



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
Emprendimiento previo a la obtención del Título de
Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Creación de la empresa Manzano importadora de
accesorios genéricos para carrocerías nacionales, en la
ciudad de Ambato”**

AUTOR: Renato Sebastián Manzano Pérez

TUTOR: Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva, MBA

AMBATO –ECUADOR

Febrero 2019



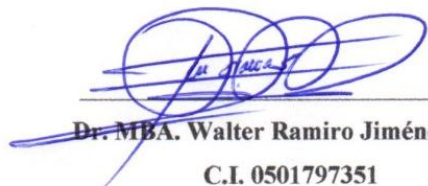
APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva MBA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Creación de la empresa Manzano importadora de accesorios genéricos para carrocerías nacionales, en la ciudad de Ambato.”** presentado por el señor **Renato Sebastián Manzano Pérez** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 29 de octubre del 2018



Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva
C.I. 0501797351

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Renato Sebastián Manzano Pérez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Renato Sebastián Manzano Pérez

C.I. 1804097424

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dra. Diana Cristina Morales Urrutia

C.I. 180354726-2



Dr. Jorge Iván Carrillo Hernández

C.I. 060377569-3

Ambato, 17 de diciembre del 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo de los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia y se realice respetando mis derechos de autor.



Renato Sebastián Manzano Pérez

C.I. 1804097424

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con mucha gratitud a Dios, por su guía en todo este proceso.

A mi familia, amigos y compañeros que supieron alentarme para lograr con éxito este objetivo.

Sebastián

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos quienes supieron brindarme su aliento en todo el proceso formativo y en la realización del presente trabajo.

Al personal docente de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas, en la carrera de Marketing y Gestión de Negocios de manera particular a mi tutor Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva, MBA, quien acertadamente colaboro para concretar este proyecto.

Sebastián

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
DERECHOS DE AUTOR.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Definición del problema de la investigación.....	3
CAPÍTULO II.....	6
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	6
2.1. Nombre del emprendimiento.....	6
2.2. Localización geográfica.....	6
2.3. Justificación.....	7
2.4. Objetivos.....	15
2.4.1. Objetivo general.....	15
2.5 Beneficiarios.....	15
2.6 Resultados a alcanzar.....	16
CAPÍTULO III.....	17
ESTUDIO DE MERCADO.....	17

3.1. Descripción del producto, características y usos.....	17
3.2. Segmentación del mercado	18
3.3. Resultados de las encuestas.....	21
3.4. Estudio de la demanda	35
3.5. Estudio de la oferta.....	38
3.6. Mercado potencial para el proyecto	42
3.7. Precio.....	43
3.8. Canales de comercialización	45
3.9. Canales de distribución	45
CAPÍTULO IV	48
ESTUDIO TÉCNICO	48
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	48
4.2. Localización	49
4.3. Ingeniería del Proyecto	52
4.4. Distribución de la planta (Lay - out).....	64
CAPÍTULO V.....	67
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	67
5.1. Aspectos generales	67
5.2. Diseño Organizacional.....	67
5.4. Estructura Funcional	71
5.5. Manual de funciones	72
CAPÍTULO VI	78
ESTUDIO FINANCIERO	78
6.1. Inversiones en activos fijos tangibles.....	78
6.2. Inversiones en activos diferidos intangibles	79
6.3 Inversiones en Activos circulantes o capital de trabajo	80
6.4. Resumen de las Inversiones	83
6.5. Financiamiento.....	84
6.6. Plan de Inversiones	85
6.7. Presupuesto de Costo e Ingresos	86

6.8. Situación financiera actual	90
6.9. Presupuesto de ingresos	91
6.10. Estado de resultados proyectados.....	91
6.11. Flujo de caja	92
6.12. Punto de equilibrio	93
6.13. Punto de Equilibrio en Unidades de Producción.....	94
6.14. TMAR	97
6.15. Valor presente neto o valor actual neto.....	99
6.16. Indicadores Financieros	100
6.16.1. Índices de solvencia	100
6.16.2. Índice de liquidez.....	100
6.16.3. Índice de endeudamiento.....	101
6.16.4. Índice de apalancamiento.....	101
6.17. Tasa beneficio _ costo.....	101
6.18. Periodo de recuperación de la inversión	102
6.19. Tasa interna de retorno.....	103
6.20. Análisis de sensibilidad.....	103
6.21. Escenario Optimista + 20%.....	104
6.22. Escenario Pesimista - 20%	107
CAPÍTULO VII.....	111
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	111
7.1. Conclusiones:.....	111
7.2. Recomendaciones.....	112
7.3. Bibliografía	113
7.4. Anexos	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo del emprendimiento.....	6
Figura 3. Localización Geográfica.....	6
Figura 5. Género.....	21
Figura 6. Edad.....	22
Figura 8. Compra accesorios.....	23
Figura 9. Es usted propietario de un bus.....	24
Figura 10. Inconveniente.....	25
Figura 11. Compra de accesorios.....	26
Figura 12. Ha escuchado sobre importación y comercialización de accesorios genéricos para los buses.....	27
Figura 13. Mensualmente cuantos accesorios para su bus usted compra.....	28
Figura 14. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio genérico.....	29
Figura 15. Lugares de comercialización.....	30
Figura 16. Tipo de Empaque.....	31
Figura 18. Factores a considerar en una compra.....	32
Figura 19. Tipo de obsequio.....	33
Figura 20. Medios de comunicación.....	34
Figura 21. Demanda en personas.....	36
Figura 22. Demanda en productos.....	38
Figura 23. Estudio de la oferta en personas.....	40
Figura 24. Estudio de la oferta en productos.....	41
Figura 25. Demanda potencial insatisfecha.....	42
Figura 26. Precio.....	44
Figura 27. Canal de distribución.....	45
Figura 28. Demanda Potencial Insatisfecha Real.....	49
Figura 29. Macro localización.....	51
Figura 30. Micro localización.....	51
Figura 31. Distribución de la planta.....	66
Figura 32. Organigrama estructural.....	70
Figura 33. Organigrama funcional.....	71
Figura 34. Junta general de accionistas.....	72

Figura 35. Gerente General.....	73
Figura 36. Jefe Administrativo.....	74
Figura 37. Jefe Comercial	75
Figura 38. Jefe de producción	76
Figura 39. Secretaria	77
Figura 40. Punto de equilibrio.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación del mercado	18
Tabla 2 Proyección del mercado objetivo	19
Tabla 3 1. Género.....	21
Tabla 4. Edad	22
Tabla 5. Usted compra accesorios para su bus.....	23
Tabla 6. Usted es propietario de un bus por arreglar	24
Tabla 7. Inconveniente	25
Tabla 8. Compra.....	26
Tabla 9. Ha visto o escuchado sobre importación y comercialización de accesorios genéricos para carrocerías en la provincia de Tungurahua	27
Tabla 10. Compra mensual accesorios para su bus	28
Tabla 11. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio genérico.....	29
Tabla 12. Lugares de comercialización.....	30
Tabla 13.....	31
Tabla 14. Factores que considera importante en una compra	32
Tabla 15. Que le gustaría recibir por la compra del producto.....	33
Tabla 16. Medios de comunicación	34
Tabla 17. Estudio de la demanda en personas.....	35
Tabla 18. Demanda en personas.....	36
Tabla 19. Estudio de la demanda en productos.....	37
Tabla 20. Demanda en productos.....	37
Tabla 21. Estudio de la oferta en personas.....	39
Tabla 22. Estudio de la oferta en personas.....	39
Tabla 23. Estudio de la oferta en productos.....	40
Tabla 24. Proyección del estudio de la oferta en productos.....	41
Tabla 25. Demanda potencial insatisfecha.....	42
Tabla 26. Precio	44
Tabla 27. Análisis FODA.....	46
Tabla 28. Demanda potencial Insatisfecha Real	48
Tabla 29. Matriz de Localización mediante puntos ponderados.....	50
Tabla 30. Macro localización.....	50

Tabla 31. Simbología Normativa Asme.....	61
Tabla 32. Diagrama de procesos	62
Tabla 33. Capacidad de importación.....	63
Tabla 34. Cálculo del CIF	64
Tabla 35. Cálculo de impuestos	64
Tabla 36. Niveles Jerárquicos	68
Tabla 37. Matriz Axiológica de valores	69
Tabla 38. Terreno	78
Tabla 39. Adecuaciones	78
Tabla 40. Vehículo.....	79
Tabla 41. Total activos fijos.....	79
Tabla 42. Gastos de constitución	80
Tabla 43. Gastos de publicidad	80
Tabla 44. Total activos diferidos.....	80
Tabla 45. Total activo corriente	82
Tabla 46. Constitución del capital propio	84
Tabla 47. Financiamiento.....	84
Tabla 48. Proformas de las instituciones financieras	85
Tabla 49. Plan de inversiones.....	85
Tabla 50. Costo de Accesorios.....	86
Tabla 51. Servicios Básicos	86
Tabla 52. Sueldos y Salarios	87
Tabla 53. Suministro de oficina	87
Tabla 54. Total costos administrativos.....	87
Tabla 55. Sueldos y salarios (Costo venta)	88
Tabla 56. Flete y Estibaje.....	88
Tabla 57. Total costo de venta	88
Tabla 58. Interés bancario	89
Tabla 59. Resumen de presupuestos de costos.....	89
Tabla 60. Balance General	90
Tabla 61. Presupuesto de ingresos	91
Tabla 62. Estado de resultados proyectados	91
Tabla 63. Flujo de caja proyectado	92

Tabla 64. Punto de equilibrio.....	93
Tabla 65. Tmar global mixto 1.....	98
Tabla 66. Tmar global mixto 2.....	98
Tabla 67. Cuadro comparativo de sensibilidad.....	110

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo desarrollado en el proyecto, tuvo como finalidad realizar un análisis del sector importador de repuestos de carrocerías y sus efectos en el comercio exterior, específicamente en la ciudad de Ambato, donde se logró identificar como principal problema, las regulaciones que se ha impuesto sobre las importaciones de repuestos de carrocerías.

Una de las estrategias que ha impulsado el gobierno con varios ministerios, es el cambio de matriz productiva, para posicionar al Ecuador como un país industrializado, donde se logre compensar la caída del precio del petróleo, así como fortalecer mucho más las exportaciones.

Por lo tanto, el objetivo general del presente trabajo fue analizar el sector importador de repuestos carroceros en el período 2018, para determinar su variación en el comercio exterior. El trabajo se sustentó con bibliografía sobre temas relacionados, para darle la respectiva validez teórica, además se establece un marco legal, donde se determinan los artículos sobre las regulaciones impuestas. El tipo de investigación fue descriptivo, esto por la profundidad que requiere abarcar el tema para entenderlo, el método empleado fue inductivo, dado a que fue necesario realizar un análisis de manera particular sobre el objeto de estudio, donde antes los datos obtenidos de la investigación, el autor pudo definir conclusiones pertinentes que contribuirán al conocimiento de las personas sobre dicho tema.

En cuanto a la propuesta desarrollada, se detalla actividades pertinentes para llevar a cabo la investigación, así como estrategias que puedan contribuir con la sociedad debido a la problemática surgida sobre importaciones. Por último, pero no menos importante, se establecen conclusiones, recomendaciones y bibliografía que contiene las fuentes empleadas para llevar a cabo la investigación.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, IMPORTACIONES, COMERCIO EXTERIOR, SECTOR AUTOMOTRIZ, CARROCERÍAS.

ABSTRACT

The work carried out in the project was aimed at carrying out an analysis of the body parts importing sector and its effects on foreign trade, specifically in the city of Ambato, where it was possible to identify as the main problem, the regulations that have been imposed on the imports of spare parts of vehicles the National Government as a measure of safeguarding the economy of the country.

One of the strategies that the government has promoted with several ministries is the change in the productive matrix, to position Ecuador as an industrialized country, where it is possible to compensate for the fall in the price of oil, as well as to strengthen exports even more.

Therefore, the general objective of this work was to analyze the body parts importing sector in the period 2018, to determine its variation in foreign trade. The work was supported by bibliography on related topics, to give it the respective theoretical validity, in addition a legal framework is established, where the articles on the imposed regulations are determined. The type of research was descriptive, this because of the depth required to cover the subject to understand it, the method used was inductive, given that it was necessary to perform an analysis in a particular way about the object of study, where before the data obtained from the research, the author was able to define relevant conclusions that will contribute to the knowledge of the people on this topic.

Regarding the proposal developed, it details relevant activities to carry out the research, as well as strategies that can contribute to society due to the problems that have arisen over imports. Last but not least, conclusions, recommendations and a bibliography containing the sources used to carry out the research are established.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, IMPORTS, FOREIGN TRADE, AUTOMOTIVE SECTOR, BODYWORKS.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enfoca en la “Creación de la empresa Manzano importadora de accesorios genéricos para carrocerías nacionales, en la ciudad de Ambato”, para lo cual se desarrolla en los siguientes apartados:

Capítulo I. Planteamiento del problema. Contiene la definición del problema de la investigación.

Capítulo II. Descripción del emprendimiento. Se elabora el nombre del emprendimiento, la localización geográfica, la justificación, los objetivos que orientarán el desarrollo del emprendimiento, así como los beneficiarios y los resultados que se pretenden alcanzar.

Capítulo III. Estudio de mercado. Se desarrolla la descripción del producto, características y usos, la segmentación del mercado, los resultados de las encuestas, el estudio de la demanda, el estudio de la oferta, se analiza el mercado potencial para el proyecto, el precio, los canales de comercialización y los canales de distribución.

Capítulo IV. Estudio técnico. Determina el tamaño del emprendimiento, la localización, la ingeniería del proyecto y la distribución de la planta (Lay - out).

Capítulo V. Estudio técnico. Se enfoca en el desarrollo de los aspectos generales, el diseño organizacional, la estructura funcional y el manual de funciones.

Capítulo VI. Estudio financiero. Involucra las inversiones en activos fijos tangibles, las inversiones en activos diferidos intangibles, las inversiones en Activos circulantes o capital de trabajo, el resumen de las inversiones, el financiamiento, el plan de inversiones, el presupuesto de costo e ingresos, la situación financiera actual, el presupuesto de ingresos, el estado de resultados proyectados, el flujo de caja, entre otros aspectos.

Capítulo VII. Conclusiones y recomendaciones. Se determinan los principales hallazgos en cada uno de los capítulos desarrollados y a partir de estos se plantean las recomendaciones o sugerencias más apropiadas.

Finalmente se incluyen la bibliografía consultada y los anexos pertinentes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema de la investigación.

El plantear un problema de investigación nos indica investigar la creación, concepto, valor y demás de un tema o problema que ha sido planteado, iniciando por anteriores investigaciones o experiencias adquiridas con documentación que avalen las mismas, por medio de estudios históricos sobre el tema investigado (Henríquez & Zepeda, 2016).

MACRO

A lo largo del desarrollo de la misma humanidad, la industria automotriz en su conjunto ha experimentado cambios estructurales vertiginosos producto al aumento exponencial de la demanda de vehículos, generándose así una transformación importante de los procesos productivos que dicha industria (Freysenet, 2011).

Sobre esta misma idea, Basurto y García de León (2014) sostienen que “la importancia que se confiere al análisis de la industria automotor, deviene de que esta representa a la actividad central en la revolución manufacturera del siglo XX y ha sido un eje propulsor de los principales acuerdos comerciales supranacionales” (p. 4).

En el Ecuador, décadas de intensa competencia entre los fabricantes de carrocerías, también han llevado a una mayor calidad, seguridad y elección para los consumidores de este tipo de bien, generando a su vez nuevas oportunidades de trabajo y producciones ampliada a nuevas ubicaciones (Knaflic, 2016)

Por otra parte, dentro de la industria carrocera, la producción y comercialización de accesorios genéricos presenta una relevancia vital para el desarrollo global de dicho sector, por el hecho de que cada más son requeridas soluciones más satisfactorias para la optimización del rendimiento de los automóviles, necesitándose además que dichas soluciones sean lo más duraderas posibles, altos estándares de calidad y precios asequibles y razonables. (CANFAC, 2018)

La industria carrocera en el país está en constante crecimiento y esto se demuestra con los socios de la Cámara Nacional de Fabricantes de Carrocerías, organismo al que pertenecen 28 empresas carroceras establecidas y 18 talleres, todos estos con modelos

homologados y aprobados por la Agencia Nacional de Transito, existen 6832 buses de servicio público en condiciones de circulación mientras que existen alrededor de 3229 buses que saldrán de circulación durante los próximos 3 años, generando un espacio en el mercado para la fabricación continua de carrocerías, lo cual beneficia tanto a fabricantes como a proveedores y consumidores del servicio. (ANT, 2017)

MESO

En este sentido, el crecimiento acelerado del número de cooperativas de autobuses en la provincia de Tungurahua, se constituye como una de las principales preocupaciones a nivel regional por el aumento de los índices de accidentalidad (IESS, 2017), determinándose entre las razones fundamentales que estas entidades presentan dificultades crecientes en la obtención de accesorios y repuestos, por lo que están expuestas a fallas técnicas que repercuten en la puesta en riesgo de la vida de las personas que operan y abordan los vehículos. (Bilbao, 2010)

También se ha demostrado que esta situación incide directamente en una pérdida sustancial en la calidad del servicio de transporte brindado a la población, debido a las continuas interrupciones técnicas a las que los mismos se encuentran sometidos relacionadas con el desgaste de piezas claves y accesorios que aseguren el buen funcionamiento, creándose así simultáneamente problemas de movilidad. (Stone, 2016)

Es importante tomar en cuenta que los fabricantes de carrocería con más renombre y en mayor cantidad se agrupan en la provincia de Tungurahua, con un número de 19 empresas carroceras y alrededor de 15 talleres afiliados a la CANFAC, además existen aproximadamente 16 empresas y 14 talleres no afiliados debidamente certificados por la Agencia Nacional de Transito.

MICRO

En Ambato se han detectado falencias enunciadas anteriormente, propician un marco idóneo para la creación de una empresa de comercialización de accesorios genéricos, específicamente para autobuses de fabricación nacional, surgiendo entonces el desarrollo del presente proyecto de investigación que consiste básicamente en la conformación de la organización Importadora Manzano, de forma que la misma no solo contribuya a ser parte de la solución de los problemas, sino que puedan ser aprovechadas las oportunidades de un mercado emergente, donde las empresas

oferentes no cuentan con la capacidad suficiente para satisfacer la demanda y ganar participación en el mercado (Hadley, 2015).

Se busca cubrir todo tipo de falencias con accesorios de la mejor calidad producidos con los más resistentes materiales y bajo las normas de calidad internacionales, todos estos materiales sirven para la fabricación de carrocerías nacionales en la ciudad de Ambato y así satisfacer tanto la demanda de los productores de carrocerías como los clientes en general (ElComercio, 2018).

Es por esto que Ambato se convierte en una zona comercial muy buena en el sector carrocerero y esto lo demuestra las 19 empresas fabricantes y alrededor de 8 talleres quienes reciben al mes una media de 32 buses para arreglos y 12 buses nuevos, así mismo existen 437 buses urbanos y 321 buses interprovinciales en la ciudad lo cual genera más confianza en la posibilidad de comercio en el sector (LaHora, 2018) (CANFAC, 2018).

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

Importadora Manzano, con logo representado en la figura que se muestra a continuación:

Figura 1. Logo del emprendimiento.



2.2. Localización geográfica

Región Geográfica: Sierra Centro

Gobierno Provincial: Tungurahua

Gobierno Municipal: Ambato



Figura 2. Localización Geográfica

Fuente: www.google.com.ec/maps

2.3. Justificación

La empresa Importadora Manzano contribuirá con las políticas nacionales para la potencialización de las zonas locales y regionales, tal como se enuncia en el artículo 238 de la Constitución donde “se garantiza a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales el goce de autonomía política, administrativa y financiera, regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana” (Gobierno Nacional, 2008) (El Comercio, 2017).

A su vez, Importadora Manzano. será un emprendimiento apto para responder a las políticas establecidas por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del municipio de Ambato, denotando como uno de los programas y proyectos más importantes “el establecimiento del modelo de gestión de la competencia de transporte público (...) e integración de los sectores y actores públicos y privados, nacionales e internacionales, así como la preparación de proyectos y estudios al respecto” (Alcaldía de Ambato, 2010).

Teóricamente, el presente proyecto de emprendimiento que será propuesto para la creación de una empresa de comercialización de accesorios genéricos, determina una temática dotada con un alto grado científico, debido a que se consultarán relevantes perspectivas teóricas y fuentes bibliográficas importantes referidas al tema de investigación abordado, generándose así un conocimiento inestimable mediante procesos analíticos que permitirán afianzar las habilidades y capacidades cognoscitivas adquiridos durante las diferentes etapas que conforman la instrucción universitaria (Scott, 2014).

La justificación práctica de la realización del estudio, se fundamenta en el hecho de que el mismo representa una contribución óptima como solución viable para que las cooperativas de autobuses de la ciudad de Ambato adquieran accesorios genéricos caracterizados por su alta calidad y precios óptimos, con lo cual se podría incrementar notablemente el nivel de servicio ofrecido, disminuyendo a su vez el margen de error y el nivel de accidentalidad a la que están expuestos no solo los conductores, sino también los habitantes de la ciudad (Elosegui, 2013).

Además, el sector carrocero está concebido como una de las industrias priorizadas para el impulso del proceso de cambio de la matriz productiva del país (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012), También la investigación se encuentra en correspondencia con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una vida”, emitido por el gobierno ecuatoriano, donde se plantea como uno de sus propósitos fundamentales “impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria (...) desarrollando las capacidades productivas y del entorno” (Gobierno Nacional, 2018, p. 132).

2.3.1 Constitución de una empresa (Compañía Limitada).

El proceso para la constitución de una empresa es uniforme y debe ser bajo los reglamentos gubernamentales regidos bajo la superintendencia de compañías, estos son los pasos para la constitución de una empresa.

Reservar un nombre. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya, elaborar los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son capital mínimo \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima.

Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.

Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

Elevar a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprobar el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publicar en un diario. La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

Obtener los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás: Pagar la patente municipal, pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones, inscribir la compañía. Con todos los documentos antes descritos, en el Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

Realizar la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

Obtener los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa. (Supercias, 2018)

Inscribir el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

Obtener el RUC empresarial, el Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con el formulario correspondiente debidamente lleno, original y copia de la escritura de constitución, original y copia de los nombramientos, copias de cédula y papeleta de votación de los socios.

De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite, obtener la carta para el banco, con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta. (CuidaTuFuturo, 2018)

Cumpliendo con estos pasos, se realiza la constitución de la compañía limitada o anónima.

Según (Supercias, 2018), estos son los requisitos para la constitución de compañías de responsabilidad limitada.

Requisitos:

El nombre en esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala

Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC).

El “principio de propiedad” consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación. -

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Socios

Capacidad:

Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

Números mínimo y máximo de socios. -

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Capital

Capital mínimo, la compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso, las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1 y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

Participaciones se comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

El objeto social:

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización de ahorro.

Artículo 94 de la Ley de Compañías

Cumplimiento de otros requisitos debido al objeto social:

Compañías dedicadas a Actividades Complementarias, de Vigilancia – seguridad, alimentación, mensajería o limpieza, diversas de las labores propias y habituales del proceso productivo de la usuaria. -

Estas compañías tendrán un objeto único y exclusivo y deben acreditar un capital social mínimo de diez mil dólares de los Estados

Unidos de América. Mandato Constituyente No. 8, publicado en el R. O. 330, de 6 de mayo de 2008. Reglamento para la Aplicación del Mandato Constituyente No. 8 que Suprime la tercerización de servicios complementarios, la intermediación laboral y la contratación por horas. Publicado en el Suplemento del R. O. 352 del 5 de junio de 2008. Instructivo para la constitución de compañías dedicadas a actividades complementarias y para la modificación del estatuto social de las constituidas con anterioridad al mandato Constituyente 8, Resolución No. 08.Q. 004 de julio 10 de 2008, publicada en el R. O. 394, del 1 de agosto de 2008, reformada con Resolución No. 08. Q. 05 de julio 23 de 2008, publicada en el R. O.401, del 12 de agosto de 2008.

Respecto a las compañías dedicadas a la actividad de Vigilancia - Seguridad-

Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada, en atención a lo dispuesto en el Art. 7 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, publicada en el Registro Oficial No. 130 de 22 de julio del 2003; de igual manera, el objeto social deberá ser exclusivo, en orden a lo

previsto en el Art. 8 del mismo cuerpo legal, y éstas no podrán realizar al mismo tiempo, otra actividad complementaria.

2.3.2 Proceso de importación

"La importación de mercaderías continúa jugando un papel preponderante dentro de la economía nacional, pues constituye una fuente de abastecimiento de faltantes en la producción doméstica, un medio idóneo para limitar movimientos especulativos por parte de acaparadores, y un indicador de las nuevas actividades industriales y los procesos tecnológicos que requiere el desarrollo del país" (Bancomext, 2009)

Es necesario conocer todo el proceso que tiene que ver con la importación de accesorios, por lo tanto, el siguiente es el proceso para ser importador.

Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI), la situación fiscal del importador debe estar corriente sin deudas fiscales al estado.

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades como el Banco Central del Ecuador o security data.

Registrarse en el portal de ecuapass, donde se debe actualizar base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso y registrar firma electrónica, para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y el servicio de un Agente acreditado por el SENA. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la siguiente ruta: www.aduana.gob.ec > Servicios para OCE's > Agentes de Aduana (AduanadelEcuador, 2018)

Art. 147.- Importación para el consumo. - Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras. (AduanadelEcuador, 2018)

Importación a consumo, régimen 10, es el régimen por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para uso o consumo definitivo, luego de haber pagado los correspondientes tributos de comercio exterior y cumplir con las obligaciones en materia de restricciones arancelarias, así como las demás formalidades establecidas en la Ley Orgánica de Aduanas (LOA).

Las importaciones juegan un papel importante en la economía del país y por ende en las empresas importadoras, pues constituyen una fuente de abastecimiento de faltantes en la producción doméstica, ya que las mercaderías importadas son el motor de las empresas importadoras, luego de cumplir con las obligaciones establecidas para nacionalizar la mercadería. (Aduana del Ecuador, 2018)

2.3.3 Pedido de la Mercancía.

Una vez que se está de acuerdo con las muestras y con la lista de precios, se procede a realizar el pedido formal para empezar con el proceso de compra de los productos, para lo cual es necesario determinar las formas de pago que dependerá de la negociación que se realice entre ambas partes en nuestro caso se trabajará con el precio FOB de la mercadería.

2.3.4 Declaración del Valor en Aduana

La Declaración del Valor en Aduana es un documento soporte de la declaración en aduana de las mercancías importadas. Debe contener la información referida a los elementos de hecho y circunstancias relativos a la transacción comercial de las mercancías importadas, que han determinado el valor en aduana declarado.

