INSTITUTO TECNOLOGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCA Y FINANZAS

FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES DE MAQUINARIA PESADA DE MULTIMARCAS EN EL SECTOR EL CONDADO AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Administración de Banca y Finanzas

Autor: David Esteban Ushinia Ushinia

Tutor: Msc. Jacqueline Torres

Quito, Octubre 2013

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

David Esteban Ushinia Ushinia
CC 172003632-4

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante ***David Esteban Ushinia Ushinia***, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de empresas, Banca y Finanzas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado " ***Factibilidad para la importación y comercialización de repuesto automotrices de maquinaria pesada de multimarcas en el sector el Condado al norte de la ciudad de Quito"***, el cual incluye la creación y desarrollo de un invernadero hidropónico, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del invernadero, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del Invernadero descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La

reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del invernadero; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del invernadero que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las

instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 24 días del mes de Octubre del dos mil trece.

f) _____ f) _____

David Esteban Ushinia Ushinia

C.C. Nº 172003632-4 Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a toda mi familia a mis compañeros que creyeron en mí, y a mi madre que gracias a su educación y paciencia ha dejado una gran enseñanza en mi vida y mis hermanos por darme los mejores consejos que en esos momentos difíciles me los supieron dar.

Quiero agradecer a todos los mis profesores que a lo larga de la carrera me supieron brindar todo su conocimiento y su amistad.

A mi Directora de proyecto, Msc. Jacqueline torres que con su apoyo moral y sus conocimientos han hecho realidad el término de este proyecto.

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico en primer lugar a Dios por darme la vida, a mis hermanos y especialmente a mi madre, por ser quienes siempre me han apoyado incondicionalmente durante mi crecimiento profesional, estoy seguro que sin su apoyo esto no hubiera sido posible.

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I 1
INTRODUCCIÓN 1
1.01JUSTIFICACIÓN 1
1.02ANTECEDENTES 1

CAPÍTULO II 4
ANÁLISIS SITUACIONAL 4
2.01AMBIENTE EXTERNO 4
2.01.01FACTOR ECONÓMICO 4
2.01.01.01PRODUCTO INTERNO BRUTO. 4
2.01.01.03BALANZA COMERCIAL.) 6
2.01.01.02INFLACIÓN. 7
2.01.01.03TASA DE INTERÉS. 9
2.01.01.03.01TASA ACTIVA. 9
2.01.02FACTOR SOCIAL 10
2.01.02.01DESEMPLEO. 10
2.01.02.02POBREZA. 12
2.01.03FACTOR LEGAL. 14
2.01.03.01LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS 14
2.01.03.02REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES RUC 15
2.01.03.03CUERPO DE BOMBEROS 16
2.01.02.03REGISTRO DE PATENTES MUNICIPALES 16
2.01.02.04SISTEMA INFORMÁTICO ADUANERO "ECUAPASS 16
2.01.02.05PROCESOS DE IMPORTACIÓN 17
2.01.02.05.01NOTA DE PEDIDO (OBLIGATORIO). 17
2.01.02.05.02AUTORIZACIONES (CUANDO PROCEDA).. 17
2.01.02.05.03POLIZAS DE SEGURO (CUANDO PROCEDA) 18
2.01.02.05.04SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DE IMPORTACIÓN (SRI). 20
2.01.02.05.06CERTIFICADO DE INSPECCIÓN (CI). 20
2.01.02.05.07MANIFIESTO DE CARGA.. 20

2.01.02.05.08FACTURA COMERCIAL (FC). 21
2.01.02.05.09DOCUMENTO ÚNICO DE IMPORTACIÓN (DUI). 21
2.01.02.05.09DECLARACION ADUANERA DEL VALOR (DAV). 23
2.01.04FACTOR TECNOLÓGICO. 24
2.02ENTORNO LOCAL 24
2.02.01CLIENTES. 24
2.02.02PROVEEDORES. 25
2.02.03COMPETIDORES. 26
2.03ANÁLISIS INTERNO 27
2.03.01PROPUESTA ESTRATÉGICA. 27
2.03.01.01MISIÓN. 28
2.03.01.02VISIÓN. 28
2.03.01.03OBJETIVOS 28
2.03.01.03.01OBJETIVO GENERAL. 28
2.03.01.03.02OBJETIVO ESPECÍFICO 29
2.03.01.04PRINCIPIOS Y/O VALORES 29
2.03.02GESTIÓN ADMINISTRATIVA 30
2.03.03GESTIÓN OPERATIVA 33
2.03.03.01FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN 34
2.03.04GESTION COMERCIAL 35
2.03.04.01PRECIO. 35
2.03.04.02PRODUCTO. 35
2.03.04.03PLAZA. 35
2.03.04.04PROMOCIÓN. 35
2.03.04.05PUBLICIDAD. 36
2.04ANALISIS FODA 38
2.04.01ANÁLISIS INTERNO 38
2.04.02ANÁLISIS EXTERNO 39
CAPITULO III 40
ESTUDIO DE MERCADO 40
3.01ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR 40
3.01.01DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA. 40

3.01.02TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN. 42
3.01.03ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN 49
3.02OFERTA 71
3.02.01OFERTA HISTÓRICA 71
3.02.02OFERTA ACTUAL 71
3.02.03OFERTA PROYECTADA 72
3.02.01DEMANDA HISTÓRICA 72
3.03DEMANDA 72
3.02.01DEMANDA HISTÓRICA. 72
3.02.02DEMANDA ACTUAL 73
3.02.03DEMANDA PROYECTADA 74
3.04BALANCE OFERTA-DEMANDA 74
3.04.01BALANZA ACTUAL 74
3.04.02BALANZA PROYECTADA 75

CAPITULO IV 76
ESTUDIO TÉCNICO 76
4.01TAMAÑO DE LA EMPRESA 76
4.01.01CAPACIDAD INSTALADA.. 76
4.01.02CAPACIDAD ÓPTIMA 77
4.02LOCALIZACIÓN 77
4.02.01MACRO-LOCALIZACIÓN. 78
4.02.02MICRO-LOCALIZACIÓN 79
4.02.03LOCALIZACIÓN ÓPTIMA 80
4.03INGENIERÍA DEL PROYECTO 81
4.03.01DEFINICIÓN DEL BIEN O SERVICIO 81
4.03.02DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 82
4.03.02MATRIZ TRIANGULAR. 84
4.03.03MATRIZ DE TABULACIÓN 85
4.03.04MAQUINARIA 87
4.03.04EQUIPOS 88

CAPITULO V.....89
ESTUDIO FINANCIERO 89
5.01INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....89
5.02COSTOS 90
5.02.01GASTOS ADMINISTRATIVO. 90
5.02.01GASTOS DE VENTAS.. 91
5.02.04COSTO DE VENTAS.. 92
5.02INVERSIONES. 93
5.02.01INVERSION FIJA.. 93
5.02.01.01ACTIVOS FIJOS.. 93
5.02.01.02ACTIVOS NOMINALES (DIFERIDOS). 95
5.02.02CAPITAL DE TRABAJO.. 95
5.02.03FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS 95
5.02.02AMORTIZACION DE FINANCIAMIENTO (TABLA DE AMORTIZACIÓN).....96
5.02.05DEPRECIACION (TABLA DE DEPRECIACIÓN).....98
5.02.06ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.. 99
5.02.07ESTADO DE RESULTADOS PROYECTO (A CINCO AÑOS).....101
5.02.08FLUJO CAJA.....101
5.03EVALUACIÓN 103
5.03.01TASA DE DESCUENTO. 103
5.03.02VAN. 103
5.03.04TIR.. 104
5.03.05PRI (PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN).....105
5.03.06RBC (RELACIÓN COSTO BENEFICIO).....105
5.03.06PUNTO DE EQUILIBRIO.. 106
5.03.07ANALISIS DE ÍNDICES FINANCIEROS. 109
5.03.07.01INDICE DE LIQUIDES. 109
5.03.07.02INDICE DE ENDEUDAMIENTO 109
5.03.07.03INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO (ROE).....109
5.03.07.04INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN (ROI).....110
5.03.07.05RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO (ROA).....110

CAPITULO VI 111
ANALISIS DE IMPACTO 111
6.01IMPACTO AMBIENTAL 111
6.02IMPACTO ECONÓMICO 111
6.03IMPACTO SOCIAL 111

CAPITULO VII 112
CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES 112
7.01CONCLUCION 112
7.02RECOMENDACION 113
7.03ANEXOS 114

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 PRODUCTO INTERNO BRUTO 5
TABLA 2 BALANZA COMERCIAL 6
TABLA 3 INFLACION 8
TABLA 4 TASA ACTIVA 9
TABLA 5 TASA DE DESEMPLEO 11
TABLA 6 TASA DE POBREZA 13
TABLA 7 CLIENTES 25
TABLA 8 PROVEEDORES 26
TABLA 9 COMPETIDORES 27
TABLA 10 ANALISIS INTERNO 38
TABLA 11 ANALISIS EXTERNO 39
TABLA 12 PREGUNTA N°1 49
TABLA 13 PREGUNTA N°2 50
TABLA 14 PREGUNTA N°3 51
TABLA 15 PREGUNTA N°4 52
TABLA 16 PREGUNTA N°5 54
TABLA 17 PREGUNTA N°6 55
TABLA 18 PREGUNTA N°7 57
TABLA 19 PREGUNTA N°8 58
TABLA 20 PREGUNTA N°9 59
TABLA 21 PREGUNTA N°10 61
TABLA 22 PREGUNTA N°11 62
TABLA 23 PREGUNTA N°12 64
TABLA 24 PREGUNTA N°13 65
TABLA 25 PREGUNTA N°14 67
TABLA 26 PREGUNTA N°15 68
TABLA 27 ACEPTACION DEL NOGOCIO 69
TABLA 28 FRECUENCIA DEL CONSUMIDOR 70
TABLA 29 PRECIO 70
TABLA 30 OFERTA HISTORICA 71

