



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE
GUAYAQUIL**

TESINA DE GRADO

**“ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GUARDAPOLVOS EN
CAUCHO PARA AUTOMÓVILES LIVIANOS”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:

**“INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL ESPECIALIDAD
FINANZAS”**

PRESENTADA POR:

- **MARÍA FERNANDA DELGADO SANTANA**
- **CINTHIA KATHERINE FRANCO REYES**

SEPTIEMBRE-2012

GUAYAQUIL-ECUADOR

AGRADECIMIENTO

“Agradeceré siempre a Dios, quien nos permite realizar cada uno de nuestros actos y propósitos, en este caso específico por permitir realizarme como profesional y luego a mis padres, esposo e hijas y demás familiares y amigos que estuvieron apoyándome para la culminación de mi carrera Ingeniería Empresarial con mención finanzas”.

Cinthia Katherine Franco Reyes

“Gracias a Dios por haberme permitido culminar con éxitos esta etapa de mi vida, sin su guía no hubiera sido posible. A mi esposo Yury que fue el pilar fundamental durante este proceso. A mi mami por su apoyo y dedicación sin ti no lo hubiese logrado. A mis hermanas, tía, prima, sobrinos, familia política gracias por su preocupación y apoyo moral, finalmente gracias a mi pequeña Dannita por darme la fuerza para seguir adelante y culminar esta carrera.”

Ma. Fernanda Delgado Santana

DEDICATORIA

“Con mucho cariño dedico este proyecto de investigación tesina a mi esposo y hermana quienes con su ímpetu de emprendedores me han sabido guiar con su ayuda y comprensión, en esta etapa universitaria que he terminado con éxito”

Cinthia Katherine Franco Reyes

“Este logro se lo dedico a mis ángeles que me protegen desde el cielo a mi Papi y a mi abuelita Margarita, aunque ya no están físicamente los llevo en mi corazón. A mi madre Bella por las enseñanzas recibidas a lo largo de mi vida, los valores, consejos y sobre todo por su amor. A mi esposo e hija por su comprensión y estimulación para llegar a la meta. Gracias a todos ustedes soy lo que soy, una mujer realizada como hija, esposa, madre y profesional”.

Ma. Fernanda Delgado Santana

Guardapolvos de Caucho



TABLA DE CONTENIDO.....	2
RESUMEN EJECUTIVO	5
JUSTIFICACIÓN.....	6
CAPÍTULO I.....	7
1.-ANTECEDENTES.....	7
1.1 ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DEL ENTORNO	7
1.1.3 FACTORES ECONÓMICOS.....	8
1.1.4.- FACTORES SOCIALES	9
1.1.5.- FACTORES TECNOLÓGICOS	10
1.1.6 FACTORES NATURALES.....	10
1.2 MISIÓN.....	11
1.3 VISIÓN	11
1.4 VALORES	11
1.5 CULTURA EMPRESARIAL.....	11
1.6 OBJETIVOS GENERALES.....	12
1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
1.8 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	13
1.9 ANÁLISIS FODA	14
1.10 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y LAS 5 FUERZAS DE PORTER	15
CAPÍTULO II.....	19
2 ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	19
2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO.....	21

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO	21
2.3 MERCADO OBJETIVO.....	22
2.3.1 SEGMENTO.....	24
2.3.2 NICHOS.....	24
2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA: ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS.....	25
2.4.1 ESTADÍSTICAS A DICIEMBRE DE 2011.....	25
2.4.2 ENCUESTAS.....	27
2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA: EMPRESA Y SUS COMPETIDORES.....	34
2.5.1 COMPETIDORES	35
2.6 PLAN DE MARKETING	36
2.7 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	36
2.7.1 PRODUCTO.....	37
2.7.2 PRECIO.....	38
2.7.3 PLAZA	38
2.7.4 PROMOCION.....	38
2.7.5 PRESENTACIÓN.....	39
2.8 MATRIZ BCG.....	40
CAPITULO III.....	43
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	43
3.1 CONSTITUCION DEL NEGOCIO.....	43
3.2 ORGANIGRAMA	43
3.3 FUNCIONES	44
3.4 CADENA DE VALOR Y OPERACIONES.....	45
3.4.1 PROCESOS.....	45
3.4.2 RECURSOS REQUERIDOS.....	48

3.5 DIAGRAMA DEL SERVICIO U OPERACIÓN	49
3.6 RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE.....	50
CAPITULO IV.....	51
4.1 DETERMINACION DE RECURSOS.....	51
4.2 LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA – DIBUJO.....	52
4.3 INVERSION INICIAL.....	53
4.4 ESTADO FINANCIERO – BALANCE GENERAL	55
4.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS – P&G	57
4.6 RAZONES FINANCIERAS	58
4.8 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO – 5 AÑOS	60
CAPITULO V.....	62
5.1 CONCLUSIONES	62
5.2 RECOMENDACIONES	63
ANEXOS.....	64
BIBLIOGRAFIA	68

RESUMEN EJECUTIVO

NK RUBBER inició sus actividades en el 1998 como importador de repuestos y accesorios automotrices a Nivel Nacional, su nombre comercial actualmente ya se encuentra posicionado en el mercado por la oferta de productos importados de Colombia y Chile, los mismo que son comercializados en el Ecuador en la línea de Bocines de Suspensión, pernos estabilizadores, etc.

A partir del 2003 empezó la fabricación de cauchos en su línea de cremalleras, guardapalanca, cardanes para automóviles. En vista de que NK Rubber ha logrado aceptación en el mercado con sus productos nacionales, se ha decidido evaluar la posibilidad de incrementar un espacio en el mismo establecimiento para él 2013, con la fabricación y producción de guardapolvos para la punta de eje homocinéticas específicamente para automóviles livianos elaborado en caucho destinado al consumo de automóviles livianos, en primera instancia será para la marca Chevrolet con sus modelos Spark, Aveo, Corsa, Sail.

NK RUBBER, está ubicada en el sector industrial Inmaconsa Km 10.5 Vía Daule. Como su finalidad es la elaboración y comercialización, la fábrica se encuentra ubicada en un sector netamente industrial,

La compañía se encargará de la fabricación y comercialización de su nueva línea, con la finalidad de ofrecer soluciones a las necesidades de diversos clientes del Sector Automotriz. Debido a su calidad, cumplimiento y compromiso **NK RUBBER**, hará presencia con sus productos y servicios dentro del mercado Nacional.

NK RUBBER, con su talento humano, estará comprometido para responder a las necesidades y expectativas de sus clientes, contribuyendo así con el desarrollo industrial y social de Ecuador.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto surge por la necesidad de cubrir la demanda de repuestos automotrices de caucho debido a que el número de automóviles en la ciudad se ha incrementado considerablemente.

Después de haber formado una empresa que se dedicaba a la importación y venta al por mayor de repuestos automotrices en metal-caucho donde nuestra empresa era el único Distribuidor del producto HERNOL en el Ecuador (proveedor de guardapolvos, fuelle de dirección, cardanes, etc. todo en caucho), cuya fábrica se encuentra ubicada en Colombia, esta Empresa comenzó a saturar el mercado con varios Distribuidores lo que ocasiono que hayan retrasos en despacho, ocasionando malestar con varios de nuestros clientes. Ante esta circunstancia nos vimos en la necesidad de realizar un análisis de mercado para evaluar si es rentable o no la implementación de un establecimiento con el fin de elaborar y distribuir guardapolvos de punta de eje homocinética similar al importado, cumpliendo la misma función y características del producto.

Con este propósito NK RUBBER trabajará en equipo con visión creadora, manufacturera, comercializadora de productos y servicios de excelente calidad para el sector automotriz.

Además de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, garantizando el bienestar de nuestros empleados y sus respectivas familias, mediante continuo crecimiento de la Empresa, se buscará siempre el desarrollo integral del recurso humano.

El reto que deben asumir sus representantes es hacer de la Empresa un lugar de convivencia, armonía e innovación, con logros en ventajas competitivas, sin desconocer la ética del trabajo, la conservación del medio ambiente, el desarrollo social y económico del país.

CAPÍTULO I

1.-ANTECEDENTES

1.1 ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DEL ENTORNO

En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, por eso se analizará cada factor de manera minuciosa ya que todos son primordiales para la fabricación del producto.

1.1.1 FACTORES EXTERNOS

Se analizarán los factores externos que tendría la fábrica Nk Rubber, ya que se especializaría en la línea de Guardapolvos de puntas de Ejes Homocinéticas para vehículos livianos, en primera instancia para la marca Chevrolet en sus modelos de automóviles livianos.

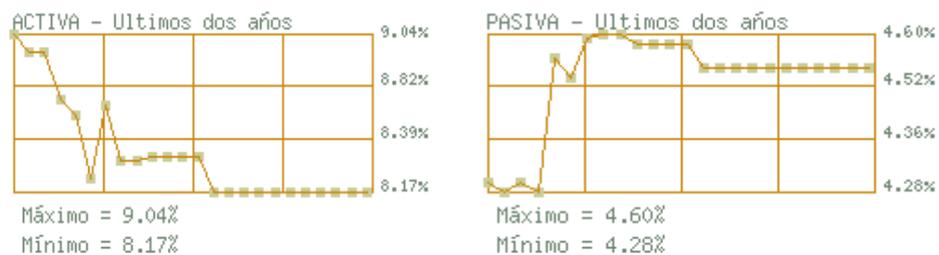
1.1.2.- FACTORES POLÍTICOS

Los cambios en el sistema político en cuanto a prohibiciones de importación y subida de aranceles para el producto terminado, así como la restricción de equipos tecnológicos para uso personal, ha hecho que la inversión extranjera no se incremente en el país, lo cual ha provocado cierto estancamiento en varios sectores comerciales, pero ha favorecido a la producción nacional que al tener un mayor apoyo está surgiendo poco a poco y logrando ocupar de manera amplia el mercado nacional. Sin embargo, los regímenes de la región andina se han caracterizado por un alto nivel de inestabilidad política y eso por varias razones: Primero, ha habido una gran disminución en los niveles de repartición de los poderes. Segundo, los procesos de descentralización del poder a nivel local y finalmente ha existido una gran polarización y fragmentación dentro del sistema de partidos políticos.

1.1.3 FACTORES ECONÓMICOS

En cuanto a los factores económicos que atraviesa el país mencionamos lo más importantes para la creación del producto, entre los puntos más importantes tenemos:

- **TASAS DE INTERÉS.-** Será un factor muy importante para Nk Rubber, ya que de ella depende el porcentaje que se debe pagar por los créditos bancarios que se soliciten para compra de materia prima o capital de trabajo.



FUENTE : (Banco Central del Ecuador, 2012)

- **LA INVERSIÓN.-** Este punto es muy importante para NK Rubber ya que si el país tiene una estabilidad económica hace que los extranjeros inviertan aquí, dando como resultado que la Balanza Comercial sea positiva o se mantenga en equilibrio haciendo que haya más circulante y fluidez en los negocios.
- **LA INFLACIÓN.-** La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. A continuación detallamos informe emitido por el Banco Central del Ecuador con respecto a la evolución de la inflación en los últimos dos años:



Fuente BCE: (Banco Central del Ecuador, 2012)

1.1.4.- FACTORES SOCIALES

En cuanto a los factores sociales mencionamos:

- **EL TRANSPORTE.**-Actualmente en Guayaquil, se está presentando una Nueva modalidad de transporte como lo son los “Taxis Amigos” ya que para esta actividad generalmente están siendo utilizados los autos Chevrolet Corsa, Spark, porque son los más cotizados en el mercado por su precio, por el acondicionamiento, por su servicios, etc.

Así, más de 7.000 vehículos en el país no cuentan hoy con el permiso de circulación; y por lo tanto podrían ser sujetos de sanciones al trabajar ilegalmente (sin el permiso individual de operaciones).

De estos, más de 1.752 carros aspirantes a taxis ejecutivos están en Guayas, los cuales pertenecen a 35 empresas, que ya han pasado por cuatro revisiones de la Comisión de Tránsito del Ecuador (CTE), Ese servicio de taxis, que se hace llamar “amigo” o “ejecutivo”, pero que para los taxistas cooperativizados es “ilegal”, representa una competencia desleal, según señalan sus dirigentes.

Fuente: (Diario El Universo, 2011)



1.1.5.- FACTORES TECNOLÓGICOS

Las empresas exitosas se caracterizan por presentar una tecnología de punta, en donde sus procesos productivos además de estar resguardados de índices de gestión de acuerdo a las capacidades propias de la máquinas, la operatividad del personal técnico de acuerdo a los conocimientos modernos, que requieren destreza en el manejo de la tecnológica moderna, y una motivación adecuada, gracias a un estilo gerencial participativo, confiable y plenamente identificado con el factor humano en todos aquellos tópicos que reconozcan de su eficacia, productividad. Para NK Rubber la tecnología será lo primordial en las maquinarias que utilizará para la producción del producto como son las esmeriladoras, cortadoras, prensas hidráulicas, fresadoras, etc.