2.3.5 Transporte y Desaduanización.

Una vez la mercancía está lista para ser enviada es necesario iniciar con el proceso de costo del transporte y desaduanización de la carga. La empresa que vaya a realizar la transferencia de la mercancía sugerirá al cliente las cantidades y sistemas de transporte más convenientes para la movilización de su carga, para esto el valor de la mercancía deberá estar cancelado en su totalidad, el importador deberá tomar la decisión del tipo de transporte según sus requerimientos y necesidades, en el caso nuestro el transporte será vía marítima en contenedores de 20 pies mediante la empresa que mejor oferta tenga para realizar el movimiento o transporte de la carga.

2.3.6 Entrega de la Mercadería

La carga será entregada en las instalaciones de los puertos que estén destinadas las mercancías y serán desaduanizadas por los representantes o agentes de aduana acreditados de las empresas que están encargadas de realizar la importación, para nuestra empresa la llegada de la mercancía será a Guayaquil a los puertos de CONTECON o el TERMINAL PORTUARIO DE GUAYAQUIL, por la facilidad de la empresa encargada de la desaduanización de la mercadería además del valor del transporte nacional es menor desde estos puntos.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

- Crear una empresa importadora de accesorios genéricos para carrocerías nacionales en la ciudad de Ambato.

2.4.2. Objetivo específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta, además de las características de los actuales y potenciales clientes.
- Definir los aspectos técnicos de los productos que utilizan los fabricantes de carrocerías nacionales.
- Desarrollar un estudio financiero que permita conocer la factibilidad económica de la creación de la empresa Manzano Importadora de accesorios genéricos para carrocerías nacionales, en la ciudad de Ambato.

2.5 Beneficiarios

Directos

Los beneficiarios directos de Importadora Manzano serán las cooperativas de autobuses de la ciudad de Ambato, la industria carrocera de Tungurahua, incidiendo en la disminución a largo plazo de los costos asociados a las mismas debido a la

adquisición de accesorios óptimos para lograr un mejor funcionamiento de dichos buses o carrocerías.

Indirectos

Mientras, como beneficiarios indirectos se pueden identificar a los habitantes de la ciudad de Ambato, ya que los autobuses que realizan el servicio de transporte público podrán brindar un servicio de calidad, disminuyendo en el proceso las posibilidades de accidentes e interrupciones.

Existe también el beneficio del investigador, ya que mediante el desarrollo de cada capítulo y del trabajo en general, podrá incrementar sus conocimientos, especializándose en esta importante rama de la ciencia y la práctica empresarial.

2.6 Resultados a alcanzar

Con la creación de la empresa Importadora Manzano, se pretende alcanzar los siguientes resultados:

- Diseñar un emprendimiento factible generando beneficios económicos para los directivos y el talento humano.
- Ser un aporte social y comercial para las cooperativas de autobuses y carroceros de la ciudad de Ambato.
- Mejorar el diseño y fabricación de las carrocerías nacionales.
- Disminuir el precio de fabricación de las carrocerías nacionales, haciéndolas más competitivas en el mercado.
- Apoyar a los fabricantes nacionales de carrocerías, lo cual genera un incremento en la matriz productiva del país.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del producto, características y usos.

Un producto es un objeto fabricado, algo material producido ya sea de manera natural como también artificialmente, esto es elaborado mediante una serie de procesos para el consumo, un conjunto de atributos tangibles que son identificables por medio de diferentes elementos como precio, color, empaque, el diseño, el fabricante, el tamaño, la utilidad a fin de ofrecer en el mercado con el objetivo de satisfacer al consumidor (Pérez y Torres , 2014).

El producto y sus características, básicamente contiene una serie de elementos en la búsqueda por conseguir la satisfacción del cliente y de manera puntual poder establecer prioridad a aquellos productos que se ajustan con las estrategias que permitan a compañía a alcanzar la posición en el mercado competitivo (Ceballos, Tizol, Ramírez, Ibis, y Montes de Oca, 2012).

El producto tiene su ciclo de vida teniendo en cuenta que nada dura para siempre, por ello es necesario e importante calcular, estimar, tener una probabilidad de cuánto va a durar el producto o servicio que vamos a ofrecer, sin embargo, existe decepciones donde el producto se convierte en algo constante como por ejemplo la sal, por lo que la mayoría de las empresas están innovando de manera constante a fin de mantenerse en el mercado (Ledón , Castillo, Caballero, y Dávila, 2017).

En nuestro caso los productos se importarán de acuerdo a un estudio de mercado, los mismos que cumplen todas las normas de calidad tanto a nivel nacional como internacional.

3.2. Segmentación del mercado

La segmentación del mercado es la división del mercado en subgrupos uniformes pequeños, con la finalidad de conocer cuál de estos subgrupos tendrán la oportunidad de convertirse en un auténtico referente, tomando en cuenta tres pasos como es 1.- identificar las distintas variables de la segmentación del mercado, 2.- descripción del perfil dentro de cada segmento y 3.- determinar el segmento que puede ser realmente de nuestro interés con el cual se va trabajar (Ciribeli, 2015).

En este proceso los segmentos deben ser claramente identificables, medibles, accesibles y sobre todo manejables a fin de que el producto que se va lanzar al mercado tenga una aceptación positiva, lo que permita obtener resultados favorables y un crecimiento accedente.

Para conocer el mercado meta se procede a segmentar el mercado, para trabajar con la provincia de Tungurahua y con sus nueve cantones, en la siguiente tabla se muestra la segmentación geográfica y demográfica para el emprendimiento.

Tabla 1
Segmentación del mercado

Variable de segmentación	Variable	Dato	Fuente	Año
Geográfica	Personas con bus Zona 3	456302	INEC	2018
Geográfica	Personas con bus en Tungurahua (49%)	247245	INEC	2018
Demográfica	Personas con bus en Ambato (39%)	96425	INEC	2018
Demográfica	Personas con buses de fabricación nacional (31.30%)	34160	INEC	2018

Elaborado por:
Fuente: INEC, Fascículo provincial Tungurahua

Análisis:

Para la segmentación del mercado se trabajó con datos del último censo poblacional realizado en el 2018 por el Instituto Nacional de estadística y censos, teniendo en cuenta que la segmentación se realizó de forma actual del mercado objetivo es **34160** autobuses del 2018.

Proyección mercado objetivo

Tabla 2
Proyección del mercado objetivo

Proyección del mercado objetivo	
2018	34160

Elaborado por:
Fuente: Investigación Propia

Análisis

El mercado meta para este proyecto es de 34160 buses del 2018, este valor se obtuvo del INEC del último censo 2018.

Muestra

Ortega y De Blas (2016) en su investigación definen a la muestra como: “un grupo de unidades seleccionadas de la población o universo a estudiar en el cual se realizará toda la investigación”.

Se puede decir que a muestra en una parte de la población o universo de estudio con similares características en la cual el investigador desarrollara su trabajo de investigación.

El muestreo a utilizar es el aleatorio simple, con el tamaño de la muestra no permitirá la aplicación de encuestas, este tipo de muestre según Martínez (2016) nos dice que “permitirá que al momento de la selección todos los elementos que conforman la población o universo de estudio tengan la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra”.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza 95% = 1.96

P= probabilidad a favor 50%

Q= probabilidad en contra 50%

N= Población Mercado Objetivo 2018

e= Nivel de error 5% = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5) * (0.5) * (34160)}{(1.96)^2 0.5 * 0.5 + 34160 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{29641,79}{78,12}$$

$$n = 380$$

El tamaño de la muestra obtenida es de 380 personas que tienen autobuses, se procederá a encuestar a 380 personas a fin de obtener información que será de gran ayuda para los análisis posteriores en este proyecto.

Para la recolección de información se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección el cuestionario el cual consta de preguntas cerradas a fin de evitar errores al momento de su codificación y tabulación de información.

En cuanto a la recolección de información mediante la aplicación de encuestas, se distribuirá en relación al número de cantones de la provincia y en proporción al número de habitantes en cada cantón.

3.3. Resultados de las encuestas

Tabla 3

1. Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	229	60%
Femenino	151	40%
Total	380	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

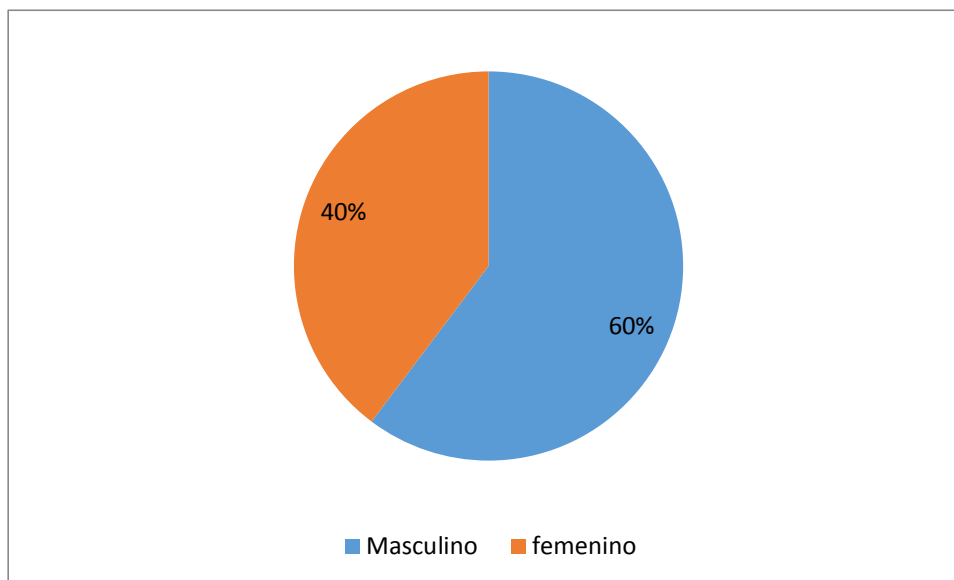


Figura 3. Género

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 60%, corresponda a género masculino y 40% corresponde al género femenino. Lo que significa que la encuesta fue realizada en su mayoría a hombres.

2. Edad

Tabla 4.

Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20-25	89	23%
26-30	185	49%
31 o más	106	28%
Total	380	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

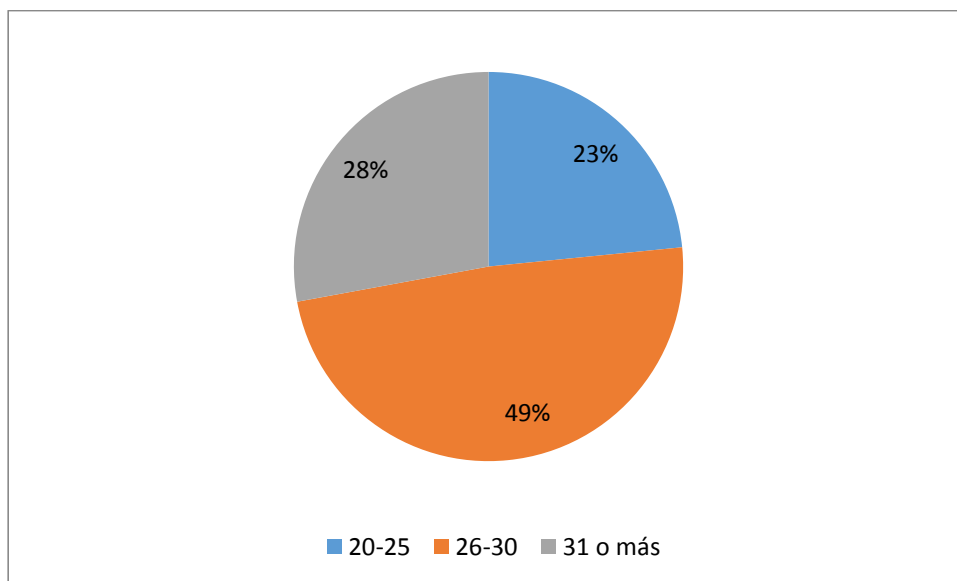


Figura 4.Edad

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 49% corresponde a edades comprendidas entre 26-30, el 28% corresponde a edades superiores a 31 años o más y finalmente el 23% corresponde a edades de 20-25 años. Lo que significa el mayor porcentaje está en edades de 26-30 respectivamente.

3. ¿Usted compra accesorios para su bus?

Tabla 5.

Usted compra accesorios para su bus

Usted compra accesorios para su autobús			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
si	296	26609	77.89
no	84	7551	22.11
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

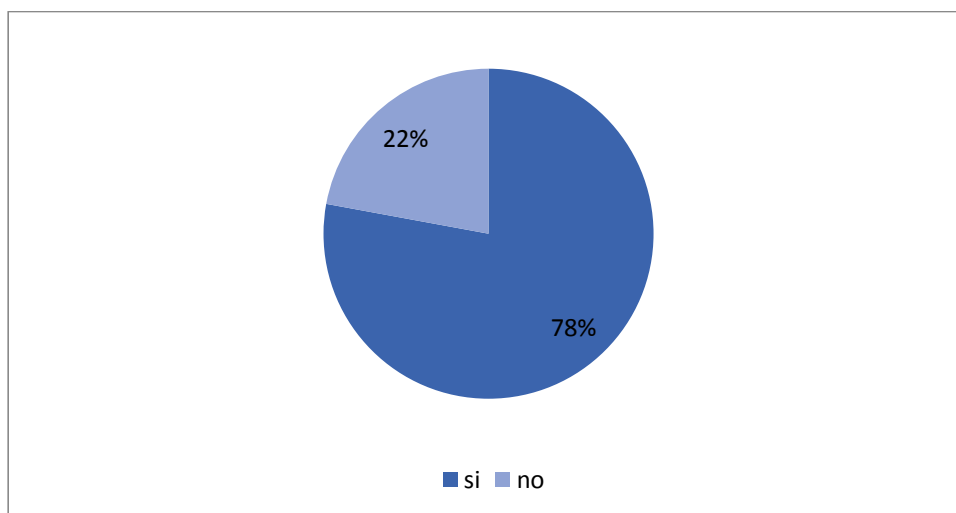


Figura 5. Compra accesorios

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 78% de las personas encuestadas mencionen que si compra accesorios para el bus y tan solo el 22% mencionaron que no.

Interpretación

Lo que significa el producto va tener una acogida favorable en el mercado, debido a que la mayoría de nuestro mercado objetivo está de acuerdo en comprar accesorios.

4. ¿Usted es propietario de un bus?

Tabla 6.

Usted es propietario de un bus por arreglar

Es usted propietario de un bus por arreglar			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
si	296	26609	77.89
no	84	7551	22.11
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

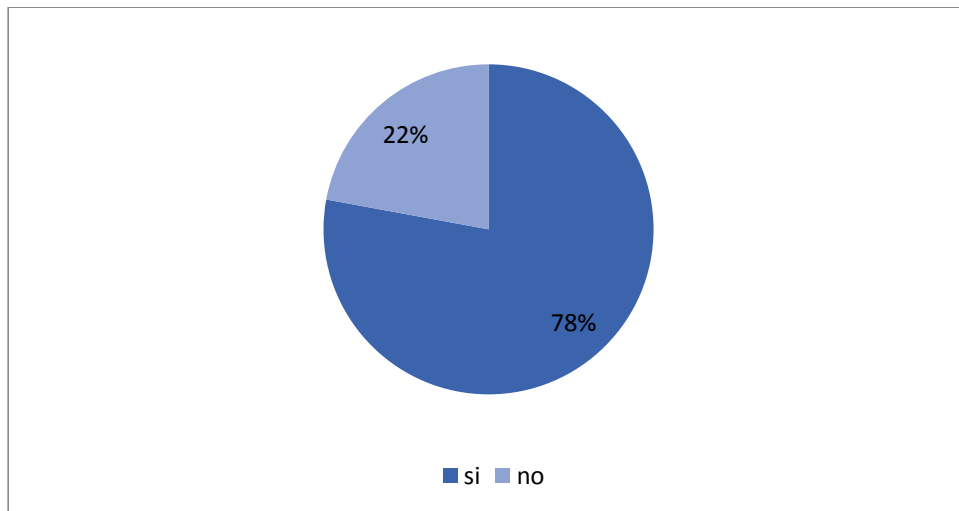


Figura 6. Es usted propietario de un bus

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo obtener que el 78% de las personas encuestadas mencionen que si tienen buses por arreglar y tan solo el 22% mencionaron que no.

Interpretación

Lo que significa el producto va tener una acogida favorable en el mercado, debido a que la mayoría comprar accesorios para arreglar sus buses.

5. ¿Se ha presentado inconvenientes al momento de conseguir los accesorios para su bus?

Tabla 7.
Inconveniente

Pregunta	Inconvenientes		
	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
si	251	22564	66.05
no	129	11596	33.95
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

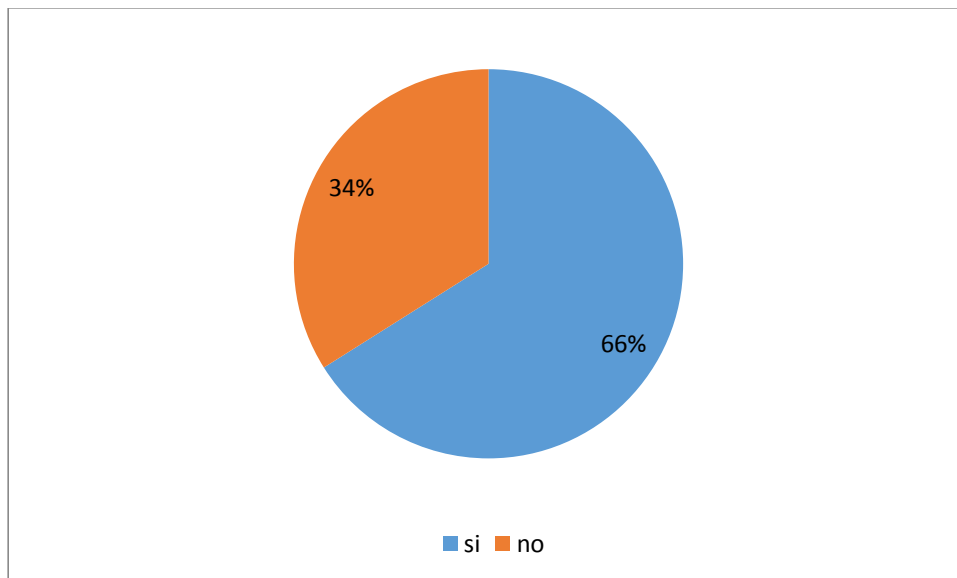


Figura 7. Inconveniente
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 66% de las personas encuestadas mencionen que si inconvenientes al momento de comprar accesorios carroceros y tan solo el 34% mencionaron que no.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados tiene inconvenientes.

6. ¿Si en la ciudad de Ambato se importara y comercializara accesorios genéricos para su bus, Usted estaría dispuesto a comprarlas?

Tabla 8.
Compra

Si en la ciudad de Ambato se importara y comercializara accesorios genéricos para su bus, Usted estaría dispuesto a comprarlas			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
si	301	27058	79.21
no	79	7102	20.79
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

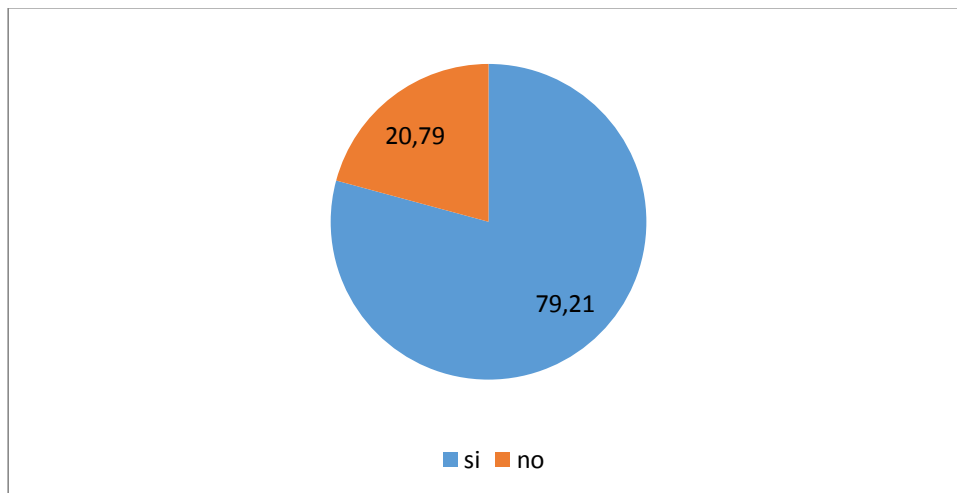


Figura 8. Compra de accesorios
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 79,21% de las personas encuestadas mencionen que si comprarían los accesorios genéricos y tan solo el 20,79% mencionaron que no lo harían.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados mencionan que si comprarían accesorios genéricos, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

7. ¿Ha visto o escuchado sobre importación y comercialización de accesorios genéricos para carrocerías en la provincia de Tungurahua?

Tabla 9.

Ha visto o escuchado sobre importación y comercialización de accesorios genéricos para carrocerías en la provincia de Tungurahua

Ha visto o escuchado sobre importación y comercialización de accesorios genéricos para los buses			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
si	84	7551	22.11
no	296	26609	77.89
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

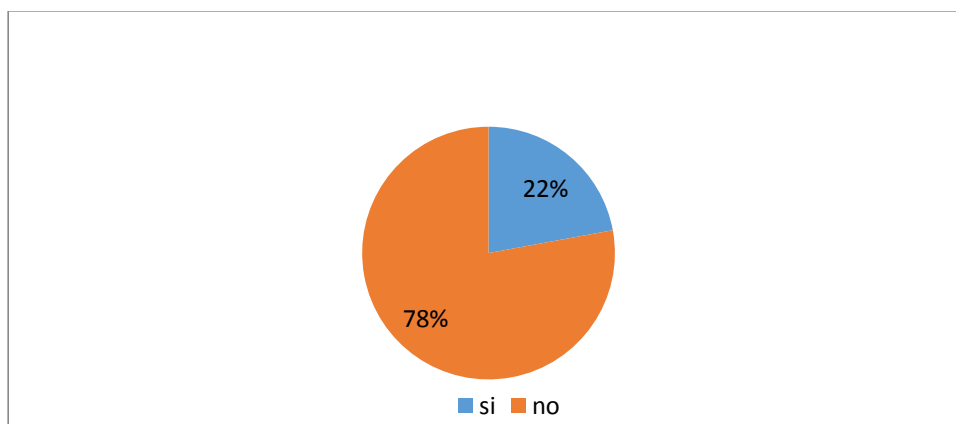


Figura 9. Ha escuchado sobre importación y comercialización de accesorios genéricos para los buses

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 78% de las personas encuestadas mencionen que no han escuchado sobre importación y comercialización de accesorios genéricos para los buses y tan solo el 22% mencionaron que si han escuchado.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados mencionan que no conocen los accesorios genéricos, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

8. ¿Mensualmente cuantos accesorios para su bus usted compra?

Tabla 10.

Compra mensual accesorios para su bus

¿Mensualmente, cuantos accesorios para bus usted compraría?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
De 1 a 2	60	5394	15,79
De 3 a 4	268	24092	70,53
Más de 6	52	4675	13,68
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

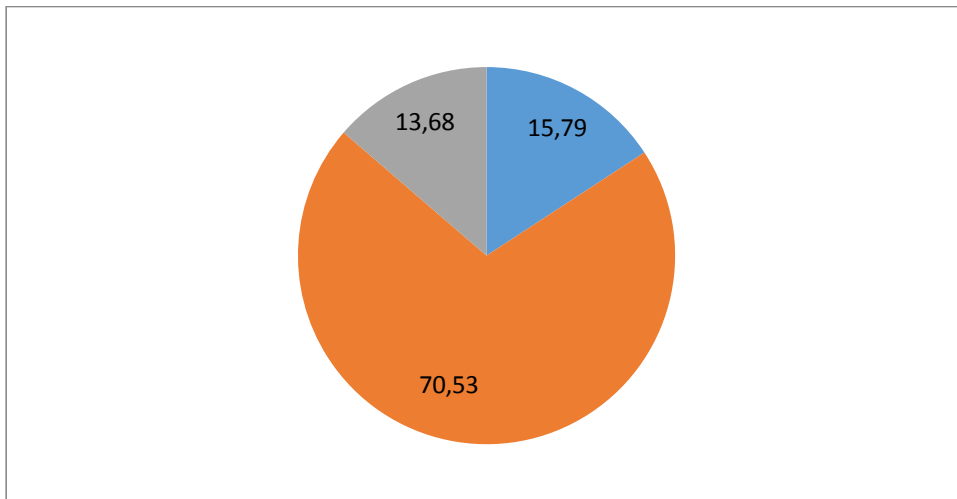


Figura 10. Mensualmente cuantos accesorios para su bus usted compra

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 70% de las personas encuestadas mencionen que compran de 3 a 4 accesorios, el 16% mencionan que comprar 1 a 2 y el 14% mencionaron que compran más de 6.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados compran de 3 a 4, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio genérico?

Tabla 11.

Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio genérico

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio genérico?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
5-8	269	24182	70,79
8-12	59	5304	15,53
12-15	52	4675	13,68
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

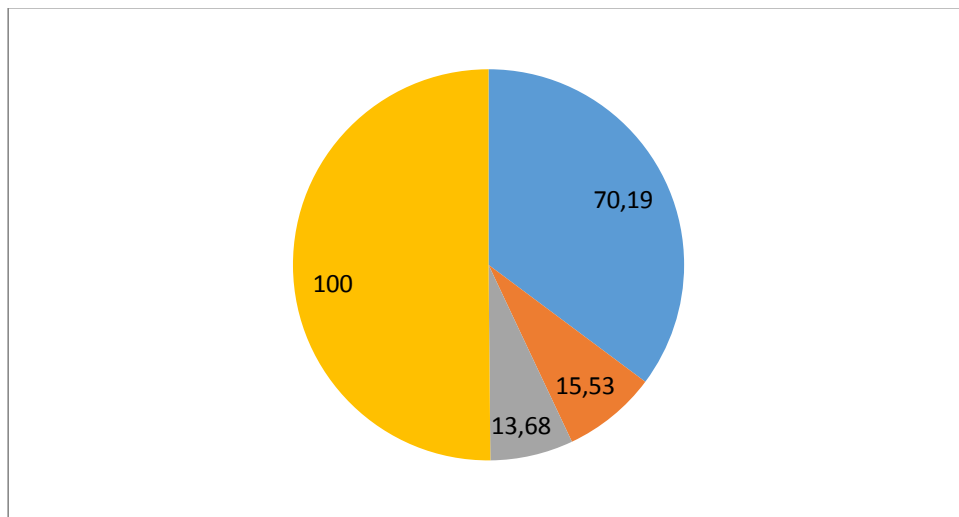


Figura 11. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un accesorio genérico

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 71% de las personas encuestadas mencionen que está dispuesta a pagar un precio del rango entre consumirían 5-8 el 15% en un rango de 8-12 y el 14% en un rango de 12-15 dólares. (Esta pregunta se realizó en función a un solo tipo de accesorio previamente informado al encuestado.)

