



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME
ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: FRANCISCO JAVIER RODRÍGUEZ PANCHANA

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME
ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: FRANCISCO JAVIER RODRÍGUEZ PANCHANA

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Octubre 31 del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tuto del trabajo de investigación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PYME ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013” elaborado por el Sr. FRANCISCO JAVIER RODRÍGUEZ PANCHANA, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Johnny Reyes De la Cruz MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Este esfuerzo está dedicado a Dios por ser mi compañero y guía a lo largo de mi carrera como profesional. A mis padres, que por su incondicional apoyo pero con sus absolutos cariños, cuidados y atenciones, depositaron su confianza en mí y fueron en todo momento mi motivación y fortaleza para alcanzar este objetivo.

FRANCISCO.

AGRADECIMIENTO

Mis más fraternos agradecimientos a mis profesores y maestros, en especial a los docentes de la Carrera de Desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, que en este sacrificado camino compartieron sus conocimientos, lecciones y experiencias para prepararme profesionalmente para mis próximos retos.

FRANCISCO

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA DE
INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESOR DE ÁREA

Abg. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME
ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

Autor: Francisco Javier Rodríguez Panchana

Tutor: Ing. Johnny Rojas De la Cruz, MSc

RESUMEN

El presente trabajo pretende la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una Pyme especializada en radiadores en la provincia de Santa Elena. Los radiadores son parte del sistema de enfriamiento de los vehículos automotores cuya importancia está en evitar que el motor del vehículo se sobrecaliente y provoque costosos daños, el sector automotriz es un amplio mercado en donde la provincia necesita sacar provecho, y que los negocios dedicados al radiador comiencen con brindar seguridad, confianza y cumplan con la satisfacción total de los consumidores. Dentro de esta investigación se identificaron las exigencias y preferencias de este mercado, así como las fortalezas y ventajas del proyecto, con lo que aprovechándose adecuadamente se puede lograr la factibilidad y viabilidad del proyecto que se pretende emprender, por lo que este proyecto se llevará a cabo mediante el conocimiento de la problemática de este sector automotriz, conociendo lo que le gusta o no al cliente con respecto a los productos o servicios que se ofrecen, al momento de reconocer todos estos factores existentes en el mercado como es la competencia y su oferta y la población potencial que nos dará la demanda insatisfecha de este mercado y es en la cual se debe enfocar los esfuerzos del nuevo proyecto al diseñarse las diferentes estrategias para el precio, la plaza, el producto y la promoción, más la complementariedad en una adecuada contratación del recurso humano, la adquisición de la adecuada maquinaria, equipo tecnológico, la identificación y alianzas estratégicas con los mejores proveedores del mercado sumado a una buena infraestructura y una eficiente gestión administrativa y financiera se podrá cumplir con el objetivo trazado de establecer en la provincia de Santa Elena una Pyme que brinde el mejor servicio en este sector con lo que se pretende tener una rentable y productiva empresa generadora de valor y de oportunidades laborales. Es importante establecer líneas investigativas en donde se permita resolver los problemas más comunes que se encuentran presente en nuestro entorno y la oportunidad que se está brindando en la actualidad con el presente trabajo se convierte en una alternativa real para cambiar la realidad de nuestra región.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
Formulación del problema	10
Sistematización del problema	10
Justificación del tema.....	10
Objetivos de la investigación	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos	12
Hipótesis.....	13
CAPÍTULO I.....	16
MARCO TEÓRICO.....	16
1.1 ANTECEDENTES DE LOS SERVICIOS DE ARREGLO DE RADIADOR DE VEHÍCULOS.....	16

1.1.1 El vehículo y los servicios de arreglo de radiadores en la Península de Santa Elena.....	16
1.1.2 Organización territorial de la provincia de Santa Elena.....	18
1.1.3 Características demográficas de la provincia de Santa Elena	18
1.1.4 Análisis económico de la provincia de Santa Elena.	19
1.1.4.1 PIB del sector de servicios del Ecuador	20
1.1.4.2 Inflación del Ecuador	20
1.2 RECURSOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	21
1.2.1 Clasificación de los recursos de la Provincia de Santa Elena	21
1.2.1.1 Recursos Materiales	22
1.2.1.2 Recurso Humano	22
1.2.1.3 Recurso Financiero.....	22
1.2.1.4 Recursos Técnicos y Administrativos	23
1.2.2 Negocios de Radiadores en la Provincia de Santa Elena	23
1.2.3 Derivados de los servicios automotrices	23
1.2.4 Producto final.....	24
1.3 MARCO LEGAL.....	24
1.3.1 Constitución de la República del Ecuador	24
1.3.2 Plan Nacional para el buen vivir 2013-2017.....	25
1.3.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	26
1.3.4 Normas Internacional ISO 14001 Sistemas de Gestión Ambiental	27
1.3.5 Código de Trabajo.....	28
1.3.6 Ley de Compañías.....	29
1.4 TÉRMINOS TÉCNICOS DE INTERÉS	30
1.4.1 El parque automotor peninsular	30

1.4.2 Sistema de refrigeración del automóvil.....	32
1.4.2.1 El radiador.....	32
1.4.2.2 Tipo de radiadores de automóvil.....	33
1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	34
1.5.1 Aspectos generales de un estudio de factibilidad.....	34
1.5.2 Etapas de estudio de factibilidad.....	34
1.5.2.1 El Estudio de Mercado.....	35
1.5.2.2 El Estudio Técnico.....	35
1.5.2.3 El Estudio Organizacional.....	35
1.5.2.4 El Estudio Financiero.....	36
1.5.2.5 El Estudio Ambiental.....	36
CAPÍTULO II.....	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	37
2.2.2 Método de Análisis y Síntesis.....	38
2.2.3 Método inductivo-Deductivo.....	38
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	39
2.3.1 Investigación Bibliográfica.....	39
2.3.2 Investigación Descriptiva.....	40
2.3.3 investigación Exploratoria.....	40
2.3.4 Investigación de campo.....	41
2.3.5 Investigación Documental.....	41
2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	42
2.4.1 La Entrevista.....	42

2.4.2 La Encuesta	42
2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	43
2.5.1 Población.....	43
2.5.2 Muestra.....	44
CAPÍTULO III.....	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	45
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	45
3.2 RESULTADOS DE ENCUESTA A ADMINISTRADORES	46
3.3 RESULTADOS DE ENCUESTA A CLIENTES.....	60
3.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
CAPÍTULO IV.....	77
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013	77
4.1 PRESENTACIÓN.....	77
4.1.1 Promotores responsables del proyecto.....	78
4.1.2 Actividad Económica.....	78
4.1.3 Ubicación	78
4.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA Y JURÍDICA	78
4.2.1 Necesidades a satisfacer.....	79
4.2.2 Misión	80
4.2.3 Visión.....	80
4.2.4 Objetivos empresariales	80
4.2.4.1 Objetivo general.....	80
4.2.4.2 Objetivos específicos	81

4.2.5 Productos y servicios a ofertar	81
4.2.6 justificación e importancia	82
4.3 MERCADO.....	83
4.3.1 Análisis de las fuerzas competitivas del mercado.....	83
4.3.1.1 Clientes.....	83
4.3.1.2 Análisis de la competencia actual y potencial.....	84
4.3.1.3 Proveedores	85
4.3.1.4 Sustitutos	85
4.3.1.5 Valoración de la demanda.....	86
4.3.3 Análisis Situacional.....	86
4.3.3.1 Definición y cuantificación de los segmentos del mercado	87
4.3.4 Estrategias de mercado.....	87
4.4 ESTUDIO TÉCNICO	89
4.4.1 Tamaño del proyecto.....	89
4.4.2 Localización del Proyecto	90
4.4.2.1 Macrolocalización	90
4.4.2.2 Microlocalización.....	90
4.4.3 Ingeniería del proyecto.....	92
4.4.4 Proceso de la prestación de productos o servicios	92
4.4.5 Programa de producción	94
4.4.6 Recursos requeridos	95
4.4.6.1 Instalaciones físicas.....	96
4.4.6.2 Maquinarias y Equipos.....	96
4.4.6.3 Recursos humanos.....	97
4.4.6.4 Materias primas	98

4.5 Plan Económico-Financiero	98
4.5.1 Plan de financiamiento	98
4.5.1.1 Financiamiento propio	99
4.5.1.2 Financiamiento externo	99
4.5.2 Plan de inversiones.....	99
4.5.2.1 Inversión fija tangible	100
4.5.2.2 Inversión fija intangible	100
4.5.2.3 Capital de trabajo	101
4.5.3 Cronograma de ejecución.....	101
4.5.4 Costos.....	102
4.5.4.1 Gastos de ventas.....	102
4.5.5 Ingresos	103
4.5.5.1 Proyección de los ingresos	103
4.6 EVALUACIÓN FINANCIERA	103
4.6.1 Estados financieros proyectados	104
4.6.1.1 Estado de pérdidas y ganancias.....	104
4.6.1.2 Flujos de caja.....	105
4.6.1.3 Balance general	105
4.6.1.4 Flujo de caja libre.....	106
4.6.2 Indicadores de rentabilidad	106
MARGEN NETO DE UTILIDAD	109
4.6.2.1 Tasa interna de retorno (TIR).....	109
4.6.2.2 Valor actual neto (VAN).....	110
4.6.2.3 Periodo de recuperación del capital (PAYBACK).....	110
4.6.2.5 Punto de equilibrio	110

CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES	112
BIBLIOGRAFÍA.	113
ANEXOS	116
GLOSARIO	147
ABREVIATURAS	150

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente	15
CUADRO N° 2 Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente.....	16
CUADRO N° 3 Ventas anuales de vehículos	31
CUADRO N° 4 Vehículos usados vendidos en la Provincia de Santa Elena	31
CUADRO N° 5 Antigüedad de vehículos comercializados.....	32
CUADRO N° 6 La Población	43
CUADRO N° 7 La Muestra	44
CUADRO N° 8 Especialización del trabajo.....	46
CUADRO N° 9 Precios accesibles	47
CUADRO N° 10 Infraestructura para buena atención a clientes.....	48
CUADRO N° 11 Materiales usados adecuados	49
CUADRO N° 12 Ocupación de la vía pública.....	50
CUADRO N° 13 Espacio físico para brindar mejor atención	51
CUADRO N° 14 Ampliación para generación de puestos de trabajo	52
CUADRO N° 15 Apertura de nuevos negocios.....	53
CUADRO N° 16 Supervivencia de una gran empresa.....	54
CUADRO N° 17 Autofinanciación de microempresa	55
CUADRO N° 18 Interés de CFN en estos negocios.....	56
CUADRO N° 19 Dificultad de stock para su actividad	57
CUADRO N° 20 Inversión para mejorar competitividad.....	58
CUADRO N° 21 Futura expansión de negocio	59
CUADRO N° 22 Existencia de talleres en Provincia de Santa Elena	60
CUADRO N° 23 Realización de chequeo o arreglo de radiador	61
CUADRO N° 24 Chequeos periódicos del radiador.....	62
CUADRO N° 25 Precios de talleres ajustados a la economía.....	63
CUADRO N° 26 Suficiencia de productos y servicios	64
CUADRO N° 27 Diversificación y mejora de servicios	65
CUADRO N° 28 Especialización de personal en el servicio	66

CUADRO N° 29 Ofrecimiento de buenos productos y servicios	67
CUADRO N° 30 Capacidad de personal para realizar su trabajo.....	68
CUADRO N° 31 Espacio físico para atender a clientes.....	69
CUADRO N° 32 Seguridad en negocios de radiadores	70
CUADRO N° 33 Mejora de la infraestructura.....	71
CUADRO N° 34 Sala de espera para clientes	72
CUADRO N° 35 Creación de nueva empresa de servicios	73
CUADRO N° 36 Características de los servicios	82
CUADRO N° 37 Competencia.....	84
CUADRO N° 38 Proveedores	85
CUADRO N° 39 Parque Automotor Provincia de Santa Elena	86
CUADRO N° 40 Localización del Proyecto	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Especialización del trabajo	46
GRÁFICO N° 2 Precios accesibles	47
GRÁFICO N° 3 Infraestructura para buena atención a clientes	48
GRÁFICO N° 4 Materiales usados adecuados	49
GRÁFICO N° 5 Ocupación de la vía pública.....	50
GRÁFICO N° 6 Espacio físico para brindar mejor atención	51
GRÁFICO N° 7 Ampliación para generación de puestos de trabajo	52
GRÁFICO N° 8 Apertura de nuevos negocios	53
GRÁFICO N° 9 Supervivencia de una gran empresa.....	54
GRÁFICO N° 10 Autofinanciación de microempresa.....	55
GRÁFICO N° 11 Interés de CFN en estos negocios	56
GRÁFICO N° 12 Dificultad de stock para su actividad.....	57
GRÁFICO N° 13 Inversión para mejorar competitividad	58
GRÁFICO N° 14 Futura expansión de negocio.....	59
GRÁFICO N° 15 Existencia de talleres en Provincia de Santa Elena.....	60
GRÁFICO N° 16 Realización de chequeo o arreglo de radiador	61
GRÁFICO N° 17 Chequeos periódicos del radiador	62
GRÁFICO N° 18 Precios de talleres ajustados a la economía	63
GRÁFICO N° 19 Suficiencia de productos y servicios	64
GRÁFICO N° 20 Diversificación y mejora de servicios	65
GRÁFICO N° 21 Especialización de personal en el servicio	66
GRÁFICO N° 22 Ofrecimiento de buenos productos y servicios	67
GRÁFICO N° 23 Capacidad de personal para realizar su trabajo	68
GRÁFICO N° 24 Espacio físico para atender a clientes	69
GRÁFICO N° 25 Seguridad en negocios de radiadores	70
GRÁFICO N° 26 Mejora de la infraestructura	71
GRÁFICO N° 27 Sala de espera para clientes.....	72
GRÁFICO N° 28 Creación de nueva empresa de servicios.....	73

GRÁFICO N° 29 Organigrama RADIAUTO	79
GRÁFICO N° 30 Prestación de Servicios.....	93

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Cuestionario de Encuesta a Clientes	117
ANEXO N° 2 Cuestionario de Encuesta a Administradores	119
ANEXO N° 3 Entrevista a Proveedor de Radiadores	121
ANEXO N° 4 Análisis F.O.D.A.	124
ANEXO N° 5 Equipos de Computación.....	125
ANEXO N° 6 Equipos de Oficina	125
ANEXO N° 7 Muebles de Oficina.....	125
ANEXO N° 8 Maquinarias y Equipos.....	126
ANEXO N° 9 Recurso Humano	126
ANEXO N° 10 Financiamiento Propio	126
ANEXO N° 11 Financiamiento Externo.....	127
ANEXO N° 12 Terreno e Instalación Física	127
ANEXO N° 13 Infraestructura	127
ANEXO N° 14 Inversión Inicial	128
ANEXO N° 15 Inversión Fija Tangible	128
ANEXO N° 16 Capital de Trabajo	128
ANEXO N° 17 Costos Limpieza de Radiador Cobre	129
ANEXO N° 18 Costos Cambio Tina de Radiador	129
ANEXO N° 19 Costos Limpieza de Radiador Plástico	130
ANEXO N° 20 Costos Cambio Panal de Radiador	130
ANEXO N° 21 Costos de Materia Prima.....	131
ANEXO N° 22 Rol de Pagos	132
ANEXO N° 23 Gastos de Ventas Proyectados	133
ANEXO N° 24 Ingresos por Ventas Proyectados	134
ANEXO N° 25 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	135
ANEXO N° 26 Flujo de Caja Proyectado.....	136
ANEXO N° 27 Balance General Proyectado	137
ANEXO N° 28 Flujo Libre del Efectivo	137

ANEXO N° 29 Tasa Interna de Retorno.....	139
ANEXO N° 30 Valor Actual Neto.....	139
ANEXO N° 31 Recuperación del Capital.....	140
ANEXO N° 32 Punto de Equilibrio.....	140
ANEXO N° 33 Servicio de Limpieza de Radiadores	141
ANEXO N° 34 Reemplazo de Partes del Radiador.....	141
ANEXO N° 35 Instalaciones de RADIAUTO	142
ANEXO N° 36 Tanques	142
ANEXO N° 37 Panal Completo	143
ANEXO N° 38 Cronograma de Ejecución del Proyecto.....	143
ANEXO N° 39 Validación Encuesta N° 1	144
ANEXO N° 40 Validación Encuesta N° 2.....	145
ANEXO N° 41 Carta Aval de la CFN.....	146

INTRODUCCIÓN

La Provincia de Santa Elena cuenta con aproximadamente 315.175 habitantes, el aumento de la población junto con su economía, ha provocado que las principales ciudades mayormente pobladas se extiendan y generen la construcción de nuevas vías de comunicación terrestre por lo que su parque automotor ha debido incrementarse a tal magnitud que diariamente exista mayor tráfico en las principales vías, especialmente en horas pico, por lo que es común que puedan presentarse en cualquier momento algún tipo de desperfecto en los vehículos automotores.

En el mercado automotriz peninsular, los negocios que se encuentran dedicado a la actividad del mantenimiento, reparación y venta de radiadores, poseen una baja demanda con respecto al mercado automotriz en general, ya que este es un mercado muy amplio, pero este tipo de negocios no tiene mucha representatividad, aun sabiendo que este mercado tienen un alto crecimiento, pues anualmente crece en un 8,6%.

Se debe de tener en cuenta la existencia del número de automotores, que según estadísticas nacionales de la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE), hasta el año 2011 existían alrededor de 2,148 vehículos entre livianos y pesados, que representan el 0,13% del parque automotor nacional y según los datos de la empresa Patio de Autos, especializado en el estudio y movimiento de las venta de vehículos en todos sus tamaños, modelos, así como de estadísticas en la venta de vehículos nuevos y usados en el país, y que refiere que en los dos últimos años (2011 y 2012), las ventas de vehículos a nivel nacional se mantuvo en cerca del 9% con lo que el parque automotor nacional aumento aproximadamente a 2'138.580.

De los locales de radiadores, se ha podido identificar que son negocios con lugares reducidos, sin el respectivo espacio para poder realizar adecuadamente su labor puesto que muchos de ellos no tienen ningún tipo de cerramiento, se establecen con limitadas comodidades, debido a que sus labores las realizan muchas de ellas en la vía pública provocando interferencia en el tráfico vehicular del lugar donde se establecen, provocando malestar entre las personas que transitan por el lugar, además de no brindar las seguridades necesarias en la atención, pues estimula la incertidumbre de los cliente en el momento de encargar la reparación de los vehículos.

Mucho de estos negocios han sido emprendidos ante la necesidad del mercado e impulsados por la falta de plazas laborales formales en la provincia, y que al ser de poca inversión son creadas en primera instancia de forma informal y aunque con el tiempo estas se regulan, la atención que brindan están basadas en la experiencia y no existe de por medio algún tipo de preparación técnica o especializada, aunque sus servicios puedan estar siendo mayormente demandados debido a la confianza que generan el trato en sí que se brinda al cliente puede estar dejando mucho que desear, pues puede suceder que solo se estén conformando con el servicio que prestan y que les resulte costoso invertir en la tecnificación del negocio y no brindarse la oportunidad de mejorar el producto o tipo de servicio que se mantiene hasta el momento.

Debido al mismo tamaño reducido de estos negocios y el poco capital que manejan, estos no poseen una adecuada bodega o lugar en que puedan almacenar los materiales o insumos que le permitan mantener un adecuado inventario y así satisfacer con rapidez las necesidades y demandas que le exige el mercado, pues los materiales que estos talleres utilizan son comprados al ritmo del número de demandas que alcanzan siendo conscientes que estos materiales son de escaso comercio en la provincia como lo es el bronce y las partes de los radiadores por lo

que su adquisición se lo realiza en la ciudad de Guayaquil obligándoles a realizar pedidos y pagar por los servicios de traslados de esos materiales a la provincia de forma periódica. En estos negocios no se puede encontrar ningún tipo de estrategia que permita captar la atención de más clientes, no realizan promociones, ni ofertas además que los servicios que prestan no fomentan iniciativas, ni incluyen ningún valor agregado por lo que el ofrecimiento de sus servicios y su aplicación es limitada replicándose esto en los demás negocios o talleres de esta misma línea.

La falta de stock de materiales y repuestos es frecuente por lo que constantemente realizan gastos fuera de los necesarios, el inadecuado uso de las herramientas y la falta de políticas de seguridad dentro de estos negocios para protección de los trabajadores podrían hacer que se presenten accidentes donde no tendrían la capacidad de responder adecuadamente, además se encuentra la forma empírica en que se forma al personal, podría llevar a que se cometan errores que podrían generar que no se recomiende o se visite dicho negocio. La infraestructura inadecuada que posibilita la inseguridad, así como la falta de uso de estrategias o de servicios diferenciadores que la harían perder participación frente a competidores cercanos.

Para obtener la información importante y necesaria que nos permita conocer la situación actual de este mercado, se requirió la aplicación de la investigación documental y de campo, que a través de la utilización de técnicas científicas como el fichaje, la lectura científica, el análisis de contenido, la redacción y el estilo, así como el uso de herramientas como cuestionarios para la realización de entrevista y encuesta lo que permitió que se obtuvieran las opiniones de las muestras representativas de todos los involucrados. La utilización de la tecnología fue fundamental ya que con ella se pudieron realizar cuadros comparativos y gráficos de tendencias de las características más importantes de este segmento.

Lo que se pretende con este trabajo de investigación es conocer los problemas que mantiene este sector del mercado automotor y poder brindar una solución efectiva mediante la realización de un estudio de factibilidad que busque la viabilidad para la creación de una pyme que solucione los problemas presentados anteriormente y den una alternativa fiable creadora de valor y al mismo tiempo provoque la generación de nuevas plazas de trabajo en la provincia de Santa Elena. Por ello en la primera parte de esta investigación se pormenoriza el planteamiento del problema y se identifican las variables que serán las que guíen la investigación mediante la elaboración de los objetivos que deberán cumplirse dentro de todo el trabajo de investigación.

El capítulo uno lo conforma el marco teórico en donde se destaca los conceptos y las teorías anteriores que respaldaran o encaminaran a la actual investigación, en ella se pueda encontrar inclusive los antecedentes, cuadros comparativos y procedimientos más adecuados que se deberían tomar para llegar a cumplir con los objetivos planteados.

En el capítulo dos encontramos la metodología que es la forma de como se ha diseñado la investigación, su modalidad, las técnicas e instrumentos que se han requerido a partir de su diseño para el cumplimiento de la obtención de información. El tercer capítulo está dedicado al análisis e interpretación de los resultados obtenidos por las encuestas.

El cuarto capítulo está dedicado a la propuesta con la que se pretende dar solución a la problemática existente, mediante el estudio de factibilidad que contiene los estudios de mercado, técnico, administrativo y el económico-financiero que es la que detalla y demuestra mediante valores numérico de las herramientas financieras la factibilidad del proyecto.

MARCO CONTEXTUAL

LOS NEGOCIOS DE ARREGLO, MANTENIMIENTO Y VENTA DE RADIADORES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El crecimiento poblacional y progreso de los pueblos está ligada a las diversas actividades comerciales que en esta convergen y no es indiferente este progreso al de las principales ciudades del país que se han desarrollado por la migración y la movilización humana, que han buscado siempre ubicarse en lugares idóneos donde desarrollarse y aprovechar sus recursos, provocando que se abran nuevos caminos, mejoren las vías de comunicación y de integración entre regiones.

La Provincia de Santa Elena cuenta con aproximadamente 315.175 habitantes, su actual población ha llevado a que su parque automotor se incremente y que sus carreteras soporten diariamente un enorme tránsito vehicular propio y externo, por lo que es común pensar que en cualquier momento pueda surgir algún tipo de desperfecto en alguno de estos automotores. Aunque las Pymes no tenga un enorme desarrollo, las microempresas se las puede encontrar en cualquier lugar de la provincia, en especial las dedicadas al arreglo y venta de repuestos para todo tipo de averías en los automotores, sin que el tamaño, la marca, el año y el modelo sean un problema debido a que en este rama profesional se nota que hay suficiente recurso humano para poder atender a este mercado, aunque de este mismo recurso podemos encontrar desde improvisados técnicos hasta personal debidamente capacitado y especializado que cuentan con los suficiente conocimientos y herramientas.

Por lo tanto el escenario de creación de microempresas dedicadas a la reparación y venta de radiadores en la provincia es muy reducido, pues de los negocios existentes en las tres principales ciudades de la provincia la mayoría se encuentran ubicadas en el cantón La Libertad y un mínimo porcentaje se encuentran repartidos entre el cantón Santa Elena y Salinas, los mismos que proveen este servicio ante la oportunidad que presenta el parque automotor de la provincia, pues según estadísticas nacionales de la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE), en la provincia de Santa Elena hasta el año 2011 existían alrededor de 2.148 vehículos entre livianos y pesados, que representan el 0,13% del parque automotor nacional y según los datos de Autos.com, las ventas de vehículos en el país, en los dos últimos años a nivel nacional se han mantenido en cerca del 9%, con lo que el parque automotor nacional ha aumentado en aproximadamente 2'138.580 y con respecto a la Provincia de Santa Elena en 2.333 unidades.

De la clase de servicio de transporte terrestre existentes en el país, la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, contempla que son cuatro las clases de vehículos, que van desde el público, comercial, por cuenta propia y particular. Entre la clasificación de vehículos tenemos sin motor y vehículos de motor.

En lo que a vehículos de motor se refiere, tenemos a los vehículos livianos y pesados. En los vehículos livianos se encuentran motocicletas, motocicletas con sidecar, vehículos de tres ruedas, automóvil, station wagon, camionetas y furgonetas; en los vehículos pesados tenemos trolebús, bus articulado, bus, ómnibus, camión, cabezal, camión hormigonero, camión grúa, camión tanquero, camión tolva, camión volqueta, furgón y camión mixto. Ante esta amplia existencia de vehículos, en la provincia de Santa Elena podemos encontrar una disminuida variedad de talleres dedicadas al arreglo de averías en los radiadores,

además sufre de varias falencias que están a la vista, pues en estos talleres hemos podido identificar que son locales sin el respectivo espacio para poder realizar adecuadamente su labor pues estos talleres aparte de que no tienen ningún tipo de cerramiento, se establecen en locales pequeños con las mínimas comodidades para su administrador y ayudante con lo que la atención prácticamente lo brindan en la vía pública, brindando inseguridad en la atención del vehículo y la incertidumbre de sus cliente en el momento de dejar encargado la reparación de sus vehículos a estos talleres, además de que al estar laborando en la vía pública, es provocador de interferencia en el tráfico vehicular del sector y malestar entre los ciudadanos que transitan por el lugar.

Estos negocios que han sido creados por la propia necesidad del mercado e impulsados por la falta de plazas laborales formales en la provincia, al ser de poca inversión son creadas de forma informal y empírica, pues la atención que se brinda están basados en la experiencia y no existe de por medio ninguna preparación técnica o especializada para la labor que realizan, ni mucho menos brindan un trato adecuado a su clientela ya sea porque le basta con el servicio que prestan y que les resulte costoso invertir en la tecnificación de su negocio además de que en el mercado local no se oferten ningún tipo de cursos ni capacitaciones que permitan aumentar la competitividad y mejorar el producto o tipo de servicio que se mantiene hasta el momento.

Dentro de estos también se puede distinguir la falta de equipos de seguridad para la protección de las personas que trabajan en estos talleres pues entre los herramientas y materiales usados se encuentran las lijadoras, esmeriladora, pistola de soldar, y sierras de cortar metal y los químicos utilizados como los líquidos refrigerantes, penetrantes y ácidos que se utilizan en la limpieza y reparación del radiador, materiales que al no manipularselos adecuadamente pueden ser altamente peligrosos. A esto le sumamos el uso inadecuado e ilegal del cilindro de

gas de uso doméstico de 15 kg que ante la falta de control de las autoridades competentes en estos tipos de negocio su uso pasa desapercibido, pues este cilindro no puede ser usado para fines comerciales e industriales, así que el cilindro idóneo en estos tipos de negocios debe ser el de 45 kg.

Debido al mismo tamaño reducido de estos negocios y el poco capital que manejan, estos no poseen una bodega o lugar que puedan ser almacenados los materiales o los insumos y que le permita mantener un adecuado inventario para satisfacer con rapidez las necesidades y demandas que le exige el mercado pues los materiales que estos talleres utilizan son comprados al ritmo del número de demandas que alcanzan siendo conscientes que estos materiales son de escaso comercio en la provincia como lo es el bronce y las partes de los radiadores por lo que su adquisición se lo realiza en la ciudad de Guayaquil obligándoles a realizar pedidos y pagar por los servicios de traslados de esos materiales a la provincia de forma periódica.

Los servicios que prestan estos talleres no fomentan iniciativas para obtener un mayor alcance de sus servicios pudiendo aplicar lo realizado por otros negocios similares como es el servicio a domicilio y solo se orienta a brindar sus servicios exclusivos en sus locales o talleres. Todas estas circunstancias descritas anteriormente nos demuestran que los talleres de radiadores por su insuficiente stock de materiales y repuestos deben constantemente realizar gastos fuera de los necesarios lo que impide indirectamente que crezca.

El inadecuado uso de sus herramientas y las faltas de seguridades para los que dentro de él laboran podrían incurrirles en accidentes fatales pues estos al ser pequeños negocios informales no tendrían la capacidad de responder adecuadamente ante tales circunstancias, además su personal que solo labora bajo

la experiencia adquirida podría cometer errores en algún momento de sus labores llevando a que el cliente se queje o no regrese a pedir o recomendar sus servicios. La infraestructura inadecuada también posibilita y fomenta la inseguridad en el momento de que el cliente deja su vehículo estacionado en la calle en espera de la culminación del servicio.