TABLA 31 OFERTA ACTUAL....71
TABLA 32 OFETA PROYECTADA....72
TABLA 33 DEMANDA ACTUAL....73
TABLA 34 DEMANDA PROYECTADA....74
TABLA 35 BALANZA ACTUAL....74
TABLA 36 BALANZAPROYECTADA....75
TABLA 37 DISTRIBUCION DE LA PLATA....77
TABLA 38 MACRO-LOCALIZACION....78
TABLA 39 LOCALIZACION OPTIMA....80
TABLA 40 MAQUNARIA....87
TABLA 41 EQUIPOS....88
TABLA 42 INGRESOS DEL PROYECTO....89
TABLA 43 GASTOS ADMINISTRATIVOS....90
TABLA 44 GASTOS DE VENTAS....91
TABLA 45 COSTO DE VENTAS....92
TABLA 46 CUADRO DE ACTIVOS....94
TABLA 47 ACTIVOS FIJOS....95
TABLA 48 CAPITAL DE TRABAJO....95
TABLA 49 FUENTES DE FINANCIAMIENYO Y USO DE FONDOS....96
TABLA 50 TABLA DE AMORTIZACION....97
TABLA 51 TABLA DE DEPRECIACION....98
TABLA 52 CALCULO DE LA AMORTIZACION DEL ACTIVO DIFERIDO....99
TABLA 53 ESTADO DE SITUACION INICIAL....100
TABLA 54 ESTADO DE RESULTADOS....101
TABLA 55 FLUJO DE CAJA....102
TABLA 56 TMAR....103
TABLA 57 VAN....104
TABLA 58 TIR....105
TABLA 59 PRI....105
TABLA 60 PUNTO DE EQUILIBRIO....107

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1PRODUCTO INTERNO BRUTO 5
FIGURA 2 BALANZA COMERCIAL 7
FIGURA 3 INFLACION 8
FIGURA 4 TASA ACTIVA 10
FIGURA 5 TASA DE DESEMPLEO 12
FIGURA 6 TASA DE POBREZA 13
FIGURA 7 PROPUESTA ESTRATEGICA 28
FIGURA 8 ORGANIGRAMA FUNCIONAL 31
FIGURA 9 GESTION OPERATIVA 33
FIGURA 10 FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION 34
FIGURA 11 LOGO DE LA EMPRESA 36
FIGURA 12 TARJETA DE PRESENTACION 37
FIGURA 13 PREGUNTA N°1 49
FIGURA 14 PREGUNTA N°2 50
FIGURA 15 PREGUNTA N°3 51
FIGURA 16 PREGUNTA N°4 53
FIGURA 17 PREGUNTA N°5 54
FIGURA 18 PREGUNTA N°6 56
FIGURA 19 PREGUNTA N°7 57
FIGURA 20 PREGUNTA N°8 58
FIGURA 21 PREGUNTA N°9 60
FIGURA 22 PREGUNTA N°10 61
FIGURA 23 PREGUNTA N°11 63
FIGURA 24 PREGUNTA N°12 64
FIGURA 25 PREGUNTA N°13 66
FIGURA 26 PREGUNTA N°14 67
FIGURA 27 PREGUNTA N°15 69
FIGURA 28 MACRO-LOCALIZACION 78
FIGURA 29 MICRO-LOCALIZACION 79
FIGURA 30 DEFINICION DE BIEN O SERVICIO 81
FIGURA 31 DISTRIBUCION DE LA PLATA 82

FIGURA 32 DISTRIBUCION DE LA PLATA EN 3D 83
FIGURA 33 MATRIZ TRIANGULAR 85

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo general realizar un estudio de factibilidad para la importadora y comercialización de repuestos automotriz en la ciudad de Quito, por lo tanto el análisis se va a centrar en el sector del Condado para determinar la necesidad del parque automotor, buscando abastecer con dichos productos y satisfacer la demanda que existe por la gran afluencia de vehículos de transporte público y de carga, es por ello que el mercado de repuestos automotrices ha generado expectativas de inversión, apareciendo más empresas interesada en ingresar al negocio para obtener beneficios con la comercialización de auto partes de diversas marcas; es por esta razón que en el sector existen varios centros de mantenimiento vehicular, convirtiéndolo en un mercado potencial.

ABSTRACT.

This project aims to generally perform a feasibility study for the import and marketing of automotive parts in the city of Quito, therefore the analysis will focus on the area of the County to determine the need of the fleet, seeking to supply accompanying such products and meet the demand that exists for the large number of public transport vehicles and cargo, which is why the aftermarket automotive investment has raised expectations, appearing more companies interested in entering the business for profit with marketing auto parts, various brands, it is for this reason that in the area there are several vehicle maintenance centers, making it a potential market.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.01Justificación

El crecimiento excesivo en el parque automotor ha generado un desequilibrio en la demanda de piezas de refacciones de los automotores de maquinaria pesada de diversas marcas; esto hace que exista en el mercado una gran cantidad de clientes insatisfechos requiriendo la necesidad de implementar una empresa que se encargue de importar y comercializar dicha partes de refacciones.

El presente proyecto realizara un estudio de mercado para determinar la necesidad del parque automotor en el sector del condado ,buscando abastecer con dichos productos y satisfacer la demanda que existe por la gran afluencia de vehículos de transporte público y de carga, es por ello que el mercado de repuestos automotrices ha generado expectativas de inversión, apareciendo más empresas interesada en ingresar al negocio para obtener beneficios con la comercialización de auto partes de diversas marcas; es por esta razón que en el sector existen varios centros de mantenimiento vehicular, convirtiéndolo en un mercado potencial.

1.02Antecedentes

La operación de ensamblaje de vehículos en el Ecuador, intensifica la necesidad de importar y fabricar partes y piezas automotrices, para atender el ensamblaje nacional de vehículos, así como para la reparación y mantenimiento de los vehículos existentes.

En el año de 1968, 3el país contaba con una ensambladora de vehículos ´´AYMESA´´, la cual estaba vinculada con GENERAL MOTORS COMPANY; década en la cual no existían muchos proveedores, de piezas y partes para el ensamblaje y reparaciones de vehículos. Con el ingreso al Pacto Andino en esta misma época se comenzó a desarrollar el sector automotriz y por consiguiente el sector de importaciones de partes de pieza, en donde se impulsaron política de industrialización y de integración regional

En 1983 la importación de repuestos automotrices se incrementó , como resultado de las medidas de protección para el sector automotriz, decretadas por el Pacto Andino la misma que se basó, en la prohibición de importar vehículos montados (armados)y el permitir importar vehículos totalmente desmontados o en partes

Este decreto duro poco tiempo ya entre1985 y 1987 se flexibiliza la importación de vehículos pero se fijaron aranceles altos; además , se comenzó a desarrollar un programa de fabricación d automóviles de bajo costo, lo mismo que afecto positivamente a los repuestos automotrices en costo , precio, y apertura del mercado este programa se clausuro en 1991 y como consecuencia se levantaron las restricciones arancelarias sobre todo las importaciones para ensamblaje a partir de ese momento se pudo incluso exportar automóviles baratos ensamblados en Ecuador hacia Colombia y

Perú especialmente se produjo una especialización entre las subsidiarias de las transnacionales ubicadas en los países del Pacto Andino, a los que Ecuador exportaba y exporta barato (entre otros motivos, por sus bajos impuestos e importaba caro,

especialmente desde Venezuela, ya que la mayoría de piezas importaban desde el mencionado país.

A partir de 1995, se inicia las importaciones de piezas y partes automotrices directamente desde corea por los almacenes distribuidores, ya que los costos se abaratando aún más con la actividad antes y desde ahí se ha podido apreciar mayor accesibilidad de vehículos, accesorios y partes de vehículos.

La oferta de insumos para la industria ensambladora tuvo un relativo desarrollo gracias al apoyo de las normativas que requiere que las ensambladoras utilicen un porcentaje mínimo de insumos nacionales para beneficiar de las exoneraciones arancelarias de importaciones dentro del CAN el arancel para el resto de los países se fijó en 35% esta reglamentación fue cambiada con la firma de convenio de complementación del sector automotriz entre Colombia ,Ecuador y Venezuela puesto que este convenio estableció la exigencia de que el valor mínimo sea sub regional para poder beneficiar de las exoneraciones, dejando de lado la exigencia del componente mínimo nacional anterior .

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

"El análisis situacional nos permite ver el contexto actual de la empresa, considera datos pasados, presentes y futuros proporcionando una base para seguir el proceso de la planificación, estratégica, además, toma en cuenta los factores internos y externos". (Alonso)

2.01Ambiente Externo

Define los elementos del ambiente externo que pueden afectar al desarrollo eficiente de las actividades económicas, socio-culturales, políticas legales, y tecnológicas, de este proyecto.

2.01.01Factor Económico

2.01.01.01Producto Interno Bruto. Es un indicador económico utilizado para medir la producción en un país dado. Se define como el valor total de la producción de riqueza (valor de los bienes y servicios producidos - valor de los bienes y servicios destruidos o transformados durante el proceso de producción) en un determinado país en un año determinado por los agentes económicos que residen dentro del territorio nacional. **(Economia)**

Tabla 1

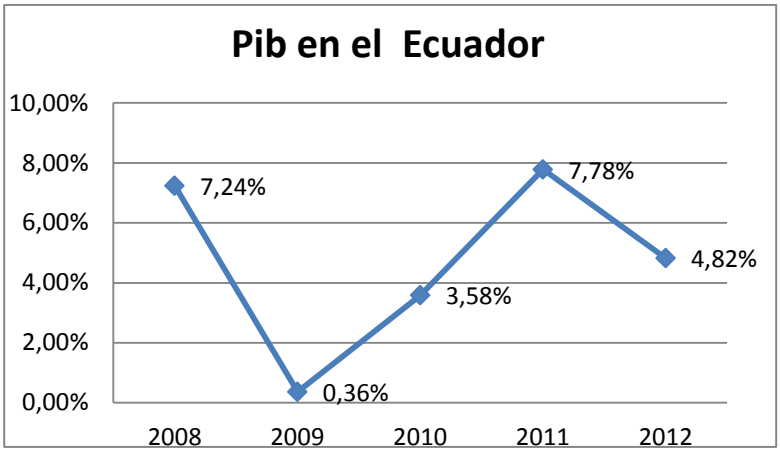
Producto Interno Bruto

PIB	
AÑO	%
2008	7,24%
2009	0,36%
2010	3,58%
2011	7,78%
2012	4,82%

Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Figura 1

Producto Interno Bruto



Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Análisis. Según los datos obtenidos se puede dar cuenta que existe una variacion favorable del Producto Interno Bruto en los ultimos cinco años observandose como una amenaza, siendo desfavorable para el proyecto, se puede notar mayor participación del estado con la asignación de cupos para reducir las importaciones para el sector automotriz .