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados están dispuestos a pagar 5-8 dólares, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

10. ¿En qué lugares desearía que le comercialicen el accesorio genérico?

Tabla 12.
Lugares de comercialización

¿En qué lugares desearía que le comercialicen el accesorio genérico?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Venta a domicilio	21	1888	5,53
Ferias	65	5843	17,11
Distribuidores	38	3416	10
Puntos de ventas	256	23013	67,37
Otros	0	0	0
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

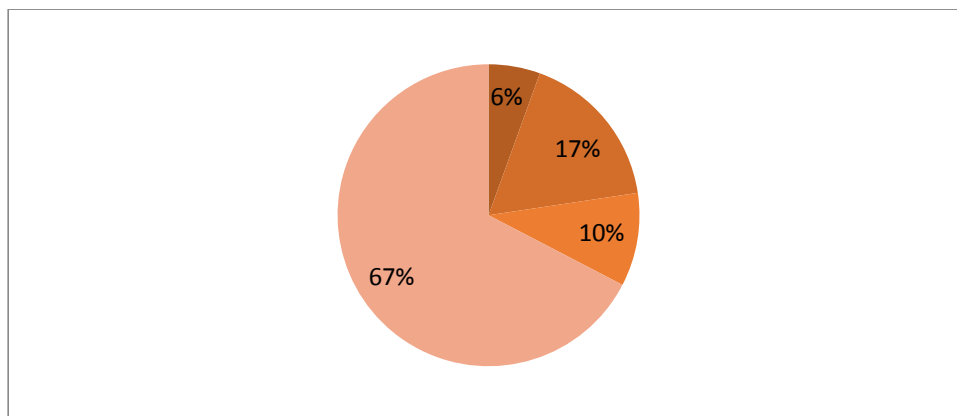


Figura 12. Lugares de comercialización

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 67% de las personas encuestadas mencionen que el lugar para adquirir sería los puntos de venta, el 17% mencionan que, en las Ferias, el 10% en distribuidores, el 6% venta a domicilio.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados están dispuesto a adquirir en el punto de venta, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

11. ¿ En que tipo de empaque le gustaria que le comercialicemos el accesorio genérico?

Tabla 13.

Tipo de Empaque

¿En qué tipo de empaque le gustaría que comercialicemos el accesorio genérico?				
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje	
Funda	96	8630	25,26	
Cartón	284	25530	74,74	
Otros	0	0	0,00	
Total	380	34160	100,00	

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

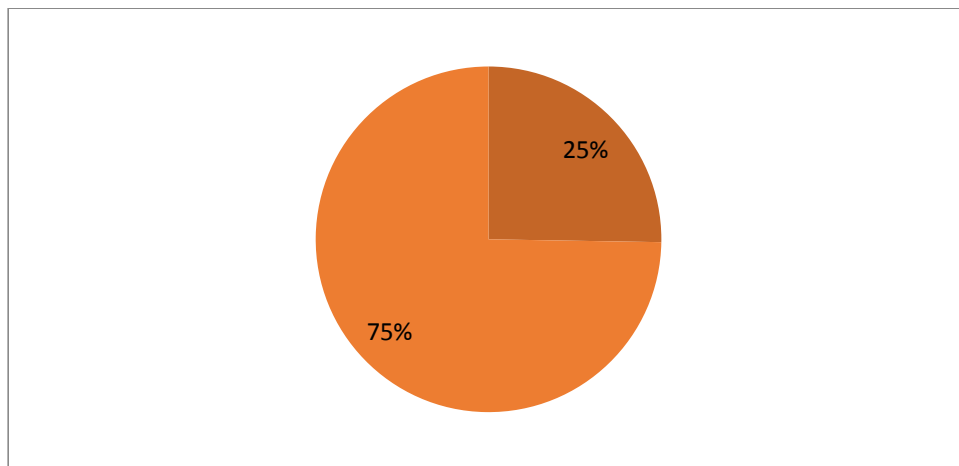


Figura 13. Tipo de Empaque

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 75% de las personas encuestadas mencionen que el tipo de empaque seria cartón, mientras que el 25% mencionan que desearía en funda.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados están dispuesto a adquirir en el cartón, lo cual nos da resultados favorables para lanzar este producto al mercado.

12. ¿Qué factores consideraría importante al momento de comprar un accesorio genérico?

Tabla 14.

Factores que considera importante en una compra

¿Qué factores consideraría importante al momento de comprar accesorios genéricos?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Precio	151	13574	39,74
Facilidad de uso	75	6742	19,74
Durabilidad	65	5843	17,10
Confianza	89	8001	23,42
Otros	0	0	0
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

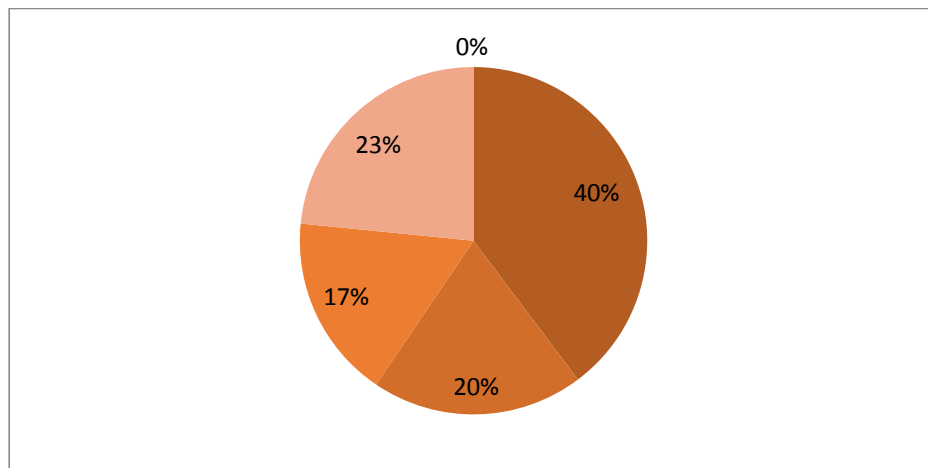


Figura 14. Factores que considerar en una compra

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 40% de las personas encuestadas mencionen que el factor clave es el precio, el 23% es la confianza, el 20% es la facilidad del uso, el 17% es la durabilidad.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados consideran el factor importante que es el precio y los demás factores lo toman como factores secundarios.

13. ¿ Que le gustaria recibir por la compra de accesorios genericos para carrocerias?

Tabla 15.

Que le gustaría recibir por la compra del producto

¿ Que le gustaria recibir por la compra de accesorios genericos para carrocerias?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Descuentos	256	23013	67,37
Promociones	95	8540	25,00
Raspa gana	29	2607	7,63
Total	380	34160	100,00

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

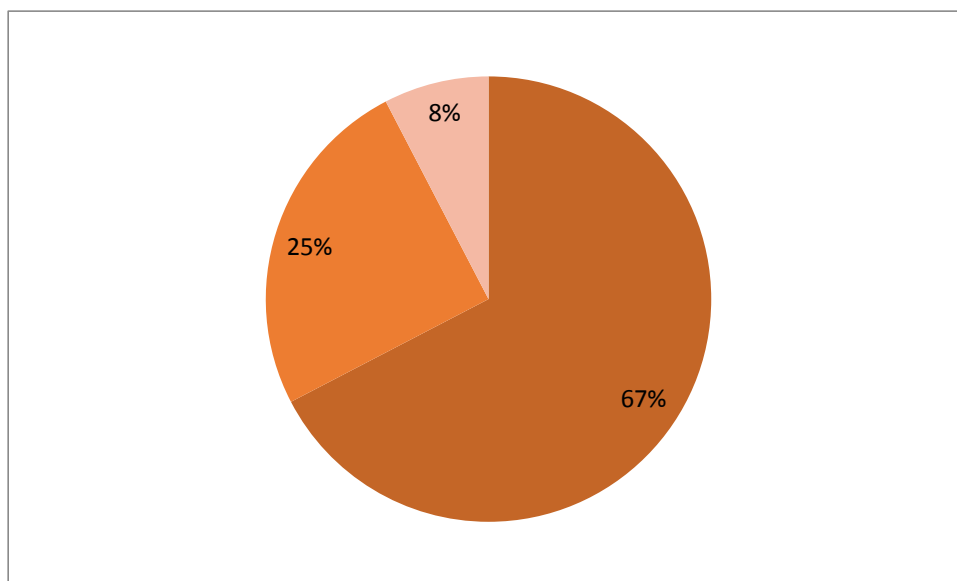


Figura 15. Tipo de obsequio

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 67% de las personas encuestadas mencionen que desearían descuentos, el 25% desearían promociones, el 8% desearían la raspa gana.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje de encuestados consideran que el descuento es más beneficioso en una compra.

14. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre los accesorios genéricos?

Tabla 16.

Medios de comunicación

¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre los accesorios genéricos?			
Pregunta	Frecuencia Muestral	Frecuencia de mercado meta	Porcentaje
Televisión	151	13363	39,12
Radio	75	6637	19,43
Internet	65	5752	16,8393782
Prensa	83	7876	23,06
Hojas Volantes	6	531	1,55
Total	380	34160	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

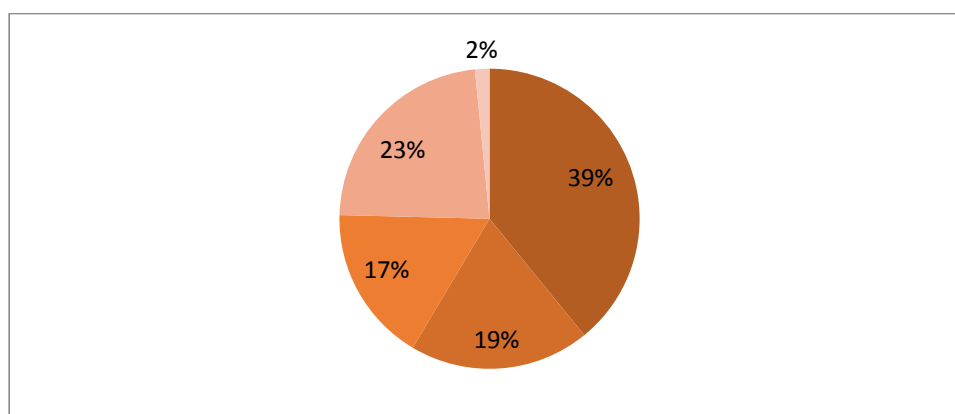


Figura 16. Medios de comunicación

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con las encuestas realizadas se pudo obtener que el 39% de las personas encuestadas mencionen que desearían que se publiquen en televisión local, el 23% desearían promocionen en la prensa, el 19% desearían que publiquen en la radio y el 17% en internet.

Interpretación

Lo que significa el mayor porcentaje desean que publiquen en televisión a nivel local y nacional.

3.4. Estudio de la demanda

“La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido” (Andrade, 2013, pág. 112).

Estudio de la demanda en personas

Tabla 17.
Estudio de la demanda en personas

AÑO	MERCADO META	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDA DE PERSONAS
2018	34160	79%	26986

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Esta información se obtiene de la pregunta #7, que menciona lo siguiente “*Si en la provincia de Tungurahua se importaría a y se comercializara accesorios de carrocerías, usted lo compraría*”, es decir las personas que respondieron que sí, que este caso es el 79%.

Cálculo de la proyección de la demanda en personas

Para el cálculo de la proyección de la demanda en personas, tomamos en cuenta la demanda de personas del año 2018, posteriormente con Tasa de Crecimiento Poblacional de 1,56%, dato obtenido del Banco Central del Ecuador, procedemos a realizar el cálculo respectivo.

Tabla 18.
Demanda en personas

Demanda en personas		
AÑO	DEMANDA EN PERSONAS	TCP
2018	26986	1,56%
2019	27.480	422
2020	27.909	429
2021	28.344	435
2022	28.786	442
2023	29.235	449

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

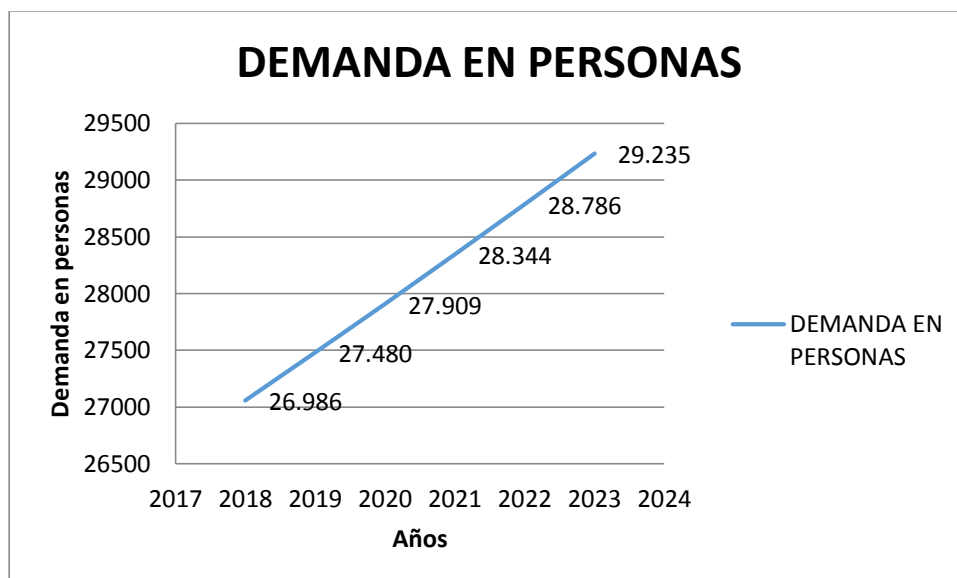


Figura 17. Demanda en personas
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos es que en el año 2018 existe 26986 personas, mediante la proyección para el año 2023 existirá 29235.

Estudio de la demanda en productos

Para el estudio de la demanda en productos se toma en cuenta la frecuencia de compra, sacando la media de las alternativas y posteriormente multiplicando la población por la cantidad promedio.

Tabla 19.
Estudio de la demanda en productos

DEMAN DA	CANTIDAD	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CANTIDAD PROMEDIO	CANTIDAD DE COMPRA MENSUAL
	De 1 a 2	15%	4047	1,5	6071
26986	De 3a 4	71%	19160	3,5	67060
	De 6 a más	14%	3779	6	22674
Total, mensual 2018					95805
Total, Anual 2018					1.149.660

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Cálculo de la proyección de la demanda en productos

Tabla 20.
Demanda en productos

AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	TCP
2018	1.149660	1,56%
2019	1.167.595	17.935
2020	1.185.809	18.214
2021	1.204.308	18.499
2022	1.223.095	18.787
2023	1.242.175	19.080

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

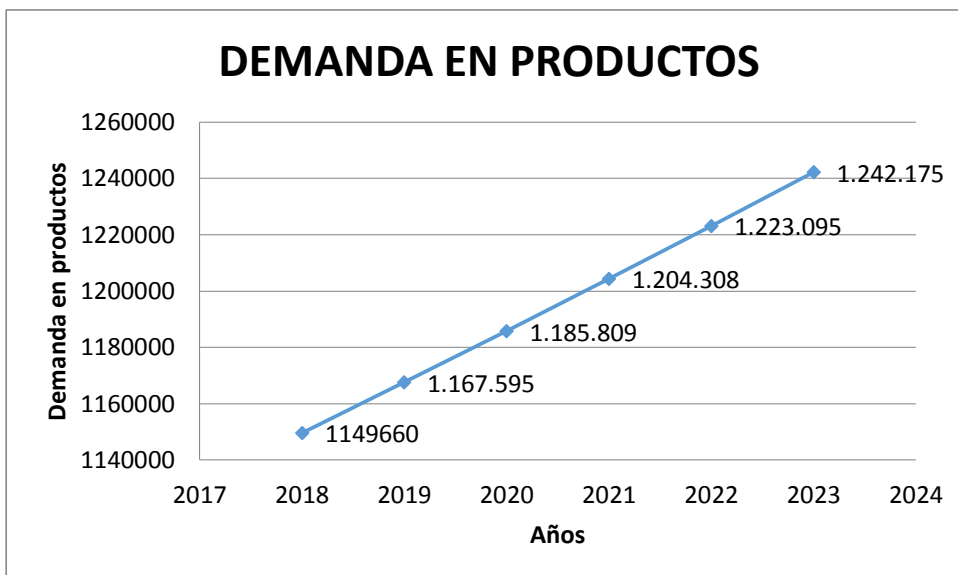


Figura 18. Demanda en productos
 Elaborado por: Sebastián Manzano
 Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos es que en el año 2018 existe 1.149.660 productos, mediante la proyección para el año 2023 existirá 1.242.175 productos.

3.5. Estudio de la oferta

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos” (Jaime, 2014, pág. 78).

Estudio de la oferta en personas

En el estudio de la oferta se toma en cuenta el porcentaje de no aceptación, porque dicha cantidad está siendo cubriendo por productos similares.

Tabla 21.
Estudio de la oferta en personas

Año	Mercado Meta	Porcentaje de no aceptación	Oferta en Personas
2018	34160	21%	7173

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 22.
Estudio de la oferta en personas

Oferta en personas			
AÑO	Estudio de la oferta en personas	TCP	
2018		7.173	1,56%
2019		7.213	111
2020		7.325	113
2021		7.440	114
2022		7.556	116
2023		7.674	118

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

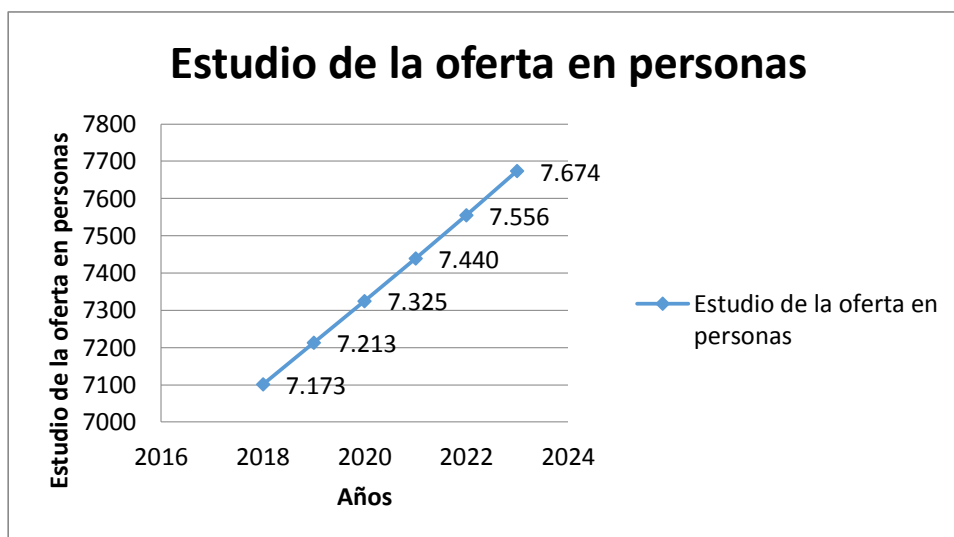


Figura 19. Estudio de la oferta en personas

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

Mediante el cálculo respectivo en el estudio de la oferta en personas se pudo ver que en el 2018 hay 7.173 personas y para el año 2023 existirán 7674 personas, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de 1,56% de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

Oferta de productos

Para el cálculo de productos se basa en la frecuencia de consumo o de compra, de cuanta cantidad de accesorios de buses consumiría mensualmente y mediante los cálculos respectivos.

Tabla 23.

Estudio de la oferta en productos

DEMANDA	CANTIDAD	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CANTIDAD PROMEDIO	CANTIDAD DE COMPRA
7173	De 1 a 2	15%	1076	1,5	1.614
	De 3a 4	71%	5093	3,5	17.825
	De 6 a más	14%	1004	6	6024
Total, Mensual 2018					25.463
Total, Anual 2018					305.556

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Tabla 24.
Proyección del estudio de la oferta en productos

Oferta en productos		
Año	Estudio de la oferta en productos (Kg)	TCP
2018	305.556	1,56%
2019	308.556	4.740
2020	313.369	4.813
2021	318.258	4.889
2022	323.222	4.965
2023	328.265	5.042

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

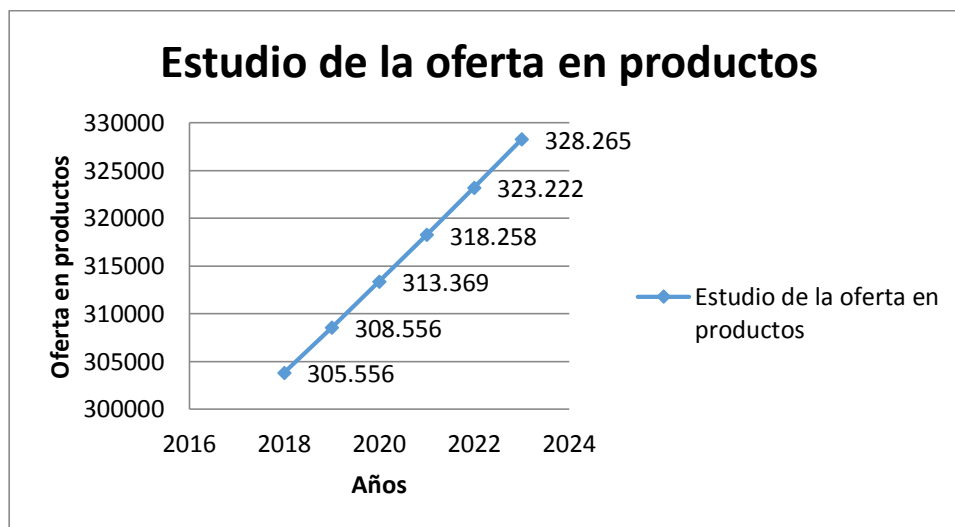


Figura 20. Estudio de la oferta en productos
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Para el cálculo de la proyección se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de 1,56, por ende, para el primer año será de 305.556 productos, para el año 2023 será de 328,265 productos accesorios genéricos de buses.

3.6. Mercado potencial para el proyecto

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que el mercado consume en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (Andrade, 2013).

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha es igual a la demanda de productos menos la oferta de productos es así como se obtiene la DPI.

Tabla 25.
Demanda potencial insatisfecha

Año	DPI		
	Demanda de Productos	Oferta de productos	DPI
2018	1.149.660	305.556	844.104
2019	1.167.595	308.556	859.039
2020	1.185.809	313.369	872.440
2021	1.204.308	318.258	886.050
2022	1.223.095	323.222	899.873
2023	1.242.175	328.265	913.910

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

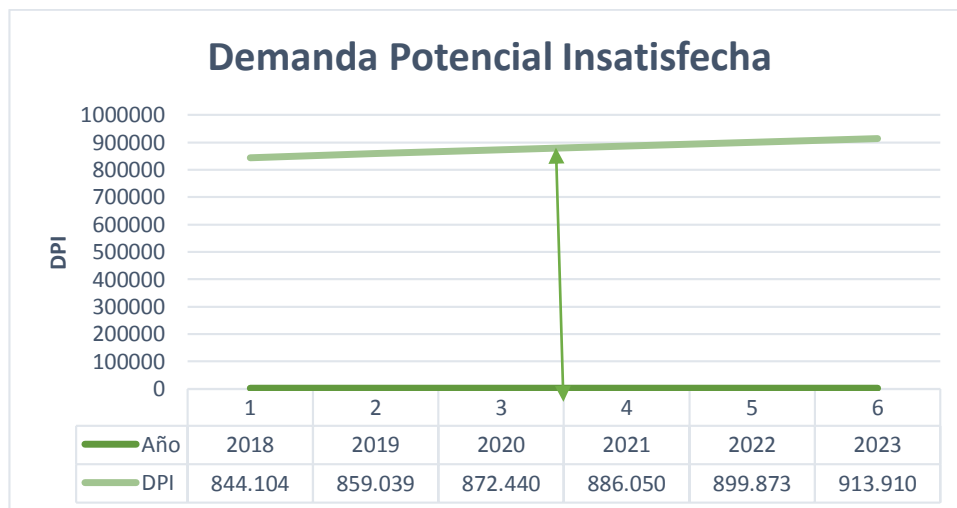


Figura 21. Demanda potencial insatisfecha
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis

De acuerdo con los cálculos realizados se obtiene los siguientes resultados en el año 2018, 844.104 y mediante el cálculo de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional se obtiene un valor de 913.910 productos, lo cual significa que la demanda de este producto es excelente de acuerdo con el estudio de mercado realizado.

3.7. Precio

“Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras” (Gestiopolis, 2012).

“El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio” (Pro-Negocios, 2013).

El precio en general es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio. No así, para algunos bienes que tienen valores cualitativos, como el precio o las consideraciones de otro tipo, como el valor adquirido por ser un único bien producido en el mundo o algún regalo que provenga de una persona a la cual estimamos mucho. (Sulser Valéz y Pedrosa Escandón, 2014, pág. 223).

Para obtener el precio, acudimos a la encuesta que anteriormente ya fue realizada a los clientes potenciales, para ello tomamos la alternativa que obtuvo mayor aceptación, y para el cálculo de la proyección lo hacemos mediante la inflación acumulada que es 1,12%, este valor lo tomamos como referencia del año 2017 debido a que el año 2018 hay un decrecimiento de -0,09% en la inflación del país.

Tabla 26.
Precio

PRECIO		
Año	Precio	Inflación
2018	5	1,12%
2019	6	0,02
2020	7	0,02
2021	8	0,02
2022	8.5	0,02
2023	9	0,02

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia



Figura 22. Precio
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Después de haber realizado los cálculos respectivos se puede ver que el precio actual será de \$5 dólares, y para el año 2023 será de \$9 precio referencial por accesorio, lo que significa que el precio tendrá un crecimiento considerable paulatinamente.

3.8. Canales de comercialización

Según Stanton (2012) es un aspecto de trascendencia para dar viabilidad al desarrollo productivo; esto incluye desde los estudios previos de mercado hasta las estrategias y la organización para la comercialización de productos y servicios.

Según Kotler (2013) es el desempeño de actividades comerciales dirigidas hacia y relacionadas con el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario.

Según Naylor (2013) comprende el proceso integrado de hacer llegar las mercaderías y los servicios desde la fábrica o establecimiento hasta el consumidor para su uso final.

3.9. Canales de distribución

“Los canales de distribución es la ruta que tiene como finalidad distribuir productos desde su creación hasta el destino final donde cada una de las personas realizan”. (Vázquez Casielles, Álvarez Álvarez, y Trespalcios Gutiérrez, 2014).

