

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y PRÁCTICA DE
EMPRENDIMIENTO PARA CONTADORES

PROYECTO DE NEGOCIO:
INSTALACIÓN DE FACTORÍA HAPPY CAR E.I.R.L.

PROFESOR:
VÁSQUEZ GONZALES, VÍCTOR

PRESENTADO POR:
ALVA VILLEGAS, SAMIR

CURSO:
FINANZAS BÁSICAS
(IV SEMESTRE)

LIMA – PERÚ

2010

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1. NOMBRE DEL PROYECTO

1.2. ACTIVIDAD O GIRO

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

CAPITULO II

ESTUDIO DEL MERCADO

2.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO A SER ESTUDIADO EN EL MERCADO

2.2 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SERVICIO EN ESTUDIO

2.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

2.4 ESTUDIO DE LA DEMANDA POTENCIAL

2.4.1. Análisis Del Comportamiento Histórico De La Demanda

2.4.2. Proyección De La Demanda Potencial Del Mercado

2.5 ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.5.1 Localización De Las Empresas Que También Prestan El Servicio

2.5.2 Análisis De La Oferta Actual En El Mercado

2.6 BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA ACTUAL

2.7 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DEL MERCAD

2.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL MERCADO

2.8.1 Canales Actuales De Comercialización Usados Actualmente

2.8.2 Estrategia De Posicionamiento

2.8.3 Políticas De Comercialización Propuestas Para El Proyecto

2.8.4 Canal De Comercialización

2.8.5 Modalidad De Venta

2.8.6 Fuerza De Venta

2.8.7 Precio Por Los Servicios

CAPITULO III

ESTUDIO DE TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

1.1 TAMAÑO DE LA PLANTA

1.2 TAMAÑO DE INVERSIÓN

1.3 FINANCIAMIENTO

1.4 RELACIÓN TAMAÑO Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

1.5 LOCALIZACIÓN (MICRO LOCALIZACIÓN)

1.5.1 Definición

1.5.2 Alternativas De Localización

1.5.3 Factores Condicionantes De La Micro Localización

- 1.5.4 Ponderación De Factores
- 1.5.5 Análisis De Los Factores Por Cada Alternativa
- 1.5.6 Tabla De Puntajes Para Los Factores
- 1.5.7 Cuadro De Puntajes Ponderados Simples De Los Factores
- 1.5.8 Elección De La Mejor Alternativa

CAPITULO IV

INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO

- 4.2.1 Publicidad Promocional
- 4.2.2 Recepción De Clientes
- 4.2.3 Atención
- 4.2.4 Facturación Y Cobro
- 4.2.5 Despedida

4.3 REQUERIMIENTOS DEL SERVICIO

- 4.3.1 Listado De Las Maquinas Y Equipos Del Taller
- 4.3.2 Listado De Las Herramientas En General De Taller
- 4.3.3 Listado De Los Muebles, Enseres Y Equipos Administrativos
- 4.3.4 Acondicionamiento De La Infraestructura
- 4.3.5 Requerimiento De Mano De Obra

4.4 PROGRAMA DE VENTAS DEL SERVICIO EN EL HORIZONTE DE PLANEAMIENTO

4.5 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

CAPITULO V

ORGANIZACIÓN

5.1 MODALIDAD DE CONSTITUCIÓN

- 5.1.1 Determinación De La Modalidad De Empresa
- 5.1.2 Proforma De La Minuta

5.2 MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- 5.2.1 Organigrama De La Empresa
- 5.2.2 Manual De Funciones

5.3 TRAMITES DE CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL

CAPITULO VI

INVERSIÓN

6.1 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

- 6.1.1 Inversión Fija
- 6.1.2 Capital De Trabajo

CAPITULO VII

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

7.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

7.1.1 Precios De Venta

7.1.2 Ingresos Por Ventas

7.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

7.2.1 Costos Directos

7.2.2 Costos Indirectos

7.2.3 Gasto De Venta

7.2.4 Gastos Generales De Administración

7.2.5 Gastos Financieros

CAPITULO VIII

ESTADOS FINANCIEROS

8.1 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

CAPITULO IX

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

9.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

9.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

9.3 CONCILIACIÓN ENTRE EL VANE Y EL VANF

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene por objeto plasmar los conocimientos que he obtenido a lo largo de este semestre, el proyecto persigue ser realista, viable y operable dentro del marco de posibilidades que ofrece el contexto social, político, institucional y humano.

El proyecto busca generar una rentabilidad que se conseguirá gracias a la prestación de servicios de planchado, pintado y mecánica en general.

El requisito del servicio mecánico se ha ido incrementando en los últimos años gracias al abaratamiento de los vehículos y la liberación de mercados.

Analizando esta situación, llegué a la conclusión que la necesidad por mantener y/o reparar vehículos se está incrementando, por lo tanto, opte por realizar el estudio en el distrito de San Juan de Lurigancho, por ser este un distrito nuevo en vías de desarrollo y crecimiento comercial; brindando de esta manera oportunidad en el mercado objetivo.

Luego de investigar las posibilidades para ingresar en el mercado de San Juan de Lurigancho prestando los servicios mecánicos, opte por ampliar y profundizar el estudio de mercado para obtener datos e informaciones más concretas.

La estructura del proyecto está dividida en 9 capítulos, en cada uno de ellos se interpretara las investigaciones realizadas con las diferentes actividades con el objetivo de plasmar información veraz, que permita modelar el funcionamiento de la empresa a fin de lograr una rentabilidad esperada.

CAPITULO I

ANTECEDENTES GENERALES

1.1 NOMBRE DEL PROYECTO

Instalación de la Factoría “Happy Car” E.I.R.L.

1.2 ACTIVIDAD O GIRO

Servicio de planchado, pintura y mecánica en general.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Lograr una utilidad para la Factoría “Happy Car” E.I.R.L.
- Contribuir a la competencia para mejorar el servicio al cliente.
- Contribuir a la generación de empleo en el sector de servicio mecánico.
- Conseguir que la empresa mantenga un ritmo de crecimiento.

1.3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

a) Objetivos del estudio de mercado

- ✓ Estimar la demanda potencial para la Factoría “Happy Car” E.I.R.L. en el mercado objetivo a lo largo del horizonte de planeamiento.
- ✓ Analizar la oferta del sector servicio en el mercado objetivo.
- ✓ Identificar los precios del sector servicios en el mercado objetivo.
- ✓ Estimar la comercialización del servicio en el mercado objetivo.
- ✓ Delinear las políticas de precios y comercialización para la Factoría.

b) Objetivos del estudio de Tamaño

- ✓ Definir el tamaño que adoptara el proyecto.
- ✓ Establecer las relaciones tamaño-mercado del proyecto.

c) Objetivos del estudio de la ingeniería del proyecto

- ✓ Determinar el proceso de generación del servicio.
- ✓ Identificar y determinar los requerimientos para llevar a cabo el proceso de generación del servicio.
- ✓ Desarrollar el programa de implementación física del proyecto.

d) Objetivos del estudio de la localización

- ✓ Determinar la localización óptima para la instalación de la Factoría.

e) Objetivos del estudio de la inversión

- ✓ Establecer cuál será el monto necesario para la instalación de la empresa.

f) Objetivos del estudio de presupuesto

- ✓ Establecer las metas de ingreso que lograra el proyecto.
- ✓ Determinar la cuantía de costos y gastos que requerirá el proyecto anualmente.

CAPITULO II

ESTUDIO DEL MERCADO

2.6 DEFINICIÓN DEL SERVICIO A SER ESTUDIADO EN EL MERCADO

LAS factorías se dedican principalmente a prestar servicios de mantenimiento y reparación de motores y elementos complementarios en general de autos, camionetas rurales, combis, camiones, buses, etc. Como actividad secundaria se dedican a prestar servicios de planchado y pintura. Además como actividad complementaria, a la reparación y mantenimiento de frenos.

2.7 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SERVICIO EN ESTUDIO

- Las Factorías cuentan generalmente con un local amplio, con playa de estacionamiento, además con instalaciones de agua y luz.
- Tienen una zona de trabajo que cuenta con un techado simple, una mesa de trabajo, herramientas y accesorios en general.

2.8 DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

El proyecto en estudio se llevara a cabo en el departamento de Lima, provincia de Lima, en el distrito de San Juan de Lurigancho, entre las avenidas Wiese con El Sol.

Los factores que se tomaron en cuenta para determinar esta zona fueron los siguientes:

- El distrito está en un relativo crecimiento.
- Por la clase social que existe ya la cual se orienta el estudio.
- Zona comercial, industrial y en desarrollo.
- Por la afluencia vehicular.

2.9 ESTUDIO DE LA DEMANDA POTENCIAL

2.4.1. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

En el gobierno de 1990, se dio la ley de Libre Importación de Vehículos, motivo por el cual el parque automotor se fue incrementando en proporciones significativas; a pesar que en la actualidad tenemos normas que reculan la entrada de vehículos a nuestro país, el abaratamiento de los mismos a permitido que la población tenga mayor accesibilidad a la compra de vehículos.

2.4.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL DEL MERCADO

a) Método de proyección

El método a emplear para el presente proyecto será el muestreo, debido a que la información que se obtendrá sobre el giro del negocio en el mercado objetivo será a través de fuentes primarias (encuestas).

b) Desarrollo del método

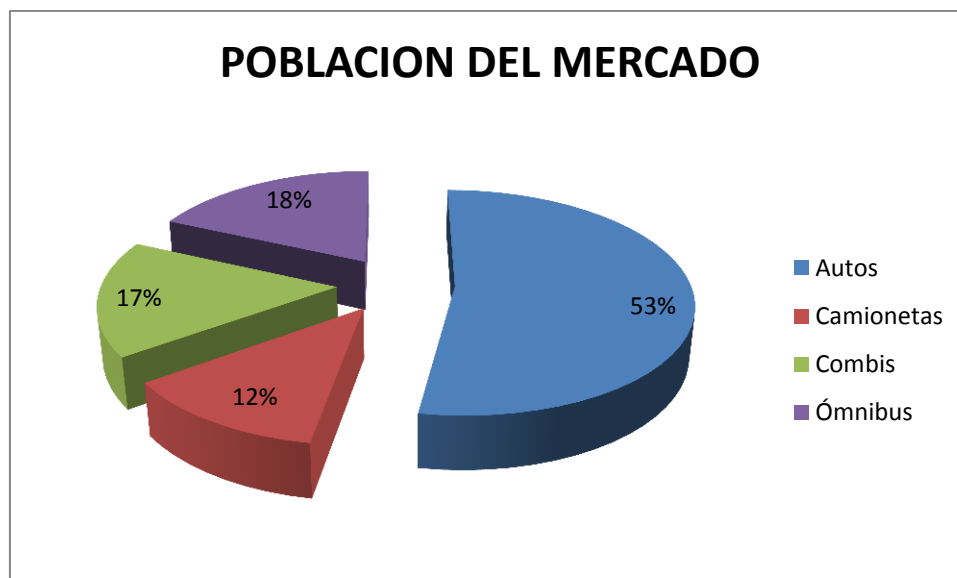
❖ Universo poblacional y sus características

El universo poblacional está conformado por todas las personas que tengan vehículos, se caracterizan por:

- Estar conformado por todos aquellos que requieren el servicio, estos son de dos tipos:
 - Vehículos de la zona (residentes).
 - Vehículos que circulan por las avenidas de la zona (afluyentes).

- Está conformado por 11616 vehículos, de los cuales vehículos son 5426 residentes y 6190 vehículos afluyentes. Además estos se dividen en: 6122 son autos, 1436 camionetas, 1939 combis y 2119 ómnibus.

| POBLACIÓN DEL MERCADO | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|---------|---------------------|---------|--------|---------|
| TIPO DE VEHÍCULO | POBLACIÓN RESIDENCIAL | | POBLACIÓN AFLUYENTE | | TOTAL | % |
| | CANT. | % | CANT. | % | | |
| Autos | 3,162 | 58.27% | 2,960 | 47.82% | 6,122 | 52.70% |
| Camionetas | 662 | 12.20% | 774 | 12.50% | 1,436 | 12.36% |
| Combis | 567 | 10.45% | 1,372 | 22.16% | 1,939 | 16.69% |
| Ómnibus | 1,035 | 19.07% | 1,084 | 17.51% | 2,119 | 18.24% |
| TOTAL | 5,426 | 100.00% | 6,190 | 100.00% | 11,616 | 100.00% |



Los demandantes recurren a este servicio para lograr el buen funcionamiento del vehículo y cuando se presenta algún desperfecto en el motor, carrocería o alguna parte de vehículo. Generalmente esta población acude para realizar el mantenimiento y/o reparaciones de su vehículo a centros formales por la seguridad que le pueda brindar estos, y una minoría acude a centros informales por motivo de que sus vehículos son muy antiguos o por razones económicas.

❖ Sujeto de la muestra

El sujeto de la muestra es el propietario del vehículo, ya sea de auto, camioneta, combi u ómnibus.

❖ Método del muestreo

El método a utilizar es el de muestreo probabilístico estratificado, porque la población está conformada por sujetos (residente y afluyentes), además el servicio está orientado a los que tienen autos, camionetas, combis y ómnibus.

❖ Población muestral

El tamaño muestral a emplear en este estudio es de 299 encuestas, esta muestra se determinó con un nivel de confianza del 90%.

❖ Objetivos del muestreo

- Determinar la población total que está dispuesta a utilizar el servicio.
- Determinar la frecuencia de uso.
- Determinar cuál es el uso promedio de la muestra en un período de tiempo.
- Identificar los porcentajes de los servicios que más requiere el usuario del mercado objetivo.
- Determinar las preferencias por los establecimientos donde se adquiere el servicio.
- Cuantificar los porcentajes de la población que informan por uno u otro medio de la existencia del servicio.

c) Modelo del cuestionario

1. ¿Utiliza usted los servicios de una mecánica en esta zona?

SI () NO ()

2. ¿Cada que tiempo utiliza usted por lo general los servicios de una mecánica?

- MENSUAL ()
- BIMESTRAL ()
- TRIMESTRAL ()
- SEMESTRAL ()
- ANUAL ()

3. ¿Cuáles son los servicios que usted requiere constantemente de una mecánica?

- AFINAMIENTO ()
- CONDENSADOR ()
- SERVICIO DE FRENOS ()
- CAMBIO DE ACEITE ()
- REPARACIONES DE EMBRAGUE ()
- PINTURA ()
- PLANCHADO ()
- CAMBIO DE ANILLOS DE MOTOR ()
- REPARACIONES DE MOTOR EN GENERAL ()
- REPARACIONES DE CAJA DE CAMBIO ()
- REPARACIÓN DE CORONA ()
- SERVICIO ELÉCTRICO EN GENERAL ()

4. ¿Generalmente en qué centro de mecánica realiza el mantenimiento y/o arreglo de su vehículo?

NOMBRE DEL LOCAL:

.....

DIRECCIÓN:.....

.

ALTURA DE LA

AVENIDA:.....

DISTRITO:.....

.

5. ¿Cuál es el motivo principal por la que recurre a este centro de mecánica?