2.01.01.03Balanza Comercial. La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercadería, es decir, que no contempla la prestación de servicios entre países **(ABC)**

Tabla 2

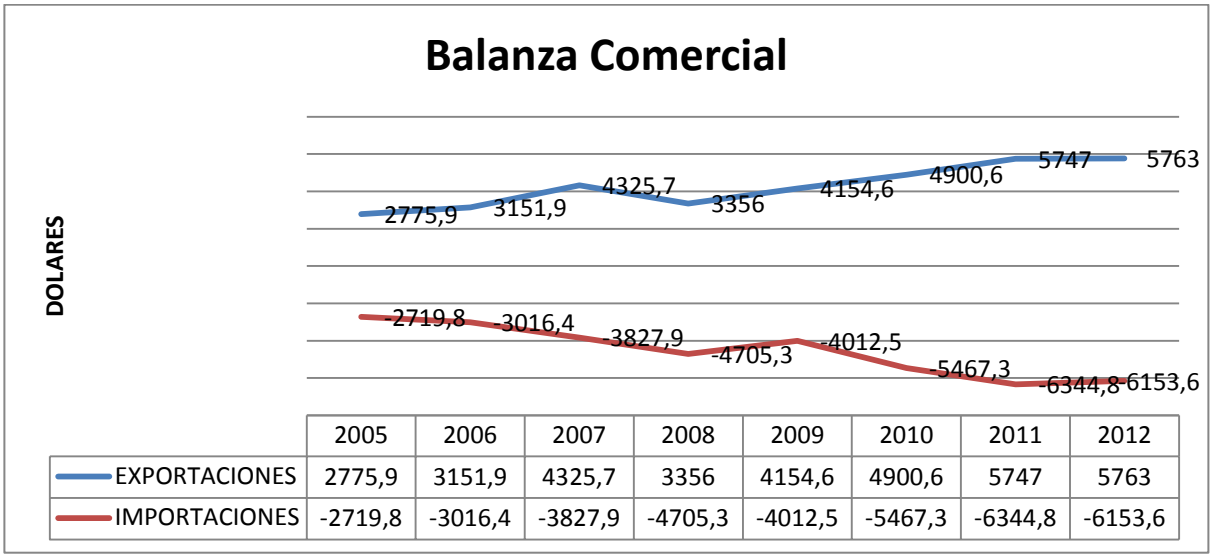
Balanza Comercial

Balanza Comercial		
Años	Exportaciones	Importaciones
2008	3356	-4705,3
2009	4154,6	-4012,5
2010	4900,6	-5467,3
2011	5747	-6344,8
2012	5763	-6153,6

Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Figura 2

Balanza Comercial



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
EXPORTACIONES	2775,9	3151,9	4325,7	3356	4154,6	4900,6	5747	5763
IMPORTACIONES	-2719,8	-3016,4	-3827,9	-4705,3	-4012,5	-5467,3	-6344,8	-6153,6

Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Análisis. Se realizó un análisis de cómo ha evolucionado el comercio ecuatoriano con el exterior, de tal modo que se conozca la evolución del crecimiento de las exportaciones e importaciones y reconocer que el Ecuador aún sigue dependiendo en gran medida de los ingresos provenientes de las exportaciones, principalmente de los ingresos en recaudación de tributos y de los ingresos petroleros convirtiéndose en una amenaza para este proyecto.

2.01.01.02Inflación. La inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios existentes en una economía medidos a través de la evolución de un índice de precios. **(Inflacion causa y efecto)**

Tabla 3

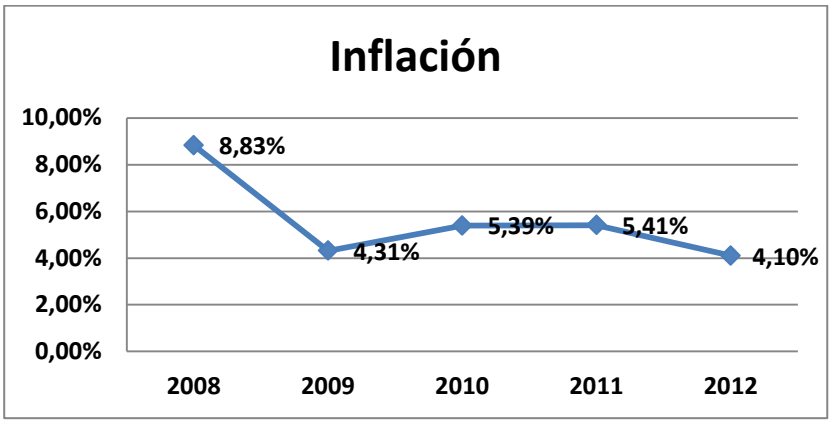
Inflación

Inflación	
Años	%
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	5,39%
2011	5,41%
2012	4,10%

Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Figura 3

Inflación



Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Análisis. Se puede observar una tendencia a la baja según los datos obtenidos de los ultimos cinco años analizados, por lo cual esto es una oportunidad constante para la empresa permitiendo tener una establilidad comercial y no encarecer los precios existentes actuales, por ende es una oportunidad para el proyecto a realizarse.

2.01.01.03Tasa de Interés. Es el pago estipulado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por, el deudor, a raíz de haber utilizado su dinero durante ese tiempo. **(Respuesta)**

2.01.01.03.01Tasa Activa. Es el porcentaje que las entidades finacieras cobran sobre los diferentes tipos de servicio de credito a los usuarios son aplicadas de acuerdo a condiciones del mercado y las disposiciones del Banco Central **(Gestiopolis)**

Tabla 4

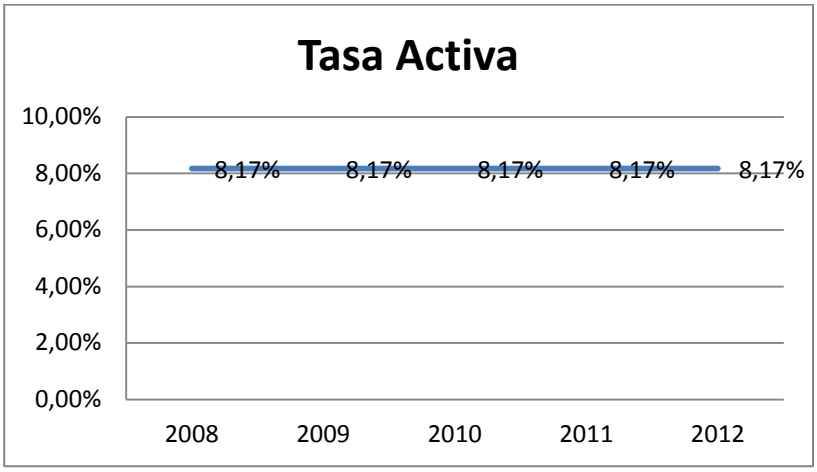
Tasa Activa

Tasa Activa	
AÑOS	%
2008	8,17%
2009	8,17%
2010	8,17%
2011	8,17%
2012	8,17%

Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Figura 4

Tasa Activa



Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Análisis. En los cinco años analizados la tasa de interes se a mantenido estable generando una oportunidad para este proyecto con la apertura de nuevos microcreditos a las pequeñas empresas con mayor facilidad a obtener credito financiero

2.01.02Factor Social

2.01.02.01Desempleo. Se define como la razón entre la población desocupada y la población económicamente activa

Tabla 5

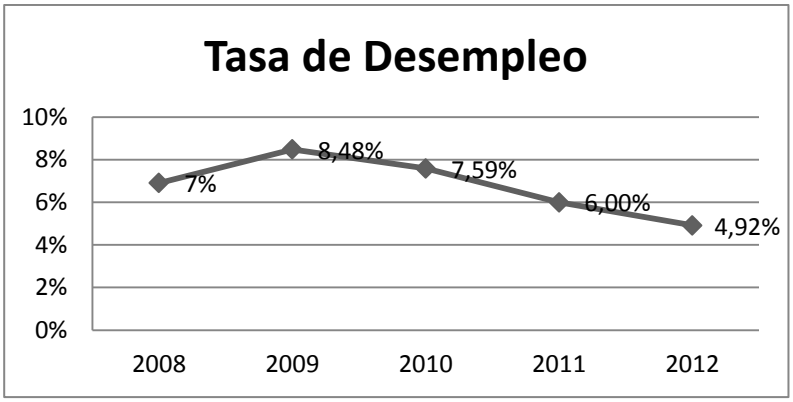
Tasa de Desempleo

Tasa de Desempleo	
Años	%
2008	7,31%
2009	7,93%
2010	6,11%
2011	5,07%
2012	5,00%

Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Figura 5

Tasa de Desempleo



Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Análisis. De acuerdo a estos datos estadísticos se puede observar que el porcentaje del desempleo ha bajado en estos últimos años lo cual representa una oportunidad porque los clientes van a tener más posibilidad de compra y eso va a generar rentabilidad económica en una empresa, microempresa o una comercializadora.

2.01.02.02Pobreza. La pobreza es una situación o forma de vida que surge como producto de la imposibilidad de acceso o carencia de los recursos para satisfacer las necesidades físicas y psíquicas básicas humanas que inciden en un desgaste del nivel y calidad de vida de las personas se consideran pobres en el Ecuador a personas que tiene ingresos diarios inferiores a $2.40 **(Ecuador economica)**

Tabla 6

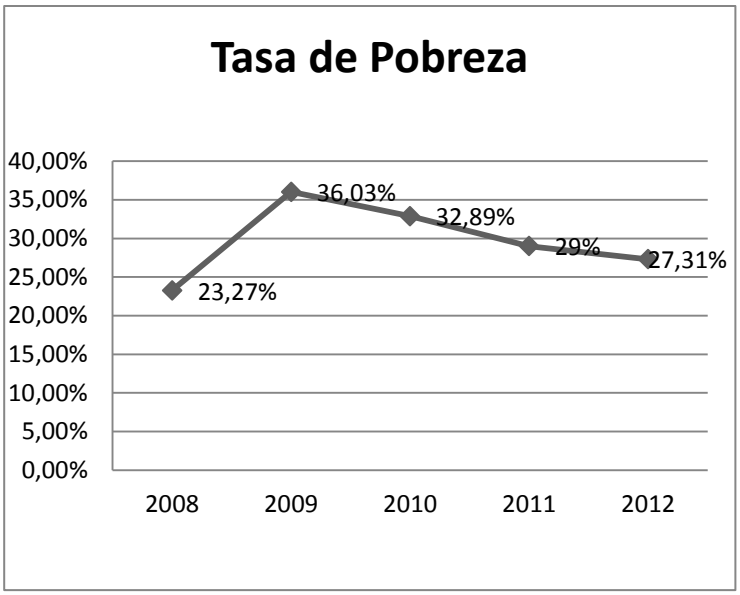
Tasa de Pobreza

Tasa de Pobreza	
Años	%
2008	23,27%
2009	36,03%
2010	32,89%
2011	29,00%
2012	27,31%

Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Figura 6

Tasa de Pobreza



Tomado de pag.web: http://www.bce.fin.ec/

Análisis. Los datos obtenidos dan una visión clara de que la equidad de recurso se puede ver reflejada en un mejor estilo de vida y de esta manera aumentar los ingresos permitiendo adquirir productos constantemente, el índice de pobreza en el Ecuador disminuye reflejando oportunidad para el proyecto, porque mediante la disminución de la pobreza se puede aumentar fuentes de empleo tanto directas como indirectas.

