Productos del Mar, E.I.R.L.).

2.9.2.1.2. ¿Quién administra la EIRL?

La administración de la EIRL corresponde al titular de la empresa, es decir, al empresario que la constituyó. Sin perjuicio de lo anterior, este último podrá otorgar mandatos generales o especiales a una o más personas, lo que podrá hacerse en la misma escritura de constitución o una escritura pública posterior.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.9.2.1.3. ¿Cuáles son los aspectos propios de los contribuyentes EIRL?

Las particularidades o características propias de los contribuyentes EIRL son las siguientes:

1. Para los fines de identificación, debe consignar, al menos, su nombre y apellido, pudiendo tener también un nombre de fantasía, sumado al de las actividades económicas o giro. Esta denominación deberá cerrarse con la frase “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”, o bien utilizar la abreviatura “EIRL”.
2. Estas empresas deberán constituirse por escritura pública, cuyo extracto se inscribe en el Registro de Comercio y se publica en el Diario Oficial.
3. La duración de la empresa puede ser determinada o indefinida.
4. La generación de una EIRL permite dar vida a una persona jurídica, siempre de tipo comercial.
5. El propietario de la empresa individual responde con su patrimonio y sólo con los aportes efectuados o que se haya comprometido a incorporar. Por su parte, la empresa responde por sus obligaciones generadas en el ejercicio de su actividad con todos sus bienes.
6. Debe darse formalidad y publicidad especial a los contratos que celebre la empresa individual con su propietario, cuando éste actúa dentro de su patrimonio personal.
7. La administración corresponde a su propietario; sin embargo, éste puede dar poderes generales o especiales a un gerente o mandatario(s).
8. Para poner término a la empresa, destacan la voluntad del empresario, el término de su duración o muerte del titular.
9. En caso de fallecimiento del empresario, sus herederos pueden continuar con la empresa.
10. La empresa individual se puede transformar en sociedad y una sociedad limitada puede constituirse en una empresa individual. En este último caso, los derechos de la sociedad que desaparece deben reunirse en las manos de una sola persona natural.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

11. Todo el régimen jurídico aplicable a la empresa, incluso en materia tributaria, es el Estatuto Jurídico de las Sociedades de Responsabilidad Limitada.

2.9.3. PATENTE MUNICIPAL

Este requisito previo se sustenta en base a los artículos 546 y 551 del Código Orgánico de Organización, Autonomía y Descentralización, COOTAD, así como en la Ordenanza Metropolitana número 339.

El impuesto a la patente municipal se lo establece para personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras domiciliadas o con establecimiento en CIUDAD DE IBARRA, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Requisitos para obtener la patente municipal:

- NOMBRES COMPLETOS.
- RAZON SOCIAL.
- REPRESENTANTE LEGAL.
- NUMERO DE CEDULA
- DIRECCION DONDE VA A EJERCER LA ACTIVIDAD ECONOMICA.
- CLAVE CATASTRAL (ES UN DATO IMPORTANTE RESPECTO DEL PREDIO DONDE SE VA A EJERCER LA ACTIVIDAD)
- NUMERO TELEFONICO.
- ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL CON LA QUE SE INCRIBE LA PATENTE.

Además se debe juntar una copia de la cedula y papeleta de votación de la persona que va a realizar la actividad económica. Constitución de la empresa o acuerdo ministerial para personas jurídicas que también deberán acompañar una copia de la cedula, papeleta de votación y nombramiento del representante legal.

2.9.3.1. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MUNICIPAL

REQUISITOS:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- Copia del RUC.

2.9.4. RUC

El RUC es el número que identifica a cada contribuyente y está conformado por sus dígitos de cedula más el 001.

2.9.4.1. REQUISITOS PARA PEDIR EL DOCUMENTO.

- Original y copia a color de cedula de ciudadanía y certificado de votación.
- Tener la patente municipal a nombre de la empresa dueña del RUC. Sino presenta dicho papel, en la ventanilla firmara un oficio conminatorio.
- Poseer una planilla de servicio básico, como agua, luz y teléfono, perteneciente a los tres últimos meses, de la misma forma el pago de servicios de TV por Cable, telefonía celular o estados de cuenta del contribuyente.
- Impuesto predial del año actual o año anterior, siempre y cuando conste la dirección y sea propiedad de la misma empresa.
- Contrato de arrendamiento inscrito en el Juzgado de Inquilinato de la Jurisdicción donde corresponda, y la copia del recibo de arrendamiento del inmueble, el cual deberá corresponder a cualquiera de los últimos tres meses.

2.10. CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.10.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: EL MERCADO DE RULIMANES Y RETENEDORES DE LA CIUDAD DE IBARRA

La implementación de un almacén de rulimanes y retenedores para atender al sector automotriz e industrial en la ciudad de Ibarra ofrecerá productos de alta calidad y prestará servicios innovadores en ésta como son asesoría técnica, servicio de entrega a domicilio, lo que cubrirá las expectativas de las personas en la venta y post-venta.

El objetivo es ganar clientes y que estén satisfechos, pues así los volveremos fieles de nuestros productos y servicios lo que garantiza que volverán a nuestro establecimiento.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.10.2. VARIABLE DEPENDIENTE: LA DEMANDA DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD DE IBARRA

El objetivo de la implementación de un almacén de venta de rulimanes y retenedores es satisfacer la demanda que existe de estos en la ciudad de Ibarra con productos de calidad y precios accesibles.

La implementación de un almacén de este tipo en la ciudad de Ibarra beneficiará al crecimiento del sector transportista e industrial ya que evitaremos la pérdida de tiempo en la compra de rulimanes y retenedores manteniendo un stock variado y completo para cubrir todas las necesidades de estos sectores.

Tabla 2. 1.Variable dependiente e independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSION
EL MERCADO DE RULIMANES Y RETENEDORES DE LA CIUDAD DE IBARRA	CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR
	SATISFACCION DEL CLIENTE
	DIVERSIDAD DEL PRODUCTO
	PRECIO
	PRODUCTO
	COMERCIALIZACION DE RULIMANES Y RETENEDORES
VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSION
LA DEMANDA DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD DE IBARRA	DEMANDA INSATISFECHA
	SERVICIO POST VENTA
	TIEMPO DE ATENCION

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J.

2.10.3. PREGUNTAS DIRECTRICES

1. ¿Es factible el desarrollo de un almacén de esta naturaleza en la ciudad de Ibarra?.
2. ¿Existe la suficiente demanda para este tipo de productos en la ciudad de Ibarra?



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

3. ¿El margen de utilidad proyectado en cuanto a la demanda cubrirá los gastos generados por el giro de negocio?
4. ¿Cuál es la demanda actual de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra?
5. ¿Cuál es la oferta actual de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra?
6. ¿Cuál es la demanda insatisfecha de estos productos en la ciudad de Ibarra?
7. ¿Qué beneficios se obtendrá con la implementación de este proyecto?
8. ¿Cuáles serán las características de este nuevo almacén de venta de rulimanes y retenedores?
9. ¿Qué estrategias de captación de clientes aplicara este almacén?

2.11. GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS

Administración: Es el conjunto de tareas y actividades asociadas (planeación, organización, dirección y control) con la dirección de una organización o una de sus unidades.

Calidad: Consiste en cuán bien cumple un producto o servicio del objetivo que se supone debe cumplir.

Cliente: Son las personas que necesitan bienes o servicios y presionan para que bajen los precios de estos y se mejore su calidad.

Competitividad: Nivel con el que los productos y servicios cumplen con éxito y de manera continua las necesidades y deseos de los clientes.

Control: Proceso mediante el cual una persona vigila el desempeño y emprende acciones correctivas.

Eficacia: La actividad o proceso que se realiza sin importar su costo, solamente el resultado

Eficiencia: Actividad o proceso que se realiza disminuyendo insumos (tierra, trabajo, capital) y maximizando productos.

Estrategia: Es el conjunto de las normas que garantizan la toma de una decisión adecuada en un momento.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Evaluar: La evaluación es un proceso que nos ayuda no a llegar a un fin sino que es un medio que nos ayuda a llegar a un futuro más productivo.

Factores: Son aspectos del contenido del trabajo y del contexto organizacional.

Funciones: Clasificación que se refiere a un grupo de actividades similares en una organización, como la mercadotecnia o las operaciones.

Gestión: El conjunto de actividades que se llevan a cabo para resolver un problema.

Índice: Relación matemática de un valor con respecto a otro valor.

Marketing: Es la promoción de bienes y servicios de determinada empresa.

Mercado: Es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente.

Motivación: Son los factores que ocasionan, canalizan y sostienen la conducta de una persona.

Normas: Son supuestos y expectativas de cómo se comportarán los miembros de un grupo.

Objetivos: Son los resultados que gerentes y otros participantes han elegido y están comprometidos a lograr en función de la supervivencia y el crecimiento a largo plazo de la empresa.

Organización: Es dos personas o más que trabajen juntas, de manera estructurada, para alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

Plan: Es el conjunto de programas y proyectos relacionados entre sí y enfocados a un objetivo común.

Planificación: Supone definir objetivos organizacionales y propone los medios a seguir para lograrlos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Política: Es un plan permanente que establece lineamientos generales para la toma de decisiones.

Presupuesto: Existen varios tipos de presupuestos, en general detalla ingresos, egresos que tendrá una organización en un determinado periodo de tiempo.

Problema: Situación que se presenta cuando el estado real de las cosas no es igual al estado deseado de las cosas.

Producto: Insumo transformado que vuelve al ambiente externo en forma de bien o servicio.

Recursos: Son los medios que se emplean para realizar las actividades. Tales como: humanos, financieros, materiales, mobiliario y equipo, planta física y tiempo.



CAPITULO III

3.1. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

La investigación es un proceso científico mediante el cual se obtiene información verídica que nos sirve para entender, resolver y aplicar los conocimientos a un problema, esta información la obtendremos mediante una encuesta aplicada de acuerdo a las necesidades del proyecto.

La encuesta nos permite conocer las características de la población a la que nos dirigimos mediante el cuestionario que se realizará.

3.1.2. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

El no conocer amplia y detalladamente los cursos de acción que soportan cualquier decisión, le sugiere al gerente de mercado la necesidad de adquirir conocimientos preliminares para lograr una formulación más precisa de un problema u oportunidad vagamente identificados; también le indica que necesita adquirir una mejor perspectiva acerca de algo desconocido impele al gerente a enriquecer su conocimiento sobre la situación, a aprender de los orígenes y las causas de los problemas que dan forma a la situación en estudio.

En resumen, cuando el estado del arte acerca de una situación específica es, para el gerente, como el anteriormente descrito, el problema de decisión y la situación de mercado deberán abordarse en primera instancia mediante el diseño y desarrollo de una investigación exploratoria.

Según Hair, Bush y Ortinau los métodos de investigación exploratoria son apropiados cuando los administradores y los investigadores, se encuentran:

- En el proceso de identificar un problema u oportunidad comercial.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- Se interesan en obtener ideas preliminares sobre factores de motivación, emocionales, de actitud y personalidad que influyen en las conductas en el mercado.
- Están en la etapa de elaborar teorías y modelos para explicar las conductas en el mercado o la relación entre dos o más constructos del marketing.

3.1.3. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Es apropiada cuando, además de la necesidad de tomar una decisión se quiere detallar, pormenorizar, describir y cuantificar las características de la situación en estudio; también es oportuna para detectar asociación o relación entre variables y cuantificar el grado de esa dependencia; por último la investigación descriptiva es conveniente siempre que se quiera llevar a cabo predicciones o pronósticos respecto a la ocurrencia de algún fenómeno de mercadeo.

En general la investigación descriptiva es apropiada cuando los objetivos de la investigación son:

- Cuantificar las características de los fenómenos de mercadeo y determinar la frecuencia de ocurrencia.
- Comprobar hipótesis sobre algún aspecto de mercadeo.
- Determinar el grado de asociación de las variables de mercadeo.
- Predecir la ocurrencia de los fenómenos de mercadeo.
- Establecer si los planes implementador están logrando los objetivos.
- Determinar si la mezcla de mercadeo se está efectuando acorde a lo planeado.
- Entender la naturaleza de la relación funcional entre los factores causales y el efecto que se va a producir.
- Comprender cuales variable son la causa de lo que se predice (el efecto).

3.2. MÉTODOS

En esta investigación utilizaremos los métodos Inductivo y Deductivo



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

3.2.1. INDUCTIVO

Este método científico llega a reglas generales a partiendo ideas particulares. Es el método más usado, porque a partir de la observación se pasa a la experimentación, a la comprobación y luego a generalizar.

3.2.2. DEDUCTIVO

También se utilizara este método porque nos ayuda a generalizar una vez aplicado el método anterior, lo que facilita la toma de decisiones.

3.3. POBLACION Y MUESTRA

Para este estudio se realizarán encuestas a un grupo de personas en la ciudad de Ibarra en un rango de personas entra las edades de 18 a 65años de su población de la siguiente manera.

Tabla 3. 1. POBLACION TOTAL

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
87.786 hb.	93.389 hb.	181.175 hb

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J.

Tabla 3. 2. POBLACION ENTRE 18 A 65 AÑOS

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
45.839 hb.	47.694 hb	93.533 hb

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Número total de mecánicas y establecimientos de comercio de repuestos automotrices al por mayor y menor en la ciudad de Ibarra: 5.874

Número de personas que trabajan el este sector: 15.006 hb



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

3.4. MUESTRA

El grupo focal se localiza dentro de la ciudad de Ibarra el rango se ha determinado dentro personas entre 18 y 65 años del total de su población y que trabajen en este sector.

Se utilizara la encuesta de manera aleatoria, por esta razón aplicaremos la fórmula para obtener el total de encuestas que se deberán realizar.

3.5. FORMULA

$$n = N / (N-1)(E)^2 + 1$$

$$n = 15.006 / (15.006-1)(0.05)^2 + 1$$

$$n = 389,66 \text{ entonces } 400 \text{ encuestas}$$

3.6. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Tabla 3. 3. Operacionalización de las Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADOR
EL MERCADO DE RULIMANES Y RETENEDORES DE LA CIUDAD DE IBARRA	CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR	FRECUENCIA
	SATISFACCION DEL CLIENTE	CANTIDAD DE CLIENTES
	DIVERSIDAD DEL PRODUCTO	TIPOS DE PRODUCTO
	PRECIO	POLITICAS DE CREDITO
	PRODUCTO	SEGMENTACION
	COMERCIALIZACION DE RULIMANES Y RETENEDORES	
VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADOR
LA DEMANDA DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD DE IBARRA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA
	SERVICIO POST VENTA	SATISFACCION DEL CLIENTE
	TIEMPO DE ATENCION	SATISFACCION DEL CLIENTE

Elaborado por: ALEX J. PÉREZ J

3.7. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

3.7.1. Encuesta

Objetivo de Encuesta

Obtener información estadística respecto a la Comercialización de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra con fines académicos.

Genero **F** ☐ **M** ☐

1.- ¿COMPRA USTED REGULARMENTE ALGUN TIPO RULIMAN O RETENEDOR?

SI	
NO	

2.- ¿QUÉ TIPO DE RULIMANES Y RETENEDORES COMPRA USTED?

PARA USO INDUSTRIAL	
PARA USO AUTOMOTRIZ	

3.- ¿DÓNDE COMPRA REGULARMENTE LOS RULIMANES Y RETENEDORES?

EN ALMACENES DE REPUESTOS	
EN LA CONCESIONARIA	
EN ALMACENES ESPECIALIZADOS EN RULIMANES	

4.- ¿CÚAL ES LA FRECUENCIA CON QUE USTED ADQUIERE RULIMANES O RETENEDORES?

DIARIA	
SEMANAL	
QUINCENAL	
MENSUAL	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.- ¿QUÉ LE GUSTARÍA QUE SU PROVEEDOR DE RULIMANES Y RETENEDORES TENGA COMO SERVICIO ADICIONAL?

SERVICIO TECNICO	
SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO	
CREDITO	

6.- ¿QUÉ MARCA DE RULIMANES ES DE SU PREFERENCIA?

SKF	
TIMKEN	
NTN	
FAG	
KOYO	

7.- ¿QUÉ MARCA DE RETENEDORES ES DE SU PREFERENCIA?

MUSASHI	
PAYEN	
NOK	
CR	
NATIONAL	

8.- ¿CÚANDO USTED COMPRA RULIMANES CUAL ES EL VALOR PREDETERMINANTE PARA SU ELECCION?

CALIDAD	
PRECIO	
DURACION	
MARCA	



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

9.- ¿CUÁNTO GASTA USTED EN RULIMANES Y RETENEDORES EN PROMEDIO EN CADA COMPRA?

DE 0 A 10 USD	
DE 10 A 30 USD	
MAS DE 30 USD	

10- ¿SI SE APERTURA UN ALMACEN DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD, EN EL SECTOR DE LA AVENIDA FRAY VACAS GALINDO, USTED COMPRARÍA EN ESTE NUEVO NEGOCIO?

SI	
NO	

CAPITULO IV

4.1. PROCESAMIENTO Y ANALISIS

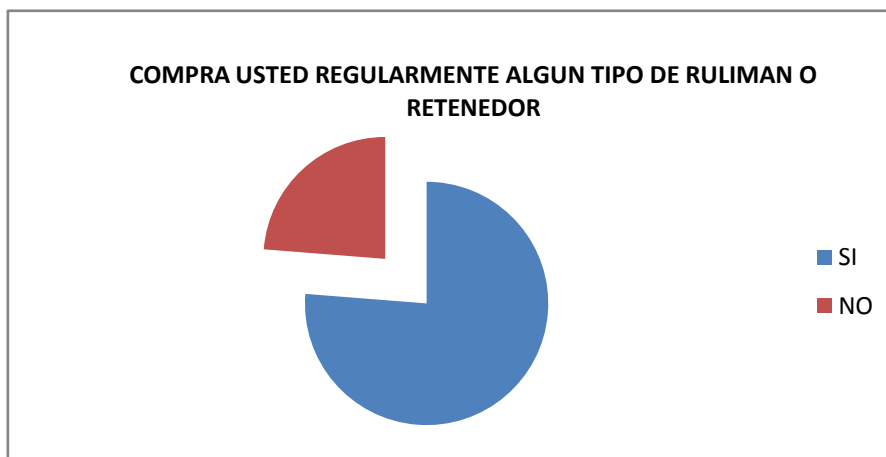
1.- ¿COMPRA USTED REGULARMENTE ALGUN TIPO RULIMAN O RETENEDOR?

Tabla 4. 1. Porcentaje de compra

¿COMPRA USTED REGULARMENTE ALGUN TIPO DE RULIMAN O RETENEDOR?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	305	76,25 %
NO	95	23,75 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 1. Gráfica porcentual de compra



Elaborado por: ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

El 76,25 % de los encuestados responde que si compra regularmente rulimanes o retenedores razón por la cual entendemos que en la ciudad de Ibarra encontramos un mercado potencial para la comercialización de estos productos automotrices.