- GARANTÍA ()
- PRECIO ()
- CERCANÍA ()
- LIMPIEZA ()
- RAPIDEZ ()
- PUNTUALIDAD ()
- OTROS ()

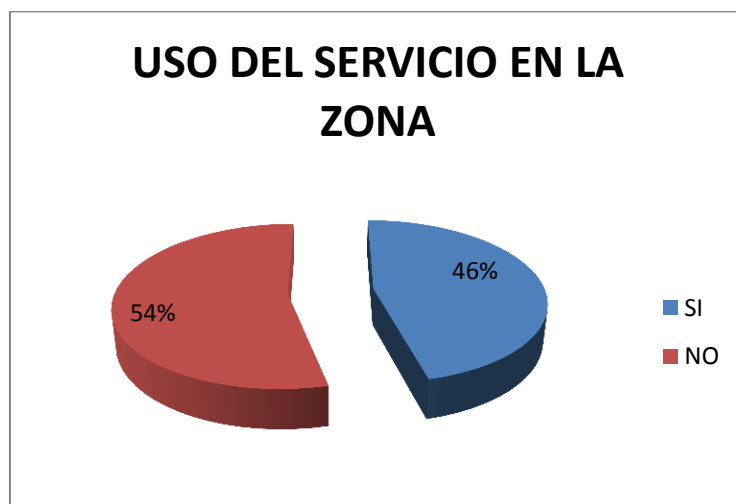
6. ¿Por qué medios se informó usted de la mecánica de su preferencia?

- VOLANTES ()
- AMISTADES ()
- PANELES ()
- RADIO ()
- TV. ()
- REVISTAS ()

d) Tabulación e interpretación de los resultados

2. ¿Utiliza usted los servicios de una mecánica en esta zona?

| DISTRIBUCIÓN DE LA ENCUESTA PREG. 1 | | |
|--|------------------|----------------|
| RESPUESTA | RESULTADO | % |
| SI | 138 | 46.22% |
| NO | 161 | 53.78% |
| TOTAL | 299 | 100.00% |

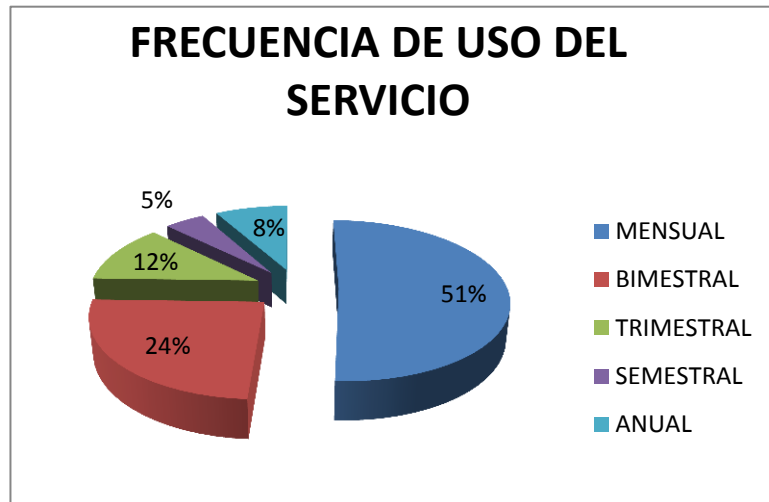


INTERPRETACIÓN:

Según esta pregunta sea determinado que el 46.18% de la población total demanda el servicio de una factoría en la zona.

3. ¿Cada que tiempo utiliza usted por lo general los servicios de una mecánica?

| DISTRIBUCIÓN DE LA ENCUESTA PREG. 2 | | |
|--|------------------|----------|
| RESPUESTA | RESULTADO | % |
| MENSUAL | 152 | 50.90% |
| BIMESTRAL | 73 | 24.55% |
| TRIMESTRAL | 35 | 11.82% |
| SEMESTRAL | 14 | 4.55% |
| ANUAL | 24 | 8.18% |
| TOTAL | 299 | 100.00% |



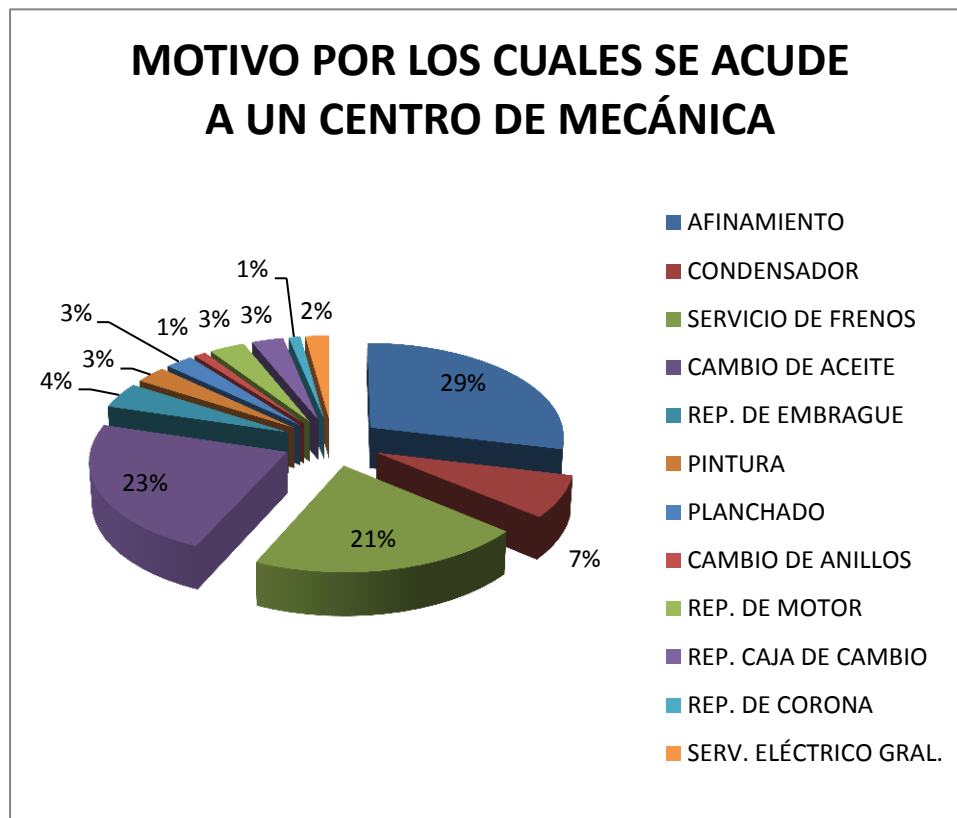
INTERPRETACIÓN:

Estas cifras nos demuestran que más de la mitad de la población recurre mensualmente a (50.90%) a una factoría por algún tipo de servicio. Seguido de bimestralmente (24.54%) y trimestralmente (11.82%) con mayor frecuencia.

4. ¿Cuáles son los servicios que usted requiere constantemente de una mecánica?

| DISTRIBUCIÓN DE LA ENCUESTA PREG. 3 | | |
|-------------------------------------|-----------|--------|
| RESPUESTA | RESULTADO | % |
| AFINAMIENTO | 66 | 28.73% |
| CONDENSADOR | 17 | 7.27% |
| SERVICIO DE FRENOS | 47 | 20.73% |
| CAMBIO DE ACEITE | 52 | 22.91% |
| REP. DE EMBRAGUE | 10 | 4.36% |
| PINTURA | 7 | 2.91% |
| PLANCHADO | 6 | 2.55% |
| CAMBIO DE ANILLOS | 2 | 1.09% |

| | | |
|-----------------------|-----|---------|
| REP. DE MOTOR | 12 | 3.27% |
| REP. CAJA DE CAMBIO | 7 | 2.91% |
| REP. DE CORONA | 2 | 1.09% |
| SERV. ELÉCTRICO GRAL. | 5 | 2.18% |
| TOTAL | 229 | 100.00% |

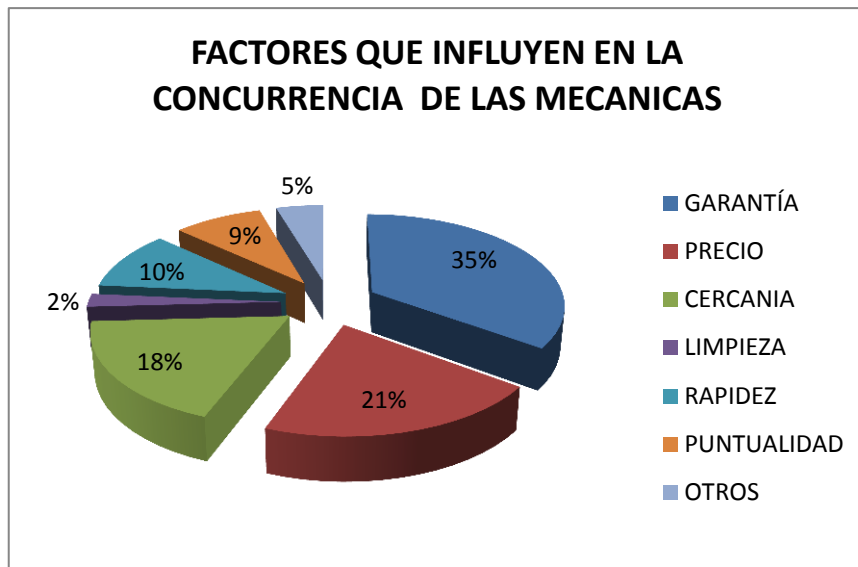


INTERPRETACIÓN:

Los servicios que tienen mayor demanda en el mercado son: el afinamiento con 28.73%, cambio de aceite (22.91%) y servicio de frenos con un 20.73%; mientras que la diferencia disminuye en otros servicios pero en porcentajes pequeños.

5. ¿Cuál es el motivo principal por la que recurre a este centro de mecánica?

| DISTRIBUCIÓN DE LA ENCUESTA PREG. 5 | | |
|--|------------------|----------|
| RESPUESTA | RESULTADO | % |
| GARANTÍA | 80 | 35.06% |
| PRECIO | 47 | 20.69% |
| CERCANÍA | 42 | 18.39% |
| LIMPIEZA | 5 | 2.30% |
| RAPIDEZ | 24 | 10.34% |
| PUNTUALIDAD | 20 | 8.62% |
| OTROS | 11 | 4.60% |
| TOTAL | 229 | 100.00% |

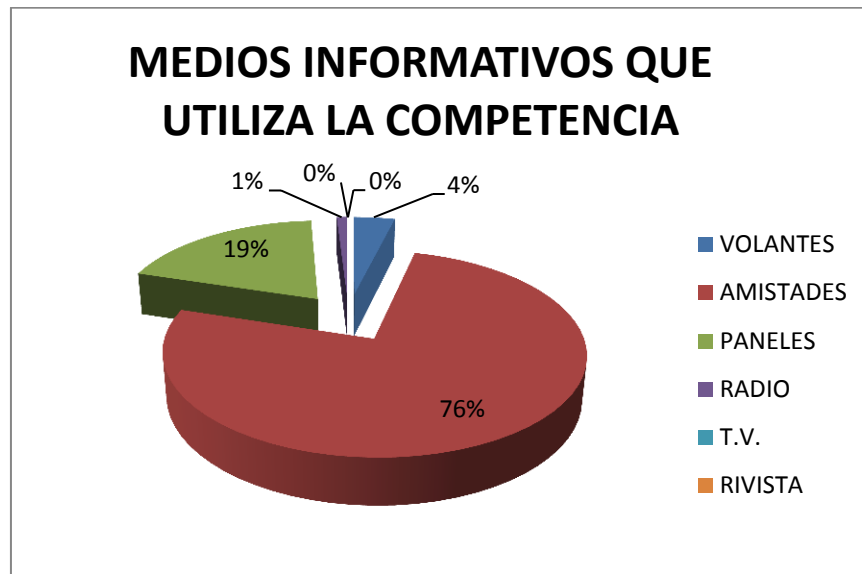


INTERPRETACIÓN:

Se puede apreciar en el cuadro que los motivos por los cuales el usuario recurre a determinadas factorías de la son es precisamente por la garantía (35.06%) que brindan, además de los precios cómodos (20.69%) y por la cercanía a su residencia (18.39%).

6. ¿Por qué medios se informó usted de la mecánica de su preferencia?

| DISTRIBUCIÓN DE LA ENCUESTA PREG. 6 | | |
|--|------------------|----------|
| RESPUESTA | RESULTADO | % |
| VOLANTES | 12 | 3.85% |
| AMISTADES | 227 | 75.96% |
| PANELES | 57 | 19.23% |
| RADIO | 3 | 0.96% |
| TV. | 0 | 0.00% |
| REVISTA | 0 | 0.00% |
| TOTAL | 299 | 100.00% |



INTERPRETACIÓN:

Los usuarios del mercado objetivo se informan de la existencia o calidad del servicio que prestan las factorías principalmente a través de las amistades en un 75.96% y también por medio de los paneles con un 19.23%.

e) Proyección de la demanda potencial

Análisis de la demanda de servicios de mecánica

Después de haber realizado los cálculos respectivos en función de las preguntas 2 y 3 de la encuesta, se llegó al siguiente cuadro; donde se determinó los intervalos para la predicción.

| INTERVALOS DE PREDICCIÓN | | | | |
|---------------------------------|---------------------------|------------------|--------------------|------------------|
| SERVICIOS | Nivel de confianza | Pesimista | Conservador | Optimista |
| AFINAMIENTO | 90% | 8.2107606 | 8.4215212 | 8.6322818 |
| SERVICIO DE FRENOS | 90% | 7.1159625 | 7.9565425 | 8.7971225 |
| CAMBIO DE ACEITE | 90% | 8.5269072 | 8.7316795 | 8.9364518 |
| REP. DE EMBRAGUE | 90% | 3.4139083 | 4.6666666 | 5.9194249 |
| PINTURA | 90% | 2.4359162 | 4.3750000 | 6.3140838 |
| PLANCHADO | 90% | 4.8599994 | 5.7855711 | 6.7111428 |
| CAMBIO DE ANILLOS | 90% | 0.8764903 | 1.4395762 | 2.0026621 |
| REP. DE MOTOR | 90% | 0.9795676 | 1.0005264 | 1.0214852 |
| REP. DE CAJA DE CAMBIOS | 90% | 3.7726320 | 4.5622090 | 5.3517860 |
| REP. DE CORONA | 90% | 1.1661091 | 1.6666666 | 2.1672241 |
| SERV. ELÉCTRICO GRAL. | 90% | 3.7969891 | 6.5000000 | 9.2030109 |

Observando este cuadro, se llega a la conclusión de que la demanda promedia anual es como sigue en los diferentes servicios:

Afinamiento y condensador:

El servicio de afinamiento y condensador comprenden un solo servicio, por tal motivo se juntó los resultados de estos y de esta manera se puede aseverar con el 90 % de confiabilidad que el uso promedio de este servicio fluctúa entre 8 y 9 servicios anuales.

Servicio de frenos:

Con el 90 % de confianza, el uso promedio de este servicio está 8 a 9 servicios durante el año.

Cambio de aceite:

Se deduce con el 90% de confianza que el uso promedio de este servicio se encuentra entre 8 y 9 por año.

Reparación de embriague:

Se puede aseverar con el 90% de confiabilidad que el uso de este servicio se da de 2 a 6 veces anuales.

Pintura:

Un promedio de 2 a 6 servicios por año. Esto a un nivel de confianza del 90%.

Planchado:

La demanda anual promedio de este servicio fluctúa entre 4 y 7 veces. Esto al 90% de confianza.