1.1.6 FACTORES NATURALES

Uno de los factores naturales que hace que muchas empresas aumenten su nivel de ventas es el invierno, debido a que las condiciones climatológica afectan directamente el bolsillo de muchos hogares por la destrucción total o parcial de calles, puentes, carreteras, y este a su vez afecta a los vehículos que circulan por ella deteriorando notablemente los vehículos, especialmente los automóviles livianos, lo que provoca que muchos negocios aumenten la demanda de sus productos por los accidentes que podrían darse por los repuestos en mal estado.

1.2 MISIÓN

NK RUBBER es una empresa que se dedica a desarrollar productos de calidad utilizando los mejores insumos en la producción y comercialización de repuestos automotrices en su línea de caucho para puntas de ejes homocinéticas y así atender al sector automotriz en general.

1.3 VISIÓN

Alcanzar el posicionamiento del mercado nacional en un 40% para el año 2015, ingresando en nuevas zonas del sector automotriz, expandiendo nuestra cartera de productos generando más fuente de trabajo y seguir mejorando nuestra calidad.

1.4 VALORES

- Compromiso con la Empresa (Directivos y Trabajadores).
- Compromiso con los Compradores y Proveedores
- Compromiso con el Medio Ambiente.
- Excelencia.
- Visión futurista.
- Cultura humanista y tecnológica.

1.5 CULTURA EMPRESARIAL

La cultura empresarial de la empresa estará rodeada de valores y normas que serán compartidos con todo el factor humano y su entorno. Los valores organizacionales ayudaran a conseguir los objetivos y el modo apropiado en que se deberán ejecutar para lograr la meta propuesta. Los valores de la organización desarrollan normas, guías y expectativas que serán predominantes en el comportamiento de sus trabajadores, manejar situaciones particulares y controlar el proceder de los miembros de la organización entre sí.

1.6 OBJETIVOS GENERALES

Ser líder a nivel nacional en la fabricación y comercialización de su nueva línea de guardapolvos, así como mantener su nivel de ventas en sus otros productos y servicios, englobando los conceptos de excelencia y calidad.

Para cumplir el objetivo general se deberá seguir un cronograma específico de ventas y hacia que segmento se va a dirigir, para lo cual se deben definir los objetivos específicos.

1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos ayudarán a definir el tipo de segmento hacia el cual será dirigido nuestro producto, los mismos que serán definidos bajo varios aspectos entre los que anotamos los siguientes:

- Poner en marcha este proyecto, incrementar nueva línea de producto a la fábrica.
- Llegar a tener un reconocimiento de marca y poder cubrir todos los canales de distribución a nivel nacional
- Consolidarse dentro de los próximos 3 años y ser el principal Fabricante y Distribuidor de repuestos de caucho e incrementar nuevos productos al mercado.

1.8 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO

Los factores claves de éxito son los elementos que permiten al inversionista o empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única. En esta fase podemos determinar que tan bueno o malo puede resultar un negocio a largo plazo. Se debe conocer con certeza cuáles son los factores que hacen único el proyecto porque si no se los identifica no puede saber cómo va a competir en el mercado, ni porque los clientes preferirán el producto.

Para identificar los factores claves de éxito se debe mirar hacia adentro de la compañía. El primer punto y uno de los más importantes en los negocios exitosos es tener una misión clara, acompañada de los siguientes puntos:

- > Plan de Negocios
- > Perseverancia
- > Mejora continua y capacitación
- > Respeto a la empresa
- > Perseguir y obtener Retos
- > Superar Expectativas
- > Incentivos al personal
- > Tomar en cuenta los comentarios de los clientes

1.9 ANÁLISIS FODA

<h1>MATRIZ FODA</h1>	<p><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Precio competitivo ➤ Excelente calidad de producto ➤ Innovación en mercado con maquinarias de alto rendimiento ➤ Bajo gasto operacional y administrativo 	<p><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajo nivel de capitalización ➤ No poseer nuestros propios canales de distribución ➤ Marca no reconocida en el mercado automotriz
	<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto accesible para todo el mercado nacional ➤ Tener la idea y marca patentada ➤ Poder cubrir la necesidad del sector automotriz en la marca Chevrolet 	<p><u>ESTRATEGIA (FO)</u></p> <p>Por el precio competitivo más la calidad del producto se cubrirá la necesidad del consumidor a través de su plan de mercadeo</p>
<p><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Marcas Internacionales posicionadas en el mercado nacional ➤ Competencia con producto similar 	<p><u>ESTRATEGIA (FA)</u></p> <p>Aunque su nivel de ventas se incrementa se mantendrá bajo costo operacional para competir con marcas reconocidas.</p>	<p><u>ESTRATEGIA (DA)</u></p> <p>Mejorar negociación con proveedores y compradores para reducir costos y mejorar procesos de elaboración.</p>

1.10 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y LAS 5 FUERZAS DE PORTER

En el año 2011 una serie de medidas gubernamentales causaron variaciones en las condiciones del mercado automotor nacional. Ante el déficit comercial de USD 1.978,9 millones registrado en el año 2010 el gobierno implementó un registro de importadores con el fin de restringir en un 20% la importación de vehículos en relación al año anterior. En el mes de agosto se reemplazó ese registro con un régimen de licencias previas de importación con el objetivo de frenar las importaciones de las empresas que excedieron su importación. En Noviembre entró en vigencia la novena reforma tributaria misma que incorporó varios cambios en materia impositiva como el incremento del Impuesto a la Salida de Divisas del 2% al 5% generando un efecto inflacionario en la economía nacional. Esta reforma gravó también con IVA e ICE a los vehículos híbridos con P.V.P superior a USD 35.000 dejando la iniciativa de fomentar la demanda de vehículos amigables con el medio ambiente, contradiciendo la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Recursos del Estado, puesto que se gravó a los vehículos híbridos con IVA (12%) e ICE (hasta 32%) encareciéndolos al punto de ser inviable su comercialización en el mercado nacional. Estas medidas provocaron variaciones en las condiciones del mercado automotor causando incrementos de precios y migración de la demanda hacia vehículos básicos.

La previsión de crecimiento de la economía nacional para el año 2011 de acuerdo al B.C.E ascendió al 6,5% y a pesar de las dificultades, el mercado automotor presentó un crecimiento en unidades del 6%, similar al año 2010.

El 2011 se constituyó como un año importante para este mercado que en promedio registró un crecimiento del 18,5% con relación al 2010, Colombia, Argentina, Perú y Chile lideran la tendencia registrando crecimientos superiores al 20%, los mercados de Ecuador y Brasil crecieron a menor ritmo que la región y el mercado venezolano fue el único que registró un decrecimiento del 3,6%. Fuente: (AEADE, 2012)

BARRERAS ENTRADA

Para que no haya el ingreso de nuevas empresas a la industria se presenta a continuación las siguientes barreras:

Capital.- Necesidad de inversiones iniciales. Diferenciación de Precios

Política gubernamental.- Limitación directa a la posibilidad de ingreso de competidores extranjeros para el ingreso de productos terminados.

Costes de cambio. Son los costes que llevan a adaptar preferencias a los productos nuevos por parte de los clientes que queremos captar. Además de analizar las razones que llevan a un cliente a permanecer fiel a su proveedor habitual, es vital determinar las causas que motivan el abandono y posterior cambio de proveedor.

Acceso a canales de distribución. La forma en que se ingrese a los distribuidores con nuestro producto en su cartera de comercialización, dependerá mucho de la negociación que se realice con ellos, ofrecerles un producto de calidad, descuentos y sobre todo manejar un buen marketing ayudarán a que el acceso sea rápido.

BARRERAS SALIDA

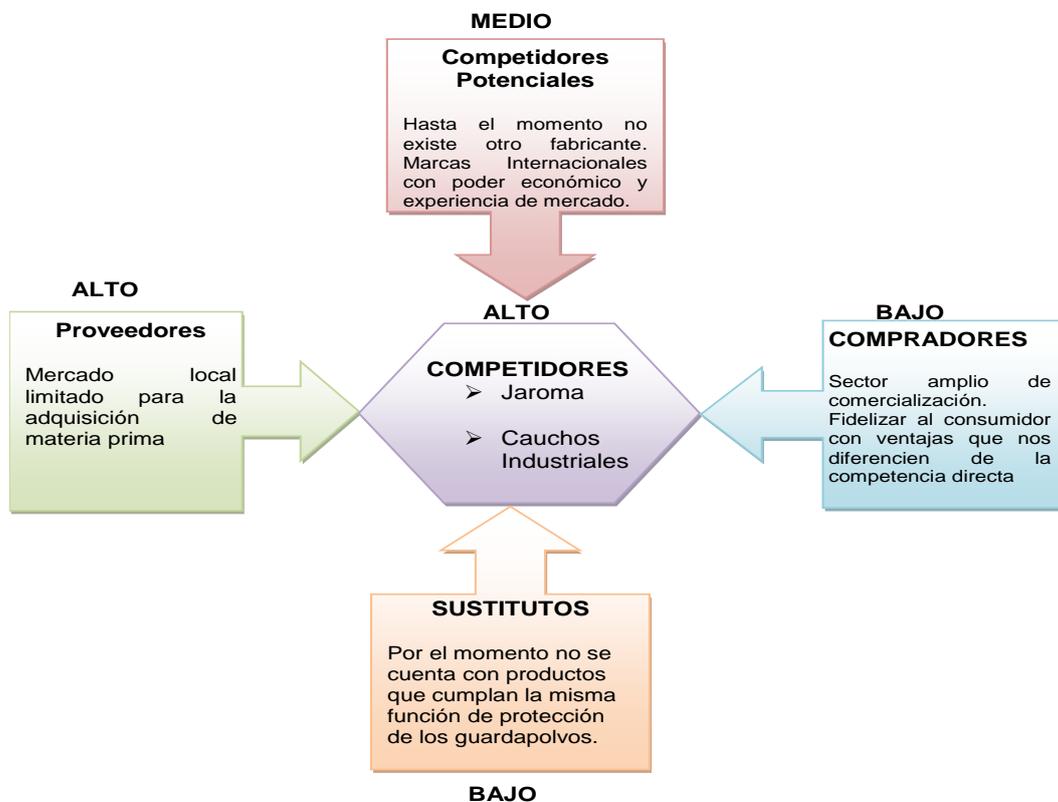
Muchas veces se obliga a empresas a permanecer en el mercado pese a que declaren pérdidas en sus balances, esto se debe a muchas razones tales como:

- Compromisos a largo plazo con clientes o proveedores, por los cuales la empresa debe permanecer en el sector, procurando cubrir sus costos de fabricación.
- Barreras emocionales que suponen una resistencia por parte de la dirección a una salida que está económicamente justificada y que no se

quiere llevar a cabo por lealtad a los empleados, por temor a la pérdida de prestigio, por orgullo.

- Interrelaciones estratégicas, entre unidades de negocio y otras en la compañía en términos de imagen, capacidad comercial, acceso a mercados financieros; son la causa de que la empresa conceda una gran importancia estratégica a estar en una actividad concreta
- Restricciones sociales y gubernamentales como la negativa del gobierno a decisiones de salida, debido a la pérdida de puestos de trabajo, a efectos económicos regionales o a la falta de producción en algún área que se considere estratégica.

1.10.1 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter



- **Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores.**- En el mercado nacional de fabricación y comercialización de cubre polvos para la punta de eje homocinética nacional hasta el momento no existe otro fabricante, nuestros competidores directos en el mercado automotriz son: Incolca CIA. Ltda. y Hernol que son empresas internacionales y cuyo poder económico y experiencia a nivel mundial marcan la diferencia.
- **La Rivalidad entre los competidores.**- Ingresar al mercado puede ser fácil por el costo del producto, la personalización que se ofrecerá para cada marca de carro y su amena presentación para introducirse en el mercado y sus variados canales de ventas; pero conociendo el poder de las compañías ya existentes podrían cerrarnos en parte el acceso a los canales de distribución, adicionando otro factor como el poco conocimiento de una nueva marca, puede influir entre los competidores.
- **Poder de Negociación de los Proveedores.**- Es un punto muy importante pues de él depende que el costo de nuestro producto aumente o disminuya, en principio se dependería totalmente de proveedores locales hasta que haya un repunte en ventas y se estudie la posibilidad de importar la materia prima con miras a mejorar el producto y poder competir ya no solo con el producto terminado sino con su materia prima.
- **Poder de Negociación con los Compradores.**- Como se mencionó en el punto anterior dependeríamos al principio de compradores nacionales debido al poco reconocimiento de marca y a las políticas que se impongan para la comercialización, sin embargo se trabajara mucho en esta punto para mercadear a nuestros futuros clientes y establecer la mejor manera de fidelizar al consumidor con ventajas que nos diferencien de la competencia directa.
- **Amenaza de ingreso de Productos Sustitutos.**- Por el momento no existen amenazas de que se introduzca en el mercado nacional un producto que cumpla la misma función de protección para la punta de ejes homocinéticas de vehículos livianos en marca Chevrolet.