2.01.03Factor Legal.

Este punto influye los requisitos para el presente proyecto debido que la microempresas tiene que cumplir con todos los aspectos legales establecidos, para que se desarrolle de una forma normal y no tenga mayores dificultades en este aspecto.

2.01.03.01Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal

- Copia de RUC actualizado

-Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal)

- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera)

- Certificado Ambiental (cuando se requiera)

2.01.03.02Registro Único de Contribuyentes RUC

- Requisitos generales

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía

- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente

- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral

- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.

- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción

- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior

- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

- Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de él, se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

2.01.03.03Cuerpo de Bomberos

- Deberá acercarse a las ventanillas de recaudación del Municipio de Quito
- Comprar un formulario de declaración de Activos Totales en las ventanillas de recaudación
- Llenarlo registrarlo en las ventanillas municipales.
- Acudir con este formulario a las oficinas de Recaudación del Cuerpo de Bomberos para proceder al pago correspondiente.
- Solicitar la respectiva Inspección del local por parte de los señores inspectores de Bomberos

2.01.02.03Registro de Patentes Municipales

- Formulario de Declaración de Patente Municipal, debidamente llenado.
- Copia de cédula de identidad.
- Copia de certificado de votación de la última elección.
- Copia de RUC en el caso de que lo posea (No es necesario que esté actualizado)
- En caso de discapacidad: Copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el porcentaje de discapacidad que posea el administrado

2.01.02.04Sistema Informático Aduanero "ECUAPASS

- Dispositivo de Certificado digital.
- Registro en el Portal electrónico Ecuapass.

2.01.02.05Procesos de Importación

2.01.02.05.01Nota de pedido (obligatorio). Este documento debe ser entregado a la aduana, a la verificadora y al Banco y debe contener lo siguiente:

- Fecha
- Numero pre-impreso
- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del exportador
- País de origen
- Lugar de embarque
- Lugar de destino
- Vía (aérea, marina, o terrestre)
- Termino de la mercadería (FOB, CyF, CIF)
- Moneda (en letras)
- Forma de pago (giro directo, etc.)
- Fecha de inicio de la negoción

2.01.02.05.02Autorizaciones (cuando proceda). Entregar a la aduana y al Banco. Con la nota de pedido, si es el tipo de mercadería así lo exige, se procederá a obtener las autorizaciones en el ministerio o entidad pública de acuerdo a lo que establece la ley.

Aquí valga una recomendación, calcule que el trámite para obtener dicha autorización tomara entre 10 a 15 días hábiles.

2.01.02.05.03polizas de seguro (cuando proceda). Entregar a la aduana, si hemos obtenido un seguro, hay que incluir la pólizas siempre en nuestra documentación el seguro de una aseguradora radicada en el país .Existen tres tipos de seguros:

- libre de avería
- libre de avería particular
- oxidación, humedad, exudación del barco, contaminación con olores extraños, contaminación con bichos del exterior, contaminación por ratas.

General el segundo cubre de bodega a bodega, y los valores asegurados pueden ser:

FOB, CyF, CyF+U (Utilidades, que es el 10% del CyF). La suma asegurada es la máxima que nos reconoce la aseguradora.

Para utilizar los servicios de la aseguradora se debe pagar primero, la prima, es decir, el porcentaje sobre la suma asegurada que vamos a pagar; además, existe la contribución a la Superintendencia de Bancos (CSB) que constituye el 3.5%de la prima; y si cree que eso es, poco, también hay que pagar el Derecho de Emisión (DE) que constituye los valores que establece cada aseguradora por los papeles que nos llena y nos entrega.

¿Qué pasa si la mercadería no viene con póliza de seguro?

Como importadores debemos declara el CyF, y el fisco puede con plena razón hacemos el reajuste del efectivo.

Hay dos tipos de seguros de transporte:

- una póliza que se tramita para cada importación

- una póliza madre, con un monto grande y preestablecido como suma asegurada, de la cual se desprenden las hijas o aplicaciones para cada importación, esta póliza se llama seguro flotante.

- Una póliza de transporte debe contener la siguiente información:

- Número de la póliza

- Número de la aplicación (si es del caso)

- Numero de asegurado

- Ruta del viaje (desde el origen hasta destino)

- Tipo de transporte

- Nombre de la compañía transportadora

- Fecha de arribo (se puede señalar que una fecha por confirmar)

- En algunos casos se señala consignación, quien es el beneficiario de la póliza

- Marcas y números (que indican la cantidad de paquetes que se trasportan)

- Embalaje

- Peso kilos netos

- Peso kilos brutos

- Sub-partida arancelaria

- Descripción

- Cantidad de bultos y contenidos valor unitario

- Valor FOB
- Valor total
- Lugar y fecha
- Firma de importador

2.01.02.05.04Solicitud de Verificación de Importación (SRI). Entregar a la verificación solo para mercadería cuto valor FOB es mayor a $4000. Se llena esta solicitud y se entrega a la verificadora (SGS, Bureau veritas, Cotecna o ITS) junto con la nota de pedido.

Recordemos que se debe pagar hasta el 1% del valor FOB, con un mínimo de $180, valor que suele pagarse 50% al presentar la solicitud y el 50% restante cuando la verificación entrega el certificado de inspección (CI)

2.01.02.05.06Certificado de Inspección (CI). Se debe entregar a la Aduana; este certificado es proporcionado por la verificadora, luego de haber entregado previamente el SVI, y solo si la mercadería tiene un valor FOB mayor a $4000 según la ley, si una mercadería ingresa al Ecuador sin el CI, no se puede nacionalizar.

2.01.02.05.07Manifiesto de Carga. Viene con la mercadería que llega a la Aduana. Indica el medio de transporte, el lugar determinado y fecha establecida, la fecha de embarque, el lugar que es necesario para saber si el DUI fue aprobado por el Banco

corresponsal antes de esta fecha, pues caso contrario, la mercadería deberá ser reembarcada.

Si el manifiesto de carga llega con la mercadería, no tenemos problemas.
Si el manifiesto de carga no corresponde con la mercadería, se considera este acto como un delito o ilícito aduanero.

Si llega menor cantidad de la mercadería manifiesta, el importador tributara solo por la mercadería que ha llegado, y él se les arreglara con el exportador. Pero si llega mayor cantidad, existen dos situaciones:

a) si el margen excedente es menor del 10% de lo que dice el manifiesto, es una falta, no un delito, y se puede aceptar (error es humano).
b) Si el margen excedente es superior al 10% se considera un delito o ilícito aduanero

2.01.02.05.08Factura Comercial (FC). Hay que entregarlo a la Aduna. La factura es la que servirá de base para declaración aduanera.

2.01.02.05.09Documento Único de Importación (DUI). Este consta de tres formularios:
Si el valor FOB de la mercadería es mayor a $ 4000, debe presentarse el DUI a un Banco corresponsal en Ecuador, autorizado por la Aduana, para que este dé su visto bueno, previamente al embarque de la mercadería. Si la mercadería llega al país sin tener el visto bueno del Banco, la mercadería debe ser reembarcada, desafortunadamente

puede presentar el caso en que se obvie la ley y más bien se aplique una multa del 10% del CIF.

El DUI aprobado por el Banco no tiene plazo de validez, es indefinido, excepto en las mercaderías con restricciones, y en este caso, el plazo de validez del DUI está determinado en las Autoridades. Luego del visto bueno por parte del banco (puede demorarse hasta dos días), en el que se nos ha designado un número , se termine de llenar la información allí solicitada.

DUI debe ser entregarlo a la Aduana y al Banco. se utiliza para cuando se quiere importara dos o más subpartidas arancelarias.

DUI-C Se utiliza para que el importador determine la autoliquidación de los tributos. Se debe llenar la siguiente información:

- N° orden
- Aduana y su código

- N° formulario A (el número de nuestro DUI-A)
- Régimen
- Importador o consignatario
- RUC/CI/o pasaporte
- Almacén/deposito
- Declarante/agente y su código
- Ad valoren (tasa arancelaria)
- Derecho específico (cláusula de salvaguardia)
- ICE

- IVA

- Tasa de Modernización

- Tasa de control (tas Fodinfa)

- Tasa de almacenaje.

Se entrega únicamente a la Aduana. Hay que colocar el número de orden correspondiente a la importación realizada por el agente de Aduana.

Si el producto tiene preferencia arancelaria, hay que señalar el valor correspondiente a dicha preferencia en la columna.

2.01.02.05.09Declaracion Aduanera del Valor (DAV). Para realizar los trámites en la aduana Ecuatoriana se requiere el DUI; sin embargo, la junta de Cartagena reclamo por qué no estamos usando el DAV, que es de uso obligatorio en el comercio andino, así que también aplicamos el DAV como documento obligatorio.

Según la ley el DAV no es otra cosa que un juramento de que el valor consignado es el verdadero, juramento que hacemos como importadores, y solo nosotros podemos firmarlo. Y esto es muy importante, pues toda declaración juramentada tiene implicaciones legales. Si o es usted, si no el agente de Aduana quien lo llena, verifique que está correctamente la debemos declarar si somos representantes, si cobramos comisiones, si por cada factura comercial debemos hacer un DAV.

2.01.04Factor Tecnológico. La Tecnología responde al deseo y la voluntad que tenemos las personas de transformar nuestro entorno, transformar el mundo que nos rodea buscando nuevas y mejores formas de satisfacer nuestros deseos. La motivación es la satisfacción de necesidades o deseos, la actividad es el desarrollo, el diseño y la ejecución y el producto resultante son los bienes y servicios, o los métodos y procesos. (peapttecnologia)

Análisis. El poder adquirir un sistema seguro y de fácil uso genera una oportunidad para el proyecto, porque el contar con tecnología moderna ayudara a agilitar los procesos administrativos y propagar comodidad a los usuarios, además asegurara confidencialidad en la información creada por la empresa.