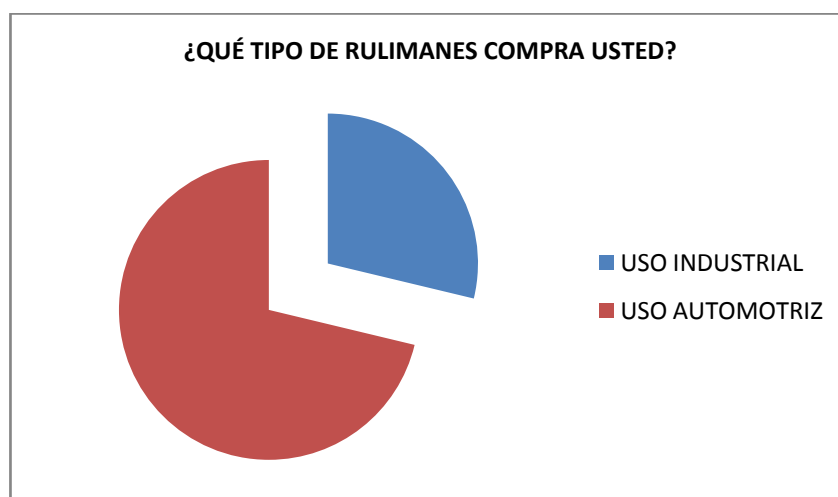
2.- ¿QUÉ TIPO DE RULIMANES Y RETENEDORES COMPRA USTED?

Tabla 4. 2. Porcentaje de compra en rulimanes y retenedores

¿QUÉ TIPO DE RULIMANES COMPRA USTED?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PARA USO AUTOMOTRIZ	285	71,25 %
PARA USO INDUSTRIAL	115	28,75 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 2. Gráfica porcentual de compra de rulimanes acorde a su uso



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANÁLISIS:

El mercado de venta de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra está concentrado en su mayor parte 71,25 % al sector automotriz, esto nos ayuda para identificar cuál es el tipo de rulimanes al que debemos enfocarnos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

3.- ¿DÓNDE COMPRA REGULARMENTE LOS RULIMANES Y RETENEDORES?

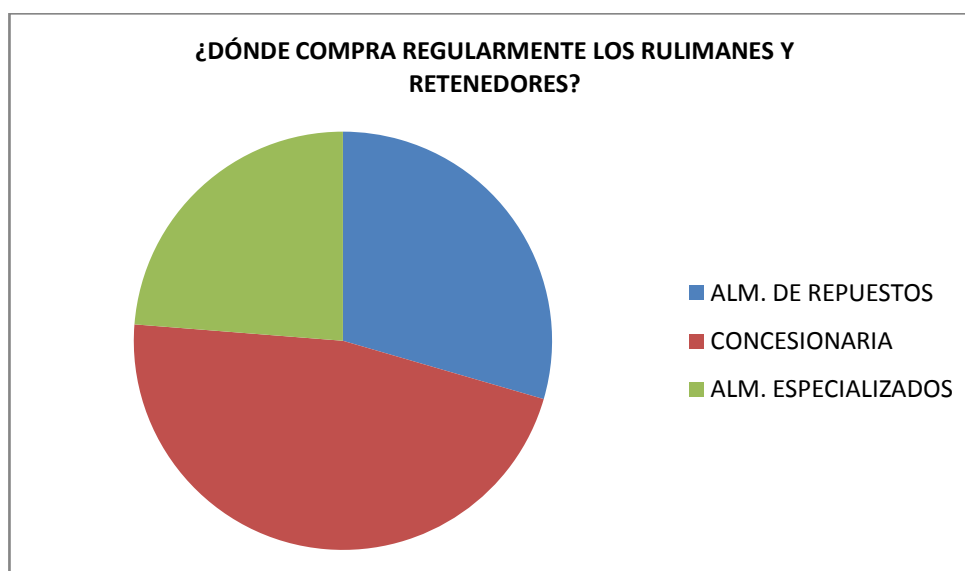
CUADRO # 3

Tabla 4. 3. Porcentaje de comprar acorde al lugar.

¿DÓNDE COMPRA REGULARMENTE LOS RULIMANES Y RETENEDORES?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN ALMACENES DE REPUESTOS	118	29,5 %
EN LA CONCESIONARIA	187	46,75 %
EN ALMACENES ESPECIALIZADOS EN RULIMANES	95	23,75 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 3. Grafica porcentual acorde al lugar de compra



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANÁLISIS:

Los demandantes de rulimanes de la ciudad optan por comprar rulimanes en los concesionarios autorizados, lo que nos da una oportunidad pues en esta ciudad no encuentran almacenes especializados en esta línea.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

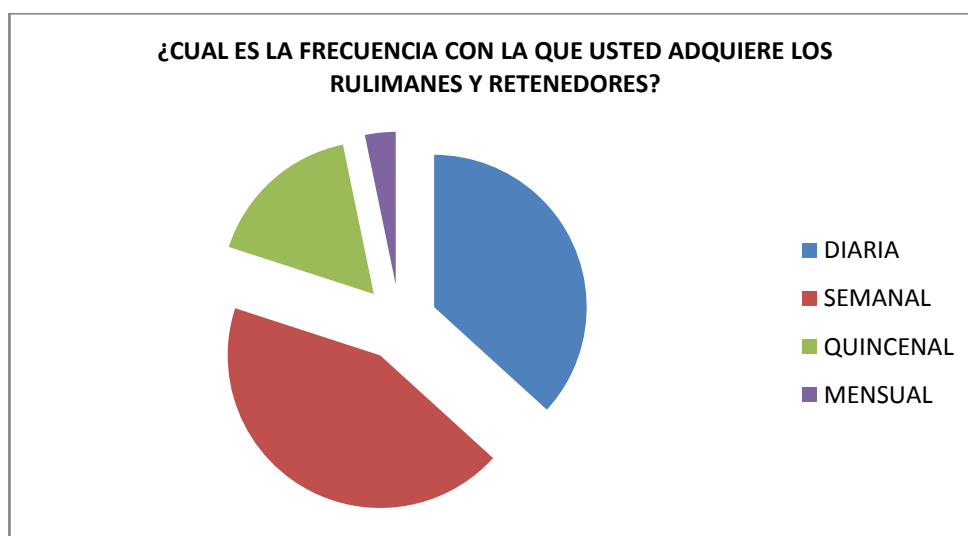
4.- ¿CÚAL ES LA FRECUENCIA CON LA QUE USTED ADQUIERE LOS RULIMANES Y RETENEDORES?

Tabla 4. 4. Porcentaje de uso

¿CUÁL ES LA FRECUENCIA CON LA QUE USTED ADQUIERE LOS RULIMANES Y RETENEDORES?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIA	147	36,75 %
SEMANAL	173	43,25 %
QUINCENAL	67	16,75 %
MENSUAL	13	3,25 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 4. Grafica Porcentual de frecuencia de uso



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

La atención que reciben los demandantes de rulimanos en la ciudad de Ibarra no es satisfactoria para un gran porcentaje de clientes pues la suma entre las calificaciones de regular y mala es del 37,5 % lo que indica que gran parte de los clientes no está satisfecho con esta.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

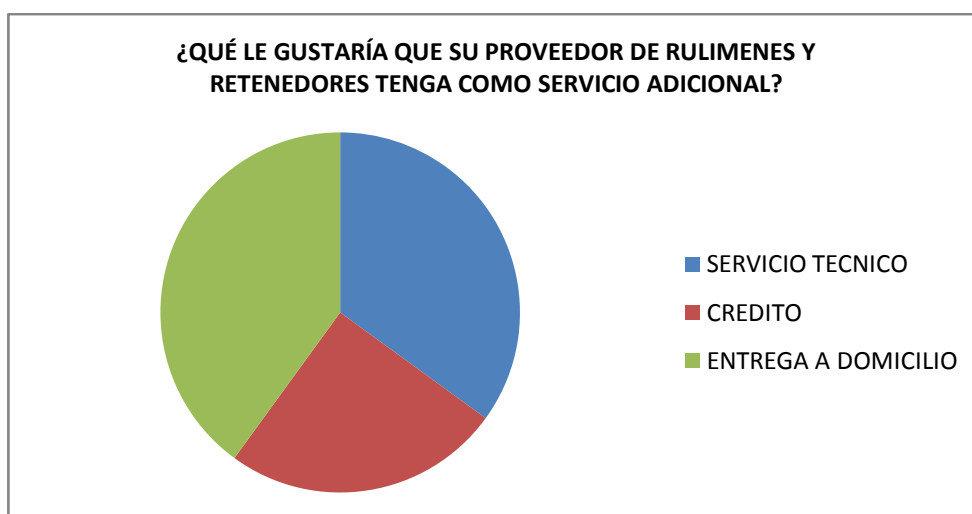
5.- ¿QUÉ LE GUSTARÍA QUE SU PROVEEDOR DE RULIMANES Y RETENEDORES TENGA COMO SERVICIO ADICIONAL?

Tabla 4. 5. Porcentaje de servicios adicionales

¿QUÉ LE GUSTARÍA QUE SU PROVEEDOR DE RULIMANES TENGA COMO SERVICIO ADICIONAL?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SERVICIO TECNICO	140	35 %
CREDITO	100	25 %
SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO	160	40 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 5. Grafica porcentual de servicios adicionales



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

Esta pregunta nos indica que la mayoría de personas encuestadas está interesada en recibir el servicio de entrega a domicilio pues así ahorran tiempo en sus trabajos y podrán de manera más rápida atender a sus clientes.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

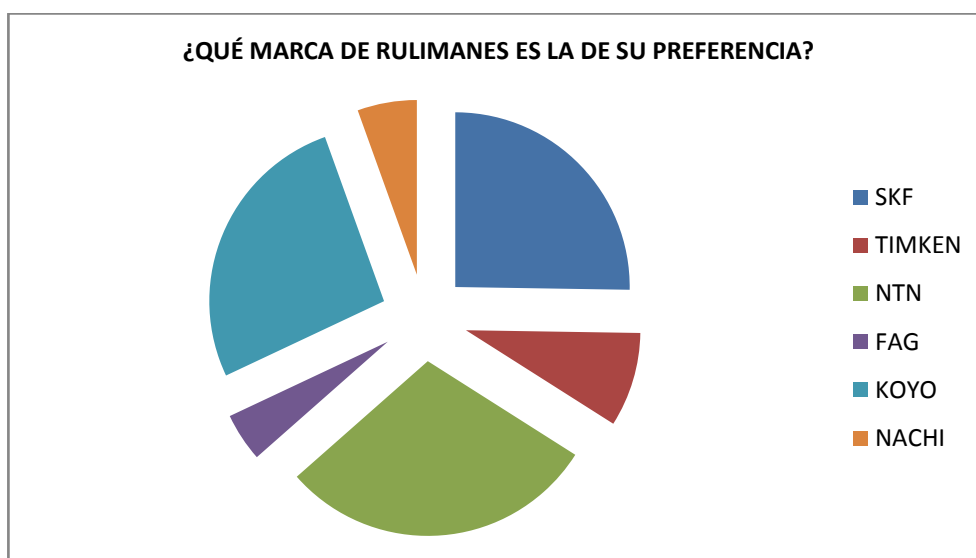
6.- ¿QUÉ MARCA DE RULIMANES ES DE SU PREFERENCIA?

Tabla 4. 6. Porcentaje acorde a la marca de uso.

¿QUÉ MARCA DE RULIMANES ES DE SU PREFERENCIA?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SKF	101	30,75 %
TIMKEN	35	8,75 %
NTN	118	29,50 %
FAG	18	4,5 %
KOYO	106	26,5 %
NACHI	22	5,5 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 6. Gráfica porcentual acorde a la marca de uso.



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANÁLISIS:

Las marcas de preferencia en la ciudad son SKF, NTN y KOYO lo que nos da una idea de lo que debemos tener en stock en el establecimiento que deseamos implementar, con lo que llegaremos a la satisfacción de los clientes.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

7.- ¿QUÉ MARCA DE RETENEDORES ES DE SU PREFERENCIA?

Tabla 4. 7. Porcentaje acorde a la marca de preferencia

¿QUÉ MARCA DE RETENEDORES ES DE SU PREFERENCIA?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUSASHI	96	24 %
PAYEN	113	28,25 %
NOK	28	7 %
CR	125	31,25 %
NATIONAL	38	9,5 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 7. Grafica porcentual acorde a la marca de preferencia



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

De la misma manera que el cuadro anterior este nos da información valiosa sobre qué tipos de marca debe tener el establecimiento para el que se está realizando el análisis y gracias a esto llegar a satisfacer las necesidades del cliente.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

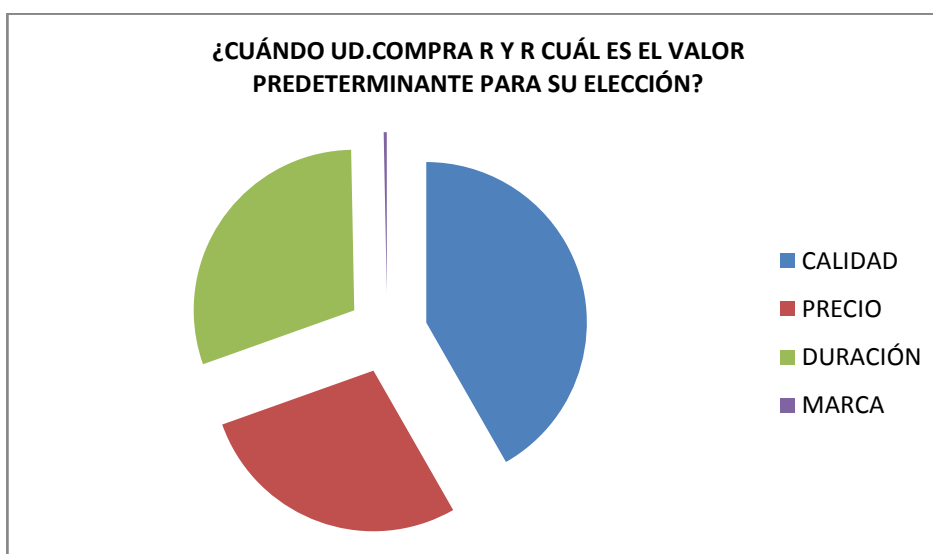
8.- ¿CÚANDO USTED COMPRA RULIMANES CUAL ES EL VALOR PREDETERMINANTE PARA SU ELECCION?

Tabla 4. 8. Porcentaje del valor predeterminado

¿CUÁNDO UD. COMPRA R Y R CUAL ES EL VALOR PREDETERMINANTE EN SU ELECCIÓN?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	162	40,5 %
PRECIO	108	27 %
DURACION	117	29,25 %
MARCA	13	3,25 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 8. Grafica porcentual del valor predeterminante



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

Esta pregunta nos ayuda a darnos cuenta que el almacén que vende rulimanos en la ciudad de Ibarra debe tener un stock con productos de calidad y que tengan buena durabilidad, lo que permitirá que los clientes estén seguros de que lo que compran les garantizará su trabajo ante sus clientes



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

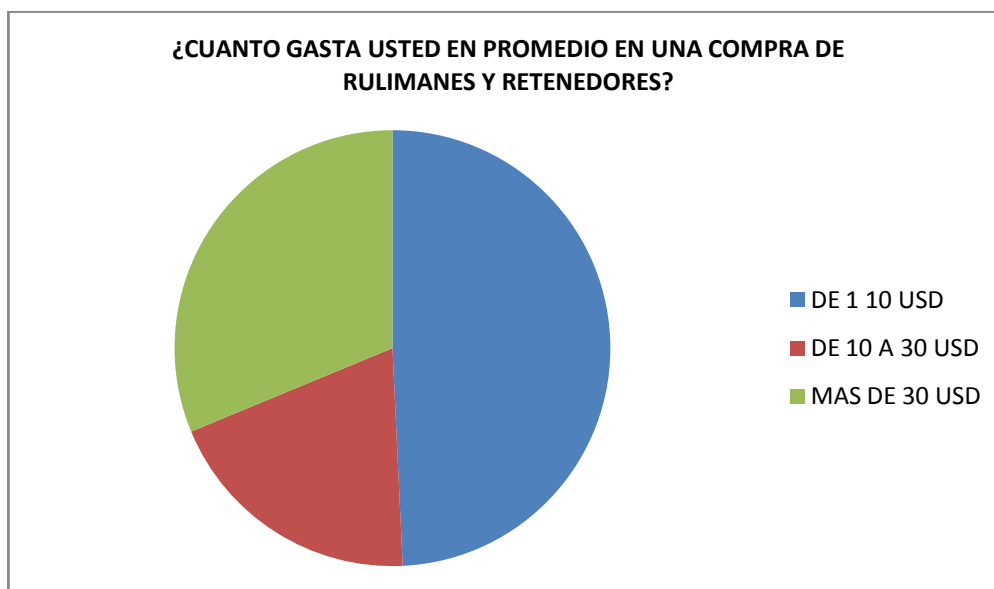
9.- ¿CUÁNTO GASTA USTED EN PROMEDIO EN UNA COMPRA DE RULIMANES Y RETENEDORES?

Tabla 4. 9. Porcentaje de gasto promedio

¿CUÁNTO GASTA UD EN PROMEDIO EN UNA COMPRA DE RULIMANES Y RETENEDORES?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 A 10 USD.	197	49.25 %
DE 10 A 30 USD	78	19.50 %
MAS DE 30 USD	125	31.25 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Figura 4. 9. Grafica porcentual de gastos promedio



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

Esta pregunta nos indica que la mayoría de clientes que adquieren rulimanes están en el rango de gasto de 1 a 10 dólares en cada compra y una cantidad importante de estos compra más de 30 dólares.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

10- ¿SI SE APERTURA UN ALMACEN DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD, EN EL SECTOR DE LA AVENIDA FRAY VACAS GALINDO, USTED COMPRARÍA EN ESTE NUEVO NEGOCIO?

Tabla 4. 10. Porcentaje de compra en el local propuesto

¿SI SE APERTURARA UN ALMACEN DE R Y R EN LA AV. F.V. GALINDO UD COMPRARÍA EN ESTE?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	221	55,25 %
NO	179	44,75 %

Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

Tabla 4. 11. Grafico porcentual de compra en el local propuesto



Elaborador por: ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

Las personas encuestadas tienen una ligera tendencia para que el establecimiento este ubicado en la Av. Fray Vacas Galindo por lo que necesitaremos publicidad en el sector y expondremos la facilidad de estacionarse en este lugar a diferencia de otras avenidas de la ciudad.



CAPITULO V

5.1. ANTECEDENTES

Distribuir rulimanes y retenedores de calidad para el sector automotriz e industrial de la ciudad de Ibarra y de esta forma contribuir a reducir el tiempo y costo en la comercialización de estos, generando también la innovación del servicio de entrega a domicilio y el servicio técnico post venta de los productos se lograra así competitividad en el mercado local y fidelidad de los clientes.