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

El sector automotriz se encuentra dentro de un entorno económico estable, el mismo que le ha permitido alcanzar niveles record de ventas y producción en los últimos años. En el país se evidencia un mayor consumo de vehículos producidos en el exterior a pesar del Gobierno de reducir los niveles de importación, por medio del cobro de aranceles según el tipo de vehículos, como una finalidad de incentivar el ensamblaje de vehículos dentro del país.
Fuente: (Pacífico, 2011)

El presente estudio está dirigido a este sector para modelos de vehículos livianos, a los usuarios que buscan cubrir necesidades con repuestos de caucho, indispensables y necesarios para el buen mantenimiento de automotores, conservando la estética calidad y buen precio.



FUENTE: (WEB)

FACTORES	%	CALIF	TOTAL	RESUMEN
Rivalidad	10	9	0,90	Existen pocos competidores en el mercado, por tanto es alto el nivel de competencia entre ellos.
Amenaza de nuevos competidores	5	5	0,25	Poco riesgo de ingreso de nuevos competidores, puede ser por falta de conocimiento en fórmulas para la fabricación del producto
Amenaza de Sustitutos	5	2	0,10	Es baja, hasta el momento no se ha creado ningún producto que cumpla la misma función de protección de ejes para vehículos livianos.
Proveedores	20	10	2,00	Calificación alta porque no existen muchos proveedores en el país y adicionalmente dependemos de medidas gubernamentales que pueden ser cambiantes.
Clientes	10	3	0,30	Es normal por la cantidad de productos existentes en el país, la cual es liderada por la marca Chevrolet.
Concentración	20	9	1,80	Es alta por la necesidad del producto. Al momento dos empresas dominan el mercado
Madurez	15	7	1,05	Industria constituida en el mercado, cuenta con madurez suficiente en cuanto a la comercialización de repuestos automotrices
Poder de fuerza laboral	5	2	0,10	Total mente baja, por ser una línea nueva de producción, el sector laboral no tendrá mayor incidencia.
Impacto de variables externas	10	9	0,90	Dependemos de medidas gubernamentales que pueden perjudicar en el desarrollo de la industria en el país.
Resumen	100		7,40	

2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El sector automotriz tiene varias características en las que podemos incluir varios negocios que se pueden relacionar entre sí, tales como:

- El mercado está compuesto de vendedores y compradores que representan la oferta y la demanda.
- El ensamblaje nacional, exportación, importación y comercialización de vehículos a través de empresas representantes de marcas, concesionarios, entre otros.
- La producción nacional de autopartes, importación y comercialización de repuestos, mediante empresas representantes e importadores directos.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

La estructura de nuestro mercado es de Competencia perfecta, porque es un mercado donde existen gran cantidad de compradores (demanda) y de vendedores (oferta), de manera tal que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

Parque Automotor - Marcas

MARCA	TOTAL
CHEVROLET	537.996
TOYOTA	148.860
FORD	117.955
MAZDA	115.053
HYUNDAI	110.987
NISSAN	99.476
SUZUKI	59.927
VOLKSWAGEN	50.010
KIA	49.101
MITSUBISHI	48.710
HINO	43.999
FIAT	30.815
LADA	24.147
RENAULT	23.672
MERCEDES BENZ	22.495
OTRAS	206.885
TOTAL GENERAL	1'690.088

Fuente: (AEADE, 2011)

Antigüedad del Parque Automotor al 2010

MARCA	TOTAL	TOTAL
Menor a 1 año	186.005	11.01%
De 1 a 5 años	459.045	27.16%
De 5 a 10 años	236.530	14.00%
De 10 a 15 años	196.612	11.63%
De 15 a 20 años	207.400	12.27%
De 20 a 25 años	71.764	4.25%
De 25 a 30 años	93.797	5.55%
De 30 a 35 años	238.935	14.14%
TOTAL GENERAL	1'690.088	100%

EDAD PROMEDIO DEL PARQUE AUTOMOTOR: 17,55 años

2.3 MERCADO OBJETIVO

Está dirigido a los consumidores de: **AUTOMÓVILES DE LA MARCA CHEVROLET**



El parque automotriz en el Ecuador está conformado por aproximadamente 1'690.088 unidades con corte al 2010, distribuido de la siguiente forma:

Composición 2010



Parque Automotor - Marcas

MARCA	TOTAL
CHEVROLET	537.996
TOYOTA	148.860
FORD	117.955
MAZDA	115.053
HYUNDAI	110.987
NISSAN	99.476
SUZUKI	59.927
VOLKSWAGEN	50.010
KIA	49.101
MITSUBISHI	48.710
HINO	43.999
FIAT	30.815
LADA	24.147
RENAULT	23.672
MERCEDES BENZ	22.495
OTRAS	206.885
TOTAL GENERAL	1'690.088

FUENTE: (AEADE, 2011)

Marca Chevrolet		
Tipo	Cantidad	%
Vehículos	252.858,12	47
Camionetas	91.459,32	17
Todo Terreno	161.398,80	30
Camión	26.899,80	5
Van	5.379,96	1
Total	537.996,00	100

Cada vehículo debe utilizar 4 guardapolvos como protección de la punta de eje homocinética, la empresa fabricará aproximadamente 96.000 unidades en el año, la comercialización será destinada para 3 provincias Azuay, Guayas y Pichincha, por tanto la cobertura que se dará en este segmento será para 24.000 unidades aproximadamente que corresponde al 13.71% sobre la muestra poblacional de 175.072 unidades.

Vehículos 35%		
Provincia	Automóviles	Chevrolet
Azuay	49.680,00	17.388,00
Guayas	207.477,00	72.616,95
Pichincha	243.049,00	85.067,15
Total	500.206,00	175.072,10

Muestra Nacional Vehículos 727.481,00

Muestra Nacional Vehículos
Chevrolet 252.858,12

Fuente: **(Autores, 2012) (AEADE, 2011)**

2.3.1 SEGMENTO

Está enfocado para el sector de vehículos de marca Chevrolet, que es la marca no. 1 de venta en el país, sus repuestos son accesibles y tienen alta demanda por sus precios.

Es así que NK Rubber tiene como segmento directo a los Distribuidores, quienes serán los encargados de presentar el producto al mercado automotriz.



2.3.2 NICHO

Son los Almacenes de Repuestos Automotrices que le hacen el pedido a los Distribuidores directos de productos como son los guardapolvos.



2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA: ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS

2.4.1 ESTADÍSTICAS A DICIEMBRE DE 2011

Automóviles

El parque automotor ecuatoriano cerró el año pasado con más de 1,8 millones de vehículos matriculados según los últimos datos oficiales. De ellos, alrededor del 27% se registran en la ciudad de Quito y el 23% en Guayaquil, seguidos de Cuenca y Ambato el 5,6% y 3.7% del total de vehículos respectivamente.

Si se compara las cifras de ventas de autos nuevos con corte a diciembre varios años:



Si se revisa las cifras acumuladas de los 12 meses del año se tiene los resultados que muestra la siguiente tabla, es decir, un crecimiento de 9% en las ventas entre los 12 meses de 2010 y el mismo período de 2011.

Enero - Diciembre	Unidades
2007	92.910
2008	113.546
2009	91.165
2010	125.701
2011	136.838

El total de ventas de diciembre (autos livianos y pesados) fue de 11.542 unidades
Las 5 primeras marcas en ventas de autos livianos son:

Marca	Unidades Livianos (Diciembre 2011)
Chevrolet + Suzuki	4.860
Hyundai	1.207
Nissan	855
Toyota	646
Mazda	644
Kia	602
Ford	510
Great Wall	217
Renault	200
Chery	178
Volkswagen	156
Skoda	56
Mitsubishi	56
Lifan	25

GM continúa a la cabeza en venta de unidades con Chevrolet y Suzuki que juntos alcanzaron el 47% del mercado de ventas de autos livianos nuevos en ese mes. De allí siguen Hyundai con el 11% y Nissan con el 8%, el resto de marcas ocupan porcentajes inferiores. Fuente: (Patio de autos, 2012)

2.4.2 ENCUESTAS

El objetivo de la encuesta es analizar la situación actual del mercado de los repuestos automotrices en especial los Guardapolvos para la punta de eje homocinética cuya función es proteger que ninguna impureza como el agua, polvo o cualquier otro tipo de impurezas ingresen en los ejes de vehículos.

Se realizó una encuesta a personas naturales que tienen vehículos y son comerciantes de repuestos automotrices, adicionalmente se hizo un sondeo de ventas de este tipo de repuestos a Distribuidoras de las ciudades de Guayaquil en relación con los consumidores de estos productos y los principales competidores, para observar las perspectivas y expectativas de la línea que se va a producir.

Se encuesta a un número de personas en base al criterio del investigador este número de personas van a ser 11, se los encuesta porque al ser comerciantes de repuestos automotrices conocen las preferencias del consumidor final.

El cuestionario consta de 4 preguntas, las cuales son abiertas. Fue aplicado en la ciudad de Guayaquil, con la asistencia de los encuestados en las diferentes calles del centro de la ciudad. Se adjunta el formato del cuestionario.

De igual forma se realizó un sondeo a 6 Distribuidores para conocer preferencias en cuanto a que fabricante compra los productos línea automotriz en la ciudad de Guayaquil

Formato de la Encuesta

Marque con una X dentro de los paréntesis las respuestas que mejor indiquen cual es su opinión con respecto a lo que se pregunta.

1.- ¿En qué sector de la ciudad según Ud. Se presta más atención al mantenimiento y cambio de repuestos en los vehículos?

Sur ()

Centro ()

Norte ()

Otros ()

2.- ¿La atención, aplicación y cambio de los guardapolvos de ejes para la punta de eje homocinética en los vehículos es exclusiva para gente adinerada?

Si ()

No ()

3.- ¿Estaría de acuerdo con que se evalué el funcionamiento y precios de este tipo de empresas?

Si ()

No ()

4.- ¿Adquiriría Ud. Repuestos de caucho de fabricación y comercialización nacional para su vehículo a precios módicos?

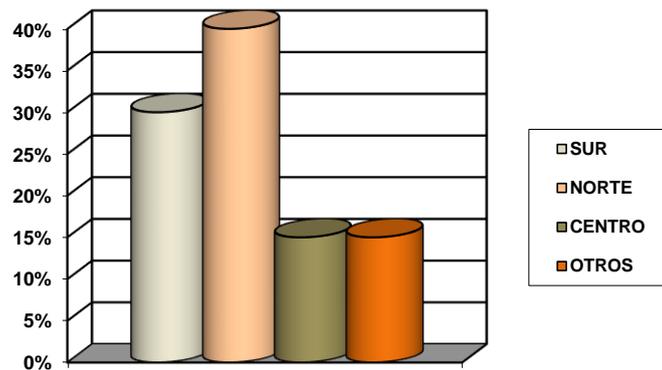
Si ()

No ()

Pregunta Nº 1

**¿En qué sector de la ciudad según Ud. Se presta más atención al
Mantenimiento y cambio de repuestos en los vehículos?**

Gráfico # 1



27.27% SUR Representa: 3 del total de las encuestas

36.37% NORTE Representa: 4 del total de las encuestas

18.18% CENTRO Representa: 2 del total de las encuestas

18.18% OTROS Representa: 2 del total de las encuestas

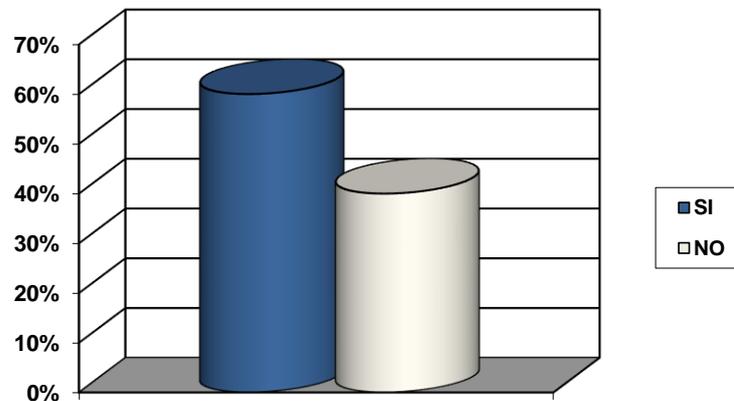
INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada se llegó a la conclusión de que la gran mayoría de de usuarios opinaron que en el norte de la ciudad se presta más atención al mantenimiento y cambio de repuestos en los vehículos, esto en datos reales a los 11 encuestados, quiere decir que el 36.37% en el sector NORTE de la ciudad, 27.27% en el sector SUR de la ciudad, 18.18% en el CENTRO y en diferentes sectores a los ya mencionados anteriormente.