Cambio de anillos:

La demanda promedio anual de este servicio fluctúa ente 1 y 2 veces por año. Con un nivel de confianza del 90%.

Reparación de motor:

De acuerdo a los cálculos, se determinó que la demanda promedio por este servicio es 1 vez por año, con un nivel de confianza del 90%.

Reparación de la caja de cambio:

La demanda promedio anual de este servicio fluctúa de 4 a 5 veces, con una confiabilidad del 90%.

Reparación de corona:

Según el estudio, se puede aseverar con el 90% de confiabilidad que la demanda promedio por este servicio es de 1 a 2 veces por año.

Servicio eléctrico general:

Con el 90% de confianza, se puede aseverar que la demanda promedio por este servicio es de 4 a 9 veces.

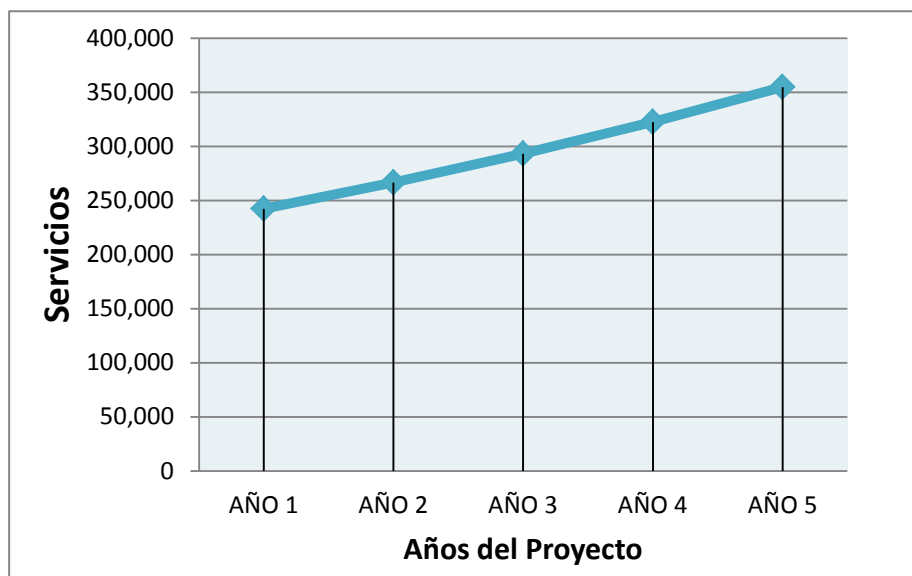
HIPÓTESIS PARA LA TASA DE CRECIMIENTO

La demanda del mercado de los servicios de mantenimiento automotriz no solo se da por el crecimiento del parque automotor, también se incrementa por el uso del vehículo, es decir, que los vehículos nuevos y viejos con el tiempo tendrán que malograrse y por lo tanto, tendrán que recurrir a mecánicas para repararlo.

Para todo esto se ha visto conveniente asumir una tasa de crecimiento del 10%, bajo el supuesto de que los vehículos requieran atención con esta tasa de aceleración.

| DEMANDA POTENCIAL EN EL HORIZONTE DE PLANEAMIENTO | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| SERVICIO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| AFINAMIENTO | 44,084 | 48,492 | 53,341 | 58,675 | 64,543 |
| SERVICIO DE FRENOS | 38,206 | 42,026 | 46,229 | 50,852 | 55,937 |
| CAMBIO DE ACEITE | 45,781 | 50,359 | 55,395 | 60,934 | 67,028 |
| REP. DE EMBRAGUE | 18,329 | 20,162 | 22,178 | 24,396 | 26,836 |
| PINTURA | 13,078 | 14,386 | 15,825 | 17,407 | 19,148 |
| PLANCHADO | 26,093 | 28,703 | 31,573 | 34,730 | 38,203 |
| CAMBIO DE ANILLOS | 4,706 | 5,176 | 5,694 | 6,264 | 6,890 |
| REP. DE MOTOR | 5,259 | 5,785 | 6,364 | 7,000 | 7,700 |
| REP. DE CAJA DE CAMBIOS | 20,255 | 22,281 | 24,509 | 26,960 | 29,656 |
| REP. DE CORONA | 6,261 | 6,887 | 7,576 | 8,333 | 9,166 |
| SERV. ELÉCTRICO GRAL. | 20,386 | 22,425 | 24,667 | 27,134 | 29,847 |
| TOTAL | 242,438 | 266,682 | 293,351 | 322,686 | 354,954 |

**DEMANDA POTENCIAL EN EL HORIZONTE DE
PLANEAMIENTO**



2.10 ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.5.1 LOCALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE TAMBIÉN PRESTAN EL SERVICIO

A continuación se menciona una lista de establecimientos que brindan servicios mecánicos en la zona.

| <u>ESTABLECIMIENTO</u> | <u>DIRECCIÓN</u> | <u>N°</u> |
|-------------------------------|-------------------------|------------------|
| Huamán Clemente | Urb. Sta. Rosa | 202 |
| Hernández Melone | Urb. Sta. Rosa | A42 |
| Jumar Servis | Urb. Sta. Rosa | F45 |
| Cadenillas Erer | Urb. Sta. Rosa | R251 |
| Urillo Tello | Cdra. 6 Los Álamos | 1204 |
| Balboa Cerna | Cdra. 6 Los Álamos | 3549 |
| Sandoval Ríos | Urb. Canto Grande | Q35 |
| Cheroque Malvini | Urb. Canto Grande | E25 |
| Montoya Suarez | Urb. Canto Grande | F587 |
| Montesa Rivas | Urb. Canto Grande | A654 |
| MeléndeZ Car | Canto Rey | 1025 |
| Bustamante Benavides | Canto Rey | 423 |
| Molina Figuerio | Canto Rey | 648 |
| Raygada Liberani | Canto Rey | 442 |
| Villaverde | Canto Rey | 696 |
| Leiva Ramírez | Av. Próceres | 6584 |

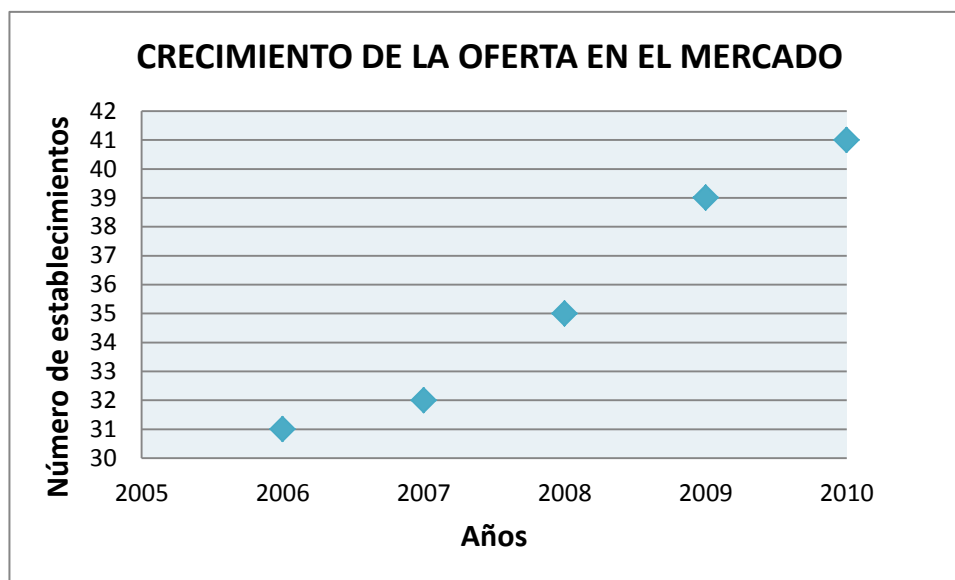
| | | |
|---------------------------|----------------|----------|
| Guerra Sánchez | Av. Próceres | 1036 |
| Automotriz E.I.R.L | Av. Próceres | 508 |
| Automotriz Buenaventura | Av. Próceres | 3335 |
| Factorías San Juan | Av. Las Flores | 935 |
| Factorías señor de Luren | Av. Las Flores | 168 |
| New Mechanical | Av. Las Flores | 5254 |
| Automotriz E.I.R.L | Av. Las Flores | 6066 |
| Quispe Cusi | Urb. Zarate | P584 |
| Yañes Cadena | Urb. Zarate | L301 |
| Guerra Merino | Urb. Zarate | J2 |
| Moncada Lino | Urb. Zarate | B36 |
| Utili Liberani | Av. El sol | 193 |
| Benites Capillo | Av. El sol | 3872 |
| Miranda Aguilar | Av. El sol | 736 |
| Murga Vázquez | Av. Santa Rosa | 998 |
| López Salaverry | Av. Santa Rosa | 800 |
| Quesada Díaz | Urb. Campoy | K56 |
| Representaciones Romac II | Urb. Campoy | J22 |
| Janeco Asunción | Urb. Campoy | J66 |
| Fernández Dávila | Urb. Campoy | Q55 |
| Yatacao Ramos | Av. Wiese | Cdra. 20 |
| Gerónimo Chacal | Av. Wiese | Cdra.12 |
| Quispe Rupasi | Av. Wiese | Cdra. 12 |
| Romero Araoz | Av. Wiese | Cdra. 12 |
| Benítez del Álamo | Av. Wiese | Cdra.12 |

2.5.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL EN EL MERCADO

Actualmente la oferta se encuentra en una etapa de crecimiento, esto se debe al auge económico que está viviendo nuestro país, además por la baja en los precios del mercado automotriz.

Tomando como base el año 2006, nos daremos cuenta que el crecimiento ha sido de 31%; es decir en el año 2006 habían 31 mecánicas, actualmente existen 41 establecimientos que prestan servicios mecánicos.

| ESTABLECIMIENTOS QUE OPERAN EN LA ZONA | | | |
|--|---------------|------------------|-----------------------|
| AÑOS | N° DE LOCALES | TOTAL DE LOCALES | VARIACIÓN ACUMULADA % |
| 2006 | 31 | 31 | 100.00% |
| 2007 | 1 | 32 | 103.23% |
| 2008 | 3 | 35 | 112.66% |
| 2009 | 4 | 39 | 125.54% |
| 2010 | 2 | 41 | 131.98% |



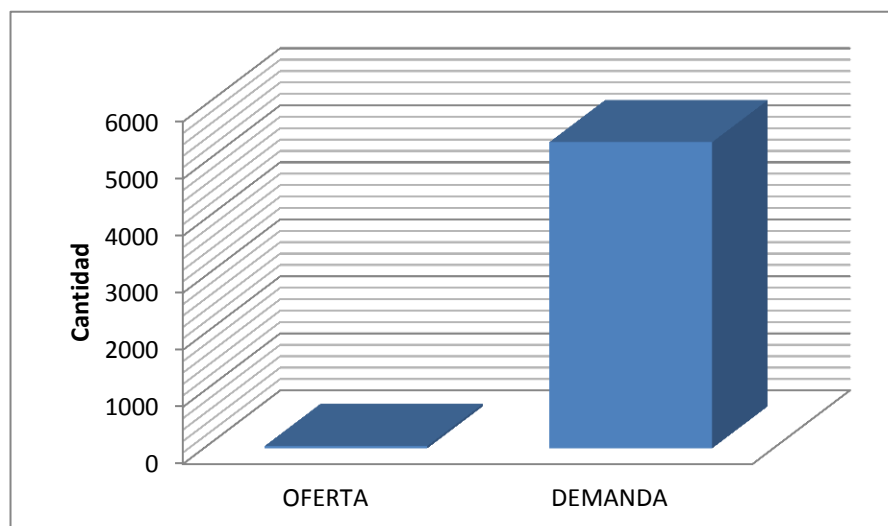
2.9 BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA ACTUAL

La relación que existe entre la demanda y la oferta actual en el mercado es la siguiente:

OFERTA : 41 establecimientos

DEMANDA : 5369 vehículos (afluyentes y residentes)

OFERTA Y DEMANDA ACTUAL



2.7 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DEL MERCADO

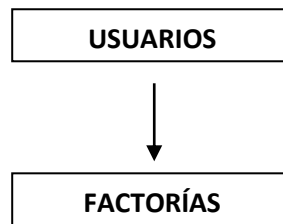
CUADRO COMPARATIVO DE LOS PRECIOS DEL MERCADO

| REPARACIÓN Y/O MANTENIMIENTO | Huamán Clemente Urb. Sta. Rosa 202 | Meléndez Car Canto Rey 1025 | Automotriz E.I.R.L. Av. Próceres 508 | New Mechanical Av. Las Flores 5254 | Guerra Merino Urb. Zarate J2 | Quispe Rupasi Av. Wiesse Cdra. 12 | PRECIO PROMEDIO S/ |
|------------------------------------|---|--------------------------------------|--|---|---------------------------------------|---|--------------------------|
| AFINAMIENTO | 50 | 45 | 50 | 40 | 40 | 38 | 43 |
| CAMBIO DE FRENO | 25 | 25 | 25 | | 25 | 25 | 25 |
| LIMPIEZA DE EMBRAGUE | 25 | 25 | 25 | | 25 | 25 | 25 |
| LIMPIEZA DE FRENO | 30 | 30 | 30 | | 30 | 30 | 30 |
| CAMBIO DE EMBRAGUE | 25 | 25 | 25 | | 25 | 25 | 25 |
| REP. DE MOTOR | 420 | 450 | 500 | 470 | 500 | 460 | 467 |
| REP. DE CAJA DE CAMBIOS | | 150 | 200 | 180 | 180 | 200 | 182 |
| REP. DE CORONA | | 150 | 200 | 190 | 190 | 200 | 186 |

2.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL MERCADO

2.8.1 CANALES ACTUALES DE COMERCIALIZACIÓN USADOS ACTUALMENTE

En el mercado objetivo actualmente está comercializando el servicio a través de un solo canal, que es la directa o punto de venta.



2.8.2 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

La futura factoría, adoptara las medidas en las “P” (Producto, Plaza, Precio y Promoción) y de esta manera lograr ingresar al mercado y conseguir el posicionamiento. La estrategia que se adoptara será la siguiente:

| VARIABLES | OBJETIVOS | ESTRATEGIAS |
|-----------|--|---|
| SERVICIOS | <ul style="list-style-type: none"> Satisfacción al cliente. Mayor cobertura en el mercado. | <ul style="list-style-type: none"> Brindar calidad, garantía, atención, puntualidad. |
| PLAZA | <ul style="list-style-type: none"> Captar la mayor cantidad de autos de la población residencial. | <ul style="list-style-type: none"> La atención será de 8 am hasta las 9 pm. Promociones constantes. |
| PRECIO | <ul style="list-style-type: none"> Lista de precios diferentes a la competencia. | <ul style="list-style-type: none"> Precios promocionales. |

| | | |
|-----------|--|---|
| PROMOCIÓN | <ul style="list-style-type: none"> • Captar la mayor clientela del mercado. | <ul style="list-style-type: none"> • Volantes • Paneles grandes • Descuentos • Ofertas • regalos |
|-----------|--|---|

2.8.3 POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN PROPUESTAS PARA EL PROYECTO

Los lineamientos de políticas a adoptar para la comercialización del servicio del proyecto en estudio será la siguiente:

a) PRESENTACIÓN COMERCIAL

LOCAL

Las paredes del local será pintado de color blanco dando de esta manera un aspecto de limpieza.