En la actualidad en la ciudad de Ibarra no existe un distribuidor de rulimanes y retenedores que satisfaga todas las necesidades de los clientes que buscan estos productos, lo que abre un mercado en este sector que se encuentra en constante cambio, crecimiento y evolución.

5.1.1. FACTIBILIDAD

El sector automotriz en la ciudad de Ibarra ha tenido un crecimiento acelerado (12 %) Es uno de los más importantes en cuanto a ofertas de trabajo, el aparecimiento de nuevos modelos de vehículos, nuevas tecnologías como la creación de motores híbridos y la gran demanda de automotores por parte del público en general han contribuido al crecimiento de este tribuido al crecimiento de este sector.

El sector automotriz contribuye con plazas de trabajo directas o indirectas para el desarrollo de la ciudad de Ibarra, según las estadísticas de 15.006 personas trabajan en este sector en talleres, almacenes de repuestos, concesionarios de vehículos, etc.

5.2. INTRODUCCION

5.2.1. PLAN DE MARKETING

Es un informe detallado de las acciones que se deben llevar a cabo para lograr un objetivo en el mercado, puede ser un objetivo específico para un bien o servicio.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Este procedimiento también podría aplicarse a todas las actividades de una empresa, se lo realizara cada determinado período de tiempo dependiendo del tipo de plan a utilizar, podría ser cada mes, trimestre, o en otros casos hasta cada cinco años.

Como en todo proceso administrativo tiene ventajas y desventajas entre las ventajas tenemos:

- Nos da una idea clara de la situación actual de la empresa
- Proporciona información sobre el entorno
- Nos da una visión de a donde desea llegar la empresa.

Entre las desventajas podríamos citar que no da soluciones para los problemas, lo que si hace es resaltarlos y determinar la manera más adecuada de afrontarlos.

5.2.2. JUSTIFICACIÓN

La carencia de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra ha provocado la insatisfacción de los clientes como son los concesionarios de vehículos, almacenes de repuestos, talleres de servicio automotriz y demás personas que requieren estos productos, pero que por falta de stock de los almacenes existentes o por desconocimiento de toda la gama de productos que se necesitan en el mercado de estos locales, no los encuentran.

Estos inconvenientes provocan malestar en las personas que requieren los productos de recambio, provocando pérdida de tiempo, dinero e inconformidad de los clientes de los talleres o concesionarias que no pueden cumplir a tiempo con sus trabajos, pues les toca esperar hasta que el repuesto sea traído desde ciudades más grandes y lejanas como Quito, Guayaquil o Cuenca.

5.2.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

- Conocer todo lo referente a la industria automotriz y especialmente al sector de rulimanes y retenedores.
- Investigar la situación actual del segmento de mercado.
- Investigar las preferencias y necesidades de los potenciales clientes.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- Brindar a los clientes el servicio de entrega a domicilio, como estrategia para fidelizarlos.
- establecer un porcentaje de rentabilidad que nos permita posicionarnos en el mercado y ganar clientes.
- Obtener reconocimiento de los clientes gracias a la calidad de marcas que ofreceremos.

5.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.3.1. ANALISIS SITUACIONAL

5.3.1.1. MACROAMBIENTE (ASPECTOS ECONOMICOS)

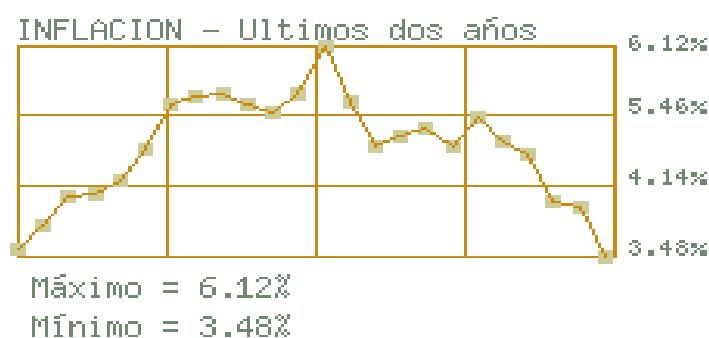
Son fuerzas que nos indican el desarrollo o estancamiento de un país, pues el comportamiento de estas nos da una idea clara si el país es prospero o no, son fuerzas que rodean a las empresas y que no podemos manipular.

Pueden ser: la tecnología, las leyes gubernamentales, la cultura de un pueblo, fenómenos naturales, son indicadores que nos presentan oportunidades que se pueden aprovechar y también amenazas que podemos reducir.

5.3.1.2. LA INFLACION

Es el incremento continuo y sostenido del precio de los bienes y servicios, tiene relación directa con la unidad monetaria en un período de tiempo, cuanto la inflación aumenta cada unidad monetaria alcanza para comprar menos bienes o servicios.

Figura 5. 1.Inflación últimos años



Fuente:Banco Central del Ecuador



Tabla 5. 1.Tabla de la inflación de los últimos años

FECHA	VALOR
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 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %

Elaborado por:Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador

ANALISIS

La inflación en todo momento es amenaza para una persona, empresa, país ya que si se incrementa, los precios de los bienes y servicios también los hacen, provocando que el poder adquisitivo sea menor, por ende a la población le es más difícil satisfacer sus necesidades.

5.3.1.3. LA TASA DE INTERES ACTIVA Y PASIVA

La tasa de interés es el porcentaje que se paga o recibe al invertir y pedir prestado dinero, en un determinado período de tiempo, se la conoce como “el precio del dinero” en el mercado financiero.

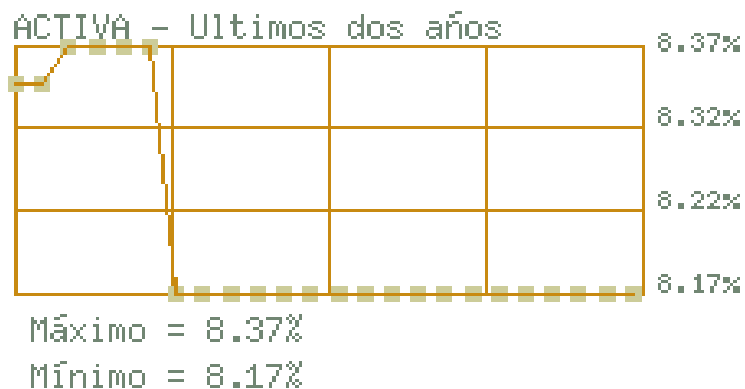
Si el porcentaje es para colocar recursos (cuando las entidades financieras prestan dinero) adquiere el nombre de tasa de interés activa.

En cambio si la entidad financiera capta recursos (dinero de los depositantes) adquiere el nombre de tasa de interés pasiva.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Figura 5. 2.Activa – Últimos dos años



Fuente:Banco Central del Ecuador

Tabla 5. 2.Tabla de Activa últimos dos años

FECHA	VALOR
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 %
Septiembre-30-2012	8.17 %

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Figura 5. 3. Pasiva – Ultimos dos años

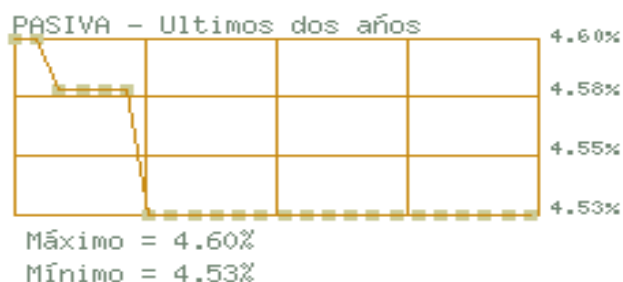


Tabla 5. 3. Tabla de Pasiva Últimos dos años

FECHA	VALOR
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 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	4.53 %
Enero-31-2012	4.53 %
Diciembre-31-2011	4.53 %
Noviembre-30-2011	4.53 %
Octubre-31-2011	4.53 %
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %
Julio-31-2011	4.58 %
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %
Abril-30-2011	4.60 %

Elaborado por:Banco

Central Del Ecuador

Fuente:Banco Central Del Ecuador

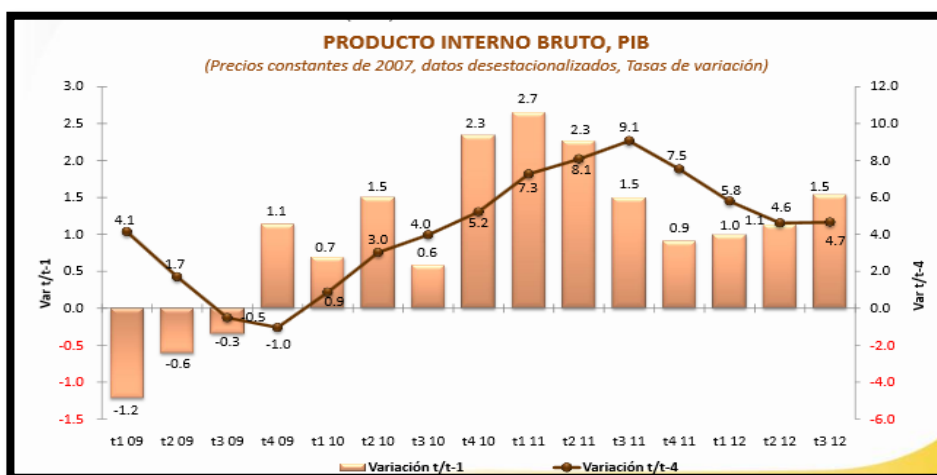
ANÁLISIS:

La tasa de interés activa es una oportunidad pues existen entidades financieras como el BANCO NACIONAL DE FOMENTO, LA C.F.N. que prestan dinero a microempresarios para la implementación de negocios, en cambio la tasa de interés pasiva es una amenaza pues el interés que pagan las entidades financieras es muy bajo como para tener dinero depositado en estas, lo que debemos hacer es rotar continuamente nuestro capital en inventarios.

5.3.1.4. PRODUCTO INTERNO BRUTO

Es una variable macroeconómica que nos indica el valor monetario de los bienes y servicios producidos en un país en un período de tiempo (normalmente es un año), es usado para conocer la medida de bienestar material de una sociedad.

Figura 5. 4. El Producto Interno Bruto



Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 4.Tabla de Producto Interno Bruto

FECHA	VALOR
Febrero-14-2013	710.00
Febrero-13-2013	699.00
Febrero-12-2013	703.00
Febrero-11-2013	704.00
Febrero-10-2013	705.00
Febrero-09-2013	705.00
Febrero-08-2013	705.00
Febrero-07-2013	705.00
Febrero-04-2013	706.00
Febrero-03-2013	704.00
Febrero-02-2013	704.00
Febrero-01-2013	704.00
Enero-31-2013	704.00
Enero-30-2013	703.00
Enero-29-2013	702.00
Enero-28-2013	701.00
Enero-27-2013	703.00
Enero-26-2013	703.00
Enero-25-2013	703.00
Enero-24-2013	708.00
Enero-23-2013	708.00
Enero-22-2013	708.00
Enero-21-2013	708.00

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador

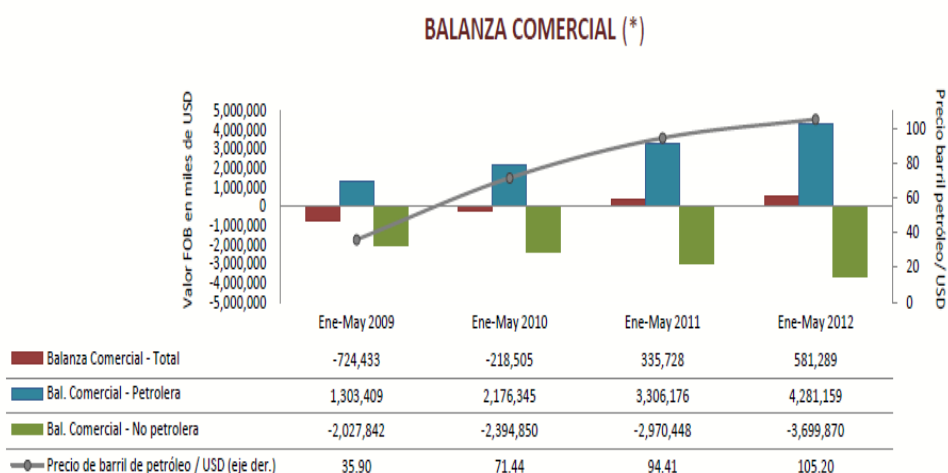
ANALISIS:

El producto interno bruto representa según los datos presentados una oportunidad pues nos indican las tablas que se está generando flujo de dinero, que a la vez representa que existe competitividad, esto también nos indica que existe estabilidad económica y que es oportuno invertir en nuevas empresas.

5.3.1.5. LA BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial es la diferencia entre las exportaciones que logra un país menos las importaciones que este ha realizado, en un período de tiempo, se entiende que a las ventas de un país se les resta todo lo que compro este.

Figura 5. 5. La Balanza Comercial



Fuente: IDE

Realizado por: IDE

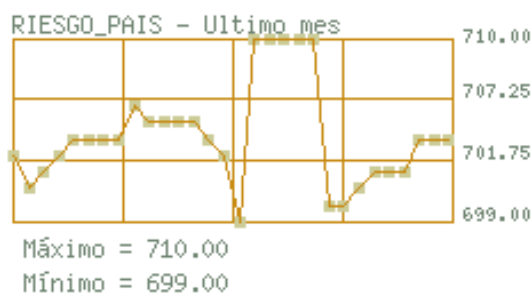
ANALISIS:

La balanza comercial total en los últimos años se ha incrementado es una oportunidad pues en el proyecto se realizarán importaciones de productos terminados lo que no perjudicará a esta pues no exportaremos materias primas que es lo que produce pérdida en la riqueza de un país.

5.3.1.6. RIESGO PAIS

Es un indicador económico que se aborda académicamente y también de forma empírica aplicando metodologías de varias índoles como por ejemplo los índices de mercado como el EMBI, que se define como un índice de bonos de mercados emergentes, que reflejan el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un indicador o margen de rentabilidad sobre aquella implícita en los bonos del tesoro de U.S.A.

Figura 5. 6. El Riesgo País



Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Figura 5. 7. El Riesgo País

FECHA	VALOR
Febrero-27-2013	704.00
Febrero-26-2013	704.00
Febrero-25-2013	704.00
Febrero-24-2013	702.00
Febrero-23-2013	702.00
Febrero-22-2013	702.00
Febrero-21-2013	701.00
Febrero-20-2013	700.00

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador

ANALISIS:

El riesgo país se ha mantenido y gracias a esto se genera confianza por parte de los inversores extranjeros, ya que esto indica que existe estabilidad política y económica en nuestro país, por lo que se obtiene una oportunidad de conseguir crédito en proveedores extranjeros.



5.3.2. ASPECTO SOCIO CULTURAL

La socio-cultural de un sujeto está establecida por las condiciones de vida, de trabajo, de educación, niveles de ingresos y por el entorno que lo rodea. Cada uno de estos elementos afecta en la salud de la persona, es por esto que las diferencias en cuanto entorno generan grandes diferencias en materia de salud.

Podríamos señalar también que:

- La cultura es un conjunto de expresiones, costumbres, prácticas, tradiciones, etc. y todas las formas de comportamiento y manifestación de un pueblo.
- Otra manera de expresarlo sería que la cultura es todas las habilidades y conocimientos que poseen los seres humanos.

5.3.2.1. POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

La población económicamente activa es la que interviene en el proceso productivo de los bienes y servicios y estos pueden ser de los siguientes sectores:

- Sector I de actividades agropecuarias
- Sector II de industrias
- Sector III de servicios

Cada uno de estos y sus relaciones producen el PIB o Valor agregado.

Tabla 5. 5. LA P.E.A.

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN		2009	2010	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012
		Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.
Población en Edad de Trabajar (PET)		82.9%	83.0%	83.6%	83.5%	84.0%	84.5%	84.6%	83.5%	83.7%	83.9%	83.9%	84.3%	84.9%
Población Económicamente Activa (PEA)		57.1%	59.1%	56.6%	57.2%	54.6%	55.5%	54.6%	55.2%	55.4%	57.2%	56.6%	55.1%	54.7%
Ocupados		92.1%	90.9%	92.3%	92.6%	93.9%	93.0%	93.6%	94.5%	94.9%	95.1%	94.8%	95.4%	95.0%
Ocupados No clasificados		2.8%	2.0%	1.6%	1.0%	1.2%	1.8%	1.3%	0.9%	0.8%	1.3%	2.0%	2.0%	3.1%
Ocupados Plenos		38.8%	37.6%	40.3%	41.9%	45.6%	41.2%	45.6%	47.9%	49.9%	49.9%	49.9%	51.1%	52.1%
Subocupados		50.5%	51.3%	50.4%	49.6%	47.1%	50.0%	46.7%	45.7%	44.2%	43.9%	43.0%	42.3%	39.8%
Visibles		10.3%	12.1%	10.6%	10.2%	9.5%	10.5%	8.5%	8.6%	7.6%	8.8%	7.3%	8.0%	6.1%
Otras formas		40.2%	39.3%	39.8%	39.4%	37.7%	39.5%	38.3%	37.1%	36.7%	35.1%	35.7%	34.3%	33.8%
Desocupados/Desempleados		7.9%	9.1%	7.7%	7.4%	6.1%	7.0%	6.4%	5.5%	5.1%	4.9%	5.2%	4.6%	5.0%
Cesantes		5.5%	6.7%	4.9%	5.8%	4.2%	5.2%	4.4%	4.7%	3.3%	4.0%	3.8%	3.5%	3.1%
Trabajadores Nuevos		2.5%	2.4%	2.8%	1.7%	1.9%	1.8%	1.9%	0.8%	1.8%	0.9%	1.4%	1.1%	1.9%
Desempleo Abierto		6.0%	7.4%	5.9%	6.1%	4.5%	5.7%	5.1%	4.8%	3.9%	4.2%	4.3%	4.1%	4.0%
Desempleo Oculto		1.9%	1.7%	1.8%	1.3%	1.6%	1.3%	1.2%	0.7%	1.2%	0.6%	0.8%	0.5%	1.0%
Población Económicamente Inactiva (PEI)		42.9%	40.9%	43.4%	42.8%	45.4%	44.5%	45.4%	44.8%	44.6%	42.8%	43.4%	44.9%	45.3%

Elaborado por:Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador

ANÁLISIS:

La P.E.A. nos muestra que más de la mitad de la población se encuentra laborando en diferentes actividades, lo que para nuestra propuesta es alentador pues mientras más personas tengan actividad laboral mayor será también la demanda de nuestros productos.

5.3.2.2. DESEMPLEO

Es la falta de trabajo, una persona desempleada es aquella que formando parte de la población activa (que tiene edad para trabajar) y que está en busca de empleo, pero que no lo consigue, entonces está imposibilitada de trabajar aunque lo desea.