Esta situación hace necesaria que cualquiera de estos negocios se innove y se realice la búsqueda de soluciones que le permitan salir de la postración en que se encuentra, identificando virtudes y fortalezas que permitan inversión para la generación de una estructura seria, formal y adecuada tal como lo señala Flórez, Juan (2007):

“Un estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio del mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño de modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económico, social y ambiental, que permita obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto” además recalca que este estudio podría implicar abandonar el plan de negocio al demostrarse que no es viable o conveniente, o al contrario, este podría ser mejorado con la elaboración de un diseño definitivo al tomarse en cuenta las sugerencias y reformas que expongan las posibles fuentes de financiamiento del proyecto”.(Pág. 8).

Por lo tanto la realización de un estudio de factibilidad es de crucial importancia para posibilitar la creación de empresas reconociendo las necesidades existentes en el medio y que satisfaga enormemente y de forma correcta las necesidades de los clientes que presenten alguna molestia en el sistema de enfriamiento de su vehículo.

Formulación del problema

¿Qué actividades se deberán realizar para encontrar la factibilidad en la creación de una Pyme que permita cubrir las necesidades existentes en el mercado de radiadores de vehículos en la Provincia de Santa Elena?

Sistematización del problema

- ¿Existen estudios previos referentes a este tipo de Pymes?
- ¿Cuáles son los diferentes tipos de mercado que deberá atender esta nueva Pyme?
- ¿Con qué teorías existen contamos referentes al tema de estudio?
- ¿Cuál es la clase de tecnología que se utilizará en este tipo de Pyme?
- ¿Será factible la creación de este tipo de Pyme en la Provincia de Santa Elena?

Justificación del tema

Cambiar la informalidad que se lleva al crear nuevos negocios como lo que sucede en la actualidad con la mayoría de los talleres de arreglo vehicular existentes a lo largo y ancho de la provincia de Santa Elena, al empezar a desarrollar la pequeña y mediana empresa con carácter formal y bajo estructuras solidas apostando a la inversión, construyendo organizaciones planificadas, que permitan el beneficio

esperando, es un desafío que se pretende establecer con la utilización de teorías y conceptos administrativos para el manejo de estas pequeñas o medianas empresas, que se constituyan desde su primer momento en entes legalizadas y factibles que permitan que se practique la realización de estudios de mercado, que identifiquen la demanda, la competencia, la forma de comercializar sus productos o servicios y sus proveedores; un estudio técnico que permita determinar el tamaño, la localización, los costos y disponibilidad de suministros e insumos, además de sus diferentes procesos, recursos humanos y operatividad del presente proyecto.

El estudio organizacional y administrativa en la que se define su estructura, la necesidad de personal cualificado para la respectiva gestión empresarial. El respectivo estudio financiero que permita el análisis de la viabilidad financiera del proyecto en la que se ordene y sistematice las cuestiones monetarias en las diferentes etapas del proyecto.

Mediante este trabajo se pretenderá darle solución a problemas similares que se puedan detectar a lo largo y ancho de la provincia y para este fin se hará uso de técnicas y métodos específicos que guíen a establecer el diseño conveniente de una investigación de esta magnitud, lo que permitirá la recolección correcta y necesaria de información mediante el usos de herramientas y procesos investigativos

Este trabajo investigativo además permitirá obtener una alternativa de negocio, organización y trabajo adecuada para cambiar la realidad actual en la que se encuentran estas microempresas o pequeños negocios, muchos de ellos informales que les permita transformar su estructura actual y permitan la inversión para la generación de Pymes reguladas y bien estructuradas que beneficien el progreso empresarial y la innovación en este mercado.

Generar la preparación, tecnificación y especialización en este tipo de profesiones y con ello aumentar las oportunidades de plazas de trabajo en donde se busque el beneficio mutuo de las nuevas Pymes que consientan su constante crecimiento y de parte de los clientes el obtener servicios y trabajos garantizados en donde la prioridad será la calidad en cada obra realizada.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad considerando los diferentes aspectos técnicos, económicos, financieros que orienten la viabilidad de la creación de una empresa especializada en radiadores de vehículos en la Provincia de Santa Elena.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente los diferentes aspectos del estudio de factibilidad en función de información primaria y secundaria que facilite el objeto de estudio
- Diseñar el proceso metodológico mediante métodos, técnicas e instrumentos que nos facilite la recopilación de la información.
- Elaborar el estudio de factibilidad en función de los diferentes aspectos que guíen la creación de la Empresa de radiadores de vehículos en la Provincia de Santa Elena.

Hipótesis

¿Un estudio de factibilidad permitirá la creación de una pyme especializada en radiadores de vehículos en la provincia de Santa Elena que ayudará a brindar un mejor servicio a este segmento del mercado automotriz?

Operacionalización de las variables.

Variable Independiente

Estudio de Factibilidad

Variable Dependiente

Pyme especializada en radiadores de
vehículos en la Provincia de Santa Elena

CUADRO N° 1 Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	INSTRUMENTO
<p><u>Dependiente</u></p> <p>Pyme especializada en radiadores de vehículos en la Provincia de Santa Elena</p>	<p>Una Pyme dedicada a servir con excelentes productos y servicios al parque automotor peninsular de los radiadores contando con el recurso humano, maquinarias y la infraestructura necesaria para emprenderlo.</p>	<p>Los servicios de arreglo de vehículos Economía de la provincia de Santa Elena</p> <p>Las pymes de la provincia de Santa Elena.</p> <p>Pymes dedicadas al arreglo de radiadores</p>	<p>Numero de negocios existentes</p> <p>Parque automotor</p> <p>Demanda de los servicios de arreglo del radiador</p> <p>Tipos de productos y servicios</p>	<p>¿Cuántos talleres de radiadores existen?</p> <p>¿Cuentan con adecuada infraestructura?</p> <p>¿Cuáles son las maquinarias y equipos que requieren</p> <p>¿Cuáles son los costos que generan estos negocios?</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p>

Fuente: Operacionalización de las variables
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

CUADRO N° 2 Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	INSTRUMENTO
<u>Independiente</u> Estudio de factibilidad	El estudio de factibilidad recopila datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede a su estudio, desarrollo o implementación	Estudio de Mercado Estudio Técnico Estudio Administrativo Estudio Financiero Estudio Ambiental	Recopilación de datos e información Tamaño de la organización Forma de organización Indicadores financieros y económicos	¿Cuál sería la mejor metodología para el estudio de mercado? ¿Cuál sería el tamaño óptimo de una empresa? ¿Con que se debe contar para comenzar un proyecto? ¿Cómo encontrar la factibilidad de un proyecto?	Entrevistas Encuestas

Fuente: Operacionalización de las variables
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LOS SERVICIOS DE ARREGLO DE RADIADOR DE VEHÍCULOS

El vehículo desde su aparición ha sido parte fundamental para el desarrollo de los pueblos y un factor relevante para el fomento de las economías a nivel mundial, pues su presencia a marcado las diferencias en la realización del trabajo, logrando dinamizar y generar varios servicios a su alrededor.

He aquí que dentro de la economía peninsular se podrá encontrar innumerables negocios dedicados a solucionar algún tipo de avería manifestada en cualquier parte del vehículo, en especial de aquellas averías relacionadas al sistema de enfriamiento del motor, sistema fundamental para su correcto funcionamiento.

1.1.1 El vehículo y los servicios de arreglo de radiadores en la Península de Santa Elena.

Fue en el año 1900 que se introdujo el primer vehículo en el Ecuador, este era de fabricación francesa y fue adquirido por el empresario guayaquileño Guzmán Aspiazu. En la ciudad de Quito el vehículo se lo introdujo en el año de 1904, era un vehículo de fabricación norteamericana que logro ingresar el doctor Pablo

Isaac Navarro, después de que se graduó de dentista en Norteamérica. Hacia 1910 los automóviles ya eran parte de la vida cotidiana de las grandes ciudades del país, para el año 1915 los automóviles de alquiler para el servicio público se encontraban establecidos y organizados en la ciudad de Guayaquil. En el año 1920 ya se encontraban debidamente matriculados en la oficina de la policía más de 200 vehículos.

En la historia de la península de Santa Elena no existen evidencias sobre la fecha de introducción del vehículo, aunque si se evidencia que este se introdujo junto con el progreso de la península con la explotación del petróleo el 5 de noviembre del 1911 en el campamento minero de Ancón por parte de la empresa Anglo Ecuatorian Oilfields en la presidencia de Leónidas Plaza Gutiérrez y la existencia del ferrocarril Santa Elena – Guayaquil desde 1921 hasta 1948.

Este progreso trajo consigo la creación de vías carrozables con Guayaquil que en invierno se cerraban y solo servían en verano por lo que la creación de diversos tipos de negocios y la oferta de servicios para todos los que visitaban las poblaciones de la península iba creciendo al igual que los servicios relacionados con el arreglo del vehículo y muy particular con el arreglo de radiadores que es vital para que el motor del vehículo funcione correctamente, se podría especular que el servicio de reparación o reemplazo de radiadores, así como de los demás talleres de reparación de vehículos fue creciendo y ampliándose a todo su territorio a medida que fue creciendo la población vehicular.

Se puede apreciar por esta razón que el cantón La Libertad por ser la de mayor movimiento económico y mayor afluencia vehicular, sea la ciudad que posea la mayor cantidad de talleres de reparación de radiadores a diferencia de las ciudades de Salinas y Santa Elena.

1.1.2 Organización territorial de la provincia de Santa Elena.

La superficie total de la provincia de Santa Elena es de 3.762,8 kilómetros cuadrados en donde el cantón La Libertad posee un área de 25,2 kilómetros cuadrados, Salinas 68,7 kilómetros cuadrados y el cantón Santa Elena con 3.668,9 kilómetros cuadrados. La provincia tiene una población aproximada de 315.175 habitantes y una población flotante superior a las 280.000 personas.

La provincia de Santa Elena se encuentra conformada por tres principales cantones que son los cantones Salinas, Santa Elena y La Libertad. El cantón Santa Elena posee dos parroquias urbanas: Parroquia Ballenita y Parroquia Santa Elena; además posee seis parroquias rurales: Parroquia Atahualpa, Parroquia Colonche, Parroquia Chanduy, Parroquia Manglaralto, Parroquia Simón Bolívar y Parroquia Ancón.

El cantón La Libertad no posee parroquias rurales ni recintos. El Cantón Salinas se encuentra conformada por seis parroquias, cuatro urbanas: Carlos E. Larrea, Alberto E. Gallo, Vicente Rocafuerte y Santa Rosa; y dos rurales: José Luis Tamayo y Anconcito, siendo las tres primeras conocidas simplemente como Parroquia Salinas.

1.1.3 Características demográficas de la provincia de Santa Elena

Según la encuesta realizada en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la provincia de Santa Elena posee una población concentrada especialmente en edades jóvenes ya que su edad promedio está en

los 27 años de edad. Su población además se encuentra conformada por 50,8% de hombres y el 49,2% de mujeres, por lo que por cada 100 hombres existen 99 mujeres, la mayor parte se considera mestiza y se encuentra casada.

Con respecto a la población económicamente activa (PEA), que se calcula para las personas de 10 años o más, la conforma en su mayor parte el género masculino. La provincia de Santa Elena posee una mayor población rural, esto debido a que su extensión geográfica se encuentra conformada por zonas rurales.

De las labores a que se dedican la mayoría de sus pobladores el 29,1% tienen un trabajo a cuenta propia, el 28% lo hacen como empleados privados, siguiéndoles los jornaleros o peones con un 13,6%. Respecto al porcentaje de personas aseguradas a algún tipo de seguro social podemos encontrar que el 67,8% de la población no aporta ni está afiliada a algún seguro social, mientras que un promedio del 21% si lo está.

1.1.4 Análisis económico de la provincia de Santa Elena.

La actividad económica de la Provincia de Santa Elena se centra en actividades diversas, algunas de ellas tradicionales que ha mantenido esta región como el turismo, la pesca y la extracción de petróleo. En otras actividades se ha venido desarrollando con mayor fuerza la producción y comercialización de productos agrícolas, artesanales y otros bienes y servicios derivados por el turismo como el servicio de hotelería, hospedería y de transporte. Pero a pesar de aquello la provincia ha podido generar trabajo mediante la pesca originada en los principales puertos pesqueros que posee como Chanduy, Anconcito y Santa

Rosa, de cuyos lugares se consigue este producto para poder ser comercializados en los principales mercados del país. La ebanistería es una de las actividades muy importantes de los habitantes de los sectores de Atahualpa, Prosperidad y el Tambo, es en estos sectores donde se elaboran los más finos muebles que luego son distribuidos y comercializados en otras partes del Ecuador.

Las labores cotidianas que se generan en las grandes ciudades también las poseen los cantones como Salinas considera el primer balneario de la costa ecuatoriana pues es el lugar donde se encuentra la mayor oferta hotelera de toda la provincia y es aquí donde se encuentra ubicado el aeropuerto de la provincia, así como las tres ramas de las fuerzas armadas.

1.1.4.1 PIB del sector de servicios del Ecuador

Según el Banco Central del Ecuador en su informe de Cifras Económicas a Agosto del 2013, el Producto Interno Bruto (PIB) del sector de servicios en el país es de 0,3%. En su informe de Estadísticas Macroeconómicas, en el año 2012 el PIB se ubicó en USD 63,673 millones constantes y su crecimiento, con relación al año 2011, fue de 5.1%.

1.1.4.2 Inflación del Ecuador

Según el Banco Central del Ecuador en su informe de inflación mensual al 31 de agosto del 2013 es del 0.17%, la inflación anual a la misma fecha es del 2.27%, mientras que la inflación acumulada es del 1.10%

1.2 RECURSOS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

La provincia de Santa Elena posee recursos humanos apegados a la parte técnica y administrativa, que van desde personales oficiales, operarios y artesanos que en su mayoría representan los 21,5% de la población, seguidos por los que tienen ocupaciones elementales como asistentes domésticos, vendedores ambulantes, peones agropecuarios, pesqueros o de minería con un 18,2% de la población.

Los trabajadores de los servicios y vendedores en un 17,6% agricultores y trabajadores calificados con el 16,1%, operadores de instalaciones y maquinarias con el 8,3% trabajadores no declarados en un 5,8% personal de apoyo administrativo con un 4,0% profesionales, científicos e intelectuales con un 3,1 % de representatividad, técnicos y profesionales de nivel medio con un 2,7% ocupaciones militares con un 1,5% y los directores y gerentes con un 1,3% de representatividad. Los recursos materiales y tecnológicos que se utiliza en los diversos sectores productivos de la provincia de Santa Elena, en su gran parte son previstos por empresas establecidas en las principales ciudades como son las ciudades de Guayaquil y Quito, pero que se venden o se distribuyen de forma directa a las propias empresas y negocios, o indirectamente mediante puntos de ventas o distribuidores autorizados presentes en las principales ciudades de la provincia

1.2.1 Clasificación de los recursos de la Provincia de Santa Elena

Los recursos que posee la Provincia de Santa Elena son muy diversos, aunque por ser una nueva provincia necesita de mucho desarrollo.

1.2.1.1 Recursos Materiales

De los recursos materiales que se pueden encontrar en la provincia tenemos una diversa gama de empresas dedicadas a ofrecer bienes y servicios para la construcción de la infraestructura, la disponibilidad de terrenos, de la adquisición de herramientas y materias primas que en su mayoría son traídas por intermediarios desde otras provincias a la provincia de Santa Elena.

1.2.1.2 Recurso Humano

A lo que concierne a los recurso humanos, en la provincia existe la suficiente mano de obra capaz de cumplir con los trabajos relacionados a los servicios automotrices, aunque para el óptimo funcionamiento de este recurso se deba de realizar cursos o talleres de capacitación que permitan una estandarización o especialización del trabajo.

1.2.1.3 Recurso Financiero

Dentro de los recurso financieros podemos encontrar una clasificación de recurso como los considerados como propios que pueden ser debido a: las aportaciones de socios, dinero, utilidades; y las aportaciones ajenas como: prestamos, créditos bancarios o privados y bonos.

Dentro de estos parámetros dentro de la provincia de Santa Elena, los recursos financieros pueden ser posibles y accesibles.

1.2.1.4 Recursos Técnicos y Administrativos

Como hemos podido apreciar el recurso humano en la provincia la integran en un 10,3% personal de apoyo administrativo, personal técnico y profesionales de nivel medio junto con gerentes y directores de toda índole, por lo que se podría decir que existe una cantidad minoritaria de este recurso, pero que a su vez va en aumento debido a que se cuenta con universidades e institutos tecnológicos de preparación de profesionales.

1.2.2 Negocios de Radiadores en la Provincia de Santa Elena

Los negocios dedicados al mantenimiento y arreglo de radiadores se encuentran situados en su mayoría en el cantón La Libertad pues se puede notar su presencia gracias al aumento del parque automotor. Aunque su existencia ha prevalecido, no ha existido mayor cambio que permita que el modelo administrativo de estos negocios prevalezca por encima de las demás empresas que brindan otros tipos de servicios automotrices en donde sí se ha visto un cambio en cuanto al mejoramiento de infraestructura de administración y de especialización de su personal derivando a un mejor servicio al cliente.

1.2.3 Derivados de los servicios automotrices

Dentro del parque automotor peninsular encontramos que los negocios del sector automotriz son diversos y que se han extendido a diferentes servicios acorde la tecnología avanza en los automotores, por lo que entre los más

tradicionales tenemos a los talleres mecánicos especializados en arreglo del motores, talleres de pintada y enderezada de vehículos, talleres de reparación de partes eléctricas del vehículo, talleres de arreglo en aire acondicionado, talleres de arreglo en radiadores, talleres de alineamiento, balanceo y vulcanización, así como de limpieza, lubricación y cambio de aceite.

1.2.4 Producto final

Los talleres de radiadores brindan varios servicios como: limpieza de radiador de bronce y aluminio donde el radiador es desarmado para realizar una limpieza interna, que a través de una varilla liberan los ductos obstruidos, otro servicio es el arreglo de radiador o reemplazo de este o de sus partes como las tinas superior o inferior.

1.3 MARCO LEGAL

1.3.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador, en la Sección Octava, sobre Trabajo y Seguridad Social, Artículo 33, manifiesta:

Art. 33.- “El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.”

En el Capítulo Sexto, sobre Trabajo y producción, Sección Primera con respecto a las Formas de organización de la producción y su gestión en los artículos 319 y 320 manifiesta:

Art. 319.- “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional”

Art. 320.- “En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social”

1.3.2 Plan Nacional para el buen vivir 2013-2017

Los Objetivos 9 y 10 del Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir para el periodo 2013-2017, manifiesta:

Objetivos 9

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

“Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.”

Objetivo 10

Impulsar la transformación de la matriz productiva.

“Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada”

1.3.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Dentro del Código Orgánico de la Producción, Título II, De la Democratización Productiva y el Acceso a los Factores de Producción, Artículo 59, objetivos a, c, d y e, manifiesta:

Art. 59.- Objetivos de la democratización.- La política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos:

- a. Fomentar y facilitar el acceso de los ciudadanos ecuatorianos a la propiedad y transformación de los medios productivos;
- b. Apoyar el desarrollo de la productividad de las MIPYMES, grupos o unidades productivas organizadas, por medio de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos;
- c. Fomentar el cumplimiento de las éticas empresariales que promueve el Gobierno Nacional, a través de la creación de un sello de gestión de reconocimiento público, que permita alentar e incentivar a las empresas que realizan sus actividades respetando el medio ambiente; cumpliendo con sus empleados

y trabajadores en sus obligaciones laborales y de seguridad social; y, con la comunidad, con el pago oportuno de sus obligaciones tributarias, conforme a la legislación aplicable;

- e. Apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas, tanto en el mercado nacional como en el internacional;

1.3.4 Normas Internacional ISO 14001 Sistemas de Gestión Ambiental

En la actualidad para la ejecución de proyectos, se debe mantener responsabilidad ambiental. Las normas internacionales ISO 14001 establecen reglas para el buen desempeño ambiental y control del impacto en actividades, productos y servicios sobre el medio ambiente.

Esta Norma Internacional provee en su primera parte Requisitos con orientación para su aplicación que manifiesta:

Esta Norma Internacional se aplica a cualquier organización que desee:

- a) Establecer, implementar, mantener y mejorar un sistema de gestión ambiental;
- b) Asegurarse de su conformidad con su política ambiental establecida;
- c) Demostrar la conformidad con esta Norma Internacional por:
 - 1) La realización de una autoevaluación y autodeclaración, o
 - 2) La búsqueda de confirmación de dicha conformidad por las partes interesadas en la organización, tales como clientes; o
 - 3) La búsqueda de confirmación de su autodeclaración por una parte externa a la organización; o

- 4) La búsqueda de la certificación/registro de su sistema de gestión ambiental por una parte externa a la organización.

En los Requisitos del sistema de gestión ambiental, en su parte de Política ambiental manifiesta:

“La alta dirección debe definir la política ambiental de la organización y asegurarse de que, dentro del alcance definido de su sistema de gestión ambiental, ésta:

- a) es apropiada a la naturaleza, magnitud e impactos ambientales de sus actividades, productos y servicios;
- b) incluye un compromiso de mejora continua y prevención de la contaminación;
- c) incluye un compromiso de cumplir con los requisitos legales aplicables y con otros requisitos que la organización suscriba relacionados con sus aspectos ambientales;
- d) proporciona el marco de referencia para establecer y revisar los objetivos y las metas ambientales;
- e) se documenta, implementa y mantiene;
- f) se comunica a todas las personas que trabajan para la organización o en nombre de ella; y
- g) está a disposición del público.”

Todos los requisitos de esta Norma Internacional tienen como fin su incorporación a cualquier sistema de gestión ambiental. Su grado de aplicación depende de factores tales como la política ambiental de cada organización.

1.3.5 Código de Trabajo

En las Disposiciones Fundamentales del Código de Trabajo, en los artículos 1 y 2, manifiesta:

Art. 1.- “Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.”

Art. 2.- “Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social.”

En el Capítulo IV, De las obligaciones del empleador y del trabajador del artículo 42 manifiesta:

Artículo 42.- “Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad.”

1.3.6 Ley de Compañías

Para la creación de empresas es necesario el manejo de la Ley de Compañías, que ampara en su contexto al creación y tipo de compañía que se pueden establecer, por lo que en la SECCIÓN 1 de las Disposiciones generales artículo 1 y 2 manifiesta lo siguiente:

Artículo 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Artículo 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- * La compañía en nombre colectivo;
- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

1.4 TÉRMINOS TÉCNICOS DE INTERÉS

1.4.1 El parque automotor peninsular

Es evidente que el parque automotor de la provincia se ha venido renovando e incrementando enormemente, esto también se debe al programa RENOVA que impulsa el estado mediante la Corporación Financiera Nacional CFN, dándole a los taxistas profesionales del volante, y de otros gremios o cooperativas de transportación, vender como chatarra sus unidades antiguas y este ingreso ponerlas como “entrada” para la adquisición de una unidad nueva similar o mejor a la se poseía anteriormente.

La situación dentro de la provincia de santa Elena no difiere mucho de la realidad nacional, pues según estadísticas nacionales de la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana (CINAE), menciona que en el año 2011 a nivel provincial existían alrededor de 2.148 vehículos entre livianos y pesados que representaban un 0,13% del parque automotor nacional y con respecto a venta de vehículos,

Patio de Autos, revista on line especializada en venta de vehículos en el país, indica que en los dos últimos años las ventas de vehículos a nivel nacional se han mantenido en cerca del 9%, estableciendo que el parque automotor nacional es de aproximadamente a 2'138.580 vehículos y en la provincia de Santa Elena de 2.333 unidades.

El crédito es un factor que ha incurrido para que el parque automotor crezca, pues del 100% de vehículos que se adquirieron en el año anterior, el 70% fue financiado y el 30% de contado, según información de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), así mismo los vehículos que mayormente se comercializan en el país son los automóviles, seguidos por camionetas y camiones.

CUADRO N° 3 Ventas anuales de vehículos

AÑO	UNIDADES
2007	91.778
2008	112.684
2009	92.764
2010	132.172
2011	139.700
TOTAL	569.098

Fuente: AEADE
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

CUADRO N° 4 Vehículos usados vendidos en la Provincia de Santa Elena

AUTOMÓVIL	BUS	CAMIÓN	CAMIONETA	SUV.	VAN	TOTAL
209	3	35	90	33	15	385

Fuente: AEADE
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los vehículos usados que se comercializan en el país tienen un promedio de 17,55 años de antigüedad, en especial el de la provincia de Santa Elena, en donde el total de vehículos usados comercializados en sus diferentes segmentos hasta el 2010 fue de 385 unidades.

CUADRO N° 5 Antigüedad de vehículos comercializados

TIEMPO	TOTAL
Menor a 1 año	5
De 1 a 5 años	65
De 5 a 10 años	70
De 10 a 15 años	67
De 15 a 20 años	90
De 20 a 25 años	30
De 25 a 30 años	27
De 30 a 35 años	22
De 35 a 40 años	8
Más de 40 años	1
TOTAL	385

Fuente: AEADE

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

1.4.2 Sistema de refrigeración del automóvil

1.4.2.1 El radiador

El radiador es un elemento vital en el motor de los automóviles ya que son los encargados de mantener el motor refrigerado, evitando su recalentamiento que podría llevar a dañar piezas importantes en el interior del motor e incluso podría llevarlo a un estado de fundición si no se le brindan la adecuada atención en su mantenimiento y chequeos del agua y de los demás

componentes que integran el sistema de refrigeración del motor, entre estos el ventilador, las mangueras, la limpieza del panel, el buen funcionamiento de la bomba de agua y el termostato.

Los radiadores son artefactos que mantienen en una temperatura optima el motor por lo que la diferencia del clima en donde se encuentre transitando el vehículo será factores que podrían influenciar en su correcto funcionamiento, pues en la costa su funcionamiento es mucho más exigido que en los climas más fríos como la sierra o la cordillera aunque también en estos lugares se podrían presentar otros tipos de problemas relacionados con excesivo frio al momento de encender el vehículo.

1.4.2.2 Tipo de radiadores de automóvil

Por lo general en el mercado nacional y local lo se comercializan radiadores de plástico con aluminio y los radiadores de cobre o de bronce. Los radiadores de plástico por su misma característica son más baratos, pero al mismo tiempo son más frágiles por lo que la vida útil puede estar entre 1 a 2 años.

En los radiadores de cobre o bronce su precio es mayor al igual que su tiempo de durabilidad, pues puede mantener una vida útil superior a los 3 años y la ventaja de este es que puede ser desarmado varias veces para su limpieza, lo que le diferencia de los radiadores de plástico que puede ser desarmado una sola vez para ser limpiado ya que las grapas que poseen pueden romperse con facilidad en su manipulación al igual que el empaque que posee puede moverse de su sitio lo que provocaría en ambos casos que el radiador tenga futuros problemas de perdida de líquido y generación excesiva de calor al motor.

1.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.5.1 Aspectos generales de un estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad de un proyecto es un proceso en el que se pretende dar solución a un problema, y para poder llegar a cumplir este objetivo primero parte de un supuesto que se genera por la recolección de información por lo que para su aplicación se vuelve en un proceso bastante amplio y complejo.

Para la ejecución de un estudio de factibilidad se necesita de la aplicación de diferentes asignaturas del conocimiento pues involucra cuatro etapas en el que se encuentra inmerso un estudio factible y que van a labrar el camino en la elaboración correcta de un proyecto de investigación, estos son: el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional o administrativo y por último el estudio económico-financiero, aunque en los actuales proyectos se está tomando importancia en la relación de la empresa con el medio ambiente, sometiéndose a las normas internacionales como las ISO 9000 y 14001.

1.5.2 Etapas de estudio de factibilidad

Dentro de un estudio de factibilidad vamos a encontrar una primera etapa que es el de levantamiento de información, el de tabulación y análisis de la información recolectada inmersa en el estudio de mercado, seguirá después establecer las características técnicas y administrativas del proyecto así como la elaboración de los estados financieros que darán el resultado final para analizar si es conveniente o no para el inversionista su puesta en marcha.

1.5.2.1 El Estudio de Mercado

Un estudio de mercado es un proceso de recolección de información de los diferentes proveedores, los competidores y consumidores, que será procesada, analizada e interpretada para conocer tendencias del mercado, cuáles serán los tipos de productos o servicios que se ofrecerán, que tipo de proveedores le convendrá tener, cuáles serán los principales competidores, todo esto con la única finalidad de satisfacer la necesidad del cliente.

1.5.2.2 El Estudio Técnico

El estudio técnico permite al proyecto de inversión conocer cuáles serán los aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos de la empresa. Este estudio ayuda a conocer la localización geográfica más idónea en donde se deberá establecer la empresa, definir el tamaño y la capacidad productiva, muestra la distribución y el diseño más idóneo de las instalaciones, especificando además el presupuesto de la inversión comprendiendo los recursos financieros, humanos y materiales, además permite incluir el cronograma y comprobar si puede tener viabilidad el proyecto.

1.5.2.3 El Estudio Organizacional

El estudio organizacional o administrativa de la empresa considera como un factor importante al recurso humano, es por esto que se basa en la planificación e implementación de la estructura organizativa donde se refleja de que forma la organización mantiene su orden y jerarquía, de acuerdo al tipo

a la actividad de empresa y a su tamaño. Este estudio ayuda a definir qué tipo de personal se va a utilizar, cual es el aspecto legal que se establecerá, los aspectos comerciales, laborales, la coordinación y flujo de información de cada uno de los departamentos y la forma como se integran los empleados al sistema productivo y la convicción que les moverá para poder lograr la consecución de las metas.