“Los canales de distribución es un sistema que abarca a todos los componentes tal es el caso del fabricante o importador, intermediario, consumidor, tomando en cuenta la estructuración de los diferentes canales” (Alcaraz Lladro y García guardia, 2014).

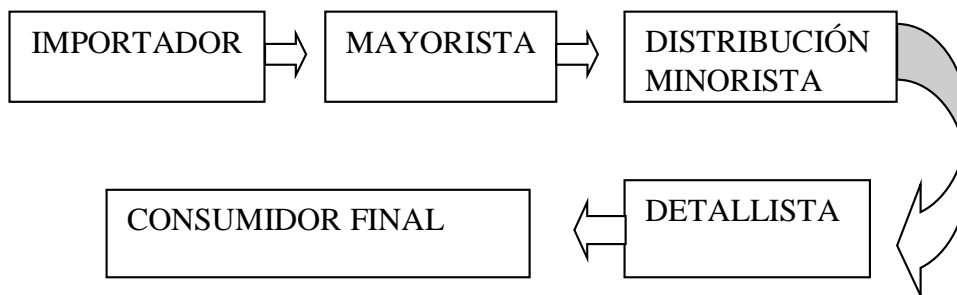


Figura 23. Canal de distribución
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Se propone utilizar estos canales de distribución debida que es la más apta para este tipo de productos que en este caso es de accesorios de carrocerías.

Tabla 27.
Análisis FODA

Estrategias FODA-DODA		
	Fortalezas	Oportunidades
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producto genérico 2. Producto de calidad 3. Precio competitivo 4. Facilidad de transportar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ferias carroceras 2. Disponibilidad de las páginas web de manera gratuita. 3. Tendencia a cuidar el medio ambiente 4. Apoyo financiero para este producto (CFN). 5. Programas virtuales del HGPT 6. Alto índice buses.
Debilidades	FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos sustitutos 2. Imagen y marca no posicionada en el mercado. 3. Inexistencia de publicidad 	<p>F3, O1. Aprovechar el precio del producto con el fin de ofrecer descuentos en fechas especiales, como ferias.</p>	<p>D3, O4. Aprovechar las ferias carroceras que impulsa el gobierno provincial para que el producto pacte en la mente de los consumidores.</p> <p>D7O1. Realizar convenios con cooperativas con el fin de poder sustituir accesorios dañados de sus unidades.</p>
Amenazas	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Poco conocimiento de accesorios genéricos 2.- Ingreso de nuevos productos 3.- Ingreso de productos de otros países 4.- Posicionamiento de competidores internacionales. 	<p>F7, A17. Aprovechar el Nuevo producto de calidad para competir con productos de similares características que actualmente son potencia en el mercado.</p>	<p>A19,D8 Implementar buena imagen corporativa que nos permitan posesionarnos en la mente del consumidor</p>

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Estrategias de comercialización

Se utilizará como medio de difusión principal la televisión y diarios locales, los mismos que según la encuesta realizada son los más populares en nuestro mercado.

También se realizará mediante redes sociales (Facebook, tweeter, Instagram, Snapchat), mediante páginas, programas como el Jimdo y Wix.



Publicidad en TV

Publicidad en Radio

Publicidad en Redes Sociales

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

Según Bacalla (2012) el tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de importación en nuestro caso.

Para Cabrera (2013) “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción (importación) por año”

De acuerdo con Bacalla (2012) “El tamaño de un proyecto viene dado por su capacidad instalada de producción de bienes, y por su capacidad de generar un número determinado de servicios en un tiempo dado”.

a) Tamaño óptimo

Para determinar el porcentaje de estimación para determinar el número de unidades a importar, se toma en cuenta factores importantes como: Demanda potencial Insatisfecha, disponibilidad del capital, tecnología, insumos.

Tabla28.

Demanda potencial Insatisfecha Real

AÑO	DPI	DPIR		VENTA DIARIA
		ESTIMACIÓN	DPI REAL	
2018	844.104	6,36%	53.662	225
2019	859.039	6,36%	54.499	225
2020	872.440	6,36%	55.349	225
2021	886.050	6,36%	56.213	225
2022	899.873	6,36%	57.089	225
2023	913.910	6,36%	57.980	225

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

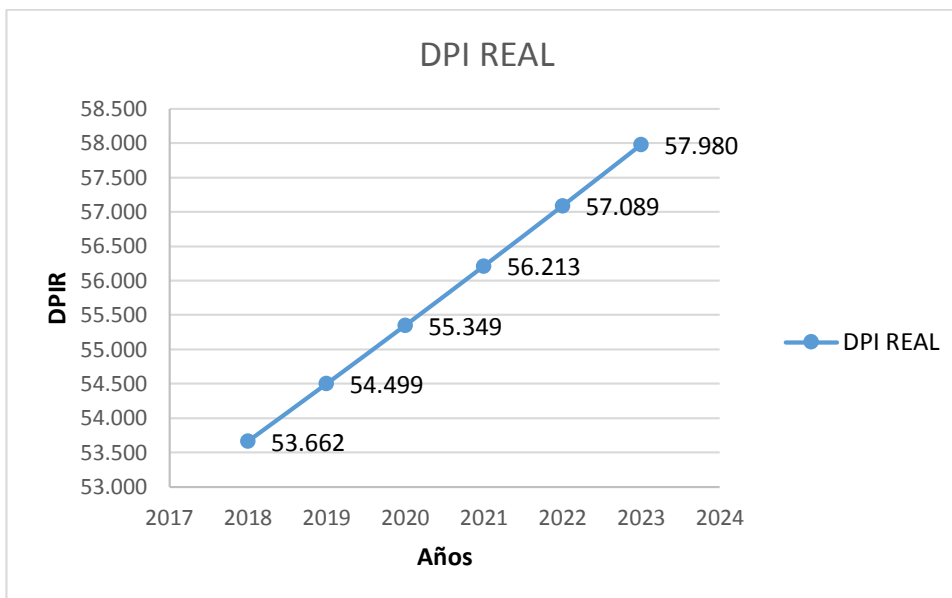


Figura 24. Demanda Potencial Insatisfecha Real
 Elaborado por: Sebastián Manzano
 Fuente: Investigación Propia

4.2. Localización

Según Sánchez (2013) define la localización del proyecto como un punto, el cual es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc.

Según Álvarez (2014) la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

Escala	
1	Bajo Impacto
2	Mediano Impacto
3	Alto Impacto

Tabla 29.
Matriz de Localización mediante puntos ponderados

Factores relevantes Fuerzas Localizaciones	Peso Ponderado	Ambato	Salcedo	Latacunga
Sector Comercial	0,12	3	0,36	0,24
Aglomeración de personas	0,1	3	0,30	0,2
Accesibilidad vial	0,1	3	0,30	0,1
Locales de arriendo	0,05	2	0,10	0,1
Precio de arriendo	0,07	1	0,07	0,14
Personal eficiente	0,08	2	0,16	0,16
Sector seguro	0,12	3	0,36	0,24
Visibilidad del producto	0,1	3	0,30	0,1
Permisos legales de funcionamiento	0,08	3	0,24	0,32
Disponibilidad de espacio físico	0,08	2	0,16	0,24
Potencialidad de la zona	0,1	3	0,30	0,3
Suma Total	1,00		2,65	2,14

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis

Una vez realizada el respectivo análisis de localización mediante el método de puntos ponderados, se obtuvo como la localización óptima la ciudad de Ambato, teniendo en cuenta que es un lugar muy comercial lo cual eso permite el desarrollo de la empresa que se pretende implementar.

Macro localización

Tabla 30.
Macro localización

País: Ecuador
Región: Sierra
Zona: 3
Provincia: Tungurahua
Parroquia: Ambato
Elaborado por: Sebastián Manzano Fuente: Investigación Propia

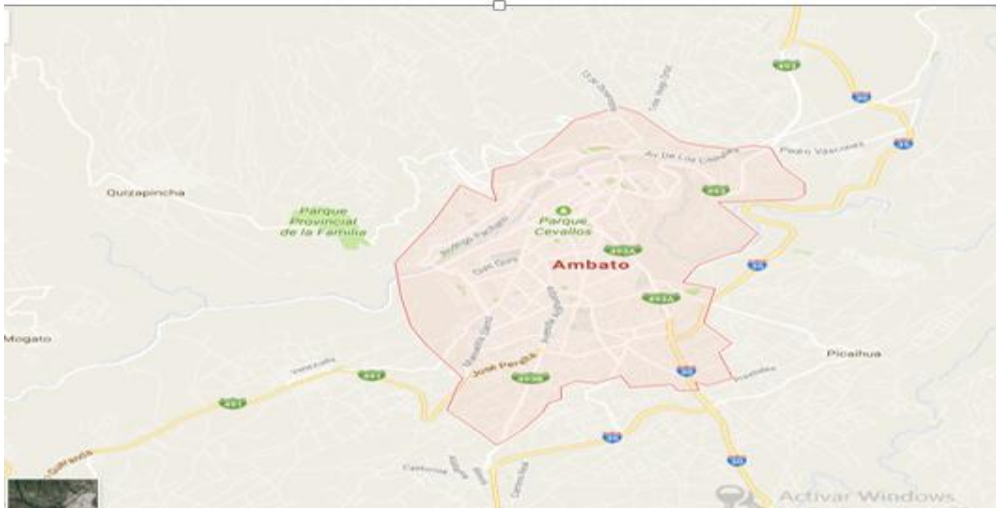


Figura 25. Macro localización
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Micro localización

Ciudad: Ambato

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

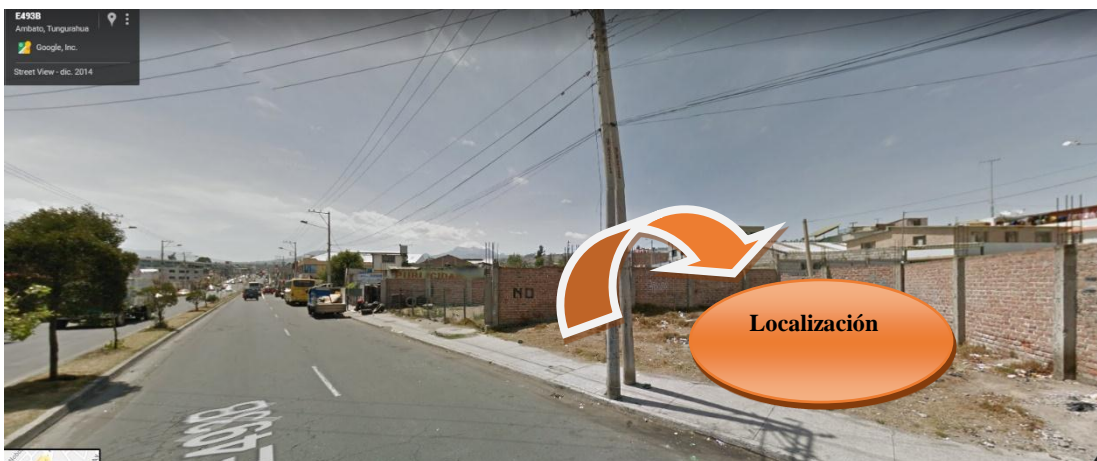


Figura 26. Micro localización
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

4.3. Ingeniería del Proyecto

Según, (Andrade, 2013) El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y licencias, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la empresa.

Según Handy (2014) el estudio de Ingeniería del proyecto aporta los datos técnicos y económicos que faciliten establecer sus costos de construcción y explotación. Deben identificarse problemas de carácter técnico en la ejecución o aquellos que limiten la concreción del proyecto.

Para nuestro proyecto es necesario el saber el proceso de importación el cual debe ser realizado cada vez que se realice la importación.

Se inicia con el trámite de realizar proformas con los proveedores y quedar de acuerdo en el precio, términos de negociación o incoterms y las formas de pago.

Para nuestro producto es importante negociar el precio FOB (Free on Board) en el cual el vendedor entrega la mercancía en el buque, el costo del transporte y seguro cubre el importador.

4.3.1 Selección de Proveedores y cotización de productos.

Los productos que vamos a importar se han cotizado con dos empresas de la China: T&D International Trading Co. Ltd. y Changzhou Haochen Imp&Exp Co. Ltd., empresas reconocidas por la fabricación de accesorios genéricos para los países europeos, las mismas que cuentan con las normas de calidad requeridas a nivel internacional y son empresas que se destacan del resto de productores debido a su gran nivel de producción.

Tabla 31.

Mercado Proveedores

Países compradores.	T&D International Trading Co. Ltd. T&D International Trading Co. Ltd.	Changzhou Haochen Imp&Exp Co. Ltd.
Alemania	42,4%	27%
Francia	23%	34,7%
Bélgica	22%	34%
Otros países a nivel mundial.	12,6%	5,3%

Una vez realizada las cotizaciones de los productos se ha determinado que la empresa T&D International Trading Co. Ltd, es la empresa con la cual vamos a trabajar para la fabricación de nuestros accesorios.

Realizado la cotización se debe realizar el pago para que se inicie la producción el pago será el 30% del valor total del precio FOB de la proforma, una vez los accesorios se han terminado de producir serán transportados hacia el puerto y embarcado según lo acordado con la empresa de confianza del importador o del proveedor, cuando la mercancía se ha dejado en el puerto lista para ser enviada se realizara el pago del resto del valor de la proforma, el proveedor enviara los documentos originales para que se realice el pago de los aranceles correspondientes, se inicie el trámite para realizar el pago de aranceles recibir la mercancía y realizar la declaración de salida de mercancía en la Aduana del Ecuador.

4.3.2 Base Legal para Importar

En el trabajo que estamos desarrollando se aplican los siguientes los reglamentos, los cuales se encuentran en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – COPCI.

De acuerdo con el artículo N° 63 indica que se debe presentar una declaración aduanera de importación DAI de manera electrónica y/o física de acuerdo con el procedimiento establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador – SENA, cabe indicar

que dicha declaración va acompañada de una serie de documentos llamados documentos de acompañamiento, establecidos en los artículos N° 72,73.

Los documentos de acompañamiento son de control previo, los cuales se elaboran antes de que se embarque la mercancía (Art. 72). Dentro de este tipo de documentos existen los documentos de acompañamiento (deben transmitirse y aprobarse antes del embarque de la mercancía), los documentos de soporte (deberán poseerlos el declarante o su agente de aduana), documentos de transporte (acredita la propiedad de la mercancía), factura original (acredita el valor de la transacción de la mercancía importada) y el certificado de origen (permite la liberación de la mercancía al comercio exterior), tal como dice en el artículo N° 73.

Todos estos documentos deberán ser presentados físicamente o digital. Los productos que importar vendrán en la carga como suelta o en contenedor dependiendo del volumen de la mercancía a través de la vía marítima, según artículo N°2 literal p.

Una vez realizado el proceso establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador – SENA, se procede con el despacho de la mercancía del puerto en las siguientes modalidades de aforo: automático verificación de la declaración aduanera, electrónico con los perfiles establecidos por el SAN9(verificación de la declaración aduanera con la información registrada en el sistema de la institución), documental o físico (confirmación de la mercancía con el fin de conocer la procedencia), como se menciona en los artículos N° 78, 80, 82 y 83.

4.3.3 El régimen de importación.

El régimen de importación aduanero es aquel por el cual las mercancías importadas desde el exterior pueden circular libremente en un territorio aduanero nacional, previo al pago de los tributos aduaneros y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras, es decir que es un régimen aduanero es una modalidad de importación o exportación orientada a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo con la Declaración Aduanera presentada.

El régimen de a utilizar es importación para el consumo. Toda obligación tributaria aduanera generada se utilizará los medios de pago (dinero, transferencias bancarias, tarjetas de crédito, entre otros), establecido en el capítulo N°1, sección 2 artículo N°3

del COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones), en el cual se encuentra el Reglamento al título de la facilitación aduanera de Comercio.

4.3.4 Selección del Agente para Trabajar.

El agente de aduanas es una persona natural o jurídica experta en normativa aduanera y leyes de comercio exterior. Posee una licencia que le faculta para gestionar, por cuenta ajena, el despacho de las mercancías. Tiene carácter fedatario y auxiliar de la función pública, por lo que puede ser controlado y auditado por la Autoridad Aduanera.

Se elige a Aduanera del Ecuador, debido a su trayectoria con más de una década en el mercado es una compañía especializada en el agenciamiento aduanero con cobertura a nivel nacional, cumpliendo todas las normas legales y brindando un servicio rápido y oportuno.

4.3.5 Partidas Arancelarias.

Consiste en la Clasificación numérica del Sistema Armonizado que sirve para identificar los productos importados a efectos de aplicarles el régimen aduanero correspondiente, en especial los aranceles a la importación. Esta clasificación comprende 96 capítulos que a su vez se dividen en partidas arancelarias de 6 dígitos, en total más de 9000. (AduanadelEcuador, 2018)

El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, al que se denomina generalmente como Sistema Armonizado, o simplemente como "SA", es una nomenclatura internacional polivalente de productos elaborada por la Organización Mundial de Aduanas. (UNECE, 2017)

Una vez que la mercancía esté lista para llegar a las aduanas del Ecuador se inicia el trámite documental el mismo que se debe encargar el agente de aduana autorizado contratado previamente, el cual deberá declarar las mercancías a importar de acuerdo a la subpartida arancelaria a la que pertenezca, en nuestro caso la mayoría de nuestros productos a importar serán bajo la subpartida arancelaria **8536909000**, el mismo que tiene que ver con todos los accesorios y afines, el cual no grava Advalorem, es decir que tiene un impuesto advalorem de 0%.

4.3.6 La Declaración Aduanera de Importación (DAI)

Esta deberá ser transmitida por un proveedor de Software o en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo; de no cumplirse en ese plazo, la mercancías estarán inmersas en una de las causales del abandono tácito, según lo estipula el literal a) del artículo 142 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

De acuerdo con el tipo de mercancía a importar, se deberán adjuntar los siguientes documentos a la DAI:

Documentos de acompañamiento denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. (Art. 72 del Reglamento al Libro V del Copci).

Documentos de soporte constituirán la base de la información de la DAI a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 del Reglamento al Libro V del Copci).

Documento de Transporte, factura comercial o documento que acredite la transacción comercial

Certificado de origen cuando proceda documentos que el SENA E o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Transmitida la DAI, el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador le otorgará un número de validación o refrendo y el canal de aforo que corresponda.

Para el despacho de las mercancías que requieran Declaración Aduanera, se utilizará cualquiera de las siguientes modalidades de aforo:

Canal de Aforo Automático, canal de Aforo Automático No Intrusivo, canal de Aforo Documental, canal de Aforo Físico Intrusivo.

La selección de la modalidad de aforo se realizará de acuerdo con el análisis de perfiles de riesgo implementado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En el caso de mercancías perecederas y animales vivos u otras mercancías autorizadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en virtud de su naturaleza, tendrán prioridad en su reconocimiento físico, de ser el caso.

Cuando las mercancías deban someterse a un control por otras autoridades que incluya el reconocimiento físico de estas, las autoridades aduaneras procurarán que los controles se realicen de forma coordinada.

En cualquier etapa del proceso del control aduanero, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá realizar inspecciones de la mercancía a través de un sistema tecnológico de escaneo con rayos X o similares, inclusive indistintamente de la modalidad de despacho al que esta fuere sometida.

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado

En el caso de que cuente con la subpartida específica del producto a importar, realice la consulta de la misma en el Arancel Nacional, utilice para el efecto el siguiente link: http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).

FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen. (Consulte en la página del SRI: www.sri.gob.ec, link: Impuestos)

IVA (Impuesto al Valor Agregado) Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

Regímenes de Importación.

El régimen de importación al cual la empresa se registrará es el de: Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI).

La empresa Manzano se registrará a todo lo estipulado anteriormente, mediante agente de aduanas afianzados y cumpliendo con todos los requerimientos tanto técnicos como legales, brindando confianza a sus clientes.

Tabla 32.

Tipo de Tributos Aduaneros

Costos Indirectos de Importación	
Precio FOB: Costo de la mercadería en la factura. Flete: \$1.5 por cada kilo de los bienes tributables. Seguro: 2% de la suma del precio FOB+Flete	
Tipo de Tributos	Descripción
Ad-Valorem	Impuesto administrativo por el servicio nacional de Aduanas del Ecuador – SENA E que equivale al 20% del CIF.
Fodinfra	Impuesto que administra al INFA que equivale al 0.5% del CIF.
Impuesto a los consumos especiales (ICE)	Administrado por el Servicio de Rentas Internas – SRI que se multiplica de acuerdo con el porcentaje establecido por los organismos de control.
I.V. A	Impuesto al Valor Agregado se calcula del subtotal el 12% del IVA.
Salvaguardia	Impuesto administrativo por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, no se encuentra vigente.

Fuente: (AduanadelEcuador, 2018)

4.3.7 Producto – proceso

Los accesorios para carrocerías son fabricados con las normas de calidad internacionales requeridas para que cumplan los estándares de calificación de los organismos de controles nacionales e internacionales y son importados bajo las normas de control.

Tabla 33.
Proceso de importación

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	RECURSOS
			Minutos	/INTERVENCIÓN
1	Compra de accesorio	Adquisición de materia Accesorio.	20	Accesorio
2	Importación	Se procede a importación	20	Accesorio
3	Transporte	Se procede a transportar el accesorio	30	Accesorio
4	Control	Se procede al control del accesorio	30	Accesorio
5	Revisión	En esta etapa se procede a revisar que el accesorio solicitado se encuentre en buenas condiciones.	20	Accesorio
6	Traslado a bodega	En esta fase del proceso se trasladó a bodega	10	Accesorio
		Almacenado en las bodegas de la empresa		Accesorio
7	Almacenado		5	

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Accesorios

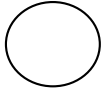
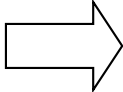

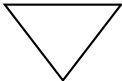

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DE UNIDAD	DE
	CONSUMO ANUAL	MEDIDA	
Accesorios	53662	Unidad	

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

De acuerdo con la encuesta realizada, los productos más utilizados son los más económicos, es decir accesorios que tengan la misma utilidad que los originales pero que se los pueda obtener a un mejor precio y que cuenten con las normas de calidad establecidas, una vez se ha decidido los accesorios que se van a importar es necesario iniciar la cotización de los productos.

Diagrama de flujo

Tabla 31.
Simbología Normativa Asme

SIMBOLOGÍA	REPRESENTACIÓN	DESCRIPCIÓN
	Operación	Una operación cada vez que una forma o documento es cambiado de sus características, cuando se prepara para otra operación, transporte o mantenimiento.
	Transporte	Transporte cada vez que un documento se mueve, excepto cuando el movimiento forma parte de una inspección.
	Inspección	Inspección cada vez que un documento es examinado de un objeto para comprobar su calidad o cantidad.
	Almacenamiento	Ocurre un almacenamiento cuando se mueve bajo condiciones controladas de un objeto.
	Demora	Cuando no requiere de la ejecución de la acción planeada y no permite la realización del siguiente pasó.

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Diagrama de flujo del proceso de importación

Tabla 32.
Diagrama de procesos

EMPRESA MANZANO IMPORTADORA								
DIAGRAMA DE FLUJO								
Producto: Accesorios de carrocerías				Inicia en: Compra de materiales e insumos				
Empresa: MANZANO				Termina en: Almacenamiento				
Método: Normativa Asme				Elaborado por: Sebastián Manzano				
Fecha: 12 de marzo 2017								
N°	ACTIVIDAD	TIEMPO (minutos)	DISTANCIA (metros)	○	□	⇒	◐	▽
1	Compra de accesorio	20		●				
2	importación	20		●				
3	transporte	30		●				
4	Control	30		●				
5	revisión	20				●		
6	Traslado a bodega	10					●	
7	Almacenado	5						●

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia
Fuente formato: (Crespo Ramos, López Yepes)

4.3.8 Capacidad de importación

La capacidad de importación se basa en la DPI real, que se obtiene de la estimación de un porcentaje establecido, en este proyecto es de 4,7%, dicho valor que representará las unidades de importación que la Empresa MANZANO podrá importar en periodo anual, además se determina los materiales, insumos y los costos indirectos de importación, se divide de la demanda potencial insatisfecha real con los días de trabajo anuales y así se obtiene el valor de producción diaria.

El tamaño óptimo del proyecto se basa en la capacidad de importación ya sea esto anual o mensual, de la DPI se alcanza a cubrir el 4,7 %, lo cual equivale a 53662 accesorios genéricos de carrocerías, la venta diaria de la empresa MANZANO tendrá alrededor de 4400 unidades mensuales.

Tabla 33.

Capacidad de importación

Importación Mensual	Importación Anual	DPI REAL
4471 unidades	53662	6,36

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

4.3.9 Calculo de Impuestos a pagar en una importación.

4.3.9.1 Calculo del CIF

El cálculo del CIF (cost, insurance feight) se lo realiza mediante la suma del costo total de la factura de la mercancía en precio FOB mas el flete marítimo que es 1.50 dólares por cada kilo de los bienes tributables y más el seguro que es el 2% de la suma del precio FOB mas el flete.

En nuestro caso según la proforma realizada el valor de la factura es de 31.933,00 por lo cual realizaremos el siguiente calculo:

Tabla 34.
Cálculo del CIF

Precio FOB	31933
Flete	1345,74
Costo+Flete	33278,74
Seguro 2%	665,57
TOTAL, CIF	33944,31

4.3.9.2 Cálculo de Impuestos Aduaneros

Una vez se ha obtenido el valor del CIF con esa base se calcula los impuestos a pagar para la desaduanización de la mercancía, los mismos que nos darán el valor total de la importación.

Tabla 35.
Cálculo de Impuestos

AD VALOREM	\$ 0,00	0%
FODINFA 0,5%	\$ 169,72	0,50%
ICE	\$ 0,00	NO APLICA
TOTAL, IMPUESTOS	\$ 169,72	
TOTAL, SIN IMPUESTO	\$ 34114,04	
IVA 12%	\$ 4093,68	12%
TOTAL	\$ 38207,72	

El valor total de la importación será de \$38207.72 el mismo que será financiado, este valor total esta exento de gastos locales.

4.4. Distribución de la planta (Lay - out)

“La distribución de la planta consiste en organizar los elementos de una manera adecuada, que asegure la fluidez en las actividades diarias en el trabajo, teniendo en cuenta las dimensiones para cada una de las áreas, que actividades se deben realizar en dicho departamento con la finalidad de evitar accidentes dentro de las áreas”. (García y Fernández Quesada, 2014)

En cuanto a la distribución de la planta en la empresa MANZANO pretende tomar

como referencia a la distribución de la planta que están instalados en Guayaquil, debido que las plantas en dicha ciudad funcionan de una manera adecuada y lo cual ha permitido alcanzar sus objetivos en cuanto a cumplimientos de metas.

4.4.1 Periodo operacional estimado de la planta o bodega

“Periodo operacional de la planta es la vida útil que tiene un proyecto que se establece en forma práctica, tomando en cuenta la vida útil estimada de los equipos más costosos de la organización o de acuerdo con el plazo se estima conseguir el préstamo” (Andrade, 2013).