Figura 5. 8. LA TASA DE DESEMPLEO





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 6.TASA DE DESEMPLEO

FECHA	VALOR
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 %
Junio-30-2008	6.39 %
Marzo-31-2008	6.86 %
Diciembre-31-2007	6.07 %
Septiembre-30-2007	7.06 %

Elaborado por: Banco Central Del Ecuador

Fuente: Banco Central Del Ecuador

ANALISIS:

Observamos en la gráfica que la tasa de desempleo ha disminuido en los últimos años lo que es una oportunidad para nuestro proyecto por la misma razón que en la P.E.A. mientras más personas trabajen, más clientes potenciales tenemos.

5.3.3. ENTORNO POLÍTICO

En estos días la situación política del Ecuador como en todos los países de Latinoamérica es muy importante, pues de esta depende la estabilidad en muchos aspectos, como son la economía, la cultura, la educación, la salud, etc.

En estos momentos el Ecuador vive tiempos de tranquilidad política, gracias a que el gobierno de turno con habilidad ha logrado apoderarse de todos los poderes del



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

estado, razón por la cual puede modificar leyes, crear nuevas y decidir a voluntad sobre temas de relaciones internacionales.

Los poderes del estado son los siguientes:

- Poder Ejecutivo
- Poder Legislativo
- Poder Judicial
- Poder de Transparencia y Control Social
- Poder Electoral del Ecuador

ANALISIS:

Estas situaciones presentan una oportunidad para cualquier negocio pues en el Ecuador en los momentos existe estabilidad política y de esta dependen muchos factores que ayudan al desarrollo de nuevas empresas.

5.3.4. ENTORNO TECNOLÓGICO

En nuestro país todos somos consumidores de tecnología, pues no existe producción de este tema en el Ecuador, lo que nos convierte en dependientes de los proveedores de tecnología que llega al país. Este es un factor determinante en cualquier actividad empresarial, pues la ciencia lo proporciona y la tecnología se usa.

La tecnología es la suma del conocimiento que tenemos de cómo hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, cómo se distribuyen o se venden los bienes y servicios.

Entre los beneficios que nos da la tecnología tenemos: nuevas y mejoradas máquinas, materiales, servicios. Que nos ayudan a ser más productivos, mejorar los estándares de vida y variedad de productos.

También se debe informar sobre los problemas que trae los avances en la tecnología como es la dependencia del ser humano, la excesiva contaminación ambiental que provoca este crecimiento y mejora de productos.



ANALISIS:

Los avances tecnológicos en este negocio son en parte perjudiciales, pues con el desarrollo de nuevos modelos de vehículos, también trae nuevos tipos de rulimanes y retenedores que se deben encontrar en el mercado y que usualmente en vehículos nuevos escasean.

5.3.5. MICROAMBIENTE

Son factores que afectan directamente a cualquier empresa, normalmente no son controlables, pero la empresa puede tratar de controlarlos para llegar a la meta o cambio deseado.

Entre estos tenemos a los proveedores, la misma empresa, distribuidores, clientes y público en general, de este microambiente provienen las fortalezas o debilidades de una empresa.

5.3.5.1. LA COMPETENCIA

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos (productores y consumidores) son libres de ofrecer en el mercado sus bienes y servicios, también son libres de escoger dónde y a quién comprar estos. En todo caso siempre que existan oferentes y demandantes existirá la competencia. Así se limitan las partes la oferta contra los consumidores y la demanda con la producción.

En este punto analizamos a los competidores de acuerdo a su tamaño, tiempo en el mercado, participación de este en el mercado lo que nos ayuda a entender su comportamiento.

ANALISIS:

La competencia representa una amenaza para nuestro proyecto pues se encuentra mucho tiempo en el mercado, por lo que tiene ya clientes fieles y confiados en su servicio.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 7. Cuadro de Competidores del Almacén “El Ruliman”

CUADRO DE COMPETIDORES DEL ALMACÉN “EL RULIMAN”	
EMPRESA	UBICACIÓN
RULIMOTOR	Av. Jaime Rivadeneira 315 M. Acosta
CENTRO DEL RULIMÁN	Av. Jaime Rivadeneira 500 y L. V. Torres
RODACENTRO	Av. Jaime Rivadeneira 650 y C. de Troya

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

Tabla 5. 8. Posicionamiento en el Mercado de Competidores de “El Ruliman”

POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE COMPETIDORES DE “EL RULIMAN”	
EMPRESA	PORCENTAJE DE MERCADO
RULIMOTOR	45 %
CENTRO DEL RULIMAN	30 %
RODACENTRO	25 %
TOTAL MERCADO	100 %

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

Tabla 5. 9. Valoración de Atención brindada por la competencia de “El Ruliman”

VALORACION DE ATENCIÓN BRINDADA POR LA COMPETENCIA DE “EL RULIMAN”					
EMPRESA	INSTALACIONES	TIEMPO RESP.	ATENCIÓN AL CLIENTE.	TECNOLOGÍA	RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO
RULIMOTOR	EXELENTE	BUENO	EXELENTE	EXELENTE	EXELENTE
CT. RULIMAN	BUENA	BUENO	MALA	BUENA	BUENA
RODACENTRO	BUENA	BUENO	BUENA	BUENA	BUENA

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ANALISIS:

Luego del análisis de la investigación de mercado detectamos que el principal competidor es Rulimotor, en base a esto realizaremos nuestras estrategias de mercado.

5.3.5.2. CLIENTES POTENCIALES

Son todas las personas (naturales o jurídicas) que en este momento no conocen de nuestra empresa pero que en un futuro, se podrían convertir en clientes de ésta, pues tiene la necesidad, disposición y el poder de compra para hacerlo.

Son clientes que en un período de tiempo podrían proporcionarnos un volumen de compra en el futuro, por lo que se les denomina fuente de ingresos futuros.

La segmentación de clientes para el almacén “EL RULIMAN” se realizará mediante los siguientes criterios:

Geografía: Provincia: Imbabura
 Cantón: Ibarra
 Sector: Urbano y Rural
 Sexo: Masculino y Femenino

5.3.5.3. PROVEEDORES

Es un conjunto de personas o empresas que abastecen a otras empresas con artículos, los que pueden ser transformados para luego ser vendidos o que se compran para su venta, estos Artículos tienen relación directa con la razón de ser del negocio de la empresa que adquiere estos artículos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 10.Tabla de Proveedores

TABLA DE PROVEEDORES			
EMPRESA	PRODUCTO	PLAZO	MONTO
HIVIMAR	RULIMANES	30 DIAS	1,500,00
CASA DEL RULIMA	RULIMANES	30 DIAS	1,500,00
DIST. KOYO	RULIMANES	30 DIAS	3.000,00
GIOVANZA	RETENEDORES	45 DIAS	1.200,00
LUMARO S.A.	RETENEDORES	60 DIAS	1.800,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

ANALISIS:

Los proveedores son una debilidad pues como el almacén es nuevo en la ciudad, ellos no den el mismo tiempo de crédito, ni montos de compra, que a los otros locales más antiguos o tal vez las compras que se realice a ellos serán de contado, pero con el tiempo se podrá ir mejorando esta situación ganando la confianza del proveedor con responsabilidad en los pagos.

5.3.6. MATRIZ FODA

Es una herramienta de gran utilidad para hacer frente los factores internos y externos de una empresa, con el objetivo de dar alternativas en las estrategias que utilizamos para alcanzar la misión, ayudados de la delimitación de las necesidades y elementos que pueden ser ventajas o desventajas para el propósito de cualquier organización. Las fortalezas y debilidades forman parte de interior de la institución, mientras que las oportunidades y amenazas en cambio tienen que ver con el mundo exterior de las organizaciones.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 11. MATRIZ FODA

FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	EXTERNO						INTERNO					
	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA	ALTA	MEDIA	BAJA
Macro Ambiente												
Político		X										
PIB	X											
Riesgo País	X											
Inflación					X							
Socio Cultural(PEA)	X											
Tasa Activa		X										
Tasa Pasiva					X							
Geográfico (Ubicación Del Sitio)	X											
Tecnológico					X							
Micro Ambiente												
Competencia											X	
Clientes							X					
Proveedores								X				
Aspectos Legales								X				
Estudio De Mercado							X					
Demanda							X					
Oferta											X	
Localización Del Proyecto							X					
Filosofía Corporativa								X				
Gestión De Marketing							X					
Factibilidad Del Proyecto								X				

PODERACION				
5	4	3	2	1
ALTO		MEDIO		BAJO

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

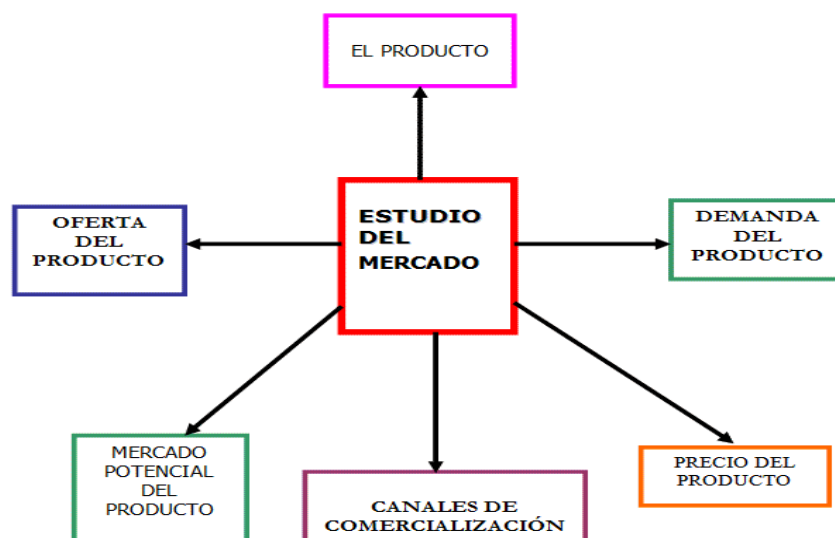
PARTE 2**5.4. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado nos ayuda a obtener información que serán procesados y analizados por medio de tablas que nos indicarán si el bien o servicio que ofrecemos será acogido o no en el mercado.

Es la única solución para un problema de marketing, es costoso, muchas veces es muy complicado de realizar y requiere de la disponibilidad de tiempo y trabajo de muchas personas.

Los estudios de marketing contribuyen a disminuir el riesgo que siempre lleva la toma de decisiones, ya que nos permite tener mayor conocimiento de los antecedentes del problema.

Figura 5. 9. Estructura De Un Estudio De Mercado



Fuente:INTERNET

5.4.1. LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SON:

- Quienes y cuantas personas están interesadas en el bien o servicio



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- Determinar si el proyecto es viable o no
- Conocer cuál es la demanda real
- Conocer cuál es la oferta
- Calcular cuál es la demanda insatisfecha
- Estimar el precio del bien o servicio
- Calcular el volumen de ventas

5.4.2. LA ENCUESTA

La encuesta se realizó a un grupo de mecánicas y almacenes de venta de repuestos, ubicados en la ciudad de Ibarra y alrededores por medio de una investigación de campo. La encuesta estaba destinada para determinar las necesidades de los consumidores, que tipo de rulimanes y retenedores utilizan y el nivel de satisfacción que tiene del servicio de su proveedor actual.

Por medio de esta encuesta determinaremos las características de la demanda y necesidades de los clientes y nos ayudará a la toma d decisiones del proyecto propuesto.

La cantidad de personas encuestadas fue en total 400 que se determinaron de la investigación de campo.

5.4.3. POBLACION Y MUESTRA

Para este estudio se realizarán encuestas a un grupo de personas en la ciudad de Ibarra en un rango de personas entra las edades de 18 a 65años de su población de la siguiente manera.

Tabla 5. 12. POBLACIÓN TOTAL

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
87.786 hb.	93.389 hb.	181.175 hb

Elaborado por: ALEX J. PÉREZ J



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 13. POBLACION ENTRE 18 A 65 AÑOS

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
45.839 hb.	47.694 hb	93.533 hb

Elaborado por: ALEX J. PÉREZ J

Número total de mecánicas y establecimientos de comercio de repuestos automotrices al por mayor y menor en la ciudad de Ibarra: 5.874

Número de personas que trabajan en este sector: 15.006 hb

El grupo focal se localiza dentro de la ciudad de Ibarra el rango se ha determinado dentro de personas entre 18 y 65 años del total de su población y que trabajen en este sector.

Se utilizará la encuesta de manera aleatoria, por esta razón aplicaremos la fórmula para obtener el total de encuestas que se deberán realizar

FORMULA

$$n = N / (N-1) (E)^2 + 1$$

$$n = 15.006 / (15.006-1) (0.05)^2 + 1$$

$$n = 389,66 \text{ entonces } 400 \text{ encuestas}$$

5.4.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1.- ¿COMPRA USTED REGULARMENTE ALGUN TIPO RULIMAN O RETENEDOR?

¿COMPRA USTED REGULARMENTE ALGUN TIPO DE RULIMAN O RETENEDOR?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	305	76,25 %
NO	95	23,75 %



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

2.- ¿CÚAL ES LA FRECUENCIA CON LA QUE USTED ADQUIERE LOS RULIMANES Y RETENEDORES?

¿CUÁL ES LA FRECUENCIA CON LA QUE USTED ADQUIERE LOS RULIMANES Y RETENEDORES?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIA	147	36,75 %
SEMANAL	173	43,25 %
QUINCENAL	67	16,75 %
MENSUAL	13	3,25 %

9.- ¿CUÁNTO GASTA USTED EN PROMEDIO EN UNA COMPRA DE RULIMANES Y RETENEDORES?

¿CUÁNTO GASTA UD EN PROMEDIO EN UNA COMPRA DE RULIMANES Y RETENEDORES?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 1 A 10 USD.	197	49.25 %
DE 10 A 30 USD	78	19.50 %
MAS DE 30 USD	125	31.25 %

10- ¿SI SE APERTURA UN ALMACEN DE RULIMANES Y RETENEDORES EN LA CIUDAD, EN EL SECTOR DE LA AVENIDA FRAY VACAS GALINDO, USTED COMPRARÍA EN ESTE NUEVO NEGOCIO?

¿SI SE APERTURARA UN ALMACEN DE R Y R EN LA AV. F.V. GALINDO UD COMPRARÍA EN ESTE?		
VALORACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	221	55,25 %
NO	179	44,75 %



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.4.4. EL PRODUCTO

El producto es el conjunto de características o beneficios palpables o no que tiene un artículo que pueden ser: la marca, el embase, precio, fama del fabricante y servicios adicionales que presta el comerciante.

La intención de esta definición es la de que los consumidores tengan en conocimiento que están comprando más que un artículo que tiene las características visuales. Ya que están comprando un artículo que dará satisfacción a las necesidades que tiene en determinado momento.

La segmentación del mercado es subdividir al mercado en sub-mercados distintos de clientes que tienen el mismo comportamiento o que tienen necesidades parecidas. Cada sub-mercado es un objetivo que se desea alcanzar con diferentes estrategias.

-SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA: La ciudad de Ibarra en la provincia de Imbabura.

-SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA:

* Género: masculino y femenino.

* Nivel: bajo, medio y alto.

* Edad: 18 a 65 años.

Tabla 5. 14.El producto

GAMA DE PRODUCTOS DEL ALMACEN "EL RULIMAN"	
PRODUCTO	APLICACIÓN
RULIMANES DE BOLAS	ALTERNADORES Y RUEDAS
RULIMANES DE CONO Y PISTA	RUEDAS Y TRANSMISIONES
RULIMANES DE EMBRAGUE	CAJAS DE CAMBIO
RETENEDORES EN MILIMETRICOS	VARIOS
RETENEDORES EN PULGADAS	VARIOS
GRASA DE LITIO	LUBRICACIÓN PARA RULIMANES

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.4.5. LA DEMANDA

Es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a diferentes precios en el mercado por un consumidor o por varios consumidores en un determinado tiempo.

Para establecer la demanda del proyecto se tomará en cuenta la información que se ha logrado gracias a la investigación de campo en base a las preguntas 4 y 9 y se concluyó lo siguiente:

Tabla 5. 15.La demanda

# TOTAL DE DEMANDANTES ENTRE MECANICAS Y LOCALES DE REPUESTOS	GASTAN DE 1-10 DOLARES 49 %	GASTAN DE 10- 30 DOLARES 19.5 %	GASTAN MAS DE 30 DOLARES 31.25 %	TOTAL DEMANDA
5.871	2.876	1.145	1.850	5.871
DEMANDA SEMANAL EN USD	2.876,00	11.450,00	55.500,00	69.826,00
DEMANDA MENSUAL EN USD	11.504,00	45.800,00	222.000,00	279.304,00
DEMANDA ANUAL				3.351.648,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

Demanda en personas: 5.871

Demanda anual en dólares:3.351.648,00



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.4.5.1 PROYECCION DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se tomará en cuenta el crecimiento anual que ha tenido la población del Ecuador y es el 1,5 %.

FUENTE: W.D.I. (World Development Indicator)

Tabla 5. 16.Proyección de demanda

AÑO	DEMANDA EN # CLIENTES	DEMANDA EN DOLARES
2013	5.871	3.351.648,00
2014	5.959	3.401.922,72
2015	6.048	3.452.951,56
2016	6.139	3.504.745,83
2017	6.231	3.557.317,02

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

5.4.6. LA OFERTA

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento dado a determinado precio. En resumen es la cantidad que se encuentran en el mercado de bienes y servicios y que están disponibles para los consumidores.