Pregunta Nº 2

¿La atención, aplicación y cambio de los guardapolvos de ejes para la punta de eje homocinética en los vehículos es exclusiva para gente adinerada?

Gráfico # 2



63.64% SI Representa: 7 del total de las encuestas

36.36% NO Representa: 4 del total de las encuestas

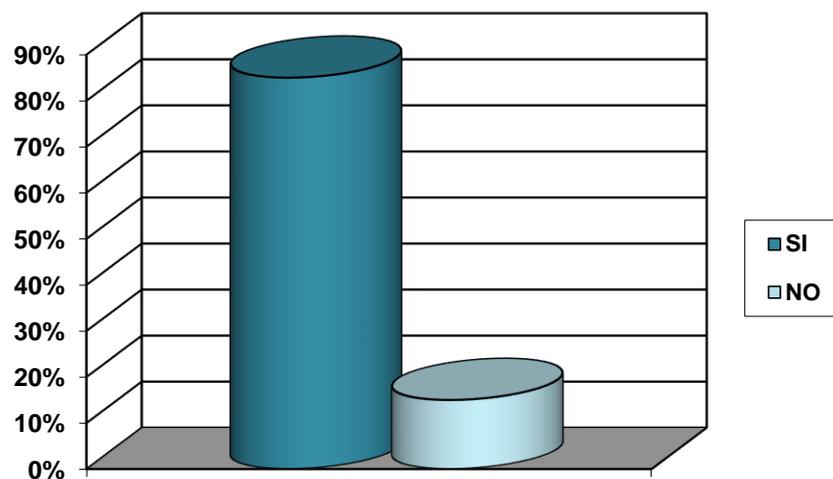
INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada se llegó a la conclusión de que es mayor el porcentaje de la cantidad de personas que piensan que solo las personas adineradas puedan adquirir estos repuestos para sus vehículos, esto en datos reales a los 11 encuestados, quiere decir que el 63.64% piensan que los adinerados pueden conseguir estos repuestos y un 36.36% que todas las personas lo pueden adquirir.

Pregunta Nº 3

¿Estaría de acuerdo con que se evalué el funcionamiento y precios de este tipo de empresas?

Gráfico # 3



81.82% SI Representa: 9 del total de las encuestas

18.18% NO Representa: 2 del total de las encuestas

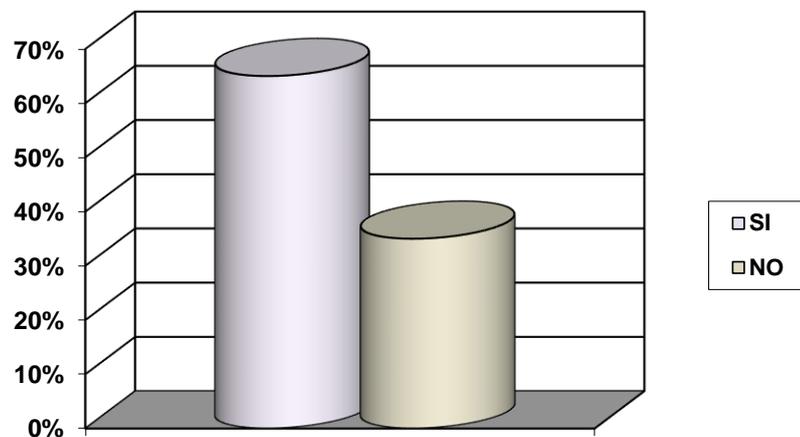
INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada se llegó a la conclusión de que casi todas las personas están de acuerdo con que se evalúe el funcionamiento de este tipo de empresas, esto en datos reales a los 11 encuestados, quiere decir que el 81.82% está de acuerdo que se evalúe y un 18.18% no los está.

Pregunta N° 4

**¿Adquiriría Ud. Repuestos de caucho de fabricación y comercialización
Nacional para su vehículo a precios módicos?**

Gráfico # 4



63.64% SI Representa: 7 del total de las encuestas

36.36% NO Representa: 4 del total de las encuestas

INTERPRETACIÓN:

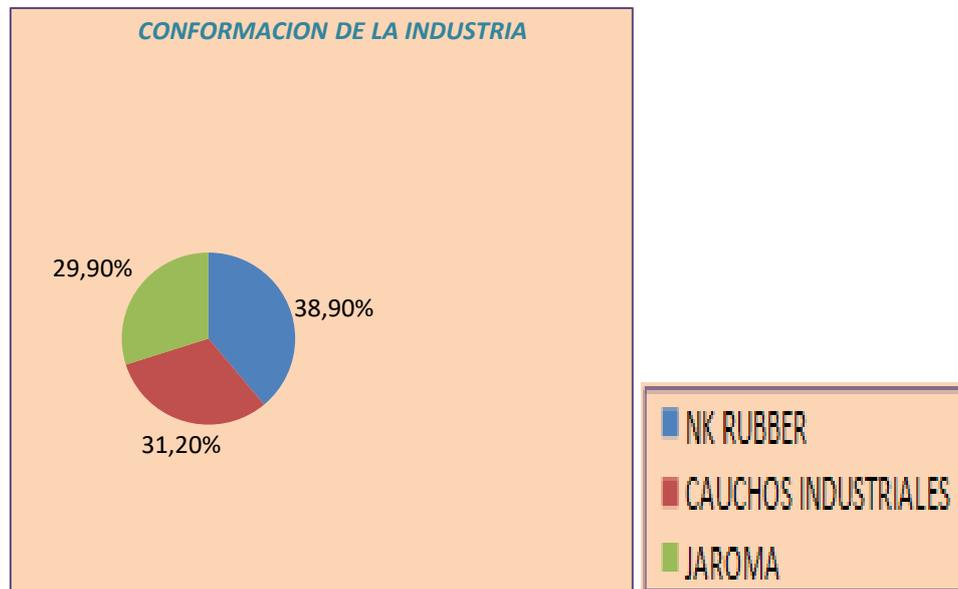
En la encuesta realizada se llegó a la conclusión de que es mayor la cantidad de personas que adquirirían un sistema de audio con instalación gratis y precios módicos, esto en datos reales a los 11 encuestados, quiere decir que el 63.64% lo adquiriría y un 36.36% no lo adquiriría.

SONDEO A DISTRIBUIDORES

Automotriz El Original	Sra. Patricia Aspiazu	Ayacucho y Tungurahua	23625336
Automotriz Japonés	Sr. Vicente Casanova	Ayacucho #2105 y Babahoyo	2358469
Automotriz La Octava	Sr. Washington Aguirre	Ayacucho y la Octava	2365892
Automotriz Ricardo	Sr. Ricardo Navia	Ayacucho y Gallegos Lara	2368941
Navicentro	Sr. Franklin Navia	Ayacucho e Ismael Pérez	2367458
Casa del Repuesto Japonés	Sr. Jaime Alcívar	Ayacucho y Babahoyo	2369854

Resultado:

- ✓ NK Rubber tiene un 38.90% de participación en el mercado, por su atención inmediata, precios, crédito dependiendo el monto de la compra.
- ✓ Cauchos Industriales 31.20% de participación en el mercado por utilizar maquinaria manual, ya que encarece el producto.
- ✓ Jaroma tiene un 29.90% de participación en el mercado por dar hasta 60 días plazos sin tomar en cuenta montos de compras y no tienen servicio a domicilio.



Fuente: (Autores, 2012)

2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA: EMPRESA Y SUS COMPETIDORES

Evaluación del negocio para determinar si es rentable o no, si se encuentra en capacidad para cubrir la demanda de guardapolvos, lo cual se determinará a través de la Situación financiera.

El estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan.

De manera primordial se debe determinar el número de ofertantes que intervienen en el área de influencia, es decir, la competencia.

2.5.1 COMPETIDORES

En la ciudad de Guayaquil, existen varios fabricantes de guardapolvos entre ellos mencionaremos los más influyentes:

- **CAUCHOS INDUSTRIALES**

- **JAROMA**

CAUCHOS INDUSTRIALES

Propietario: Ing. Ricardo Rojas
Dirección: Km. 7 1/2 Vía a la Costa
Teléfonos: 04-2871407 Fax: 04-2871407
Ciudad: Guayaquil
Logística: Vende guardapolvos al por mayor, pero distinta la presentación.
Del producto y con un precio mayor al nuestro.

JAROMA

Propietario: Ing. Enrique Parrales
Dirección: Chambers 208 y 5 de junio
Teléfonos: 04-2331678 Fax: 04-2331591-2331381
Ciudad: Guayaquil
Logística: Vende guardapolvos al por mayor.
No tiene servicio a domicilio.

2.6 PLAN DE MARKETING

Estudio del cliente: Dirigido al sector automotriz (vehículos livianos) marca Chevrolet en sus modelos Aveo, Corsa, Spark y Sail, abarca todos los niveles económicos, clientes que tratan de mantener en perfectas condiciones sus automotores, clientes que buscan despacho inmediato, buena imagen, calidad y un precio accesible

Definición del producto: Producto que servirá como protector del guardapolvo de la punta de eje homocinética de automotores livianos.

Esencia del producto.- Producto dirigido a propietarios de vehículos livianos en general para que puedan adquirir repuestos de caucho para la conservación de su automotor, contando con una alta tecnología en la elaboración y escogiendo adecuadamente las materias primas que se utilizarán y los más importante que serán accesible al bolsillo de los consumidores.

Es así que se para comercializar este producto se utilizará un Marketing adecuado para que el producto obtenga buena aceptación en el mercado hacia el cual está dirigido: El Sector Automotriz.

2.7 ESTRATEGIA DE MARKETING

La estrategia de Marketing es muy importante pues de ella depende la aceptación para que el producto ingrese al mercado local y nacional, para lograr ese objetivo se enfocarán 4 puntos que son:

- **PRODUCTO,**
- **PRECIO**
- **PROMOCION**
- **PLAZA.**

2.7.1 PRODUCTO

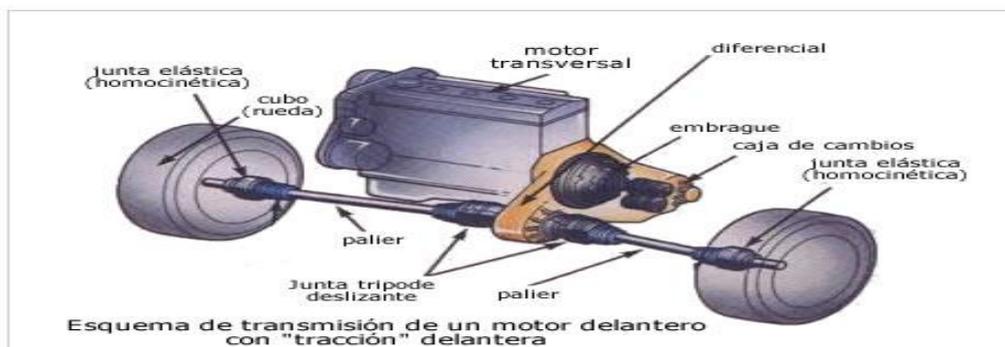
Guardapolvo elaborado con materia prima de caucho y otros componentes, sirve como protector de la punta de eje homocinética para que en este no pueda ingresar ninguna impureza como el polvo, agua, etc., además le da mantenimiento lubricado permanente. Este guardapolvo sirve para ser aplicado en varios modelos de vehículos livianos entre ellos mencionaremos, Spark, Aveo, Corsa.



Concepto de punta de eje homocinética.- Es el elemento que conecta la caja de cambios de su vehículo con las ruedas.

Ubicación del Guardapolvo .- Normalmente van ubicados en la parte delantera del vehículo y siempre van en pareja es decir uno a la rueda derecha y otro a la rueda izquierda.

Se Adjunta Imagen demostrativa de la función – ubicación de los guardapolvos.