1.5.2.4 El Estudio Financiero

Esta etapa del proyecto permite el diseño de cuadros analíticos conteniendo las proyecciones de los costos, gastos y la utilidad o pérdida que mantendrá durante el tiempo que se quiera estimar en las proyecciones, esto basándose en la información que se ha recogido de los anteriores estudios, participan entonces en este los principales estados financieros que son el balance general, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de efectivo.

1.5.2.5 El Estudio Ambiental

El estudio ambiental se centra principalmente en dos temas: el análisis del impacto del proyecto sobre el medio ambiente y el análisis del efecto del entorno sobre el proyecto. Este estudio busca cuantificar el impacto que puede generar al entorno donde se desarrollara la empresa por lo que en su realización se deberán valorizar los diversos impactos en el corto como en el largo plazo.

Este estudio trata de minimizar o en caso contrario compensar o remediar algún daño que se haya realizado al medio ambiente de manera oportuna y práctica, además ayuda a evitar costos y demoras por problemas ambientales no anticipados.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En una investigación es esencial establecer un programa de ejecución junto con la metodología y los procedimientos a seguir para el buen desarrollo de la investigación.

2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Método Científico

Báez, j y De Tudela, P (2009) manifiesta:

“Es científico en tanto que la investigación siempre se realiza de forma metódica, procesual e iterativa. Y la afirmación viene avalada por la fenomenología (su método), por Platón (su primer valedor) y por unos 2.400 años de historia” (Pág. 89)

Para obtener la información sobre la realidad de los talleres de radiadores de la Provincia de Santa Elena se debió utilizar métodos y procedimientos para nuestro objeto de estudio.

2.2.2 Método de Análisis y Síntesis

Díaz, V. (2009) manifiesta:

“El análisis es una operación intelectual que posibilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones y componentes. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión entre las partes, previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos componentes de un fenómeno o proceso”. (Pág. 130)

La utilización de este método nos permitió analizar cada parte en la que se descompuso el problema que afronta este segmento de servicios automotrices, para posteriormente estudiarlo de forma sintetizada.

2.2.3 Método inductivo-Deductivo

Téllez, A. (2007) manifiesta:

“El método deductivo aspira a demostrar, mediante la lógica, la conclusión en su totalidad a partir de unas premisas, de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones, si no se invalida la lógica aplicada”.

El método inductivo trata de establecer leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; en realidad, lo que realiza es una especie de generalización, sin que por el medio de la lógica pueda conseguir una demostración de la citadas leyes o conjunto de conclusiones” (Pág.32)

Dentro de nuestro trabajo de investigación el método inductivo-deductivo fue necesario por cuanto se pudo analizar cada parte en la que se descompuso este segmento de servicios automotrices, a partir de hechos reales en donde se obtuvo información de forma particular, para lograr llegar a una conclusión general.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La elección del tipo de investigación permite determinar desde el primer instante cuáles serán los pasos y procedimientos a seguir para todo el desarrollo del tema a investigarse en la búsqueda de la solución al problema. En la elaboración del presente trabajo ha sido necesaria la utilización de la investigación bibliográfica, descriptiva, exploratoria, documental, científica y de campo:

2.3.1 Investigación Bibliográfica.

Según Méndez A. (2008) manifiesta:

“Todo proyecto debe tomar en cuenta los hallazgos alcanzados por otros investigadores; para ello primero se realiza la revisión de la literatura, con especial atención en las conclusiones y hallazgos que dan cuenta del estado de conocimiento y de las lagunas observadas con el fin de emprender nuevos estudios; en segundo lugar, la revisión teórica, o sea las teorías utilizadas para explicar determinado fenómeno.” (Pág. 19)

La información recolectada de diferentes fuentes relacionadas con el estudio de factibilidad, así como de información primaria, son la que servirán en la fase de ejecución para la creación de la pyme especializada en radiadores de vehículos.

2.3.2 Investigación Descriptiva

Según Mas F. (2010) manifiesta:

“La investigación descriptiva abarca una gran porción de la investigación comercial. Su propósito consiste en proporcionar una fotografía exacta de algún aspecto del medio ambiente de mercado. Los estudios descriptivos suponen una mayor precisión del problema a investigar, por lo que son más formales que los exploratorios y, generalmente, se apoyan en hipótesis, que pueden ser tentativas o especulativas”. (Págs. 67 y 68)

Esta investigación permitió determinar la situación en que se encuentra este sector de los servicios automotrices de arreglo de radiadores en la Provincia de Santa Elena, al poder describir su situación actual de cómo se encuentran constituidas y detallar de cómo es su funcionamiento y administración.

2.3.3 investigación Exploratoria

Zikmund, W. y Babin, B (2009) manifiesta:

“Se realiza para aclarar situaciones ambiguas o descubrir ideas potenciales para oportunidades de negocios. No pretende aportar evidencia concluyente a partir de la cual se determine un curso de acción particular. En este sentido, no es un fin en sí misma. Por lo general, se conduce con la expectativa de que se requerirá investigar más para obtener evidencias concluyentes. Algunas veces, el uso de la investigación exploratoria también significa la diferencia para determinar la utilidad de otra investigación exploratoria también significa la diferencia para determinar la utilidad de otra investigación. Correr a realizar encuestas detalladas antes de que este claro que decisiones deben tomarse, puede desperdiciar dinero, tiempo y esfuerzo si se traduce en información no pertinente”. (Pág. 51)

Este tipo de investigación se la uso para realizar la formulación del problema de investigación de los talleres de radiadores y poder obtener la hipótesis y encontrar mediante este instrumento las posibles soluciones.

2.3.4 Investigación de campo.

Eyssautier M. (2007) manifiesta que: “Es aquella en la que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador, el cual recoge directamente los datos de las conductas observadas” (Pág. 96). Este tipo de investigación permitido conocer la realidad de los talleres de radiadores existentes en la Provincia de Santa Elena, y establecer las causas y efectos que originan el no poseer una adecuada infraestructura y una debida administración.

2.3.5 Investigación Documental

Bernal A. (2010) manifiesta:

“La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio”. (Pág. 111)

Con este tipo de investigación, se logró conocer el objeto de la investigación al analizar la información recolectada de los diferentes entes que poseen el conocimiento del tema de investigación como los propios administradores de los negocios de radiadores y su proveedor, junto con las demás informaciones recolectadas de páginas especializadas en temas del parque automotor provincial.

2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la recolección de datos de una investigación es necesaria contar con una metodología que permita una organización y planificación para la utilización de instrumentos que permitan obtener la información de las fuentes primarias y secundarias, así también para su procesamiento y presentación.

2.4.1 La Entrevista

Según Mas F. (2010) manifiesta:

“Entrevista se define como cualquier contacto con el entrevistado de forma directa o indirecta, utilizando cualquier método de los mencionados anteriormente, con el objetivo de obtener datos o informaciones que puedan ser empleados, total o parcialmente, en una investigación de mercado”. (Pág. 75)

Mediante esta técnica se pudo obtener información del gerente general de la Ecuatoriana de Radiadores sobre el mercado del radiador y su presencia en el mercado de la Provincia de Santa Elena.

2.4.2 La Encuesta

Bernal A. (2010) manifiesta:

“Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.”. (Pág. 194)

Mediante un cuestionario de preguntas se ha podido obtener la información necesaria, donde no se toma importancia la identificación de la persona sino sus opiniones, pensamientos y percepciones, lo que es de vital aporte para alcanzar el objetivo de la investigación.

2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1 Población

Bernal A. (2010) manifiesta:

“Población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”, es la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia o bien, unidad de análisis. (Pág. 160)

La población del presente investigación en la realización de un estudio de factibilidad, la representaran 8 administradores, 2.333 conductores y 1 proveedor de partes de radiadores, todos estos se encuentran directamente involucrados en este segmento automotriz de la provincia de Santa Elena.

CUADRO N° 6 La Población

POBLACIÓN	N
Administradores negocios de radiadores	8
Conductores de vehículos	2.333
Proveedores	1
TOTAL	2.342

Fuente: Diferentes instituciones, CINAIE
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

2.5.2 Muestra

Bernal A. (2010) manifiesta:

“Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”. (Pág. 161)

CUADRO N° 7 La Muestra

MUESTRA	Ni
Administradores negocios de radiadores	4
Conductores de vehículos	180
Proveedores	1
TOTAL	185

Fuente: Diferentes instituciones, CINAIE

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

En el presente trabajo para la obtención de la muestra se ha establecido hacer el uso de la muestra no probabilística, la que se realiza de forma empírica. De la muestra no probabilística se utilizó la muestra no probabilística por conveniencia la cual deja la selección de los elementos al investigador o quien aplica el cuestionario dada la facilidad de acceso o la conveniencia.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Para la realización de esta entrevista se preparó un cuestionario de preguntas (Véase Anexo No 1). La entrevista se la realizó al gerente general de la empresa Ecuatoriana de Radiadores ECUARAD, Ing. Com. Alberto Panchana Toarez, cuya planta de fabricación de radiadores se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil en el Km 16 ½ vía a Daule.

La empresa Ecuatoriana de Radiadores ECUARAD fabrica solo radiadores o sus partes en material de cobre y latón, es proveedora para todos los talleres de radiadores de la Provincia de Santa Elena. Al no tener distribuidores autorizados en esta provincia los dueños o administradores de los talleres de radiadores realizan los pedidos directamente a la planta o distribuidor autorizado en la ciudad de Guayaquil, realizando gastos por el flete en alguna de las cooperativas de transporte como lo CICA, CLP o LIBERPESA.

La ECUARAD permite un crédito máximo de 10 días para el pago del producto, y realiza descuentos en compras al por mayor en función de la negociación. Esta misma empresa además está dispuesta a aliarse con cualquier empresa de la península que desee ofrecer sus productos en la Provincia de Santa Elena.

3.2 RESULTADOS DE ENCUESTA A ADMINISTRADORES

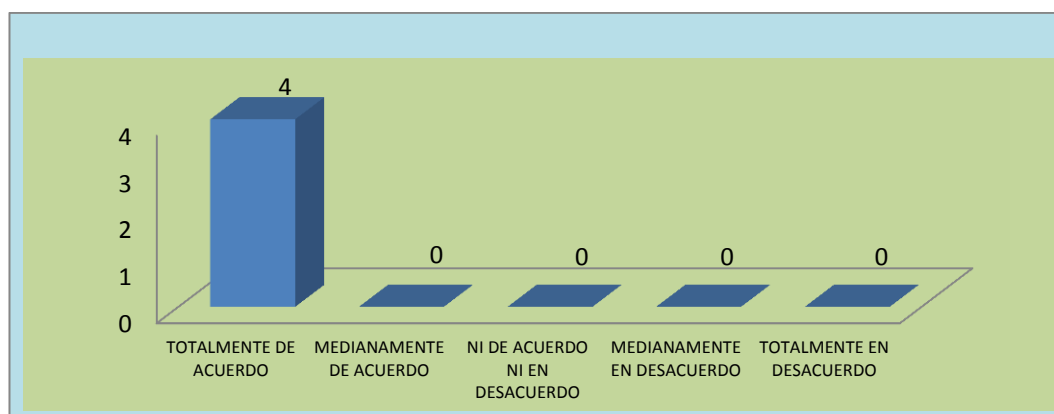
PREGUNTA 1.- ¿El trabajo que se realiza en su negocio se debe de especializar?

CUADRO N° 8 Especialización del trabajo

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 1 Especialización del trabajo



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que el trabajo que se realiza en su negocio se debe de especializar.

La realidad que viven actualmente los talleres de arreglo de radiadores obligaría entonces a que en cualquier momento los administradores o dueños de los locales tomen esta determinación en su actividad.

Los administradores de los talleres de arreglo de radiadores tienen la absoluta seguridad de que el trabajo que se lleva a cabo en sus respectivos establecimientos se debe de especializar

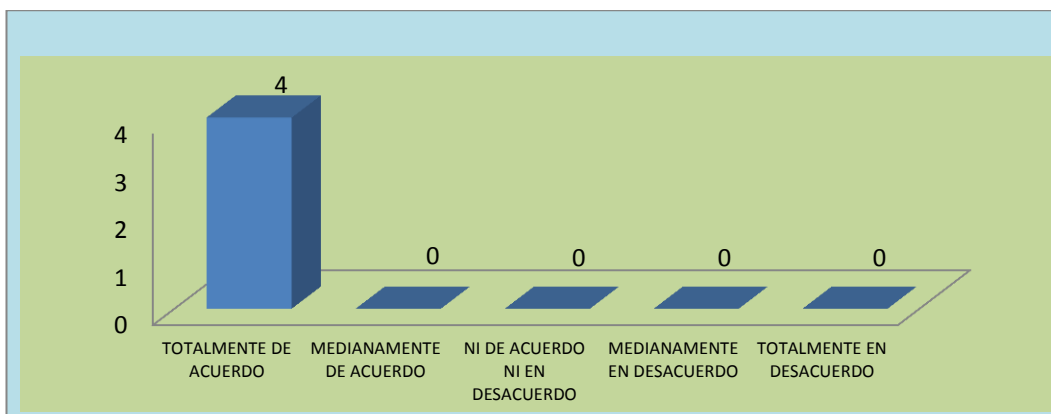
PREGUNTA 2.- ¿Los precios de los servicios en estos talleres son accesibles y guardan relación con la economía nacional?

CUADRO N° 9 Precios accesibles

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 2 Precios accesibles



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de los talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que los precios de los servicios que ellos ofrecen son accesibles a la realidad económica que vive el país.

Esto también demuestra que los precios que ellos están ofreciendo por los servicios que brindan están siendo accesibles a sus bolsillos y al alcance de los clientes que poseen.

Por tanto los talleres de arreglo de radiadores están ofertando a buenos precios todos sus servicios a demás que beneficia a que los clientes los reconozcan y puedan en el futuro volver.

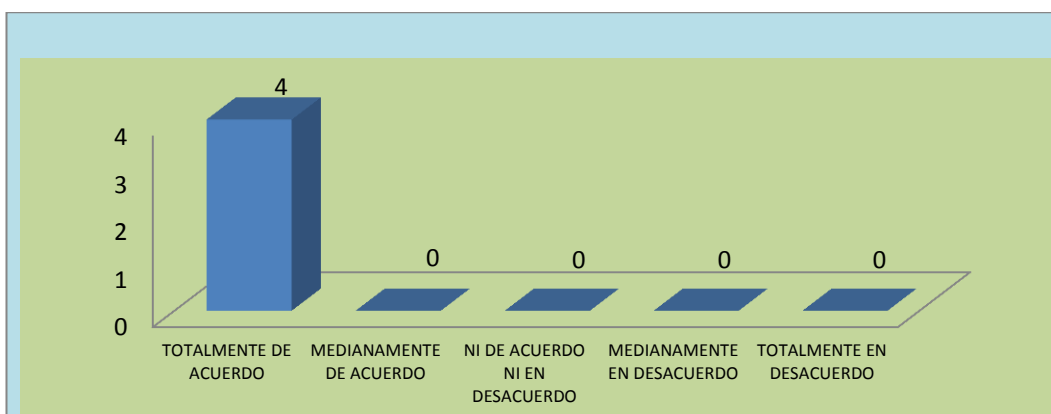
PREGUNTA 3.- ¿La infraestructura que tiene su negocio permite brindar una buena atención a sus clientes?

CUADRO N° 10 Infraestructura para buena atención a clientes

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 3 Infraestructura para buena atención a clientes



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de los talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que la infraestructura que tiene su negocio les permite brindar una buena atención a sus clientes.

La infraestructura es muy importante para todo tipo de negocio en especial aquellos dedicados al arreglo de automotores el espacio reducido que poseen contrasta con el resultado de esta pregunta.

Entonces la perspectiva que tiene los administradores de estos talleres es que a pesar de no tener un espacio amplio tiene lo adecuado para poder realizar el trabajo de reparación que les exigen sus clientes.

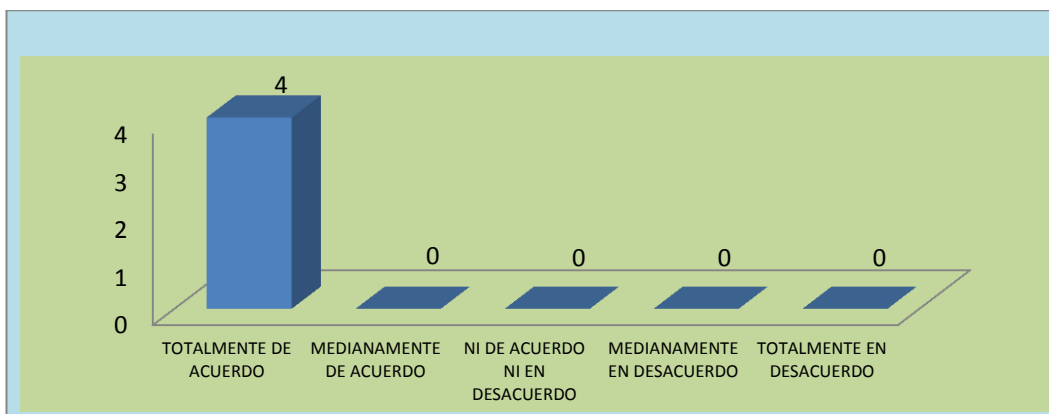
PREGUNTA 4.- ¿Los materiales que se usan son los adecuados para realizar un buen trabajo y satisfacer a sus clientes?

CUADRO N° 11 Materiales usados adecuados

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 4 Materiales usados adecuados



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de los talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo que los materiales que usan son los adecuados para realizar un buen trabajo y satisfacer a su clientela.

Los administradores de estos negocios están convencidos de que en el material que usan para el arreglo que ellos realizan a los radiadores de los vehículos de sus clientes están siendo de total aceptación.

Los talleres de arreglo de radiadores están dedicándose entonces por conseguir que los servicios que ofrecen se den brindando lo que demanda el mercado y están obteniendo la satisfacción de sus clientes.

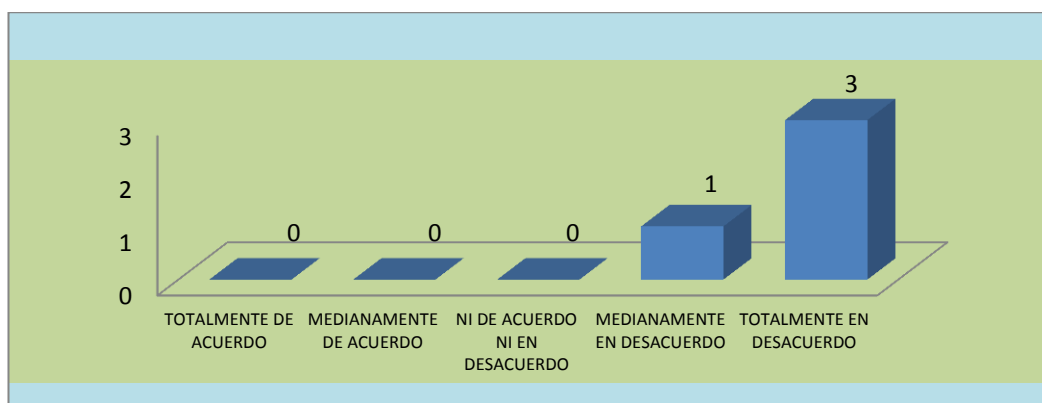
PREGUNTA 5.- ¿Cree usted que los talleres deben ocupar parte de la vía pública para operar?

CUADRO N° 12 Ocupación de la vía pública

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	1	25%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	75%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 5 Ocupación de la vía pública



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de los talleres de arreglo de radiadores están entre medianamente a totalmente en desacuerdo que sus negocios deban ocupar parte de la vía pública para su actividad.

Por tanto existe en ellos la conciencia de que cuando están realizando alguna reparación de vehículos fuera de sus pequeños establecimientos no están actuando de buena manera o de forma correcta.

Por tanto los talleres o negocios dedicados a la reparación o venta de radiadores y que mantiene a los vehículos estacionados en la vía pública están de alguna forma obstruyendo la circulación vehicular del sector.

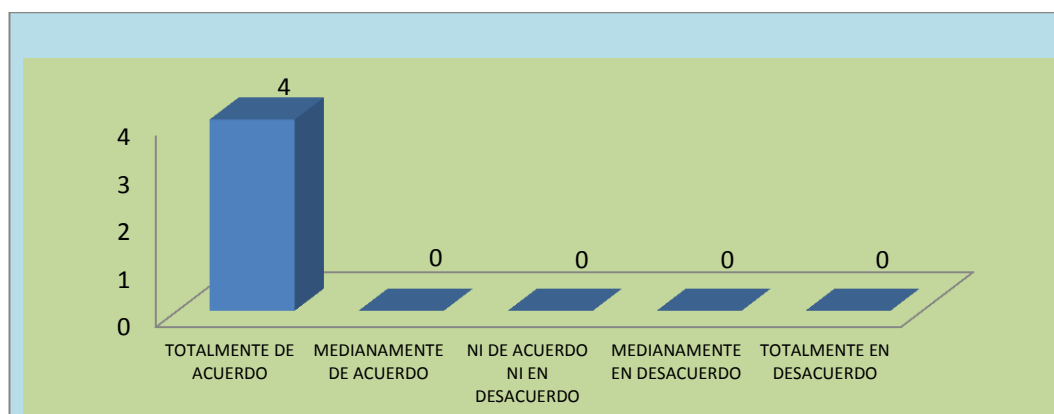
PREGUNTA 6.- ¿Teniendo un mayor espacio físico de su negocio se podría brindar una mejor atención?

CUADRO N° 13 Espacio físico para brindar mejor atención

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 6 Espacio físico para brindar mejor atención



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que teniendo un mayor espacio físico de su negocio se podría brindar una mejor atención a sus clientes.

Es obvio pensar que para poder atender de mejor manera a los clientes y poder ofrecer de mejor forma sus servicios los talleres deberían poseer un mayor tamaño y así evitar utilizar la vía pública.

Entonces los talleres de arreglo de radiadores deberían buscar el invertir un poco más para establecerse en locales más amplios y manteniendo la ventaja de brindar los mismos servicios pero con mayor comodidad.

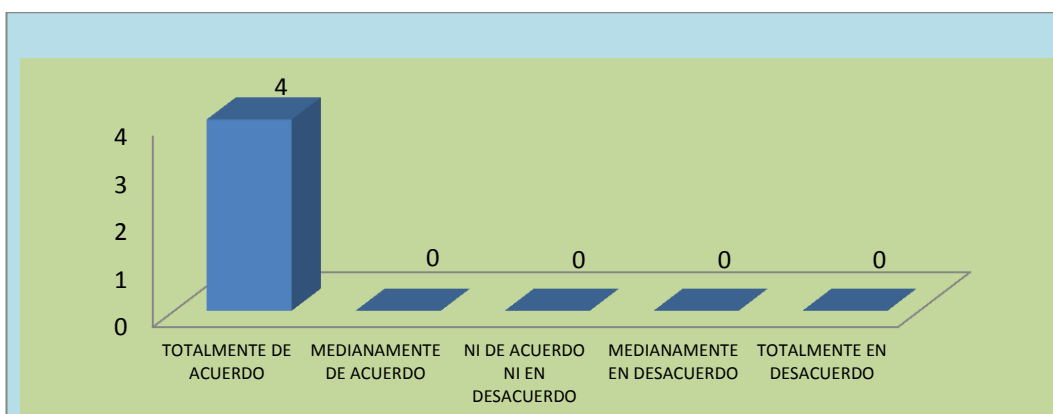
PREGUNTA 7.- ¿Al ampliar su negocio existiría la oportunidad de brindar nuevos puestos de trabajo?

CUADRO N° 14 Ampliación para generación de puestos de trabajo

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 7 Ampliación para generación de puestos de trabajo



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que al ampliar su negocio existiría la oportunidad de brindar nuevos puestos de trabajo en este segmento automotriz.

Por tanto los administradores son conscientes que a medida que se va buscando la ampliación y el mejoramiento de su infraestructura puede haber posibilidades de aperturas de oportunidades laborales.

Esta opción debería entonces ser tomado en cuenta en cada uno de estos negocios que podrían realizar una mayor inversión y podrían obtener una mayor clientela y aumento de trabajo que los llevaría a contratar personal.

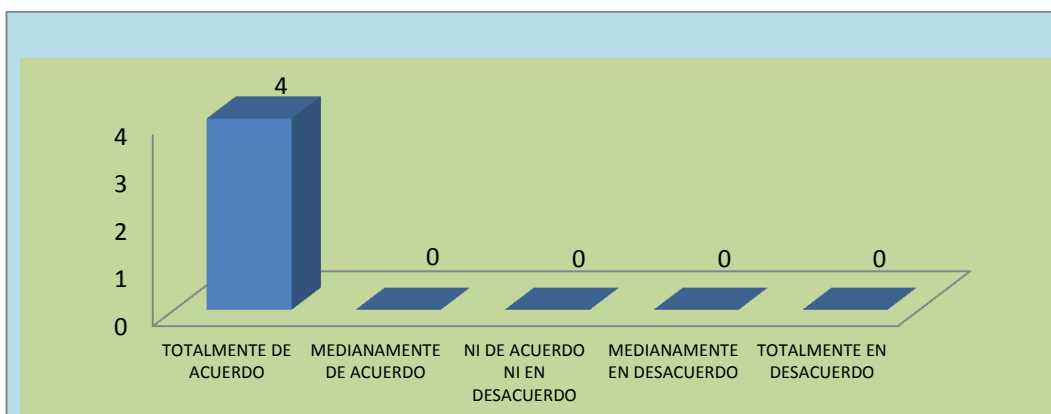
PREGUNTA 8.- ¿El parque automotor actual permitiría que se abran nuevos negocios de este tipo?

CUADRO N° 15 Apertura de nuevos negocios

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 8 Apertura de nuevos negocios



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de los talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que el parque automotor actual de la provincia permitiría abrir nuevos negocios de este tipo.

Esta pregunta se refleja quizá una preocupación por parte de los administradores que al ver que el aumento del parque automotor si no es aprovechado por ellos mismos se verá aprovechado por nuevos negocios.

Entonces estos administradores deberían de pensar que hacer para evolucionar o mejorar sus negocios pues en el futuro se verían en peligro de competir con nuevos establecimiento y la fidelidad de sus clientes

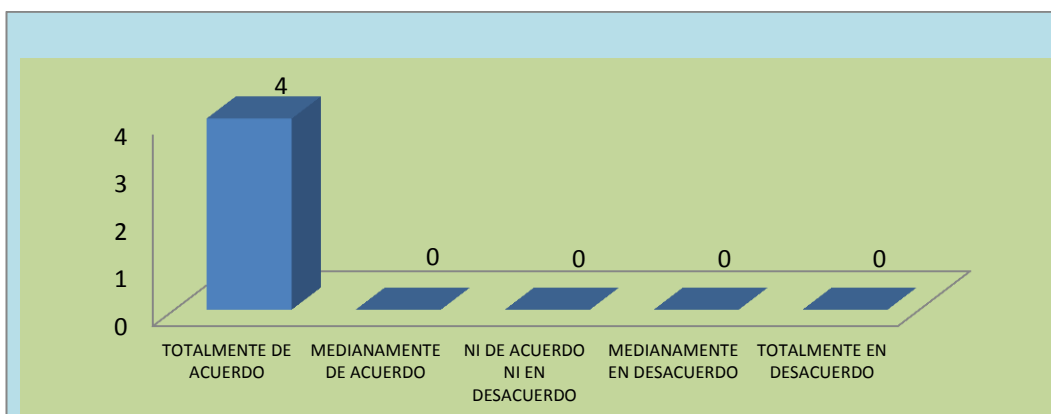
PREGUNTA 9.- ¿Una gran empresa de radiadores podría sobrevivir frente al mercado automotriz actual de la provincia?

CUADRO N° 16 Supervivencia de una gran empresa

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 9 Supervivencia de una gran empresa



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de los talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo que una gran empresa de radiadores podría sobrevivir frente al mercado automotriz actual de la provincia.

Esta pregunta mantiene relación con la pregunta anterior ya que los administradores aceptan que no solo podría aparecer competencia en el mercado si no que esa competencia podría sobrevivir.

Esta pregunta también da la pauta a que nuevos negocios que aparezcan puedan tener parte del mercado e incluso si llegara a ser de mayor tamaño podría lograr llevarse parte de su clientela.

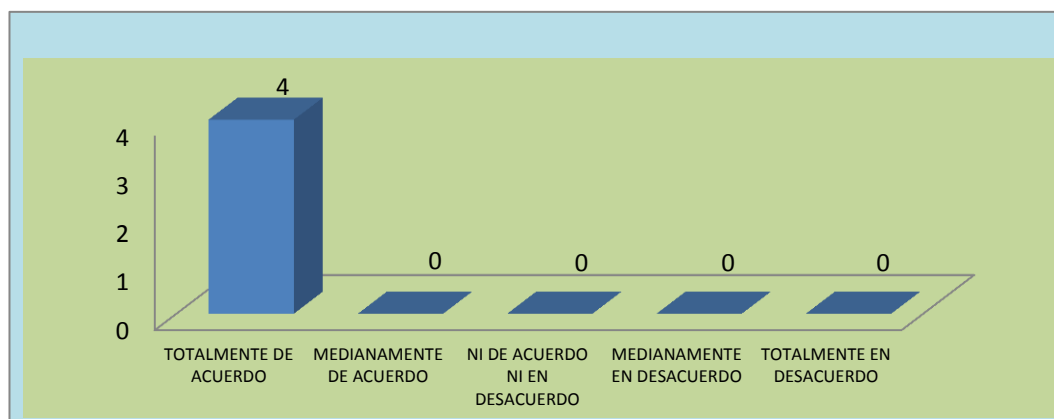
PREGUNTA 10.- ¿Una microempresa como esta podría autofinanciarse para buscar crecer y mejorar su atención?