Lo que se espera vender:



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 17.La oferta

GAMA DE PRODUCTOS DEL ALMACEN “EL RULIMAN”			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO USD	VALOR TOTAL USD
RULIMANES DE BOLAS	350	5,00	1.750,00
RULIMANES DE CONO Y PISTA	117	12,00	1.400,00
RULIMANES DE EMBRAGUE	70	20,00	1.400,00
RETENEDORES EN MILIMETRICOS	350	3,00	1.050,00
RETENEDORES EN PULGADAS	175	6,00	1.050,00
GRASA DE LITIO	58	6,00	350
TOTAL VENTA MES			7.000,00
TOTAL VENTAS AL AÑO			84.000,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

5.4.6.1. PROYECCION DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta se considera el volumen de ventas de los almacenes dedicados a la venta de rulimanes y retenedores de la ciudad de Ibarra y el crecimiento que ha tenido el sector de comercialización de productos al por mayor y menor.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 18.La oferta de competencia

VENTAS MENSUALES DE ALMACENES DE VENTA DE RULIMANES EL IBARRA			
NOMBRE DEL LOCAL	NUMERO DE RUC	VENTA MENSUALE PRM	VENTA ANUAL
RULIMOTOR	1801580810001	40.000,00 USD	480.000,00
CENTRO DEL RULIMAN	1001633617001	28.000,00 USD	336.000,00
RODACENTRO	1002613584001	32.000,00 USD	384.000,00
ALMACENES DE REPUES.		95.000,00 USD	1.140.000,00
TOTAL OFERTA		195.000,00 USD	2.340.000,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

Figura 5. 10.Crecimiento por sectores

Crecimiento del PIB por Sectores					
En porcentajes					
Rama de Actividad / Años	2008	2009	2010	2011	2012
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	5,4	1,5	-0,2	4,6	5,0
B. Explotación de Minas y Canteras	1,0	-2,4	-2,5	5,4	0,4
C. Industrias Manufactureras (excluye refinación de Petróleo)	8,1	-1,5	6,7	6,2	9,4
Carnes y Pescado Elaborado	5,9	0,7	3,9	6,6	10,3
Cereales y Panadería	2,6	3,3	9,4	2,6	5,9
Elaboración de Azúcar	2,8	-10,0	24,5	5,3	7,7
Productos Alimenticios Diversos	4,7	-6,0	-2,4	4,6	5,6
Elaboración de Bebidas	16,5	6,6	17,1	14,0	22,8
Fabricación de Productos Textiles, Prendas de Vestir	2,6	3,8	6,0	7,2	9,2
Producción de Madera y Fabricación de Productos de Madera	16,0	-25,7	13,9	10,0	11,0
Papel y Productos de Papel	14,1	3,0	4,5	-0,7	5,6
Fabricación de Productos Químicos, Caucho y Plástico	16,4	10,7	10,1	4,5	8,9
Producción de Madera y Fabricación de Productos de Madera	16,0	-25,7	13,9	10,0	11,0
Papel y Productos de Papel	14,1	3,0	4,5	-0,7	5,6
Fabricación de Productos Químicos, Caucho y Plástico	16,4	10,7	10,1	4,5	8,9
Fabricación de Otros Productos Minerales no Metálicos	8,6	3,5	1,5	3,0	4,9
fabricación de Maquinarias y Equipos	21,6	-5,4	23,2	7,5	7,5
D. Suministro de Electricidad y Agua	20,2	-12,2	1,4	8,0	5,0
E. Construcción y Obras Públicas	13,8	5,4	6,7	14,0	5,5
F. Comercio al por Mayor y al por Menor	6,6	-2,3	6,3	6,6	6,0
G. Transporte y Almacenamiento	5,4	3,7	2,5	6,1	5,3
H. Servicios de Intermediación Financiera	11,2	1,7	17,3	7,8	3,5
I. Otros Servicios	7,1	1,7	5,4	5,5	5,4
J. Servicios Gubernamentales	14,6	5,4	0,5	2,8	5,3
K. Servicio Doméstico	-5,5	0,5	4,7	0,5	1,0

Fuente: Banco Central Del Ecuador



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 19.Proyección de oferta

AÑO	OFERTA EN DOLARES
2013	2.340.000,00
2014	2.480.400,00
2015	2.629.224,00
2016	2.786.977,44
2017	2.954.196.09

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

5.4.7. BALANZA DEMANDA - OFERTA

Con los datos obtenidos se procede a determinar la demanda insatisfecha que consiste en la diferencia de los datos obtenidos de la demanda menos los obtenidos de oferta.

Tabla 5. 20.Demanda insatisfecha

CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA EN DOLARES	OFERTA EN DOLARES	DEMANDA INSATISFECHA USD.
2013	3.351.648,00	2.340.000,00	1.011.648,00
2014	3.401.922,72	2.480.400,00	921.522,72
2015	3.452.951,56	2.629.224,00	823.727,56
2016	3.504.745,83	2.786.977,44	717.768,39
2017	3.557.317,02	2.954.196.09	603.120,93

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ANÁLISIS:

Como se puede observar la demanda insatisfecha de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra, en su proyección no deja ser positiva, lo que nos garantiza que el negocio de venta de estos tendrá mercado por varios años, hasta que la demanda quede satisfecha del todo.

5.4.7.1. ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Tabla 5. 21. Porcentaje demanda insatisfecha

3.351.648,00	100%
1.011.648,00	30,18%

REPRESENTA EL 30,18 % DE LAS PERSONAS QUE REQUIEREN RULIMANES Y RETENEDORES.

5.5. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

Es todo lo relacionado con el funcionamiento y la factibilidad de un proyecto, en el que se controla y comprueba la posibilidad de prestar un servicio, comercializar productos, también de determina la localización, las herramientas necesarias y todo lo que permite la realización del negocio.

El RULIMAN contará con los siguientes recursos:

- Recursos Materiales: local, mercadería, mobiliario.
- Recurso humano: personal idóneo para cada área de trabajo.
- Área de trabajo: distribuida de la siguiente manera:
 - Área de atención al cliente
 - Área de almacenaje
 - Área administrativa
 - Área de servicios



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.5.1. OBJETIVOS DEL TAMAÑO

Para la realización del proyecto se utilizará lo siguiente:

5.5.1.1. DETERMINACION DE RECURSOS Y EQUIPO

Tabla 5. 22.Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD
COMPUTADORA	1
LAPTOP	1
IMPRESORA MATRICIAL	1

Tabla 5. 23.Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD
TELEFONO	2
TELEFAX	1

Tabla 5. 24.Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD
VITRINA MOSTRADOR	2
PERCHAS	16
ESCRITORIOS	3
SILLAS	9

ANALISIS:

Estos son los materiales que se requerirán par brindar una buena atención a las personas que requieran nuestros productos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.5.1.2 CUADRO DE PERSONAL

Tabla 5. 25.Cuadro de personal

CUADRO DE PERSONAL		
Nro.	CARGO	SUELDO
1	GERENTE GENERAL	600,00
2	CONTADOR EXTERNO	100,00
4	ADMINISTRADOR	400,00
5	VENDEDOR	318,00
6	MENSAJERO	318,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

ANALISIS:

Es la parte más importante en la empresa pues son la carta de presentación de esta frente a los clientes, también son los encargados de realizar los procesos de planeación, dirección, ejecución y control que son los que hacen grande a una empresa.

5.5.2. VARIABLES DEVIABILIDAD

Disponibilidad de recursos:

Tabla 5. 26.Procedencia de recursos

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR
CAPITAL PROPIO	100 %	22.099,56

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Fuente: Investigación de Mercado

5.5.3. VARIABLES DE OPTIMIZACION

La optimización nos permite encontrar el máximo y el mínimo de las funciones en su totalidad o en una parte de estas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Con la optimización de la planta se mejora lo siguiente:

- Mejorar el servicio al cliente
- Aprovechar el espacio físico
- Optimizar la rotación de inventarios
- Mejor uso y aplicación de los equipos de computación

5.5.4. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

La empresa está formada por una sola planta distribuida de la siguiente manera:

LAY OUT

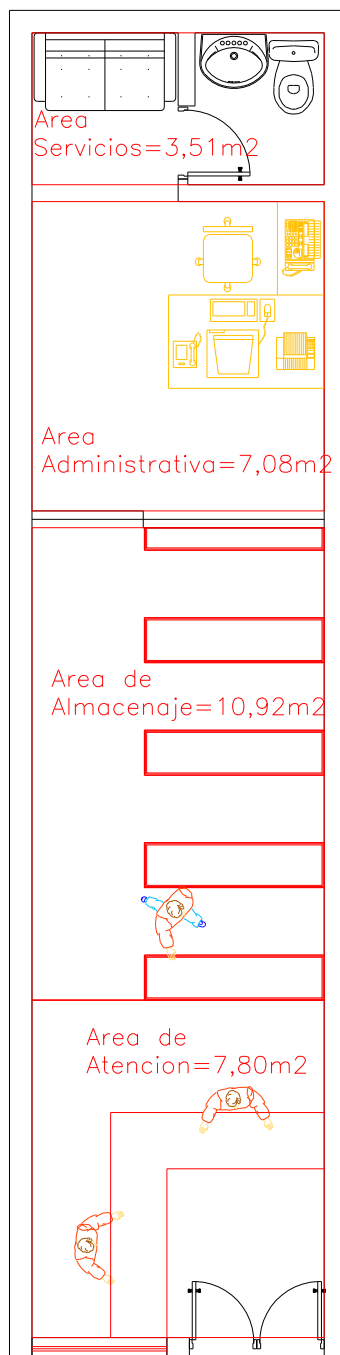
ÁREA DE ATENCIÓN: 7,8 M2

ÁREA DE ALMACENAJE: 10,92 M2

ÁREA ADMINISTRATIVA: 7,08 M2

ÁREA DE SERVICIOS: 3,51 M2

Tabla 5. 27.Lay out





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.5.5. CAPACIDAD MAXIMA DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

Es el desarrollo de las actividades diarias del negocio; en nuestro caso es el proceso de comercialización:

Tabla 5. 28.Actividades de compra

PROCESO DE COMPRA	
ACTIVIDAD 1	Revisión de stock en inventarios
ACTIVIDAD 2	Redacción de pedido de ítems faltantes
ACTIVIDAD 3	Envío de pedido por fax o e-mail
ACTIVIDAD 4	Recepción de mercadería
ACTIVIDAD 5	Emperchar mercadería

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

Tabla 5. 29.Actividades de venta

PROCESO DE VENTA DE RULIMANES Y RETENEDORES	
ACTIVIDAD 1	RECEPCION DE PEDIDO O CLIENTE EN MOSTRADOR
ACTIVIDAD 2	BUSQUEDA DE REPUESTO EN PERCHAS
ACTIVIDAD 3	BRINDAR ASESORIA AL CLIENTE
ACTIVIDAD 4	FACTURACIÓN
ACTIVIDAD 5	INGRESO A CAJA

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

5.5.6. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El almacén “EL RULIMAN” se encuentra en la ciudad de Ibarra, situado en la Av. Fray Vacas Galindo y Venancio Gómez Jurado esq. Teléfono: 062952074



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Figura 5. 11.Localización del proyecto



Elaborado por: ALEX J. PÉREZ J

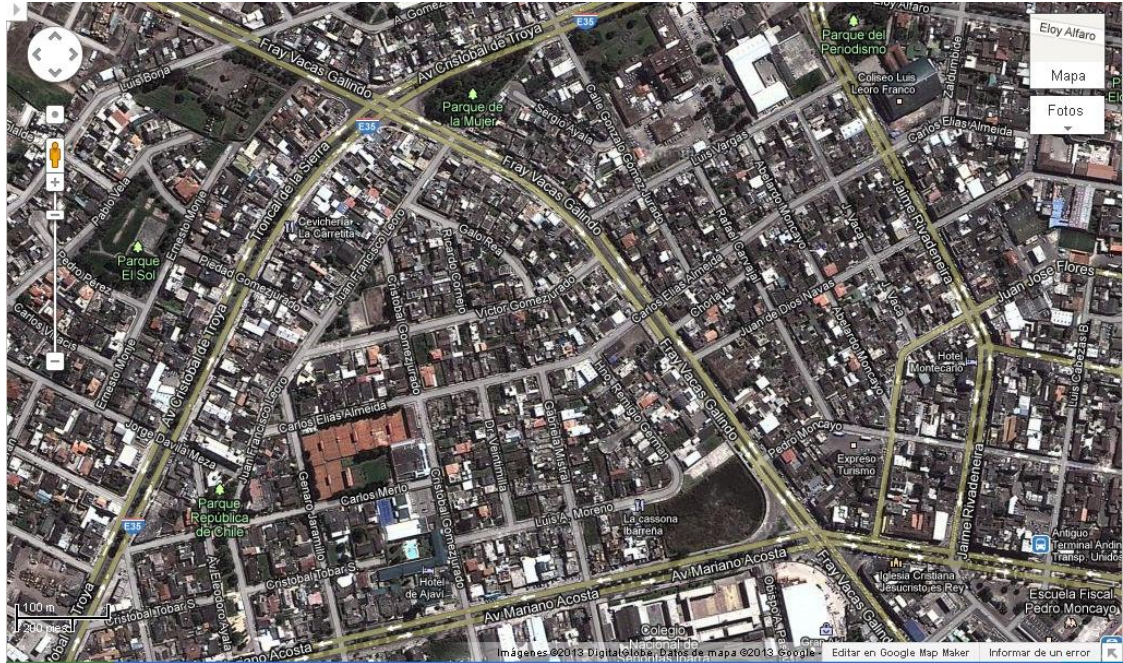
Tabla 5. 30.Valoración de localización

FACTOR	CALIFICACION
CERCANIA AL CLIENTE	20 %
ESPACIO FISICO	15 %
INFRAESTRUCTURA	20 %
PROVEEDORES	20 %
VIAS DE ACCESO	15 %
PERMISOS LEGALES	10 %

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

5.5.7. MACROLOCALIZACIÓN

Figura 5. 12.Macrolocalización



Fuente : Internet

ANÁLISIS:

El almacén “EL RULIMAN” se encuentra en el sector norte de la ciudad de Ibarra, cerca de mecánicas y el sector comercial de la ciudad cosa que es positiva para la empresa, pues los clientes ya no tendrán que trasladarse hasta la Av. Jaime Rivadeneira.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.5.8. MICROLOCALIZACION

Figura 5. 13.Microlocalización



Elaborado por :ALEX J. PÉREZ J

ANALISIS:

El almacén el Rulimán se encuentra en el Cantón Ibarra con facilidad de vías de acceso lo que gran utilidad para el negocio.



5.5.9. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

La localización óptima de un proyecto ayuda a que éste tenga la mayor rentabilidad en relación al capital invertido.

El mercado al que deseamos llegar se encuentra situado en la ciudad de Ibarra el proyecto se encuentra en el centro norte de la ciudad lo que facilita el desplazamiento rápido a todos los potenciales clientes, y de igual manera todos estos se encuentran a pocos minutos del local.

5.5.9.1. FACTORES CONDICIONANTES DE LA LOCALIZACIÓN

Factores Geográficos

El almacén de rulimanes y retenedores está situado en el centro norte de la ciudad de Ibarra, cerca de este existen vías de fácil acceso , lo que facilita la movilidad de nuestro personal en las entregas y también el desplazamiento de los potenciales clientes hacia este.

Factores topográficos

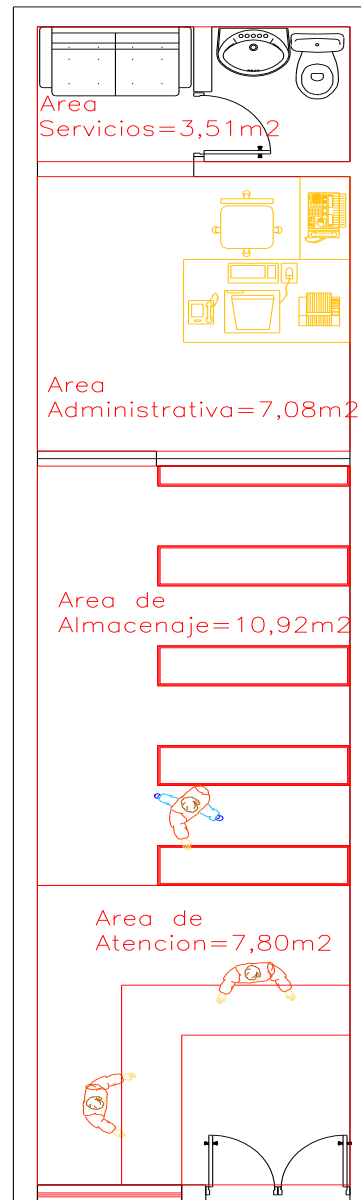
Las condiciones topográficas son favorables, las vías son asfaltadas, no tiene problemas de baches, suelo fangoso, existe un clima tropical seco.

Factores institucionales

Es otro factor positivo para nuestro proyecto, pues las instituciones bancarias de la ciudad se encuentran a tres cuadras de éste, lo que facilita las diferentes transacciones financieras que requiera realizar, por otro lado las instituciones gubernamentales también están cerca del proyecto, lo que nos permite operar de una manera adecuada.

5.6. INGENIERIA DEL PROYECTO

Figura 5. 14.Ingeniería del proyecto





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Se encuentra el vendedor de mostrador que se encarga de la recepción de clientes y proveedores, entrega la mercadería facturada, y también atiende el teléfono. Tiene un área de 7,8 m².

- ÁREA DE ALMACENAJE

Encontramos las perchas, que es el lugar donde se coloca la mercadería que ofrecemos a nuestros clientes tiene un área de 10,92 m², está conformada por 16 perchas.

- ÁREA ADMINISTRATIVA

Tiene un área de 7,08 m² aquí encontraremos al gerente general que se encarga de fijar las políticas administrativas y de la toma de decisiones de comercialización, crédito, ventas y adquisiciones.

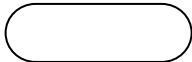
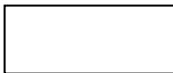
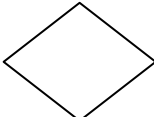
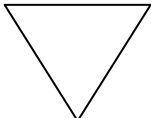
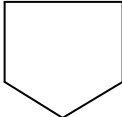
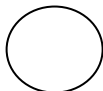
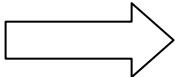
- ÁREA DE SERVICIOS

Encontramos aquí el lugar donde se puede ir a tomar un refrigerio y también junto está el baño que sirve para el uso de los empleados en general, tiene un área de 3,51 m².

5.7. FLUJOGRAMAS DE PROCESO

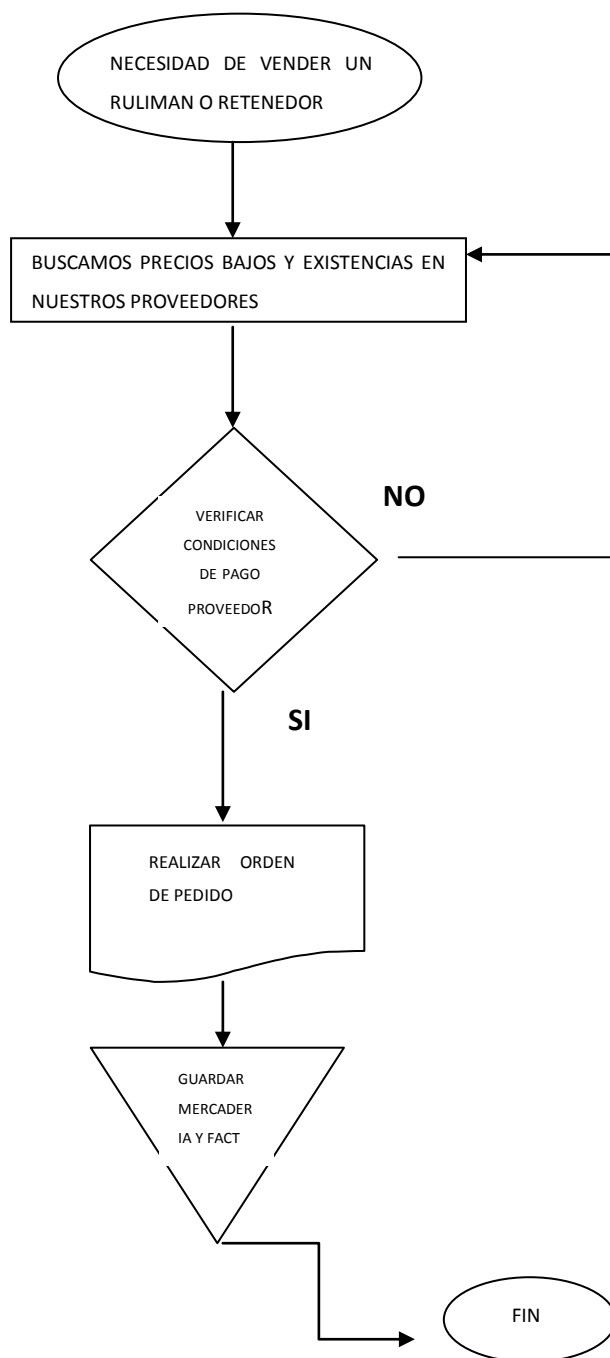
Son diagramas en los que se utilizan símbolos gráficos que representan los pasos a seguir en un proceso y que nos ayudan a entender los pasos a realizar para determinada actividad. Son muy útiles pues nos hacen conocer el ordenamiento de cada proceso y su finalidad.