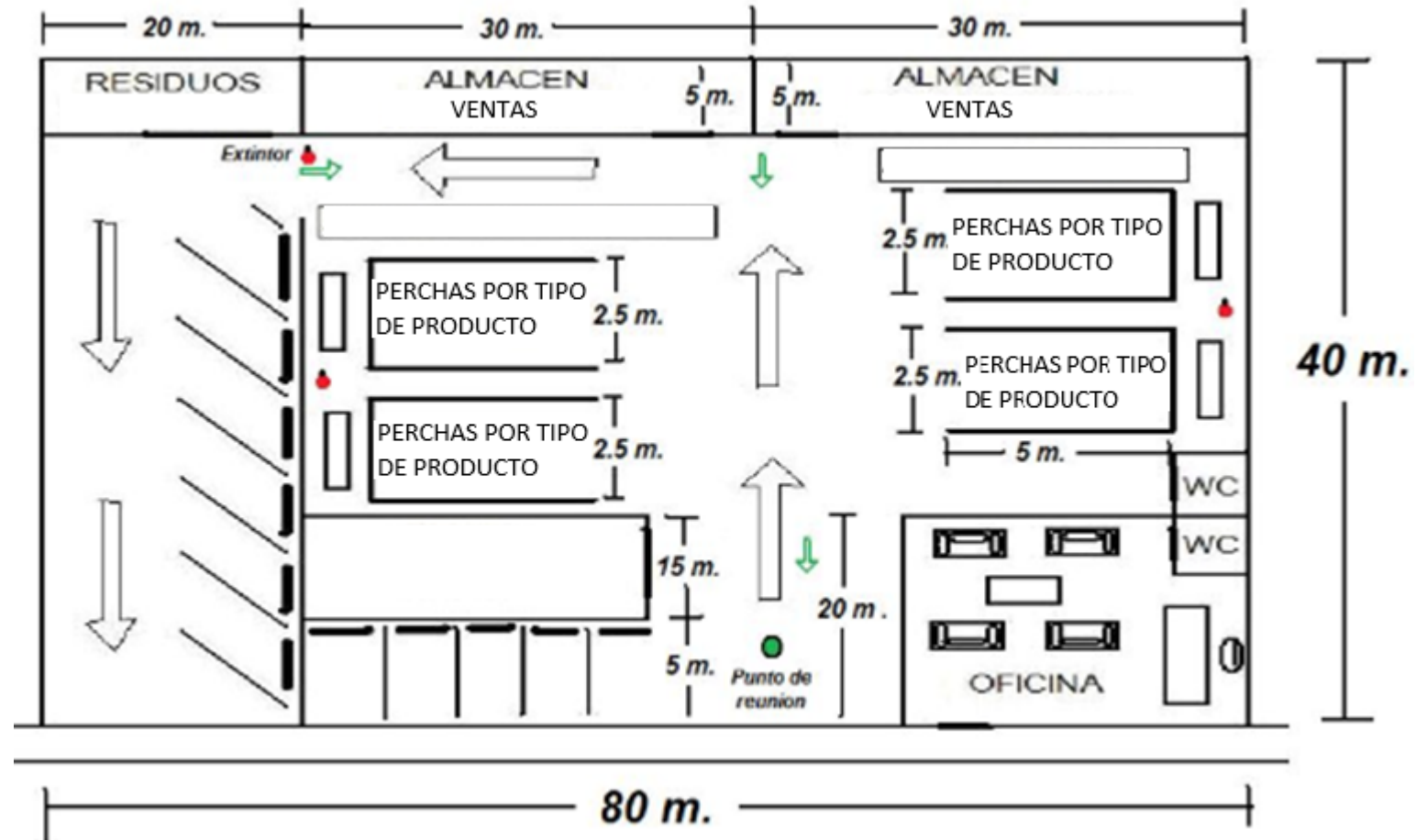


Figura 27. Distribución de la Empresa Importadora Manzano
 Elaborado por: Sebastián Manzano
 Fuente: Investigación propia

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

MANZANO es una empresa importadora y comercializadora de accesorios genéricos, esta empresa nace con el fin de mejorar la comercialización de accesorios genéricos para carrocerías nacionales, para ello se propone vender el producto mediante un proceso adecuado es decir cambiar la mente de los dueños de las empresas carroceras por un proceso técnico para lo cual se deberá realizar ciertas adecuaciones e implantar instalaciones acordes a los requerimientos y gustos que exige los clientes.

Lo más importante es que el acceder a los accesorios genéricos es limitado debido a que en la provincia de Tungurahua no existen empresas dedicadas a la importación de accesorios genéricos. Esto motiva a este emprendimiento.

5.2. Diseño Organizacional

Niveles Jerárquicos

“Los niveles jerárquicos es el conjunto de órganos que están agrupados con el grado de autoridad a su vez con el de responsabilidad, teniendo en cuenta que la administración se encarga de delegar responsabilidades a fin de evitar la sobrecarga de funciones” (Tapia y Gutiérrez , 2015).

Los niveles jerárquicos son conjunto de órganos que se están compuesto por diferentes niveles que cada uno de los niveles poseen características propias y específicas a la cual están sujetadas y en el caso de la empresa MANZANO se usaran los más básicos, teniendo en cuenta que es una empresa nueva y por ende una persona realizara las funciones que normalmente otra persona lo pudiere hacer, esto debido a los costos que se pretende evitar, mientras el producto se va incursionando en el mercado y por supuesto que a futuro se tiene planificado ampliar la organización, acorde a los requerimientos y exigencias necesarias que la situación lo amerite y se requiera el incremento del personal.

▪ **Nivel Directivo**

Conformado por el gerente administrativo (representante legal) y accionistas son encargados de legislar políticas, realizan reglamentos internos, resoluciones a fin de mejorar constantemente el desenvolvimiento del personal administrativo y operativo.

▪ **Nivel Ejecutivo**

El nivel ejecutivo es el representante legal de la empresa, es decir el responsable de todo lo que ocurre en la organización, entre sus funciones esta hacer cumplir las leyes, normas, políticas y procedimientos que ha sido asignado por el nivel directivo.

▪ **Nivel Asesor**

El nivel asesor no tiene autoridad en mando, sin embargo, es necesario el asesoramiento en alguna área en los que el gerente crea conveniente pedir asesoramiento a fin de tomar las decisiones correctas y oportunas.

▪ **Nivel auxiliar o apoyo**

El nivel auxiliar o también conocido como el nivel de apoyo, consiste en apoyar a los otros niveles administrativos mediante la prestación de servicios como es el caso de la secretaria que es de gran apoyo al gerente general para cumplir con sus funciones de una manera responsable.

▪ **Nivel operativo**

El nivel operativo es el responsable directo de las actividades que lo realizan en la empresa, teniendo en cuenta que sin este nivel una organización no tendría productos para ofrecer a los clientes.

Tabla 36.
Niveles Jerárquicos

NIVEL	CARGO
Nivel directivo	Directorio
Nivel Ejecutivo	Gerente General
Nivel Auxiliar o de apoyo	Secretaria Jefe Administrativo
Nivel Administrativo	Jefe Comercial Jefe de Importación

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Misión y Visión de la compañía Manzano Importaciones

Misión

Importar y comercializar accesorios genéricos para carrocerías nacionales, a precios cómodos satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a través de un sistema eficiente y un servicio de calidad.

Visión

Para el año 2023 seremos la empresa pionera de Tungurahua en importación y comercialización de accesorios de vehículos genéricos, mediante la innovación constante de nuestro servicio.

Valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Profesionalismo
- Confianza

Matriz axiológica de valores

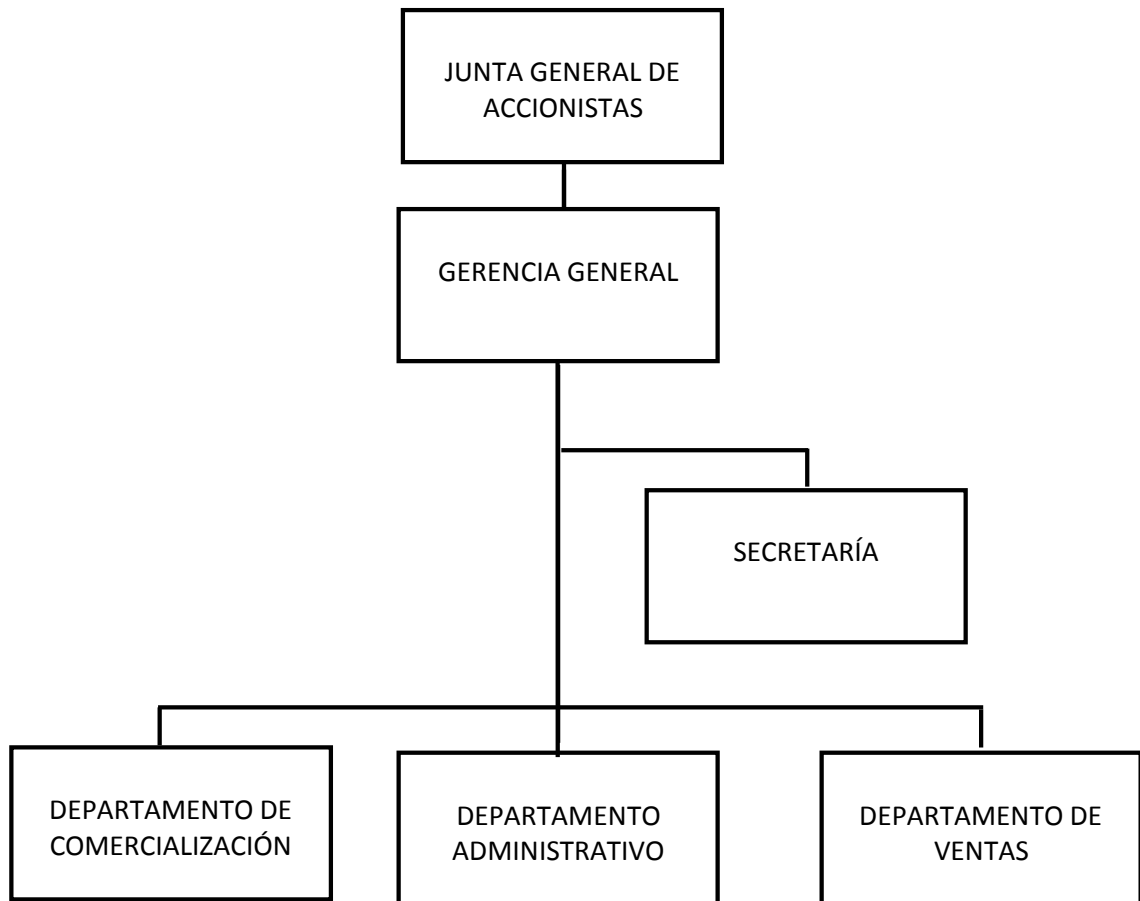
Tabla 37.
Matriz Axiológica de valores

Grupo Valores	Administrativo	Operativos	Proveedores	Clientes
Honestidad	X	X	X	X
Responsabilidad	X	X	X	X
Respeto	X	X	X	X
Profesionalismo	X	X	X	X
Confianza	X	X	X	X

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

5.3. Estructura Organizativa

Organigrama Estructural Empresa MANZANO Importadora



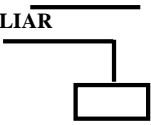
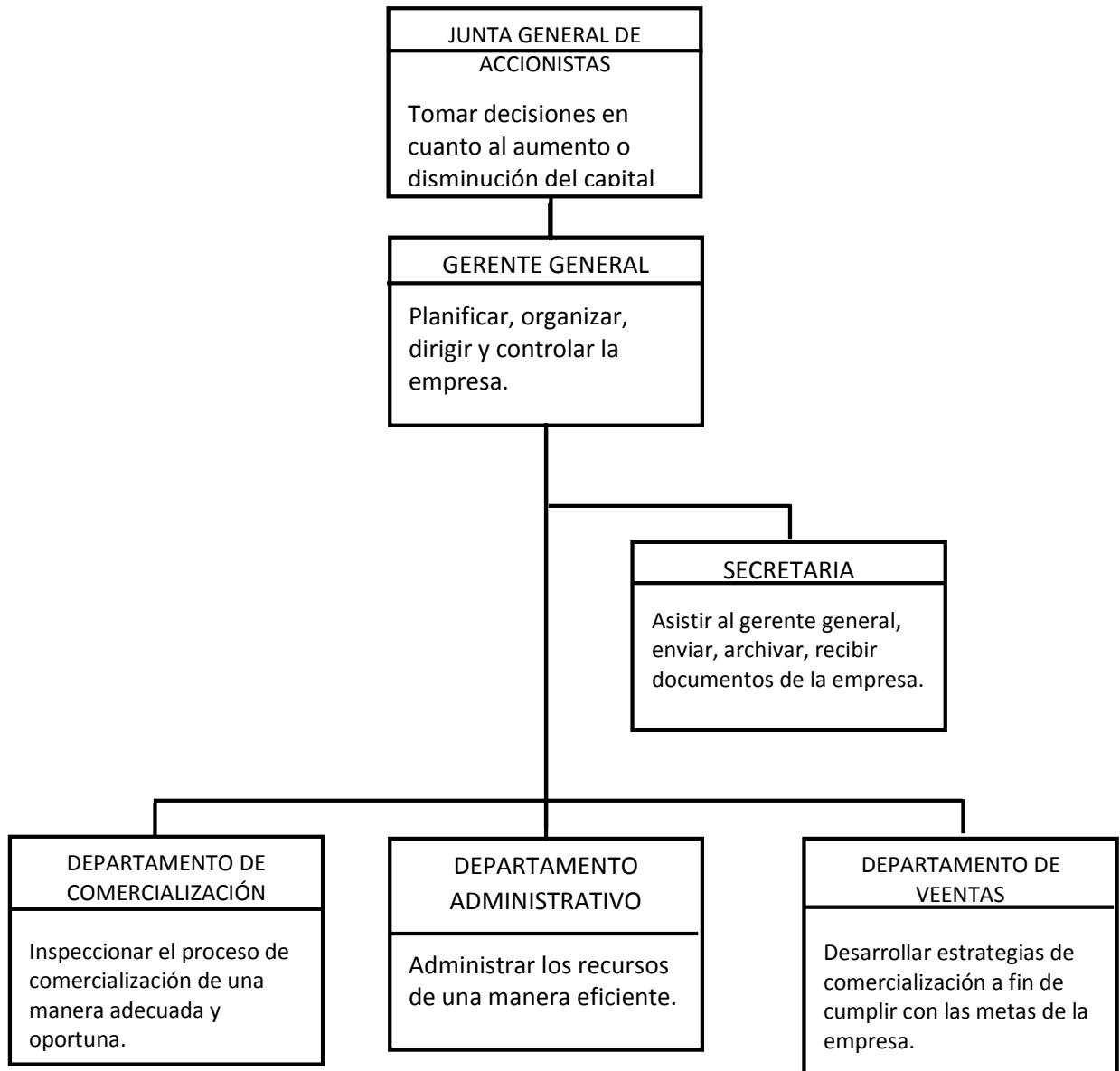
REFERENCIA	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LÍNEA DE AUTORIDAD AUXILIAR 	Sebastián Manzano	Dr. MBA. Walter Jiménez Silva	06/06/2018

Figura 28. Organigrama estructural
 Elaborado por: Sebastián Manzano
 Fuente: (Investigación Propia, formato Fincowsky)

5.4. Estructura Funcional

Organigrama funcional Empresa MANZANO Importadora




REFERENCIA	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
LÍNEA DE AUTORIDAD AUXILIAR 	Sebastián Manzano	Dr. MBA. Walter Jiménez Silva	06/06/2018

Figura 29. Organigrama funcional
Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: (Investigación Propia, formato Fincowsky)

5.5. Manual de funciones

El Manual de Organización y Funciones (MOF) es un documento técnico normativo de gestión institucional donde se describe y establece la función básica, las funciones específicas, las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo. (Teodoro, 2016)

	MANZANO	Fecha	02/02/2018			
	Manual de Funciones (General)	Pagina	1	De	6	
		Sustituye a				
		Pagina		De		
		De fecha				
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS						
IDENTIFICACIÓN						
Nombre del puesto:		Junta General de Accionistas				
Ubicación:		Nivel Directivo				
Clave:		J.G.				
Ámbito de operaciones:		Directivo				
RELACIÓN						
Jefe Inmediato:		Ninguno				
Subordinados Directos:		Director Administrativo, Comercial y Jefe de Importación				
Dependencia Funcional:		Junta General de Accionistas				
Propósito del Puesto: Invertir sus ahorros a fin de obtener ganancias por el dinero invertido.						
Funciones:						
Nombrar, remover o suspender de sus funciones al gerente general.						
Conocer los balances y estados financieros e informes del gerente general.						
Tomar resolución en cuanto al incremento o disminución del capital social de la empresa MANZANO.						
Comunicación: Descendente						
Especificaciones:						
Conocimiento: Riesgos financieros						
Experiencia: Inversiones de mediano y largo plazo						
Personalidad: Emprendedor, Innovador, Analítico						
Elaboró: Sebastián Manzano		Revisó: Dr. MBA. Walter Jiménez		Autorizó:		
					Clave: J.G	

Figura 30. Junta general de accionistas
Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Gerente General

	MANZANO	Fecha	02/02/2018			
	Manual de Funciones	Pagina	2	De	6	
		Sustituye a				
		Pagina		De		
		De fecha				
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS						
IDENTIFICACIÓN						
Nombre del puesto:		Gerente General				
Ubicación:		Nivel Ejecutivo				
Clave:		G.G				
Ámbito de operaciones:		Administrativo				
RELACIÓN						
Jefe Inmediato:		Junta General de Accionistas				
Subordinados Directos:		Director Administrativo, Comercial y Jefe de Importación				
Dependencia Funcional:		Gerencia General				
<p>Propósito del Puesto: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar los recursos de la empresa MANZANO de una forma adecuada, eficaz y eficiente a fin de alcanzar los objetivos propuestos.</p>						
<p>Funciones:</p> <p>Supervisar, vigilar el cumplimiento de los objetivos Representar legalmente a la empresa MANZANO Decidir y aprobar la contratación de personal para la empresa</p>						
<p>Comunicación: Descendente</p>						
<p>Especificaciones:</p> <p>Conocimiento: Administración de Empresas, Finanzas y Carreras Afines. Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en Gerencia, Asesor Comercial Personalidad: Emprendedor, Critico, Analítico.</p>						
Elaboró: Sebastián Manzano		Revisó: Dr. MBA. Walter Jiménez		Autorizó:		
					Clave: G.G	

Figura 31. Gerente General

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Director Administrativo


	MANZANO	Fecha	02/02/2018		
		Pagina	3	De	6
		Sustituye a			
		Pagina		De	
	Manual de Funciones	De fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Jefe Administrativo			
Ubicación:		Nivel Administrativo			
Clave:		D.A			
Ámbito de operaciones:		Dirección Administrativa			
RELACIÓN					
<p>Jefe Inmediato: Gerente General Subordinados Directos: Ninguna Dependencia Funcional: Dirección Administrativa</p> <p>Propósito del Puesto: Gestionar todas las actividades financieras y operativas de la empresa, a fin de evitar sanciones por parte de las autoridades gubernamentales.</p> <p>Funciones:</p> <p>Realizar pagos al personal, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y beneficios adicionales. Presentar los Estados Financieros con sus respectivos anexos Capacitar al personal administrativo y operativo Coordinar las operaciones contables, transacciones adecuadas y oportunas que se realicen en la empresa</p> <p>Comunicación: Ascendente y Horizontal</p> <p>Especificaciones: Conocimiento: Contabilidad y Auditoría, Finanzas. Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en cargos similares Personalidad: Gestor de Cambio, Analítico y Autoexigente</p>					
Elaboró: Sebastián Manzano		Revisó: Dr. MBA. Walter Jiménez		Autorizó:	
Clave: D.A					

Figura 32. Jefe Administrativo
 Elaborado por: Sebastián Manzano
 Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Director Comercial

	MANZANO	Fecha	02/02/2018		
	Manual de Funciones	Pagina	4	De	6
		Sustituye a			
		Pagina		De	
		De fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Jefe Comercial			
Ubicación:		Nivel Administrativo			
Clave:		D.C			
Ámbito de operaciones:		Dirección de Ventas			
RELACIÓN					
Jefe Inmediato:		Gerente General			
Subordinados Directos:		Ninguna			
Dependencia Funcional:		Dirección de Ventas			
<p>Propósito del Puesto: Desarrollar estrategias innovadoras de comercialización a fin de incursionar nuestro producto en el mercado local, buscar oportunidades de crecimiento constante.</p> <p>Funciones: Determinar el potencial de compras de las diferentes categorías de clientes. Gestionar la cartera de clientes asignadas, diseñar estrategias Establecer relaciones con clientes potenciales, visitas constantes. Elaborar un modelo de ventas con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por la empresa Controlar el cumplimiento de los objetivos y en caso de ser necesario modificar las estrategias acordes a los cambios o requerimientos del mercado.</p> <p>Comunicación: Ascendente y Horizontal</p> <p>Especificaciones: Conocimiento: Conocimientos en estrategias comerciales, Marketing y Gestión de Negocios, Atención al cliente, conocimientos básicos de contabilidad. Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en cargos similares Personalidad: Proactivo, Adaptabilidad, Sociable, Emprendedor</p>					
Elaboró: Sebastián Manzano		Revisó: Dr. MBA. Walter Jiménez		Autorizó:	
Clave: D.C					

Figura 33. Jefe Comercial

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Jefe de Comercialización

	MANZANO	Fecha	02/02/2018		
		Página	5	De	6
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página		De	
De fecha					
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Jefe de Comercialización			
Ubicación:		Nivel Administrativo			
Clave:		J.P.			
Ámbito de operaciones:		Operativo			
RELACIÓN					
<p>Jefe Inmediato: Gerente General Subordinados Directos: Operarios Dependencia Funcional: Departamento de Comercialización</p> <p>Propósito del Puesto: Cumplir con la importación planificada en tiempo estipulado y con calidad de trabajo técnicamente calificada, mediante la eficiente administración del departamento a fin de cumplir con las expectativas de la empresa</p> <p>Funciones: Mantener una comunicación efectiva acerca de los procedimientos necesarios a sus subordinados. Resolver las quejas y requerimientos de los operarios. Elaborar los informes respectivos y presentar al gerente general para el análisis respectivo.</p> <p>Controlar el cumplimiento de todos los estándares de calidad.</p> <p>Comunicación: Ascendente y Descendente y Horizontal</p> <p>Especificaciones: Conocimiento: Conocimiento en productos importados, prácticas de BPM, control de calidad Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en cargos similares Personalidad: Enfoque, Creatividad, Flexibilidad, destrezas en informática.</p>					
Elaboró: Sebastián Manzano		Revisó: Dr. MBA. Walter Jiménez		Autorizó:	
Clave: J. P					

Figura 34. Jefe de importación
 Elaborado por: Sebastián Manzano
 Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

Manual de funciones Secretaria


	MANZANO	Fecha	02/02/2018		
		Página	6	De	6
	Manual de Funciones	Sustituye a			
		Página		De	
De fecha					
DESCRIPCIÓN DE PUESTOS					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Secretaria			
Ubicación:		Nivel Auxiliar o de Apoyo			
Clave:		S.			
Ámbito de operaciones:		Administrativo			
RELACIÓN					
Jefe Inmediato:		Gerente General			
Subordinados Directos:		Ninguno			
Dependencia Funcional:		Secretaría			
<p>Propósito del Puesto: Asistir al gerente, administrar la agenda del gerente general y la recepción y despacho de documentos relacionados directamente con la empresa.</p> <p>Funciones: Recibir, clasificar y archivar la documentación en general de la empresa. Atender a clientes con amabilidad y llevar una base de datos actualizados de los clientes. Facturación Apoyar en la coordinación con gerente y el equipo administrativo. Redactar los oficios correspondientes y realizar instrucciones que le sean organizadas por el gerente.</p> <p>Comunicación: Ascendente</p> <p>Especificaciones: Conocimiento: Secretariado, mecanografía, caligrafía, idiomas extranjeros, archivo y conocimientos de contabilidad. Experiencia: Experiencia profesional mínima demostrable de 2 años, labores de secretaria en empresas afines. Personalidad: Agudeza visual, sentido de humor, proactiva, concentración y amplitud de memoria.</p>					
Elaboró: Sebastián Manzano		Revisó: Dr. MBA. Walter Jiménez		Autorizó:	
Clave: S.					

Figura 35. Secretaria

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación propia, (Fincowsky, 2014)

CAPÍTULO VI
ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en activos fijos tangibles

Activos Fijos

“El activo fijo es aquel que no está destinado a ser comercializado, sino más bien son para utilizarlos dentro de las actividades de la empresa ya sean estos activos fijos o móviles, los activos fijos no están destinados a vender, mientras que los activos móviles si están destinados para venderse” (Panzavuota, 2014).

Tabla 38.
Terreno

TERRENO			VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL			
100 m2	1		\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
	TOTAL		\$ 12.000,00	\$ 12.000,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 42
Edificio

EDIFICIO			VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL			
Construcción de la comercializadora	1		\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
	TOTAL		\$ 8.000,00	\$ 8.000,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 39.
Adecuaciones

ADECUACIONES			VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL			
Adecuaciones del almacén	1		\$ 6.598,00	\$ 6.598,00
	TOTAL		\$ 6.598,00	\$ 6.598,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 40.
Vehículo

VEHÍCULO		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL		
Ford 1500	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	TOTAL		\$ 10.000,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 41.
Total activos fijos

ACTIVO FIJO	VALOR
TERRENO	\$ 12.000,00
EDIFICIO	\$ 8,000,00
ADECUACIONES	\$ 6.598,00
VEHÍCULO	\$ 10.000,00
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 36.598,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis e interpretación

La inversión en activos tangibles que realizará la empresa “MANZANO” será en la construcción de la planta y adecuaciones con un monto de \$ 14.598,00, además en un vehículo adaptado para que su balde permanezca frío todo el tiempo para ello se invertirá \$ 10.000,00, seguido por el terreno que el valor es de \$ 12.000 La mayor inversión será destinada en la construcción de la planta y adecuaciones.

6.2. Inversiones en activos diferidos intangibles

Activos diferidos

“Activos diferidos se encuentran clasificados como un activo, sin embargo, son costos y gastos ya pagados pero que aún no son utilizados, además cabe recalcar que el fin no es afectar de alguna manera a la información financiera en los periodos que aún no se han sacado provecho de estos gastos” (Mendoza y Ortiz, 2016).