Tiempo de vida útil del guardapolvo.- La durabilidad de un guardapolvo es de aproximadamente 30.000 Km.

2.7.2 PRECIO

Entre los factores internos se incluyen los objetivos de mercadotecnia, los costos y la organización. Los factores externos son el mercado y la demanda, la competencia y otros factores ambientales. Por tanto el precio estimado de venta de nuestro producto a los distribuidores será de: \$2.55 y al consumidor final será de \$3.00. La forma de pago se realizará mediante un acuerdo escrito estableciendo los parámetros de crédito y entrega de mercadería en la que será de la siguiente manera el 60% contado y la diferencia a 30 días plazo.

2.7.3 PLAZA

Se llevará el producto por medio de distribuidores de repuestos automotrices, comenzaremos con 3 provincias a nivel nacional Azuay, Guayas, y Pichincha para dar a conocer el producto y posteriormente ampliar a las demás provincias del país y cumplir con uno de los objetivos de la Empresa de llegar a ser líderes en esta línea de repuestos.

2.7.4 PROMOCION

Se empezara la publicidad en almacenes de repuestos, talleres mecánicos, tecnicentros mediante banners de publicidad y catálogos con las aplicaciones de los diferentes guardapolvos de punta de eje homocinética, para posteriormente obtener nuestra propia página web y así poder captar puntos de distribución a nivel nacional.

Banners de Publicidad



- Catálogos: Los Asesores de ventas se encargaran de mostrar al cliente o distribuidor mediante nuestro catálogo los diferentes productos que ofrecemos.



2.7.5 PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN.- El guardapolvo se lo llevará al segmento de mercado automotriz con la siguiente presentación que es funda con su respectiva etiqueta indicando el código y aplicación de dicho guardapolvo y modelo de carro.



2.8 MATRIZ BCG

Mediante la matriz de Boston Consulting Group (BCG), se puede clasificar el producto de acuerdo a su nivel de participación en el mercado, así como al índice de Crecimiento del mercado hacia el cual está enfocado nuestro producto como lo es el Sector Automotriz, específicamente la marca Chevrolet. En esta matriz se pueden identificar cuatro grupos de unidades estratégicas para los productos o servicios, tomando como referencias estadísticas de venta de vehículos desde el año 2005 en la marca anteriormente mencionada y enfocando nuestra matriz en estadísticas del año 2010.

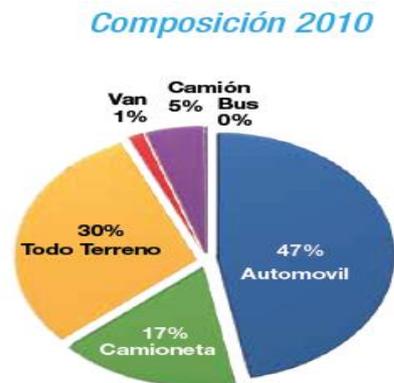
Ventas Anuales por Tipo

AÑO	AUTOMOVILES	CAMIONETAS	TODO TERRENO	VANS	CAMIONES Y BUSES	TOTAL
2001	21.616	12.973	12.762	1.349	4.973	53.673
2002	29.296	16.103	12.910	2.664	8.399	69.372
2003	26.313	13.472	8.639	2.813	4.219	55.456
2004	28.474	14.198	10.009	2.372	4.098	59.151
2005	41.695	17.734	12.647	2.054	6.280	80.410
2006	42.932	19.251	15.968	1.563	9.844	89.558
2007	38.565	20.660	19.769	1.917	10.867	91.778
2008	46.846	27.963	22.710	2.207	12.958	112.684
2009	35.869	21.336	24.727	1.895	8.937	92.764
2010	57.278	27.808	32.972	3.702	10.412	132.172



CHEVROLET

AÑO	TOTAL	%
2005	37.594	46.75%
2006	39.855	44.50%
2007	36.174	39.41%
2008	47.519	42.17%
2009	40.185	43.32%
2010	53.429	40.42%



Parque Automotor - Marcas

MARCA	TOTAL
CHEVROLET	537.996
TOYOTA	148.860
FORD	117.955
MAZDA	115.053
HYUNDAI	110.987
NISSAN	99.476
SUZUKI	59.927
VOLKSWAGEN	50.010
KIA	49.101
MITSUBISHI	48.710
HINO	43.999
FIAT	30.815
LADA	24.147
RENAULT	23.672
MERCEDES BENZ	22.495
OTRAS	206.885
TOTAL GENERAL	1'690.088

Fuente Gráficos y Tablas: (AEADE, 2011)

En base a esta información se enfocara la matriz a las marcas de vehículos que circulan en el país,

Estrellas: Son productos de elevado crecimiento y que cuentan con una alta participación del mercado. La marca Chevrolet es la de mayor aceptación en el sector automotriz por sus precios accesibles tanto en la adquisición de vehículos como de sus repuestos. Es por este motivo que se escogió esta marca para ingresar nuestro producto al mercado para financiar su rápido crecimiento.

Vacas de Efectivo: Productos de bajo crecimiento y que cuentan con una participación importante de mercado. En este punto podemos citar otras marcas de Vehículos como Hyundai, Ford, Mazda, Toyota entre otras que pese a contar con una participación menor de mercado, se consideran como unidades estratégicas de negocios ya establecidas y exitosas que requieren una inversión menor (en comparación con la “estrellas”). Por este motivo producen una cantidad de efectivo mayor al que necesita la empresa y que pueden ser consideradas en el futuro para invertir en nuestra línea de cauchos.

Interrogaciones: Son unidades de negocios o productos de baja participación y elevado crecimiento en el mercado. En esta parte se menciona a las marcas Kia, Volkswagen, Nissan, Suzuki que pese a no contar al momento con una elevada participación sus productos demanda una cantidad considerable de efectivo para mantener su actual participación de mercado y más que todo incrementarla y que buscan transformarse en “estrellas” a largo plazo. Estas marcas de vehículos también pueden ser consideradas en un futuro mediano para introducir y ampliar la gama de nuestro producto.

Perros: Son aquellos negocios o productos de bajo crecimiento y baja participación de mercado. En este segmento podemos citar a los vehículos considerados de lujo como: Mercedes Benz, BMW, Porsche, etc., que solo generan efectivo suficiente para mantenerse por ellas mismas, pero no generan expectativas de convertirse en un futuro, en fuentes influyentes de efectivo.



Fuente: (Autores, 2012)

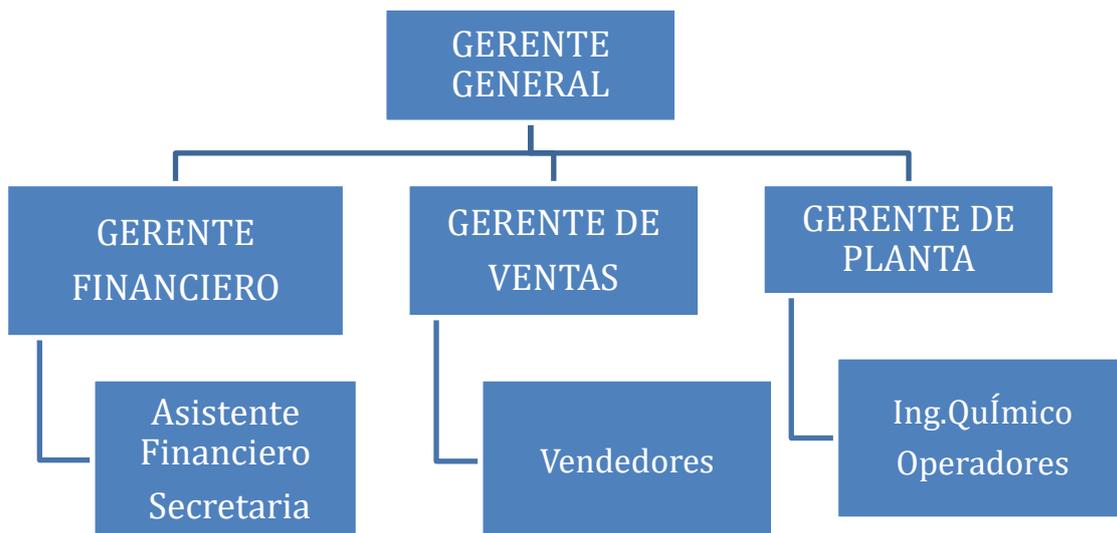
CAPITULO III

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1 CONSTITUCION DEL NEGOCIO

Constitución de la Compañía Limitada NK RUBBER CIA.LTDA con un capital suscrito \$800.00 Se encontrará situado en Lotización Industrial Inmaconsa Mz. 35 Solar: 15 a la altura de la vía Daule. El Ruc se apertura con la actividad de fabricación y distribución al por mayor de repuestos en cauchos para vehículos livianos. Empezara a funcionar en Enero de 2013. Se constituirá como Compañía Ltda. con dos accionistas

3.2 ORGANIGRAMA



3.3 FUNCIONES

GERENTE GENERAL

- Toma de decisiones puntuales y estructurales
- Supervisa el fiel cumplimiento de las políticas internas de la Empresa
- Soporte logístico, comercial y legal de todas las áreas
- Líder de la estructura empresarial
- Imagen empresarial
- Firmante Autorizado en cuenta de Compañía

GERENTE FINANCIERO

Control de toda la parte contable de la compañía

- Costos de producción y comercialización
- Presupuestos anuales en diferentes aéreas
- Vigilar y controlar el buen manejo de la parte contable de la compañía
- Informar mensualmente a la Presidencia el EF de la Compañía
- Elaboración, revisión y presentación de Balances y Estados Financieros

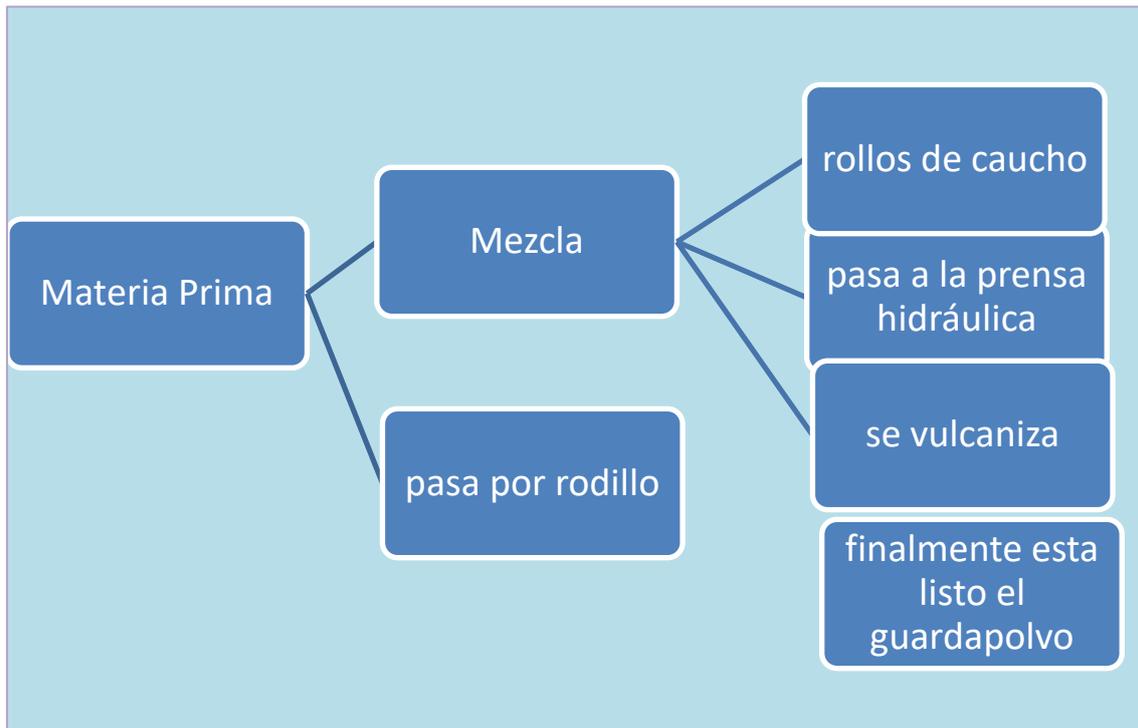
JEFE DE PLANTA – ING. INDUSTRIAL

- Control de procesos y del personal operativo
- Manejo de la Seguridad Industrial de la Empresa
- Control permanente del mantenimiento de las máquinas

3.4 CADENA DE VALOR Y OPERACIONES

3.4.1 PROCESOS

ELABORACION DEL GUARDAPOLVO



Para la elaboración del producto tendremos los siguientes pasos:

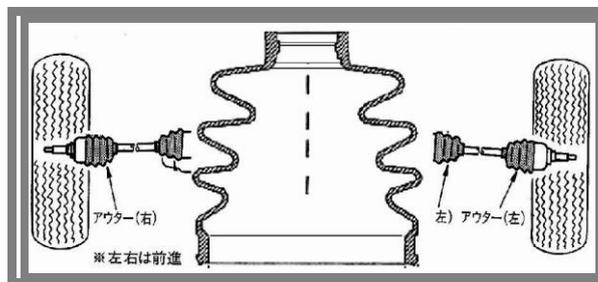
- Pesar los químicos hasta obtener las medidas necesarias
- Mezclamos en un rodillo hasta que el caucho esté listo
- Se le agrega caolín y se le lo vulcaniza
- Luego se lo pasa a prensa hidráulica o troqueladora y se controla que la temperatura no pase los 130 grados.
- Finalmente se elabora el repuesto.