Tabla 5. 31. Símbolos de flujogramas

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término.- Indica el principio o el fin del flujo. Puede ser acción o lugar; además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad.- Describen las funciones que desempeñan las personas involucradas en los procesos.
	Documento.- Representa cualquier documento que entre, se utilice, se genere o salga del proceso.
	Decisión o alternativa.- Indica un punto dentro del flujo donde se debe tomar una decisión
	Archivo.- Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de pagina.- Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector.- Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte del mismo, en la misma hoja.
	Demora.- Indica retraso en el desarrollo del proceso, método o procedimiento.
	Transporte.- Indica el movimiento de personas material o equipo.
	Inspección y medición.- Representa el hecho de verificar la naturaleza, calidad y cantidad de los insumos y productos.

5.7.1. PROCESO DE COMPRAS

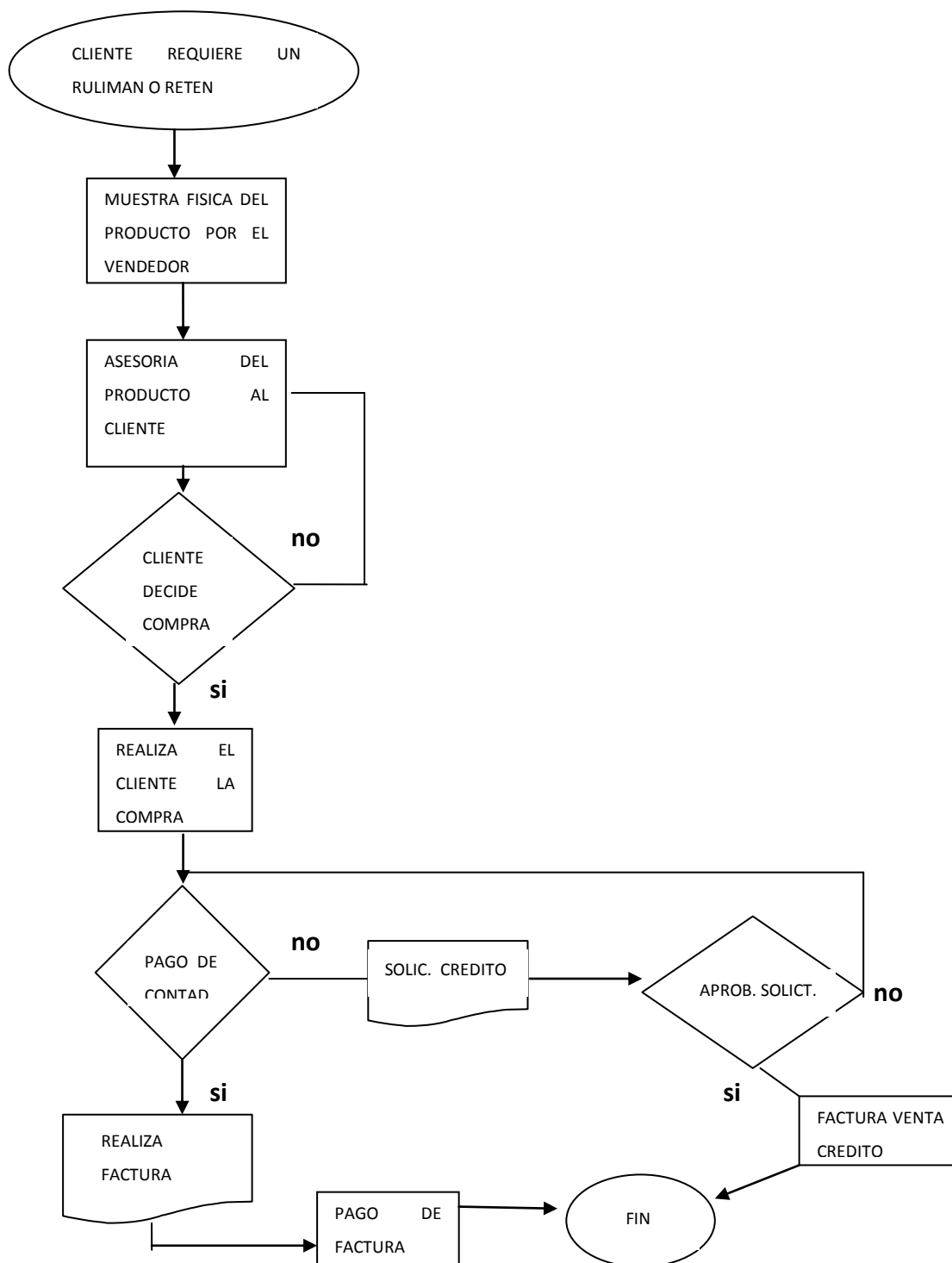
Figura 5. 15.Proceso de compra



Elaborado por :Alex J. Pérez J.

5.7.2. PROCESO DE VENTAS

Figura 5. 16. Proceso de venta



Elaborado por: Alex J. Pérez J.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.7.3. DETERMINACIÓN DE PRODUCTOS Y EQUIPO

Tabla 5. 32.Determinación de productos y equipos

MERCADERIA Y EQUIPOS				
No.	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1	MERCADERIA			
1.1	RULIMANES DE BOLAS	375	3,00	1.125,00
1.2	RULIMANES CONICOS	450	7,20	3.240,00
1.3	RULIMANES DE EMBRAGUE	75	12,00	900,00
1.4	RETENES MILIMETRICOS	900	1,80	1.620,00
1.5	RETENES PULGADAS	600	3,60	2.160,00
1.6	GRASA DE LITIO	150	3,6	540,00
2	EQUIPO COMPUTACION			
2.2	COMPUTADORA	1	500,00	500,00
2.3	LAPTOP	1	550,00	550,00
2.4	IMPRESORA MATRICIAL	1	300,00	300,00
3	EQUIPO DE OFICINA			
3.1	FAX COPIADORA	1	150,00	150,00
3.2	TELEFONO	2	39,00	78,00
4	MUEBLES DE OFICINA			
4.1	VITRINA MOSTRADOR	2	134,00	268,00
4.2	PERCHAS	16	60,00	960,00
4.3	ESCRITORIOS	3	180,00	540,00
4.4	SILLAS	10	35,00	350,00
4.5	CALIBRADORES	4	35,00	140,00
	TOTAL			13.4221,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.



PARTE 3

5.8. GESTION ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

DISTRIBUIDORA DE RULIMANES Y RETENEDORES

DIRECCION: AV. FRAYN VACAS GALINDO NRO. 1-42 Y VENANCIO GOMEZ JURADO

OBJETI

INTRODUCCION

Nuestra empresa se fundamenta en comercializar rodamientos y retenedores de las mejores marcas y de excelente calidad.

En la actualidad el mercado automotor ha tenido un crecimiento acelerado, por esta razón existe gran demanda no solo de rodamientos y retenes sino de repuestos e insumos automotrices en general.

Por lo tanto nuestra empresa ofrecerá una amplia gama en lo que a rodamientos y retenedores respecta, para cubrir gran parte de la demanda del mercado.

El desafío de nuestra empresa es posicionarse en el mercado automotriz en un tiempo no muy lejano y cumplir con las expectativas de los clientes.

ACTIVIDAD ECONOMICA

Somos una empresa de Comercialización.

Nuestra actividad económica está enfocada en proveer de rodamientos y retenedores de la mejor calidad y capacitar en todo lo relacionado de nuestros productos a nuestros clientes.

Utilizando métodos de promoción, ofertas y descuentos aplicables al cambiante entorno comercial y a las necesidades de los clientes.

Tenemos claro que en la actualidad existe mucha oferta de productos iguales o parecidos a los que ofrecemos, pero nuestra empresa está lista para enfrentar el desafío, con un mejor servicio y atención a los clientes, para así destacarnos de las demás.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

MISION

LA MISION DE EL RULIMAN, ES LA PROVEER Y ASESORAR CON EFICIENCIA Y EFICACIA A LOS CLIENTES EN TODO LO QUE SE REFIERE A RODAMIENTOS Y RETENEDORES AUTOMOTRICES E INDUSTRIALES.

VISION

NUESTRA VISION ES CONSOLIDARNOS EN EL MERCADO AUTOMOTRIZ EN UN LAPSO DE 5 AÑOS Y SER UNO DE LOS PRIMEROS DISTRIBUIDORES DE RODAMIENTOS Y RETENEDORES DE LA CIUDAD. ESTA VISION ES COMPARTIDA POR TODAS LAS PERSONAS QUE CONFORMAN EL RULIMAN OFRECIENDO A NUESTROS CLIENTES ASESORIA Y PRODUCTOS DE CALIDAD.

OBJETIVO GENERAL

SER UNA DE LA MEJORES EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE RULIMANES Y RETENEDORES Y CUMPLIR CON LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES EN CALIDAD DE PRODUCTO, VARIEDAD, ASESORIA TECNICA Y SERVICIO.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Consolidar a nuestra empresa en el mercado mediante el volanteo en el sector automotriz con boletines para descuento.
- Consolidarnos como marca reconocida y aceptada en el mercado mediante encuestas a clientes.
- Contar permanentemente con un stock variado de productos y de buena calidad para atender oficialmente los requerimientos de nuestros clientes.
- Proveer a nuestros clientes de productos altamente calificados en las mejores marcas y a precios accesibles.
- Contar con información general de nuestros productos y de las necesidades de los clientes con los que vamos a estar en contacto.
- Introducir el servicio de entrega a domicilio de pedidos a los clientes que lo soliciten, algo diferente en relación con otras empresas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- Alcanzar eficiencia y eficacia mediante la mejora de procesos permanentemente, en todo el manejo de la empresa. Con nuestros clientes, empleados y proveedores.
- Mantenernos actualizados en conocimientos, métodos y procesos que contribuyan al cumplimiento de metas planteadas por la empresa.
- Contar con el mejor talento humano capacitado y especializado en la rama automotriz para que este sea nuestra carta de presentación.
- Desarrollar planes de capacitación adecuados y actualizados para nuestro personal.

ESTRATEGIAS

- Promocionar nuestra empresa utilizando medios de información escritos, visuales, móviles y electrónicos.
- Elaboración de una página web EL RULIMAN para un reclutamiento ágil de personal y de que las personas en general traten de conocernos.
- Elaborar una adecuada base de datos que permita ágilmente contactar a clientes.
- Situar en la página web creada una sección enfocada a sugerencias y necesidades de los clientes.
- Motivar a todo el personal de la empresa mediante incentivos sean estos de crecimiento económico o personal a informar correctamente de los procesos a seguir para alcanzar las metas de la empresa.
- Controlar permanentemente los procesos y rediseñarlos si así se requiere.
- Colaborar directamente con nuestro personal para que obtengan un título superior; y así armar un plan de carrera profesional para cada empleado si lo necesita.
- Contratar capacitadores internacionales y extender becas para la obtención de conocimientos actuales y especializados.



POLITICAS

El enfoque de la política de EL RULIMAN es alcanzar una cultura organizativa orientada al mercado, enmarcada a evolucionar con el plan estratégico de la empresa.

Distribuir rodamientos de la mejor calidad y con mucha variedad para de esa manera cubrir la demanda y expectativa de los clientes.

Cuidar que cada una de las marcas que se distribuyan esté homologada y certificada, para con esos asegurar a nuestros clientes la calidad y durabilidad del producto.

Fomentar la comunicación **vendedor-cliente** para conocer sus necesidades y gracias a estos poder satisfacerlas.

Promover la capacitación del personal para un mejor desempeño en sus tareas, y especializarlo de acuerdo al producto que ofrece al cliente.

Fomentar el compromiso del empleado con la empresa, escuchando sus sugerencias.

Incentivar y motivar a crear un ambiente laboral, un empleo de calidad, acciones de conciliación de vida laboral, unas buenas herramientas de trabajo, un buen equipo humano y la participación en proyectos interesantes, para que así; sea el trabajo más llevadero.

I. HORARIOS DE TRABAJO DE LA EMPRESA EL RULIMAN.

- PRIMERA.- Se conviene expresamente que el horario sea de lunes a viernes de 8:30 a 17:30 hrs., con una hora para tomar sus alimentos en el horario de 13:30 a 14:30, y cualquier modificación deberá ser pre autorizado por su jefe directo.
- SEGUNDA.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según la necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a él o a los trabajadores.
- TERCERA.- La empresa concede como máximo tres tolerancias a la quincena de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo de quince minutos a la quincena a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontara medio día de salario.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- CUARTA.- Cada trabajador deberá firmar su asistencia diaria en las listas correspondientes ubicadas en el Área de Recursos Humanos y acentuar en la misma sus horarios de entrada y salida a la comida de la empresa.
- QUINTA.- El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de los contrario le será descontado de su salario el tiempo que faltare o se considerara como media falta o falta completa según sea el caso.
- SEXTA.- Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo; y el que incurran este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de despido.
- SEPTIMA.- Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización del Jefe de Recursos Humanos.

II. PERMISOS Y FALTAS

- OCTAVA.- Los permisos deben ser forzosamente solicitados por escrito y con 72 horas de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente se considera nulo.
- NOVENA.- El Gerente responsable del área quienes estarán facultados a autorizar el permiso y las condiciones bajo el que este autorizado. Todos los permisos serán sin goce de sueldo en el caso de que sea día completo salvo que los funcionarios antes mencionados autoricen lo contrario. Los permisos deberán ser informados previamente al Área de Recursos Humanos para el control respectivo y sus archivos correspondientes.
- DECIMA.- El único comprobante que justifica una incapacidad es el que expide el IESS (INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL); cabe hacer mención que no será válido ningún otro documento.
- DECIMA PRIMERA.- Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso de inmediato al Jefe de Recursos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Humanos, este aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma caso contrario se aplicara como falta injustificada. Una vez informado, será responsabilidad del Jefe de Recursos Humanos las condiciones del hecho, para el control respectivo del expediente.

- DECIMA SEGUNDA.- Al momento de acumular tres faltas injustificadas la empresa tendrá la facultad de hacer lo que ella crea conveniente.

III. RESTRICCIONES

- DECIMA TERCERA.- El personal de la empresa deberá portar su credencial en todo momento durante su estancia en la empresa; caso contrario le será restringida la entrada. Los únicos que pueden autorizar la entrada sin credencial son el Gerente de la empresa y el Jefe de Recursos Humanos.
- DECIMA CUARTA.- La política de los uniformes de trabajo de los empleados será aplicada de lunes a jueves (para aquellas personas que previamente se haya convenido su utilización); la falta e incumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondiente.
- DECIMA QUINTA.- Se establecen los días viernes la vestimenta CASUAL, tomando en consideración que no se permitirá la utilización de ropa deportiva, shorts, falta de calcetines tanto como para hombres o mujeres; lo anterior seria cambiado salvo que los viernes sea destinado a visitar clientes fuera del lugar de la empresa.
- DECIMA SEXTA.- Por disposición oficial del Ministerio de Salud y por así convenir a los intereses de nuestra empresa queda estrictamente prohibido fumar dentro de las instalaciones, SE ASIGNARA el área del estacionamiento para tal efecto, en el entendido que deberá ser razonable el tiempo que se tome para esta actividad.
- DECIMA SEPTIMA.- La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna designación especial de



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Gerencia, para lo cual deberá ser registrado en los controles ubicados en Recursos Humanos. No se permitirá situaciones de abandono por causas diferentes a las del trabajo.

- DECIMA OCTAVA.- Por cuestiones de seguridad, cada trabajador de la compañía podrá ser sujeto a una revisión al momento de su entrada a la empresa por el Jefe de Recursos Humanos.
- DECIMA NOVENA.- El trabajador podrá ser revisado físicamente así como sus pertenencias, al momento de su salida de la empresa, si al momento de su revisión pretendiera sacar artículos de la empresa deberá justificarlo con un pase de salida proporcionado por alguna de las personas con esta facultad, en el caso de no justificar la salida de los artículos, estos tendrán que serle retenidos hasta el momento de aclararlo.
- VIGESIMA.- Queda prohibido a los trabajadores:
 1. Ejecutar cualquier acto que pueda poner en peligro su seguridad, la de sus compañeros de trabajo o de terceras personas así como al establecimiento o en el lugar en el que se desempeñe el trabajo.
 2. Sustraer de la empresa útil de trabajo, herramientas o materia primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.
 3. Provocar en el lugar de trabajo, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.
 4. Suspender o ausentarse de sus labores sin autorización del Gerente o del Jefe de Recursos Humanos.
 5. Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.
 6. Introducir personas ajenas a la empresa a menos que estas sean justificadas y por autorización del Gerente o del Jefe de Recursos Humanos.
 7. Dedicarse a juegos de azar, decir palabras obscenas, cruzar apuestas, etc., dentro de la empresa.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

8. Realizar colectas o rifas dentro de la empresa y hacer cualquier clase de propaganda, así como la venta por catálogos o cualquier otro tipo de artículo.
9. Usar útiles o materiales de la empresa para fines particulares o distintos de aquellos para los que están destinados.
10. Utilizar el Internet para fines distintos a los de las actividades establecidas de la empresa además se prohíbe el acceso a páginas obscenas y a aquellas que distraigan sus actividades de trabajo.
11. Las demás establecidas en el contrato individual de trabajo en la Ley del Trabajador.

- **VIGESIMA PRIMERA.- DIAS DE DESCANSO.**

De acuerdo al **CÓDIGO DEL TRABAJO**

“De las Fiestas Cívicas:

Art. 65.- Días de descanso obligatorio.- Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre.