Tabla 42.
Gastos de constitución

Concepto	Valor
Escritura Pública	\$ 600,00
RUC	\$ 10,00
Permisos de Funcionamiento	\$ 30,00
TOTAL	\$ 640,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 43.
Gastos de publicidad

Concepto	Valor
Radio	\$ 600,00
Diseños de Páginas web	\$ 40,00
Total	\$ 640,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 44.
Total activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$ 640,00
Publicidad	\$ 640,00
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.280,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

Los activos diferidos que tiene la empresa MANZANO se destacan en la constitución de la empresa en la que designara un monto de \$ 640,00, así como también en publicidad con un monto de \$ 640,00. La inversión en publicidad y promoción es considerada básico por lo que se espera ser parte de la cadena de promoción y publicidad del Gobierno Provincial de Tungurahua.

6.3 Inversiones en Activos circulantes o capital de trabajo

Activos Corriente o Circulante

“El activo circulante o también conocido como activo corriente es el activo líquido o que es convertible en dinero en corto plazo es decir inferior a un año, además este

activo está en operación de modo continuo y puede transformarse, utilizarse, convertirse en efectivo” (Romero , Bejarano , y García , 2015).

- Caja-Bancos

MANZANO tendrá un valor de \$ 2.500,00 en liquidez dicha cuenta permitirá solventar algunos pagos que sean de importancia para la empresa.

- Inventarios

MANZANO utilizara el modelo del Lote Económico, este modelo se basa en los costos más el inventario que cuenta, además otras variables como el transporte, costo entre otros.

$\text{Inventario} = \frac{\text{Lote Económico} *}{\text{Precio}}$

$$\text{Inventario} = 1374,77 * 4$$

$$\text{Inventario} = \$ 5499,08$$

$$\text{Lote Económico} = \frac{2 * \sqrt{F * U}}{\sqrt{C * P}}$$

Dónde:

LE = Cantidad Óptima que se requiere de accesorios

2 = Constante

F = Costo de colocar y recibir una orden de compra

U = Consumo anual de unidades de accesorios

C = Tasa pasiva referencial 4,98% Banco Central del Ecuador 2017,

P = Precio unitario de compra

$$\text{LoteEconómico} = \sqrt{\frac{2 * 15 * 12600}{0.05 * 4}}$$

$$\text{LoteEconómico} = \sqrt{\frac{378000}{0.20}}$$

$$\text{LoteEconómico} = \sqrt{1.890.000,00}$$

$$\text{LoteEconómico} = 1374,77 \text{ cantidad óptima que se requiere de accesorios}$$

- Cuentas por cobrar

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{ventas anuales}}{360} * \text{período promedio de recuperación}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{112690,2}{360} * (30)$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \$ 9569,77$$

El periodo promedio de recuperación se obtiene a través del número de días que la EMPRESA MANZANO otorgara el crédito a 15,30 y 45 días.

PPR= (15+30+45) / 3 = 30 días, cabe recalcar que el plazo estipulado es política de cada empresa, en este caso la empresa MANZANO tiene un plazo de recuperación de 30 días.

Total, Activo Circulante

Tabla 45.

Total activo corriente

ACTIVO CIRCULANTE	
CAJA BANCOS	\$ 2.500,00
INVENTARIOS	\$ 5.499,08
CUENTAS POR COBRAR	\$ 9.569,77
TOTAL	\$ 17568,85

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis e Interpretación

Los activos circulantes de la empresa MANZANO dispone de las siguientes cuentas que se detalla a continuación: Caja-Bancos con un valor de \$ 2500,00 en efectivo que cuenta la empresa a fin de afrontar necesidades imprevistas, en inventario una suma de \$ 5499,08 cabe recalcar que no está almacenado en la empresa más bien está separada mediante el pago anticipado a los proveedores a fin de que el maíz estén en óptimas condiciones para el procesamiento, en cuanto a cuentas por cobrar con un valor de \$ 9569,77 este valor corresponde a la recuperar a terceras personas. Lo que significa que la cuenta por cobrar es la cuenta con alto valor, que será recuperado en un plazo de 30 días.

Pasivo Circulante

$$Tasa\ Circulante = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

$$2.5 = \frac{17568,85}{Pasivo\ Corriente}$$

$$Pasivo\ Corriente = \frac{17568,85}{2.5}$$

$$Pasivo\ Corriente = \$ 7027,54$$

Teniendo en cuenta que la tasa circulante que es de (2,5) es considerado como un valor referencial en el mercado bancario que en este caso por Banco Central que brinda información por las instituciones financieras.

Análisis e Interpretación

El pasivo corriente de la empresa MANZANO es de \$ 7027,54, este valor se obtiene dividiendo el activo corriente que en este es \$ 17670,12 para la tasa circulante (2.5), y es así como se obtiene el pasivo corriente que es \$ 7027,54.

Capital de Trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Total Activo Circulante} - \text{Total Pasivo Circulante}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 17568,85 - \$ 7027,54$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 10541,31$$

Análisis e Interpretación

La empresa MANZANO cuenta con el capital de trabajo de \$ 10541,31, lo cual permitirá operar las actividades de una manera adecuada, además se tiene en cuenta que los valores antes mencionados se consideran a corto plazo lo que implica que serán variables en el transcurso del tiempo.

6.4. Resumen de las Inversiones

$$\text{Inversión Inicial} = \text{Activo Fijo} + \text{Activos Diferidos} + \text{Capital de trabajo}$$

Inversión Inicial = \$ 66.598,00 + \$ 1280,00 + 10541,31

Inversión Inicial= \$ **78.419,31**

La empresa MANZANO necesitara una inversión inicial de \$ **78419,31** dicha cantidad se encuentra distribuida entre los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, esto es necesario para llevar a cabo la operación con normalidad.

Aportes Socios – Constitución de Capital Propio

Tabla 46.
Constitución del capital propio

<i>Socio</i>	<i>Valor</i>	<i>% de Aportación</i>
Accionista 1	19219,31	50,04
Accionista 2	9600	24,98
Accionista 3	9600	24,98
TOTAL	38419,31	100

6.5. Financiamiento

El financiamiento para la empresa MANZANO será determinada mediante el capital propio el mismo que está constituido por el aporte de los socios de la empresa, el saldo faltante será adquirido mediante las instituciones financieras, teniendo en cuenta el monto, plazo, interés y los requisitos que dicha institución lo soliciten, cabe recalcar que esta empresa no financiará bajo ningún acuerdo con las terceras personas, debido al riesgo que tendría la empresa en caso de incumplimiento de pagos.

Tabla 47.
Financiamiento

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	% DE APORTACIÓN
CAPITAL PROPIO	\$ 38.419,31	48,99
INSTITUCIÓN FINANCIERA	\$ 40.000,00	51,01
TOTAL	\$ 78.419,31	100,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

La empresa MANZANO, cuenta con \$ 38.419,31 con capital propio, aportes de los socios que equivale al 48,99% del total de la inversión, y para cubrir el saldo faltante

para el proyecto de emprendimiento se procede a solicitar a una institución financiera por el monto de \$ 40.000,00 equivalente al 51,01%, es así como se cubre con el financiamiento que este proyecto requiere.

Tabla 48.
Proformas de las instituciones financieras

INSTITUCIONES FINANCIERAS	MONTO	TASA DE INTERÉS ACTIVA	MESES PLAZO	GARANTE	ENTRADA
BanEcuador	\$ 40000	11,26%	48	2 garantes	\$ 0,00
CCCA	\$ 40000	9,82%	48	1 garantes	\$ 0,00
CFN	\$ 40000	8,12%	48	0 garantes	\$ 0,00
Banco Pacifico	\$ 40000	11,23%	48	1 garante	\$ 0,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Una vez realizada el análisis minucioso de cada institución financiera se opta por financiar a través de BanEcuador debido a que la tasa de interés es de 11,26% siendo una de las instituciones financieras con eficiencia y ayuda oportunamente en cuanto al financiamiento se refiere.

6.6 Plan de Inversiones

Teniendo en cuenta la inversión que la empresa MANZANO necesita realizar y el financiamiento que se requiere, para ello se toma como referencia a BanEcuador, a continuación, se detalla el plan de inversión:

Tabla 49.
Plan de inversiones

INVERSIÓN	VALOR (USD)	VALOR (%)
ACTIVO FIJO	\$ 36.598,00	46,67
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.821,31	2,33
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 40.000,00	51,00
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 78.419,31	100%
Financiamiento.		
RECURSOS PROPIOS	\$ 38.419,31	49,00
FINANCIAMIENTO INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 40.000,00	51,00
TOTAL, FINANCIAMIENTO	\$ 78.419,31	100%

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

La empresa MANZANO, presenta una inversión de 46.67% en activos fijos, 2,33% en activos diferidos y 51% en capital de trabajo, serán financiados con 49% de recursos propios y el 51,00% financiada por una institución financiera.

6.7 Presupuesto de Costo e Ingresos

Costos de Importación

“Los costos de importación se refiere a los gastos que incurre en la empresa relacionados con la actividad específicamente productiva tales como: materiales directos, gastos de terceros que se facturan directamente a los clientes” (González Ruiz & Hernández , 2014).

Tabla 50.
Costo de Accesorios

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Accesorios	13955	u	\$2.15	\$30.003,25

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Costos Administrativos

“Los costos administrativos son recursos que son importantes para las operaciones, manejos dentro de una organización, es decir son los costos que la empresa necesita para ejecutar todo lo referente a tramitología, en su mayoría son manejados por los gerentes” (Jacobsen & Ramírez Padilla , 2014)

Tabla 51.
Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Luz	1000 wl	\$ 16,00	\$ 192,00
Teléfono	80 minutos	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet	100 megas	\$ 11,00	\$ 121,00
TOTAL			\$ 457,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 52.
Sueldos y Salarios

SUELDOS Y SALARIOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Gerente	1	\$ 386,00	\$ 4632,00
Jefe	1	\$ 386,00	\$ 4632,00
Administrativo	1	\$ 386,00	\$ 4632,00
Jefe Comercial			
Secretaria	1	\$ 200,00	\$ 2400,00
TOTAL			\$ 12096,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Referencia: Art. 82 Código del trabajo que dice lo siguiente: se pagara aplicando la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, tomando la referencia el salario básico unificado. Tal es el caso del Jefe de Comercialización es un Ing. Mecánico que va laborar a medio tiempo como mano de obra directa por ende ese costo no consta en costos administrativos, considerando que es una empresa es factible suprimir algunos departamentos tal es el caso del gerente además de sus funciones tendrá el rol del jefe administrativo

Tabla 53.
Suministro de oficina

SUMINISTRO DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Unitario
Resmas de papel bond formato a4	2	\$ 5,50	\$ 11,00
Esferos	2	\$ 0,30	\$ 0,60
Sello de la empresa	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Archivadores	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Perforadora	1	\$ 2,90	\$ 2,90
TOTAL			\$ 34,50

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 54.
Total costos administrativos

TOTAL, COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios Básicos	\$ 457,00
Sueldos y Salarios	\$ 12096,00
Suministros de Oficina	\$ 34,50
TOTAL	\$ 12587,50

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Costos de Venta

“El costo de venta es el costo que incurre específicamente en la comercialización de un bien, o en una prestación de servicio, para determinar el costo se procede a restar al valor de la venta, al valor que se invirtió en el producto, se tienden a ser complejas de acuerdo al volumen, cantidades grandes de venta” (Pérez , Rantasila, & Sela, 2014).

Tabla 55.
Sueldos y salarios (Costo venta)

SUELDOS Y SALARIOS			
Descripción	Consumo Anual	Precio Unitario	Precio Total
Vendedor	1	\$ 386,00	\$ 4632,00
Costos Indirectos	1	\$ 1500,00	\$ 1500,00
	Total		\$ 6132,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 56.
Flete y Estibaje

TRANSPORTE			
Descripción	Consumo Anual	Valor unitario	Precio Total
Transporte de producto/Manipulación Handling	2	\$ 600.00	\$ 1200,00
Estibaje	2	\$ 150,00	\$ 300,00
	Total		\$ 1500,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

Tabla 57.
Total costo de venta

Costo de venta	
Sueldos y Salarios	\$ 6132,00
Flete y estibaje	\$ 1500,00
Total, costos de venta	\$ 7632,00

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

▪ **Costos Financieros**

“Los costos financieros son los pagos, retribuciones que deben realizar como efecto de la adquisición de fondos financieros a fin de mantener en el tiempo, los activos que permitan el funcionamiento adecuado de la empresa, dichos activos requieren financiamiento y por ende la realización de crédito, se procederá a cubrir en un periodo de tiempo” (Passananti & Gerber, 2015).

Tabla 58.
Interés bancario

PRÉSTAMO BANCARIO	
Intereses por préstamo tasa activa referencial del 11,23%	\$ 4122,26
TOTAL	\$ 4122,26

Elaborado por: Sebastián Manzano
Tabla de Amortización
Fuente: (Banco del Austro)

Tabla 59.
Resumen de presupuestos de costos

RESUMEN DE COSTOS	TOTALES
Accesorios	\$ 31.933,00
Transporte	\$ 1345,74
Seguro	\$ 665,57
Fodinfra	\$ 169,72
IVA	\$ 4093,68
TOTAL, DE COSTOS DE IMPORTACION	\$ 38.207,71
COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios Básicos	\$ 457,00
Sueldos y Salarios	\$ 12096,00
Suministro de Oficina	\$ 34,50
TOTAL, COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.587,50
COSTOS DE VENTA	
Sueldos y Salarios	\$ 6132,00
Transporte	\$ 1500,00
TOTAL, DE COSTOS DE VENTA	\$ 7.632,00
COSTOS FINANCIEROS	
Interés Préstamo Bancario	\$ 4.122,26
TOTAL, COSTO FINANCIERO	\$ 4.122,26
<i>TOTAL, COSTO DEL PROYECTO</i>	\$ 62549,47

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

6.8 Situación financiera actual

“El balance general es el estado financiero de una empresa en un periodo determinado, tiene la finalidad de revisar la situación financiera, está compuesta por los activos, pasivos y el patrimonio” (Solís, 2016).

“El balance general es la fotografía lo que refleja la empresa en términos financieros, es decir lo que dispone la empresa hasta una fecha específica, este documento sirve para poder tomar decisiones adecuadas en el beneficio de la organización” (Urquiso Torres & Bocco Verdinelli, 2016).

EMPRESA MANZANO IMPORTADORA

Tabla 60.
Balance General

ACTIVO		PASIVO	
Caja-Bancos	\$ 2.500,00		
		Largo Plazo	
TOTAL, ACTIVO			
CORRIENTE	<u>\$ 2.500,00</u>	Préstamo Bancario	\$ 40.000,00
Tangibles		TOTAL, PASIVO LP	\$ 40.000,00
Terreno	\$ 12.000,00	TOTAL, PASIVO	\$ 40.000,00
Edificio	\$ 8.000,00		
Adecuaciones	\$ 6.598,00		
Vehículo	\$ 10.000,00		
TOTAL, TANGIBLES	<u>\$ 39.098,00</u>		
Intangible			
Gastos de Constitución	\$ 640,00	Capital	\$ 26.843,71
Publicidad y Propaganda	\$ 640,00	TOTAL, PATRIMONIO	\$ 26.843,71
TOTAL, INTANGIBLES	<u>\$ 1280,00</u>	TOTAL, PASIVO +	
TOTAL, ACTIVO	<u>\$ 40.378,00</u>	PATRIMONIO	<u>\$ 66.843,71</u>

Gerente General

Jefe Administrativo

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

6.9 Presupuesto de ingresos

Tabla 61.
Presupuesto de ingresos

Años	DPI Real	Precio	Ingresos Mensuales	Ingresos Anuales
2018	53662	\$ 2	\$ 9.390,81	\$ 112.689,74
2019	54499	\$ 2,12	\$ 9.628,14	\$ 115.537,66
2020	55349	\$ 2,15	\$ 9.916,71	\$ 119.000,52
2021	56213	\$ 2,17	\$ 10.165,10	\$ 121.981,16
2022	57089	\$ 2,20	\$ 10.466,40	\$ 125.596,77
2023	57980	\$ 2,22	\$ 10.726,31	\$ 128.715,70

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

El presupuesto de ingresos de la empresa MANZANO para el año (1) será de \$112.689,74 y para el año (5) será de \$128.715,70 Para obtener el ingreso anual se calcula mediante la cantidad obtenida en el DPI Real, posteriormente multiplicar por el precio, el precio estipulado se encuentra en el análisis de precios y es así como se obtiene el ingreso anual. Cabe recalcar que el precio al pasar el tiempo puede ser flexible debido a los factores macroeconómicos y microeconómicos que ocurrirán en el país, por ende, se deberá preparar para poder competir en el mercado local.

6.10 Estado de resultados proyectados.

EMPRESA MANZANO IMPORTADORA ESTADO DE RESULTADO

Tabla 62.
Estado de resultados proyectados

	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	\$ 115.537,66	\$ 119.000,52	\$ 121.981,16	\$ 125.596,77	\$ 128.715,70
(-) Costos de Producción	\$ 50.543,88	\$ 51.109,97	\$ 51.682,40	\$ 52.261,25	\$ 52.846,57
(=) Utilidad Bruta	\$ 64.993,78	\$ 67.890,55	\$ 70.298,76	\$ 73.335,52	\$ 75.869,13
(-) Costos Administrativos	\$ 10.774,50	\$ 10.895,17	\$ 11.017,20	\$ 11.140,59	\$ 11.265,37
(-) Costos Financieros	\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(-) Costos de Venta	\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48	\$ 5.646,01
(=) Utilidad					
Antes de Impuestos	\$ 44.697,02	\$ 48.423,37	\$ 51.735,04	\$ 55.897,75	\$ 58.957,75
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 11.174,26	\$ 12.105,84	\$ 12.933,76	\$ 13.974,44	\$ 14.739,44
(=) Utilidad después de Impuestos	\$ 33.522,77	\$ 36.317,53	\$ 38.801,28	\$ 41.923,31	\$ 44.218,31
(-) Reparto Utilidades					
Trabajadores 15%	\$ 5.028,41	\$ 5.447,63	\$ 5.820,19	\$ 6.288,50	\$ 6.632,75
(=) Utilidad Neta	\$ 28.494,35	\$ 30.869,90	\$ 32.981,09	\$ 35.634,82	\$ 37.585,56
(+) Cargos Depreciación y Amortización	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60	\$ 11.575,60
(-) Pago Principales	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 0,00
(=) Flujo Neto de Efectivo	\$ 30.069,95	\$ 32.445,50	\$ 34.556,69	\$ 37.210,42	\$ 49.161,16

Gerente General

Jefe Administrativo

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

6.11 Flujo de caja

Tabla 63.
Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 78.419,31	\$ 115.537,66	\$ 119.000,52	\$ 121.981,16	\$ 125.596,77	\$ 128.715,70
(+) Recursos Propios	\$ 38.419,31					
(+) Recurso Ajenos	\$ 40.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 115.537,66	\$ 119.000,52	\$ 121.981,16	\$ 125.596,77	\$ 128.715,70
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 54.708,58	\$ 55.321,32	\$ 55.940,91	\$ 56.505,61	\$ 57.138,47
(+) Costos Operacionales		\$ 38.534,08	\$ 38.965,66	\$ 39.402,08	\$ 39.843,38	\$ 40.289,63
(+) Costos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48
(+) Costos Administrativos		\$ 10.774,50	\$ 10.895,17	\$ 11.017,20	\$ 11.140,59	\$ 11.265,37
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 78.419,31	\$ 60.829,08	\$ 63.679,20	\$ 66.040,25	\$ 69.091,16	\$ 71.577,23
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		0	0	0	0	0
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(+) Interés de Pago a largo plazo		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
Otros Egresos		<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
(=) Flujo no operacional		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(=) flujo neto de caja	\$ 78.419,31	\$ 56.706,82	\$ 60.567,68	\$ 64.015,37	\$ 68.377,46	\$ 71.577,23
	Gerente General			Jefe Administrativo		

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

6.12 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio es conocido como una herramienta financiera que permite determinar la cantidad exacta de ventas que cubrirán los costos, ya sea en valores, porcentajes, unidades, además muestra la gráfica para conocer la magnitud de utilidades cuando está por encima del punto” (Valdivia García , 2015).

Tabla 64.
Punto de equilibrio

DETALLE	COSTOS FIJOS	VALOR	COSTO VARIABLE	VALOR
Costo de Importación	Inventario Inicial	\$ 11.575,60	Accesorios	\$ 18.000,00
	Equipo de computo	\$ 434,20	Gastos varios	\$ 66,40
	Inversión inicial edificio	\$ 12.720,00	Impuestos	\$ 7.747,68
Costo Administrativo	Servicios Básicos	\$ 1.380,00	Suministro de Oficina	\$ 34,50
	Sueldos y Salarios	\$ 9.360,00		
Costo de Venta	Sueldo Vendedor	\$ 4.560,00	Estibaje	\$ 840,00
Costo Financiero	Interés Préstamo Bancario	\$ 4.122,26		
Total	Costos Fijos	\$ 44.152,06	Costos Variables	\$ 26.688,58

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Punto de Equilibrio (Unidades Monetarias)

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS}}$$

EN DONDE:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

V = Ventas

$$P.E. = \frac{44152,06}{1 - \frac{26688,58}{115537,66}}$$

$$P.E. = \frac{\$ 44152,06}{0,77}$$

$$P.E. = \$ 57340, 34$$

Análisis

El punto de equilibrio de la empresa MANZANO es de \$ 57414,50 (unidades monetarias), es decir que la empresa debe alcanzar la cantidad antes mencionado para estar en un estado donde no está ni bien ni mal monetariamente, es decir mantenerse en el mercado.

6.13 Punto de Equilibrio en Unidades de Producción

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

EN DONDE:

PE = Punto de Equilibrio

CF = Costos Fijos

CVU = Costos Variable Unitario

PVU = Precio de Venta Unitario

$$PE = \frac{\$44152,06}{2,10 - 1,08}$$

$$PE = 43.286 \text{ Unidades}$$

Análisis

El punto de equilibrio de la empresa MANZANO en unidades físicas es 43.286 unidades, tomando como base el número de unidades de accesorios genéricos que se debe importar la empresa a fin de recuperar la inversión realizada.

Punto de Equilibrio Graficado

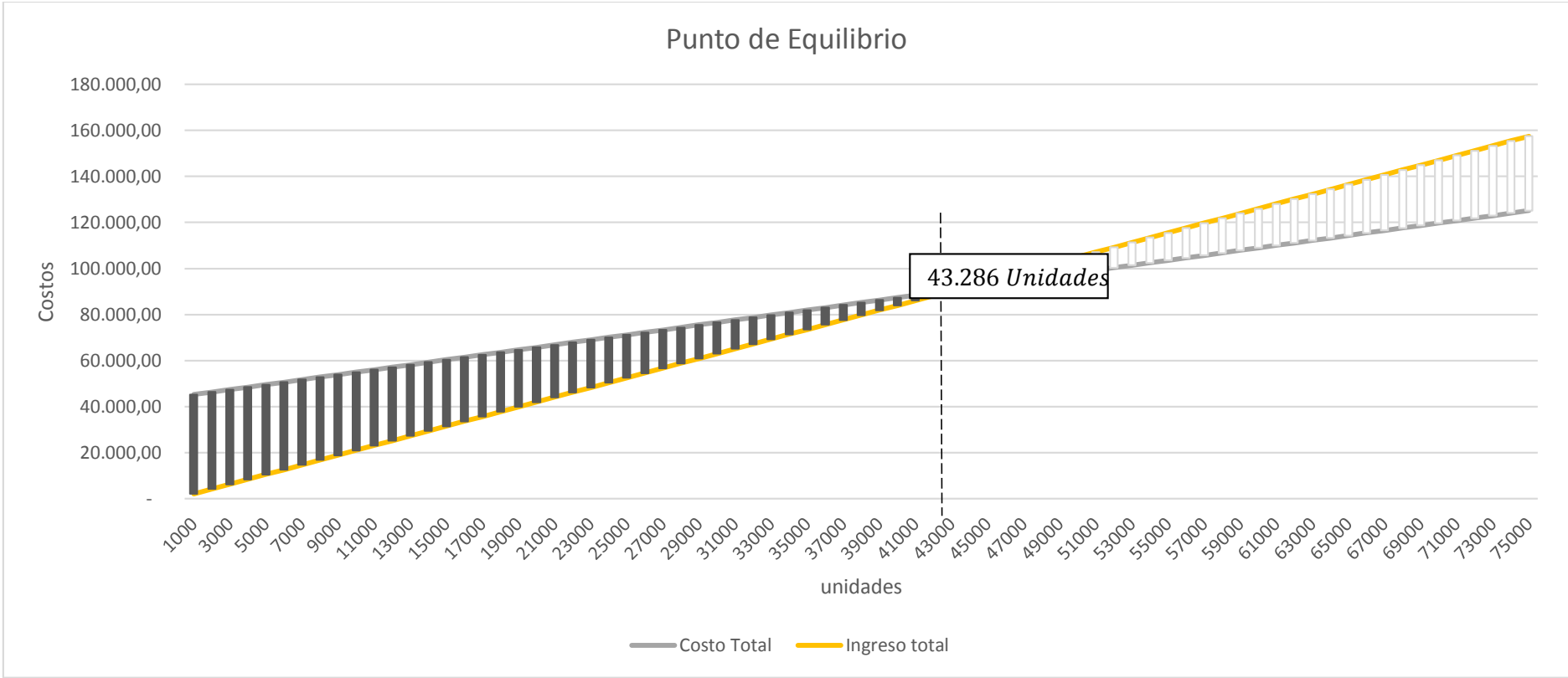


Figura 36. Punto de equilibrio
Elaborado por: Sebastián Manzano

6.14 TMAR

Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos.

“Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) es la cantidad obtenida como ganancia, mediante la división entre la cantidad original, la tasa que ofrece debe ser necesariamente superior a la tasa que ofrece un banco, teniendo en cuenta el riesgo que implica invertir, los inversionistas tienen muy en cuenta esto y ellos trabajan bajo la premisa de mayor ganancia implica mayor riesgo que mediante un buen estudio se pretende evitar riesgos” (Haeussler & Richard , 2015).

Cálculo Tmar1 sin financiamiento

$$\mathbf{Tmar1 = i + f}$$

En donde:

Tmar =Tasa mínima aceptable de rendimiento

i = Riesgo país 665(6,65%)

f = 1,12% (Banco Central del Ecuador)

$$Tmar1 = 0,067 + 0,011$$

$$Tmar1 = 0,078 \rightarrow 7,80\%$$

Cálculo Tmar2 sin financiamiento

$$Tmar2 = i + f (2)$$

$$Tmar2 = 0,067 + 0,011 (2)$$

$$Tmar2 = 0,089 \rightarrow 8,90\%$$

Análisis

La tasa de rendimiento del proyecto de la empresa MANZANO es de 7,80% y 8,90%, siendo una tasa atractiva para los accionistas que invertirán en este proyecto, tomando en cuenta que la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador en febrero 2018 es de 5,85%. Lo que significa que la tasa que ofrecemos es una tasa bastante atractiva y real.