CUADRO N° 17 Autofinanciación de microempresa

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 10 Autofinanciación de microempresa



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que una microempresa como la de ellos podría buscar financiamiento para crecer y mejorar sus servicios y la atención.

Esto también nos indica que los administradores pueden en cualquier momento crecer o mejorar mediante la inversión aunque lo importante sería conocer de donde podrían sacar el capital para realizarlo.

Además demuestra que si el mejoramiento de su negocio es la clave para obtener mayores beneficios, porque entonces aún no lo han hecho, quizá esto se deba por la falta de ese capital que necesitan para lograrlo.

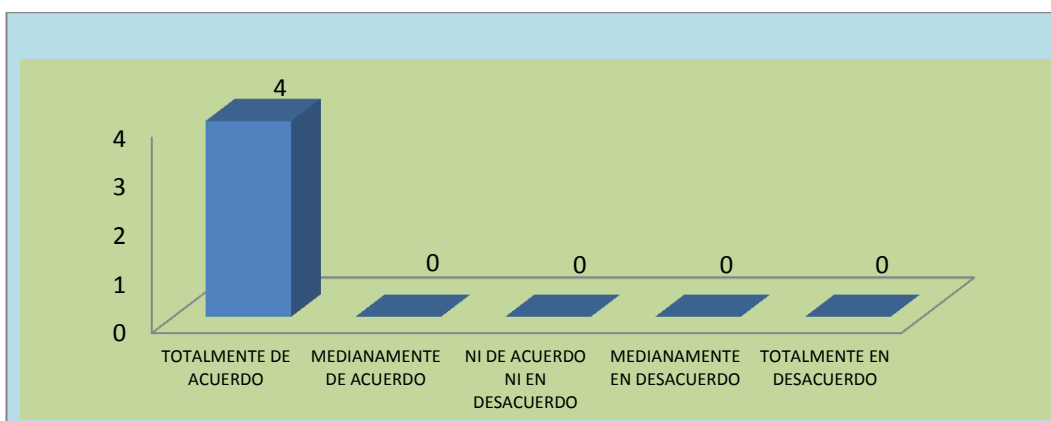
PREGUNTA 11.- ¿Instituciones como bancos o la propia CFN deberían interesarse en desarrollar este tipo de negocios?

CUADRO N° 18 Interés de CFN en estos negocios

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 11 Interés de CFN en estos negocios



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que instituciones como los bancos o la propia CFN debería de interesarse en desarrollar este tipo de negocios.

Por tanto ellos están queriendo sin duda buscar el crecimiento pero aun así piensan que les hace falta una mayor confianza o el conocimiento necesario para poder lograr crecer como ellos quieren.

Estos negocios para desarrollarse entonces necesitan del capital necesario y además de los conocimientos necesarios para luego de desarrollar sus negocios poderlos administrar correctamente.

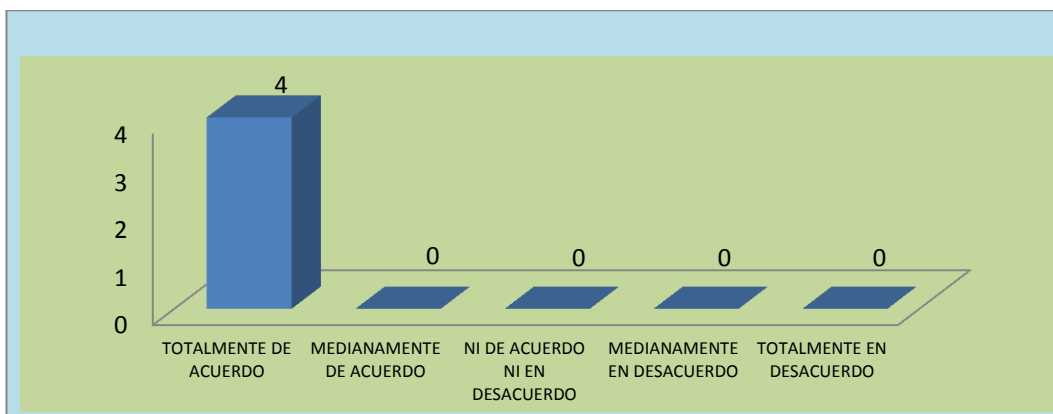
PREGUNTA 12.- ¿Tienen dificultades relacionados con el stock de materiales que utilizan para su actividad?

CUADRO N° 19 Dificultad de stock para su actividad

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 12 Dificultad de stock para su actividad



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que tienen dificultades relacionados con el stock de materiales que utilizan para su actividad.

Esto nos indica que por ser negocios con reducido espacio y que manejan poco capital, les resulta difícil mantener un stock adecuado en donde se posean todo lo que se requiere para realizar su actividad.

De cierta manera tiene relación el tamaño, el tipo de negocio con la falta de stock de materiales por lo que esta microempresas buscan establecer métodos para podérselas arreglar y mantener en actividad sus negocio.

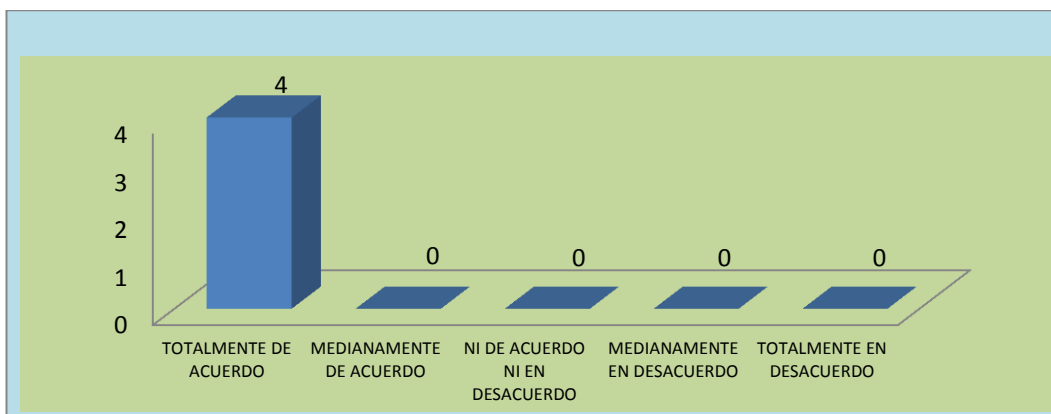
PREGUNTA 13.- ¿Estaría dispuesto en invertir en capacitar a su personal para volverlos más competitivos?

CUADRO N° 20 Inversión para mejorar competitividad

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 13 Inversión para mejorar competitividad



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que estarían dispuesto en invertir en capacitar a su personal para volverlos más competitivos.

La capacitación de personal es fundamental para poder corregir y mejorar las actividades de las personas que realizan una labor y en este negocio el administrador es el que tiene la decisión de realizarlo.

Con la voluntad no se llegaría a nada, el conocimiento previo de parte del administrador para saber que va a ganar con esta decisión al también pensar que no es un gasto si no una inversión que generará utilidad.

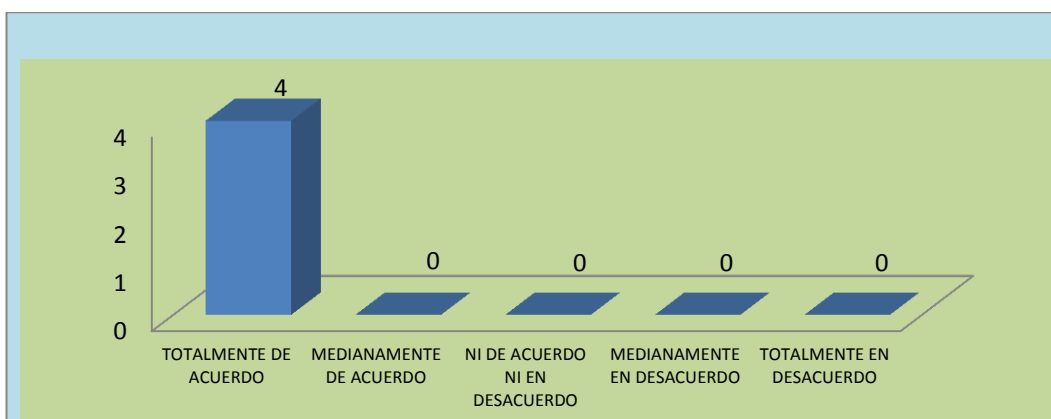
PREGUNTA 14.- ¿Tiene planificado a futuro la expansión de su negocio?

CUADRO N° 21 Futura expansión de negocio

ESCALA	ADMINISTRADORES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	4	100%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	0	0%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 14 Futura expansión de negocio



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los administradores de talleres de arreglo de radiadores están totalmente de acuerdo en que tienen planificado a futuro la expansión o crecimiento de sus negocios.

Todo gerente o administrador de su propia empresa pretende a futuro pero muchas veces no se da o se mantiene en espera la expansión debido a la falta de capital o de capacidad administrativa para lograrlo.

De cierto modo el capital y la capacidad de administrar es lo que puede generar que bajo planteamiento de objetivos y la planificación permita llevar a que una microempresa progrese y provoque su crecimiento.

3.3 RESULTADOS DE ENCUESTA A CLIENTES

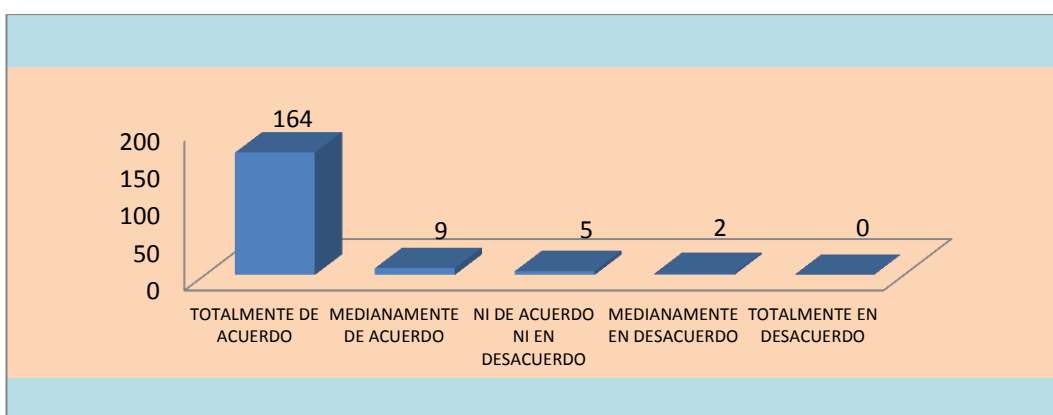
PREGUNTA 15.- ¿Existen suficientes talleres en la Prov. de Santa Elena para el arreglo de radiadores de vehículos?

CUADRO N° 22 Existencia de talleres en Provincia de Santa Elena

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	164	91%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	9	5%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	5	3%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	2	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 15 Existencia de talleres en Provincia de Santa Elena



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo en que existen suficientes talleres en la provincia de Santa Elena dedicada al arreglo de radiadores de vehículos.

Los conductores de vehículos reflejan una realidad en este segmento del mercado automotriz pues los talleres existentes en la provincia son suficientes para el número de automotores existentes en la provincia.

Los pocos talleres que se encuentran en la provincia de Santa Elena quizá pueda deberse no por que exista pocos automotores sino porque el arreglo de los radiadores no se da constantemente en un vehículo.

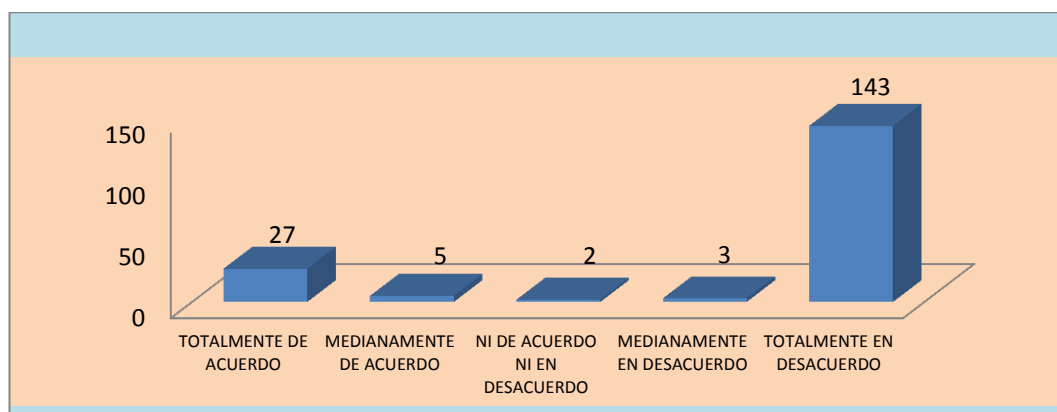
PREGUNTA 16.- ¿Ha realizado últimamente algún tipo de chequeo o arreglo al radiador de su vehículo?

CUADRO N° 23 Realización de chequeo o arreglo de radiador

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	27	15%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	5	3%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2	1%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	3	2%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	143	79%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 16 Realización de chequeo o arreglo de radiador



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente en desacuerdo en haber realizado últimamente algún tipo de chequeo o arreglo al radiador de su vehículo y solo una mínima parte está de acuerdo en haberlo realizado.

Esto nos demuestra que los conductores o dueños de automotores tienen conocimiento que el radiador no necesita de mantenimiento constante y que quizá solo van a un taller cuando existe un daño en su radiador.

El radiador es un elemento de mucha importancia en el vehículo por cuanto los conductores realizan chequeos o reparaciones cuando ven necesario hacerlo y no visitan los talleres de radiador de forma constante.

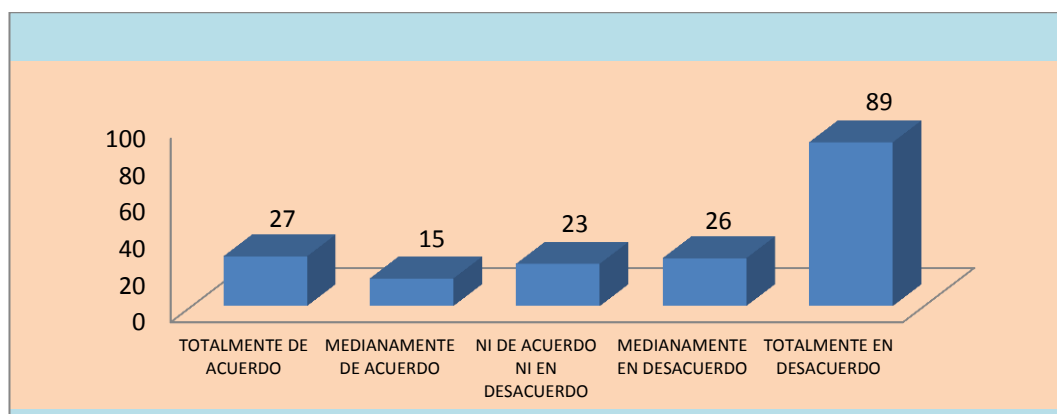
PREGUNTA 17.- ¿El radiador de los vehículos debe de mantener en constantes chequeos periódicos?

CUADRO N° 24 Chequeos periódicos del radiador

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	27	15%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	15	8%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	23	13%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	26	14%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	89	49%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 17 Chequeos periódicos del radiador



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores encuestados están totalmente en desacuerdo que el radiador de los vehículos debe de mantenerse en constantes chequeos periódicos.

Esto tiene su razón y su origen a que los radiadores solo son chequeados o reparados cuando presentan algún tipo de falla y el cliente al no ver molestias en el radiador no tendrían necesidad de llevarlo a un taller.

En este mercado se debería realizarse proyecciones con respecto a los tipos de vehículos existentes en la provincia para poder conocer que demanda tendrán los servicios en determinadas épocas del año.

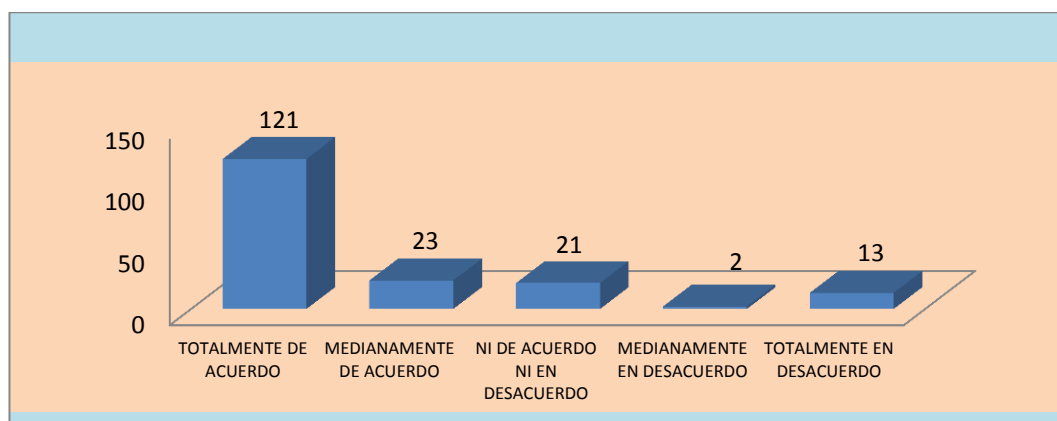
PREGUNTA 18.- ¿Los precios de los servicios que mantienen los talleres de arreglo de radiadores se ajustan a la economía actual del país?

CUADRO N° 25 Precios de talleres ajustados a la economía

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	121	67%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	23	13%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	12%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	2	1%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	13	7%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 18 Precios de talleres ajustados a la economía



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están completamente de acuerdo que los precios de los servicios que mantienen los talleres de arreglo de radiadores se ajustan a la economía actual del país.

Los clientes conocedores de los servicios que han recibido en algún determinado momento aseguran que los precios de los servicios que brindan los talleres de radiadores son accesibles.

Esto nos indica que los precios de este mercado se pueden estar manteniendo o se están moviendo al ritmo de la economía del país por lo que pueden estar dándose precios sin exagerarlos.

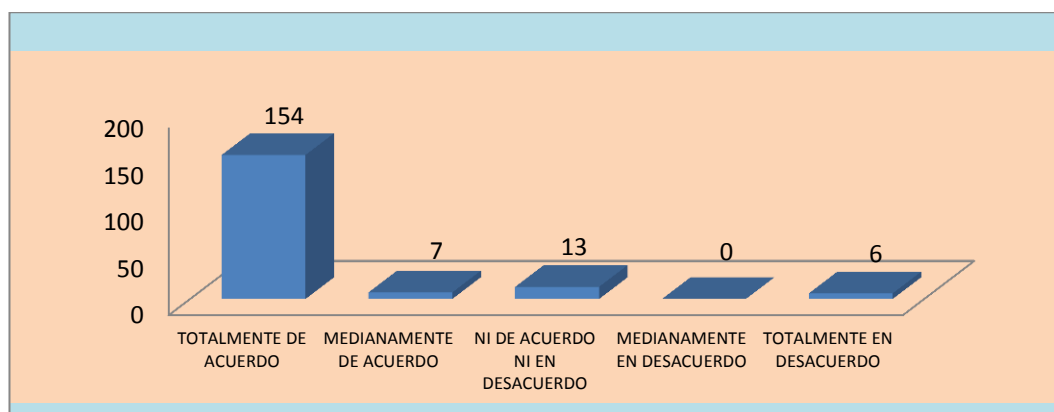
PREGUNTA 19.- ¿Son suficientes los productos y servicios que se brindan actualmente en los talleres de radiadores de la provincia?

CUADRO N° 26 Suficiencia de productos y servicios

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	154	86%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	7	4%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	13	7%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	6	3%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 19 Suficiencia de productos y servicios



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo que son suficientes los productos y servicios que se brindan actualmente en los talleres de radiadores de la provincia.

La percepción de los conductores de automotores indica que los talleres de arreglo de radiadores mantienen los suficientes productos y servicios que necesita ellos y este mercado en general.

Sin embargo se podría esperar que los talleres de radiadores puedan tener todos los servicios que en verdad necesita el mercado pero pueden estos servicios ser mejorados o darle valor agregado.

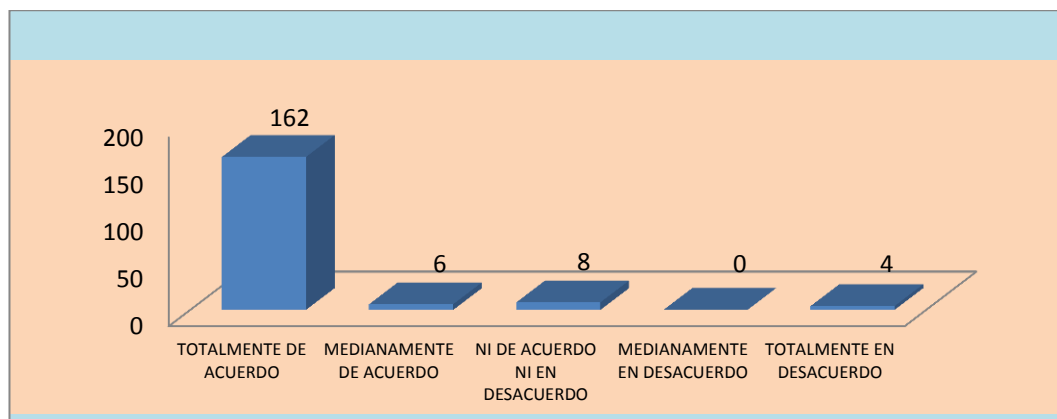
PREGUNTA 20.- ¿Necesitan los talleres de arreglo de radiadores diversificar o mejorar los servicios que ofrecen?

CUADRO N° 27 Diversificación y mejora de servicios

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	162	90%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	6	3%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	8	4%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	2%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 20 Diversificación y mejora de servicios



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo en que los talleres de arreglo de radiadores necesitan diversificar o mejorar los servicios que brindan.

Los clientes ven necesario que se diversifique y se mejoren los servicios que se brindan en los talleres de arreglo de radiadores aunque aún ellos estén de acuerdo que los productos y servicios son suficientes.

Los talleres de arreglo de radiadores tienen la aceptación de los conductores dueños de automotores que están de acuerdo que poseen los servicios suficientes pero además piensan que deben de mejorarse.

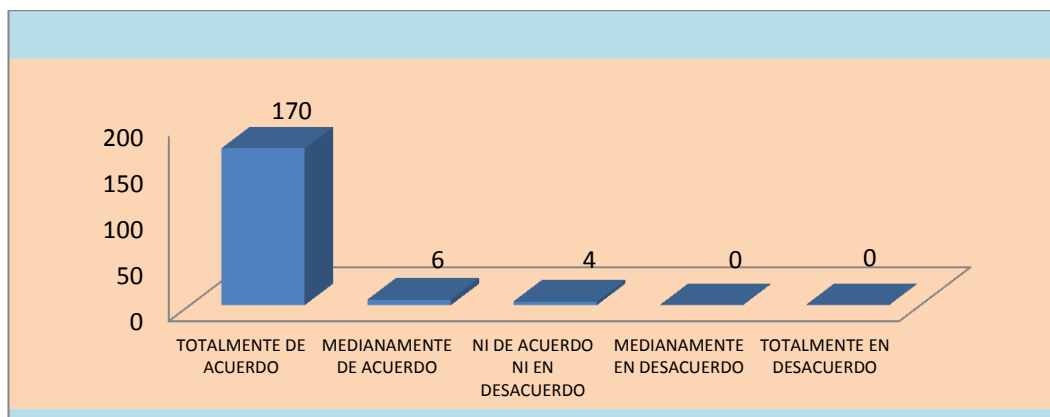
PREGUNTA 21.- ¿Necesita el personal que labora en los talleres de radiadores especializarse en cada uno de los servicios que brinda?

CUADRO N° 28 Especialización de personal en el servicio

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	170	94%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	6	3%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	4	2%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 21 Especialización de personal en el servicio



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo que los talleres de arreglo de radiadores necesitan que se especialice en cada uno de los servicios que brinda.

Es necesario que negocios como estos deban buscar especializar cada uno de sus servicios para poder mantenerse en el mercado pues no basta con solo tener la experiencia sino actualizar sus conocimientos.

El personal que labora en estos talleres han obtenido sus conocimientos mediante experiencias adquiridas de forma empírica por lo que se debe llevar a cabo capacitaciones para especializar a su personal.

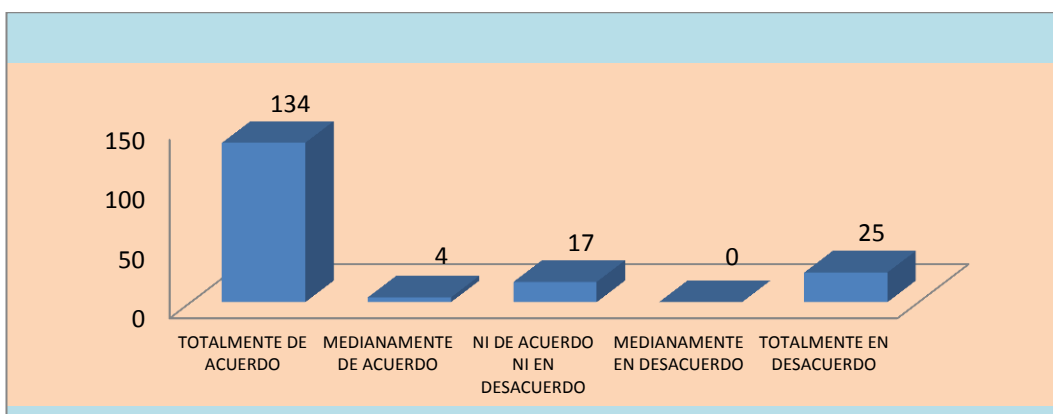
PREGUNTA 22.- ¿Le han brindado en este tipo de talleres de reparación de radiadores un buen servicio y atención?

CUADRO N° 29 Ofrecimiento de buenos productos y servicios

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	134	74%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	4	2%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	17	9%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	25	14%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 22 Ofrecimiento de buenos productos y servicios



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores encuestados están totalmente de acuerdo que le han brindado en los talleres de reparación de radiadores un buen servicio y una buena atención.

Los conductores de vehículos de la provincia de Santa Elena tienen el conocimiento o quizá la percepción de que en los talleres de arreglo de radiadores existentes se le brinda o están brindando una buena atención.

Esto nos puede indicar que los talleres de arreglo de radiadores están realizando bien su trabajo o que por lo menos están esforzándose al máximo para brindar un buen servicio a sus clientes.

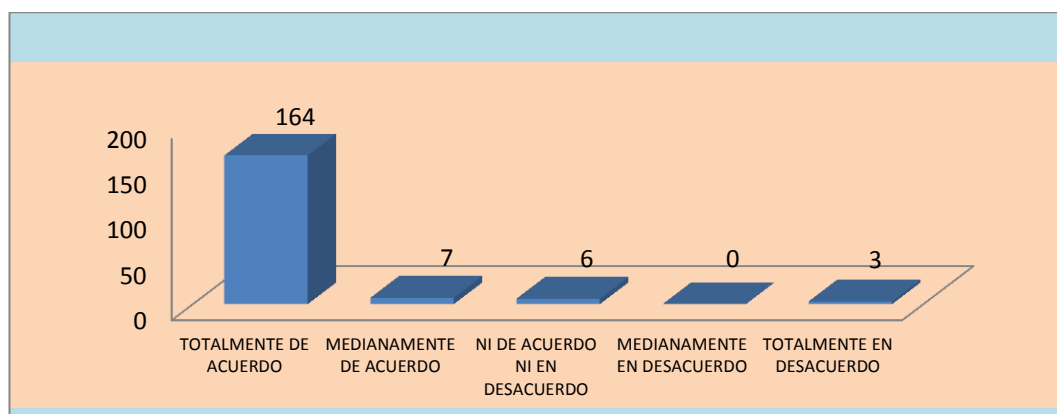
PREGUNTA 23.- ¿El personal que labora en los talleres de arreglo de radiadores, son muy capaces en realizar su trabajo?

CUADRO N° 30 Capacidad de personal para realizar su trabajo

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	164	91%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	7	4%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	6	3%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	2%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 23 Capacidad de personal para realizar su trabajo



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo que el personal que labora en los talleres de arreglo de radiadores es muy capaz en realizar su trabajo.

Esto podría indicar que los talleres de reparación de radiadores son negocios que a pesar de tener el personal con conocimientos empíricos, son gente que a aprendido bien todo lo concerniente a esta actividad.

Esto podría demostrar que los conductores dueños de vehículos podrían estar confiando en estos lugares que como los demás talleres automotrices pese a no ser especialistas saben del arreglo del radiador.