PUBLICIDAD

Se utiliza un panel grande y luminoso en plena calle con vista a ambos lados, con fondo de color blanco, las letras de colores llamativos, además se pondrá un panel en el techo del local, sobre las letras se le colocara luces de neón para que en la noche pueda tener una mayor visibilidad; también se colocaran letreros en la fachada interna y externa.

Se distribuirá volantes por una cantidad de 4500 unidades en todo el mercado objetivo bimestralmente, indicando los precios, las ofertas, descuentos y promociones.

Estas políticas se aplicaran para el primer caso debido a que gran porcentaje se informa a través de estos medios; en el segundo caso, se busca potencializar para informar de manera concreta

los precios, ofertas, etc. Sería de gran ayuda para ganar clientela debido a que este medio no es tan utilizado en el mercado objetivo.

PERSONAL

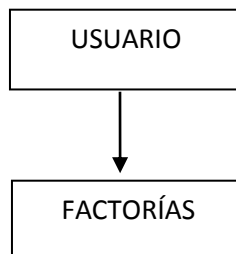
El personal operativo tendrá su respectivo uniforme, llevando en la espalda el logo de la empresa.

LOGOTIPO Y SLOGAN



2.8.4 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

El canal que se empleará en la comercialización del servicio será en forma directa (punto de venta).



2.8.5 MODALIDAD DE VENTA

La condición de venta será al contado, fortaleciendo bastante el sistema de ofertas y descuentos en los precios del servicio, además se realizará promociones de llaveros, polos, casacas, servicio gratis, etc. En lo posterior se estudiara a los clientes para la aplicación de un sistema de créditos como la de tarjetas de crédito y/o créditos personales. Este sistema se empleara por no existir en el mercado objetivo.

2.8.6 FUERZA DE VENTA

La fuerza de venta se realizará en el afinamiento de autos, es decir la empresa se especializará en esta rama, en menor proporción se dedicara al cambio de aceite y servicio de frenos.

2.8.7 PRECIO POR LOS SERVICIOS

Los precios que se cobraran por los servicios de mantenimiento y/o reparaciones, será del 10% al 20% menor que la competencia (promedio), esta promoción se realizara durante 45 días aproximadamente (dependerá del comportamiento del mercado). Luego se la promoción del precio de introducción, se pasará a prestar el servicio a un precio promedio del mercado por espacio de 6 meses siguientes, acompañado de promociones mensuales (descuentos y ofertas). Para la mayor capacitación se clientes, se empleara una estrategia publicitaria a través

de los clientes; para ello se buscara la mejor calidad en la atención, además se realizará descuentos especiales a los clientes que recomienden a nuevos clientes.

Después de este tiempo, se evaluará y se analizará cómo fue la capacitación de los clientes, para luego aplicar nuevas políticas en función de la coyuntura.

CAPITULO III**ESTUDIO DE TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN****4.1 TAMAÑO DE LA PLANTA**

| DESCRIPCIÓN | |
|--------------------|--------------|
| LOCAL | 500 m2 |
| MAQUINARIA | 1 |
| EQUIPOS | 34 |
| MUEBLES Y ENSERES | 24 |
| HERRAMIENTAS | 8 |
| TRABAJADORES | 6 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 22,572 |
| CAPAC. DE LOCAL | 16 vehículos |

4.2 TAMAÑO DE INVERSIÓN

| DESCRIPCIÓN | S/ |
|---------------------------|------------------|
| INVERSIÓN FIJA | 35,379.00 |
| Maquinaria y equipos | 12,201.00 |
| Herramientas | 6,986.00 |
| Muebles y enseres | 11,645.00 |
| Intangibles | 4,547.00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 22,572.00 |
| TOTAL | 57,951.00 |

4.3 FINANCIAMIENTO

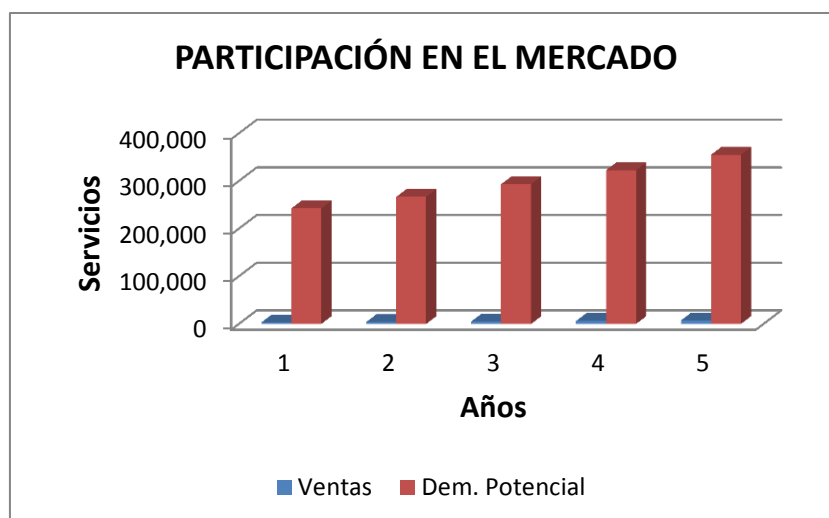
| DESCRIPCIÓN | S/ |
|--------------------------|-----------|
| APORTE | 34,771.00 |
| PRÉSTAMO BANCARIO | 23,180.00 |
| TOTAL | 57,951.00 |

4.4 RELACIÓN TAMAÑO Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Se determinará la participación en el mercado que tendrá el proyecto y en qué medida las ventas de los servicios satisfacen la demanda potencial se la factoría.

La relación tamaño participación en el mercado, mide el tamaño porcentual del proyecto en relación a la demanda potencial del mercado; del cual se puede establecer el tamaño de participación de la empresa.

| AÑOS | N° DE SERVICIOS VENDIDOS | DEMANDA POTENCIAL | PARTICIPACIÓN |
|----------|--------------------------|-------------------|---------------|
| 1 | 3,120 | 242,438 | 1.29% |
| 2 | 4,056 | 266,682 | 1.52% |
| 3 | 4,996 | 293,351 | 1.70% |
| 4 | 6,240 | 322,686 | 1.93% |
| 5 | 7,488 | 354,954 | 2.11% |



4.5 LOCALIZACIÓN (MICRO LOCALIZACIÓN)

4.5.1 DEFINICIÓN

El estudio se realizara en el distrito de San Juan de Lurigancho, esta zona cuenta con varias avenidas principales de gran afluencia vehicular.

4.5.2 ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN

Después de haber buscado los locales para el establecimiento, se optó por las siguientes alternativas:

- Alternativa 1: Av. El Sol N° 3485
- Alternativa 2: Av. Próceres Ms A- cdra. 7
- Alternativa 3. Av. Wiese, paradero 15.

4.5.3 FACTORES CONDICIONANTES DE LA MICRO LOCALIZACIÓN

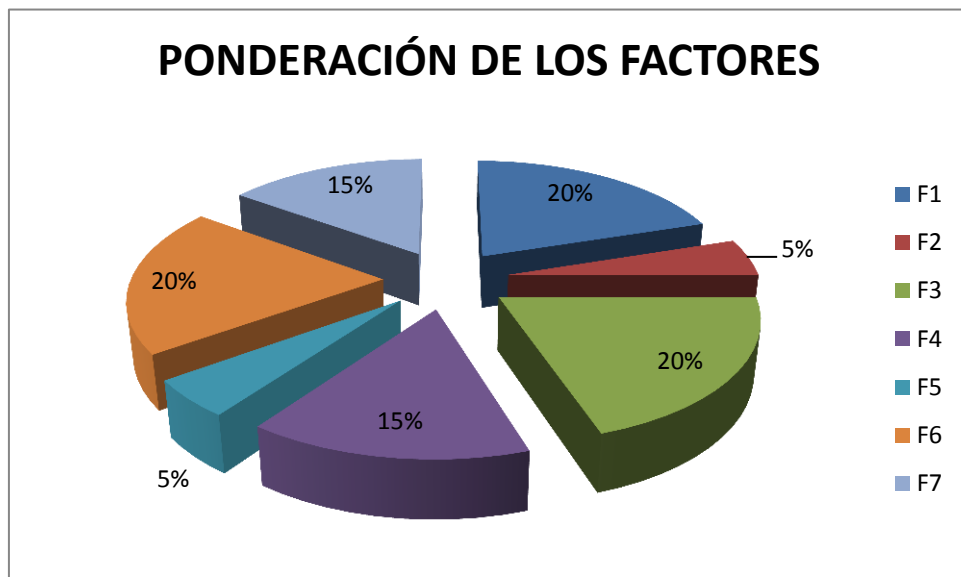
En base a la necesidad que tiene el proyecto se ha visto por conveniente adoptar los siguientes factores:

- Factor 1: costo de alquiler
- Factor 2: garantía
- Factor 3. Tamaño

- Factor 4: servicios básicos (luz, agua, desagüe y teléfono)
- Factor 5: fluidez peatonal
- Factor 6: fluidez vehicular
- Factor 7: situación del local

4.5.4 PONDERACIÓN DE FACTORES

| FACTORES | PONDERACIÓN |
|--------------|-------------|
| F1 | 20% |
| F2 | 5% |
| F3 | 20% |
| F4 | 15% |
| F5 | 5% |
| F6 | 20% |
| F7 | 15% |
| TOTAL | 100% |



4.5.5 ANÁLISIS DE LOS FACTORES POR CADA ALTERNATIVA

ANÁLISIS DE LA ALTERNATIVA 1: Av. El Sol N° 3485

- Factor 1: costo de alquiler; el alquiler de dicho local cuesta s/ 3,150.
- Factor 2: garantía; la garantía por el alquiler del local es de 3 meses.
- Factor 3. Tamaño; el establecimiento tiene una área de 500m².
- Factor 4: servicios; tiene amplios servicios de luz, agua, desagüe y teléfono.
- Factor 5: fluidez peatonal; la fluidez peatonal es regular en la zona.
- Factor 6: fluidez vehicular; existe poca afluencia vehicular.
- Factor 7: situación del local; la infraestructura tiene pisos acabados, paredes tarrajeadas y pintadas, 2 oficinas con su respectivo baño.

ANÁLISIS DE LA ALTERNATIVA 2: Av. Próceres Ms A- cdra. 7

- Factor 1: costo de alquiler; esta en S/ 490.
- Factor 2: garantía; pide 3 meses de garantía por el alquiler.
- Factor 3. Tamaño; el establecimiento tiene una área de 200m².
- Factor 4: servicios; el local cuenta con luz, agua y desagüe.
- Factor 5: fluidez peatonal; en esta zona es moderada.

- Factor 6: fluidez vehicular; existe bastante fluidez vehicular en dicha avenida.
- Factor 7: situación del local; tiene paredes tarrajeadas pero sin pisos terminados no divisiones internas.

ANÁLISIS DE LA ALTERNATIVA 3: Av. Wiese, paradero 15

- Factor 1: costo de alquiler; esta en S/ 1,400.
- Factor 2: garantía; pide 3 meses de garantía por el alquiler.
- Factor 3: Tamaño; el establecimiento tiene una área de 400m².
- Factor 4: servicios; el local cuenta con luz, agua y desagüe.
- Factor 5: fluidez peatonal; en esta zona es mínima, la mayoría son peatones de la zona.
- Factor 6: fluidez vehicular; existe bastante fluidez vehicular en esta avenida.
- Factor 7: situación del local; tiene paredes sin tarrajear, no tiene piso y tampoco hay divisiones internas.

4.5.6 TABLA DE PUNTAJES PARA LOS FACTORES

| CALIFICACIÓN | PUNTAJE |
|---------------------|----------------|
| EXCELENTE | 18-20 |
| MUY BUENO | 16-17 |
| BUENO | 14-15 |
| REGULAR | 11-13 |
| MALO | 6-10 |
| MUY MALO | 0-5 |

4.5.7 CUADRO DE PUNTAJES PONDERADOS SIMPLES DE LOS FACTORES

| FACTOR | COEFICIENTE PONDERADO | CALIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS | | | PUNTAJES PONDERADOS POR ALTERNATIVAS | | |
|--------------|--------------------------|---------------------------------|----|----|--|--------------|--------------|
| | | A1 | A2 | A3 | A1 | A2 | A3 |
| F1 | 0.20 | 10 | 18 | 13 | 2.00 | 3.60 | 2.60 |
| F2 | 0.05 | 11 | 14 | 13 | 0.55 | 0.70 | 0.65 |
| F3 | 0.20 | 20 | 8 | 15 | 4.00 | 1.60 | 3.00 |
| F4 | 0.15 | 18 | 12 | 13 | 2.70 | 1.80 | 1.95 |
| F5 | 0.05 | 13 | 8 | 8 | 0.65 | 0.40 | 0.40 |
| F6 | 0.20 | 14 | 17 | 17 | 2.80 | 3.40 | 3.40 |
| F7 | 0.15 | 18 | 10 | 5 | 2.70 | 1.50 | 0.75 |
| TOTAL | 1.00 | | | | 15.40 | 13.00 | 12.75 |

4.5.8 ELECCIÓN DE LA MEJOR ALTERNATIVA

Después de haber evaluado las alternativas en base a los factores adoptados, se llegó a la conclusión que la alternativa 1 (av. El sol n° 3485) es el local óptimo para instalar la factoría por la amplitud, los servicios con que cuenta, además ya no se necesita mucha refacción.

CAPITULO IV

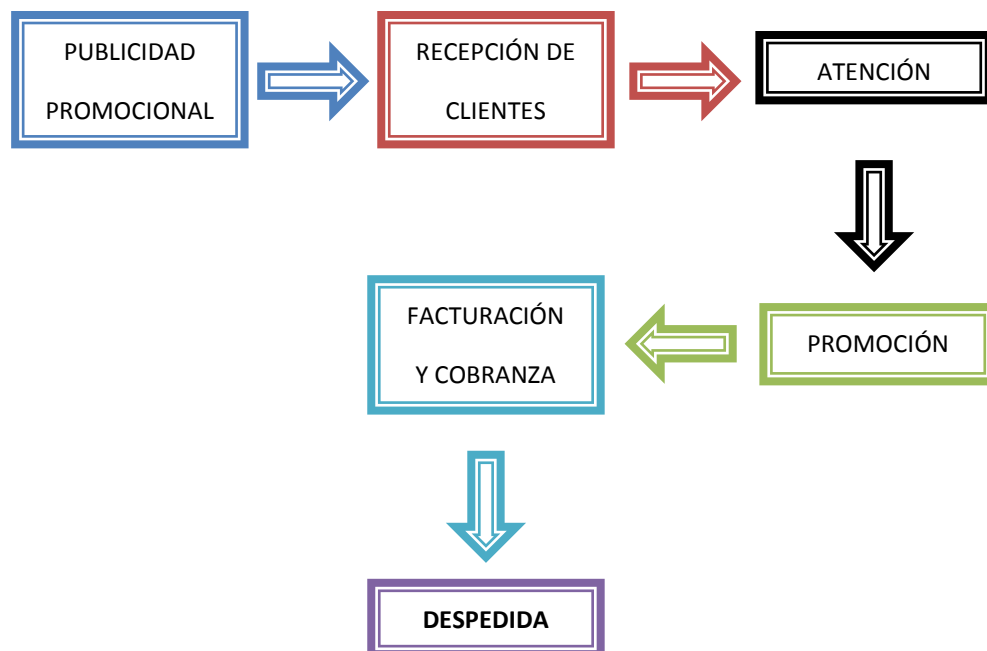
INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.6 DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El servicio de la factoría Happy Car tendrá las siguientes características:

- Calidad en el mantenimiento y/o reparación del vehículo.
- Garantía por los servicios prestados.
- Puntualidad en los trabajos a realizar y con la mayor eficacia.
- Orden y limpieza en la infraestructura, herramientas, equipos, muebles y personal.
- Personal técnico calificado y con experiencia.
- Especialización en afinamiento, cambio de aceite y servicio de frenos.