Serán días feriados locales de descanso obligatorio: para Ibarra, el 28 de abril; cuando los días feriados de descanso obligatorio establecidos en esta Ley, correspondan a los días martes, miércoles o jueves, el descanso se trasladará al día viernes de la misma semana. Igual criterio se aplicará para los días feriados de carácter local, salvo que los gobernadores de las respectivas provincias dispongan el traslado de otra forma. Se exceptúan de esta disposición los días 1 de enero, 1 de mayo, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre”.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- A demás agregamos que las vacaciones de los empleados son cada año sin extenderse los días.
- VIGESIMA SEGUNDA.- El único lugar de acceso para clientes son las instalaciones que se encuentran en la parte de los mostradores y es en estos lugares donde deberán ser atendidos (solo podrán pasar a las oficinas del Gerente solo con la presencia de ellos, los mensajeros o cobradores de otras empresas ajenas a la nuestra serán atendidos en la sala de recepción.
- VIGESIMA TERCERA.- Se deberá brindar un servicio eficiente y con prontitud, teniendo siempre como prioridad no hacer esperar al cliente por más de 5 minutos. En caso de demora, se llamara la atención al empleado que no cumplió con esta norma.
- VIGESIMA CUARTA.- El estacionamiento de la empresa está restringido, las únicas personas que tienen lugar son el GERENTE, y los Jefes de cada área.
- VIGESIMA QUINTA.- El Jefe de Seguridad deberá registrar diariamente de (lunes a sábados) los accesos, visitas y demás actividades, tanto del personal de la Empresa EL RULIMAN como de los visitantes en el REPORTE DIARIO DE INCIDENTES. Cualquier actividad que contravenga el cumplimiento de este REGLAMENTO deberá ser anotado en este reporte.
- VIGESIMA SEXTA.- Se designara un área de cocina y comedor en la parte posterior de la empresa, mismas que deberán conservarse perfectamente limpias y libres de cualquier traste o accesorios fuera de su lugar. Sera responsabilidad de cada empleado la limpieza inmediata del lugar que utilice para el consumo de sus alimentos así como del lavado de los utensillos correspondientes.
- VIGESIMA SEPTIMA.- El comedor es un área designada exclusivamente para el consumo de alimentos en horarios de comida, horario que se fijara de 14:00 p.m. a 15:00 p.m. exclusivamente y será utilizado con la disciplina y limpieza que así se amerite. La imagen de esta área es importante, ya que podrá ser utilizada en cualquier momento para invitar clientes y visitas.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- VIGESIMA OCTAVA.- el baño será tanto como para hombres y mujeres y deberán mantenerse en las mejores condiciones de sanidad por cortesía y educación deberá abstenerse de tirar basura en el WC tomando en cuenta que no se podrá permanecer en ellos para cualquier otra actividad y mucho menos fumar dentro de los mismos, en caso de no encontrar accesorios, artículos y/o papel higiénico en el baño deberá comunicarse inmediatamente para su implementación.

IV. LLAMADAS TELEFONICAS.

- VIGESIMA NOVENA.- Las llamadas deberán ser atendidas sin excepción de forma clara y oportuna, además es primordial para la empresa que la comunicación con los clientes, proveedores, empleados y cualquier otra persona que llame a la empresa se realice sin pérdidas de información y en forma instantánea. Las llamadas personales deberán ser limitadas y con tiempo medido no máximo de 2 minutos.
- TRIGESIMA.- Las personas que contesten el teléfono sea cualquier sin excepción deberá contestar con el siguiente eslogan:
“GRACIAS POR LLAMAR A EL RULIMAN BUENOS DIAS, BUENAS TARDES, NOCHES, SEGÚN LA HORA) LE ATIENDE “X” EN QUE LE PUEDO AYUDAR”.
- TRIGESIMA PRIMERA.- Toda aquella persona que conteste el teléfono, tendrá la obligación de evitar que se pierda la llamada; en caso que ocurra tiene la obligación de darle seguimiento adecuado. Así mismo en caso de que no se encuentre a la persona a quien se llama, tiene la obligación de tomar recado por escrito e informarle a la persona indicada para que devuelva la llamada. Será responsabilidad de cada empleado el tomar las llamadas que sean canalizadas a través de la LLAMADA EN ESPERA, para evitar que las llamadas entrantes sean pérdidas o se saturen las líneas telefónicas.

V.- POLITICAS DE USO DE TELEFONOS Y CELULARES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- TRIGESIMA TERCERA.- Las llamadas nacionales, deberán ser limitadas a uso de oficina y/o clientes, observando frecuencia y duración razonable. La utilización del servicio de celulares y llamadas a celular solo se las hará con previa autorización del Gerente y para fines de negocios de la empresa.

VI.- SANCIONES DISCIPLINARIAS

- TRIGESIMA CUARTA.- La empresa podrá aplicar a los trabajadores que desacaten cualquiera de los puntos mencionados en este reglamento alguna de las sanciones que a continuación se señalan según la gravedad:

AMONESTACION.

Suspensión de sus labores hasta por un término de ocho días sin goce de sueldo.

RESCISION DE CONTRATO.

Por la primera falta injustificada, suspensión de un día sin goce de sueldo.

Por la segunda falta injustificada, suspensión de dos días de sueldo sin goce de sueldo.

Por la tercera falta injustificada, suspensión de tres días sin goce de sueldo.

Por la cuarta falta injustificada procederá la rescisión de contrato sin responsabilidad de la empresa.

Cabe hacer mención que es obligación del trabajador los siguientes aspectos:

- Comunicar al Gerente o al Jefe de Recursos Humanos las deficiencias que advierten en el trabajo a fin de evitar daños y perjuicios y cuando esté en riesgo la seguridad de la misma.
- Guardar escrupulosamente los secretos e INFORMACION CONFIDENCIAL, que conozcan de la empresa; así como de los asuntos administrativos cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa.
- Poner en conocimiento del Gerente o del Jefe de Recursos Humanos las enfermedades contagiosas que padezcan tan pronto como tengan conocimiento de las mismas.

VII.- OBJETIVOS Y SUPERVISION AL PERSONAL



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

- **TRIGESIMA QUINTA.-**

1. El Administrador deberá presentar al Gerente durante los cinco primeros días de cada mes, los objetivos mensuales de cada empleado de la empresa incluido el de ellos.
2. Con la finalidad de dar seguimiento al plan mensual de la empresa, se deberán realizar reuniones Gerenciales cada lunes a las 9:00 a.m. (tiempo máximo de la reunión 1 hora). Para supervisar los avances y tomar acciones que conlleven al oportuno y correcto cumplimiento de los mismos. En esta reunión semanal se revisaran las actividades fijas que deberá cumplir CADA EMPLEADO así como las otras acciones que se deberán cumplir como parte de la operación diaria en la empresa.
3. Obligadamente y en forma diaria (a la 8:30) deberán reunirse al menos el Gerente, el Administrador y el Jefe de Recursos Humanos, para realizar y organizar las prioridades de sus actividades, realizando un informe claro y detallado de las acciones que realizaran ese día.
4. Una vez definidas las actividades, será obligatoria tanto para el Gerente, Administrador, como para el Jefe de Recursos Humanos la utilización de la agenda OUTLOOK, donde deberán registrar todas las actividades a realizar y la hora señalada; los mismos que deberán supervisar que se realicen en forma diaria por cada empleado de la empresa.
5. Lo anterior deberá permitir al Gerente, Administrador y Jefe de Recursos Humanos que se cumplan todas las actividades programadas para el día y la hora establecida, en el entendido de que, si no se realizan las actividades, se deberá con ese empleado coordinar mayor esfuerzo para su culminación en tiempo y forma requerida.

- **TRIGESIMA SEXTA.- EVALUACIONES AL PERSONAL**

Con la finalidad de conocer la productividad de cada área de servicio así como del personal involucrado, se realizaran evaluaciones de cumplimiento de objetivos en forma trimestral (se proporcionara el formato correspondiente).



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Esta evaluación se practicará en los 5 días siguientes al finalizar los meses de marzo-junio-septiembre y diciembre y deberán ser entregadas tanto al Gerente como al Jefe de Recursos Humanos.

Las evaluaciones serán realizadas por el Jefe de Recursos Humanos y deberán contener los resultados de cumplimiento de cada objetivo predefinido y deberá contarse con la firma de cada empleado evaluado, como parte de su aceptación.

El Jefe de Recursos Humanos deberá mencionar las causas por la que no se cumplieron los objetivos y las áreas de mejora que deberán observarse para eventos futuros. En caso de encontrar áreas de oportunidad a través de capacitación, deberá mencionar los cursos y/o actividades que apoyen en la formación del personal.

OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

- TRIGESIMA SEPTIMA.- Son obligación de la empresa:
 - 1.-Pagar a los trabajadores los salarios pactados por el MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES en el tiempo adecuado y los días señalados.
 - 2.- Promocionar útiles, instrumentos y materiales necesarios para ejecutar su trabajo.
 - 3.- Guardar a los trabajadores la debida consideración, absteniéndose de maltrato de palabra y obra.
 - 4.- Conceder a los trabajadores o empleados el tiempo necesario para el ejercicio de voto de elecciones populares.
 - 5.- Organizar permanentemente según los cronogramas de la empresa cursos de capacitación y de adiestramiento para el personal.
 - 6.- Adoptar las medidas de higiene y seguridad para la empresa previstas por la ley.
 - 7.- Tomar las medidas preventivas de accidentes en el trabajo.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

8.- Proporcionar a los trabajadores los primeros auxilios que necesiten cuando sea necesario.

- TRIGESIMA OCTAVA.- Las situaciones no previstas en el presente reglamento se resolverán de acuerdo con lo que sobre el particular disponga el contrato de trabajo, y los principios generales de la empresa.
- TRIGESIMA NOVENA.- El presente reglamento interno de trabajo será entregado a cada uno de los trabajadores al servicio de la empresa al momento de su contratación, a efecto de que conozca sus derechos y sus respectivas obligaciones.



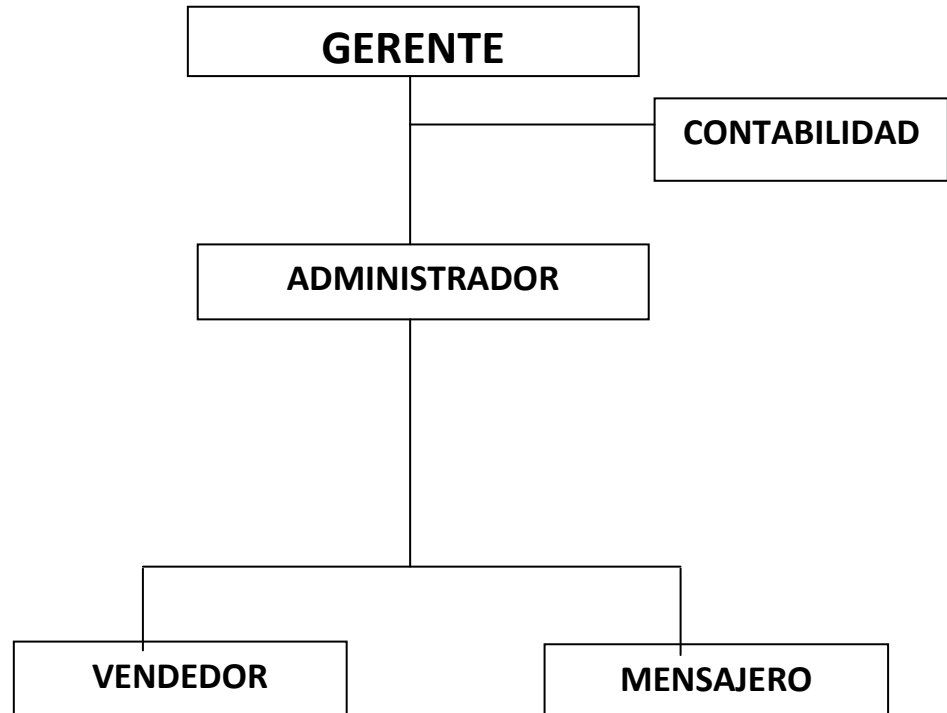
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

DISTRIBUIDORA DE RULIMANES Y RETENEDORES “EL RULIMAN”

DIRRECCION: AV. FRAYN VACAS GALINDO NRO 1-42 Y VENANCIO GOMEZ JURADO.

(IBARRA).

Figura 5. 17.Organigrama de almacén “ EL RULIMAN”



Elaborado por: Alex J. Pérez J.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

MANUAL DE FUNCIONES DEL ORGANIGRAMA

Este organigrama está estructurado por zonas de acuerdo a la función empresarial de cada empleado.

1. GERENCIA

Tiene a su cargo la actividad misma de llevar adelante la empresa. Proveer de los recursos necesarios a cada una de las unidades de venta en cuanto a inventarios y presupuesto para gastos de insumos, caja chica y otros. Se encarara en conjunto con contabilidad de la toma de decisiones en cuanto a inversiones y obligaciones patronales y tributarias.

2. CONTABILIDAD

Este departamento no se encontraría en la empresa seria externo ira a la cuando se lo requiera; y se encargara de lo siguiente: Tributación, pago de beneficios sociales, elaboración de estados financieros, presentación de balances e interpretación de los mismos a Gerencia y del pago a proveedores en los días señalados por la empresa.

3. ADMINISTRACION

En este departamento se encargaran de la apertura y cierre de la empresa y el control de entrada y salida de la mercadería; además si se realizare importaciones el Administrador sería el encargado de contactarse con los proveedores internacionales cotizar precios de productos y calidad de los mismos.

Presentará informe de requerimientos al Gerente en cuanto a insumos, inventarios y necesidades en general de la empresa en forma semanal.

4. VENDEDOR

Se encargara de mantener una buena relación con los clientes tanto de vitrina como al por mayor. Brindará asesoría en el uso y mantenimiento adecuado de los productos disponibles a la venta. Dara el seguimiento en cuanto a los pedidos especiales de clientes tanto en la ciudad como a nivel nacional. Conjuntamente con el Administrador se encargara de controlar los inventarios de mercadería para abastecerse de productos.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.8.1. GESTIÓN DE MARKETING

LOGO

Figura 5. 18.Logotipo



SLOGAN:

"SOMOS EL RULIMAN, TENEMOS TODO PARA EL MOVIMIENTO DE AUTOMOTORES Y LA INDUSTRIA."

TARJETAS DE PRESENTACIÓN:

Figura 5. 19.Tarjeta De Presentación





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

PAPELERIA:

Figura 5. 20. Papelería



Dirección: Fray Vacas Galindo y Venancio Gómez Jurado esquina
Teléfono: 2952074/ 0999308467
Correo: el-ruliman@hotmail.com



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

FLYERS:

Figura 5. 21.Flyers



MARKETING MIX

PRODUCTO

En cuanto al producto, el nuestro es diferente de los demás pues a más de ofrecer los de mejor calidad, personalizamos la entrega en el lugar que lo necesiten, asesoramos en cuanto a información técnica, para que el cliente compre productos que garanticen su trabajo y la vida útil de los rulimanes y retenedores.

PRECIO

Nuestro margen de ganancia es del 44%, que es 10% menos que el que tiene nuestra competencia y garantiza cubrir con los gastos del negocio.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 33. Precios de productos

GAMA DE PRODUCTOS DEL ALMACEN “EL RULIMAN”	
PRODUCTO	PRECIO UNITARIO USD
RULIMANES DE BOLAS	5,00
RULIMANES DE CONO Y PISTA	12,00
RULIMANES DE EMBRAGUE	20,00
RETENEDORES EN MILIMETRICOS	3,00
RETENEDORES EN PULGADAS	6,00
GRASA DE LITIO	6,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

PLAZA

Nuestra plaza será la ciudad de Ibarra y las poblaciones aledañas como son: Atuntaqui, Natabuela, San Antonio de Ibarra y Caranqui que están cada una de ellas a un tiempo máximo de 15 minutos de distancia.

PROMOCION

Nos promocionaremos por medio de la guía telefónica, con volantes y de boca a boca, proporcionando información precisa del lugar de ubicación del almacén, tipos de productos que ofrecemos, además se ofrecerá el 5 % de descuento por inauguración en cualquier compra por tres meses desde iniciadas las operaciones del almacén.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

PARTE 4

ESTUDIO FINANCIERO

5.9. INGRESOS DEL PROYECTO

Valor aproximado para tener ingresos del proyecto:

Tabla 5. 34.Ingresos del proyecto

GAMA DE PRODUCTOS DEL ALMACEN "EL RULIMAN"			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO USD	VALOR TOTAL USD
RULIMANES DE BOLAS	350	5,00	1.750,00
RULIMANES DE CONO Y PISTA	117	12,00	1.400,00
RULIMANES DE EMBRAGUE	70	20,00	1.400,00
RETENEDORES EN MILIMETRICOS	350	3,00	1.050,00
RETENEDORES EN PULGADAS	175	6,00	1.050,00
GRASA DE LITIO	58	6,00	350
TOTAL VENTA MES			7.000,00
TOTAL VENTAS AL AÑO			84.000,00

Elaborado por: Alex J. Pérez J.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.9.1. PROYECCION DE LOS INGRESOS

Tabla 5. 35.Proyección de ingresos

Proyección de ventas	AÑOS					
	Tasa Crecimiento	1	2	3	4	5
Venta de rulimanes y retenes	1.50%	84,000.00	85,260.00	86,538.90	87,836.98	89,154.54
Total		84,000.00	85,260.00	86,538.90	87,836.98	89,154.54

Elaborado por: Alex J. Pérez J.

5.9.2. IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DEL PROYECTO

Es determinante y de gran utilidad saber cuáles son los costos individuales y totales para calcular que cantidad de recursos necesita el proyecto, y poder cuantificar cuál puede ser la utilidad que se va a establecer.

5.9.2.1. COSTOS DEL PROYECTO

Tabla 5. 36. Servicios Básicos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Internet	1	19.00	19.00
Luz	1	5.00	5.00
Agua	1	5.00	5.00
Teléfono	1	50.00	50.00
Total			79.00
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 37. GASTO CONSTITUCIÓN

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gasto Constitución	1	400	400
TOTAL			400
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.			

5.9.2.2. INVERSIONES DEL PROYECTO

Detallamos lo más claro posible las necesidades de recursos económicos que se necesitarán para ejecutar el proyecto, y las necesidades de instalaciones a las que se denomina inversiones fijas, las que pasarán a ser parte del activo fijo de la empresa.

Tabla 5. 38.EQUIPOS DE COMPUTACION

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
COMPUTADORA	1	500.00	500.00
LAPTOP	1	550.00	550.00
IMPRESORA EPSON MATRICIAL LX 300II	1	300.00	300.00
TOTAL	3	1,350.00	1,350.00
ELABORADO POR : ALEX J.PEREZ J.			

Tabla 5. 39.EQUIPOS DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
FAX COPIADORA	1	150	150.00
TELEFONO	2	39	78.00
SUMINISTROS DE OFICINA	1	45	45.00
TOTAL	4	234.00	273.00
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.			



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 40. CUADRO DE INVERSIONES

INVERSION FIJA

Valor de
Recuperación
Valor de Salvamento

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	0.00					0.00
Muebles y Enseres	2,258.00					1,129.00
infraestructura	-250.00					187.50
maquinaria y equipo	0.00					0.00
Equipos de Oficina	-273.00					136.50
Equipos de	-			-		
Computación	1,350.00			1,350.00		450.00
gasto constitución	-400					
TOTAL	4,131.00			1,350.00		1,903.00
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.						