Cálculo Tmar1 global mixto

Tabla 65.
Tmar global mixto 1

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE (%) DE APORTACIÓN A LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 38.419,31	0,4899	0,078	0,0382122
Inversión Financiera	\$ 40.000,00	0,5101	0,1021	0,05208121
Total	\$ 78.419,31	1,00	0,1801	0,09029341
			%	9,02%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

La tasa mínima aceptable de rendimiento global mixto1 para el financiamiento del proyecto MANZANO es de 9,02% para los inversionistas que decidieran invertir en este proyecto.

Cálculo Tmar2 global mixto

Tabla 66.
Tmar global mixto 2

PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE (%) DE APORTACIÓN A LAS FUENTES	TMAR ANUAL	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 38.419,31	0,4899	0,089	0,0436011
Inversión Financiera	\$ 40.000,00	0,5101	0,1021	0,05208121
Total	\$ 78.419,31	1,00	0,1911	0,09568231
			%	9,56%

Elaborado por: Sebastián Manzano

Fuente: Investigación Propia

Análisis

La empresa MANZANO tiene la tasa mínima de rendimiento de 9,56% para los intereses de los inversionistas de este proyecto.

6.15 Valor presente neto o valor actual neto

“El Valor Actual Neto (VAN) es un método que se utiliza para valorar las distintas opciones de inversión, además consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto y calcular su diferencia, es decir trae todos los flujos de caja al momento presente descontándose a un tipo de interés determinado, se determina en unidades monetarias” (Rosales Asensio, 2015).

Cálculo del VAN₁

Para calcular el VAN₁ se procede a tomar como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento del Tmar global 1 que es de (9,02%).

$$\text{VAN}_1 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN}_1 = - \$ 78.419,31 + \frac{56706,82}{(1+0,0902)^1} + \frac{60567,68}{(1+0,0902)^2} + \frac{64015,37}{(1+0,0902)^3} + \frac{68377,46}{(1+0,0902)^4} + \frac{71577,23}{(1+0,0902)^5}$$

$$\text{VAN}_1 = - 78419,31 + 52015,06 + 27780,79 + 19572,97 + 15680,03 + 13131,03$$

$$\text{VAN}_1 = \$ 49.760,57$$

Análisis

El valor actual neto (VAN) que se ha obtenido en el cálculo realizado es mayor a cero, lo que permite la factibilidad del proyecto, el proyecto tiene la capacidad de recuperar la cantidad invertido y lo más importante generar utilidad mediante una tasa de rendimiento del 9,02% respectivamente.

Cálculo VAN₂

Para poder calcular el VAN₂ se procede a tomar como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento del Tmar global 2, que mediante el cálculo antes realizado se obtuvo un (Tmar Global2) que es de 9,56%.

$$VAN_2 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_2 = - \$ 78.419,31 + \frac{56706,82}{(1+0,0956)^1} + \frac{60567,68}{(1+0,0956)^2} + \frac{64015,37}{(1+0,090256)} + \frac{68377,46}{(1+0,0956)^4} + \frac{71577,23}{(1+0,0956)^5}$$

$$VAN_2 = - 78419,31 + 51758,69 + 27641,33 + 19476,50 + 15602,74 + 13066,31$$

$$VAN_2 = \$ 49.126,26$$

Análisis

El valor actual neto que se obtuvo mediante el cálculo respectivo es mayor a cero, por ende, se convierte en la factibilidad de la empresa MANZANO, tiene la capacidad de recuperar lo que invirtieron y sobre todo podrá generar utilidad mediante la tasa de rendimiento de 9,56%.

6.16 Indicadores Financieros

6.16.1 Índices de solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{73871,25}{47027,54}$$

$$\text{Solvencia} = \$ 1,57$$

La empresa MANZANO está en la capacidad de recuperar \$1,57 por cada dólar invertido en el proyecto, esto se obtuvo a través del cálculo de la división entre activo total dividido para pasivo total, acorde a la ecuación del indicador de la solvencia.

6.16.2 Índice de liquidez

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{17568,85}{7027,54}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \$ 2,50$$

La empresa MANZANO, tendrá liquidez corriente de \$2,50 con lo que respaldara las obligaciones, es decir que por cada dólar de deuda tendrá \$2.50, lo cual se obtuvo mediante la división de activo corriente para pasivo corriente o circulante.

6.16.3 Índice de endeudamiento

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{47027,54}{73871,25} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 63,66\%$$

La empresa MANZANO muestra que el porcentaje de participación de los acreedores sobre los activos es de 63,66%, este resultado se obtuvo mediante la aplicación de la fórmula del endeudamiento que consiste en dividir el pasivo total dividido para el activo total que posteriormente se multiplicara por 100 y finalmente se obtiene el resultado.

6.16.4. Índice de apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{47027,54}{26843,71}$$

$$\text{Apalancamiento} = 1,75 \text{ veces}$$

La empresa MANZANO, el porcentaje de compromiso con los acreedores es mayor a 1, lo que significa que es conveniente financiar la actividad de la empresa debido a que la empresa produce una utilidad superior a lo que se adeuda.

6.17. Tasa beneficio _ costo

“La relación beneficio – costo consiste en dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto es decir de los ingresos entre el valor actualizado de los costos en este caso en el de los egresos tomando en cuenta la tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable” (Fisher , 2017).

$$R\ B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R\ B/C = \frac{610.831,81}{351120,88}$$

$$R\ B/C = \$ 1,73$$

La empresa MANZANO en lo que se refiere a la relación beneficio costo es de \$ 1,73 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, para la obtención de resultado se procedió a sumar todos los ingresos brutos, posteriormente dividir para la suma total de los costos totales del proyecto.

6.18 Periodo de recuperación de la inversión

“Periodo de recuperación de la inversión consiste en medir en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, en pocas palabras permite conocer de manera claro y preciso la fecha en la cual se cubre la inversión tantos en años, meses y días mediante la aplicación de la formula respectivamente” (Añazco Cadena & Pazmiño, 2015).

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de Años}}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{\frac{321244,55}{5}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{64248,91}$$

$$PRI = 1,22$$

1 años

$$0,22 * 12 \text{ meses} = 2,64$$

$$0,64 * 30 \text{ días} = 19$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto de la empresa MANZANO será de 1 años, 2 meses y 19 días, estos resultados se obtuvieron a través de la aplicación de la fórmula del PRI.

6.19. Tasa interna de retorno

“La tasa interna de retorno es la tasa efectiva anual que compone de tasa de descuento que se lo hace que el (van) de todos los flujos de efectivos de una determinada inversión a cero, mientras mayor sea la tasa interna de retorno será más factible llevar a cabo el proyecto” (Mete, 2014).

$$\text{Tasa Interna de Retorno} = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0956 - 0,0902) \left[\frac{49.760,57}{49.760,57 - 49.126,26} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0054) (78,44)$$

$$TIR = 0,0902 + 0,4235$$

$$TIR = 0,5137 \rightarrow 51,37\%$$

La empresa MANZANO, dispone del porcentaje de rendimiento de 51,37%, lo cual cumple la premisa de que la TIR debe ser mayor que la TMAR, lo cual permite la factibilidad económica del proyecto.

6.20. Análisis de sensibilidad

“El análisis de sensibilidad es una técnica que se aplica para valorar inversiones, donde se puede observar la variación de los elementos de una inversión, a fin de determinar la eventualidad de una inversión, para poner en orden de preferencia entre algunas inversiones existentes” (Lajous & Esponga Aguilar, 2014). “El análisis de sensibilidad tiene como objetivo facilitar la toma de decisiones en una empresa, el análisis de sensibilidad indicará las variables que más afecten los resultados económicos dentro de un proyecto” (Della, Dassen, & Zoltan, 2016).

6.21.Escenario Optimista + 20%

FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 78.419,31	\$ 138645,19	\$ 142.800,62	\$ 146.377,39	\$ 150.716,12	\$ 154.458,84
(+) Recursos Propios	\$ 38.419,31					
(+) Recurso Ajenos	\$ 40.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 138645,19	\$ 142.800,62	\$ 146.377,39	\$ 150.716,12	\$ 154.458,84
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 54.708,58	\$ 55.321,32	\$ 55.940,91	\$ 56.505,61	\$ 57.138,47
(+) Costos Operacionales		\$ 38.534,08	\$ 38.965,66	\$ 39.402,08	\$ 39.843,38	\$ 40.289,63
(+) Costos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48
(+) Costos Administrativos		<u>\$ 10.774,50</u>	<u>\$ 10.895,17</u>	<u>\$ 11.017,20</u>	<u>\$ 11.140,59</u>	<u>\$ 11.265,37</u>
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 78.419,31	\$ 39.394,59	\$ 87.479,31	\$ 90.436,48	\$ 94.210,51	\$ 97.320,37
<hr/>						
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		0	0	0	0	0
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(+) Interés de Pago a largo plazo		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
Otros Egresos		<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
(=) Flujo no operacional		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(=) flujo neto de caja	\$ 78.419,31	\$ 35.272,33	\$ 84.367,79	\$ 88.411,60	\$ 93.496,81	\$ 97.320,37

Gerente General

Jefe Administrativo

Cálculo del VAN₁

$$VAN_1 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_1 = - \$ 78.419,31 + \frac{35272,33}{(1+0,0902)^1} + \frac{84367,79}{(1+0,0902)^2} + \frac{88411,60}{(1+0,0902)^3} + \frac{93496,81}{(1+0,0902)^4} + \frac{97320,37}{(1+0,0902)^5}$$

$$VAN_1 = - 78419,31 + 32354 + 38639,72 + 27032,23 + 21440,29 + 17853,67$$

$$VAN_1 = \$ 58954,60$$

Cálculo VAN₂

$$VAN_2 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_2 = - \$ 78.419,31 + \frac{35272,33}{(1+0,0956)^1} + \frac{84367,79}{(1+0,0956)^2} + \frac{88411,60}{(1+0,0956)^3} + \frac{93496,81}{(1+0,0956)^4} + \frac{97320,37}{(1+0,0956)^5}$$

$$VAN_2 = - 78.419,31 + 45397,76 + 42904,47 + 40046,42 + 37469,66 + 35098,15$$

$$VAN_2 = \$ 58277,60$$

Tasa beneficio _ costo

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{688456,15}{351120,88}$$

$$R B/C = \$ 1,96$$

Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de Años}}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{\frac{398868,90}{5}}$$

$$PRI = \frac{78419,31}{79773,78}$$

$$PRI = 0,98$$

$$0,98 * 12 \text{ meses} = 11,76$$

$$0,76 * 30 \text{ días} = 22$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será de 11 meses y 22 días, estos resultados se obtuvieron a través de la aplicación de la fórmula del PRI.

Tasa interna de retorno

$$\text{Tasa Interna de Retorno} = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0956 - 0,0902) \left[\frac{58954,60}{58954,60 - 58277,60} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0054) (87,08)$$

$$TIR = 0,0902 + 0,4702$$

$$TIR = 0,5604 \rightarrow 56,04\%$$

6.22.Escenario Pesimista - 20%

FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 78.419,31	\$ 92.430,13	\$ 95.200,42	\$ 97.584,93	\$ 100.477,42	\$ 102.972,56
(+) Recursos Propios	\$ 38.419,31					
(+) Recurso Ajenos	\$ 40.000,00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 92.430,13	\$ 95.200,42	\$ 97.584,93	\$ 100.477,42	\$ 102.972,56
(-) EGRESOS OPERACIONALES		\$ 54.708,58	\$ 55.321,32	\$ 55.940,91	\$ 56.505,61	\$ 57.138,47
(+) Costos Operacionales		\$ 38.534,08	\$ 38.965,66	\$ 39.402,08	\$ 39.843,38	\$ 40.289,63
(+) Costos de Venta		\$ 5.400,00	\$ 5.460,48	\$ 5.521,64	\$ 5.521,64	\$ 5.583,48
(+) Costos Administrativos		<u>\$ 10.774,50</u>	<u>\$ 10.895,17</u>	<u>\$ 11.017,20</u>	<u>\$ 11.140,59</u>	<u>\$ 11.265,37</u>
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$ 78.419,31	\$ 37.721,55	\$ 39.879,10	\$ 41.644,01	\$ 43.971,81	\$ 45.834,09
<hr/>						
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		0	0	0	0	0
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(+) Interés de Pago a largo plazo		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
Otros Egresos		<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
(=) Flujo no operacional		\$ 4.122,26	\$ 3.111,52	\$ 2.024,88	\$ 713,70	\$ 0,00
(=) flujo neto de caja	\$ 78.419,31	\$ 33.599,29	\$ 36.767,58	\$ 39.619,13	\$ 43.258,11	\$ 45.834,09

Gerente General

Jefe Administrativo

Cálculo del VAN₁

$$VAN_1 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_1 = - \$ 78.419,31 + \frac{33599,29}{(1+0,0902)^1} + \frac{36767,58}{(1+0,0902)^2} + \frac{39619,13}{(1+0,0902)^3} + \frac{43258,11}{(1+0,0902)^4} + \frac{45834,09}{(1+0,0902)^5}$$

$$VAN_1 = - \$ 78.419,31 + 30819,38 + 16862,77 + 12113,72 + 9919,76 + 8408,38$$

$$VAN_1 = \$ 295,30$$

Cálculo VAN₂

$$VAN_2 = - \text{Inversión Inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_2 = - \$ 78.419,31 + \frac{33599,29}{(1+0,0956)^1} + \frac{36767,58}{(1+0,0956)^2} + \frac{39619,13}{(1+0,090256)} + \frac{43258,11}{(1+0,0956)^4} + \frac{45834,09}{(1+0,0956)^5}$$

$$VAN_2 = - 78419,31 + 30667,48 + 16779,65 + 12054,01 + 9870,87 + 8366,94$$

$$VAN_2 = 680,35$$

Tasa beneficio _ costo

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{488665,45}{351120,88}$$

$$R B/C = \$ 1,74$$

Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de Años}}}$$

$$PRI = \frac{78.419,31}{\frac{199078,19}{5}}$$

$$PRI = \frac{78419,31}{39815,64}$$

$$PRI = 1,97$$

1 años

$$0,97 * 12 \text{ meses} = 11,64$$

$$0,64 * 30 \text{ días} = 19$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será de 1 años, 11 meses y 19 días, estos resultados se obtuvieron a través de la aplicación de la fórmula del PRI.

Tasa interna de retorno

$$\text{Tasa Interna de Retorno} = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0956 - 0,0902) \left[\frac{\$ 295,30}{\$ 295,30 - 680,35} \right]$$

$$TIR = 0,0902 + (0,0054) (-0,7669)$$

$$TIR = 0,0902 + (-0,004)$$

$$TIR = 0,0862 \rightarrow 8,62\%$$

Tabla 67.
Cuadro comparativo de sensibilidad

Variaciones	Escenario Optimista	Valor	Escenario Real	Escenario Pesimista	Valor
VAN 1	(+) 20%	\$58954,60	\$49760,57	(-) 20%	\$295,30
VAN 2	(+) 20%	\$58277,60	\$49126,26	(-) 20%	680,35
TIR	(+) 20%	56,04%	51,37%	(-) 20%	8,62%
R B/C	(+) 20%	\$1,96	\$1,73	(-) 20%	\$ 0,74
PRI	(+) 20%	11 meses, 22 días.	1 año, 2 meses, 19 días.	(-) 20%	1 años, 11 meses, 19días.

Elaborado por: Sebastián Manzano
Fuente: Investigación Propia

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones:

- La creación de la empresa MANZANO impulsará a la compra de accesorios genéricos de carrocerías, logrando satisfacer los gustos de los clientes. Según el estudio realizado, se identificó que la mayoría de los propietarios de vehículos compran accesorios importados. En este caso, a consecuencia de las medidas establecidas por el Gobierno ecuatoriano, se han presentado inconvenientes que han afectado a las actividades comerciales de la mayoría de establecimientos del sector.
- Otro de los aspectos que se reconocieron a partir del estudio se relacionan con los factores que influyen en el sector importador de repuestos de carrocerías, que según la percepción de los involucrados son principalmente de carácter político y legal, debido a que las decisiones del Estado y otros organismos competentes han generado un impacto al sector que se consideró como objeto de análisis
- Se determina la factibilidad de mercado mediante la aplicación de las encuestas, en donde se pudo obtener resultados favorables ya que se obtuvo una aceptación del 77%, misma que da factibilidad del proyecto, el precio será de \$5 como precio referencial.
- La factibilidad técnica de la Empresa MANZANO se basa en la capacidad operativa, misma que tiene la estimación de 4,70% del total de la demanda potencial insatisfecha, lo que significa que se venderá 225 accesorios diarios, 53662 accesorios genéricos anuales, se pretende ampliar la capacidad operativa en un mediano plazo.
- Los resultados de la evaluación económica son favorables ya que el periodo de recuperación interna será en 1 año, 2 meses y 19 días, con una tasa interna de rendimiento 38,39%, tomando en cuenta el escenario pesimista la tasa interna de retorno es de 51,37%, el nivel de endeudamiento es moderado, sin embargo, la empresa si presenta rentabilidad atractiva para los inversionistas que invertirán en el proyecto.

7.2. Recomendaciones

Las recomendaciones planteadas en este apartado, serán importantes considerarlas, esto principalmente por la necesidad de establecer los efectos del sector importador de repuestos de vehículos en la ciudad de Ambato en el comercio exterior ecuatoriano.

- Crear nuevas formas de comercialización de accesorios, mediante canales adecuados, basando en normas de importación, mediante la utilización de tecnología, a fin de que el producto llene las expectativas del cliente.
- Ser actores del cambio de la matriz productiva que permite el desarrollo del país, mediante la importación y comercialización, MANZANO está comprometida a importar productos con normas de calidad a nivel nacional e internacional contribuyendo con las empresas fabricantes de carrocerías nacionales y es así como pretendemos cumplir con el objetivo del PNBV que busca el bienestar de todas y todos los ecuatorianos.
- Innovar constantemente a fin de identificar nuevos gustos y preferencias de los consumidores, tomando en cuenta que el mercado es bastante turbulento, es por eso que se debe estar en constante investigación de mercado, a fin de poder adaptar a los cambios que se presenten el mercado.
- Ampliar la capacidad de importación acorde a la evolución, desarrollo de la empresa con la finalidad de poder cubrir nuevos nichos de mercado que serán analizados previo a un estudio adecuado de mercado, conforme vaya posesionando yanto empresa como producto en el mercado.
- Capacitar constantemente en cuanto a nuevos métodos de análisis, prevención de riesgos financieros, además incentivar a los inversionistas mediante una tasa atractiva a fin de que ellos puedan incrementar la inversión y la empresa MANZANO pueda expandir a nuevas ciudades del Ecuador.

7.3. Bibliografía

- AduanadelEcuador. (2018, 10 29). <https://www.aduana.gob.ec/>. Retrieved from Senae: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Alcadía de Ambato. (2010). *Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato*. Ambato: Alcaldía de Ambato.
- Alcaraz Lladro, A., & García guardia, M. L. (2014). *Comunicación y Tics: Su Efecto en la Distribución Comercial*. Madrid.
- Alvarez, R. V. (2014). *La Evaluacion del Proyecto*. Mexico: Unam.
- Andrade, S. (2013). Demanda. In S. Andrade, *Demanda* (p. 14). Mexico: Mundo Hispano. Retrieved from <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>.
- ANT. (2017, Junio 25). *El telegrafo*. Retrieved from eltelegrafo.com.ec: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/judicial/13/para-2015-el-100-de-los-buses-de-transporte-publico-tendra-kit-de-seguridad>
- Añazco Cadena , C., & Pazmiño, A. (2015). *Administración Financiera Contemporánea: Proyectos de Inversión*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Bacalla, C. (2012). Retrieved from Tamaño Optimo del Proyecto: <http://es.slideshare.net/rosmarozueth/tema-2-37107573>
- Bacalla, C. (2012). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Chiclayo.
- Barroso , E., & Ante , F. (2016, Junio). Finanzas Piadosas y Redes de Negocios: Los Mercados de la Ciudad de México ante la Crisis de Nueva España. *Revista SciELO*. Retrieved Marzo Miercoles , 2017
- Basurto, R., & García de León, G. (2014). Estructura y recomposición de la industria automotriz mundial. Oportunidades y perspectivas desde México. *Comunicaciones*, 1-18.
- Bejarano Vázquez , V., & Corona Romero , E. (2016). *Normas de Contabilidad en la Unión Europea* . Madrid .

- Berrío Guzmán , D., & Castrillón Cifuentes , J. (2014). *Costos para Gerenciar Organizaciones Manufactureras Comerciales y de Servicios* . Barranquilla : Uninorte.
- Bilbao, E. (2010). *El poder global en la industria automotriz: una perspectiva antropológica*. México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- CANFAC. (2018). Camara Nacional de Fabricantes de Carrocerías. *Ministerio de Industrias y Productividad*, 16-19.
- Carvajal, Y. A., Morales Zamora, G., & Santos Herrero, R. (2014). Optimal Desing For an Ethanol Plant Combining First and Second Generation Technologies. *Revista ScIELO*.
- Ceballos, M., Tizol, G., Ramírez, R., Ibis, A., & Montes de Oca, N. (2012). *Research and obtainment of tangible products for animal, plant and plant health (CENSA)*. La Habana, Scielo: Revista de salud animal: ISSN 0253-570x.
- Chacín, M., & Padrón, J. (2015). *Investigación-Docencia, Temas para Seminario*. Caracas: Publicaciones del Decanato de Postgrado de la USR.
- Ciribeli, J. (2015). *Market segmentation by psychographic criteria: an essar on the main psychografic theoretical approaches and its relationship with perfromance criteria* (ISSN 1668-8708 ed.). Lanus: Scielo: Visión de futuro.
- Colás, P., Bravo, J., & Guerrero, R. (2015). *Métodología de la Investigación*. España: Española.
- Colom Gorgues, A. (2015). *Guía Básica y Ejercicios Prácticos para la Gestión Empresarial*. Lleida.
- CuidaTuFuturo. (2018, 07 16). <https://cuidatufuturo.com/>. Retrieved from <https://cuidatufuturo.com/>: <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- Della, R., Dassen , N., & Zoltan , M. (2016). *Panorama de las Administraciones Públicas América Latina el Caribe*. Paris: OCCDE.
- Dextre, R., Farromeque, M., León , B., Guerrero, E., & Tamariz, N. (2016). Drink milk dietary use of corn (*Zea mays* starchy), groundnut (*Arachis hypogaea*), and

- Carambola (carambola L.) and its acceptability in the elderly - 2016. *Revista de investigación*.
- Domínguez , J., & Gutiérrez , J. (2016). *Estudios de la OCDE sobre los Sistemas de Salud de México*. México: Berkshire.
- Domínguez Bocanegra , G., Domínguez Bocanegra , A. R., & Torres Muños , J. A. (2015). *Didáctica y Aplicación de la Administración Operaciones: Contaduría y Administración*. México: OCCDE.
- Donet Sepúlveda , J. C., & Juárez Verón , D. (2014). *Cuadernos de Marketing y Comunicación Empresarial: Marketing para Marca Infantil*. Valencia : Editorial Área de Innovación y Desarrollo.
- El Comercio. (2017, 08 28). Superintendencia de Compañías. *Superintendencia de Compañías asumirá el control de los seguros el 14 de septiembre.*, pp. c5-c6.
- El productor. (2017, Marzo 10). *Ecuador: Poructores de maíz amarillo duro mejorarán procesos de pos cosecha*. Retrieved from <https://elproductor.com/noticias/ecuador-productores-de-maiz-amarillo-duro-mejoraran-procesos-de-pos-cosecha/>
- ElComercio. (2018, 02 19). Implementaciones de la ANT. *ANT implemeta nuevos estudios viales*, pp. b5-b6.
- Elosegui, T. (2013). *Marketing Analytics*. Los Angeles: Anaya Multimedia.
- Enriquez Guevara, P. (2015, Abril 17). *ETNIAS DEL ECUADOR*. Retrieved from ETNIAS DEL ECUADOR: <http://pamenriquez.blogspot.com/2013/04/pueblo-salasaca.html>
- Faca , H. A., & Ramos Mejía , M. (2015). *Cómo Profundizar en el Análisis de sus Costos para Tomar Mejores Decisiones Empresariales* . Buenos Aires : Granica S.A.
- Fazle Hasan, A., & Akinwumi, A. (2015). *Acciones y Responsabilidades para hacer Progresar la Nutrición y el Desarrollo Sostenible*. Nigeria : Schutter.
- Fisher , J. (2017). *Panorama de las Administraciones Públicas de América Latina y el Caribe*. Colombia: OCDE.
- Freyssenet, M. (2011). Los inicios de la segunda revolución del automóvil. Estrategias de empresas y políticas públicas. *Colegio de Sonora*, 4-12.

- GAD Salasaka. (2017, 10 17). *Gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec*. Retrieved from <http://gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec/parroquia/resena-historica>
- Gestiopolis. (2012). *ANALISIS DE PRECIOS*. Retrieved from <http://www.gestiopolis.com/analisis-de-precios-unitarios-presentacion/>
- Gobierno Nacional. (2008). *Constitución de la República de Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional.
- Gobierno Nacional. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Quito: Asamblea Nacional.
- Gómez Jurado, J. (2015). *Punto de Equilibrio (Point of Balance Spanish Edition): Una Novela*. Nueva York : Editorial Planeta S.A.
- González Ruiz, & Hernández , L. (2014). *El concepto de Marketing: Identificar, Conquistar y Fidelizar Clientes* . Madrid : Pearson Prentice.
- Guzmán Sánchez , J., & Rodríguez, J. (2015). *Marketing Estratégico: Conceptos Básicos y Consideraciones Fundamentales*. México: Netbiblo.
- Hadley, A. (2015). *Everybody Writes*. Fortlauderdale: Wiley.
- Haeussler, E., & Richard , P. (2015). *Matemáticas para Administración y Economía: Operaciones con Expresiones*. México: Pearson Educación .
- Harumova, A. (2016). *The Economic Function Of Deferred Taxes*. New York: Cambridge Scholars Publishing.
- Henríquez, E., & Zepeda, M. (2016, Diciembre 9). Preparación de un proyecto de investigación. *Scielo*, 9(2), 8. Retrieved from http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95532003000200003
- Hernández Valencia, R. A., & Lasso Ramírez, N. C. (2015). Transactions of Minor Farmers in Municipalities of Risaralda (Colombia) and Factors affecting them. *Revista Scielo*, 8.
- IESS. (2017). *Informe de Rendición de Cuentas*. Quito: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

- Jacobsen , L., & Ramírez Padilla , D. N. (2014). *Contabilidad de Costos: Un Enfoque Administrativo para la Toma de Decisiones*. (McGraw-Hill, Ed.) Colombia.
- Jaime, Á. (2014). La oferta. In Á. Jaime, *La oferta* (pp. 16-19). Madrid: Española. Retrieved from <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>.
- Juman, A. (2015). *Introducción a la Información Contable, Estimación y Aplicación para la Toma de Decisiones*. México : Editorial de Innovación y Desarrollo.
- Knafllic, N. (2016). *Storytelling with data*. Fortlauderdale: Wiley.
- Kotler, P. (2013). *Comercialización*. Retrieved from "Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control". Tomo I. y II.
- Kugler, A., & Rosales , E. (2017). *Panorama de las Administraciones Públicas América Latina y el Caribe*. Paris: OCCDE.
- Lagos Escobar , R., & Bachelet, M. (2016, Enero). Chile y la Financiación Innovadora para el Desarrollo: Una experiencia para hacer Globalización Inclusiva. *Revista SciELO*.
- LaHora. (2018, 01 09). *lahora.com.ec*. Retrieved from diario la hora: <https://lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102097137/estudios-para-mejorar-el-transito-vehicular-en-ambato>
- Lajous, A., & Esponga Aguilar, L. (2014). *La Industria Petrolera Mexicana: Estrategias del Bobierno y Reformas*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica .
- Ledón , N., Castillo, A., Caballero, I., & Dávila, A. (2017). *Gestión de desarrollo de productos en la industria biotecnológica*. (I. 1025-0298, Ed.) La Habana: Scielo: Vaccimonitor.
- Manterola, C., Pineda, V., & Vial, M. (2016, Abril 2). ¿Cómo presentar los resultados de una investigación científica. *Scielo*, 59, 5. Retrieved from <http://www.scielo.cl/pdf/rhcir/v59n2/art14.pdf>
- Martinez, C. (2016). *Estadística básica aplicada*. Bogotá.
- Martínez, M. R. (2013). *Manual de localización*. Madrid: Norma.
- Mendoza, C., & Ortiz, O. (2016). *Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración*. Colombia: Universidad del Norte.