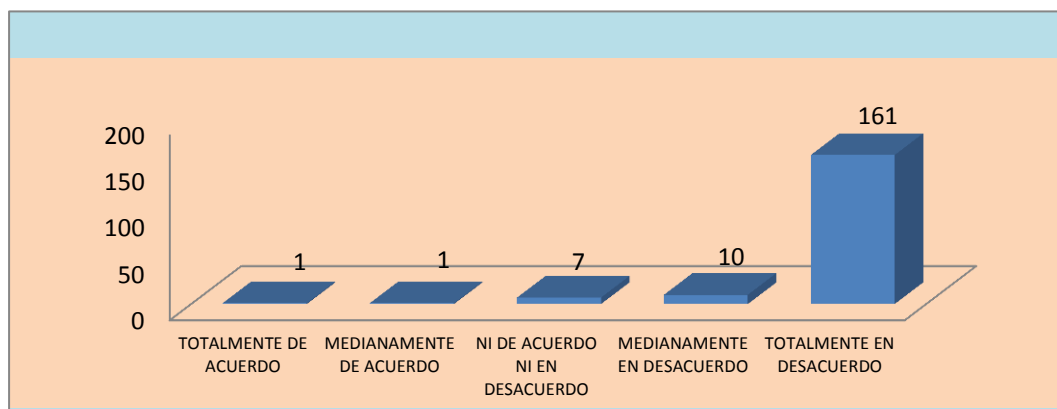
PREGUNTA 24.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores cuentan con el suficiente espacio físico para atender eficientemente a sus clientes?

CUADRO N° 31 Espacio físico para atender a clientes

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	1	1%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	1	1%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	7	4%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	10	6%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	161	89%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 24 Espacio físico para atender a clientes



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente en desacuerdo en que los talleres de arreglo de radiadores cuentan con el suficiente espacio físico para atender eficientemente a sus clientes.

Esto es evidente puesto que los pocos talleres existentes en la provincia de Santa Elena se manejan mediante locales pequeños en los cuales el vehículo es atendido en la vía pública y no dentro de algún local.

Esto sería porque los talleres de radiadores realizan reparaciones rápidas que no necesitan mucho tiempo y solo en casos excepcionales se debe dejar en reparación el vehículo hasta el siguiente día.

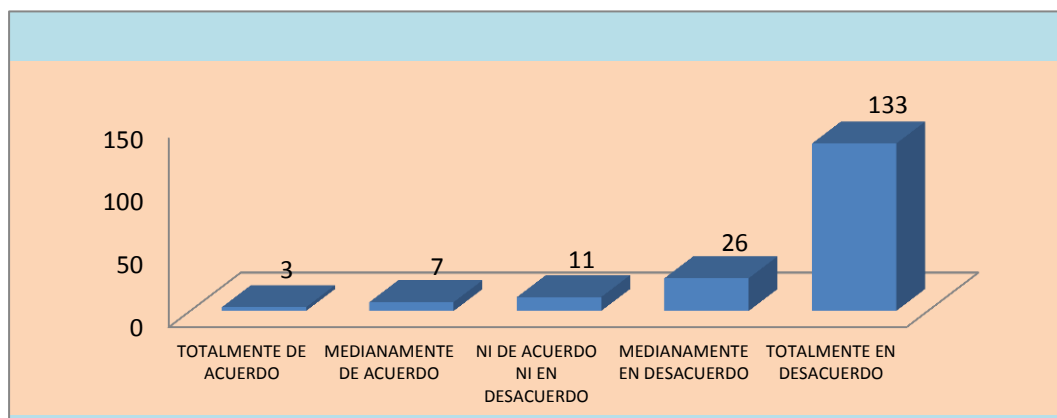
PREGUNTA 25.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores son seguros para encargar los vehículos que están recibiendo algún servicio de reparación?

CUADRO N° 32 Seguridad en negocios de radiadores

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	3	2%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	7	4%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	11	6%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	26	14%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	133	74%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 25 Seguridad en negocios de radiadores



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo en que los talleres de arreglo de radiadores son seguros para encargar los vehículos que están recibiendo algún servicio de reparación.

Esto pueda deberse a que los clientes o dueños de automóviles no ha pasado por percances en el momento que han estado en alguno de estos talleres o quizá no han dejado por mucho tiempo arreglando sus vehículos

Los talleres de arreglo de radiadores entre tanto deberían brindar sus servicios dentro de espacios cómodos y seguros para que en el futuro no existan percances de ningún tipo por trabajar en parte de la vía pública.

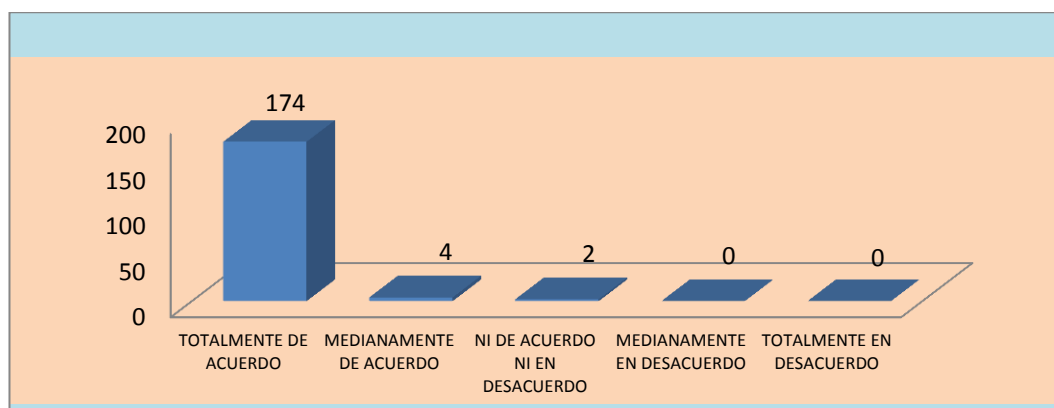
PREGUNTA 26.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores de la Prov. de Santa Elena necesitan mejorar su infraestructura?

CUADRO N° 33 Mejora de la infraestructura

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	174	97%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	4	2%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2	1%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 26 Mejora de la infraestructura



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo en que los talleres de arreglo de radiadores de la provincia de Santa Elena necesitan mejorar su infraestructura.

La percepción del cliente indica que los talleres de arreglo de radiadores deberían de ampliar y mejorar sus instalaciones pues es evidente que estos negocios deberían evolucionar por mejorar en esa parte.

Estos talleres entonces deberían buscar invertir en mejorar sus instalaciones ya que el mismo cliente así lo demanda pues es un doble beneficio ya que podrían mejorar sus ingresos y brindar un buen servicio.

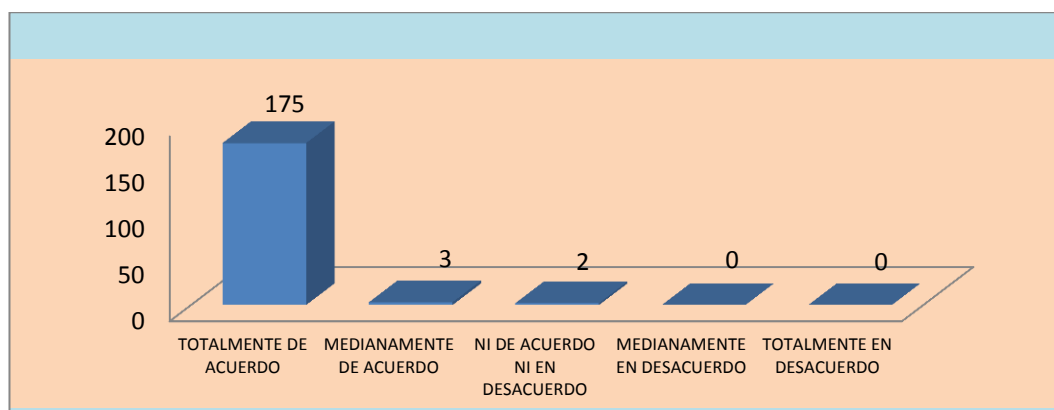
PREGUNTA 27.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores deberían contar con sala donde los clientes esperen mientras reparan su vehículo?

CUADRO N° 34 Sala de espera para clientes

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	175	97%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	3	2%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2	1%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 27 Sala de espera para clientes



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo en que los talleres de arreglo de radiadores deberían contar con una sala en donde los clientes puedan esperar mientras reparan su vehículo.

Los clientes dueños de vehículos pueden tener esta percepción ya que en otros talleres de reparación de vehículos los clientes deben esperar o acomodarse como pueden sin que exista un lugar exclusivo de espera.

Esta podría ser una estrategia de servicios al dar un valor agregado a la atención al cliente lo que permitiría que los clientes mantengan preferencia por el servicio diferenciado que se está otorgando.

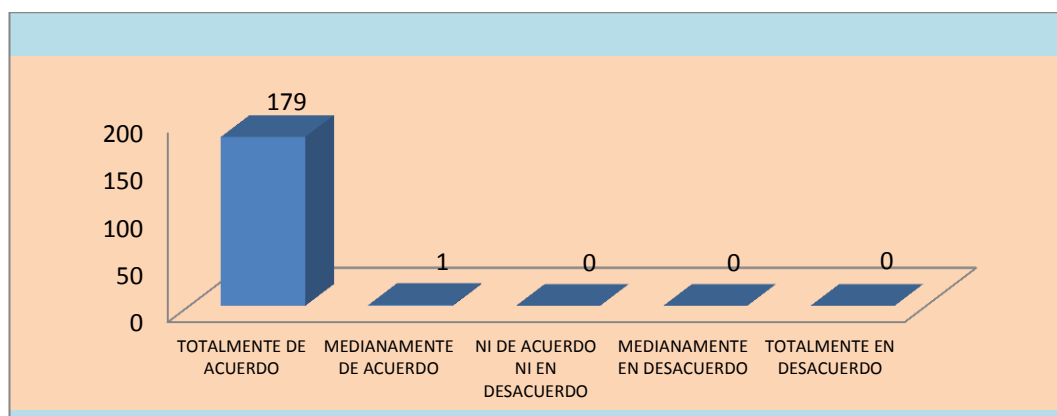
PREGUNTA 28.- ¿Le gustaría que en la Prov. de Santa Elena se cree una empresa con moderna infraestructura y especializada en radiadores?

CUADRO N° 35 Creación de nueva empresa de servicios

ESCALA	CLIENTES	PORCENTAJES
TOTALMENTE DE ACUERDO	179	99%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	1	1%
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	0	0%
MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL	180	100%

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

GRÁFICO N° 28 Creación de nueva empresa de servicios



Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Los clientes conductores de automotores están totalmente de acuerdo de que en la Provincia de Santa Elena se cree una empresa con moderna infraestructura y especializada en el arreglo de radiadores.

La percepción de los conductores y clientes con respecto a la incursión en el mercado de una nueva empresa que sea especialista en varios problemas del radiador podría considerarse necesaria para este mercado.

Los clientes conductores de automotores de la provincia de Santa Elena van a estar siempre de acuerdo en que surjan nuevos locales que ofrezcan nuevos servicios y ventajas a sus clientes.

3.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.4.1 Conclusiones

- Los administradores de los talleres de radiadores están de acuerdo en la posibilidad que este tipo de trabajo debe de especializarse y que los precios que cobran de los servicios que prestan son accesibles para el cliente. La infraestructura con que cuentan estos negocios le permite brindar una buena atención, además que los materiales que utilizan para brindar el servicio son de total satisfacción para el cliente.
- Los administradores están conscientes que no deberían utilizar la vía pública para realizar su actividad pero que mejorarían la atención al tener un lugar más amplio ya que con ello aumentaría los puestos de trabajo, pues el actual parque automotor puede permitir que se abran nuevos negocios similares, por lo que una gran empresa de radiadores podría sobrevivir en la provincia, y una microempresa similar podría crecer si pudiera autofinanciarse.
- Los clientes en su mayoría están de acuerdo que existen suficientes talleres de reparación de radiadores, pero son muy poco los que lo han visitado últimamente, además que son pocos los que creen que se debería mantener el radiador en constante chequeo.
- Los clientes en su mayoría están de acuerdo que el precio es conveniente, al igual que los servicios que brindan estos talleres, pero sin embargo están de acuerdo que deberían diversificar o mejorar sus servicios, que el personal de estos negocios deberían de especializarse en su actividad, sin embargo estos negocios han brindado una buena atención, por lo que creen que el personal es muy capaz en sus labores.

- Los administradores están de acuerdo que debería haber mayor interés y apoyo de parte de instituciones financieras, pues actualmente tiene dificultades para mantener materiales en stock, pues si hubiese el capital necesario podrían invertir en capacitar a su personal, pues mantienen la posibilidad a futuro de ampliar sus negocios.
- Los clientes en su mayoría están de acuerdo que estos negocios no cuentan con suficiente espacio físico para atender adecuadamente, por lo que piensan que no son seguros y que necesitan mejorar sus instalaciones. Los clientes además están de acuerdo que estos negocios deberían poseer un lugar o sala de espera mientras se repara su vehículo, pues están de acuerdo que se cree una empresa de este tipo con personal especializado y con moderna infraestructura

3.4.2 Recomendaciones

- Es importante que una empresa posea una buena combinación de especialización y buena infraestructura pues esta inversión a futuro ayuda a aumentar y mantener la fidelidad de clientes, sin afectar el precio, pues se obtendría la ventaja de brindar buenos servicios y productos.
- La creación de una empresa con lugares amplios, se ve como algo fundamental pues brindaría la confianza y la seguridad que necesitan los clientes para dejar encargado sus vehículos, esto se daría siempre y cuando las instituciones financieras brindan el apoyo necesario para realizarlo.
- Se puede establecer que el radiador no necesita constantes chequeos por lo que los negocios existentes no son numerosos por lo que se podrían crear promociones u ofertas que permitan que los clientes puedan visitar con algo de frecuencia estos negocios.
- Las instituciones financieras deberían fijarse en las necesidades que poseen estas microempresas, pero también es importante que si no existe voluntad de parte de estas microempresas para crecer podría dársele la oportunidad a que nuevas empresas con mejor infraestructura surjan.
- El recurso humano en este tipo de actividad es muy bueno por cuanto una especialización en su personal podría ser una alternativa, sin embargo para esto se necesita poseer una buena infraestructura y las herramientas necesarias para poder brindar otro tipo de servicios o mejorar las existentes.
- Mantener espacio adecuado junto con buen personal, buenas herramientas y lugar donde el cliente espere mientras arreglan su vehículo se ven importantes por lo que esta inversión se debería dar en una empresa como esta.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013

4.1 PRESENTACIÓN

El proyecto que se pretende realizar para conocer su viabilidad y factibilidad, es la creación de una Pyme denominada “RADIAUTO”, empresa que se especializará en los servicios automotrices de arreglo, mantenimiento, reposición y venta de radiadores de cobre, bronce o plástico aliado con aluminio en la provincia de Santa Elena, puesto que este mercado exige de la creación de una empresa que le permita ofrecer al mercado de los servicios de arreglo de radiadores, servicios mejorados, seguridad, buena atención e instalaciones amplias, modernas, cómodas y adecuadas.

Este proyecto será una alternativa para conductores sin importar el tipo de vehículos que conduzcan, pudiendo tener una opción en el mercado de radiadores, ya que brindará los mismos servicios que se ofrecen actualmente en el mercado de los radiadores pero de una forma más segura, cómoda, económica e innovadora. Se conoce que en los últimos años se ha venido generando un aumento en el tráfico vehicular de la provincia de Santa Elena, producto de un notable crecimiento de su parque automotriz y por ser una provincia de innumerables parajes turísticos y veraniegos por lo que el turismo permite mantener una población nativa y flotante superior a los 200.000 vehículos cada año.

4.1.1 Promotores responsables del proyecto

El presente proyecto estará bajo la responsabilidad del Ing. Francisco Rodríguez, junto a tres socios capitalistas, encargados de la promoción y ejecución del proyecto acorde a los plazos y tiempos planificados.

4.1.2 Actividad Económica

El proyecto se ubicara en la actividad económica de los servicios automotrices, específicamente en el arreglo y mantenimiento de radiadores de vehículos.

4.1.3 Ubicación

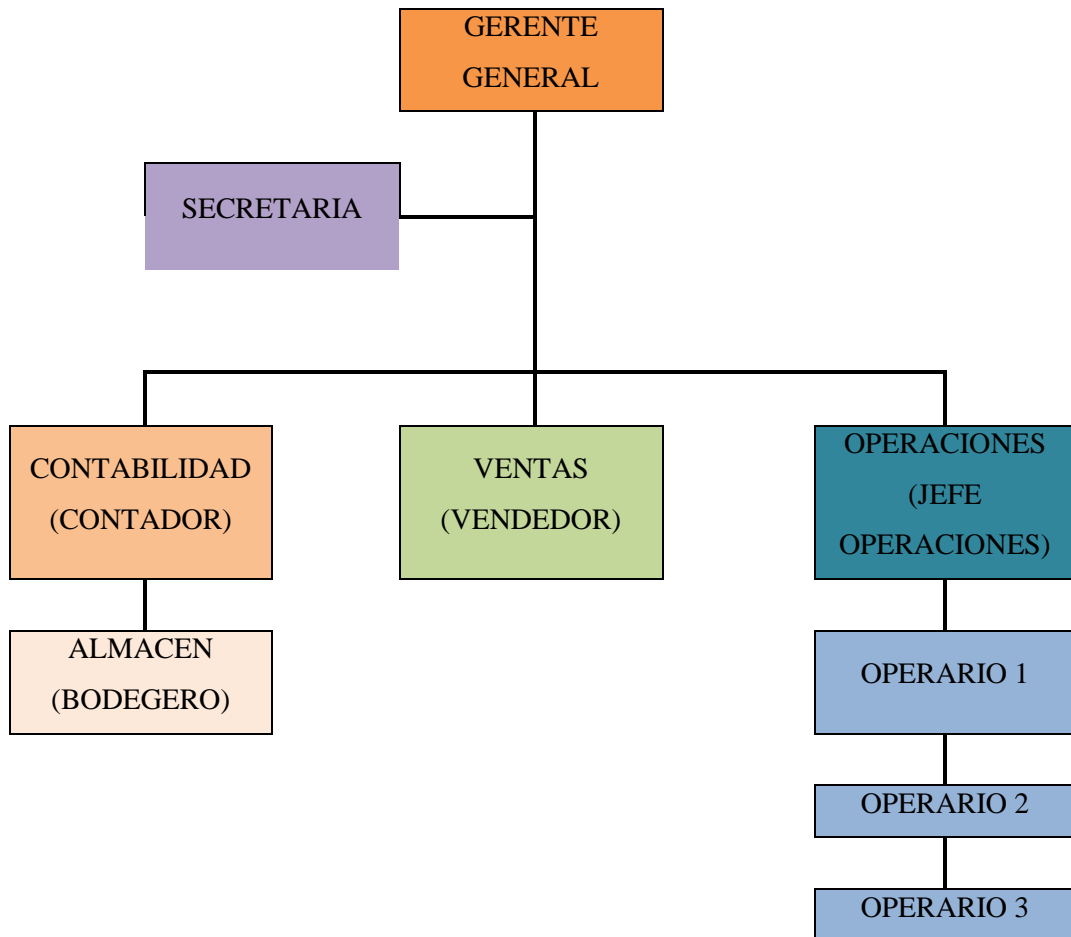
La ubicación más probable sería en el cantón La Libertad, sitio de gran movimiento económico y por poseer las condiciones idóneas que necesita el proyecto como mayor demanda de clientes y cercanía de proveedores. Su ubicación será estratégica por lo que estará ubicado en un sitio de gran afluencia vehicular.

4.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA Y JURÍDICA

La empresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, denominándose entonces con el nombre comercial “RADIAUTO CIA. LTDA”.

La estructura orgánica de RADIAUTO CIA LTDA, sería la siguiente:

GRÁFICO N° 29 Organigrama RADIAUTO



Fuente: Organigrama
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

4.2.1 Necesidades a satisfacer

La presente propuesta denominada comercialmente como RADIAUTO, pretende brindar a los dueños, conductores de vehículos, la satisfacción de llevar a reparar el radiador de su vehículo en un ambiente amplio, cómodo, seguro, con servicio especializado y mientras su vehículo es atendido los clientes puedan disfrutar de un café mientras ven televisión por cable o puedan acceder a la red WiFi gratuita.

4.2.2 Misión

La empresa “RADIAUTO” está dedicada al arreglo y venta de radiadores, a través de personal especializado, la buena infraestructura y tecnología necesaria que permitirá la satisfacción de las necesidades de conductores y dueños de vehículos en la provincia de Santa Elena, con total compromiso y responsabilidad.

4.2.3 Visión

La empresa “RADIAUTO” se consolidará en el mercado automotriz de la provincia de Santa Elena, mediante un plan de liderazgo que le permita posicionarse como empresa sólida, de gran preferencia destacándose el profesionalismo, la buena atención y el constante compromiso y responsabilidad.

4.2.4 Objetivos empresariales

Los objetivos empresariales de RADIAUTO serán las siguientes:

4.2.4.1 Objetivo general

Constituir una empresa sólida que ofrezca servicios y productos de calidad mediante una adecuada infraestructura, personal calificado y la mejor tecnología que permita satisfacer las necesidades del mercado automotriz del mantenimiento y arreglo de radiadores en la Provincia de Santa Elena.

4.2.4.2 Objetivos específicos

- Introducir al mercado automotriz peninsular una alternativa diferente en el ofrecimiento de servicios de mantenimiento y arreglo de radiadores a través de una buena gestión empresarial permitiéndole ser competitiva en el mercado.
- Ofrecer los mejores servicios y/o productos mediante la contratación del personal calificado que permita el cumplimiento responsable, eficaz y eficiente de cada uno de las tareas a realizarse.
- Brindar seguridad a nuestros clientes a través de una adecuada infraestructura que permita el buen cumplimiento de nuestro trabajo y la obtención de la confianza, además de la lealtad de nuestros clientes.
- Obtener la preferencia y la aceptación del mercado, mediante la adquisición de la mejor maquinaria que permita la realización de nuestro trabajo de forma ágil y oportuna.

4.2.5 Productos y servicios a ofertar

La empresa “RADIAUTO” tiene como objetivo llevar la satisfacción del cliente del segmento de los servicios automotrices dedicados al sistema de enfriamiento del motor, mediante el ofrecimiento de servicios de mantenimiento, arreglo, reposición y venta de radiadores. A continuación se detallan cada uno de los servicios que ofrecerá la empresa RADIAUTO a los clientes de toda la provincia de Santa Elena.

CUADRO N° 36 Características de los servicios

N°	SERVICIOS	DETALLE DEL SERVICIOS
1.	LIMPIEZA O “BAQUETEADA” DE RADIADOR DE BRONCE	Es la limpieza del interior del radiador que se encuentra obstruido sus canales, para esto es necesario desarmar el radiador y pasar en el interior de cada canal un alambre o baqueta que la destapará y luego de estar limpio proceder a armar y montar en el vehículo.
2.	LIMPIEZA DE RADIADOR DE TINA DE PLÁSTICO	Es la limpieza del interior del radiador de plástico y para esto se desarma y se limpian los canales con una baqueta o alambre y luego de que está limpio es armado.
3.	CAMBIO DE TANQUE	Es el cambio o sustitución del tanque superior o inferior del radiador
4.	CAMBIO DE PANAL	Es el cambio del panal o parte frontal del radiador

Fuente: Varios proveedores.

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

4.2.6 justificación e importancia

La presente estudio de factibilidad dará a este segmento de los servicios automotrices en la Provincia de Santa Elena una empresa con la infraestructura adecuada que permita brindar seguridad, comodidad y buena atención a todos sus usuarios.

Dentro del mercado laboral RADIAUTO CIA. LTDA. Permitirá abrir nuevas plazas de trabajo, dando la oportunidad a que profesionales y no profesionales se integren a la familia de esta nueva empresa, que será ejemplo en el cantón La Libertad, por cuanto se podrá convertir en un referente para el cambio necesario y urgente que debería darse en las Pequeñas y medianas empresas para poder seguir creciendo y mejorando.

4.3 MERCADO

4.3.1 Análisis de las fuerzas competitivas del mercado

La población del parque automotriz peninsular comprende 2.333 vehículos lo que representaría la demanda potencial. La competencia presente en la provincia no es muy numerosa, pues son pocos los negocios existentes en los principales cantones de la provincia. En total los establecimientos existentes en los tres principales cantones sumarían los 8 negocios.

Con respecto a los proveedores, la principal empresa que provee de los radiadores de cobre y bronce a los negocios existentes en la Provincia de Santa Elena y que además es un único proveedor, es la ECUARAD, que recepta los pedidos de todos los talleres. Los proveedores de los demás materiales se encuentran domiciliados en el cantón La Libertad y son proveedores de materiales indirectos para la ejecución del servicio en los radiadores.

4.3.1.1 Clientes

El sector de los servicios automotrices en la Provincia de Santa Elena se mantiene en constante crecimiento, gracias a su economía y las políticas que impulsa el gobierno de renovar el parque automotor nacional, por lo que se considera como mercado potencial a todo el parque automotor peninsular, ya que de parte de los consumidores de los servicios de arreglo y mantenimiento de radiadores lo conformarían los aproximadamente 2.333 vehículos existentes en esta provincia. Esto sin contar la población flotante de 200.000 vehículos al año.

4.3.1.2 Análisis de la competencia actual y potencial

Teniendo conocimiento que el mercado de los talleres de radiadores no es muy amplia en la Provincia de Santa Elena en relación a cualquier otro tipo de taller de arreglo de vehículos. Por lo que se podría pensar que esta nueva empresa poseerá como competidores directos a los talleres de arreglo de radiadores por mantener los servicios que directamente ofrecerá esta nueva empresa. A continuación se presentará el cuadro donde se encuentran el nombre de los dueños de los talleres existentes en la provincia:

CUADRO N° 37 Competencia

DUEÑOS	AMPLIO LOCAL	STOCK DE MATERIAL	CIUDAD	DIRECCIÓN
CARLOS GARCÍA	No	Si	La Libertad	Av. Eleodoro Solórzano y calles 23
ARNALDO GARCÍA	No	No	La Libertad	Av. Eleodoro Solórzano y calles 29
FERNANDO GARCÍA	No	No	La Libertad	Cerca del juzgado de la Niñez y la adolescencia.
WELLINGTON PANCHANA	No	Si	La Libertad	Av. 11 calles 14 y 15. Barrio 5 de junio
ANDRÉS VIDAL	No	No	La Libertad	Cdla. Enríquez Gallo
PROF. PERERO	No	Si	José Luis Tamayo	José Luis Tamayo
JOSÉ TOMALÁ	No	No	La Libertad	Av. Eleodoro Solórzano calles 16 y 17
N. GARCÍA	No	No	Santa Elena	Ciudadela Márquez de la Plata.

Fuente: Competencia
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

4.3.1.3 Proveedores

Dentro de la Provincia de Santa Elena existen varias empresas que proveen de materiales e insumo a los talleres de radiadores, entre las que se encuentran “El mundo del Perno”, las distribuidoras autorizadas de gas de la provincia. Con respecto a los líquidos refrigerantes, este es provisto por la empresa Quimiflus y el oxígeno para soldar con autógena lo provee el L. Villavicencio. (CUADRO # 38)

El único proveedor fuera de la provincia es la Fabrica ECUARAD que se encuentra en la ciudad de Guayaquil y distribuye todo tipo y tamaño de panales en bronce para cualquier tipo de vehículo.

CUADRO N° 38 Proveedores

PROVEEDOR	INSUMOS	CIUDAD	DIRECCIÓN
MUNDO DEL PERNO	Estaño, plata, aluminio, bronce, fundente, etc	La Libertad	Av. 12 y calle 21
QUIMIFLUS	Refrigerantes	La Libertad	
L. VILLAVICENCIO	Oxigeno	La Libertad	212 y 9 de oct.
ECUARAD	Radiadores	Guayaquil	Vía a Duran

Fuente: Proveedores

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

4.3.1.4 Sustitutos

Se podría considerar como sustitutos a los talleres de concesionarios de los vehículos que poseen este servicio, que se domicilian en la ciudad de Guayaquil y que podrían ser las únicas que podría sustituir a los negocios de arreglo y mantenimiento de radiadores.

4.3.1.5 Valoración de la demanda

La provincia de Santa Elena cuenta con una población creciente de su parque automotor, esto debido a una economía que se mantiene estable. Se ha tomado en consideración los siguientes datos históricos que serán importantes para valorar la demanda que posee actualmente el parque automotor de la provincia.

CUADRO N° 39 Parque Automotor Provincia de Santa Elena

AÑO	VEHÍCULOS PESADOS	VEHÍCULOS LIVIANOS	TOTAL DE VEHÍCULOS
2.007	341	1.362	1.703
2.008	358	1.433	1.791
2.009	380	1.519	1.899
2.010	404	1.614	2.018
2.011	430	1.718	2.148
2.012	467	1.866	2.333

Fuente: Patio de Autos, AEADE
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Mediante información recopilada de Patios de autos y la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE), se pudo conocer el parque automotor nacional y el existente en el mercado automotriz de la Provincia de Santa Elena,

4.3.3 Análisis Situacional

Esta herramienta permite establecer los factores internos y externos que nos llevará a conocer la situación en que se encuentra la empresa y a su vez permite la formación de estrategias con las que puede superar los factores que les resulten adversos.

4.3.3.1 Definición y cuantificación de los segmentos del mercado

Los segmentos que se tomaran en cuenta serán los siguientes:

- **La Geográfica:** El cual representa a los conductores que pertenecen a la provincia de Santa Elena, por lo tanto se ha considerado a todos los vehículos existentes en la provincia de Santa Elena.
- **La demográfica:** Corresponde a las personas dueña de vehículos o choferes que sin poseer vehículo manejan uno, por lo que se ha considerado en este segmento a las personas de edades comprendidas desde los 18 años de edad en adelante sea este de género masculino o femenino.
- **La Psicográfica:** En este segmento se puede hacer diferenciación de clases sociales, estilo, personalidad y gustos, por lo que se ha considerado en este segmento a las clases sociales de media a media alta sin tomar en cuenta ningún otro atributo.