2.02Entorno Local

2.02.01Clientes. Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores. **(Galeon.com hipervistazo, 2013)**

Tabla 7

Clientes

Metrobus-Q Central Norte	Corredor central norte "buses articulados"

Investigación de campo

Análisis. El proyecto está orientado a la comercial de repuestos por este motivo se buscara establecer alianzas estratégicas con este tipo de corredores por la por la afluencia masiva de vehículos de transporte de pasajeros.

2.02.02Proveedores. La importancia de los proveedores es vital debido a que inciden en gran medida en la oferta de la empresa, estableciendo con ellos en una ventaja competitiva con la adecuada gestión depende el precio final del producto, su calidad e incluso su potencial oferta al mercado.

El empresario debe ser consciente de la importancia de escoger bien a los proveedores y establecer con ellos acuerdos claros y bien especificados. Deberá estudiar el mercado de proveedores antes de decidirse por unos u otros e identificar sus modos de trabajar. (Crear Empresas, 2011)

Tabla 8

Proveedores

PROVEEDOR	CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	PAIS	E-MAIL
KNORR-BREMSE	Sistema de freno	Brasil	http://www.knorr-bremse.es/es/
SPARE PARTS	Sistema de freno	Brasil	http://www.spareparts.es/
CORTECO	Retenedor de ruedas	Brasil	http://www.corteco.com/es/
DIESEL TECHNIC	kits de reparación para motores	Brasil	http://www.dieseltechnic.com/es/
WABCO	Válvulas de freno	Brasil	http://www.wabco-auto.com/nc/wabco/

Investigación de campo

Análisis. Se convertirán en proveedores de la empresa por ser los más conocidos en el mercado por sus bajos precios de comercialización.

2.02.03Competidores. Son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir, buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo. **(Emprendedor, 2011)**

Tabla 9

Competidores

CUADRO DE COMPETIDORES	
EMPRESAS	UBICACIÓN
Auto repuestos a diesel Oswaldo Porras	Av. Manuel Córdova Galarza y San José del Condado
Auto repuestos Garzón	Av. Manuel Córdova Galarza sector la esperanza

Investigación de Campo

Análisis. La escaza competencia que existe en el sector es una oportunidad para ingresar al mercado con los precios bajos que la competencia.

2.03Análisis Interno

2.03.01Propuesta Estratégica. El realizara una planificación no es solo prever, es más que solo anticiparse al futuro y prepararse en forma apropia.

Figura 7

Propuesta Estratégica

Investigación de Campo

2.03.01.01Misión. Ser una empresa importadora y comercializadora de repuestos de vehículos confiable, eficiente ética, orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, mediante una atención personalizada.

2.03.01.02Visión. Ser una empresa líder que ofrezca gran variedad producto de manera efectiva y con un elevado grado de responsabilidad en la distribución de auto partes de vehículos llegando a brindar un servicio que se caracterice por su calidad manteniéndonos en el mercado creciendo cada día para buscar la excelencia como empresa y obtener una aceptación.

2.03.01.03Objetivos

2.03.01.03.01Objetivo General. Determinar la demanda de repuestos de maquinaria pesada en el mercado mediante un estudio de oferta y demanda para la comercialización

de este servicio en sector y obtener un alto nivel de aceptabilidad por parte de los clientes.

2.03.01.03.02Objetivo Específico

- Realizar un estudio de mercado para determinar la posibilidad de introducción y comercialización en el sector.
- Determinar los requerimientos y mecanismos para los procesos de importación.
- Crear fidelidad con los clientes presentando Repuestos de Calidad y precios accesibles que se ajusten a las necesidades de los mismos.
- Tener alianzas estratégicas con los centros de mantenimiento de vehículos del sector para obtener mayor rentabilidad en el proyecto.

2.03.01.04Principios y/o Valores

Responsabilidad Social

Este es un valor corporativo muy importante para la empresa, ya que al brindar el servicio se dará una asesoría técnica en la aplicación del producto, queremos ayudar a las personas de cómo mejor el rendimiento de su vehículo o maquinaria.

Puntualidad

Incentivar al personal sobre la importancia de este valor, efectuando las actividades planificadas en el lugar y fecha determinadas. Se citara a continuación un slogan como ejemplo para que sea colocado en partes visibles de la empresa para la fácil visión de los empleados

"respeta tu tiempo y el tiempo de los demás ", "si llegas tarde, puedes perder un cliente, este a su vez generara que once potenciales clientes se pierdan"

Lealtad y Honestidad

Son valores corporativos que el titular de la empresa poseerá y que al momento de seleccionar el personal, serán trasmitidos para ser aplicados internamente y que se vea reflejado en el trato al cliente.

Flexibilidad

Capacidad para tomar decisiones rápidamente en los cambios de los procesos de trabajo, dentro de la empresa y obtener un buen desempeño con los empleados y buscar los mejores resultados.

2.03.02Gestión Administrativa

Organigrama funcional

Los organigramas son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización. De esta forma, los organigramas muestran las principales funciones dentro de la organización y las relaciones que existen entre ellas. (Gestion20)

Figura 8

Organigrama funcional

Investigación de campo

Gerente General

Funciones:

Será el representante legal y tendrá a su cargo la dirección y la administración, realizara evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

Área Operativa.- Realizara el presupuesto correspondiente para la importación enviara el transporte para trasladar la mercadería del aeropuerto hacia la comercializadora.

Importaciones.- Realizara todos los trámites para la importación.

Bodega.-Organización de la mercadería en estanterías del local y llevara un control de la mercadería que se encuentra en stop.

Área Administrativa.- Realizara el respectivo presupuesto, predicción y manejo de efectivo.

Contabilidad.- Llevar los registros contables con bases acumulativas para poder determinar los costos facilitando así la formulación, ejercicios y evaluación de los presupuestos.

Área de Marketing.- Fijación de precio del producto en base a los precios de la competencia.

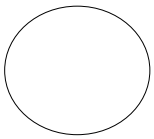
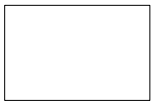
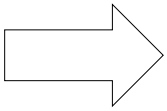
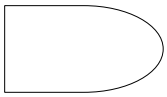
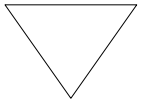
Ventas.- Desarrollar estrategias de ventas, objetivos y planes.

Logística.- Realizara la distribución del producto en los diferentes talleres.

2.03.03Gestión operativa

Figura 9

Gestión operativa

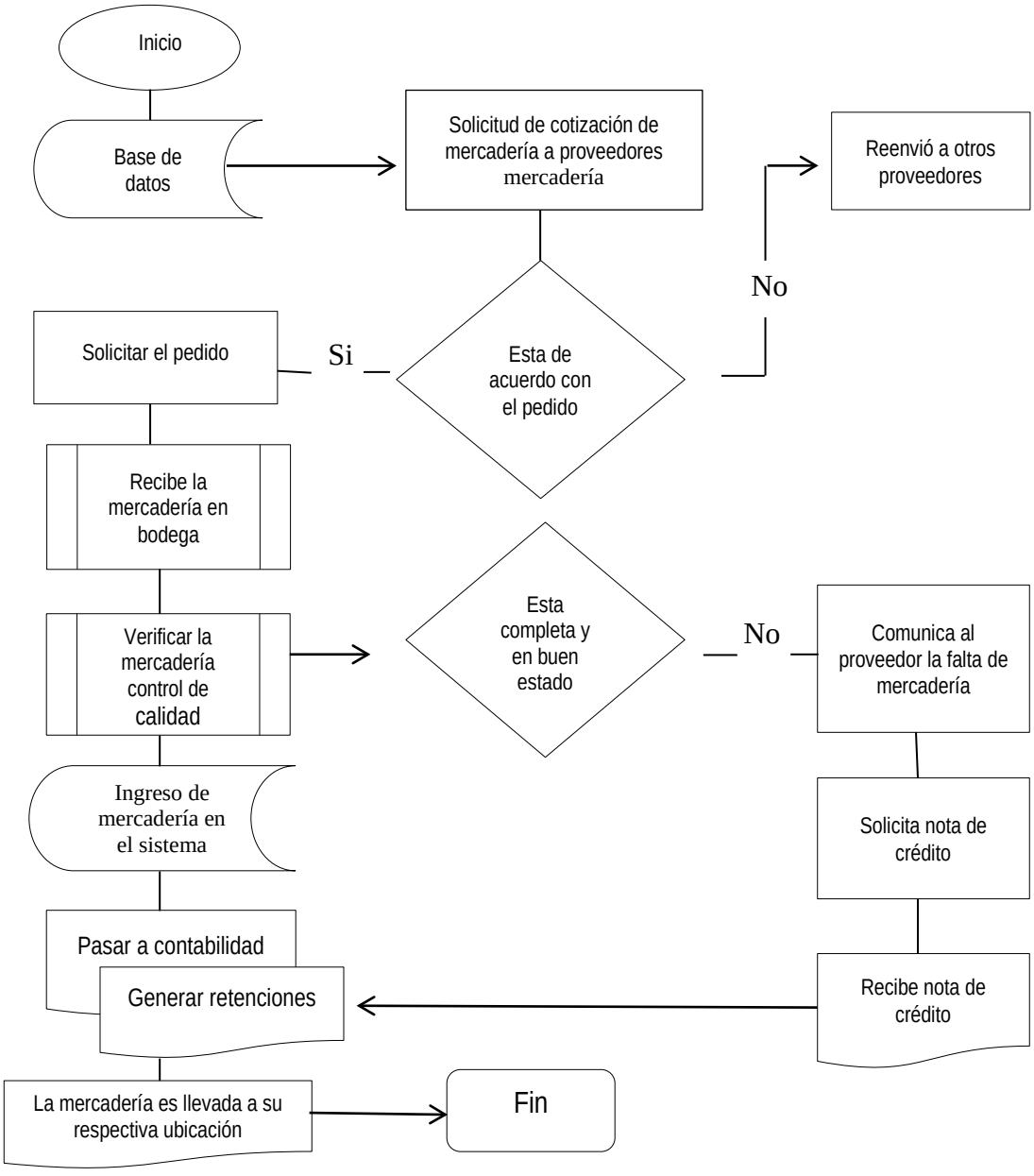
	Operación	Indica los principales fases del proceso, método o procedimiento por lo común materia, pieza o producto del caso se modifica durante la operación
	Inspección	Indica que se verifica, la calidad, la cantidad o ambas
	Transporte	Indica el movimiento de los trabajadores, materia prima y equipo de un lugar a otro.
	Espera	Indica demora en el desarrollo de los hechos para una posterior operación, inspección, o transporte
	Almacenamiento	Indica depósitos de in objetivo bajo vigilancia en un almacén donde se lo recibe o entrega.