- Menjivar , L., & Salazar , J. (2014). *Perspectivas de la Economía Mundial: Secuelas, Nubarrones, Incertidumbres*. Estados Unidos: International Monetary Found.
- Mete, M. R. (2014, Marzo). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su Utilidad como Herramientas para el Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. *Fides et Ratio- Revista de Difusión Cultural y Científica de la Universidad La Salle en Bolivia*.
- Milanesi , G. (2016, June). The Fuzzy Average Internal Rate of Return: Development and Applications. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*.
- Miño Valdés, J. E. (2014, Junio). Technological Development to Elaborate Common Wine in Misiones, with Economic Evaluation at Industrial Scale. *Revista SciELO*.
- Moreno, E., & Pacas, W. (2017). Proponer un programa de asociatividad para los pequeños productores de maíz. Quito.
- Naclerio, A., & Trucco, P. (2015). Construir el desarrollo con políticas públicas: asociatividad, tecnología e innovación productiva. *Revista Scielo*, 33-65.
- Navarro palacios, E., & Muños Rodríguez, R. (2015). *Gestión Administrativa para el Asesoramiento de Productos de Activo*. España.
- Naylor, J. y. (2013). Retrieved from "Economía de la Empresa". Amorrortu. Buenos Aires.
- Novelli, D. (2018). Alimentos: el consumo responsable trastoca paradigmas muy asociado a la salud. *Revista Scielo*.
- Orjuela, S., Sandoval, P., & Sapag, N. (2015). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Santiago: Norma. Retrieved from https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
- Ortega, C., & De Blas, I. (2016). Selection of samples for the study of animal populations in aquaculture. *Revista Scielo*.
- Osorio Agudelo , J., & Duque , I. (2016). *Costeo Basado en Actividades ABC: Gestión Basada en Actividades ABM* (Eco Ediciones ed.). Bogotá, Colombia . Retrieved Marzo Jueves, 2017

- Panzavuota, M. (2014). *Manual Pràctico con Modelos para Implementar un Sistema Integral e Interactivo Contable por Áreas*. Lima.
- Passananti, T., & Gerber, G. (2015, Abril). Consecuencias Económicas de los Regímenes Financieros: Una Nueva Perspectiva de las Políticas Bancarias de México y Brasil. *Revista SciElo*. Retrieved Marzo Domingo, 2017
- Pérez , A., Rantasila, C., & Sela, J. (2014). *Perspectivas Económicas de América Latina 2014: Logística y Competitividad para el Desarrollo*. Santiago de Chile: Maritime Economics.
- Pérez , f., & Torres , F. (2014). *Inventory models with deteriorating items: A literature review*. New Yersy, Scielo.
- Prado, J. E. (2015). *Proyecto y Viabilidad del Negocio o Microempresa: Creación y Gestión de Microempresas*. España: Ediciones Nobel, S.A.
- Pro-Negocios. (2013). *ANALISIS DE PRECIOS*. Retrieved from <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- Ramírez Cavassa, C. (2014). *Seguridad Industrial: Un Enfoque Integral* . México.
- Riopelle, M., & Soto, G. (2015). *Fundamentos de Administración Financiera*. México .
- Romero , E., Bejarano , V., & García , R. (2015). *Análisis de Estados Financieros Individuales y Consolidados*. Madrid.
- Rosales Asensio, E. (2015). *Importancia de la Tasa de Descuento en la Gestión de Proyectos Energéticos: Aplicación al Caso de Redes de Calefacción Urbana*. México: Grin Publishing.
- Sabangan, D. (2014). *Preserving Stability and Promoting Growth*. Washington : The World Bank.
- Sanchez, J. L. (2013). *Naturaleza, Localizacion y Sociedad*. España: Universidad de Salamanca.
- Scott, M. (2014). *The New Rules of Marketing & PR*. California: Braley news.

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito: SENAPLADES.
- SENAPLADES, S. N. (2017, 12 07). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Retrieved from https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- Shuttleworth, M. (2002). *Definiendo el problema de Investigacion*. Mexico D.F: Explorable.ed.
- Silva, C., Morillo , E., Yáñez, C., Proaño, K., & Taípe, M. (2014). Caracterización molecular de las razas de canuil, tusilla y mezcla de maíz del banco de trabajo del programa de maíz del INIAP. *Ciencia y Tecnología ESPE* , 4.
- Solís, R. (2016, Diciembre). La Crisis Gemelas, los Problemas de la Balanza de Pagos y Bancaria: Efectos en la Moneda y los Bancos. *SciELO: América Latina en la Historia Económica*.
- Stanton, W. (2012). *comercializacion*. Retrieved from "Fundamentos de Marketing". Ediciones del Castillo. Madrid.
- Stone, A. N. (2016). *Unbrandable*. Georgetown: Thames& Hudson.
- Stutely, R., & Toraya , J. (2014). *Plan de Negocios La Estrategia Inteligente*. México: Pearson.
- Sulser Valéz, R. A., & Pedrosa Escandón, J. E. (2014). *Exportación Efectiva*. México.
- Supercias. (2018, 10 30). www.supercias.gob.ec. Retrieved from www.supercias.gob.ec: <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>
- Tapia, C. G. (2015). *Identificación de áreas prioritarias para la conservación de razas de maíz en la sierra de Ecuador*. Madrid.
- Tarcísio , P., & Hein , N. (2016, Junio). Riesgo Positivo de la Actividad Crediticia: Optimización en el Rendimiento de las Cooperativas de Crédito. *Revista Scielo*.
- Torres, M. (2006). *Horticultura*. México: Trillas.
- Urquiso Torres, P. S., & Bocco Verdinelli, G. (2016, Agosto). Pensamientos Geográficos en América Latina: Retrospectiva y Balances Generales. *SciELO*.

Valdivia García , J. (2015). *Comercialización de Productos y Servicios en Pequeños Negocios o Microempresas*. Madrid-España: IC Editorial Pertenece a Innovación y Cualificación S.L. .

Vázquez Casielles , R., Álvarez Álvarez , B., & Trespalacios Gutiérrez , J. (2014). *Estrategias de Distribución Comercial*. España.

Wahlen, J., Jones , J., & Pagach, D. (2015). *Intermediate Accounting: Reporting y Analysis*. Canada.

7.4. Anexos

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Segmento: Productivo PYMES	Monto: 40,000.00	Tasa de Interés Nominal: 11.23 %
Sistema de Amortización: Sistema Francés (Cuota Fija)	Plazo: 48	Tasa Contribución SOLCA: 0,5 %

No. de Pago	Fecha	No. de Días	Capital	Interés	Valor Cuota	Saldo Capital
	-	-	0.00	0.00	0.00	40,000.00
1	07/03/2018	28	691.61	349.48	1,041.09	39,308.39
2	07/04/2018	31	660.86	380.23	1,041.09	38,647.53
3	07/05/2018	30	679.31	361.78	1,041.09	37,968.22
4	07/06/2018	31	673.82	367.27	1,041.09	37,294.40
5	07/07/2018	30	691.98	349.11	1,041.09	36,602.42
6	07/08/2018	31	687.03	354.06	1,041.09	35,915.38
7	07/09/2018	31	693.68	347.41	1,041.09	35,221.70
9	07/11/2018	31	707.27	333.82	1,041.09	33,803.05
10	07/12/2018	30	724.66	316.43	1,041.09	33,078.39
11	07/01/2019	31	721.12	319.97	1,041.09	32,357.27
12	07/02/2019	31	728.10	312.99	1,041.09	31,629.18
13	07/03/2019	28	764.75	276.34	1,041.09	30,864.43
14	07/04/2019	31	742.54	298.55	1,041.09	30,121.89
15	07/05/2019	30	759.12	281.97	1,041.09	29,362.77
16	07/06/2019	31	757.06	284.03	1,041.09	28,605.71
17	07/07/2019	30	773.31	267.78	1,041.09	27,832.39
18	07/08/2019	31	771.87	269.22	1,041.09	27,060.53
19	07/09/2019	31	779.33	261.76	1,041.09	26,281.19
20	07/10/2019	30	795.07	246.02	1,041.09	25,486.12
21	07/11/2019	31	794.56	246.53	1,041.09	24,691.56
22	07/12/2019	30	809.95	231.14	1,041.09	23,881.61
23	07/01/2020	31	810.08	231.01	1,041.09	23,071.52
24	07/02/2020	31	817.92	223.17	1,041.09	22,253.61
25	07/03/2020	29	839.72	201.37	1,041.09	21,413.89
26	07/04/2020	31	833.95	207.14	1,041.09	20,579.93
27	07/05/2020	30	848.44	192.65	1,041.09	19,731.49
28	07/06/2020	31	850.23	190.86	1,041.09	18,881.27
29	07/07/2020	30	864.34	176.75	1,041.09	18,016.92
30	07/08/2020	31	866.81	174.28	1,041.09	17,150.11
31	07/09/2020	31	875.20	165.89	1,041.09	16,274.91
32	07/10/2020	30	888.74	152.35	1,041.09	15,386.17
33	07/11/2020	31	892.26	148.83	1,041.09	14,493.91
34	07/12/2020	30	905.41	135.68	1,041.09	13,588.50
35	07/01/2021	31	909.65	131.44	1,041.09	12,678.85

34	07/12/2020	30	905.41	135.68	1,041.09	13,588.50
35	07/01/2021	31	909.65	131.44	1,041.09	12,678.85
36	07/02/2021	31	918.45	122.64	1,041.09	11,760.40
37	07/03/2021	28	938.34	102.75	1,041.09	10,822.06
38	07/04/2021	31	936.41	104.68	1,041.09	9,885.65
39	07/05/2021	30	948.55	92.54	1,041.09	8,937.10
40	07/06/2021	31	954.64	86.45	1,041.09	7,982.46
41	07/07/2021	30	966.37	74.72	1,041.09	7,016.10
42	07/08/2021	31	973.22	67.87	1,041.09	6,042.87
43	07/09/2021	31	982.64	58.45	1,041.09	5,060.23
44	07/10/2021	30	993.72	47.37	1,041.09	4,066.51
45	07/11/2021	31	1,001.76	39.34	1,041.09	3,064.76
46	07/12/2021	30	1,012.40	28.69	1,041.09	2,052.35
47	07/01/2022	31	1,021.24	19.85	1,041.09	1,031.12
48	07/02/2022	31	1,031.12	9.97	1,041.09	0.00
OTAL:			40,000.00	9,972.36	49,972.36	

Imagen para pago de liquidaciones/desaduanización.

Información de carga

* C01. País de procedencia	[CN] CHINA		
* C02. Código de endoso	[00] SIN ENDOSE - DOC DE IDENTIDAD EN DOC DE TRANSP. ES DEL CONSIGNATARIO FINAL		
C03. Consignatario	MANZANO PEREZ JULIO RODRIGO		
* C04. Número de carga	CEC2018WHLU530410380012	C05. Documento de transporte	COSU6174172850Q

Valores totales

* D01. FOB	\$ 6,150.000	D02. Flete	\$ 258.400
D03. Seguro	\$ 64.080	D04. Ajustes	\$ 0
D05. Otros ajustes	\$ 0	* D06. Valor en aduana	\$ 6,472.480
* D07. Items declarados	6	* D08. Peso neto (kilos)	957.850
* D09. Cantidad de unidades físicas	4,160.00000	* D10. Cantidad de unidades comerciales	4,160.000
* D11. Total en tributos			\$ 1,901.480

Total en tributos

Resultado : 6

No	E01. Concepto	E02. Monto	E03. Liberacion/suspension	Monto de pago
1	ARANCEL ADVALOREM	\$ 970.870	\$ 0	\$ 970.870
2	ANTIDUMPING	\$ 0	\$ 0	\$ 0
3	FONDINFA	\$ 32.360	\$ 0	\$ 32.360
4	ICE ADVALOREM	\$ 0	\$ 0	\$ 0
5	IVA	\$ 898.250	\$ 0	\$ 898.250
6	SALVAGUARDIA	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Tasa de Crecimiento Poblacional.

countrymeters.info/es/Ecuador

This website uses cookies to ensure you get the best experience on our website [More info](#)

2002	12 962 405	1.74 %
2003	13 180 828	1.69 %
2004	13 399 623	1.66 %
2005	13 622 439	1.66 %
2006	13 851 361	1.68 %
2007	14 086 485	1.70 %
2008	14 326 540	1.70 %
2009	14 569 455	1.70 %
2010	14 813 001	1.67 %
2011	15 055 986	1.64 %
2012	15 298 387	1.61 %
2013	15 540 403	1.58 %
2014	15 782 114	1.56 %
2015	16 023 640	1.53 %
2016	16 272 968	1.56 %
2017	16 526 175	1.56 %
2018	16 783 322	1.56 %

MODELO DE ACTA DE CONSTITUCION DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

A los - _____ del mes _____ de _____ nos reunimos _____, mayor de edad vecino de _____ identificado con la cédula de ciudadanía _____ y de estado civil _____; Y mayor de edad, vecino de _____ identificado con la cédula de ciudadanía _____ y de estado civil _____ para manifestar nuestra voluntad de constituir una sociedad de responsabilidad limitada la cual se regirá por los siguientes estatutos:

ART. 1. RAZON SOCIAL. La sociedad se denominara “ _____ ” LTDA.

ART. 2. DOMICILIO. El domicilio de la sociedad se fija en la ciudad de _____, Departamento de _____, de la república de Colombia. Sin embargo la sociedad pueda establecer sucursales o agencias en otras ciudades del país como en el exterior.

ART. 3. OBJETO SOCIAL. La compañía tiene por objeto social: _____ (describir las actividades comerciales a realizar y señalar que se dedicará a cualquier acto lícito de comercio).

ART. 4. DURACION. La duración de la sociedad se fija en _____, (meses, años) contados desde la fecha de su elevación a escritura publica (se aclara que la sociedad se puede constituir por documento privado conforme al artículo 22 de la ley 1014 de 2006 cuando tengan menos de 10 trabajadores y/o un capital inferior a 500 smmlv) el presente contrato de constitución. La junta de socios puede, mediante reforma, prolongar dicho termino o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho termine expire.

ART. 5. CAPITAL SOCIAL. El capital de la sociedad es la suma de _____ Millones de pesos(\$ -----)

ART. 6. CUOTAS. El capital social se divide _____, cuotas de valor nominal de _____, Pesos (\$.....) cada una; capital y cuotas que se encuentra pagado en su totalidad, de la siguiente forma: El socio _____, suscribe _____ (-----) cuotas y paga en dinero efectivo el valor de _____ de Pesos (\$-----); El socio _____, suscribe _____ (-----) cuotas y paga en dinero efectivo el valor de _____ de Pesos (\$-----); para un total de _____ (.....)cuotas, por valor de _____ (\$.....)Pesos. Así pues los aportes han sido pagados íntegramente en su totalidad.

ART. 7. RESPONSABILIDAD. La responsabilidad de cada una de los socios se limita al monto de sus aportes.

ART. 8. AUMENTO DE CAPITAL. El capital de la sociedad puede ser aumentado por nuevos aportes de los socios, por la admisión de nuevos socios; El aumento se hará mediante una reforma estatutaria.

ART. 9. CESION DE CUOTAS. Las cuotas correspondientes al interés de cada uno de los socios no están representadas por títulos ni son negociables en el mercado, pero si podrán cederse. La cesión implicará una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el ey el cesionario. (Tanto él artículo 8 como el 9 son reformas estatutarias por lo tanto deberán hacerse en la misma forma en que se constituye la sociedad. A la diligencia de cesión de cuotas deben asistir tanto cedente, cesionario y representante legal, la cesión debe realizarse conforme al artículo 362 y subsiguientes del C.Co)

ART. 10. ADMINISTRACION. La administración de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla en un gerente, con facultades para representar a la sociedad. Esta delegación no impide que la administración de la sociedad, así como el uso de la razón social se someta al gerente, cuando los estatutos así lo exijan, por voluntad de los socios. (el gerente puede ser tanto una persona externa como un integrante de la sociedad)

PARAGRAFO: Requiere para su validez el consentimiento de todos los socios, la ejecución o ejercicio los siguientes actos o funciones:

1. La celebración de cualquier acto o contrato que exceda de _____ Pesos (\$.....)(fijar la cuantía máxima con la que puede contratar el gerente de la sociedad, cualquier cifra que exceda la anterior tendrá que ser aprobada por la asamblea general para poder celebrar el contrato).
2. La reforma de estatutos.
3. La decisión sobre disolución anticipada fusión o escisión de la sociedad o su prorroga.
4. Decretar aumento de capital.
5. Disponer de una parte del total de las utilidades liquidas con destino a ensanchamiento de la empresa o de cualquier otro objeto distinto de la distribución de utilidades
6. Proveer de cualquier utilización o poderes que deba o convenga otorgar la sociedad
7. Crear o proveer, señalando funciones sueldos y atribuciones, los empleos que necesite la sociedad para su buen funcionamiento.
8. Someterse, si se estima conveniente a decisión de árbitros, las diferencias de la sociedad con terceros, o transigirlas directamente con ellos.
9. Resolver lo relativo a la cesión de cuotas.
10. Crear reservas ocasionales.
11. Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que rinda el gerente
12. Las demás funciones que de acuerdo con la ley comercial se le asignen a la junta de socios.

ART. 11. REUNIONES. La junta de socios se reunirá una vez por año, el primer día hábil del mes de _____ a las _____, de la mañana, en las oficinas del domicilio de la compañía. Si no fuere convocada o si habiendo sido convocada no se reuniere, lo hará por derecho propio el primer día hábil del mes de _____ a las _____ de la mañana, en las oficinas del domicilio donde funcione la administración de la sociedad. La convocatoria se hará por lo menos con quince días de anticipación.(Si no se estipula la reunión por derecho propio se realizara el primer día hábil del mes de abril, a las 10 de la mañana en el domicilio social de la sociedad.)

PARAGRAFO: Podrá también reunirse la junta de socios de manera extraordinaria en cualquier tiempo, previa convocatoria del gerente, mediante carta dirigida a la dirección registrada de cada socio, con antelación de cinco días a la fecha de la reunión; o con la asistencia de todos los socios, caso en el cual no se requerirá convocatoria previa.

ART. 12 VOTOS. En todas las reuniones de la junta de socios, cada socio tendrá tantos votos como cuotas tenga en la compañía. Las decisiones se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la sociedad, salvo que de acuerdo con estos Estatutos se requerirá unanimidad.

ART. 13. GERENCIA. La sociedad tendrá un gerente y un sub gerente que lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales. Ambos son elegidos por la junta de socios para periodos de _____ años, pero podrán ser reelegidos indefinidamente y removidos a voluntad de los socios en cualquier tiempo. Le corresponde al gerente en forma especial la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en los estatutos. En primer particular tendrá las siguientes funciones: 1. Representar a la sociedad judicial y extrajudicialmente; 2. Convocar a la junta de socios cada vez que fuere necesario; 3. Ejecutar las ordenes e instrucciones que le imparta la junta de socios; 4. Presentar las cuentas y balances a la junta de socios; 5. Abrir y manejar cuentas bancarias; 6. Obtener los créditos que requiera la sociedad, previa aprobación de la junta de socios; 7. Contratar, controlar y remover los empleados de la sociedad; 8. Celebrar todos los actos comprendidos dentro del objeto social y relacionados con el mismo.

ART. 14. INVENTARIOS Y BALANCES. Cada año se cortarán las cuentas, se hará un inventario y se formará el balance de la junta de socios.

ART. 15. RESERVA LEGAL. Aprobado el balance y demás documentos de cuentas de las utilidades líquidas que resulten, se destinará un 10 % de reserva legal, el cual ascenderá por lo menos al 50 % del capital, después del cual la sociedad no tendrá obligación de continuar llevándolo, pero si tal porcentaje disminuye, volverá a proporcionarse en la misma cantidad hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

PARAGRAFO PRIMERO: Además de la anterior reserva la junta de socios podrá hacer las que considere necesarias o convenientes, siempre y cuando tengan una destinación especial y se aprueben con la mayoría prevista en los estatutos.

PARAGRAFO SEGUNDO: Una vez deducidas las anteriores reservas, el saldo restante de las utilidades líquidas se distribuirán entre los socios a prorrata de sus respectivos aportes.

ART. 16. DISOLUCION. La sociedad se disolverá por:

1. La espiración del plazo señalado para su duración.
2. La pérdida en un 50 % por cuanto del capital aportado.
3. Por acuerdo unánime de los socios
4. Cuando el número de socios supere los 25
5. Por las demás causales establecidas en la ley.

ART. 17. LIQUIDACION. Disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el gerente, salvo que la junta de socios resuelva designar uno o más liquidadores con sus respectivos suplentes cuyos nombramientos deberá registrarse en la cámara de comercio del domicilio social.

PARAGRAFO PRIMERO: La existencia de la sociedad se entenderá prolongada para los fines de la liquidación por el tiempo que dure.

PARAGRAFO SEGUNDO: El liquidador podrá distribuir en especie los bienes que sean susceptibles de ello, de acuerdo con el avalúo actualizado en la fecha de la liquidación, a manos que de común acuerdo los socios soliciten, para la liquidación, se realicen todos los activos.

ART. 18. DISPOSICIONES VARIAS.

1. Las reformas estatutarias serían elevadas a escritura pública por el gerente y se registrarán en la cámara de comercio correspondiente
2. En caso de muerte de los socios, la sociedad continuará con uno o más herederos del socio difunto quien nombrará una sola persona que los represente
3. Las diferencias que ocurran entre los socios con ocasión del presente contrato, durante la liquidación o disolución de la sociedad, serán sometidas a la decisión de un tribunal de Arbitramento.

ART. 19. NOMBRAMIENTOS. Acuerdan los socios nombrar como gerente a _____, persona mayor y vecino de _____, identificado con la cédula de ciudadanía numero _____, expedida en _____, y como sub gerente a _____, persona mayor y vecino de _____, identificado con la cédula de ciudadanía numero _____, expedida en _____ quienes aceptan los cargos y ejercerán sus funciones hasta tanto no se registren nuevos nombramientos en la Cámara de Comercio de Tunja

LOS COMPARECIENTES

Nombre _____

Firma _____

CC No _____

Nombre _____

Firma _____

CC No _____



CHANGZHOU T&D INTERNATIONAL TRADING CO.,LTD.

No.3 Fuqiang Road, Xinbei District, Changzhou 213125, Jiangsu, China
 TEL:0086-519-83621111 FAX:0086-519-88157900

PROFORMA INVOICE

No. TD18F1490
 DATE: 28/11/2018
 Buyer, JULIO RODRIGO MANZANO PEREZ

AVENIDA LOS CHASQUIS ENTRE RIO

OYACACHI Y RIO COCA, AMBATO 180208, ECUADOR

ID TAX: 0501416937001

- 1.Port of loading: SHANGHAI,CHINA
 2.Port of Destination: GUAYAQUIL,ECUADOR
 3.Date of shipment: within 35days after receiving signed P/I and advance payment
 4.Terms of Payment: 30% T/T in advance, and rest 70% T/T within 3 working days after receiving B/L copy
 5.Packing:: Standard seaworthy packing
 6.Notifying Bank: Bank name:Bank of China Changzhou Branch,

Bank address:150 Heping Road, Changzhou, Jiangsu Prov., China
 Telex:361008 BOCCZ CN; 361068 BOCCZ CN
 Swift:BKCHCNBJ95E
 A/C no.470258229133
 In favor of Changzhou T&D International Trading Co., Ltd.

new TD no	description	unit	quan	USD unit	USD value
YG-01-029L	marcopolo side lamp ambar	pcs	1200	2,10	2520,00
YG-01-029R	marcopolo side lamp ambar	pcs	1200	2,10	2520,00
YG-01-224L	irizar front lamp wh	pcs	1000	2,05	2050,00
YG-01-224R	irizar front lamp wh	pcs	1000	2,05	2050,00
YG-01-323L-24	marcopolo g7 front decorative	pcs	1200	3,06	3672,00
YG-01-323R-24	marcopolo g7 front decorative	pcs	1200	3,06	3672,00
YG-04-004L	marcopolo rear side lamp red	pcs	1000	1,18	1180,00
YG-04-004R	marcopolo rear side lamp red	pcs	1000	1,18	1180,00
YG-06-008A	marcopolo decorative plate	pcs	900	3,01	2709,00
YG-09-105R	silver side lamp red	pcs	800	1,08	864,00
YG-09-154BL-24	marcopolo g8 front fog	pcs	900	1,22	1098,00
YG-09-154BR-24	marcopolo g8 front fog	pcs	900	1,22	1098,00
YG-10-122AY-24	marcopolo g7 directional lamp	pcs	1800	1,40	2520,00
YG-12-120L	silver central decorative plate	pcs	1500	1,60	2400,00
YG-12-120R	silver central decorative plate	pcs	1500	1,60	2400,00
total net weight	897,16 kgs	total	17100	31933,00	
total volume	19,253 cbm			FOB SHANGHAI,CHINA	