4.3.4 Estrategias de mercado

Para poder obtener las estrategias dentro del mercado de los radiadores, se debió hacer uso de la herramienta F.O.D.A. (Ver ANEXO 4), en donde se pudieron establecer las estrategias mediante las combinaciones de fortalezas y debilidades frente a las oportunidades y amenazas que posee la empresa y que son las siguientes:

De las fortalezas y oportunidades:

- Mantener capacitado y actualizado al personal lo que permitirá cumplir con los objetivos laborales.
- Mantener una adecuada infraestructura que permita un mejor servicio y a la empresa estar preparados para su crecimiento en el mercado.
- Mantener un stock surtido de productos relacionados al arreglo de radiadores que posibilite la satisfacción del cliente.

De las debilidades y oportunidades:

- Se deberán realizar promociones y ofertas para atraer clientes, permitiendo que se mantenga presente el nombre de la empresa en el mercado.
- Aprovechar la tecnología y redes sociales para promocionar a la empresa, además de establecer un estrecho vínculo entre cliente empresa vía “on line”.

De las fortalezas y amenazas:

- Fortalecer la cultura de servicios y productos de calidad que con una combinación adecuada de buena infraestructura permita que el cliente regrese y además recomiende.

De las debilidades y amenazas:

- Invertir en publicidad y aprovechar la tecnología para establecer diferencias frente a nuestros competidores con respecto a nuestro servicios y productos.

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico nos permitió conocer la capacidad máxima que tendrá RADIAUTO por día pues previamente se conoció que las horas de atención para cualquiera de los cuatro servicios que ofrecerá la empresa, son servicios que toman en algunas ocasiones un largo tiempo para ser reparado, llámese de radiadores de equipos de transporte pesado donde los radiadores son grandes y por el mismo motivo se toma más tiempo de atender, es por eso que los tiempos promedios que se toma entre una limpieza a una sustitución son de mínimo 2 horas y máximo 4 horas.

4.4.1 Tamaño del proyecto

El estudio y análisis del tamaño y capacidad de la empresa, permitirán tener un acercamiento a los costos e inversiones en los cuales se recaerá al momento de poner en marcha el proyecto de creación de la empresa “RADIAUTO”, que lleven a un grado óptimo de aprovechamiento de acuerdo a lo requerido al tamaño y capacidad determinados.

La empresa RADIAUTO dispondrá de tres cubículos con tiempos promedios estimados de servicios de 2 horas, por lo que cada cubículo podría atender en promedio 4 vehículos, sumando un total de atención de 12 vehículos diarios.

El área de construcción será de 120 m², en donde se podrá contar con la mejor infraestructura posible, que permita brindar comodidad y lograr la satisfacción en el cliente y la diferenciación en el mercado. (Ver ANEXO 35).

4.4.2 Localización del Proyecto

“La Localización adecuada de la Empresa que se crearía con la aprobación del Proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el Proyecto obedecerá no solo a criterios Económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella Localización que maximice la Rentabilidad del Proyecto”

4.4.2.1 Macrolocalización

La macrolocalización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, cubriendo las exigencias o requerimientos del mismo, de forma que contribuyan a minimizar los costos de inversión, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto. Para este caso, la macrolocalización del proyecto está determinado en la Provincia de Santa Elena, en el sector de mayor movimiento comercial, pues se conoce que todo lo que se requiere se lo puede encontrar aquí.

4.4.4.2 Microlocalización

La Microlocalización es un estudio que se realiza con el fin de obtener el lugar exacto para instalar la empresa, siendo este el sitio que permitirá cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad y producir al mínimo costo unitario”. Para determinar la ubicación exacta de la empresa, fue necesario considerar varios factores para escoger la alternativa más conveniente como las siguientes:

Costo y disponibilidad de los recursos (Personal, Materia prima e insumos)

- Costo y lugares disponibilidad de arriendo
- Costo de transportes
- Regulaciones y disposiciones legales
- La política tributaria del gobierno
- Disponibilidad del agua, electricidad y otros suministros
- Comunicaciones

Una vez hallados los factores determinantes para la ubicación del proyecto, es necesario el uso de una matriz de localización, y establecer valoraciones de importancia para cada factor, determinando la calificación correspondiente, que oscila entre 1 y 10 puntos, donde 1 equivale a menos importante y 10 más importante; esto se establece para tres alternativas posibles para la ubicación de la empresa:

CUADRO N° 40 Localización del Proyecto

FACTORES	PESO	LA LIBERTAD		SALINAS		SANTA ELENA	
		CLF	PON	CLF	PON	CLF	PON
MATERIA PRIMA DISPONIBLE	33%	7	2,31	6	1,98	5	1,65
MANO DE OBRA DISPONIBLE	20%	6	1,2	6	1,2	5	1
COSTO DE TRANSPORTE	12%	3	0,36	4	0,48	3	0,36
DISPONIBILIDAD DE INSUMOS	20%	5	1	5	1	6	1,2
COMUNICACIÓN	15%	4	0,6	4	0,6	4	0,6
TOTAL	100%		5,47		5,26		4,81

Fuente: Localización del proyecto
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

De acuerdo a los resultados en la matriz de localización del proyecto, se puede notar que la ubicación que posee mayor peso por el puntaje obtenido en los factores de influencia del proyecto, tenemos que es el cantón La Libertad, por lo que este se considera como la ubicación más conveniente y la más factible por poseer los requerimientos de la empresa.

4.4.3 Ingeniería del proyecto

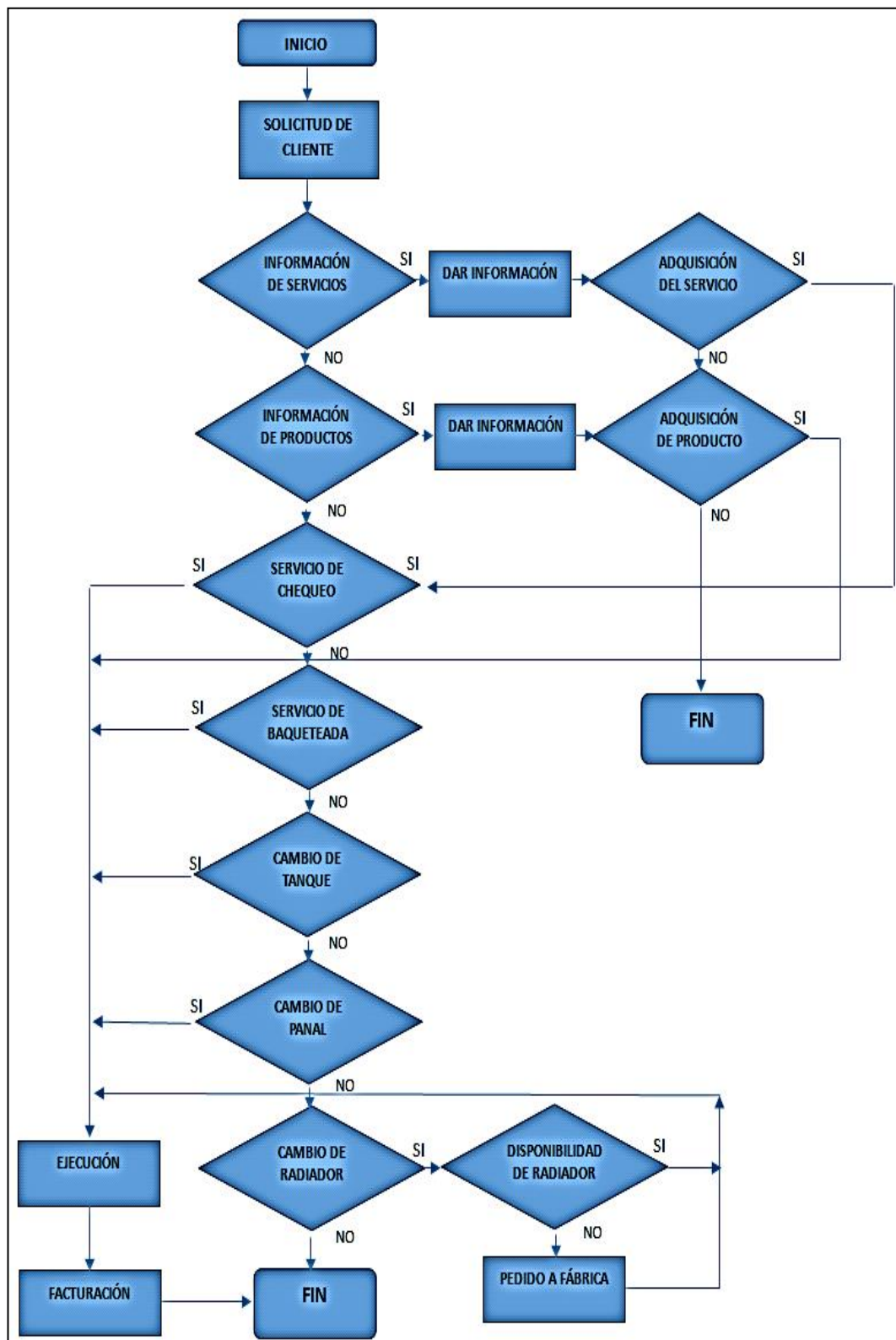
La ingeniería del proyecto, comprende la descripción detallada del proceso del ofrecimiento o venta del servicio o producto, junto con la descripción de los requerimientos necesarios para el funcionamiento adecuado de la empresa.

El proceso de producción corresponde a los procedimientos estrictamente técnicos bajo los cuales se regirá la empresa que serán creados para una excelente calidad del producto, contando con los insumos necesarios así como también de la participación de la mano de obra, recursos financieros métodos y procedimientos de operación

4.4.4 Proceso de la prestación de productos o servicios

La oferta de servicios y productos comenzará con el ingreso del cliente junto con su vehículo a las instalaciones, quien dentro de su automóvil si es su decisión podrá realizar el pedido de información o requerimiento de los servicios o productos que ofrecemos, por lo que se ha establecido un procedimiento generalizado de producción para todos los servicios que posee la empresa. (Ver GRÁFICO N° 30).

GRÁFICO N° 30 Prestación de Servicios



Fuente: Prestación de servicios
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

Proceso de los servicios al radiador en el local de RADIAUTO.

1. El cliente se acerca al local con su vehículo solicitando información.
2. Se atiende pedido de información.
3. El cliente decide si es información de producto o servicio
4. Si es solicitud de información de servicios, se escoge que servicio desea obtener entre chequeo, limpieza, cambio de tanque, cambio de panel o cambio completo del radiador.
5. Si es solicitud de información de producto se verifica disponibilidad del producto y si hay en stock se ejecuta la venta y se realiza la facturación, caso contrario por consentimiento del cliente puede realizarse el pedido del producto al proveedor para su posterior venta y entrega.
6. Para pedido de cambio de radiador se efectúa el paso 5.
7. Si no existe inconveniente en disponibilidad de algún producto se continua con la ejecución de la venta del producto o ejecución del servicio
8. El último paso es la facturación del producto o servicio brindado.

4.4.5 Programa de producción

La empresa RADIAUTO deberá mantener un programa de producción acorde a las exigencias del mercado por lo que los tiempos de servicios deberían acortarse a los comúnmente establecidos o encontrados en cualquier negocios de estos aunque en se presentaran casos que se tomen mayor tiempo de trabajo. El programa de prestación de servicios de la empresa tendrá los siguientes tiempos estimados:

- La limpieza del radiador pequeños sea de bronce cobre o aluminio tendrá duraciones de 1 a 2 horas en radiadores medianos y de 2 a 4 horas en

radiadores de mediano y grandes tendrá de 2 a 4 horas. (Ver ANEXO 33)

- El tiempo de arreglo del radiador dependerá del tipo de daño o avería, el cual se estimaría entre 1 a 3 horas.
- El cambio de tanque superior o inferior de bronce o de cobre dependiendo del tipo, marca y tamaño del vehículo tendrá un tiempo estimado de reemplazo de entre 1 a 2 horas.
- El cambio de radiador dependiendo del tipo de vehículo y el tamaño del radiador tendrá un tiempo estimado de reemplazo de 1 a 3 horas. (Ver ANEXO 34.)

4.4.6 Recursos requeridos

Para que una empresa pueda realizar sus labores se necesitan de diferentes recursos. Entre los recursos que requerirá el proyecto están los recursos humanos que representan la parte fundamental de la empresa y se encontraran constituidos jerárquicamente en tres grupos humanos como son los ejecutivos, supervisores y operarios. (Ver ANEXO 22).

Los recursos materiales se refieren a las cosas que se necesitan para poder cumplir la actividad económica de la empresa como por ejemplo los procesos productivos y se encontraran constituidos por las edificaciones o instalaciones, las materias primas, las maquinarias y los equipos. (Ver ANEXO 8).

La parte administrativa y ventas necesitaran de equipos de cómputo, de oficinas y muebles (Ver ANEXO 5, 6 Y 7). Los recursos técnicos comprenderán todos los procedimientos, programas, métodos, sistemas, patentes, organigramas, etc., que necesita el recurso humano de la empresa para alcanzar las metas y objetivos.

Los recursos financieros representaran el dinero en efectivo, acciones, obligaciones, etc., que necesitará la empresa para desarrollarse y mantenerse.

4.4.6.1 Instalaciones físicas

El local será construido de una sola planta, estará elaborado en materiales de hormigón, hierro y cemento, con puertas de aluminio y vidrio y amplios ventanales que darán la oportunidad de mirar tanto al interior como vista a la calle, tendrá un área de construcción de 220 mt². (Ver ANEXO 35).

Las áreas que integrarán el proyecto serán las siguientes:

- Gerencia general
- Secretaria
- Ventas
- Almacén
- Sala de espera
- Cubículos de servicios
- Baños
- Parqueadero

4.4.6.2 Maquinarias y Equipos

Las maquinarias y equipos que contendrá la parte productiva del proyecto están todas las que permitan que se realice el trabajo sea en el área que se le requiere.

Los diversos equipos requeridos en las áreas de la empresa se pueden mencionar las siguientes:

- Equipos de computación
- Equipos de oficina
- Muebles de oficina
- Maquinarias y herramientas

4.4.6.3 Recursos humanos

El factor humano no es un factor limitante para el manejo y administración de la nueva empresa, ya que si existe personal en el medio para la asistencia operativa y técnica del proyecto. Para para la parte administrativa se escogerá al personal calificado y que tenga la confianza para que se pueda acceder a este recurso humano.

Para la parte operativa y de atención al cliente será el mismo personal ya que debido a las características propias de la empresa este realizará varias funciones relacionadas a su puesto y carga laboral. Existirá también la posibilidad de contratar personal de limpieza, quienes se encargaran del mantenimiento de las instalaciones y de los equipos.

En toda empresa es importante su fuerza laboral por lo que el recurso humano que requerirá el proyecto estará conformado por personal administrativo y operativo que se encuentre domiciliado en el cantón La Libertad o aledaño a este. (Ver ANEXO 119).

4.4.6.4 Materias primas

Entre las materias primas que requiere este proyecto para poder cumplir con sus objetivos es la adquisición de paneles o radiadores completos de latón de cobre o de bronce (Ver ANEXO 37), además están las tinas o los tanques que en el radiador son el de la parte superior donde está la entrada de agua y el de la parte inferior (Ver ANEXO 36)

4.5 Plan Económico-Financiero

El siguiente plan económico financiero acumula toda la información económica-financiera del proyecto con el objeto de determinar si existe factibilidad y viabilidad económica para su ejecución. Este plan toma forma y se completa de las cifras y valores de los demás estudios realizados. Esta parte del capítulo 4, se encargará de analizar la forma de cómo va a obtener el capital inicial (financiamiento) y las adquisiciones tangibles o intangibles (inversiones) que realizará para poner en marcha el proyecto.

4.5.1 Plan de financiamiento

El plan de financiamiento estima la forma de cómo este nuevo proyecto va a obtener y manejar el capital que necesita para poder ponerse en marcha, previo resultados de viabilidad en los estados financieros. Se tiene previsto acuerdos con la Corporación Financiera Nacional CFN, institución estatal que está impulsando a la matriz productiva del país, la otra alternativa sería el Banco Pichincha por ser uno de los pocos bancos que confían y ayudar a financiar proyectos factibles.

En resumen el plan de financiamiento de RADIAUTO manifiesta el tipo de recursos económicos que financiaran el mismo, además de donde provendrán, si este se dará por financiamiento propio o mediante financiamiento bancario o ambas a la vez.

4.5.1.1 Financiamiento propio

Para dar comienzo del proyecto RADIAUTO se estima un monto de capital inicial de \$ 180.976,15, de este monto el 70% será externo y el 30% que lo constituyen \$54.292,85 dólares será de financiamiento propio. El financiamiento propio la constituirá la aportación de 4 socios, quienes se comprometerán a aportar con el capital inicial de \$13.573,21 dólares. (Ver ANEXO 10)

4.5.1.2 Financiamiento externo

El financiamiento externo requerido es de \$126.683,31 dólares a 10 años plazo y se lo obtendrá por parte de la Corporación Financiera Nacional con interés anual Pyme del 11,65% (Ver ANEXO 11), caso contrario este podría ser obtenido de cualquier otra institución financiera pública o privada.

4.5.2 Plan de inversiones

La empresa RADIAUTO necesitara de varias adquisiciones en bienes, para que esta pueda nacer, entre esta tenemos la inversión en terrenos y edificios que se estima en un área de 220 mt² a un monto de \$ 43.300 dólares (Ver ANEXO 13)

repartidas en áreas como producción con una superficie de 144 mt²; el área administrativa con 56 mt²; y el área de ventas con 220 mt². (Ver ANEXO 12). Este monto sumado a los demás activos fijos, así como el capital de trabajo y los gastos de constitución sumarían un monto total de inversión inicial de \$ 180.976,15 dólares (Ver ANEXO 18).

4.5.2.1 Inversión fija tangible

Las inversiones fijas tangibles son todos aquellos bienes que se adquieren y colaboran en el proceso productivo de transformación de materias primas en productos y servicios. En RADIAUTO la inversión fija se encontrarán representadas en la edificación de su local, la adquisición de sus maquinarias, muebles de oficina, equipos de oficina, equipos de computación, el capital de trabajo como el dinero en efectivo, los inventarios, las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar. (Ver ANEXOS 15).

4.5.2.2 Inversión fija intangible

Las inversiones fijas intangibles en una organización se encuentran consideradas en la experiencia del personal, las patentes, los derechos de comercialización, las concesiones, derechos de la marca, la imagen y reputación corporativa, que podría tener, así como los bonos o las acciones que podrían emitir o adquirir.

La inversión fija intangible en el presente proyecto se encontraría representada en la imagen corporativa que este refleje mediante su actividad económica y con ello la reputación que este muestre en el mercado automotriz de la provincia.

4.5.2.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo se lo determino mediante el método de analítico, que permite calcular la cuantía de la inversión en capital de trabajo desde el momento que se adquiere el producto, hasta el momento que se recupera el monto del capital invertido, cuyo monto asciende a \$119.920,80 resultado que se obtiene de restar los pasivos corrientes de los activos corrientes de la empresa. (Ver ANEXO 16).

4.5.3 Cronograma de ejecución

El proyecto RADIAUTO tendrá su inicio en el segundo mes del año 2014 y se lo constituirá en la Superintendencia de Compañías como Compañía Limitada. Al pagarse los valores de constitución, tasas y otros gastos lo que tomaría 30 días ya habiendo reservado el nombre de la empresa. Como opción el nombre de RADIAUTO, su logo y eslogan pueden ser inscrito en el IEPI. Luego del tiempo que se concrete la constitución se deberá sacar el RUC, los permisos del cuerpo de bombero, del municipio y salud pública.

Para el mes de marzo se comenzará con la construcción del edificio con el contratista tomándose un tiempo de culminación de 3 meses plazo dejando para un mes antes de su culminación el tiempo para compra de maquinarias y de insumos teniendo identificado de antemano a los proveedores.

La inauguración de RADIAUTO está prevista para la última semana de junio del 2014 donde las instalaciones deben estar operando dentro de lo previsto y planificado. (Ver ANEXO 38)

4.5.4 Costos

Los principales costos que mantendrá la empresa RADIAUTO serán los costos operativos o de producción pues son los necesarios para que se produzcan las ventas de servicios y poseer ingresos.

Los costos de producción serán generados por la materia prima que se adquiere y que asciende a \$ 43.491,82, la mano de obra que participa directamente en la ejecución del servicio \$ 16.279,88 la materia prima que se requiere en las proyecciones \$17.118 y por último los costos indirectos de fabricación, que en este caso suman los \$10.094,14.

Estos costos se ven reflejados en el estado de pérdidas y ganancias y nos sirve mediante su resta con las ventas sin IVA para obtener la utilidad bruta del periodo. Estos valores son los que necesitan vigilarse para poder optimizar y mantener los precios de nuestros productos. (Ver ANEXO 32)

4.5.4.1 Gastos de ventas

Los gastos de ventas son todos aquellos rubros que la empresa incurre en el momento de realizar el servicio y hace uso de sus recursos. Estos gastos ayudan a determinar la utilidad neta del ejercicio frente a los demás gastos que incurre la empresa, en el caso de RADIAUTO, estos valores son producidos por los sueldos del personal más los beneficios de ley, el pago de energía eléctrica, agua, teléfono, útiles de oficina, materiales de limpieza, etc., y cuyo monto totales de \$ 2.208,92 dólares. (Ver ANEXO 23)

4.5.5 Ingresos

Los ingresos en términos económicos lo constituye toda entrada económica que obtienen una persona u organización por efecto de alguna transacción o venta de bienes o servicios. Los ingresos en este caso lo constituirán el volumen de servicios que la empresa RADIAUTO realice por periodo, pues las ventas se han proyectado sobre una tasa del 15% de aumento por año, dando como resultado que las ventas para el primer año de todos sus servicios tenga un ingreso neto de \$ 96.798,60 dólares.

4.5.5.1 Proyección de los ingresos

Los ingresos por ventas de la empresa RADIAUTO se proyectaran para los siguientes 10 años, a una tasa de crecimiento de las ventas del 15% anual. El aumento del precio de cada servicio ha sido determinado junto con la tasa de inflación que es del 2,3% anual. Para determinar los ingresos proyectados se estimó un incremento de ventas anuales fijas del 15% con lo que la empresa obtendría utilidades netas superiores a los \$9.000 dólares anuales, lo que por cada año se vería un incremento importante en sus utilidades, importante por se necesita que estos ingresos cubran la cancelación de responsabilidades ya sea con proveedoras como la propia entidad financiera y los accionistas.

4.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera tiene la finalidad de identificar, valorar y comparar beneficios y costos de las alternativas del proyecto.

Esta evaluación contempla estados financieros proyectados a 10 años. Entre las diversas herramientas financieras que se ha establecido utilizar están el balance general, estado pérdidas y ganancias, el TIR el VAN y la recuperación de la inversión.

4.6.1 Estados financieros proyectados

Como ya se mencionó anteriormente el estado de resultados nos indica la utilidad neta del ejercicio y nos permite conocer el comportamiento de los ingresos y egresos de la empresa para 10 años, por lo que debemos tomar en cuenta para el resto de estados financieros el incremento en ventas del 15% anual, la tasa de inflación del 2,3%, los incrementos anuales de la producción del 5%, el pago en interés y de la deuda con la institución financieras al 11,65% a 10 años plazo, la reinversión de maquinaria y equipos estimada por su vida útil, así como también de los impuestos a la renta, al trabajador se puede realizar una proyección tanto de los ingresos y egresos de los estados financieros como el balance general, flujo de efectivo, cash free, etc.

4.6.1.1 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias de RADIAUTO nos muestra un incremento constante de las ventas por lo que su utilidad se mantiene positiva en todos los ejercicios contables proyectados, el inventario inicial también mantiene un comportamiento del cerca del 2% y a la baja en un 1% lo que significa que las existencias se están consumiendo acorde a la demanda (Ver ANEXO 25) , aunque en la realidad podría no presentarse de esta forma si el parque automotor peninsular no siguiera aumentando a una tasa nacional del 9%.

4.6.1.2 Flujos de caja

El flujo de efectivo de RADIAUTO nos muestra los flujos de ingreso y los flujos de egresos que ha mantenido en cada uno de los ejercicios proyectados a 10 años, por lo que en el primer año tenemos un saldo de \$ 9.349,31 dólares, en el segundo año es de \$ 6.286,44 dólares y en el tercer año este saldo aumenta fuertemente a \$ 20.092,30.

Este comportamiento de cambios drásticos del saldo en efectivo que demuestra la empresa dentro de los 3 primeros años se debe a que en el segundo año no existe la compra de activos nuevos ni la reposición de uno tal como si sucede en el tercer año, pero pese a la compra se mantiene en un saldo elevado con referencia a los años anteriores y el saldo sigue en aumento hasta llegar a \$ 84.743,20 en el año 10. (Ver ANEXO 26)

4.6.1.3 Balance general

En el balance general de la empresa RADIAUTO podemos encontrar que el resumen de todo lo que tiene la empresa se representa en los activos y pasivos. Dentro de sus activos es decir todo lo que representa valor para la empresa en forma de dinero maquinarias, equipos, infraestructura, etc., lo constituyen \$275.299,53 dólares.

Sus pasivos lo conforman todas las obligaciones bancarias así como deudas con los proveedores, cuentas pendientes, impuestos por pagar, etc., y este asciende a \$221.006,69 dólares y el patrimonio es lo que le pertenece a los promotores del

proyecto en fondos de capital, utilidades, fondos de reservas, etc. Y su monto en el año de inicio es de \$ 54.292,85 dólares lo que sumado a sus pasivos igualan la cantidad de sus activos. (Ver ANEXO 27)

4.6.1.4 Flujo de caja libre

En el flujo de caja libre de RADIAUTOS podemos encontrar que este va aumentando para cada periodo y que no existe ninguna restricción para que esta disminuya ya que a pesar de que se origina sobre estos las reinversiones que tiene que cumplir la empresa por reposición de vida útil, esta se mantiene en crecimiento, aunque si afecta la reinversión en los años que estos se efectúan, no se ve afectado su resultado positivo, ya que dentro de este mismo modelo que el flujo de efectivo se puede obtener una TIR de 21,79% y un VAN de \$ 457.105,78 dólares, lo que demuestra la alta rentabilidad del proyecto.(Ver ANEXO 28)

4.6.2 Indicadores de rentabilidad

Para conocer la rentabilidad del proyecto se tomaron en cuenta los siguientes indicadores de rentabilidad para los 2 primeros años de vida del proyecto.

Los indicadores de rentabilidad para la inversión son los siguientes:

- Rentabilidad del patrimonio,
- Margen operacional de la utilidad,
- Gastos de administración y ventas a ventas,
- Margen bruto de utilidad y margen neto de utilidad.

RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

FORMULA:

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

- (2014) = $9.689,13 / 221.006,69 = 0,044$ (4,38%)
- (2015) = $15.684,93 / 198.906,02 = 0,079$ (7,89%)
(7,89%) - (4,38%) = 3,51%

Explicación: Va a existir un aumento de la rentabilidad de la inversión de los socios de 3,51% desde año 1 al año 2 de funcionamiento de la empresa.

MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD

FORMULA:

$$\text{Margen operacional de utilidad} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

- (2014) = $41.787,74 / 96.798,60 = 0,43$ (43,17%)
- (2015) = $50.579,81 / 113.878,71 = 0,44$ (44,41%)
(44,41%) - (43,17%) = 1,24 %

Explicación: La utilidad operacional de la empresa va a tener un crecimiento del 1,24% desde el primero al segundo año de vida

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS A VENTAS

FORMULA:

$$\text{Gastos Adm. y ventas a ventas} = \frac{\text{Gastos de Adm. y ventas}}{\text{Ventas netas}}$$

- (2014) = $11830,5 / 96.798,60 = 0,12$ (12%)
- (2015) = $12072,74 / 113.878,71 = 0,11$ (10,60%)
(10,60%) - (12%) = - 1,4%

Explicación: Va existir una participación superior de los gastos administrativos y de ventas sobre las ventas del -1,4% desde el primero al segundo año.

MARGEN BRUTO DE UTILIDAD

FORMULA:

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

- (2014) = $41.787,74 / 96.798,60 = 0,43$ (43,17%)
- (2015) = $50.579,81 / 113.878,71 = 0,44$ (44,41%)
(44,41%) - (43,17%) = 1,24%

Explicación: Va a existir un aumento no muy significativo del 1,24% de la utilidad bruta obtenida después de descontar los costos de ventas dentro del primero y segundo año.

MARGEN NETO DE UTILIDAD

FORMULA:

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

- (2014) = $9.689,13 / 96.798,60 = 0,10$ (10%)
- (2015) = $15.684,93 / 113.878,71 = 0,14$ (13,77%)
(13,77%) - (10%) = 3,77%

Explicación: Va a existir un aumento en la utilidad neta del 3,77% lo que significa que las ventas y los gastos de ventas no superaran a la utilidad dentro del año 1 al año 2.

4.6.2.1 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno lleva a cero las equivalencias del valor actual neto (VAN). La tasa interna de retorno determina en forma de porcentaje la ganancia que ha obtenido o que va a obtener el inversionista por cada dólar concedido al proyecto.