4.7 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO



4.7.1 PUBLICIDAD PROMOCIONAL

- a) Diseño de publicidad; en esta fase se determinará la estructura y contenido de la publicidad, así como el tamaño, color, tipo de letras, papel, gráficos, cantidad y lugares a distribuirse.
- b) Selección de medios publicitarios; se determinará cuál es el medio adecuado a emplear para emitir la publicidad diseñada. Estos medios pueden ser inicialmente por volantes y folletos, posteriormente, a medida que la situación de la empresa tenga mayor participación en el mercado y economía, se optará por colocar paneles gigantes en las avenidas principales, luego radio y televisión.
- c) Ejecución: se llevará a la práctica la publicidad establecida.

4.7.2 RECEPCIÓN DE CLIENTES

- a) Saludo; el recepcionista será la persona encargada de dar la bienvenida al cliente.
- b) Búsqueda del problema; el recepcionista (jefe de ventas) preguntará por el problema del vehículo.
- c) Tomar el pedido, para luego contactar al cliente con el mecánico.

4.7.3 ATENCIÓN

- a) Revisión del desperfecto junto con el cliente.
- b) Presentar al cliente un costo preliminar por el servicio.
- c) El recepcionista invita al cliente a la sala de espera, le ofrecerá alguna bebida, revistas o periódicos. (si el cliente se queda).

- d) Trasladar las herramientas y repuestos al lugar donde se ubica el vehículo.
- e) El mecánico procederá a arreglar el vehículo.

4.7.4 FACTURACIÓN Y COBRO

- a) realizar el comprobante de pago.
- b) Entregar el componente al cliente.
- c) Recepcionar y contar el dinero.
- d) Colocar el sello de cancelado al comprobante.

4.7.5 DESPEDIDA

- a) Indicar que el servicio prestado está organizado.
- b) Agradecer por la preferencia.
- c) Invitar a que regrese pronto.

4.8 REQUERIMIENTOS DEL SERVICIO

4.8.1 LISTADO DE LAS MAQUINAS Y EQUIPOS DEL TALLER

SERVICIO DE AFINAMIENTO DE MOTOR

- 2 analizadores de motor
- 2 Pistolas stroboscópicas
- 2 Medidores de comprensión
- 2 Estetoscopios mecánicos

SERVICIO DE CAMBIO DE ACEITE

- 1 Equipo de engrase
- 2 Baldes de aceite para caja y corona
- 2 Recipientes para recibir el aceite

- 2 Llenadores de aceite

SERVICIOS VARIOS

- 1 Compresora de aire de 110 lbs, 1.5 HP
- 1 Taladro portátil
- 1 Juego de brocas de 15 piezas
- 1 Lagarto de 2¼ toneladas
- 8 Caballetes
- 1 Tecla con capacidad de 2 toneladas
- 1 Prensa de 6"
- 1 Pistola de pintura de baja presión
- 1 Botella de oxígeno de 8 m³
- 1 Botella de acetileno de 4 m³
- 1 Equipo de accesorios para el soldador del autógena

4.8.2 LISTADO DE LAS HERRAMIENTAS EN GENERAL DE TALLER

- 2 Llaves de ruedas
- 3 carretillas para guardar herramientas
- 1 estuche de herramientas para mantenimiento general
 - ✓ Juego de impulsores ¼"
 - ✓ Juego de impulsores 3/8"
 - ✓ Juego de llaves de vaso flexible, impulsores 3/8"
 - ✓ Juegos de llaves de vasos hexágono profundo, impulsores 3/8"
 - ✓ Llave de vaso flexible para bujías
 - ✓ Chicharra impulso 3/8"
 - ✓ Impulsor de tuercas de ½"
 - ✓ Alargadera de 5", impulsor de ½"
 - ✓ Alargadera de 10", impulso ½"
 - ✓ Juego de pequeñas llaves poligonales
 - ✓ Juego de llaves combinadas
 - ✓ Llave para tuercas aborcadas
 - ✓ Llave poligonal chicharra
 - ✓ Juego de llaves hexagonales
 - ✓ Juego de herramientas para puesta a punto

- ✓ Alambre para calibrar contacto
 - ✓ Juego de alicates
 - ✓ Alicata cortador oblicuo
 - ✓ Martillo con punta plástica
 - ✓ Alicates pon boca cigüeña
 - ✓ Martillos 12 onzas
 - ✓ Arco de sierra
 - ✓ Juego de punzones y cinceles
 - ✓ Juego de destornilladores
 - ✓ Juego de destornilladores punta estrella
 - ✓ Destornillador comprobador de circuito
 - ✓ Cepillo de alambre
 - ✓ Extractor cable de batería
- 2 estuches de herramientas para mantenimiento básico
 - ✓ Juego de llaves impulso 38"
 - ✓ Juego de llaves impulso 1/2"
 - ✓ Juego de llaves combinada
 - ✓ Juego de llaves poligonales
 - ✓ Alicata de retención 7 1/2"
 - ✓ Alicata oblicuo 7 1/4"
 - ✓ Alicata boca cigüeña
 - ✓ Martillo de punta plástica 1 Lb.
 - ✓ Martillo bola 12 onzas
 - ✓ Raspador para sacar la carbonilla
 - ✓ Calibrador de alambres para bujías
 - ✓ Calibrador de contactos
 - ✓ Lima para contactos
 - ✓ Arco de sierra
 - ✓ Punzón para centrar; punta 3/16", longitud 6"
 - ✓ Punzón para clavijas 1/8"
 - ✓ Punzón para clavijas de reten 3/16"
 - ✓ Punzón para clavijas de reten 5/16"
 - ✓ Punzón para reparación 5/16"
 - ✓ Cincel hoja 1/2"
 - ✓ Cincel hoja 3/4"
 - ✓ Destornillador hoja # 2
 - ✓ Destornillador hoja # 4

- ✓ Destornillador hoja # 8
- ✓ Destornillador estrella hoja # 2
- ✓ Destornillador estrella hoja # 4
- ✓ Destornillador para comprobación de chispa
- ✓ Llave de vaso flexible para bujías

4.3.3 LISTADO DE LOS MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS ADMINISTRATIVOS

- 1 escritorio ejecutivo
- 1 escritorio para ventas
- 1 escritorio para jefe de taller
- 1 sillón giratorio ejecutivo
- 1 silla giratoria con brazo
- 6 sillas simples individuales
- 1 muebles para computadora
- 1 juego de sala
- 1 mesita de centro
- 1 computadora
- 1 impresora
- 2 calculadoras
- 1 armario para los uniformes del personal
- 1 archivador metálico de 4 gavetas
- 1 botiquín
- 2 extinguidores
- 1 mesa de trabajo de 2.5 x 1.5m

4.8.3 ACONDICIONAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA

De acuerdo a las características el local se ha visto por conveniente realizar un pintado general del local, la construcción de una sala de espera con baño, un almacén de herramientas, un camerino con su respectivo baño completa; además un baño simple en el exterior.

También, se tiene previsto realizar instalaciones eléctricas en las zonas de trabajo.

Además se realizara las decoraciones respectivas de las oficinas administrativas así como también de la sala de espera.

4.8.4 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

De acuerdo al servicio que se quiere brindar a la población, será necesario contar con el siguiente personal: 1 mecánico especialista y dos mecánicos. Este número de personal será para los años 1 y 2, a partir del tercer año se tendrá que incrementar un mecánico más para poder brindar el servicio adecuado frente al incremento de demanda.

4.9 PROGRAMA DE VENTAS DEL SERVICIO EN EL HORIZONTE DE PLANEAMIENTO

Durante la investigación se estableció que la empresa líder del mercado, prestaba 7,488 servicios, mientras que la empresa nueva vendía 3,120 servicios. Tomando en cuenta estas variables, se llegó a establecer el programa de ventas para la empresa en el horizonte de planeamiento como sigue:

| PROGRAMA DE VENTAS EN EL HORIZONTE DE PLANEAMIENTO | | | | | | |
|---|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| (Ventas anuales) | | | | | | |
| SERVICIOS | % | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| AFINAMIENTO | 35.99% | 1,123 | 1,460 | 1,799 | 2,246 | 2,696 |
| SERVICIO DE FRENOS | 20.74% | 647 | 841 | 1,036 | 1,293 | 1,552 |
| CAMBIO DE ACEITE | 22.92% | 715 | 929 | 1,145 | 1,430 | 1,716 |
| REP. DE EMBRAGUE | 4.36% | 136 | 177 | 218 | 272 | 326 |
| PINTURA | 2.88% | 90 | 118 | 145 | 182 | 218 |
| PLANCHADO | 2.56% | 80 | 103 | 127 | 159 | 191 |
| CAMBIO DE ANILLOS | 1.09% | 34 | 44 | 54 | 68 | 82 |
| REP. DE MOTOR | 3.27% | 102 | 133 | 163 | 204 | 244 |
| REP. DE CAJA DE CAMBIOS | 2.92% | 91 | 118 | 145 | 182 | 218 |

| | | | | | | |
|-----------------------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| REP. DE CORONA | 1.09% | 34 | 44 | 54 | 68 | 82 |
| SERV. ELÉCTRICO GRAL. | 2.18% | 68 | 89 | 110 | 136 | 163 |
| TOTAL | 100.00% | 3,120 | 4,056 | 4,996 | 6,240 | 7,488 |

4.10 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN FÍSICA DEL PROYECTO

| ACTIVIDADES | TIEMPO/DÍAS | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|------------------------------------|-------------|-------|---|---|------|---|----|----|
| ELABORACIÓN DEL PROYECTO | 90 | ————— | | | | | | |
| APROBACIÓN DEL PROYECTO | 15 | | | | — | | | |
| ENTREGA DEL FINANCIAMIENTO | 30 | | | | ———— | | | |
| CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD | 15 | | | | | — | | |
| ALQUILER DE LOCAL | 10 | | | | | — | | |
| ACONDICIONAMIENTO FÍSICO DEL LOCAL | 20 | | | | | | —— | |
| COMPRA DE HERRAMIENTAS Y EQUIPOS | 8 | | | | | | — | |
| COMPRA DE MOBILIARIOS | 5 | | | | | | | — |
| COMPRA DE ÚTILES DE OFICINA | 1 | | | | | | | — |
| MONTAJE DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS | 15 | | | | | | —— | |
| CONTRATACIÓN DEL PERSONAL | 15 | | | | | | —— | |
| GASTOS DE PRUEBA PUESTA EN MARCHA | 15 | | | | | | | —— |

CAPITULO V

ORGANIZACIÓN

5.4 MODALIDAD DE CONSTITUCIÓN

5.4.1 DETERMINACIÓN DE LA MODALIDAD DE EMPRESA

De acuerdo al proyecto, la empresa será constituida bajo la modalidad de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada E.I.R.L.; de esta manera se encuentra enmarcada dentro de las disposiciones del **DECRETO LEY Nº 21621**.

Se determina su situación jurídica como Micro Empresa, ya que el número de trabajadores es menor que 10 y los trabajadores de esta empresa están sujetos al régimen laboral de actividad privada.

5.4.2 PROFORMA DE LA MINUTA

MINUTA Señor Notario Público de esta Capital
doctor.....

Sírvase Usted extender, en su Registro de Escrituras Públicas una de Constitución de Pequeña Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, que otorga el señor Pedro Samir Alva Villegas, identifica con DNI Nº 47091262, soltero, domiciliado en Jr. Los Pinos 417, en los términos siguientes:

PRIMERO.- Las otorgantes se comprometen a constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada al amparo del Decreto ley Nº 21621, sus modificatorias y complementarias, para dedicarse a prestar servicios, la que se denominará “Happy Car E.I.R.L.”

TERCERO.- La empresa se registrará de conformidad con el siguiente estatuto:

ESTATUTO

CAPÍTULO PRIMERO

DETERMINACIÓN, OBJETO, DURACIÓN Y DOMICILIO DE LA EMPRESA

Artículo Primero.- La denominación de la Empresa que por esta escritura se constituye es Happy Car E.I.R.L, cuyo Titular es el señor Pedro Samir Alva Villegas.

Artículo Segundo.- El objeto de la Empresa es la prestación de servicios.

Artículo Tercero.- La Empresa tendrá una duración indeterminada, con las limitaciones que señala la Ley e iniciará una duración indeterminada, con las limitaciones que señala la Ley e iniciará sus actividades al inscribirse en el Registro Mercantil esta Escritura, los actos y contratos celebrados en su nombre antes de que aquella se inscriba en los Registro Públicos será reconocidos como válidos y ratificados al adquirir la Empresa su personalidad jurídica plena.

Artículo Cuarto.- El domicilio de la Empresa se fija en el distrito de san Juan de Lurigancho - Lima, pudiendo establecer sucursales en cualquier lugar del país.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL DE LA EMPRESA, DE LOS EFECTOS DEL APORTE Y DE LA RESPONSABILIDAD DEL TITULAR

Artículo Quinto.- el capital de la Empresa es de S/. 57,951 (cincuenta y siete mil novecientos cincuenta y un nuevos soles) totalmente pagado y aportado por el titular en efectivo.

Artículo Sexto.- Dicha suma de dinero, queda en consecuencia, transferida a favor de la Empresa en forma definitiva, como capital de la misma, desde la fecha de otorgamiento de este instrumento la Empresa

reconoce a favor de Pedro Samir Alva Villegas el derecho sobre ese dinero y los beneficios netos que se obtendrán en los ejercicios sucesivos.

Artículo Séptimo.- La responsabilidad del Titular queda limitada exclusivamente al capital aportado a la Empresa. El titular responderá personalmente ante los acreedores de la Empresa con sus demás bienes, propios o comunes, sino en los casos que determinan la Ley.

CAPITULO TERCERO

DE LOS ÓRGANOS DE LA EMPRESA

Artículo Octavo.- Son órganos de la Empresa:

- a) Titular
- b) La Gerencia

Artículo noveno.- El titular es el órgano máximo de la Empresa y tiene a su cargo la decisión sobre los bienes y actividades de ésta. Corresponde al titular:

- Aprobar o desaprobado las cuentas y el balance general de cada ejercicio;
- Disponer la aplicación de los beneficios netos luego de efectuar la cobertura de la participación de los trabajadores y de las reservas y provisiones legales;
- Designar y sustituir Gerente Apoderados, así como los liquidadores, otorgándoles los poderes requeridos para el cumplimiento de sus funciones;
- Modificar la Escritura de Constitución de la Empresa, aumentar el capítulo reducirlo, transportar, funcionar, disolver y liquidar la Empresa;
- Decidir sobre los demás asuntos que requiera el interés de la Empresa o que la Ley señale.