Investigación de campo

2.03.03.01Flujograma de comercialización

Figura 10

Flujograma de Comercialización



Investigación de campo

2.03.04Gestion Comercial

2.03.04.01Precio. El precio se lo establecerá media la comparación y estimación con los productos de la competencia para así igual y mejorar ya que con la importación que se realizara tendré un margen más amplio para así poder asignar el precio dependiendo la calidad del producto.

2.03.04.02Producto. Con las refacciones y las auto-partes de vehículos de transportes la calidad de los productos es lo más importante si el producto es de buena calidad ganaremos clientes y así obtendremos los beneficios económicos y la comercializar de mejor manera estos productos de importación.

2.03.04.03Plaza. Estaremos ubicados al norte de la ciudad de Quito en el sector del condado por la gran afluencia de vehículos de transporte y los centros de mantenimientos que se encuentra en se sector mencionado ya que con este proyectos se optimizara el tiempo de los clientes en buscar las diferentes autoparte que se requiere adquirir para su vehículos.

2.03.04.04Promoción. Con la fidelidad de los clientes podremos hacer varios descuentos con el 5% a los clientes nuevos y a los clientes más frecuentes 7% y así obtener promociones y una aceptación en el mercado ganando posicionamiento y confianza.

2.03.04.05Publicidad. La empresa multimarcas contara con la siguiente publicidad:

Figura 11

Logo de la Empresa

Investigación de campo

Escogí este tipo de logotipo porque en él se define los diferentes repuestos vehiculares que existen.

Hoja membretada con el logo de la empresas multimarcas

Investigación de campo

Figura 12

Tarjeta de Presentación

Investigación de campo

Con este tipo de publicidad porque con esta podre darme a conocer de mejor manera tanto a mis clientes como a mis proveedores.

2.04ANALISIS FODA

2.04.01Análisis Interno

Tabla 10

Análisis Interno

Descripción	Fortaleza			Debilidad		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Filosofía Corporativa						
Misión	✓					
Visión	✓					
Políticas	✓					
Gestión administrativa	✓					
Planificación	✓					
Organización	✓					
Dirección	✓					
Control	✓					
Gestión Operativa	✓					
Flujo grama de procesos	✓					
Gestión Financiera	✓					

Investigación de Campo

2.04.02Análisis Externo

Tabla 11

Análisis Externo

Descripción	OPORTUNIDAD			AMENAZA		
	Alto	Medio	Bajo	Amenaza	Medio	Bajo
MACROAMBIENTE						
PIB	✓					
Balanza Comercial					✓	
Inflación						
Taza de Interés						
Taza Activa		✓				
Desempleo		✓				
Pobreza		✓				
Aspecto tecnológico		✓				
Aspecto política Legal		✓				
Aspecto Medio ambiental						✓
MICROAMBIENTE						
Clientes		✓				
Proveedores		✓				
Competencia						✓
Sustitutos				✓		

Investigación de Campo

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.01Análisis del Consumidor

Tendremos presente que en la actualidad el mercado es muy exigente y las expectativas crecen cada día, razón por la cual hay que buscar la base fundamental para el correcto desarrollo de un proyecto y poder determinar con mucha objetividad la necesidad que tiene la sociedad para el bien propuesto

3.01.01Determinación de la Población y Muestra. La población para el presente proyecto, fue tomada según los datos proporcionados por el INEC y se muestra en la siguiente información con respecto a la población del sector del Condado.

Distrito Metropolitano de Quito	1, 097,521
Población del condado	85, 084
Población Económicamente Activa	41,151

Calculo de la muestra:

$$n = \frac{N}{(N-1)E^2 + 1}$$

$$n = \frac{41{,}151}{(41{,}151-1)(0{,}05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{41{,}151}{41{,}150(0{,}05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{41{,}151}{103.88} = 396 \rightarrow \text{Encuestas}$$

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

E^2 = Error máximo admisible

Luego de la aplicación de la formula a la población tenemos como resultado 396 personas a las cuales se les hará las encuestas en puntos estratégicos del sector.

3.01.02Técnicas de Obtención de la Información. El proyectista obtendrá información a través de la encuesta.

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento).

Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

La encuesta es una técnica destinada a obtener opiniones de varias personas o de un grupo de personas, con comportamientos homogéneos o heterogéneos. La encuesta se realiza mediante selección previa a los encuestados y por varios canales de comunicación como personal (entrevista) en todos los casos es necesario elaborar un cuestionario de preguntas precisas y claras de acuerdo al asunto que se va a investigar y los objetivos que persigue la encuesta.

Tipos de Encuesta

Cuando es posible listar o enumerar a cada uno de los elementos de la población se dice que la encuesta es un censo. Es decir, un censo es una encuesta que se realiza a toda la población. El inconveniente de este tipo de encuesta es que suele ser complicada, reunir mucho tiempo, y ser económicamente costosa. Tiene, claro, la ventaja de que si no se cometieron errores en su realización, asegura que se posee información de cualquier individuo de la población.

El censo pocas veces otorga, en forma clara y precisa, la verdadera información que se requiere. De ahí que sea necesario muchas veces realizar una encuesta muestra (también llamada, encuestas por muestreo) a la población en estudio, para obtener información suplementaria en relación a la otorgada por el censo. En estas encuestas se elige una parte de la población que se estima representativa de la población total. Debe tener un diseño muestral (o sea, un proceso de selección de la muestra), necesariamente debe tener un marco muestral (lista de elementos pertenecientes a la población de la cual se obtendrá la muestra) y ese marco, cuando se trata de personas, suele obtenerse del censo de población. no se cuenta con un censo, dependiendo de la información buscada, puede ser reemplazado por un padrón electoral, un directorio telefónico, etc.

Una forma reducida de una encuesta por muestreo es un "sondeo de opinión", esta forma de encuesta es similar a un muestreo, pero se caracteriza porque la muestra de la población elegida no es suficiente para que los resultados puedan aportar un informe confiable. Se utiliza solo para recolectar algunos datos sobre lo que piensa un número de individuos de un determinado grupo sobre un determinado tema.

Ventajas

- Bajo costo

- Información más exacta (mejor calidad) que la del censo debido a que el menor número de encuestadores permite capacitarlos mejor y más selectivamente.

- Es posible introducir métodos científicos objetivos de medición para corregir errores.

- Mayor rapidez en la obtención de resultados.

- Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.

- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

Desventajas

- El planeamiento y ejecución de la investigación suele ser más complejo que si se realizara por censo.

- Requiere para su diseño de profesionales con buenos conocimientos de teoría y habilidad en su aplicación. Hay un mayor riesgo de sesgo muestral.

- Es necesario dar un margen de confiabilidad de los datos, una medida del error estadístico posible al no haber encuestado a la población completa. Por lo tanto deben aplicarse análisis estadísticos que permitan medir dicho error con, por ejemplo, intervalos de confianza, medidas

de desviación estándar, coeficiente de variación, etc. Esto requiere de profesionales capacitados al efecto, y complica el análisis de las conclusiones.

Significado de Encuesta en Resumido

Es una serie de preguntas que se emplean en personas. Hay tres tipos de preguntas: Abiertas, Cerradas, Mixtas.

Formato de la Encuesta

Llenar con la mayor seriedad posible, ya que esto ayudara a obtener datos precisos sobre la investigación, por favor poner una (x) en una solo repuesta

Encuesta

1) Nombre: _____ Telf.:_____

2) Género:

a) Masculino ☐ b) femenino ☐

) Edad:

a) 20 - 30 ☐ b) 31 - 40 ☐ c) 41 - 50 ☐ d) 51 en adelante ☐

4) Qué marca de vehículo conduce:

a) Scania ☐

b) Mercedes-Benz ☐

c) Hino ☐

d) Volvo ☐

e) Otro (por favor, especifique). _____

5) El vehículo que conduce es utilizado para:

a) Bus urbano ☐

b) Bus interprovincial ☐

c) Transporte escolar/ Institucional ☐

d) Transporte pesado ☐

6) Con qué frecuencia adquiere repuestos para su vehículo:

a) Cada mes ☐ b) Cada tres meses ☐

c) Cada seis meses ☐ d) Cada año ☐

7) En qué lugar realiza el arreglo de su vehículo:

a) Taller de la casa comercial del vehículo ☐

b) Taller de confianza ☐

c) Taller más cercano ☐

8) Al momento de adquirir un repuesto prefiere:

a) Repuestos originales ☐

b) Repuestos genéricos ☐

9) Cuánto dinero invierte usted anualmente en mejorar el rendimiento de su vehículo:

a) Menos de $100, 00 ☐ b) De $101,00 a $200,00 ☐

c) De $ 201,00 a $300,000 ☐ d) De $301,00 en adelante ☐

10) En qué área de su vehículo invierte usted más dinero:

a) Motor ☐ b) Suspensión ☐

c) Frenos ☐ d) Sistema de cambios ☐

11) Está de acuerdo con los servicios que le ofrece el almacén donde adquiere sus productos:

a) Sí ☐ b) No ☐

12) Le gustaría contar con una comercializadora de repuestos en el sector del condado:

a) Si ☐ b) No ☐

13) le gustaría que la nueva comercializadora prestara servicio a domicilio:

a) Si ☐ b) No ☐

14) Marque con una (x) que otro servicio le gustaría recibir:

Créditos	
Promociones	
Convenios con establecimientos de mantenimiento vehicular	

15) Cuando compra partes para su vehículo cuál es la característica principal que busca:

a) Precio ☐

b) Calidad ☐

16) Como le gustaría su forma de pago:

a) Tarjeta de crédito ☐

b) Efectivo ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.01.03Análisis de la Información

¿Genero?