Planificación de secuencia de proceso

Recibimos de los proveedores envases, etiquetas, materia prima para la elaboración de los repuestos de caucho y realizamos las siguientes secuencias:

Primero: Diseño de plano para cada molde con todas las medidas de diámetros para elaborar el molde material Acero, de transmisión SAE

Diseño de plano para cada molde



Segundo: Un molino de Rodillo con sus respectivos sistemas eléctricos para que funcione.



Tercero: Pesar los químicos que se utilizarán en el proceso de fabricación, se mezcla poco a poco en el molino hasta obtener el caucho, el mismo que sale en tiras largas, de allí se lo empapa de carbonato para obtener un guardapolvo bien suave para posteriormente llevarlo a las vulcanizadoras.

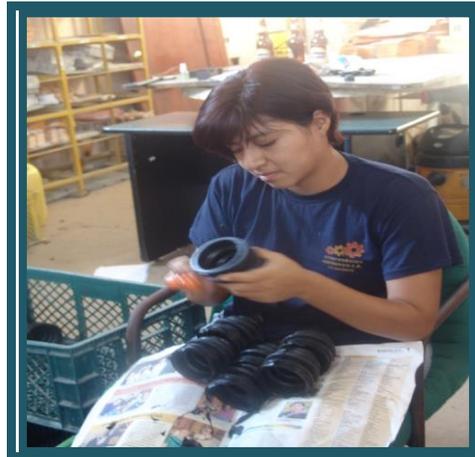
Cuarto: Para vulcanizarlos se necesita una prensa hidráulica o troqueladora a la que se le adaptan varios sistemas para un funcionamiento adecuado con termostatos y con instalaciones de termocuplas para controlar que la temperatura se mantenga nominal de 130 grados.



Quinto: Para la elaboración del repuesto se corta y pesa 180 gramos de caucho molido y se aplica a la prensa, se cierra y se controla por reloj 2 minutos para que esté listo.



Sexto: Luego de la elaboración será dado a los obreros para que le den el último acabado, para luego pasarlo a las bodegas en donde le dan la presentación final con su respectiva etiqueta e inventario.



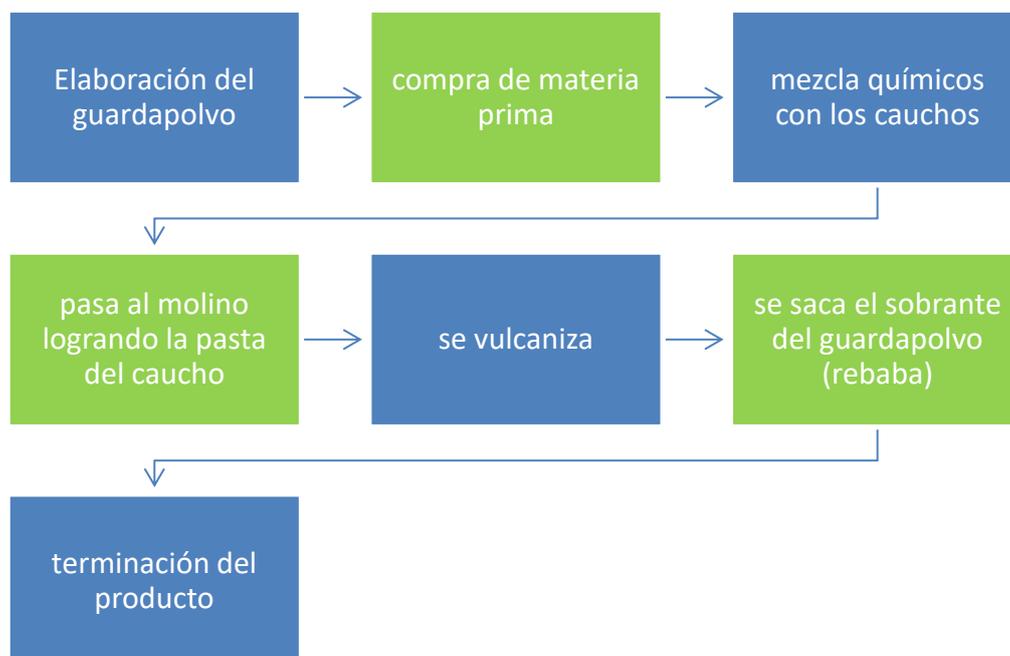
3.4.2 RECURSOS REQUERIDOS

1. Locales, instalaciones y materiales.- Se necesitara un local de aproximadamente 500m²; en sector Parque Industrial Inmaconsa vía a Daule en donde funcione la Empresa; materia prima para la elaboración de repuestos de caucho, etiquetas, recursos humanos y económicos.
2. Equipos Técnicos.- Necesitaremos equipos de oficina, de computación, muebles, molino de Rodillo con sus respectivos sistemas eléctricos, torno, paralelo de bankada y una Fresadora. Para el funcionamiento de nuestra empresa en el mercado tenemos que buscar innovación en la maquinaria que tenga un alto nivel tecnológico que nos ahorre tiempo y dinero.

3. Recurso humano.- Para comenzar se necesitara un mínimo de 13 empleados: 1 Presidente (Gerente General); 1 Gerente Financiero y Administrativo; 1 Gerente de Ventas; 1 Ingeniero Químico; 1 Bodeguero; 1 Jefe de Cobranza; 1 Asistente Contable y facturación; 1 Chofer, 1 Guardia; 1 Matricero; 1 obrera y 2 Vendedores

4. Materias primas.- Necesitaremos las siguientes materias primas para la elaboración de nuestro producto se necesitan los siguientes químicos: Caucho natural 4KILOS; Caucho Sintético 2KILOS; Caucho Nitrilico 2 kilos; Carbonato de calcio 2 kilos; Cilica1 kilo; Parafina 1 kilo; TMTD 500gramos; TMQ 500 gramos.

3.5 DIAGRAMA DEL SERVICIO U OPERACIÓN



3.6 RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

La responsabilidad social es una obligación moral y ética que se debe tener con el personal humano que labora en la empresa y con la comunidad vulnerable de nuestra ciudad. Dentro de lo establecido en la empresa se desarrollaran actividades que ayuden a fomentar una cultura de capacitación permanente, de esta forma se apoyara al personal para que tengan un crecimiento profesional que les sirva tanto dentro como fuera de la Empresa. Adicionalmente la empresa colaborara con un sector de la comunidad ubicada en lugares periféricos de la ciudad y que se encuentran relativamente cerca de nuestra empresa. Se definirá un porcentaje (1%) de la utilidad anual que obtenga la empresa para destinarla a revisiones médicas de familiares de empleados empresa, es importante mencionar que se consideraran solo a Esposas, hijos y de ser el caso se puede extender hasta los padres. Así mismo se realizara un plan de ayuda que la cual se involucrara a los directivos de la empresa y de ser factible a sus proveedores que consistirá en recolección de ropa en óptimas condiciones para donarla a fundaciones sin fines de lucro.

Cronograma de Actividades – Responsabilidad Social

FECHAS	ACTIVIDADES
Abril de 2013	Atención médica a familiares de empleados.
Octubre de 2013	Recolección de ropa para ser donada a fundaciones
Noviembre de 2013	Entrega de ropa a Fundaciones

Medio Ambiente

La empresa cumplirá con los estándares de protección y cuidado con el medio ambiente, antes de iniciar la producción se realizaran los controles necesarios y correctivos de ser el caso para evitar daños al medio ambiente y contar con toda tipo de seguridad industrial por el bienestar de sus trabajadores.

CAPITULO IV

4.1 DETERMINACION DE RECURSOS

Para la determinación del Recurso NK RUBBER debió realizar un esquema aplicable para nuestro guardapolvo, tomando en cuenta los puntos principales para lograrlo de mejor manera.

➤ Determinación de la Factibilidad

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo.
- Técnico.
- Económico.

El éxito de nuestro proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.

Estudio de Factibilidad: Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello NK RUBBER trata de tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

➤ Objetivos de un Estudio de Factibilidad.

- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.

4.2 LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA – DIBUJO

La fabrica se encontrará situado en Lotización Industrial Inmaconsa mz. 35
Solar: 15 a la altura de la vía Daule.



4.3 INVERSION INICIAL

INVERSIONES DEL PROYECTO

1. ACTIVOS FIJOS	
Descripción	Valor
Maquinarias	\$ 35.000,00
Muebles de oficina	\$ 1.495,00
Vehículo (camioneta)	\$ 25.000,00
Equipo de oficina	\$ 3.150,00
Equipo de computación	\$ 4.240,00
Total Activos Fijos	\$68.885,00

2. CAPITAL DE TRABAJO	
Descripción	Valor
Capital Trabajo	\$22.740,00
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00
Total Capital de Trabajo	\$23.740,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 92.625,00

CREDITO BANCARIO

PRESTAMO BANCARIO				
Institución/Persona	Monto	Tasa	Plazo	
Banco del Pacifico	\$ 18.525,00	11,23%	2 años	
Capital	-18525,00			
Tasa	11,23%			
Tiempo	24	meses		
Periodo	Interés	Capital	Dividendos	Saldo
0				\$18.525,00
1	\$ 173,41	\$ 692,00	\$ 865,42	\$ 17.833,00
2	\$ 166,93	\$ 698,48	\$ 865,42	\$ 17.134,51
3	\$ 160,40	\$ 705,02	\$ 865,42	\$ 16.429,49
4	\$ 153,80	\$ 711,62	\$ 865,42	\$ 15.717,87
5	\$ 147,13	\$ 718,28	\$ 865,42	\$ 14.999,59
6	\$ 140,41	\$ 725,01	\$ 865,42	\$ 14.274,58
7	\$ 133,62	\$ 731,79	\$ 865,42	\$ 13.542,79
8	\$ 126,77	\$ 738,64	\$ 865,42	\$ 12.804,15
9	\$ 119,86	\$ 745,56	\$ 865,42	\$ 12.058,59
10	\$ 112,88	\$ 752,54	\$ 865,42	\$ 11.306,05
11	\$ 105,84	\$ 759,58	\$ 865,42	\$ 10.546,47
12	\$ 98,73	\$ 766,69	\$ 865,42	\$ 9.779,78
13	\$ 91,55	\$ 773,87	\$ 865,42	\$ 9.005,91
14	\$ 84,30	\$ 781,11	\$ 865,42	\$ 8.224,80
15	\$ 76,99	\$ 788,42	\$ 865,42	\$ 7.436,37
16	\$ 69,61	\$ 795,81	\$ 865,42	\$ 6.640,57
17	\$ 62,16	\$ 803,25	\$ 865,42	\$ 5.837,31
18	\$ 54,64	\$ 810,77	\$ 865,42	\$ 5.026,54
19	\$ 47,05	\$ 818,36	\$ 865,42	\$ 4.208,17
20	\$ 39,39	\$ 826,02	\$ 865,42	\$ 3.382,15
21	\$ 31,66	\$ 833,76	\$ 865,42	\$ 2.548,39
22	\$ 23,86	\$ 841,56	\$ 865,42	\$ 1.706,83
23	\$ 15,98	\$ 849,44	\$ 865,42	\$ 857,39
24	\$ 8,03	\$ 857,39	\$ 865,42	\$ 0,00
Total Capital	\$ 18.525,00			
Intereses	\$ 2.245,01			
Total	\$ 20.770,01			