Artículo Décimo.- El titular responderá personalmente ante terceros en forma limitada:

Cuando no se designe al representante legal de la Empresa;

Si hubiera efectuado retiros del patrimonio de la Empresa o no correspondan a beneficios debidamente comprobados,

c) Si producida un pérdida del cincuenta por ciento o más del capital y transcurrido un ejercicio económico persistiera tal situación sin haberse compensado el desmedro, y no se hubiera dispuesto la reducción del capital o la disolución de la Empresa.

Artículo Undécimo.- La Gerencia es el órgano administrativo de la Empresa y tiene la representación legal de la misma. Gerencia será desempeñada por una persona natural o por varias con capacidad para contratar, las que se señalaran por el Titular, quien les conferirá los mandatos, generales o especiales, que estimare convenientes.

Artículo Duodécimo.- El cargo de Gerente es personal e indelegable y de duración indeterminada, el nombramiento puede ser revocado en cualquier momento por él.

El cargo concluye, además por renuncia, por muerte, por enfermedad que lo imposibilite para ejercerlo y por incapacidad civil del Gerente.

Artículo Decimos Tercero.- Corresponde al Gerente:

- Organizar el régimen interno de la Empresa contratando al personal necesario, fijándose sus remuneraciones y dar por terminado sus servicios;
- Realizar los actos y celebrar los contratos que fueran necesarios para el cumplimiento de los fines de la Empresa;
- Representar a la Empresa, judicialmente y extrajudicialmente;
- Velar por la existencia, regularidad y veracidad de los libros y registros contables, formulando en su oportunidad las cuentas y el balance general. e) Dar cuenta al Titular, periódicamente de la marcha de la Empresa.

- Ejercer las demás atribuciones que le señalen la Ley o le confiere el Titular.

Artículo Décimo Cuarto.- El Gerente responderá personalmente ante el Titular y ante terceros por los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus deberes; siendo particularmente responsable por la conservación de los bienes de la Empresa consignados en los inventarios, así como los fondos de la misma y en general, del patrimonio de la Empresa, así como por ejemplo indebido de los recursos de la Empresa en negocios distintos a su objeto.

El Titular será solidariamente responsable por el gerente por los actos infractores de la Ley que practique este y que constan de Acta, si no lo impugna judicialmente. Dentro de los quince días de asentada el Acta, salvo que acredite no haber podido conocerlos en su oportunidad. Las acciones de responsabilidad contra el Gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar.

Artículo Décimo Quinto.- Las decisiones del titular referentes a los asuntos que se indicada en el artículo 9º y 13º de estos Estatutos y a las demás que sea necesario dejar constancia, se asentarán en un libro de Actas legalizado conforme a Ley. En cada acto se anotará el lugar, la fecha y hora en que asienta el Acta tiene fuerza legal desde el momento de suscripción.

Artículo Decimos Sexto.- El nombramiento y remoción del Gerente y demás apoderados se hará por el Titular por Acta en la que constarán las facultades que se le confieren. Copia legalizada notarialmente de dicha Acta servirá para él título para su inscripción en el registro Mercantil conforme al Artículo 46º de Decreto Ley Nº 21621.

CAPITULO CUARTO

DE LA MODIFICACIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN Y DEL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL

Artículo Décimo Séptimo.- En cualquier tiempo puede el Titular modificar los términos de la escritura de constitución de la Empresa aumentar o reducir el capital, siguiendo en cada caso los procedimientos establecidos por Decreto Ley N°21621

CAPITULO QUINTO

DEL BALANCE Y DISTRIBUCIÓN DE LOS BENEFICIOS

Artículo Décimo Octavo.- Dentro del plazo máximo de 80 días contados a partir de la fecha de cierre del ejercicio económico anual, el gerente deberá presentar al Titular al Balance General y las cuentas, no importa la liberación y el descargo del Gerente por la responsabilidad que pudiera corresponderle.

Artículo Décimo noveno.- Determinamos los beneficios netos se procederá al cálculo de la Repartición de Utilidades conforme a Ley Artículo Vigésimo.- Cuando la Empresa obtenga beneficios líquidos superiores al 7% de su capital, deberá de traer de ellos un 10% para formar el fondo de reserva legal hasta alcanzar la quinta parte del capital de la Empresa.

Artículo Vigésimo Primero.- El Titular tiene el derecho, luego de efectuadas las deducciones indicadas en las cláusulas que anteceden a percibir los beneficios obtenidos, siempre que el valor del patrimonio de la Empresa no resulte inferior al capital.

CAPITULO SEXTO

DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA

Artículo Vigésimo Segundo.- La transformación de la Empresa a otro tipo de sociedad puede ser acordada por el titular, con arreglo a las disposiciones legales vigentes.

Artículo Vigésimo Tercero.- La fusión de la empresa con otra se efectuará con arreglo a las disposiciones de Ley. La fusión y disolución se hará constar por escritura pública que se inscribirá en el registro.

Artículo Vigésimo Cuarto.- La disolución de la Empresa procede:

- Por voluntad del titular, con arreglo a los trámites Ley;
- Por conclusión a su objeto o imposibilidad sobreviviente de realizarlo;
- Por fusión en los casos señalados por la Ley;
- Por muerte del Titular;
- Por quiebra de la Empresa;

f) Por producirse pérdidas que reduzcan el patrimonio de la Empresa en más del 50% si transcurrido un ejercicio económico no se hubiere compensando de desmedro, o reducido el capital;

g) Por resolución judicial, en los casos señalados por la Ley.

Artículo Vigésimo Quinto.- El cargo de liquidador puede ser asumido por el Titular, el Gerente u otra persona que designe el titular o el Juez, en su caso. El cargo de liquidador puede ser renovado en cualquier momento por el Titular o por el Juez, en su caso. El liquidador ceñirá su actuación a las disposiciones establecidas en la Ley de la materia.

Artículo Vigésimo Sexto.- Liquidada la Empresa y pagados los acreedores de aquella, el titular tiene derecho al remite de la liquidación, así

como a los libros y documentos de la Empresa, por el término de 5 años, bajo su responsabilidad.

CAPITULO SÉPTIMO

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.- De conformidad con el Artículo 48º del Decreto de Ley Nº21621 se designa como primer Gerente al seños Pedro Samir Alva Villegas, quien en su condición de titular asume el cargo de "Titular Gerente" de la Empresa con las atribuciones señaladas en los Estatutos y en la Ley.

Segunda.- La Empresa "Happy Car" E.I.R.L, otorga poder a favor del señor Pedro Samir Alva Villegas quien en su condición de Titular asume el cargo de "Titular Gerente" de la Empresa, con las atribuciones señaladas en los Estatutos y en la Ley.

Tercera.- La Empresa "Happy Car" E.I.R.L, otorga poder a favor de Pedro Samir Alva Villegas para que a sola firma, ejercite las siguientes facultades:

- a) Representar a la Empresa ante toda clase de entidades y personas de los sectores públicos y no públicos nacional o extranjero, suscribiendo bajo el sello de la Empresa toda clase de comunicaciones, solicitudes, recursos o correspondencia, presentando propuestas, cotizaciones y proforma en licitaciones, invitaciones o concursos de precios;
- b) Representar a la Empresa ante toda clase de autoridades, ya sean administrativas, políticas, judiciales o municipales, pudiendo presentar en nombre de ella toda clase de solicitudes, recursos y reclamaciones.
- c) Representar a la Empresa de toda clase de procedimientos judiciales y administrativos, juntas de acreedores, quiebras, liquidaciones extrajudiciales, con las facultades generales del mandato y todas las especiales del Artículo 10º del Código Procesal Civil, especialmente para contestar demandas, celebrar transacciones, prestar confesión, reconocimiento de documentos, otorgar poderes para pleitos y revocarlos y representar a la Empresa en Procedimientos laborales.

- d) En el orden comercial solicitar la apertura y en el cierre de cuentas corrientes, girar cheques sobre fondos propios o en sobregiro, endosar suscribir vales y pagarés y descontarlos, solicitar sobregiros, solicitar contratos de préstamos, créditos o avances de cuentas corrientes con o sin garantía, pactando las condiciones, solicitar fianza, afianzar y prestar aval para operaciones a nombre de la Empresa, contratar seguros y endosar pólizas, comprar y vender muebles, cobrar y otorgar cancelaciones y recibos.

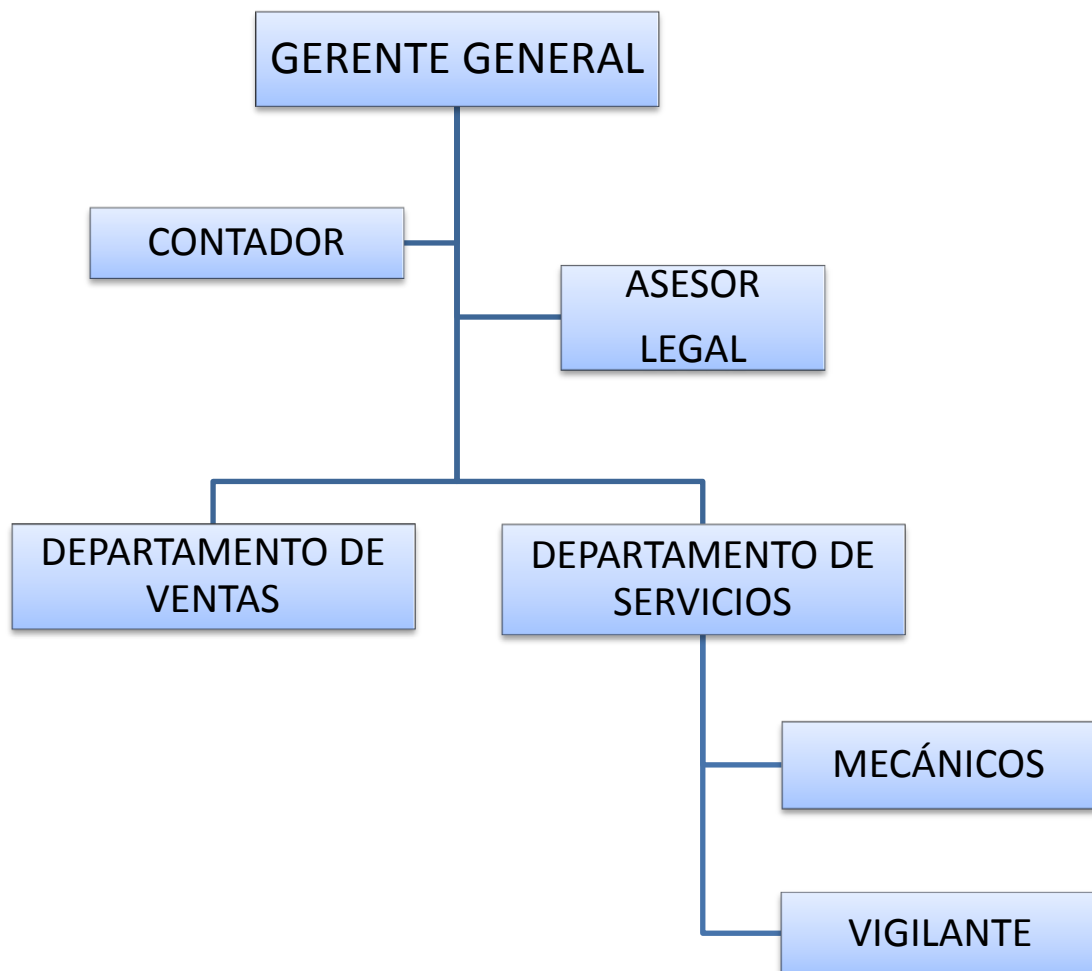
Usted Señor notario agregará las demás formalidades de Ley cuidando de insertar en el cuerpo de la escritura pública la resolución que autoriza la constitución de la Empresa, y pasará partes al Registro Mercantil de Lima, para su inscripción conforme a Ley.

Lima,.....de.....del.....

FIRMAS

5.5 MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

5.5.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



5.5.2 MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones constituye uno de los instrumentos que explicara la naturaleza de la función para un mejor desempeño en el cumplimiento de los objetivos sociales de la empresa, a través de las cuales se determinara la coordinación efectiva dentro de la organización, incluyendo deberes, autoridad y responsabilidad que involucra a través de sus políticas y reglamentos.

GERENTE GENERAL

Máximo representante de la empresa.

FUNCIONES:

- Planificar, organizar, dirigir y controlar la administración interna de la empresa para cumplir con los objetivos.
- Nombrar o contratar personal.
- Representar a la empresa ante toda clase de procedimientos judiciales, civiles, políticas y administrativas.
- Celebrar toda clase de contratos.
- Definir las políticas de compra de materiales directos del taller.
- Mantener actualizada la lista de precios por los servicios.
- Llevar los registros contables.
- coordinar con el contador sobre las leyes vigentes para el registro de los libros contables.
- Aprobar las campañas publicitarias y promocionales.

DEPARTAMENTO DE VENTAS

Es el órgano en línea que depende de la Gerencia General encargado de la comercialización de los servicios mecánicos, su objetivo principal es realizar una serie de actividades que den como resultado lograr ventas satisfactorias al cliente, en coordinación con el departamento de servicios.

FUNCIONES:

- Planear, organizar, dirigir y controlar las ventas por los servicios mecánicos que ofrece la empresa.
- Recepcionar al cliente y contactarlo con el departamento de servicio (jefe de taller)
- Coordinar con el departamento de servicio para elaborar el presupuesto.
- Presentar al cliente el presupuesto por el servicio.
- Realizar la facturación y cobranza.
- Desarrollar planes y campañas publicitarias en coordinación con el Gerente General.
- Preparar el diseño de los volantes y promociones.
- Tener al día el registro de ventas.

DEPARTAMENTO DE SERVICIOS

Es el órgano en línea que depende de la Gerencia General encargado de la reparación y/o mantenimiento de los vehículos que ingresan al local con la finalidad de logra un servicio excelente y la satisfacción de los clientes. Tiene a su cargo la supervisión de los mecánicos y del vigilante.

FUNCIONES:

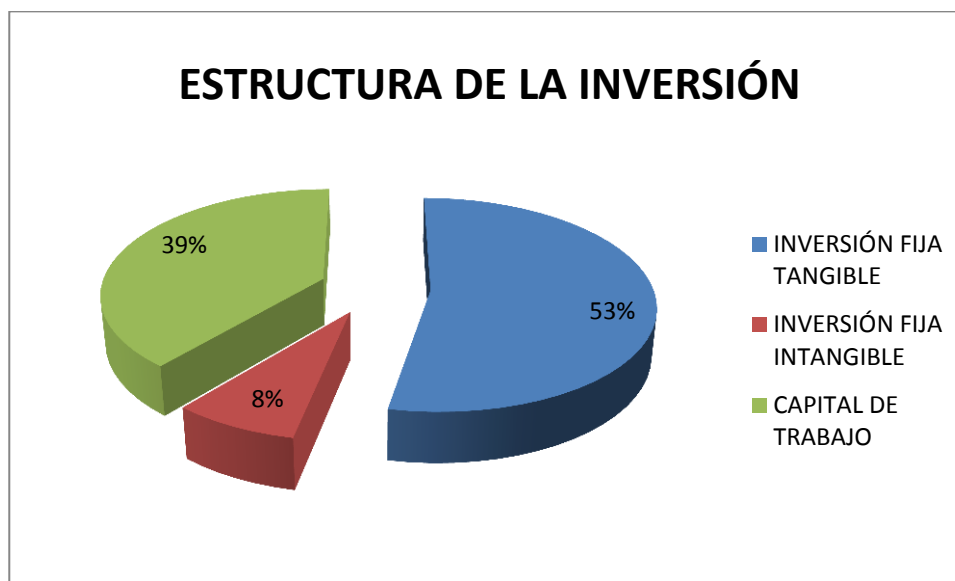
- Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades del taller para su funcionamiento y prestar un buen servicio a los clientes.
- Diagnosticar la situación de los vehículos.
- Coordinar y entregar los resultados del diagnóstico al departamento de ventas.
- Designar al personal operativo (mecánicos) para la reparación y/o mantenimiento de los vehículos.
- Presentar informe final al departamento de ventas en la reparación y/o mantenimiento que se realizó al vehículo.
- Mantener en un buen estado operativo las maquinas, equipos y herramientas.