La TIR resultante de este proyecto es del 21,87%, con lo que se podría decir que de cada dólar invertido se ha obtenido \$ 2,18 centavos, en este caso la resultante de esta tasa es que no se pierde dinero, por el contrario se ha obtenido un beneficio por lo que el proyecto podría considerarse como aceptable. (Ver ANEXO 29)

4.6.2.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto se la puede considerar como la ganancia obtenida de la inversión en términos netos. Es decir si el VAN de un proyecto es superior a “0” significa que se habrá obtenido una ganancia.

En el presente proyecto el VAN resultante es de \$ 460.451,61 dólares, lo que confirma el resultado de 21,87% del TIR, esto significa que luego de haberse cubierto todos los costos de la inversión se ha obtenido una ganancia. (Ver ANEXO 30)

4.6.2.3 Periodo de recuperación del capital (PAYBACK)

El periodo de recuperación del capital permite conocer en qué tiempo o periodo se podrá recuperar el monto de la inversión. En el presente proyecto nos indica que el periodo de recuperación será de 7 años. (Ver ANEXO 31)

4.6.2.5 Punto de equilibrio

Los resultados del ejercicio efectuado para encontrar el punto de equilibrio en que los costos se equilibran con las ventas para las unidades que se le permitirá vender para no perder es de 1.039 unidades, en este caso serían 1.039 servicios que se deberían dar como mínimo, lo que en dinero representarían \$ 3.014,10 dólares de ingreso que la empresa podría obtener en comercialización de sus productos y servicios. (Ver ANEXO 32)

CONCLUSIONES

- El mercado automotriz peninsular necesita de nuevas e innovadoras alternativas de negocios que se enfoque en la buena gestión empresarial, en la competencia basada en la calidad de sus productos y servicios que le permita cumplir enormemente con las expectativas de sus clientes, estas necesidades se reflejaron en este proyecto para buscar la factibilidad financiera y económica en la creación de una nueva empresa en el sector los servicios automotriz de mantenimiento, arreglo y venta de radiadores.
- Dentro de la recopilación de información nos encontramos que el sector de los servicios automotrices de arreglo de radiadores en la Provincia de Santa Elena posee los suficientes recursos para que puedan obtenerse personal idóneo y la consecución de la contratación de personal calificado, capaz y responsable que deberá poseer la nueva empresas que se pretende crear y que deberá de cumplirse para poder brindar una buena atención de forma eficaz y eficiente.
- La recopilación de información dio como resultado que una de las necesidades insatisfechas es la seguridad que deben de poseer estos locales de arreglo y venta de radiadores, por lo que debe ser en todo momento la prioridad para construir la confianza en sus clientes, permitiéndole cumplir consecutivamente con el trabajo responsable junto con los productos y servicios adecuados en una empresa de confianza y lealtad.
- Para toda empresa es importante poseer una buena inversión en maquinarias, terrenos, edificios y equipos por lo que la inversión para esta propuesta se estimó en \$59.575 dólares lo que le permitirá a esta nueva empresa generar buenos productos y servicios

RECOMENDACIONES

- El sector de los servicios automotrices de arreglo, mantenimiento y venta de radiadores necesita de la constitución de una empresa que posea en un solo lugar todos los servicios que este mercado demande, es decir una infraestructura moderna, personal calificado, tecnología avanzada y que se ubique en un lugar estratégico que le permita satisfacer a sus clientes en todas sus necesidades.
- Una nueva empresa en el sector de los servicios automotrices de arreglo, mantenimiento y venta de radiadores en la Provincia de Santa Elena deberá de contratar el personal idóneo y calificado para que pueda cumplir sus objetivos de ser una empresa con atención eficaz y eficiente, para esto la provincia posee de los suficientes recursos para que esto se pueda lograr sin mayores inconvenientes
- Este nuevo proyecto de inversión deberá de adquirir una buena infraestructura que le permita ofrecer al cliente no solo comodidad sino que además le permita brindar las seguridades necesarias que le lleven a obtener la confianza en sus clientes y por consiguiente buscar su preferencia y lealtad.
- La nueva empresa que se creara en la provincia en el sector de los servicios de arreglo, mantenimiento y venta de radiadores deberá de poseer la mejor maquinaria que le permita brindar productos y servicios ágiles y oportunos.

BIBLIOGRAFÍA.

- Asamblea Nacional del Ecuador (2010) Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Editora Nacional, Ecuador
- Asamblea Nacional Constituyente (2008) Constitución Política de la República del Ecuador, Editora Nacional, Ecuador
- Báez Juan, De Tudela Pérez (2009) Investigación cualitativa, ESIC Editorial, Segunda Edición, España
- Bernal Torres, Cesar Augusto (2010) Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales, Pearson Educación Tercera Edición, México.
- Cegarra, José (2012) Metodología de la Investigación Científica y tecnológica, Ediciones Diaz De Santos, España.
- De Jaime, José (2008) Las claves del análisis económico-financiero de la empresa, ESIC Editorial, Primera Edición, España
- Delgado, Susana, ENA, Belén (2010) Recursos humanos: administración y finanzas, Ediciones Paraninfo, Cuarta Edición, España
- Eyssautier, Maurice (2007) Metodología de la investigación, Desarrollo de la inteligencia, International Thomson Editores, Quinta Edición, México
- Fernández, Saúl (2007) Los proyectos de inversión: evaluación financiera, Editorial Tecnológica de Costa Rica, Primera Edición, Costa Rica
- Flórez, Juan (2007) Proyecto de inversión para las Pyme: Creación de empresa, ECOE Ediciones, Primera Edición, Colombia
- Guibert, José (2009) Responsabilidad social empresarial: Competitividad y casos de buenas prácticas en pymes, Publicaciones de la Universidad de Deusto, Primera Edición, España
- Honorable Congreso Nacional (1999) Ley de Compañías (Reformado hasta Septiembre 2012), Editora Nacional, Ecuador
- Honorable Congreso Nacional (2005) Código de Trabajo (Reformado hasta Septiembre 2012), Editora Nacional, Ecuador

- Herrscher Enrique, Rebori Alfredo, D'Annunzio Claudia, (2009) Administración: aprender y actuar. Management sistémico para Pymes, Ediciones Granica, Primera Edición, Argentina
- Longenecker Justin, Moore Carlos, Petty Willian, Palich Leslie
- (2010) Administración de empresas pequeñas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras, Cengage Learning Editores S.A., Décimo Cuarta Edición, México
- Mas Ruiz, Francisco José (2010) Temas de investigación comercial, Editorial Club Universitario, 5ta edición, España.
- Méndez, Alejandro (2008) La investigación en la era de la información: Guía para realizar la bibliografía y fichas de trabajo, Trillas, Primera Edición, México
- Muñiz Luis (2010) Planes de negocio y estudio de viabilidad: Software con casos prácticos y herramientas para elaborar Dafo y evaluar un Plan de Viabilidad, Profit Editorial, Primera Edición, España
- Naveros José, Cabrerizo María (2009) Plan de negocio, Editorial Vértice, Primera Edición, España
- Pérez Juan, VEIGA Carballo (2008) Control de la gestión empresarial: texto y casos, ESIC Editorial, Séptima Edición, España
- Rivera Jaime, De Garcillan Mencía (2012) Dirección de marketing. Fundamentos y aplicaciones, ESIC Editorial, Tercera Edición, España
- Sainz, José (2011) El plan de marketing en la práctica, ESIC Editorial, Decima sexta Edición, España
- Sainz, José (2010) El plan de marketing en la pyme, ESIC Editorial, Segunda Edición, España
- Sapag, Nassir (2007) Proyectos de inversión: Formulación y evaluación, Pearson Educación de México, Primera Edición, México.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013) Plan Nacional para el Buen Vivir, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, Primera Edición, Ecuador
- Toro, Francisco (2007) Costos y Presupuestos con base en tareas, Editorial

Francisco J. Toro, Primera Edición, España

- Téllez Infantes, Anastasia (2007) La investigación antropológica, Editorial Club Universitario, Primera Edición, España.
- Víctor Patricio, Díaz Narváez (2009) Metodología de la investigación científica y bioestadística, RIL Editores, Segunda Edición, Chile
- Zikmund William, Babin Barry (2009) Investigación de mercados, Cengage Learning Editores, México, Novena Edición

ANEXOS

ANEXO N° 1 Cuestionario de Encuesta a Clientes



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**



INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN PARA CONDUCTORES DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES

Este instrumento de investigación está dirigido a clientes-consumidores que hayan podido obtener algún tipo de producto o servicio de los talleres de radiador de vehículos en la provincia de Santa Elena

OBJETIVO: Recopilar información de los clientes-consumidores de los servicios de talleres de radiador de vehículos o similares, mediante la aplicación de encuestas que permita diagnosticar la situación actual de este mercado en la provincia de Santa Elena.

INSTRUCTIVO: Para responder este cuestionario, permítase marcar con una "X" a una de las cinco alternativas que se muestran a continuación, teniendo en cuenta que deberá seleccionar la que más se ajuste al criterio que desea manifestar.

1. Totalmente de acuerdo
2. Medianamente de acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. Medianamente en desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

I. Información General

1. Condición del informante

Género:	Masculino		Femenino	
Vehículo:	Automóvil		Camioneta	
	Furgoneta		Bus	
	Buseta		Camión	
	Cabazal		Furgón	

II. Información Específica

AREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
1.- ¿Existen suficientes talleres en la provincia de Santa Elena para el arreglo de radiadores de vehículos?					
2.- ¿Ha realizado últimamente algún tipo de chequeo o arreglo al radiador de su vehículo?					
3.- ¿El radiador de los vehículos debe de mantenerse en constantes chequeos periódicos?					
4.- ¿Los precios de los servicios que mantienen los talleres de arreglo de radiadores se ajustan a la economía actual del país?					
5.- ¿Son suficientes los productos y servicios que brindan actualmente en los talleres de radiadores de la provincia?					

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**



AREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
6.- ¿Necesitan los talleres de arreglo de radiadores diversificar los servicios que ofrecen?					
7.- ¿Necesita el personal que labora en los talleres de radiadores especializarse en cada uno de los servicios que ofrece?					
8.- ¿Le han brindado en este tipo de talleres de reparación de radiadores un buen servicio y atención?					
9.- ¿El personal que labora en los talleres de arreglo de radiadores son muy capaces en realizar su trabajo?					
10.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores cuentan con el suficiente espacio físico para atender eficientemente a sus clientes?					
11.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores son seguros para encargar los vehículos que estén recibiendo algún tipo de reparación?					
12.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores de la Provincia de Santa Elena necesitan mejorar su infraestructura?					
13.- ¿Los talleres de arreglo de radiadores deberían contar con sala donde los clientes esperen mientras reparan su vehículo?					
14.- ¿Le gustaría que en la provincia de Santa Elena se cree una empresa con moderna infraestructura y especializada en radiadores?					
Sirvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:					
No escriba su nombre (recuerde que este instrumento es anónimo)					

Lugar y fecha.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Fuente: Instrumento de Investigación
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 2 Cuestionario de Encuesta a Administradores



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN PARA ADMINISTRADORES DE TALLERES DE RADIADORES

Este instrumento de investigación está dirigido a gerentes o administradores de talleres de radiador de vehículos ubicados en la provincia de Santa Elena

OBJETIVO: Recopilar información de los administradores o gerentes de talleres de radiador de vehículos o similares, mediante la aplicación de encuestas que permita diagnosticar la situación actual de este mercado en la provincia de Santa Elena.

INSTRUCTIVO: Para responder este cuestionario, permítase marcar con una "X" a una de las cinco alternativas que se muestran a continuación, teniendo en cuenta que deberá seleccionar la que más se ajuste al criterio que desea manifestar.

1. Totalmente de acuerdo
2. Medianamente de acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. Medianamente en desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

I. Información General

1. Condición del informante

Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
---------	-----------	--------------------------	----------	--------------------------

II. Información Específica

AREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
1.- ¿El trabajo que se realiza en su negocio se debe de especializar?					
2.- ¿Los precios de los servicios en estos talleres son accesibles y guardan relación con la economía nacional?					
3.- ¿La infraestructura que tiene su negocio permite brindar una buena atención a sus clientes?					
4.- ¿Los materiales que se usan son los adecuados para realizar un buen trabajo y satisfacer a sus clientes?					
5.- ¿Cree usted que los talleres deben ocupar parte de la vía pública para operar?					
6.- ¿Teniendo un mayor espacio en su negocio se podría brindar una mejor atención a los clientes?					

Fuente: Instrumento de Investigación
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
 CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



AREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
7.- ¿Al ampliar su negocio existiría la oportunidad de brindar nuevos puestos de trabajo?					
8.- ¿El parque automotor actual permitiría que se abran nuevos negocios de este tipo?					
9.- ¿Una gran empresa de radiadores podría sobrevivir frente al mercado automotriz actual de la provincia?					
10.- ¿Una microempresa como esta podría autofinanciarse para buscar crecer y mejorar su atención?					
11.- ¿Instituciones como bancos o la propia CFN debería interesarse en desarrollar este tipo de negocios?					
12.- ¿Tiene dificultades relacionados con el stock de materiales que utilizan para su actividad?					
13.- ¿Estaría dispuesto en invertir en capacitar a su personal para volverlos más competitivos?					
14.- ¿Tiene planificado a futuro la expansión de su negocio?					
Sirvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:					
No escriba su nombre (recuerde que este instrumento es anónimo)					

Lugar y fecha.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN! |

Fuente: Instrumento de Investigación
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

**ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE LA FÁBRICA
ECUATORIANA DE RADIADORES S. A. ECUARAD**

ING. COMERCIAL. ALBERTO PANCHANA TOAREZ.

Dirección: Guayaquil. km 16 ½ vía a Daule, junto a Ferremundo

Teléfono: 5000055 - 5000056

Celular: 0993591847

1.- ¿Qué tipo de radiadores fabrica la empresa ECUARAD?

La empresa ECUARAD fabrica paneles de radiadores tipo automotrices de toda características, además paneles de equipos estacionarios

2.- ¿De qué material son los radiadores que fabrica la ECUARAD?

Los radiadores que fabrica la ECUARAD son paneles exclusivamente en material de cobre y latón la cual tiene 1 año de garantía pero que en realidad estos paneles normalmente tienen una duración de 5 años, ya que el material con que está fabricado el panel en el momento de algún daño o desperfecto puede ser reparado. En la planta no se fabrican paneles de aluminio ni de plástico ya que estos tienen una corta vida y no pueden ser reparados.

3.- ¿Cuál ha sido la tendencia de las ventas de radiadores para la provincia de Santa Elena?

Las ventas de radiadores en la provincia de Santa Elena ha sido de aceptación en todos los campos, ya que todos los talleres de radiadores realizan sus pedidos a la fábrica, así como empresas públicas y privadas que poseen grandes vehículos así como motores estacionarios y equipo caminero entre estas están los municipios, la prefectura, las empresas petroleras afiliadas a Petroecuador de la refinería de La Libertad y de las establecidas en Ancón, además a CNEL y cooperativas de transporte. Las ventas en la provincia prácticamente se mantienen estables ya que

al ser una provincia nueva no evidencia grandes cantidades de pedidos como si lo hacen provincias como pichincha, Azuay, Manabí, etc.

4.- ¿Cuentan con almacenes propios o distribuidores autorizados para la distribución o venta de panales en la Provincia de Santa Elena?

Contamos con distribuidores autorizados y exclusivos solo en las ciudades de Guayaquil y Quito, en la Provincia de Santa Elena no contamos con ningún almacén o distribuidor exclusivo, las ventas hacia la península se realizan directamente bajo pedido a la fábrica o al único distribuidor autorizado existente en la ciudad de Guayaquil.

5.- ¿Existen pedidos de clientes o talleres de la península que se realizan directamente a la fábrica?

Los talleres de radiadores realizan los pedidos directamente a la fábrica además de clientes que poseen motores estacionarios y no estacionarios o trabajan con grandes bombas o plantas eléctricas en la península como por ejemplo camaroneras, barcos pesqueros, etc.

6.- ¿Qué tipo de radiadores son los más demandados en la provincia de Santa Elena?

Los radiadores que tienen mayor demanda en la provincia de Santa Elena son los panales automotrices o para vehículos

7.- ¿Se está otorgando algún tipo de crédito a alguna empresa en la provincia de Santa Elena?

Las ventas que se realizan a las instituciones del estado en la provincia de Santa Elena son de contado porque son entidades que tienen las posibilidades de pago, al igual se realizan a las demás instituciones públicas y privadas, en cambio se hace una excepción con los talleres de reparación de radiadores ya que ellos por la forma en cómo trabajan muchas veces realizan la reparación y al final del trabajo son cancelados por lo que solo a estos negocios se les da un máximo de 10

días de espera para el pago de sus pedidos que viene a ser como un crédito que se les otorga.

8.- ¿La empresa realiza algún tipo de descuento por ventas en volumen?

Cuando se trata de ventas en grandes cantidades se realizan descuento pero este descuento está en función de la negociación y es autorizado por la gerencia.

9.- ¿La empresa ECUARAD podría en el futuro aliarse estratégicamente con alguna empresa especializada en radiadores que pueda crearse en la provincia de Santa Elena?

Por su puesto que podría darse una alianza estratégica con alguna empresa que tenga toda la predisposición en ofrecer sus productos en la provincia, ya que hemos buscado aliarnos con empresas ensambladoras o concesionarias de vehículos en el país pero no se han podido establecer estas alianzas ya que estas prefieren adquirir paneles en aluminio y plástico que son las más ligeras y económicas que existen en el mercado y que nuestra empresa no fabrica por las características anteriormente mencionadas.

ANEXO N° 4 Análisis F.O.D.A.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. Personal especializado F2. Ubicación estratégica F3. Stock surtido de inventario F4. Adecuada infraestructura F5. Local propio</p>	<p>D1. Nuevos en el mercado D2. No cubrir todo el mercado de la Provincia</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIA (DO)
<p>O1. Crecimiento del sector automotriz O2. Mal servicio que brinda la competencia O3. Limitados productos relacionados con los radiadores O4. Crecimiento económico de la población</p>	<p>(F1-O2) El personal recibirá capacitaciones y actualizaciones que permitan cumplir con los objetivos laborales. (F4-O1, O2, O4) La adecuada infraestructura buscara brindar el mejor servicio y estar preparado para el crecimiento del mercado. (F3-O1, O3, O4) El stock surtido de productos relacionados al arreglo de radiadores permitirá mantener la satisfacción del cliente.</p>	<p>(D1-O1, O2) Se deberá realizar promociones y ofertas para atraer clientes y mantenerlos informados de nuestros productos y servicios. (D2-O1, O2, O3, O4) Se aprovechara todas las vías de promoción y las TIC para dar a conocer la empresa y poder establecer vínculos entre la empresa y cliente</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
<p>A1. Ingreso de nuevos competidores al mercado A2. Mejoramiento de servicios de los actuales competidores</p>	<p>(F1, F2, F3, F4, F5-A1,A2) Se fortalecerá en una cultura de servicios y productos de calidad mediante el personal capacitado y una adecuada infraestructura, que permita que el cliente pueda recomendar y regresar.</p>	<p>(D1, D2-A1, A2) Invertir en publicidad y aprovechar las TIC para poder establecer las diferencias y las ventajas de los productos y servicios de nuestra empresa con los competidores nuevos y los establecidos anteriormente.</p>

Fuente: Análisis FODA
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 5 Equipos de Computación

(EXPRESADO EN DÓLARES)

UNID.	DESCRIPCIÓN	PRECIO
5	Computadora INTEL CORE I3	573,44
1	Cámaras IP de Seguridad (1 DVR Y 2 CÁMARAS)	492,80
2	Impresora EPSON L-200	250,00
	TOTAL	1.316,24

Fuente: Equipos de Computación

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 6 Equipos de Oficina

(EXPRESADO EN DÓLARES)

UNID.	DESCRIPCIÓN	PRECIO
1	Tv Plasma de 32"	529,99
8	Perchas grandes	180,00
1	Papelera metálica	18,00
1	Mostrador	260,00
1	Mesa de Fútbolín	130,00
1	Juego de Tazas	8,00
1	Juego de cucharas	29,00
4	Extintor	32,00
2	Dispensador de agua	27,00
4	Cesto de basura	7,73
2	Cesto de basura grande	8,72
1	Cafetera eléctrica	57,00
3	SPLIT	780,00
3	Archivador de 3 gavetas	65,00
	TOTAL	5.237,35

Fuente: Equipos de Oficina

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 7 Muebles de Oficina

(EXPRESADO EN DÓLARES)

UNID.	DESCRIPCIÓN	PRECIO
4	Escritorio metálico secretaria de 3 gavetas	218,00
1	Juego de muebles	450,00
1	Mesa	48,00
1	Mesa de centro	70,00
6	Silla estándar cuerina negra	35,00
6	Silla neumática gerencial con garruchas	88,00
1	Central Telefónica PANASONIC	310,00
5	Teléfono PANASONIC	26,00
	TOTAL	2.552,00

Fuente: Muebles de Oficina

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 8 Maquinarias y Equipos

(EXPRESADO EN DÓLARES)

UNID.	DESCRIPCIÓN	PRECIO
2	AMOLADORA	98,00
2	BOTELLA DE OXÍGENO (100 LBS)	250,00
2	CILINDRO DE GAS (45 KG)	120,00
1	COMPRESOR DE AIRE	160,00
1	DOBLADORA DE METAL	1.400,00
2	ESMERIL	40,00
2	FLEXÓMETRO	10,00
1	GATA NEUMÁTICA	250,00
2	JUEGO DE HERRAMIENTAS	100,00
2	LIJADORA ORBITAL	58,00
2	EQUIPO DE SOLDADURA DE GAS Y CORTA	367,00
2	TALADRO DE MANO	85,00
2	PRENSA	280,00
	TOTAL	4.626,00

Fuente: Maquinarias y Equipos

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 9 Recurso Humano

	CARGO DE PERSONAL	N° PERSONAL
1	ADMINISTRADOR	1
2	SECRETARIA	1
3	CONTADOR	1
5	BODEGUERO	1
6	VENDEDOR-CAJERO	1
7	JEFE DE OPERACIONES	1
8	OPERARIOS	3

Fuente: Recursos Humanos

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 10 Financiamiento Propio

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

DETALLE	CANTIDAD
SOCIO 1	13.573,21
SOCIO 2	13.573,21
SOCIO 3	13.573,21
SOCIO 4	13.573,21
TOTAL	54.292,85

Fuente: Financiamiento Propio

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 11 Financiamiento Externo

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

PRÉSTAMO	TASA	PERIODO
126.683,31	11,65%	10

PERIODO	AMORT.	INTERÉS	PAGO	DEUDA ACTUAL
0				26.552,39
1	7.334,48	14.743,35	22.077,83	119.217,91
2	8.188,94	13.888,89	22.077,83	111.028,97
3	9.142,95	12.934,88	22.077,83	101.886,02
4	10.208,11	1.869,72	22.077,83	91.677,91
5	11.397,35	10.680,48	22.077,83	80.280,55
6	12.725,15	9.352,68	22.077,83	67.555,41
7	14.207,62	7.870,21	22.077,83	53.347,78
8	15.862,81	6.215,02	22.077,83	37.484,97
9	17.710,83	4.367,00	22.077,83	19.774,14
10	19.774,14	2.303,69	22.077,83	0,00

Fuente: Financiamiento Externo
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 12 Terreno e Instalación Física

(EXPRESADO EN DÓLARES)

TERRENO E INSTALACIÓN FÍSICA				
	METROS	METROS CUADRADOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
TERRENO	10*22	220,00	15,00	3.300,00
INFRAESTRUCTURA		800,00	50,00	40.000,00
TOTAL				43.300,00

Fuente: Terreno e Instalación Física
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 13 Infraestructura

DESCRIPCIÓN	METROS CUADRADOS
ÁREA DE PRODUCCIÓN	144
ÁREA ADMINISTRATIVA	56
ÁREA DE VENTA	20
TOTAL	220

Fuente: Infraestructura
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 14 Inversión Inicial
(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

INVERSIÓN INICIAL	
CAPITAL TRABAJO	119.920,80
ACTIVO FIJO	59.575,35
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.480,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	180.976,15

Fuente: Inversión Inicial
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 15 Inversión Fija Tangible
(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

INVERSIONES	MONTO
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.860,00
EQUIPOS DE OFICINA	5.237,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	4.626,00
MUEBLES DE OFICINA	2.552,00
TERRENOS Y EDIFICIOS	43.300,00
TOTAL	59.575,00

Fuente: Inversión Fija Tangible
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 16 Capital de Trabajo
(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO
			MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	17.118,00	24	1.125,57
Pasivo circulante (Pc)			1.125,57
Materiales (m)	17.118,00	177	8.293,62
Productos en fabricación (f)	43.491,82	449	53.536,91
Productos terminados (v)	43.491,82	449	53.536,91
Clientes (c)	85.182,76	21	4.928,93
Activo circulante (Ac)			120.296,37
—FM = AC – PC			
—AC	120.296,37		
—+10%t	750,00		
— PC	1.125,57		
FM (PREVISTO)	119.920,80		

Fuente: Capital de Trabajo
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 17 Costos Limpieza de Radiador Cobre

LIMPIEZA DE RADIADOR	CONSUMO UNIDADES	UNIDAD MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO VARIABLE
SOLDADURA DE ESTAÑO	110	GRAMOS	0,037	4,1250
DETERGENTE (SACO)	35	GRAMOS	0,001	0,0312
REFRIGERANTE	1000	ML	0,001	1,0714
OXIGENO	0,05	M3	0,165	0,0083
GAS	0,05	LIBRAS	0,312	0,0156
PINTURA (GL)	0,054	CM3	0,003	0,0002
DILUYENTE (GL)	0,054	CM3	0,001	0,0000
TOTAL			0,521	5,25

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 18 Costos Cambio Tina de Radiador

CAMBIO DE TINA	CONSUMO UNIDADES	UNIDAD MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO VARIABLE
FLEJE DE BRONCE KG	500,00	GRAMOS	0,027	13,3928
CUELLOS DE RADIADOR	1,00	UNIDAD	3,571	3,5714
BASES DE SOPORTE	4,00	UNIDAD	0,446	1,7857
SOLDADURA DE BRONCE	1,00	UNIDAD	1,786	1,7857
SOLDADURA DE PLATA	1,00	UNIDAD	1,786	1,7857
DETERGENTE (SACO)	35,00	GRAMOS	0,001	0,0312
ACIDO (LITRO)	0,16	ML	0,001	0,0002
SILICONA	0,10	GRAMOS	0,005	0,0005
REFRIGERANTE	1000,00	ML	0,001	1,0714
ALAMBRE KG	71,00	GRAMOS	0,004	0,2536
OXIGENO	0,05	LIBRAS	0,165	0,0083
GAS	0,05	LIBRAS	0,312	0,0156
PINTURA (GL)	0,05	CM3	0,003	0,0002
DILUYENTE (GL)	0,05	CM3	0,001	0,0000
TOTAL			8.110	23,70

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 19 Costos Limpieza de Radiador Plástico

LIMPIEZA DE RADIADOR CON TINA DE PLÁSTICO	CONSUMO UNIDADES	UNIDAD MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO VARIABLE
SILICONA	0,10	GRAMOS	0,005	0,0005
DETERGENTE (SACO)	35,00	GRAMOS	0,001	0,0312
REFRIGERANTE	1000,00	ML	0,001	1,0714
PINTURA (GL)	0,05	CM3	0,03	0,0015
DILUYENTE (GL)	0,05	CM3	0,01	0,0005
TOTAL			0,011	1,10

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 20 Costos Cambio Panel de Radiador

CAMBIO DE RADIADOR	CONSUMO UNIDADES	UNIDAD MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO VARIABLE
PANAL	1,000	UNIDAD	71,428	71,4280
SOLDADURA DE ESTAÑO	1	GRAMOS	0,037	0,0375
REFRIGERANTE	1,000	ML	0,001	0,0011
OXIGENO	0,05	LIBRAS	0,165	0,0083
GAS	0,05	LIBRAS	0,312	0,0156
PINTURA (GL)	0,163	CM3	0,003	0,0005
DILUYENTE (GL)	0,163	CM3	0,001	0,0001
TOTAL			71,948	71,49

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 21 Costos de Materia Prima

(EXPRESADO EN DÓLARES)

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	TOTAL
	MENSUALES	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
FLEJE DE BRONCE (KG)	15	10,50	157,50	1890,00
CUELLO DE RADIADOR	15	1,25	18,75	225,00
BASES DE SOPORTE	15	0,35	5,25	63,00
GRIFO Y BASE	15	2,35	35,25	423,00
BASE DE SWITCH	15	1,25	18,75	225,00
SOLDADURA DE BRONCE	10	1,75	17,50	210,00
SOLDADURA DE PLATA	10	1,75	17,50	210,00
SOLDADURA DE ESTAÑO (KG)	10	38,00	380,00	4560,00
PANAL	10	55,00	550,00	6600,00
TINA	20	11,30	226,00	2712,00
TOTALES	135,00	123,50	1426,50	17118,00