Tabla 12

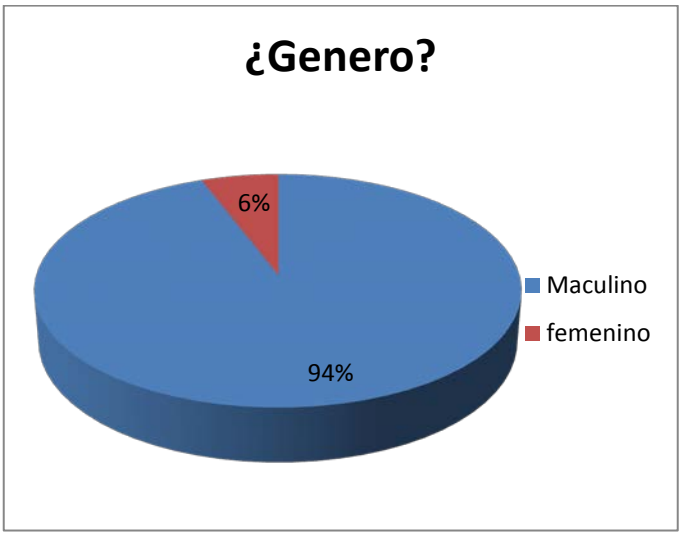
Pregunta N°1

Detalle	Total	%
Masculino	373	94%
Femenino	23	6%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 13

Pregunta N°1



Encuestas realizadas

Análisis. De un total de 396 personas encuestas el 94% son de sexo masculino y el 6% son de sexo femenino, esta pregunta permite enfocarnos a ofrecer los servicios y productos a las personas con mayor acogida.

¿Edad?

Tabla 13

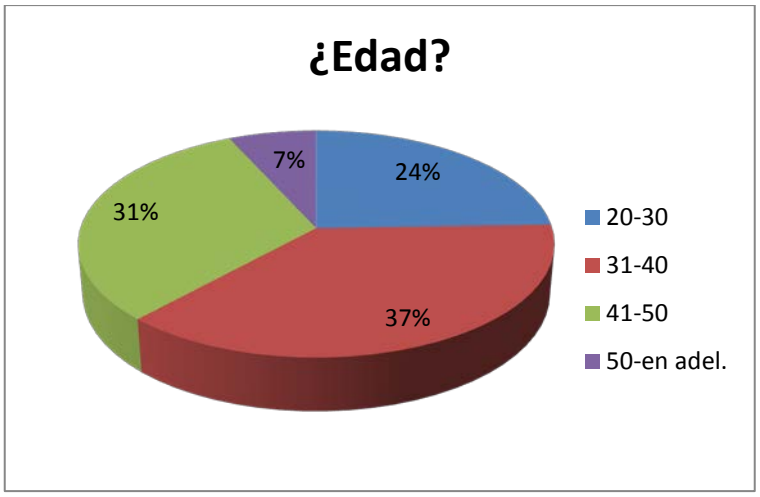
Pregunta N° 2

Detalle	Total	%
20-30	97	24%
31-40	148	37%
41-50	124	31%
51-en adelante	27	7%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 14

Pregunta N° 2



Encuestas realizadas

Análisis. De un total de 396 personas encuestas el 37% está en una edad de entre 30 a 40 años de edad siendo estos potenciales clientes para el presente proyecto de factibilidad por la fácil adquicion de las refacciones de vehículos.

¿Qué marca de vehículo conduce?

Tabla 14

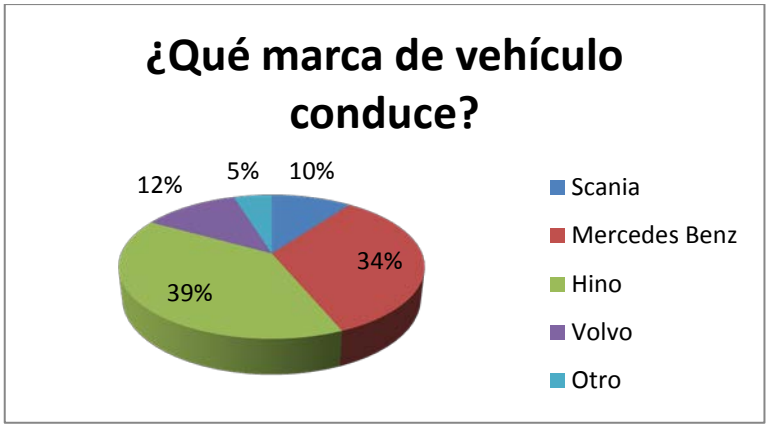
Pregunta N° 3

Detalle	Total	%
Scania	40	10%
Mercedes-Benz	133	34%
Hino	156	39%
Volvo	48	12%
Otro	19	5%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 15

Pregunta N° 3



Encuestas realizadas

Análisis. Esta pregunta da como nuestra que las tres Marcas más cotizadas dentro del Mercado son:

Volvo, Mercedes-Benz, Hino, permitiendo identificar que estos vehículos son los que tiene mayor adquisición de estos productos, y así lograr la comercialización eficiente para satisfacer las necesidades de los potenciales Clientes.

¿El vehículo que conduce es utilizado para?

Tabla 15

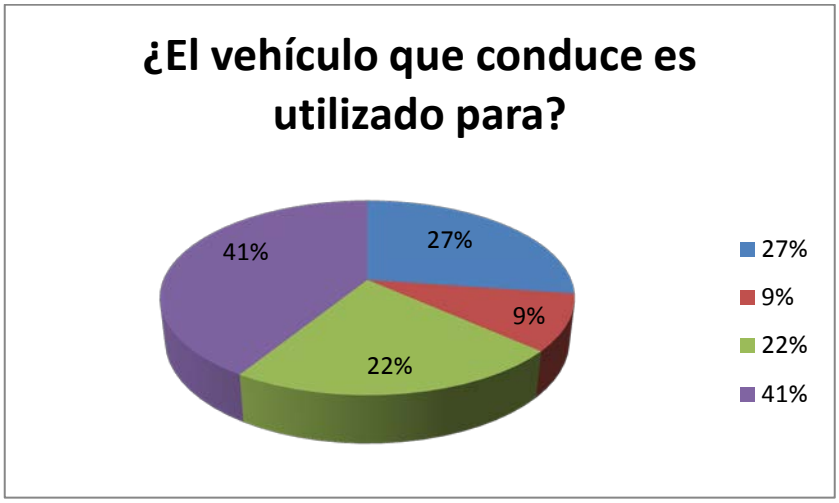
Pregunta N° 4

Detalle	Total	%
Bus Urbano	108	27%
Bus interprovincial	37	9%
Transporte escolar/inst.	88	22%
Transporte pesado	163	41%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 16

Pregunta N° 4



Encuestas realizadas

Análisis. El 27% de persona encuestadas contesto que su vehículo es utilizado como bus Urbano, 9% buses Interprovinciales, 41% Transporte Pesado y un 22% Transporte Escolar/Institucional.

Esta pregunta permite identificar qué tipo de vehículos son los que más circulan en sector del Condado. Además la pregunta permite identificar el porcentaje de la población al cual estar dirigido el proyecto que se desarrolla.

¿Con que frecuencia adquiere repuestos para su vehículo?

Tabla 16

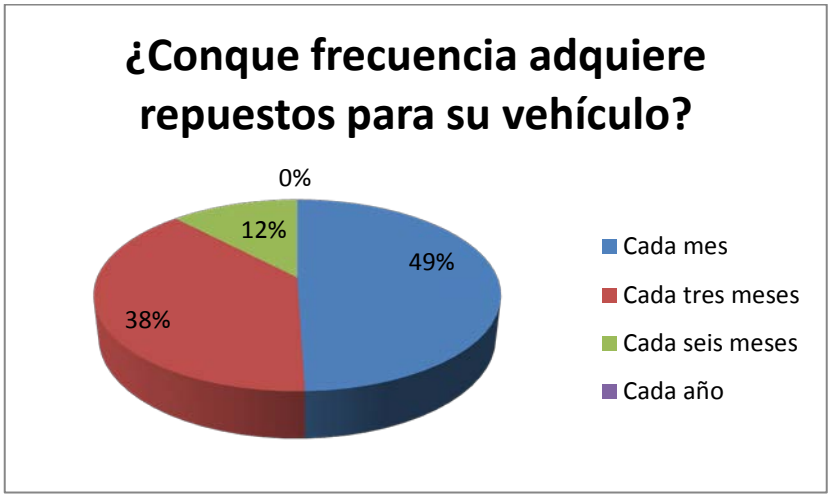
Pregunta N° 5

Detalle	Total	%
Cada mes	196	49%
Cada tres meses	152	38%
Cada seis meses	48	12%
Cada año	0	0%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 17

Pregunta N° 5



Encuestas realizadas

Análisis. De un total de 396 persona encuestadas el 49% adquiere sus repuestos mensualmente.

La presente interrogante permite calcular el periodo en que los potenciales cliente se acercan a adquirir repuestos, y así poder crear un plan de abastecimiento que permita servir con rapidez y eficiencia a los clientes, creando confianza y fidelidad por parte de ellos.

¿En qué lugar realiza el arreglo de su vehículo?

Tabla 17

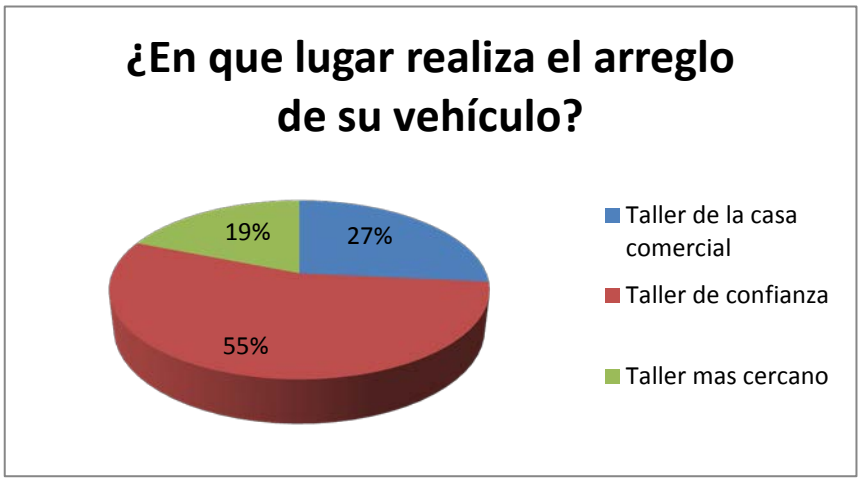
Pregunta N° 6

Detalle	Total	%
Taller de la casa comercial	105	27%
Taller de confianza	216	55%
Taller más cercano	75	19%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 18

Pregunta N° 6



Encuestas realizadas

Análisis. De 396 personas encuestadas prefiere realizar los arreglos de sus vehículos en talleres

De confianza es decir el 55%, esta información permite lograr un convenio con estos talleres cercanos para que sugieran a nuestra empresa para la adquisición de repuestos.

¿Al momento de adquirir un repuesto prefiere?