5.6 TRAMITES DE CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL

- ✓ Minuta de constitución
- ✓ Escritura publica
- ✓ Inscripción en registros públicos
- ✓ Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Legalizar ante Notario Público los libros y registros contables que corresponden a su régimen empresarial y tributario.
- ✓ Obtener licencia de funcionamiento municipal

CAPITULO VI**INVERSIÓN****2.9 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

| RUBROS | PARCIALES | TOTALES | % |
|--------------------------------------|------------------|------------------|----------------|
| I. INVERSIÓN FIJA | | 35,378.00 | 61.05% |
| INVERSIÓN FIJA TANGIBLE | | 30,832.00 | 53.20% |
| Maquinaria y equipo | 12,201.00 | | |
| Herramientas | 6,986.00 | | |
| Muebles y enseres | 11,645.00 | | |
| INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE | | 4,546.00 | 7.84% |
| Constitución de la sociedad | 2,096.00 | | |
| Montaje de las maquinarias y equipos | 525.00 | | |
| Pruebas y puesta en marcha | 525.00 | | |
| Acondicionamiento físico del local | 1,400.00 | | |
| II. CAPITAL DE TRABAJO | | 22,573.00 | 38.95% |
| EXISTENCIAS | | 644.00 | 1.11% |
| Materiales y útiles de oficina | 280.00 | | |
| Volantes | 119.00 | | |
| Promociones | 245.00 | | |
| DISPONIBLE | | 12,479.00 | 21.53% |
| Adelanto de alquiler | 3,150.00 | | |
| Sueldos | 3,269.00 | | |
| Salarios | 3,500.00 | | |
| Publicidad (letreros, paneles) | 88.00 | | |
| Agua, luz y teléfono | 390.00 | | |
| imprevistos | 2,082.00 | | |
| EXIGIBLES | | 9,450.00 | 16.31% |
| Garantías de alquiler | 9,450.00 | | |
| TOTAL | | 57,951.00 | 100.00% |



La inversión total del proyecto asciende a S/ 57,951.00 de este monto el 53.20% (S/30,832.00) corresponde a la inversión fija tangible, el 7.84% (S/ 4,546.00) a la inversión fija intangible y el 38.95% (S/ 22,573.00) al capital de trabajo.

2.9.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija del proyecto ascienden a S/ 35,378.00 de los cuales S/30,832.00 corresponde a la inversión fija tangible y S/ 4,546.00 son de la inversión fija intangible.

La inversión fija tangible comprende a los rubros de maquinarias, equipos, herramientas, muebles y enseres; los que tienen mayor inversión son las maquinarias y equipos (S/ 12,201.00) y muebles y enseres (S/ 11,645.00).

La inversión fija intangible corresponde a los gastos de formalización y operatividad de la empresa en el ámbito empresarial, tales como gastos de constitución, montaje de las maquinarias y equipos, pruebas y puesta en marcha y acondicionamiento del local.

2.9.2 CAPITAL DE TRABAJO

La inversión total del capital de trabajo asciende a S/ 22,573.00; este monto está distribuido en tres rubros principales: existencias, disponible y exigible. El capital de trabajo servirá para los diferentes gastos operativos durante el periodo de un mes. El rubro que mayor incidencia tiene en el disponible (55.28 %), para ello se está provisionando el adelanto de alquiler, los sueldos y salarios, el pago a la municipalidad por letreros, paneles, los servicios básicos y un 10% de imprevistos que se pueda tener en el momento de la ejecución.

Dentro del rubro de exigible se considera solamente la garantía que se tiene que abonar al propietario del inmueble, dicha garantía es por tres meses, el cual asciende a S/ 9,450.00.

INVERSIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | TOTAL S/ |
|---|----------|
| SERVICIO DE AFINAMIENTO DE MOTOR | |
| 2 Analizadores de motor | 2,072.00 |
| 2 Pistolas Estroboscópicas | 1,190.00 |
| 2 Medidores de comprensión | 199.50 |
| 2 Estetoscopios mecánicos | 210.00 |
| SERVICIO DE CAMBIO DE ACEITE | |
| 1 Equipo de engrase | 689.50 |
| 2 Baldes de aceite para caja y corona | 1,554.00 |
| 2 Llenadores de aceite | 35.00 |
| 2 Recipientes para recibir el aceite | 70.00 |
| SERVICIOS VARIOS | |
| 1 Compresora de aire | 875.00 |
| 1 Taladro portátil | 612.50 |
| 1 Juego de brocas de 15 piezas | 59.50 |
| 2 Lagartos de 2 1/4 toneladas | 1,599.50 |
| 8 Caballetes | 189.00 |
| 1 Tecla de dos toneladas | 315.00 |
| 1 Prensa de 6" | 150.50 |

| | |
|--------------------------------------|------------------|
| 1 Pistola de pintura de baja presión | 157.50 |
| 1 Botella de oxígeno de 8m3 | 714.00 |
| 1 Equipo de acetileno de 4m3 | 801.50 |
| 1 Equipo de oxígeno liviano | 707.00 |
| TOTAL | 12,201.00 |

INVERSIONES EN HERRAMIENTAS

| HERRAMIENTAS | TOTAL S/ |
|--|-----------------|
| 1 Estuche de herramientas para mantenimiento general de 137 piezas | 2,415.00 |
| 2 Estuches de herramientas para mantenimiento básico de 88 piezas | 2,940.00 |
| 3 Carretillas metálicas para guardar las herramientas | 1,575.00 |
| 2 Llaves de rueda | 56.00 |
| TOTAL | 6,986.00 |

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

| DESCRIPCIÓN | TOTAL S/ |
|---|----------|
| 1 Escritorio ejecutivo | 374.50 |
| 1 Escritorio para ventas | 280.00 |
| 1 Escritorio para jefe de taller | 234.50 |
| 1 Sillón giratorio ejecutivo | 234.50 |
| 1 Silla giratoria con brazos | 224.00 |
| 6 Sillas plegables simples individuales | 434.00 |
| 1 Mueble para computadora | 304.50 |
| 1 Juego de salas | 980.00 |

| | |
|--|-----------------|
| 1 Mesa de sala | 147.00 |
| 1 Computadora | 4200.00 |
| 1 Impresora | 682.50 |
| 2 Calculadoras electrónicas | 490.00 |
| 1 Armario para uniformes del personal | 945.00 |
| 1 Mesa de trabajo de 2.5 x 1.5m | 777.00 |
| 1 Archivador metálico de 4 gavetas | 185.50 |
| 1 Botiquín | 32.00 |
| 2 Extinguidores de polvo seco de 9 kg. | 465.50 |
| 10 Overoles para los mecánicos | 654.50 |
| TOTAL | 11645.00 |

CAPITULO VII**PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS****1.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS****1.4.1 PRECIOS DE VENTA**

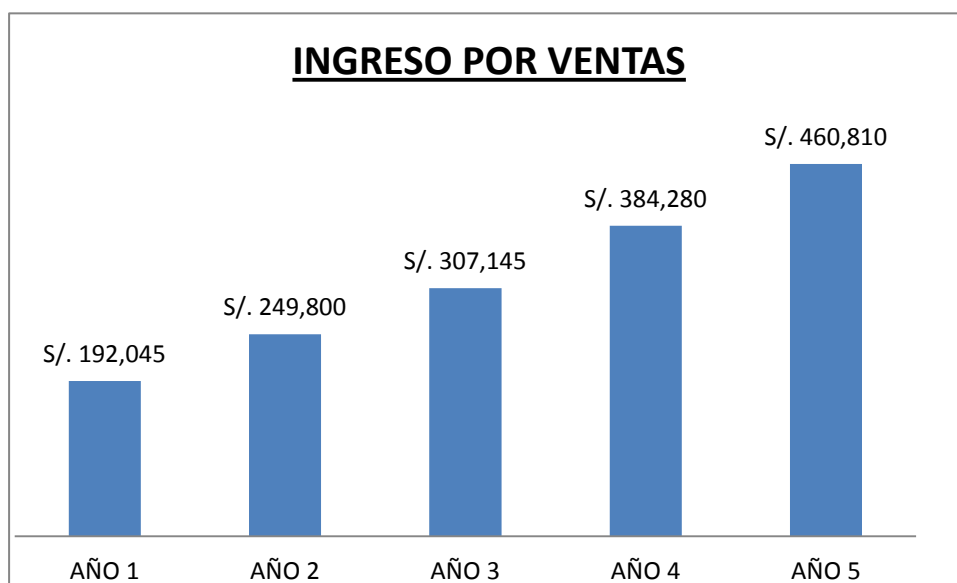
A continuación se presenta los precios de venta de los 11 servicios que se ofrecerá en la Factoría.

| SERVICIOS | PRECIOS S/ |
|-------------------------|-----------------------|
| AFINAMIENTO | 40.00 |
| SERVICIO DE FRENOS | 30.00 |
| CAMBIO DE ACEITE | 25.00 |
| REP. DE EMBRAGUE | 25.00 |
| PINTURA | 150.00 |
| PLANCHADO | 80.00 |
| CAMBIO DE ANILLOS | 230.00 |
| REP. DE MOTOR | 500.00 |
| REP. DE CAJA DE CAMBIOS | 200.00 |
| REP. DE CORONA | 200.00 |
| SERV. ELÉCTRICO GRAL. | 40.00 |

1.4.2 INGRESOS POR VENTAS

En el cuadro de ingresos por ventas de servicios, mostramos los ingresos en los 5 años de operación.

| SERVICIOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| AFINAMIENTO | 44,920 | 58,400 | 71,960 | 89,840 | 107,840 |
| SERVICIO DE FRENOS | 19,410 | 25,230 | 31,080 | 38,790 | 46,560 |
| CAMBIO DE ACEITE | 17,875 | 23,225 | 28,625 | 35,750 | 42,900 |
| REP. DE EMBRAGUE | 3,400 | 4,425 | 5,450 | 6,800 | 8,150 |
| PINTURA | 13,500 | 17,700 | 21,750 | 27,300 | 32,700 |
| PLANCHADO | 6,400 | 8,240 | 10,160 | 12,720 | 15,280 |
| CAMBIO DE ANILLOS | 7,820 | 10,120 | 12,420 | 15,640 | 18,860 |
| REP. DE MOTOR | 51,000 | 66,500 | 81,500 | 102,000 | 122,000 |
| REP. DE CAJA DE CAMBIOS | 18,200 | 23,600 | 29,000 | 36,400 | 43,600 |
| REP. DE CORONA | 6,800 | 8,800 | 10,800 | 13,600 | 16,400 |
| SERV. ELÉCTRICO GRAL. | 2,720 | 3,560 | 4,400 | 5,440 | 6,520 |
| TOTAL | S/. 192,045 | S/. 249,800 | S/. 307,145 | S/. 384,280 | S/. 460,810 |



1.5 PRESUPUESTO DE EGRESOS**1.5.1 COSTOS DIRECTOS**

Dentro de los costos directos se considera la mano de obra directa y los materiales directos. En lo que respecta a los materiales varía en función del incremento de la demanda.

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**MECÁNICOS**

| PERIODO | NRO. TRABAJADORES | SUELDO PROMEDIO | COSTO ANUAL | ESSALUD | CTS | TOTAL S/ |
|--------------|-------------------|-----------------|-------------|---------|--------|----------|
| AÑO 1 | 2 | 1,000 | 28,000 | 2,160 | 4,664 | 34,824 |
| AÑO 2 | 2 | 1,000 | 28,000 | 2,160 | 4,664 | 34,824 |
| AÑO 3 | 3 | 1,000 | 42,000 | 3,240 | 6,996 | 52,236 |
| AÑO 4 | 4 | 1,000 | 56,000 | 4,320 | 9,328 | 69,648 |
| AÑO 5 | 5 | 1,000 | 70,000 | 5,400 | 11,660 | 87,060 |

PRESUPUESTO DE MATERIALES DIRECTOS

| MATERIALES | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Huaypes | 1,456 | 1,894 | 2,331 | 2,912 | 3,493 |
| Franelas | 224 | 291 | 357 | 448 | 539 |
| Tacos | 105 | 137 | 168 | 210 | 252 |
| Lijas | 1,225 | 1,593 | 1,960 | 2,450 | 2,940 |
| Cepillos metálicos | 77 | 102 | 126 | 158 | 189 |
| Cepillos de plástico | 35 | 46 | 56 | 70 | 84 |
| Brochas | 56 | 74 | 91 | 116 | 140 |

| | | | | | |
|-----------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Grasa | 1,960 | 2,548 | 3,133 | 3,917 | 4,701 |
| Silicona | 805 | 1,047 | 1,288 | 1,610 | 1,932 |
| Pegamentos | 263 | 343 | 424 | 529 | 634 |
| Masilla | 980 | 1,274 | 1,568 | 1,960 | 2,352 |
| Tiner | 595 | 774 | 952 | 1,190 | 1,428 |
| TOTAL S/ | 7,781 | 10,119 | 12,453 | 15,568 | 18,683 |

1.5.2 COSTOS INDIRECTOS

En lo que respecta a los costos indirectos se considera la mano de obra indirecta (jefe de taller y vigilante), los materiales indirectos y los gastos indirectos como depreciación, amortización y gastos diversos.