NOTA: Para el cálculo del valor de salvamento se utilizará el método de depreciación en línea recta.

Tabla 5. 41. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	1 Mes	2 Mes	3 Mes	TOTAL
Arriendos	150.00	150.00	150.00	450.00
INVENTARIO	3,195.00	3,195.00	3,195.00	9,585.00
Sueldos Personal	2,520.52	2,520.52	2,520.52	7,561.56
Servicios Básicos	79.00	79.00	79.00	237.00
Útiles de oficina	45.00	45.00	45.00	135.00
TOTAL	5,989.52	5,989.52	5,989.52	17,968.56
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.				



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

TOTAL INVERSION	22,099.56	
crédito	0%	-
propio	100%	22,099.56
TOTAL	100%	22,099.56

5.9.3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.9.3.1. PRONÓSTICO DE VENTAS

Tabla 5. 42.Proyección de ventas

Proyección de ventas		AÑOS				
	Tasa Crecimiento	1	2	3	4	5
Venta de rulimanes y retenes	1.50%	84,000.00	85,260.00	86,538.90	87,836.98	89,154.54
Total		84,000.00	85,260.00	86,538.90	87,836.98	89,154.54

Elaborado por: Alex J. Pérez J.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.9.3.2. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 5. 43.Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	84,000.0 0	85,260.0 0	86,538.9 0	87,836.9 8	89,154.5 4
Costo de Ventas	47,040.0 0	47,745.6 0	48,461.7 8	49,188.7 1	49,926.5 4
Utilidad Bruta en Ventas	36,960.0 0	37,514.4 0	38,077.1 2	38,648.2 7	39,228.0 0
Gastos Operacionales	27,198.0 5	28,100.9 9	29,294.1 8	30,852.6 3	32,493.9 9
Gastos Administrativos	24,849.4 7	26,171.4 6	27,563.7 8	29,030.1 7	30,574.5 8
Gastos de Ventas	1,560.00	1,642.99	1,730.40	1,822.46	1,919.41
Gastos Financieras	788.58	286.54	0.00	0.00	0.00
Utilidad Operacional	9,761.95	9,413.41	8,782.94	7,795.64	6,734.01
Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad A.P.E.I.	9,761.95	9,413.41	8,782.94	7,795.64	6,734.01
15 % Participación Laboral	1,464.29	1,412.01	1,317.44	1,169.35	1,010.10
Utilidad Antes de Antes de Imp.	8,297.66	8,001.40	7,465.50	6,626.30	5,723.91
Impuesto a la Renta	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad Neta	8,297.66	8,001.40	7,465.50	6,626.30	5,723.91
Depreciaciones	715.60	715.60	715.60	715.60	715.60
Amortizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
EXCEDENTE OPERACIONAL	9,013.26	8,717.00	8,181.10	7,341.90	6,439.51

Elaborado por: Alex J. Pérez J.



5.9.3.3. INDICADORES DE RENTABILIDAD

Tabla 5. 44.Indicadores de rentabilidad

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	44.00%	44.00%	44.00%	44.00%	44.00%
MARGEN OPERACIONAL	12.56%	11.38%	10.15%	8.88%	7.55%
MARGEN NETO	10.68%	9.67%	8.63%	7.54%	6.42%

Elaborado por :Alex J. Pérez J.

5.9.3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE
EQUILIBRIO

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Tabla 5. 45.Punto de equilibrio

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	24,849.47
Gastos de Ventas	1,560.00
Gasto Financiero	0.00
TOTAL	26,409.47

PRODUCTOS	RUL. BOLAS	RUL. CN.PIS	RUL. EMBG.	RET. MILIM.	RET. PULG	GRASA LT	
Precio	5.00	12	20	3	6	6	
Costo Variable	2.80	6.72	11.20	1.68	3.36	3.36	
Margen de contribución	2.20	5.28	8.80	1.32	2.64	2.64	
Comercialización optima	25%	20%	20%	15%	15%	5%	100%
MC Ponderado	0.55	1.06	1.76	0.20	0.40	0.13	4.09

$$PE = \frac{CF}{p - Cvu} \quad MC = p - Cvu$$

$$PE = \frac{26,409.4}{4.09} = 6,453.93$$

PRODUCTOS	RUL. BOLAS	RUL. CN.PIS	RUL. EMBG.	RET. MILIM.	RET. PULG	GRASA LT	
Cantidad	6,453.93	6,453.93	6,453.93	6,453.93	6,453.93	6,453.93	
Comercialización optima	25%	20%	20%	15%	15%	5%	
Cantidad	1,613	1,291	1,291	968	968	323	
Precio	5.00	12	20	3	6	6	
TOTAL INGRESOS	8,067.41	15,489.42	25,815.71	2,904.27	5,808.53	1,936.18	60,021.52



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

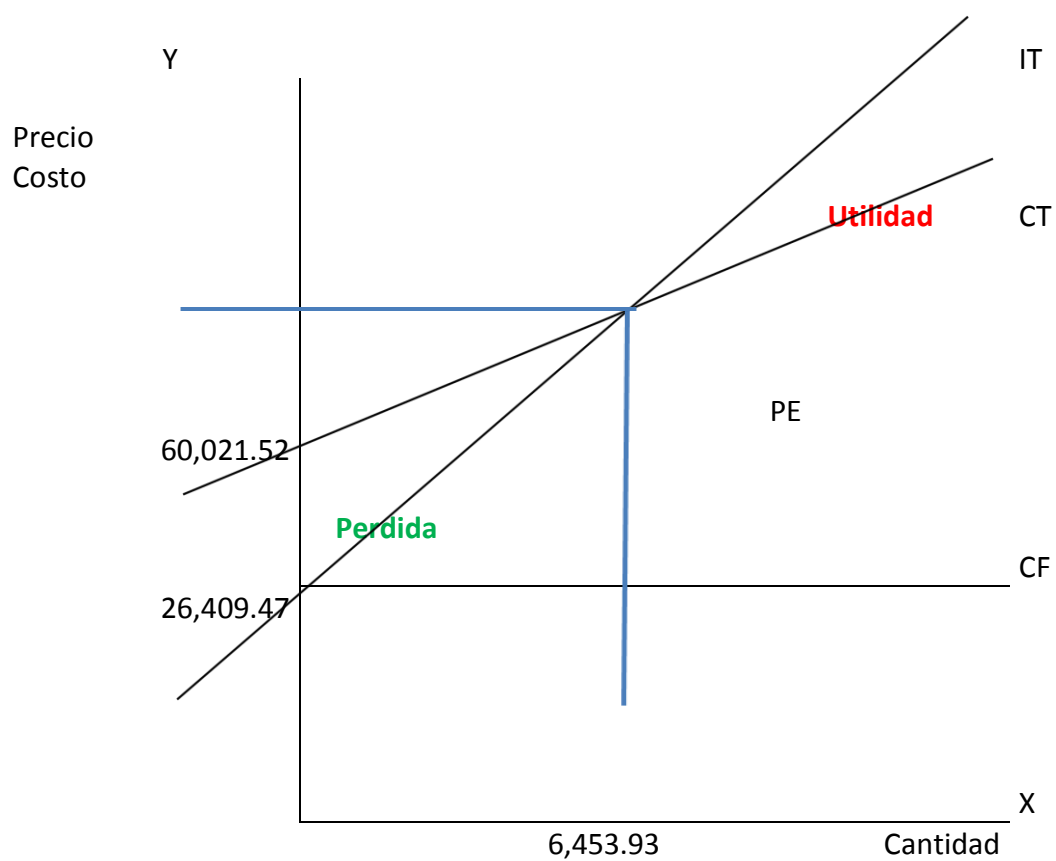
PRODUCTOS	RUL. BOLAS	RUL. CN.PIS	RUL. EMBG.	RET. MILIM.	RET. PULG	GRASA LT	
Cantidad	6,453.93	6,453.93	6,453.93	6,453.93	6,453.93	6,453.93	
Comercialización optima	25%	20%	20%	15%	15%	5%	
Cantidad	1,613	1,291	1,291	968	968	323	
Costo Variable	2.80	6.72	11.20	1.68	3.36	3.36	
TOTAL INGRESOS	4,517.75	8,674.08	14,456.80	1,626.39	3,252.78	1,084.26	33,612.05

ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	60,021.52
CVU	33,612.05
MARGEN CONTRIBUCION	26,409.47
COSTO FIJO	26,409.47
UTILIDAD PERDIDA	/ -

Elaborado por: Alex J. Pérez J.



Figura 5. 22. GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO





5.9.3.5. CÁLCULO DE LA TMAR

Para este cálculo se toma como referencia el indicador de la inflación y el porcentaje de costo de oportunidad si invertimos en otro negocio.

TASA DE DESCUENTO

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

i = inflación

f = costo de oportunidad

Inflación = 5.32%

Costo de Oportunidad = 5.90%

$$\text{TMAR} = 0.0532 + 0.059 + (0.0532 \times 0.06)$$

$$\text{TMAR} = 0.1122 + 0.003139$$

$$\text{TMAR} = 0.115339$$

$$\text{TMAR} = 11.53\%$$



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.9.3.6. VALOR ACTUAL NETO

Tabla 5. 46FLUJOS NETOS DE EFECTIVO

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-22,099.56			-1,350.00		1,903.00
Excedente Operacional		9,683.55	8,960.56	8,181.10	7,341.90	6,439.51
FLUJOS DE EFECTIVO	-22,099.56	9,683.55	8,960.56	6,831.10	7,341.90	8,342.51

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -22,099.56 + \frac{9,683.55}{1.1153388} + \frac{8,960.56}{1.2439806} + \frac{6,831.10}{1.38745987} + \frac{7,341.90}{1.5474878} + \frac{8,342.51}{1.72597322}$$

$$VAN = -22,099.56 + 8,682.16 + 7,203.13 + 4,923.46 + 4,744.40 + 4,833.51$$

$$VAN = -22,099.56 + 30,386.66$$

$$VAN = 8,287.10$$

$$VAN = \$ 8,287.10$$

$$TIR = 26.43\%$$

5.9.3.7. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

$$VAN = -8.278,10 + 30.386,66 \quad 100\%$$

COSTO/BENEFICIO 27,24%

Utilidad 72,75%

Por cada dólar de inversión recupero el 72,73 % y el costo seria 27,27 %



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.9.3.8. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Tabla 5. 47.Período de recuperación

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-22,099.56	-22,099.56	1.00	-22,099.56	-22,099.56
1	9,683.55	-12,416.01	0.90	8,682.16	-13,417.40
2	8,960.56	-3,455.45	0.80	7,203.13	-6,214.27
3	6,831.10	3,375.65	0.72	4,923.46	-1,290.81
4	7,341.90	10,717.54	0.65	4,744.40	3,453.59
5	8,342.51	19,060.05	0.58	4,833.51	8,287.10

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	8,960.56	-12,416.01
1 mes	746.71	-11,669.29
2 mes	746.71	-10,922.58
3 mes	746.71	-10,175.87
4 mes	746.71	-9,429.16
5 mes	746.71	-8,682.44
6 mes	746.71	-7,935.73
7 mes	746.71	-7,189.02
8 mes	746.71	-6,442.30
9 mes	746.71	-5,695.59
10 mes	746.71	-4,948.88
11 mes	746.71	-4,202.16
12 mes	746.71	-3,455.45

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	4,744.40	-1,290.81
1 mes	395.37	-895.44
2 mes	395.37	-500.08
3 mes	395.37	-104.71
4 mes	395.37	290.66
5 mes	395.37	686.02
6 mes	395.37	1,081.39
7 mes	395.37	1,476.75
8 mes	395.37	1,872.12
9 mes	395.37	2,267.49
10 mes	395.37	2,662.85
11 mes	395.37	3,058.22
12 mes	395.37	3,453.59

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 1 AÑO Y 9 MESES **PRVC**

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 3 AÑOS Y 1 MESES **PRVA**

Elaborado por: Alex J. Pérez J.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

5.9.3.9. INDICADORES

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{8,967.95}{22,099.56}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{8,967.95}{4,131.00}$$

$$\text{R.O.E} = 0.41$$

$$\text{R.O.A} = 2.17$$

5.9.4. INTERPRETACIÓN DE TODOS LOS COEFICIENTES

VALOR ACTUAL NETO

En el cálculo del VAN se obtuvo un valor positivo lo que nos indica que el proyecto es factible, incluso luego de cubrir el costo de oportunidad.

TASA INTERNA DE RETORNO

En el cálculo del TIR se obtiene un valor de 26,43 % valor superior al de la TMAR que resultó ser del 11,53 %, razón que indica que el proyecto tiene una buena rentabilidad.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación costo beneficio nos da un 72,75 % de utilidad lo que indica que es un proyecto que tiene una gran rentabilidad y lo hace viable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años y 1 mes, es un tiempo adecuado para que el negocio se sostenga en el mercado.



5.9.5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

En el proyecto de factibilidad para la implementación de un almacén de venta de rulimanes y retenedores en la ciudad de Ibarra, luego de haber sido evaluado en su ingeniería de mercado financiero, se ha llegado a la conclusión de que es viable.

Los indicadores TIR y VAN nos dan valores que indican que este proyecto es realizable y rentable.

Del estudio de mercado realizado en la ciudad de Ibarra se concluye que existe demanda insatisfecha, la misma que deseamos cubrir con la implementación del almacén “EL RULIMÁN”.

RECOMENDACIONES:

Se recomienda al almacén “EL RULIMÁN”, que conforme las ventas vayan incrementándose en el lapso de tres años, luego de recuperar la inversión, se realicen importaciones de mercadería y se disminuya las compras locales, lo que ayudará a incrementar las ganancias del proyecto pues los costos en compras se reducirían en un 50 %.

También recomendamos que no se descuide la capacitación permanente al personal sobre nuevos productos, técnicas de instalación de los productos que venden, como también capacitar periódicamente a los clientes en los mismos temas lo que ayudará a fidelizarlos.



CAPITULO VI

6.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 6. 1. Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	AÑO 2013											
	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S
PATENTES MUNICIPALES												
TRAMITE PARA SACAR EL RUC												
PERMISO DE BOMBEROS												
APERTURA DE CUENTA CORRIENTE PARA LOCAL												
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE PISO Y SUELO.												
BUSQUEDA DE LOCAL IDÓNEO												
COMPRA DE MERCADERIA												
SELECCIÓN DEL PERSONAL APTO PARA EL NEGOCIO												
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES												
FIRMA DE CONTRATO ARRIENDAMIENTO												
INSTALACIONES y ADECUACIONES DEL LOCAL												
INSTALACIÓN DE RÓTULO												
APERTURA AL PUBLICO												
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.												



6.2. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

CAPITAL HUMANO: se necesitarán dos personas para la recolección de información de los encuestados.

RECURSOS MATERIALES: necesitaremos materiales de oficina como: bolígrafos, hojas; en cuanto a equipos necesitaremos una laptop; bibliografía: consultaremos en la red, libros, tesis y revistas.

RECURSOS ECONÓMICOS: el valor del proyecto será de 560 dólares que se financiara con fondos propios.

Tabla 6. 2. Presupuesto

PRESUPUESTO	
INGRESO:	560,00
APOORTE PERSONAL	560,00
EGRESOS:	
ELABORACIÓN PROYECTO	70,00
MATERIALES DE OFICINA	20,00
COPIAS	20,00
IMPRESIONES	35,00
EMPASTADOS Y ANILLADOS	120,00
INTERNET	20,00
TRANSPORTE	45,00
OTROS	30,00
TUTORIA	200,00
TOTAL	560,00

Elaborado por:Alex J. Pérez J.



6.3. EVALUACIÓN IMPACTO AMBIENTAL

El objetivo de esta evaluación es determinar de manera general si el proyecto logra los objetivos planteados en cuanto el estudio y de esta manera revisa si esos efectos son a causa de las actividades del proyecto. Esta evaluación también permite inspeccionar resultados no previstos en los consumidores sean positivos o negativos.

6.3.1. IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental que provoca el proyecto es de tipo medio pues los desechos de empaques y fundas son responsabilidad de los clientes, en cuanto al material del que están hechos los rulimanes y retenedores es completamente reciclable, pues están formados de acero en el caso de los rulimanes y caucho con hierro en el caso de los retenedores.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

BIBLIOGRAFÍA

FUENTE: Internet: www.PROECUADOR.com.ec

FUENTE: <http://www.ntn-snr.com/group>.

FUENTE: Internet: www.iec.skf.com.

FUENTE: Internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Rodamiento>.

FUENTE: Internet: http://www.sii.cl/contribuyentes/contribuyentes_individuales/empresa_individual_res Ltda.htm

FUENTE: INTERNET: <http://www.tribunalandino.org.ec/>

FUENTE: JAMES, A.S. Stoner, Traducido en México 1996, Administración.

FUENTE: DON, Hellriegel, Editorial: Quebecor, Edición novena, Colombia, Administración Un enfoque basado en competencias.

FUENTE: GREG, Balanko-Dickson, Editorial Mc Graw Hill, México 2007, Cómo preparar un plan de negocios exitoso.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ANEXOS

1.- CUADRO DE DEPRECIACIONES

CUADRO DE DEPRECIACIONES

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	0.00	5	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Muebles y Enseres	2,258.00	10	225.80	225.80	225.80	225.80	225.80
Equipos de Oficina	273.00	10	27.30	27.30	27.30	27.30	27.30
Equipos de Computación	1,350.00	3	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00
maquinaria y equipo	0.00	10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
infraestructura	250.00	20	12.50	12.50	12.50	12.50	12.50
TOTAL	4,131.00		715.60	715.60	715.60	715.60	715.60
REALIZADO POR : ALEX J. PEREZ J.							

2.- SUELDOS Y SALARIOS

Sueldos y Salarios

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Décimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte al IEES 21,50%	Valor Total
GERENTE GENERAL	1	600	50.00	26.67	26.66	-	129.00	832.32
CONTADOR EXTERNO	1	100	8.33	26.67	26.66	-	21.50	183.16
ADMINISTRADOR	1	400	33.33	26.67	26.66	-	86.00	572.66
VENDEDOR	1	318	26.50	26.67	26.66	-	68.37	466.19
MENSAJERO	1	318	26.50	26.67	26.66	-	68.37	466.19
TOTAL	5	1,736.00	144.67	133.33	133.28	-	373.24	2,520.52

ELABORADO POR: ALEX J. PÉREZ J.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

3.- EQUIPOS DE COMPUTACION

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
COMPUTADORA	1	500.00	500.00
LAPTOP	1	550.00	550.00
IMPRESORA EPSON MATRICIAL LX 300II	1	300.00	300.00
TOTAL	3	1,350.00	1,350.00
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.			

4.- MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
VITRINA MOSTRADOR	2	134	268.00
PERCHAS	16	60	960.00
ESCRITORIOS	3	180	540.00
SILLAS	10	35	350.00
CALIBRADORES	4	35	140.00
TOTAL			2,258.00
ELABORADO POR : ALEX J. PEREZ J.			