4.4 ESTADO FINANCIERO – BALANCE GENERAL

**NK RUBBER
BALANCE INICIAL
AL 01 DE ENERO DEL 2010**

Activo			Pasivo	
<u>Activo Corriente</u>			<u>Pasivo a Corto Plazo</u>	
Banco(Capital de Trabajo)	\$ 21.740,00			
Inventario (suministros de Oficina)	\$ 300,00		Préstamos Bancarios	\$18.525,00
<u>Activo Fijo</u>			<u>Patrimonio</u>	
Muebles de Oficina	\$ 1.495,00		Capital	\$74.100,00
Equipo de Oficina	\$ 3.150,00			
Equipo de Computación	\$ 4.240,00			
Vehículo	\$ 25.000,00			
Maquinaria	\$ 35.000,00			
<u>Otros Activos</u>				
Otros activos	\$ 1.700,00			
<u>TOTAL ACTIVO</u>	<u>\$ 92.625,00</u>		<u>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</u>	<u>\$92.625,00</u>

BALANCE GENERAL FINAL

**NK RUBERR
BALANCE FINAL
Al 31 de Diciembre 2013**

Activo		Pasivo	
<u>Activo Corriente</u>		<u>Pasivo a Corto Plazo</u>	
Banco	\$47.159,72	Préstamos Bancarios	\$ 9.779,78
Inventario Producto Terminado	\$ 4.199,25	Ctas por pagar 15%	\$ 4.964,63
Ctas. x Cobrar	\$ 5.712,00	Impuestos por pagar 25%	\$ 7.033,22
Total Activo Corriente	\$ 57.070,98	Total Pasivo Corriente	\$21.777,62
<u>Activo Fijo</u>		<u>Patrimonio</u>	
Muebles de Oficina	\$ 1.495,00	Capital	\$74.100,00
Equipo de Oficina	\$ 3.150,00	Utilidad Del Ejercicio	\$21.099,66
Equipo de Computación	\$ 4.240,00		
Vehículo	\$ 25.000,00	Total Patrimonio	\$95.199,66
Maquinaria	\$ 35.000,00		
Deprec. Muebles Oficina	\$ (149,50)		
Deprec. Equipos Oficina	\$ (630,00)		
Deprec. Equipos Computación	\$ (1.399,20)		
Deprec. Vehículos	\$ (5.000,00)		
Deprec. Maquinaria	\$ (3.500,00)		
Total Activo Fijo	\$ 58.206,30		
<u>Otros Activos</u>			
Gastos de Constitución	\$ 1.700,00		
<u>TOTAL ACTIVO</u>	<u>\$116.977,28</u>	<u>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</u>	<u>\$116.977,28</u>

4.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS – P&G

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO - 5 AÑOS						
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	\$ 248.760,00	\$ 303.471,00	\$ 360.032,40	\$ 418.578,14	\$ 479.250,94	\$ 1.810.092,48
(Costos de Venta)	\$ 130.176,90	\$ 164.904,73	\$ 212.436,10	\$ 267.824,69	\$ 332.166,64	\$ 1.107.509,06
Utilidad Bruta	\$ 118.583,10	\$ 138.566,27	\$ 147.596,30	\$ 150.753,45	\$ 147.084,30	\$ 702.583,42
Gastos Administrativos	\$ 65.967,11	\$ 78.393,69	\$ 81.878,46	\$ 85.535,48	\$ 89.373,37	\$ 401.148,11
Gastos Generales	\$ 5.200,00	\$ 5.145,00	\$ 5.402,24	\$ 5.672,36	\$ 5.955,99	\$ 27.375,59
Utilidad Operativa	\$ 47.415,99	\$ 55.027,58	\$ 60.315,60	\$ 59.545,61	\$ 51.754,94	\$ 274.059,72
(Depreciación)	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 53.393,50
(Gastos Pre-operativos y Consti.)	\$ 2.000,00					
(Gastos Financieros + Amort. Cap)	\$ 1.639,79	\$ 605,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.245,01
Utilidad antes de Impuestos	\$ 33.097,50	\$ 43.743,65	\$ 49.636,90	\$ 48.866,91	\$ 41.076,24	\$ 218.421,20
(Participación de Empleados 15%)	\$ 4.964,63	\$ 6.561,55	\$ 7.445,54	\$ 7.330,04	\$ 6.161,44	\$ 32.463,18
(Impuesto a la Renta 25%)	\$ 7.033,22	\$ 9.295,52	\$ 10.547,84	\$ 10.384,22	\$ 8.728,69	\$ 45.989,50
UTILIDAD NETA	\$ 21.099,66	\$ 27.886,57	\$ 31.643,52	\$ 31.152,66	\$ 26.186,11	\$ 139.968,53

4.6 RAZONES FINANCIERAS

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	(\$92.625,00)	\$29.101,33	\$ 38.737,14	\$ 42.324,79	\$41.644,67	\$36.466,51
<i>Flujo Acumulado</i>		\$ 29.101,33	\$ 67.838,47	\$ 110.163,26	\$151.807,92	\$188.274,43

Recuperación de Inversión

Payback (Recuperación de la Inversión)	(Menor al plazo)		
Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$ 92.625,00	\$ 67.838,47	\$ 24.786,53
Flujo Mensual Promedio Año Siguiente	\$ 42.324,79	12	\$ 3.527,07
Número de Meses	\$ 24.786,53	\$ 3.527,07	7

Payback

2

Año (s)

7

Mes(es)

Tasa de Rendimiento Promedio	
Sumatoria de Flujos	\$ 188.274,43
Años	5
Inversión Inicial	\$ 92.625,00
TRP	40.65%

INDICES FINANCIEROS

Índices de Eficiencia		
Capital Neto de Trabajo		\$ 35.292,96
Índice de Liquidez corriente		\$ 2,62
Prueba Ácida		\$ 2,43
Liquidez Inmediata		\$ 1,92
Índices de Eficiencia		
Rotación del Activo Total		2
Rotación C X C		12
Rotación de Inventarios (veces)		31
Rotación Cuentas por Pagar		2
ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO		
Índice de Liquidez		0,19
Índice de Endeudamiento a CP		0,19
Índice de Endeudamiento a LP		N/A
ÍNDICES DE RENTABILIDAD		
Rentabilidad sobre Ventas		8%
Rentabilidad sobre Activos (ROA)		18%
Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)		18%
Utilidad por Acción		211%
TIR, VAN		
TIR		71%
VAN		\$100.419,58

Punto de Equilibrio	Anual	Mensual
Punto de Equilibrio en unidades	47.802,26	3.983,52
Punto de Equilibrio en monetario	\$132.890,27	\$ 11.074,19

4.8 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO – 5 AÑOS

AÑO	0	1	2	3	4	5	
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
INGRESOS		\$ 248.760,00	\$ 303.471,00	\$ 360.032,40	\$ 418.578,14	\$ 479.250,94	\$ 1.810.092,48
Precio Unitario (30% Producción)		3,00	3,15	3,31	3,47	3,65	
Precio Distribuidores (70% Producción)		2,55	2,68	2,81	2,95	3,10	
Unidades Vendidas		93.000,00	112.200,00	131.400,00	150.600,00	169.800,00	
(Costos)		\$ 134.376,15	\$ 169.313,95	\$ 217.286,24	\$ 273.159,84	\$ 338.035,31	\$ 1.132.171,49
Costo Unitario		\$ 1,40	\$ 1,47	\$ 1,62	\$ 1,78	\$ 1,96	
Utilidad Operativa		\$ 114.383,85	\$ 134.157,05	\$ 142.746,16	\$ 145.418,30	\$ 141.215,63	\$ 677.920,99
GASTOS		\$ 74.806,90	\$ 79.465,11	\$ 82.426,54	\$ 86.165,53	\$ 90.085,47	\$ 412.949,56
Gastos Administrativos		\$ 46.688,38	\$ 49.022,79	\$ 51.473,93	\$ 54.047,63	\$ 56.750,01	
IESS 11,15%		\$ 5.742,74	\$ 6.029,83	\$ 6.331,32	\$ 6.647,89	\$ 6.980,28	
Décimo Tercero		\$ 4.292,00	\$ 4.496,26	\$ 4.710,74	\$ 4.935,93	\$ 5.172,39	
Décimo Cuarto		\$ 2.044,00	\$ 2.146,20	\$ 2.253,51	\$ 2.366,19	\$ 2.484,50	
Fondos de Reserva		\$ -	\$ 4.504,80	\$ 4.730,04	\$ 4.966,54	\$ 5.214,87	
Viáticos y movilización vendedores		\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	
Gastos de Suministros		\$ 1.300,00	\$ 1.365,00	\$ 1.433,25	\$ 1.504,91	\$ 1.580,16	
Gastos de Publicidad		\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26	
Gastos Generales		\$ 2.400,00	\$ 2.520,00	\$ 2.640,00	\$ 2.760,00	\$ 2.880,00	
Gastos Financieros		\$ 1.639,79	\$ 605,23				
Gastos pre-operativos y Constitución		\$ 2.000,00					
FLUJO NETO ANTES DE IMPUESTOS		\$ 39.576,95	\$ 54.691,93	\$ 60.319,62	\$ 59.252,77	\$ 51.130,16	\$ 264.971,43
(-) DEPRECIACIONES		\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 28.898,25	\$ 44.013,23	\$ 49.640,92	\$ 48.574,07	\$ 40.451,46	\$ 254.292,73
Participación Empleados 15%		\$ 4.334,74	\$ 6.601,99	\$ 7.446,14	\$ 7.286,11	\$ 6.067,72	\$ 38.143,91
IMPUESTO 25%		\$ 6.140,88	\$ 9.352,81	\$ 10.548,70	\$ 10.321,99	\$ 8.595,94	\$ 54.037,21
UTILIDAD NETA		\$ 18.422,63	\$ 28.058,44	\$ 31.646,09	\$ 30.965,97	\$ 25.787,81	\$ 134.880,93
(+) Depreciaciones		\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70	\$ 10.678,70
INVERSIÓN INICIAL	\$ 92.625,00						
FLUJO NETO DE CAJA		\$ 29.101,33	\$ 38.737,14	\$ 42.324,79	\$ 41.644,67	\$ 36.466,51	\$ 188.274,43
FLUJO ACUMULADO DE CAJA	\$ (92.625,00)	\$ 29.101,33	\$ 67.838,47	\$ 110.163,26	\$ 151.807,92	\$ 188.274,43	

FLUJO DE CAJA ANUAL

FLUJO DE CAJA ANUAL														
INGRESOS		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Aporte Propio	\$ 74.100,00													
Prestamo	\$ 18.525,00													
Ingreso por ventas														
Ventas 60% contado		\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 180.216,00
Ventas 40% crédito		\$ -	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 62.832,00
Total Ingresos	\$ 92.625,00	\$ 15.018,00	\$ 20.730,00	\$ 243.048,00										
EGRESOS														
Compras de Activos Iniciales	\$ 68.885,00													
Gastos pre operativos y de constitución	\$ 2.000,00													
Egresos por costos producción		\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 11.198,01	\$ 134.376,15
Gastos Administrativos		\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 3.890,70	\$ 46.688,38
ESS 11,15%		\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 478,56	\$ 5.742,74
Decimo tercero		\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,67	\$ 357,63	\$ 4.292,00
Decimo cuarto		\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,33	\$ 170,37	\$ 2.044,00
Viatcos y movilizacion Vendedores		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Gastos de Suministros		\$ 383,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 83,37	\$ 1.300,00
Gastos de publicidad		\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Gastos generales		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Gastos financieros		\$ 173,41	\$ 166,93	\$ 160,40	\$ 153,80	\$ 147,13	\$ 140,41	\$ 133,62	\$ 126,77	\$ 119,86	\$ 112,88	\$ 105,84	\$ 98,73	\$ 1.639,79
Gasto Pre-operativos y Constitución		\$ 1.700,00												
Amortizacion Capital		\$ 692,00	\$ 698,48	\$ 705,02	\$ 711,62	\$ 718,28	\$ 725,01	\$ 731,79	\$ 738,64	\$ 745,56	\$ 752,54	\$ 759,58	\$ 766,69	\$ 8.745,22
TOTAL EGRESOS	\$ 70.885,00	\$ 19.969,02	\$ 17.969,02	\$ 17.969,08	\$ 217.628,28									
		\$ 21.740,00	\$ (4.951,02)	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,98	\$ 2.760,92	\$ 47.169,72
SALDO EN BANCO		\$ 21.740,00	\$ 16.788,98	\$ 19.549,96	\$ 22.310,95	\$ 25.071,93	\$ 27.832,91	\$ 30.593,89	\$ 33.354,87	\$ 36.115,86	\$ 38.876,84	\$ 41.637,82	\$ 44.398,80	
SALDO ACUMULADO		\$ 16.788,98	\$ 19.549,96	\$ 22.310,95	\$ 25.071,93	\$ 27.832,91	\$ 30.593,89	\$ 33.354,87	\$ 36.115,86	\$ 38.876,84	\$ 41.637,82	\$ 44.398,80	\$ 47.169,72	\$ 47.169,72

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

- Negocio viable y rentable para los inversionistas, sus índices financieros así lo demuestran.
- La conformación de este negocio busca como fin empresarial estructurar y afianzar una compañía a nivel nacional que se consolide en el mercado ecuatoriano, generando empleo y estabilidad financiera para seguridad de los inversionistas y de su personal.
- Aumentar la producción y crecimiento laboral según el volumen de ventas, aunque una empresa pequeña no conlleve al principio tantos aspectos legales para su constitución como las grandes empresas, es necesario que cumpla con todos los pasos reglamentarios que dispone la ley.
- Una empresa debe tener un diseño de administración que la permita funcionar de manera adecuada, orientada siempre al cumplimiento de sus objetivos.
- Llevar una contabilidad basada en principios y normas establecidas por los Organismos de Ley, fundamental en el desarrollo de una empresa, pues de ella dependerá que los recursos económicos sean manejados de manera adecuada.
- NKRUBBER es un negocio ecuatoriano cuyo principal objetivo será impulsar tecnología de punta que pueda competir ante los Proveedores de mercados internacionales, afianzando su producto en el mercado nacional.
- Que nuestros clientes se sientan satisfechos con la calidad del producto, fabricados por mano de obra ecuatoriana, de esta manera contribuiremos con generación de nuevas plazas de empleo y con el desarrollo del país.