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

JEFE DE TALLER

| PERIODO | NRO. TRABAJADORES | SUELDO PROMEDIO | COSTO ANUAL | ESSALUD | CTS | TOTAL S/ |
|--------------|-------------------|-----------------|-------------|---------|-------|----------|
| AÑO 1 | 1 | 1,200 | 16,800 | 1,296 | 2,800 | 20,896 |
| AÑO 2 | 1 | 1,200 | 16,800 | 1,296 | 2,800 | 20,896 |
| AÑO 3 | 1 | 1,200 | 16,800 | 1,296 | 2,800 | 20,896 |
| AÑO 4 | 1 | 1,200 | 16,800 | 1,296 | 2,800 | 20,896 |
| AÑO 5 | 1 | 1,200 | 16,800 | 1,296 | 2,800 | 20,896 |

VIGILANCIA

| PERIODO | NRO. TRABAJADORES | SUELDO PROMEDIO | COSTO ANUAL | ESSALUD | CTS | TOTAL S/ |
|----------------|--------------------------|------------------------|--------------------|----------------|------------|-----------------|
| AÑO 1 | 1 | 800 | 11,200 | 864 | 1,866 | 13,930 |
| AÑO 2 | 1 | 800 | 11,200 | 864 | 1,866 | 13,930 |
| AÑO 3 | 1 | 800 | 11,200 | 864 | 1,866 | 13,930 |
| AÑO 4 | 1 | 800 | 11,200 | 864 | 1,866 | 13,930 |
| AÑO 5 | 1 | 800 | 11,200 | 864 | 1,866 | 13,930 |

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

| MATERIALES | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Escobas | 63 | 63 | 77 | 91 | 109 |
| Recogedor | 18 | 18 | 35 | 35 | 53 |
| Detergente | 105 | 137 | 168 | 210 | 252 |
| Jabón | 18 | 18 | 21 | 21 | 25 |
| Toallas | 46 | 46 | 63 | 77 | 95 |
| Ácido muriático | 95 | 95 | 116 | 144 | 172 |
| Desinfectante | 186 | 186 | 228 | 284 | 340 |
| Desatorado | 25 | 25 | 49 | 49 | 74 |
| Medicamentos | 175 | 175 | 217 | 273 | 329 |
| TOTAL S/ | 728 | 760 | 973 | 1,183 | 1,446 |

PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS

| MATERIALES | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Luz | 1,306 | 1,698 | 2,086 | 2,608 | 3,133 |
| Agua | 746 | 970 | 1,194 | 1,495 | 1,792 |
| Carga de extinguidor | 126 | 126 | 126 | 126 | 126 |
| TOTAL S/ | 2,177 | 2,793 | 3,406 | 4,228 | 5,051 |

PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS**DEPRECIACIÓN**

| ACTIVO | VALOR LIBROS | % | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | VALOR RESIDUAL |
|-------------------|---------------------|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Maq. Y Equip. | 12,201 | 20% | 2440 | 2440 | 2440 | 2440 | 2440 | 0.00 |
| Herra- mientas | 6,986 | 20% | 1397 | 1397 | 1397 | 1397 | 1397 | 0.00 |
| TOTAL S/ | 19,187 | | 3837 | 3837 | 3837 | 3837 | 3837 | 0.00 |

PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS**AMORTIZACIÓN**

| ACTIVO | VALOR LIBROS | % | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | VALOR RESIDUAL |
|-----------------|---------------------|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| intangible | 4,547 | 20% | 909 | 909 | 909 | 909 | 909 | 0.00 |
| TOTAL S/ | 4,547 | | 909 | 909 | 909 | 909 | 909 | 0.00 |

1.5.3 GASTO DE VENTA

Para los gastos de venta, se está considerando los laborales y otros gastos que pueda ocasionar el departamento de ventas.

PRESUPUESTOS DE GASTOS LABORALES**JEFE DE VENTAS**

| PERIODO | NRO. TRABAJADORES | SUELDO PROMEDIO | COSTO ANUAL | ESSALUD | CTS | TOTAL S/ |
|----------------|--------------------------|------------------------|--------------------|----------------|------------|-----------------|
| AÑO 1 | 1 | 700 | 9800 | 756 | 1634 | 12,190 |
| AÑO 2 | 1 | 700 | 9800 | 756 | 1634 | 12,190 |
| AÑO 3 | 1 | 700 | 9800 | 756 | 1634 | 12,190 |
| AÑO 4 | 1 | 700 | 9800 | 756 | 1634 | 12,190 |
| AÑO 5 | 1 | 700 | 9800 | 756 | 1634 | 12,190 |

PRESUPUESTOS DE OTROS GASTOS DE VENTA

| ACTIVIDADES | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Volantes | 714 | 714 | 714 | 714 | 714 |
| Letreros | 907 | 907 | 907 | 907 | 907 |
| Promociones | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| TOTAL | 5821 | 5821 | 5821 | 5821 | 5821 |

1.5.4 GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

En el área administrativa se considera los presupuestos de gastos laborales, materiales de oficina, depreciación, alquiler y otros.

PRESUPUESTO DE GASTOS LABORALES**GERENTE GENERAL**

| PERIODO | NRO. TRABAJADORES | SUELDO PROMEDIO | COSTO ANUAL | ESSALUD | CTS | TOTAL S/ |
|---------|-------------------|-----------------|-------------|---------|-------|----------|
| AÑO 1 | 1 | 1,400 | 19,600 | 1,512 | 1,634 | 22,746 |
| AÑO 2 | 1 | 1,400 | 19,600 | 1,512 | 1,634 | 22,746 |
| AÑO 3 | 1 | 1,400 | 19,600 | 1,512 | 1,634 | 22,746 |
| AÑO 4 | 1 | 1,400 | 19,600 | 1,512 | 1,634 | 22,746 |
| AÑO 5 | 1 | 1,400 | 19,600 | 1,512 | 1,634 | 22,746 |

PRESUPUESTO DE MATERIALES DE OFICINA

| AÑOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------|----------|----------|----------|----------|----------|
| COSTOS | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 |

DEPRECIACIÓN

| ACTIVO | VALOR LIBROS | % | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | VALOR RESIDUAL |
|-------------------|------------------|-----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Muebles y enseres | 11,645.00 | 20% | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 0.00 |
| TOTAL S/ | 11,645.00 | | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 0.00 |

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ALQUILER

| AÑOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Alquiler | 37,800.00 | 37,800.00 | 37,800.00 | 37,800.00 | 37,800.00 |

1.5.5 GASTOS FINANCIEROS

| P | I | C | A | S |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 0 | | | | 23,180 |
| 1 | 13,213 | 1,547 | 14,760 | 21,633 |
| 2 | 12,331 | 2,429 | 14,760 | 19,203 |
| 3 | 10,946 | 3,814 | 14,760 | 15,389 |
| 4 | 8,772 | 5,988 | 14,760 | 9,401 |
| 5 | 5,359 | 9,401 | 14,760 | |
| | 50,620 | 23,180 | 73,800 | |

Como podemos ver a lo largo de los 5 años, tendremos que pagar S/50,620.00 correspondiente a intereses.

PRESUPUESTO GENERAL DE LOS GASTOS OPERATIVOS

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTOS DIRECTOS | 42,605.00 | 44,943.00 | 64,689.00 | 85,216.00 | 105,743.00 |
| Mano de obra directa | 34,824.00 | 34,824.00 | 52,236.00 | 69,648.00 | 87,060.00 |
| Materiales directos | 7,781.00 | 10,119.00 | 12,453.00 | 15,568.00 | 18,683.00 |
| COSTOS INDIRECTOS | 42,477.00 | 43,125.00 | 43,951.00 | 44,983.00 | 46,069.00 |
| Mano de obra indirecta | 34,826.00 | 34,826.00 | 34,826.00 | 34,826.00 | 34,826.00 |
| Materiales indirectos | 728.00 | 760.00 | 973.00 | 1,183.00 | 1,446.00 |
| Depreciación | 3,837.00 | 3,837.00 | 3,837.00 | 3,837.00 | 3,837.00 |
| Gastos indirectos | 3,086.00 | 3,702.00 | 4,315.00 | 5,137.00 | 5,960.00 |
| GASTOS DE VENTA | 18,011.00 | 18,011.00 | 18,011.00 | 18,011.00 | 18,011.00 |
| Gastos laborales | 12,190.00 | 12,190.00 | 12,190.00 | 12,190.00 | 12,190.00 |
| Otros gastos de venta | 5,821.00 | 5,821.00 | 5,821.00 | 5,821.00 | 5,821.00 |
| GTOS. GRALES. Y ADMIN. | 66,235.00 | 66,235.00 | 66,235.00 | 66,235.00 | 66,235.00 |
| Gastos laborales | 22,746.00 | 22,746.00 | 22,746.00 | 22,746.00 | 22,746.00 |
| Materiales/ut. De ofic. | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 | 3,360.00 |
| Depreciación | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 | 2,329.00 |
| Alquileres | 37,800.00 | 37,800.00 | 37,800.00 | 37,800.00 | 37,800.00 |
| GASTOS FINANCIEROS | 13,213.00 | 12,330.00 | 10,946.00 | 8,772.00 | 5,359.00 |
| Intereses | 13,213.00 | 12,330.00 | 10,946.00 | 8,772.00 | 5,359.00 |
| TOTAL | 182,541.00 | 184,644.00 | 203,832.00 | 223,217.00 | 241,417.00 |

CAPITULO VIII**ESTADOS FINANCIEROS****8.1 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS**

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| VENTAS | 192,045 | 249,800 | 307,145 | 384,280 | 460,810 |
| MENOS: | | | | | |
| Costos operativos | 85,082 | 88,068 | 108,640 | 130,199 | 151,812 |
| Gastos de ventas | 18,011 | 18,011 | 18,011 | 18,011 | 18,011 |
| Gastos de admin. | 66,235 | 66,235 | 66,235 | 66,235 | 66,235 |
| Gastos financieros | 13,213 | 12,330 | 10,946 | 8,772 | 5,359 |
| UTILIDAD OPERATIVA | 9,504 | 65,156 | 103,313 | 161,063 | 219,393 |
| Impuesto a la renta | 2,851 | 19,547 | 30,994 | 48,319 | 65,818 |
| UTILIDAD LIQUIDA | 6,653 | 45,609 | 72,319 | 112,744 | 153,575 |

CAPITULO IX**EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA****9.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Para realizar la evaluación económica y financiera del proyecto, utilizaremos criterios financieros; tales como:

- Valor Actual Neto Económico (VANE)
- Valor Actual Neto Financiero (VANF)

9.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Para realizar la evaluación económica se utilizó una tasa de descuento del 14 %.

PRESUPUESTO ECONÓMICO

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| VENTAS | 192,045 | 249,800 | 307,145 | 384,280 | 460,810 |
| Costos de operación | 163,162 | 166,148 | 186,720 | 208,279 | 229,892 |
| UTILIDAD BRUTA | 28,883 | 83,652 | 120,425 | 176,001 | 230,918 |
| Depreciación | 6,166 | 6,166 | 6,166 | 6,166 | 6,166 |
| UTILIDAD OPERATIVA | 22,717 | 77,486 | 114,259 | 169,835 | 224,752 |
| Intereses | 13,213 | 12,330 | 10,946 | 8,772 | 5,359 |
| UTILIDAD DEL PROYECTO | 9,504 | 65,156 | 103,313 | 161,063 | 219,393 |
| Impuesto a la renta | 2,851 | 19,547 | 30,994 | 48,319 | 65,818 |
| UTILIDAD NETA CONTABLE | 6,653 | 45,609 | 72,319 | 112,744 | 153,575 |
| Depreciación | 6,166 | 6,166 | 6,166 | 6,166 | 6,166 |
| F.E.N | 12,819 | 51,775 | 78,485 | 118,910 | 159,741 |

EVALUACIÓN ECONÓMICA

| PER | FEN | TASA DCTO. | FEND |
|-----|---------|-------------|----------------|
| 0 | 34,771 | -1 | -34,771 |
| 1 | 12,819 | 0.877 | 11,242 |
| 2 | 51,775 | 0.769 | 39,815 |
| 3 | 78,485 | 0.675 | 52,977 |
| 4 | 118,910 | 0.592 | 70,395 |
| 5 | 159,741 | 0.519 | 82,906 |
| | | VP | 257,335 |
| | | VANE | 292,106 |

PRESUPUESTO FINANCIERO

| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ENTRADAS | | | | | | |
| Aportes | 34771 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Préstamo | 23,180 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ventas | 0 | 192,045 | 249,800 | 307,145 | 384,280 | 460,810 |
| TOTAL | 57,951 | 192,045 | 249,800 | 307,145 | 384,280 | 460,810 |
| SALIDAS | | | | | | |
| Inversión | 57,951 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Costo operativo | 0 | 163,162 | 166,148 | 186,720 | 208,279 | 229,892 |
| Intereses | 0 | 13,213 | 12,330 | 10,946 | 8,772 | 5,359 |
| Impuestos | 0 | 2,851 | 19,547 | 30,994 | 48,319 | 65,818 |
| Ctas de devol. Del ptmo. | 0 | 1,547 | 2,429 | 3,814 | 5,988 | 9,401 |
| TOTAL | 57,951 | 180,774 | 200,454 | 232,474 | 271,358 | 310,470 |
| SALDOS | | | | | | |
| FFN | 0 | 11,271 | 49,346 | 74,671 | 112,922 | 150,340 |
| SALDO FINAL | | 11,271 | 60,617 | 135,288 | 248,211 | 398,550 |

EVALUACIÓN FINANCIERA

| PER | FFN | TASA DCTO. | FFND |
|-----|---------|------------|---------|
| 0 | 34,771 | -1 | -34,771 |
| 1 | 11,271 | 0.877 | 9,885 |
| 2 | 49,346 | 0.769 | 37,947 |
| 3 | 74,671 | 0.675 | 50,403 |
| 4 | 112,922 | 0.592 | 66,850 |
| 5 | 150,339 | 0.519 | 78,026 |
| | | VP | 243,110 |
| | | VANF | 277,881 |

9.3 CONCILIACIÓN ENTRE EL VANE Y EL VANF

- El proyecto genera un VANE de : 292,106
- Monto de recursos líquidos destinados a devolver el préstamo en el momento de 0. : 14,225
- Se generó un VANF : 277,881

CONCLUSIÓN

Como hemos podido ver a lo largo de toda la investigación del proyecto, este cuenta con un grado de realidad bastante alto. Es por eso que se puede confiar en su factibilidad.

Reforzando lo dicho, podemos ver que en la evaluación económica obtenemos resultados favorables al proyecto; esto sin contar que en los estados financieros se prevé que se va a obtener ganancias.

Concluyo afirmando que este proyecto es rentable y por lo tanto se debe llevar a cabo su realización.

ANEXO 01:**EL REGALO DE LA BIODIVERSIDAD**

Sólo cuando el último árbol esté muerto, el último río envenenado, y el último pez atrapado, te darás cuenta que no puedes comer dinero.

Sabiduría indoamericana.

Quizás al encontrar esta materia dentro de un proyecto de inversión, muchos se asombraran y dirán que esta fuera de lugar; pero yo no lo considero así, a mi juicio considero que todo está ligado a nuestro medio ambiente.

Nuestra vida depende las especies biológicas que viven en la tierra. La flora y fauna del planeta nos provee de comida, energía, materia para la industria, etc.

Seguir hablando de lo que es biodiversidad y enumerando cada especie, seria redundar; yo prefiero hacer un llamado a la reflexión sobre este tema.

Nuestro país es uno de los pocos que posee gran biodiversidad, contamos con abundantes especies de animales y plantas. Lamentablemente en muchos lugares del país y del mundo, no se está tomando conciencia de lo importante que es la diversidad biológica.

El panorama actual no es muy alentador ni a nivel nacional ni a nivel mundial: efecto invernadero, destrucción de la capa de ozono, aumento de los incendios, escasez y contaminación de los recursos hídricos, cambios climáticos, mala distribución de recursos alimentarios, extinción de especies vegetales y animales, etc. Es necesario reconocer que todo lo que poseemos ya se está acabando y más aún si no lo cuidamos.

Es así que en este sentido es urgente la necesidad de proteger esta biodiversidad y, aún más necesario su estudio y detallado conocimiento que nos permita una correcta gestión en nuestras políticas de conservación.