Fuente: Varios Proveedores

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 22 Rol de Pagos

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

N°	DEPARTAMENTO	CARGO	RUM	13VO	14VO	VACAC.	APORTE PATRONAL	FONDO RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	ADMINISTRATIVO	GERENTE	4.000,00	333,33	26,50	166,67	486,00	333,33	5.345,83	64.150,00
2	ADMINISTRATIVO	CONTADOR	400,00	33,33	26,50	16,67	48,60	33,33	558,43	6.701,20
3	ADMINISTRATIVO	SECRETARIA	350,00	29,17	26,50	14,58	42,53	29,17	491,94	5.903,30
	TOTAL		4.750,00	395,83	79,50	197,92	577,13	395,83	6.396,21	76.754,50
4	PRODUCCIÓN	Supervisor	350,00	29,17	26,50	14,58	42,53	29,17	491,94	5.903,30
5	PRODUCCIÓN	Operario	320,00	26,67	26,50	13,33	38,88	26,67	452,05	5.424,56
6	PRODUCCIÓN	Operario	320,00	26,67	26,50	13,33	38,88	26,67	452,05	5.424,56
7	PRODUCCIÓN	Operario	320,00	26,67	26,50	13,33	38,88	26,67	452,05	5.424,56
	TOTAL		1.310,00	109,17	106,00	54,58	159,17	109,17	1.848,08	22.176,98
8	VENTAS	BODEGA	350,00	29,17	26,50	14,58	42,53	29,17	491,94	5.903,30
9	VENTAS	VENTAS	320,00	26,67	26,50	13,33	38,88	26,67	452,05	5.424,56
	TOTAL		670,00	55,83	53,00	27,92	81,41	55,83	943,99	11.327,86
	TOTAL SUELDO		6.730,00	560,83	560,83	238,50	817,70	560,83	9.188,28	110.259,34

Fuente: Rol de Pagos

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 23 Gastos de Ventas Proyectados

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
SUELDOS	670,00	703,50	738,68	775,61	814,39	855,11	897,86	942,76	989,90	1.039,39
BENEFICIO SOCIALES	276,82	290,66	305,20	320,46	336,48	353,30	370,97	389,52	408,99	429,44
ENERGÍA ELÉCTRICA	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16
TELÉFONO	120,00	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16
DEPRECIACIÓN	932,10	932,10	932,10	932,10	932,10	932,10	932,10	932,10	932,10	932,10
ÚTILES DE OFICINA	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78	63,81	67,00	70,36	73,87	77,57
MATERIALES DE LIMPIEZA	40,00	42,00	44,10	46,31	48,62	51,05	53,60	56,28	59,10	62,05
TOTAL	2.208,92	2.272,76	2.339,79	2.410,18	2.484,08	2.561,68	2.643,16	2.728,71	2.818,55	2.912,87

Fuente: Gastos de ventas proyectados

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 24 Ingresos por Ventas Proyectados

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

LIMPIEZA DE RADIADOR DE COBRE	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
CANTIDAD	887	1020	1172	1348	1551	1783	2051	2358	2712	3119
PRECIO	22,73	23,25	23,79	24,33	24,89	25,47	26,05	26,65	27,26	27,89
VENTAS	20.151,28	23.706,98	27.890,07	32.811,27	38.600,82	45.411,94	53.424,87	62.851,69	73.941,88	86.988,92
IVA	2.418,15	2.844,84	3.346,81	3.937,35	4.632,10	5.449,43	6.410,98	7.542,20	8.873,03	10.438,67
INGRESOS NETOS	22.569,44	26.551,81	31.236,88	36.748,63	43.232,92	50.861,37	59.835,86	70.393,90	82.814,90	97.427,59
LIMPIEZA DE RADIADOR DE PLÁSTICO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
CANTIDAD	1013	1165	1340	1541	1772	2038	2344	2695	3099	3564
PRECIO	18,11	18,53	18,95	19,39	19,83	20,29	20,76	21,23	21,72	22,22
VENTAS	18.349,05	21.586,74	25.395,72	29.876,80	35.148,56	41.350,52	48.646,82	57.230,55	67.328,89	79.209,07
IVA	2.201,89	2.590,41	3.047,49	3.585,22	4.217,83	4.962,06	5.837,62	6.867,67	8.079,47	9.505,09
INGRESOS NETOS	20.550,94	24.177,15	28.443,21	33.462,01	39.366,39	46.312,59	54.484,44	64.098,22	75.408,35	88.714,16
CAMBIO TANQUE DE RADIADOR	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
CANTIDAD	380	437	502	578	665	764	879	1011	1162	1337
PRECIO	58,79	60,14	61,53	62,94	64,39	65,87	67,38	68,93	70,52	72,14
VENTAS	22.337,26	26.278,67	30.915,54	36.370,59	42.788,18	50.338,15	59.220,32	69.669,75	81.962,97	96.425,34
IVA	2.680,47	3.153,44	3.709,86	4.364,47	5.134,58	6.040,58	7.106,44	8.360,37	9.835,56	11.571,04
INGRESOS NETOS	25.017,73	29.432,11	34.625,41	40.735,06	47.922,76	56.378,73	66.326,76	78.030,12	91.798,53	107.996,38
CAMBIO DE PANAL DE RADIADOR	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
CANTIDAD	253	291	335	385	443	509	586	674	775	891
PRECIO	141,97	145,24	148,58	151,99	155,49	159,07	162,72	166,47	170,29	174,21
VENTAS	35.961,00	42.306,32	49.771,27	58.553,41	68.885,16	81.039,95	95.339,44	112.162,09	131.953,09	155.236,21
IVA	4.315,32	5.076,76	5.972,55	7.026,41	8.266,22	9.724,79	11.440,73	13.459,45	15.834,37	18.628,35
INGRESOS NETOS	40.276,32	47.383,08	55.743,82	65.579,82	77.151,38	90.764,74	106.780,18	125.621,54	147.787,46	173.864,56

Fuente: Ingresos de ventas proyectados

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 25 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

PERIODOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS NETAS	96.798,60	113.878,71	133.972,60	157.612,07	185.422,72	218.140,56	256.631,46	301.914,08	355.186,82	417.859,54
IVA	11.615,83	13.665,44	16.076,71	18.913,45	22.250,73	26.176,87	30.795,78	36.229,69	42.622,42	50.143,14
VENTAS BRUTAS	85.182,76	100.213,26	117.895,89	138.698,62	163.171,99	191.963,69	225.835,69	265.684,39	312.564,40	367.716,39
Inv. Inicial	0,00	96,80	210,68	344,65	502,26	687,68	905,83	1.162,46	1.464,37	1.819,56
Costo de Producción	43.491,82	49.747,33	50.770,65	51.817,51	52.888,44	53.984,01	55.104,77	78.320,55	80.121,92	81.964,73
Materia Prima	17.118,00	17.511,71	17.914,48	18.326,52	18.748,03	19.179,23	19.620,35	20.071,62	20.533,27	21.005,53
Mano de Obra	16.279,68	16.654,11	17.037,16	17.429,01	17.829,88	18.239,97	18.659,49	19.088,65	19.527,69	19.976,83
CIF	10.094,14	15.581,51	15.819,01	16.061,98	16.310,54	16.564,81	16.824,93	39.160,28	40.060,96	40.982,36
Disponible	43.491,82	49.844,13	50.981,33	52.162,16	53.390,70	54.671,69	56.010,59	79.483,01	81.586,29	83.784,28
Inv. Final	96,80	210,68	344,65	502,26	687,68	905,83	1.162,46	1.464,37	1.819,56	2.237,42
	43.395,02	49.633,46	50.636,68	51.659,90	52.703,02	53.765,87	54.848,14	78.018,64	79.766,74	81.546,87
UTILIDAD NETA	41.787,74	50.579,81	67.259,21	87.038,73	110.468,98	138.197,83	170.987,55	187.665,76	232.797,67	286.169,53
Gastos Operativos	11.830,50	12.072,74	12.322,28	12.579,36	12.844,26	13.117,25	13.398,61	13.688,65	13.987,66	14.295,97
Gastos Administrativos	9.621,58	9.799,98	9.982,48	10.169,19	10.360,18	10.555,57	10.755,45	10.959,93	11.169,11	11.383,11
Gastos de Ventas	2.208,92	2.272,76	2.339,79	2.410,18	2.484,08	2.561,68	2.643,16	2.728,71	2.818,55	2.912,87
Utilidad Operativa	29.957,24	38.507,07	54.936,93	74.459,36	97.624,71	125.080,58	157.588,94	173.977,11	218.810,01	271.873,55
Intereses	14.758,61	13.903,25	12.948,26	11.882,00	10.691,53	9.362,36	7.878,35	6.221,45	4.371,52	2.306,07
Utilidad Antes De Participación	15.198,63	24.603,81	41.988,68	62.577,36	86.933,19	115.718,22	149.710,59	167.755,67	214.438,49	269.567,48
15% Participación Trabajadores	2.279,80	3.690,57	6.298,30	9.386,60	13.039,98	17.357,73	22.456,59	25.163,35	32.165,77	40.435,12
Utilidad Antes De Impuestos	12.918,84	20.913,24	35.690,38	53.190,76	73.893,21	98.360,48	127.254,00	142.592,32	182.272,72	229.132,36
25% Impuesto a la Renta	3.229,71	5.228,31	8.922,59	13.297,69	18.473,30	24.590,12	31.813,50	35.648,08	45.568,18	57.283,09
UTILIDAD NETA	9.689,13	15.684,93	26.767,78	39.893,07	55.419,91	73.770,36	95.440,50	106.944,24	136.704,54	171.849,27

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias proyectados

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 26 Flujo de Caja Proyectado

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	92.765,32	113.167,04	133.135,36	156.627,09	184.263,94	216.777,32	255.027,67	300.027,31	352.967,13	415.248,18
Egresos										
Proveedores	16.404,75	17.495,31	17.897,70	18.309,35	18.730,46	19.161,26	19.601,97	20.052,82	20.514,03	20.985,86
Mano de Obra	16.279,68	16.654,11	17.037,16	17.429,01	17.829,88	18.239,97	18.659,49	19.088,65	19.527,69	19.976,83
CIF	4.838,94	10.326,31	10.563,81	10.806,78	11.055,34	11.309,61	11.569,73	11.835,83	12.108,06	12.386,54
Gastos de Administración	7.756,54	7.934,94	8.117,45	8.304,15	8.495,14	8.690,53	8.890,41	9.094,89	9.304,07	9.518,07
Gastos de Ventas	1.276,82	1.340,66	1.407,70	1.478,08	1.551,98	1.629,58	1.711,06	1.796,62	1.886,45	1.980,77
Intereses	-14.758,61	-13.903,25	-12.948,26	-11.882,00	-10.691,53	-9.362,36	-7.878,35	-6.221,45	-4.371,52	-2.306,07
TOTAL EGRESOS	61.315,34	67.654,59	67.972,07	68.209,37	68.354,33	68.393,31	68.311,01	68.090,26	67.711,82	67.154,14
TOTAL FENGAI	31.449,98	45.512,45	65.163,29	88.417,73	115.909,61	148.384,00	186.716,66	231.937,05	285.255,30	348.094,04
FENGAI										
Ingresos										
Egresos										
Compra de Activos	0,00	0,00	-3.860,00	0,00	-12.415,35	-3.860,00	0,00	0,00	-3.860,00	0,00
TOTAL FENGAI	0,00	0,00	3.860,00	0,00	12.415,35	3.860,00	0,00	0,00	3.860,00	0,00
FEGAF										
Ingresos										
Egresos			386,00		973,00	4.330,00			386,00	120.893,80
Prestamos Bancario	22.100,67	22.100,67	22.100,67	22.100,67	22.100,67	22.100,67	22.100,67	22.100,67	22.100,67	22.100,67
15\$ Trabajadores		2.279,80	3.690,57	6.298,30	9.386,60	13.039,98	17.357,73	22.456,59	25.163,35	32.165,77
Pago de Impuestos		14.845,54	18.893,75	24.999,31	32.211,14	40.724,03	50.766,99	62.609,28	71.877,77	88.190,60
TOTAL FEGAF	22.100,67	39.226,01	45.070,99	53.398,28	64.671,41	80.194,68	90.225,39	107.166,53	119.527,79	263.350,84
Sobrante o Faltante	9.349,31	6.286,44	20.092,30	35.019,45	51.238,20	68.189,33	96.491,27	124.770,51	165.727,52	84.743,20
SALDO INICIAL	214.244,18	223.593,49	229.879,93	249.972,23	284.991,68	336.229,88	404.419,21	500.910,48	625.681,00	791.408,51
SALDO FINAL	223.593,49	229.879,93	249.972,23	284.991,68	336.229,88	404.419,21	500.910,48	625.681,00	791.408,51	876.151,71

Fuente: Flujo de caja proyectado

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 27 Balance General Proyectado

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

	B.I.	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVOS CORRIENTE											
Caja	214.244,18	223.593,49	229.879,93	249.972,23	284.991,68	336.229,88	404.419,21	500.910,48	625.681,00	791.408,51	876.151,71
Cuentas por Cobrar		4.033,27	4.744,95	5.582,19	6.567,17	7.725,95	9.089,19	10.692,98	12.579,75	14.799,45	2.022,00
Inventarios		96,80	210,68	344,65	502,26	687,68	1.162,46	1.819,56	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computación	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00	3.860,00
Muebles de Oficina	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00	2.552,00
Equipos de Oficina	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35	5.237,35
Vehículo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Infraestructura	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00	43.300,00
MAQUINA PRODUCCIÓN	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00	4.626,00
Depreciación acumulada			16.104,67	24.157,01	32.209,35	40.261,68	48.314,02	56.366,36	64.418,69	72.471,03	80.523,37
Gastos de constitución	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)	(1.480,00)
TOTAL ACTIVOS	275.299,53	280.726,58	279.786,23	292.797,41	320.907,11	365.437,18	427.412,19	518.112,01	634.897,41	794.792,28	858.705,69
PASIVOS											
PASIVOS CORRIENTES											
Proveedores		713,25	729,65	746,44	763,60	781,17	799,13	817,51	836,32	855,55	875,23
15% trabajadores		2.279,80	3.690,57	6.298,30	9.386,60	13.039,98	17.357,73	22.456,59	25.163,35	32.165,77	40.435,12
Impuesto a la Renta		3.229,71	5.228,31	8.922,59	13.297,69	18.473,30	24.590,12	31.813,50	35.648,08	45.568,18	57.283,09
IVA		11.615,83	13.665,44	16.076,71	18.913,45	22.250,73	26.176,87	30.795,78	36.229,69	42.622,42	50.143,14
PASIVOS NO CORRIENTES											
Préstamo	221.006,69	198.906,02	176.805,35	154.704,68	132.604,01	110.503,34	88.402,67	66.302,01	44.201,34	22.100,67	0,00
TOTAL PASIVOS		216.744,60	200.119,33	186.748,73	174.965,36	165.048,52	157.326,53	152.185,39	142.078,77	143.312,59	148.736,59
PATRIMONIO											
CAPITAL		63.981,98	79.666,90	106.434,69	146.327,75	201.747,66	275.518,02	370.958,52	477.902,76	614.607,30	786.456,57
Aportes de Capital	54.292,85										
Capital Social		54.292,85	54.292,85	54.292,85	54.292,85	54.292,85	54.292,85	54.292,85	54.292,85	54.292,85	54.292,85
Utilidad del Ejercicio		9.689,13	25.374,06	52.141,84	92.034,91	147.454,82	221.225,18	316.665,68	423.609,92	560.314,46	732.163,72
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	275.299,53	280.726,58	279.786,23	293.183,41	321.293,11	366.796,18	432.844,55	523.143,91	619.981,54	757.919,89	935.193,16

Fuente: Balance general proyectado

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 28 Flujo Libre del Efectivo
(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

CASH FLOW		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS BRUTAS		96.798,60	113.878,71	133.972,60	157.612,07	185.422,72	218.140,56	256.631,46	301.914,08	355.186,82	417.859,54
COSTO DE PRODUCCIÓN		38.236,62	44.492,13	45.515,45	46.562,31	47.633,24	48.728,81	49.169,93	73.065,35	50.762,48	76.709,53
GASTOS OPERATIVOS		19.172,56	20.334,00	21.611,95	23.019,40	24.570,82	26.282,31	28.171,84	30.259,42	32.567,34	35.120,48
IMPUESTO TOTAL		13.322,98	17.235,75	23.241,02	30.348,99	38.755,39	48.690,57	60.575,06	69.423,95	90.936,15	104.774,67
INTERESES		14.758,61	13.903,25	12.948,26	11.882,00	10.691,53	9.362,36	7.878,35	6.221,45	4.371,52	2.306,07
AMORTIZACIÓN		7.342,06	8.197,41	9.152,41	10.218,67	11.409,14	12.738,31	14.222,32	15.879,22	17.729,15	19.794,60
TOTAL CASH FLOW		3.966,00	9.716,00	21.504,00	35.581,00	52.363,00	72.338,00	96.614,00	107.065,00	158.820,00	179.154,00
INVERSIÓN INICIAL											
Inversión Equipos de Computación	-3860,00			-3860,00			-3860,00			-3860,00	
Inversión Muebles de Oficina	-2552,00					-2552,00					
Inversión Equipos de Oficina	-5237,35					-5237,35					
Inversión Infraestructura	-43300,00										
Inversión Maquinaria	-4626,00					-4626,00					
Inversión Capital de Trabajo	-119920,80										
				-3860,00		-12415,35	-3860,00			-3860,00	
Valor de Rescate Equipos de Computación				386,00			433,00			386,00	
Valor de Rescate Muebles de Oficina						255,20					255,20
Valor de Rescate Equipos de Oficina						255,20					255,20
Valor de Rescate Vehículo											
Valor de Rescate Infraestructura											
Valor de Rescate Maquinaria						462,60					462,60
Recuperación Capital de Trabajo											119920,80
CASH FREE	179.496,15	3.965,76	9.716,15	14.169,51	35.580,71	28.504,90	68.948,20	96.613,97	107.064,70	151.486,18	300.047,99

Fuente: Flujo libre del Efectivo
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 29 Tasa Interna de Retorno

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

AÑOS	FLUJO
0	-179.496,15
1	3.965,76
2	9.765,95
3	14.276,58
4	35.753,37
5	28.752,48
6	69.281,07
7	97.043,67
8	107.604,11
9	152.149,59
10	300.851,32
TIR	21,87%

Fuente: Tasa interna de retorno

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 30 Valor Actual Neto

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

AÑOS	FLUJO
0	-179.496,15
1	3.965,76
2	9.765,95
3	14.276,58
4	35.753,37
5	28.752,48
6	69.281,07
7	97.043,67
8	107.604,11
9	152.149,59
10	300.851,32
VAN	460.451,61

Fuente: Valor actual neto

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 31 Recuperación del Capital

(EXPRESADO EN DÓLARES)

AÑO	FLUJO	SALDO
0	179.496	
1	3.966	-175.530
2	9.766	-165.764
3	14.277	-151.488
4	35.753	-115.734
5	28.752	-86.982
6	69.281	-17.701
7	97.044	79.343
8	107.604	186.947
9	152.150	339.096
10	300.851	639.948

Fuente: Recuperación del capital

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 32 Punto de Equilibrio

(EXPRESADO EN MILES DE DÓLARES)

COSTOS FIJOS	
GASTOS DE PRODUCCIÓN	10.094,14
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	9.621,58
GASTOS DE VENTAS	2.208,92
TOTAL COSTOS FIJOS	11.830,50
COSTOS VARIABLES	
Materia Prima	17.118,00
CIF	10.094,14
Total Costos Variables	27.212,14
PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	11.830,50
COSTOS VARIABLES	27.212,14
TOTAL COSTOS	39.042,64
UNIDADES PRODUCIDAS	3.456
COSTOS VARIABLES UNIDADES	7,87
PRECIO UNITARIO	11,30
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	1.039
PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES	3.014,10

Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 33 Servicio de Limpieza de Radiadores



Fuente: Servicio de limpieza de radiador
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 34 Reemplazo de Partes del Radiador



Fuente: Reemplazo de partes del radiador
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 35 Instalaciones de RADIAUTO

SSH					
SECRETARIA	GERENCIA	VENTAS	ALMACEN	SSH	ÁREA DE MAQUINAS
SSH					CUBICULO 1
					CUBICULO 2
SALA DE ESPERA					CUBICULO 3

Fuente: Instalación del proyecto
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 36 Tanques



Fuente: Partes de radiador
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 37 Panal Completo



Fuente: El radiador
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 38 Cronograma de Ejecución del Proyecto

#	ACTIVIDAD	2014																													
		FEB				MAR				ABRIL				MAY				JUN				JUL				DIC					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	CONSTITUCION DE LA EMPRESA	█																													
2	CONSTRUCCION Y ADECUACION DEL LOCAL					█																									
3	COMPRA DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS													█																	
4	COMPRA DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA																	█													
5	SELECCIÓN DE PERSONAL													█																	
6	EQUIPOS Y MAQUINARIAS																					█									
7	INAUGURACION DE LA RADIAUTO																									█					

Fuente: Cronograma de ejecución
Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 39 Validación Encuesta N° 1



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
 CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL




FICHA TÉCNICA DEL VALIDADOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA A ADMINISTRADORES

Nombre: Jessica Soraya Linzán Rodríguez
 Profesión: **Master en Educación Superior**
 Ocupación: Docente Universitaria, Ingeniera Comercial
 Dirección: La Libertad
 Celular: 0989812691

CORRESPONDENCIA DE ÍTEM – OBJETIVO, CALIDAD TÉCNICA Y LENGUAJE

ÍTEM	CORR.	OBSERVACIONES
		¡AS PREGUNTS DEBEN ESPECIFICAR EL TIPO DE NEGOCIO


 MSc. Jessica Linzán Rodríguez

Fuente: Instrumento de Investigación
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 40 Validación Encuesta N° 2



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
 CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL



FICHA TÉCNICA DEL VALIDADOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Nombre: Linda Amarilis Núñez Guale
 Profesión: **Master en Educación Superior**
 Ocupación: Docente Universitaria, Ingeniera Comercial
 Dirección: La Libertad
 Celular: 0990763716
 E-mail: lnunez_ing@hotmail.com

CORRESPONDENCIA DE ÍTEM – OBJETIVO, CALIDAD TÉCNICA Y LENGUAJE

ÍTEM	CORR.	OBSERVACIONES
2-3	NR	no tendría tanta relevancia para propuesta.
13	I	mejorar redacción.

MSc. Linda Núñez Guale

Fuente: Instrumento de Investigación
 Elaborado por: Francisco Rodríguez Panchana

ANEXO N° 41 Carta Aval de la CFN



La Libertad, 01 de Octubre del 2012

Señora Ingeniera.
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-

Por medio de la presente, comunico a usted:

CARTA AVAL

Yo, Ec. Jimmy Quispe Gonzabay, Jefe de Oficina de la Corporación Financiera Nacional de Santa Elena, me permito emitir la presente carta de compromiso, para que el Señor Rodríguez Panchana Francisco Javier, levante información técnica en nuestra institución con fines académicos, al respecto con su tema denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

Cabe destacar que actualmente contamos con líneas de crédito de financiamiento estratégico y de emprendimiento, dentro de las cuales el proyecto si es actividad financiable para nuestra Institución, debido a que pertenece a la **categoría G, numeración 5.0.2.0: Mantenimiento y reparación de vehículos automotores, con la siguiente observación: "Se financia sólo mecánicas automotrices, no la dotación exclusiva de servicio de lavado"**.

Es importante indicar que para la aprobación del financiamiento, el sujeto de crédito debe cumplir requisitos que en esta carta aval no se especifican.

Atentamente,

Ec. Jimmy Quispe Gonzabay
Corporación Financiera Nacional
Jefe de Oficina



Suc. Mayor Guayaquil: Av. Carlos Julio Arosemena Km. 1 1/2 • Telf.: (593-4) 2204 080 / 2204 030 • Fax: (593-4) 2203 835
Cuenca - Manta - Esmeraldas - Machala - Ibarra - Ambato - Riobamba - Loja

Línea gratuita: 1800-898989

www.cfn.fin.ec

GLOSARIO

Automóvil: Es un vehículo autopropulsado que se encuentra destinado para el transporte de personas o cosas, estos automóviles pueden ser de distinto tamaño, diseño y marca.

Radiador: El radiador es un componente del vehículo que sirve como intercambiador de frío y su actividad principal es mantener la temperatura del motor del vehículo mediante un sistema de canales y ductos dentro del motor.

Tanque: Es una de las partes del radiador que puede encontrarse en la parte superior e inferior de este y es donde se deposita el líquido que va a mantener a temperatura óptima el motor.

Capacidad instalada: Dentro de una empresa se lo considera a la cantidad máxima de productos o servicios que pueda realizar con los recursos que posee en maquinaria, materia prima y mano de obra.

Baqueteada: Este término es utilizado comúnmente en los talleres de radiadores para cuando se produce la limpieza del radiador, mediante una vaqueta o varilla larga que se introduce para despejar los ductos del radiador.

Stock: Es lo que una empresa tiene de inventarios disponible para la comercialización, la existencia de este se determina de acuerdo a la rotación que pueda tener.

Parque Automotor: Es la población de vehículos de un lugar. Está constituido por la totalidad de vehículos existentes en un lugar determinado

Avería: Es la afectación que se produce en un bien por diversas causa y que puede ser arreglado o sustituido.

Taller: Es el espacio dedicado para la realización de trabajos, en este caso un taller de radiadores es el lugar donde se repara radiadores de vehículos.

Capital de trabajo: El capital de trabajo o llamado también fondo de rotación es lo que necesita una empresa para poder abastecerse cómodamente en la parte productiva y poder generar sus productos y servicios dentro del ciclo que tarda en producirse y comercializarse.

Depreciación: Es la pérdida de valor que se produce en un bien que está siendo usado en la producción.

Estado de Situación Inicial: Es el informe que se genera para reflejar lo que posee la empresa en un periodo inicial o final, en este se ve reflejado lo que le pertenece a la empresa, lo que le pertenece a los accionistas y las deudas que se mantienen con terceras personas

Estado de Resultado: Este informe refleja las pérdidas o ganancias del ejercicio dando detalles de los ingresos y los gastos que se han generado en el transcurso del periodo contabilizado.

Flujo de caja: El flujo de caja determina lo que la empresa tiene en liquides, esta evaluación se realiza para conocer qué capacidad tiene la empresa para generar liquides para poder hacer frente a deudas y similares y poder tomar decisiones

Periodo de recuperación de capital: Este ejercicio sirve para conocer en qué tiempo se recuperara el total de la inversión a valor presente.

Punto de Equilibrio: El punto de equilibrio es un ejercicio que se realiza para conocer el punto mínimo de donde uno puede vender para no ganar ni perder, por ende es el punto donde se igualan los ingresos con los costos y gastos.

TIR: La tasa interna de retorno lleva a cero las equivalencias del valor actual neto VAN, esta tasa determina en porcentajes lo que se va a perder o ganar por la inversión efectuada

VAN: Permite determinar la valoración de la inversión, es decir es una medida del beneficio que puede rendir un proyecto de inversión mediante la medida de excesos o pérdidas en los flujos de caja llevado a valores presentes

ABREVIATURAS

PYME:	Pequeña y mediana empresa
CINAE:	Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana
INEC:	instituto Nacional de Estadísticas y Censos
PEA:	Población económicamente activa
BCE:	Banco Central Del Ecuador
PIB:	Producto Interno Bruto
MIPYMES:	Micro, pequeña y mediana Empresa.
CFN:	Corporación Financiera Nacional
AEADE:	Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador
ECUARAD:	Ecuatoriana de Radiadores.
CICA:	Cooperativa Interprovincial Costa Azul
CLP:	Cooperativa Libertad Peninsular
LIBERPESA:	Libertad Peninsular Sociedad Anónima.
IEPI:	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Lcda. Rosa Merejildo Pita MSc.; en Letras y Ciencias de la Educación Superior, CERTIFICO que he revisado la redacción y ortografía del contenido del Proyecto:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYME ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”.

Elaborado por el Sr. FRANCISCO RODRÍGUEZ PANCHANA con cédula de ciudadanía No. 091588038-9 previo a la obtención del título de:

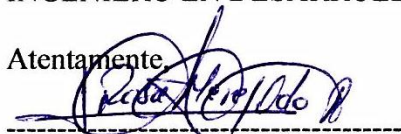
INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

Para tal efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- 1.- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- 2.- La acentuación es precisa.
- 3.- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- 4.- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- 5.- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- 6.- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- 7.- La aplicación de los sinónimos y antónimos es correcta.
- 8.- Se maneja con conocimientos y precisión la morfosintaxis.
- 9.- El lenguaje es sencillo y directo por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como especialista en Licenciatura en español recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA del presente proyecto previo a la obtención del título de INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL.

Atentamente,



Lcda. Rosa Merejildo Pita MSc.
CI #0915670855
Reg. Senescyt 1006-11-738517

La Libertad, 01 de Octubre del 2012

Señora Ingeniera.
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-

Por medio de la presente, comunico a usted:

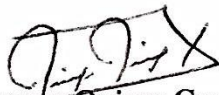
CARTA AVAL

Yo, Ec. Jimmy Quispe Gonzabay, Jefe de Oficina de la Corporación Financiera Nacional de Santa Elena, me permito emitir la presente carta de compromiso, para que el Señor Rodríguez Panchana Francisco Javier, levante información técnica en nuestra institución con fines académicos, al respecto con su tema denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES ESPECIALIZADA EN RADIADORES DE VEHÍCULOS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

Cabe destacar que actualmente contamos con líneas de crédito de financiamiento estratégico y de emprendimiento, dentro de las cuales el proyecto si es actividad financiable para nuestra Institución, debido a que pertenece a la *categoría G, numeración 5.0.2.0: Mantenimiento y reparación de vehículos automotores, con la siguiente observación: "Se financia sólo mecánicas automotrices, no la dotación exclusiva de servicio de lavado"*.

Es importante indicar que para la aprobación del financiamiento, el sujeto de crédito debe cumplir requisitos que en esta carta aval no se especifican.

Atentamente,



Ec. Jimmy Quispe Gonzabay
Corporación Financiera Nacional
Jefe de Oficina