5.2 RECOMENDACIONES

- La marca Chevrolet se mantiene como líder en ventas de vehículos en el mercado en los últimos años, por tanto se recomienda incluir línea de productos a sus otros modelos de vehículos como son vehículos pesados y todo terreno y lograr posicionarse en el mercado en esta línea de guardapolvos de caucho.
- En un futuro mediano realizar un análisis de la industria para ampliar la gama de productos a las demás marcas que se encuentran en el mercado y así abarcar todo el parque automotriz del Ecuador.
- Mantener un control adecuado sobre la calidad de materia prima, realizando revisiones seguidas, tanto en la recepción por parte de los proveedores como en la fabricación y producción de productos.
- Las medidas arancelarias que impone el Gobierno pueden afectar los precios en la adquisición de materia prima que pese a ser adquirida en el mercado local, afecta de manera indirecta sobre el consumidor final, por tanto se recomienda mantener inventario en stock, basados en estadísticas de ventas anuales.
- Realizar actualizaciones constantes a maquinaria y capacitación al personal para mantener siempre una calidad de primera en fabricación del producto.

ANEXOS

COSTOS

COSTO DE PRODUCCION							
PRODUCTOS	REFERENCIA	PROVEEDOR	\$ x KILO	\$ x gramo	peso	gr.	COSTO
NATURAL		IMCAVIT S.A.	\$ 7,00	\$ 0,00700	3000	gr.	\$ 21,00
SINTÉTICO 1502		RESIQUIM S.A.	\$ 5,60	\$ 0,00560	1300	gr.	\$ 7,28
CAUCHO NITRILICO 35(BRASIL)		RESIQUIM S.A.	\$ 6,25	\$ 0,00625	300	gr.	\$ 1,88
TR TERMPLASTICO		PLASTICAUCHO	\$ 3,25	\$ 0,00325	400	gr.	\$ 1,30
CAOLÍNE		CALMASACORP	\$ 1,00	\$ 0,00100	2500	gr.	\$ 2,50
SILICA AMORFA (20) V.S.	ZEOSIL	RESIQUIM S.A.	\$ 4,10	\$ 0,00410	1050	gr.	\$ 4,31
OXIDO DE ZINC USP		RESIQUIM S.A.	\$ 4,70	\$ 0,00470	260	gr.	\$ 1,22
AZUFRE PURO S-500	AZUFRE	RESIQUIM S.A.	\$ 2,25	\$ 0,00225	220	gr.	\$ 0,50
Ácido Estárico		SUPERQUIMIC	\$ 3,75	\$ 0,00375	100	gr.	\$ 0,38
MERCAPTO NAUGEX	ACELERANTES	SUPERQUIMIC	\$ 9,25	\$ 0,00925	130	gr.	\$ 1,20
VULKACIT THIURAM	ACELERANTES	SUPERQUIMIC	\$ 6,50	\$ 0,00650	100	gr.	\$ 0,65
NAUGARD Q DROP	ANTIOXIDANTE	RESIQUIM S.A.	\$ 5,80	\$ 0,00580	120	gr.	\$ 0,70
PARAFINA		RESIQUIM S.A.	\$ 1,50	\$ 0,00150	280	gr.	\$ 0,42
Negro Humo Printex		RESIQUIM S.A.	\$ 6,00	\$ 0,00600	330	gr.	\$ 1,98
CAUCHO RECUPERADO			\$ 3,25	\$ 0,00325	330	gr.	\$ 1,07
STRUKOL			\$ 6,00	\$ 0,00600	330	gr.	\$ 1,98
ASFALTO			\$ 3,00	\$ 0,00300	250	gr.	\$ 0,75
SUB TOTAL					11000		
							\$ 49,10 11 KILOS
unidades producidas mensual		8.000					\$ 49,10 11 kilos
unidades producidas anual		96.000					\$ 4,46 C.POR KILO
							\$ 0,0045 C.POR GRAMO
MUESTRA DE COSTO UNITARIO EN DIFERENTES MARCAS DE VEHICULOS							
Molde	Cauchos Producidos	C.Molde Peso Gramo	Total Gramos	costo mp	Total Kilos		
SPARK	1	220	220	0,0045	0,98		
AVEO	1	210	210	0,0045	0,94		
CORSA	1	230	230	0,0045	1,03		
CHEVI TAXI	1	190	190	0,0045	0,85		
SUMA	4	850	850	0,0045	3,79		
mediana de 4 moldes							
unidades producidas por maquina (300)							
TIEMPO	4 MAQUINAS	COSTO	C.TOTAL				
DIARIO	200	\$ 0,95	\$ 189,72				
MENSUAL	4000	\$ 0,95	\$ 3.794,32	mensual Materia Prima			
ANUAL	48000	\$ 0,95	\$ 45.531,87				
COSTO PROMEDIO MATERIA PRIMA		<u>0,95</u>					

COSTOS PRODUCCIÓN

Los Suministros de Servicios Básicos

	<u>mensual</u>
energía eléctrica	\$ 500,00
agua potable	\$ 120,00
	\$ 620,00

<u>Gastos de Empaque</u>	<u>mensual</u>	Unid
fundas 100 kilos	\$ 480,00	\$ 0,02
Etiquetas	\$ 240,00	\$ 0,01
	\$ 720,00	

Gastos Indirectos

<u>Conceptos</u>	<u>mensual</u>
Alquiler instalaciones	\$ 650,00
Mantenimiento Maquinaria y Vehículos	\$ 300,00
Transporte de materiales	\$ 200,00
	\$ 1.150,00

Mano de Obra Directa

<u>Cargos</u>	<u>Sueldo mensual</u>	<u>No. Personas</u>
Obreros	\$ 1.280,00	4
Molinero	\$ 320,00	1
Obrero (Producto Terminados)	\$ 320,00	1
Jefe de Planta/ Ing. Industrial	\$ 900,00	1
Ing. Químico	\$ 800,00	1
Empaquetador	\$ 320,00	1
Decimo Tercer sueldo	\$ 328,33	9
Decimo Cuarto Sueldo	\$ 219,00	9
less (11,15%)	\$ 766,70	9
less (9,35% empleados)	\$ (340,34)	
	\$ 4.913,69	
TOTAL COSTO MENSUAL	\$ 11.198,01	
COSTO DE PRODUCCION	\$ 1,40	

ANEXO COSTOS PRODUCCIÓN - UNIDADES

COSTOS EN BASE A LAS UNIDADES PRODUCIDAS									
Años	cauchos diarios	# prensas	total producción diarios	por los cinco días de semana	total producción semanal	cuatro semanas -mes	Total producción mensual	doce meses del año	Producción anual
2013	100	4	400	5	2000	4	8000	12	96000
2014	120	4	480	5	2400	4	9600	12	115200
2015	140	4	560	5	2800	4	11200	12	134400
2016	160	4	640	5	3200	4	12800	12	153600
2017	180	4	720	5	3600	4	14400	12	172800

Años	2013	2014	2015	2016	2017
Costo Unitario	1,40	1,47	1,62	1,78	1,96
Unidades Producidas	96.000,00	115.200,00	134.400,00	153.600,00	172.800,00
Costo de Producción	\$ 134.376,15	\$ 169.313,95	\$ 217.286,24	\$ 273.159,84	\$ 338.035,31
Aumento de costo unitario anual 0.05%					
Unidades Vendidas	93.000,00	112.200,00	131.400,00	150.600,00	169.800,00
Costo	\$ 130.176,90	\$ 164.904,73	\$ 212.436,10	\$ 267.824,69	\$ 332.166,64

ANEXO COSTOS VENTAS - UNIDADES

COSTOS DE VENTAS						Unidades sin vender		3.000,00 cada año							
Años	2013	2014	2015	2016	2017										
P.V.P	\$ 3,00	\$ 3,15	\$ 3,31	\$ 3,47	\$ 3,65										
P.V.D	\$ 2,55	\$ 2,68	\$ 2,81	\$ 2,95	\$ 3,10										
Unidades Producidas	96000	115200	134400	153600	172800	%	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017				
Ventas Precio \$3,00	\$ 77.400,00	\$ 97.839,00	\$ 120.128,40	\$ 144.402,14	\$ 170.802,94	70	67.200	80.640	94.080	107.520	120.960				
Venta Precio Distribuidores \$2,55	\$ 171.360,00	\$ 205.632,00	\$ 239.904,00	\$ 274.176,00	\$ 308.448,00	30	28.800	34.560	40.320	46.080	51.840				
Total Ventas	\$ 248.760,00	\$ 303.471,00	\$ 360.032,40	\$ 418.578,14	\$ 479.250,94		96.000	115.200	134.400	153.600	172.800				
Mensual						(-)	3000	3500	4000	4500	5000				
							25.800	31.060	36.320	41.580	46.840				
Aumento anual de P.V.P del 5%															
Se estima que el 70% de la producción sea vendida a los Distribuidores a los cuales se les dará el 15% de descuento del PVP \$3,00 - 0,45 = \$2,55															
Condiciones de Venta		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL	Enero
Contado	60%	Contado	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 15.018,00	\$ 180.216,00	\$ 15.018,00
Crédito	40%	Crédito		\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 5.712,00	\$ 62.832,00	\$ 5.712,00
			\$ 15.018,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 20.730,00	\$ 243.048,00	\$ 20.730,00

DEPRECIACIONES

ACTIVO	COSTO	AÑOS	DEPREC.ANUAL
Maquinarias	\$ 35.000,00	10	\$ 3.500,00
Muebles de oficina	\$ 1.495,00	10	\$ 149,50
Vehículo (camioneta)	\$ 25.000,00	5	\$ 5.000,00
Equipo de oficina	\$ 3.150,00	5	\$ 630,00
Equipo de computación	\$ 4.240,00	3	\$ 1.399,20
Total depreciaciones			\$ 10.678,70

Anexo cuadro de financiamiento NK Rubber

Monto de Inversión	\$ 92.625,00	100,00%
---------------------------	---------------------	----------------

Financiamiento	Préstamo	\$ 18.525,00	20,00%
-----------------------	----------	--------------	--------

Nombre/Accionista	Tipo de Aporte	Monto	Proporción
	Efectivo	\$ 74.100,00	80,00%

ACCIONISTA		
1 (49,00%)	EFFECTIVO	\$ 36.309,00
2 (51,00%)	EFFECTIVO	\$ 37.791,00
	TOTAL	\$ 74.100,00

BIBLIOGRAFIA

AEADE. (2011). *www.aeade.NET*. Recuperado el 29 de Agosto de 2012

AEADE. (ENERO de 2012). *WWW.AEADE.NET*. Recuperado el 20 de AGOSTO de 2012

Autores, L. (26 de 08 de 2012).

Autores, L. (26 de Agosto de 2012).

Banco Central del Ecuador. (01 de Agosto de 2012). *www.bce.gob.ec*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012

Diario El Universo. (30 de 05 de 2011). La legalización de taxis ejecutivos quedó en ofertas tras vencer plazo. *Comunidad* .

Pacifico, B. d. (Diciembre de 2011). Recuperado el 26 de agosto de 2012

Patio de autos. (25 de Enero de 2012). *www.patiodeautos.com*. Recuperado el 21 de Agosto de 2012

WEB, S. (s.f.). Recuperado el 27 de 08 de 2012, de GOOGLE.