Tabla 18

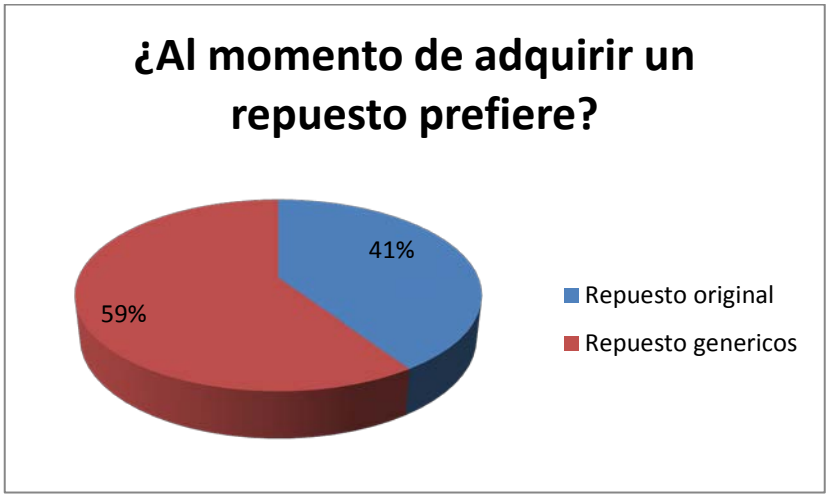
Pregunta N° 7

Detalle	Total	%
Repuesto original	161	41%
Repuesto genérico	235	59%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 19

Pregunta N° 7



Encuestas realizadas

Análisis. Un 59% de las personas encuestadas prefieren adquirir repuestos genéricos, ya que esto se ve reflejado en los costos de adquicion de los repuestos de los vehículos. Esta pregunta permite ratificar la esencia del negocio, ser vendedores de repuestos genéricos.

¿Cuánto dinero invierte usted anualmente en mejorar el rendimiento de su vehículo?

Tabla 19

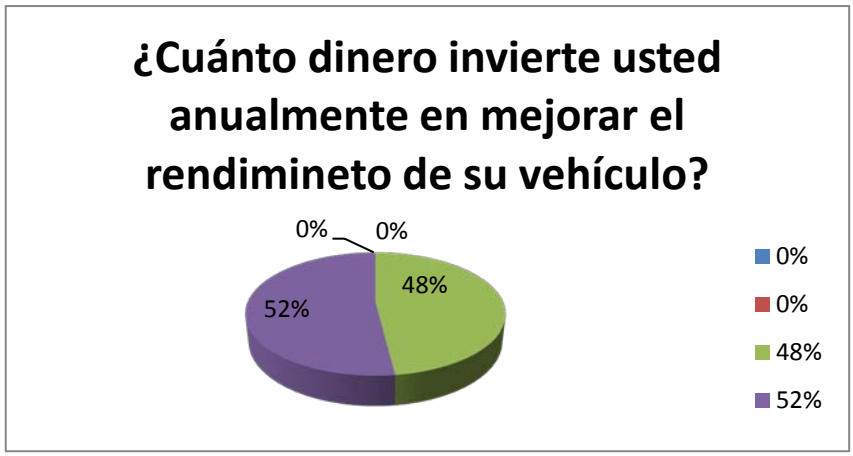
Pregunta N° 8

Detalle	Total	%
Menos de $300	0	0%
$301-$600	0	0%
$601-$900	190	48%
$901- En adelante	206	52%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 20

Pregunta N° 8



Encuestas realizadas

Análisis. De un total de 396 personas encuestadas un 48% de las personas contesto que gasta de 600 a 900 dólares y un 52% gasta más de 900 dólares en sus compras.

El conocer cuánto están dispuestos a gastar los clientes potenciales permite ajustar los precios a las necesidades del cliente además de los objetivos de la empresa.

¿En qué área de su vehículo usted invierte más dinero?

Tabla 20

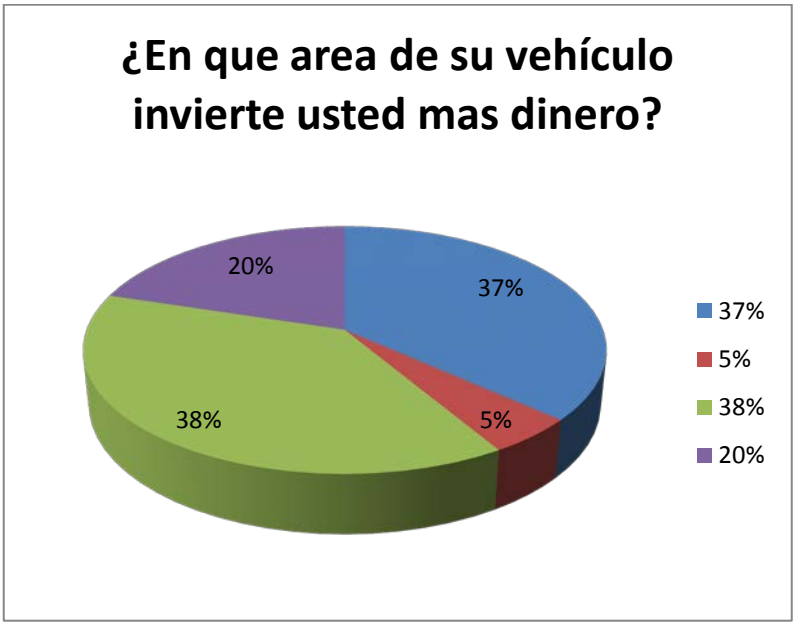
Pregunta N° 9

Detalle	Total	%
Motos	145	37%
Suspensión	19	5%
Frenos	152	38%
Sistema de cambios	80	20%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Pregunta N° 9

Figura 21



Encuestas realizadas

Análisis. De un total de 396 personas encuestadas los 2 repuestos más solicitados en el mercado son:

De motor y frenos. Este índice nos permite enfocar nuestro plan de compra para abastecer la futura empresa y así satisfacer las necesidades inmediatas de los clientes potenciales.

¿Está de acuerdo con los servicios que le ofrece el almacén donde adquiere sus productos?

Tabla 21

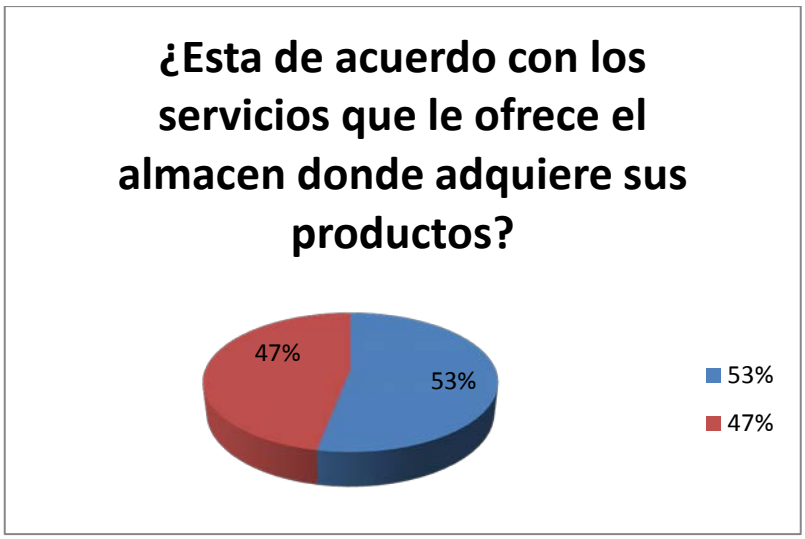
Pregunta N° 10

Detalle	Total	%
Si	210	53%
No	186	47%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 22

Pregunta N° 10



Encuestas realizadas

Análisis. El 47% de las personas encuestas no están conforme con los servicios que le ofrecen los almacenes donde adquieren sus productos, esto es una demanda insatisfecha, con esta tipo de personas lograre entrar al mercado y ganar posicionamiento con los clientes que no se encuentra satisfechos.

¿Le gustaría contar con una comercialización de repuestos en el sector del condado?

Tabla 22

Pregunta N° 11

Detalle	Total	%
Si	385	97%
No	11	3%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 23

Pregunta N° 11

Encuestas realizadas

Análisis.De un total de 396 personas encuestadas el 97% contesto que desearía que exista una Comercializadora de Repuestos en el sector del Condado.

Los datos obtenidos permiten confirmar la ubicación correcta teniendo aceptación en el mercado.

¿Le gustaría que la nueva comercializadora prestara servicio a domicilio?

Tabla 23

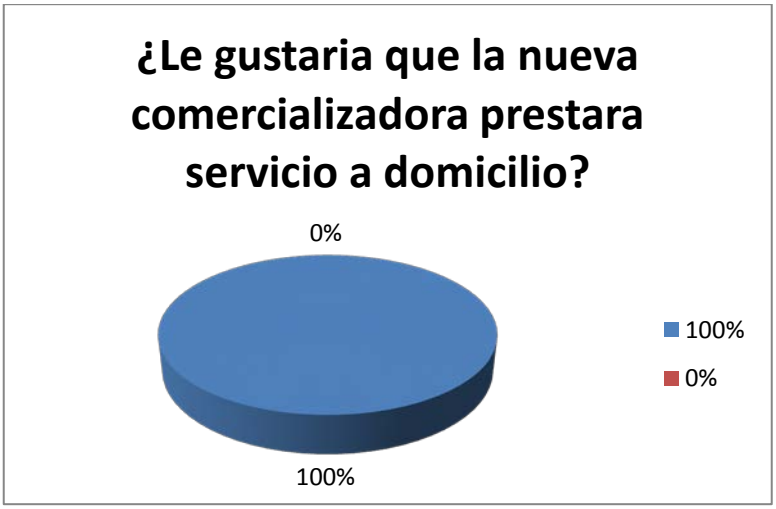
Pregunta N° 12

Detalle	Total	%
Si	396	100%
No	0	0%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 24

Pregunta N° 12



Encuestas realizadas

Análisis. El prestar servicio a domicilio dará una acogida del 100% permitirá que la Comercializadora de repuestos tenga una característica distintiva que ocasionará que los clientes se encuentren satisfechos porque la empresa se ocupa de sus necesidades y facilita sus actividades

¿Qué otro servicio le gustaría recibir?

Tabla 24

Pregunta N° 13

Detalle	Total	%
Créditos	136	34%
Promociones	147	37%
Convenios con establecimientos	113	29%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 25

Pregunta N° 13

Encuestas realizadas

Análisis. El 37% de las personas encuestadas desearía que en este tipo de comercialización exista promociones; de esta manera se realizara un plan de marketing para obtener mayor beneficios para la empresa

¿Cuándo compra partes para su vehículo cual es la característica principal que busca?

Tabla 25

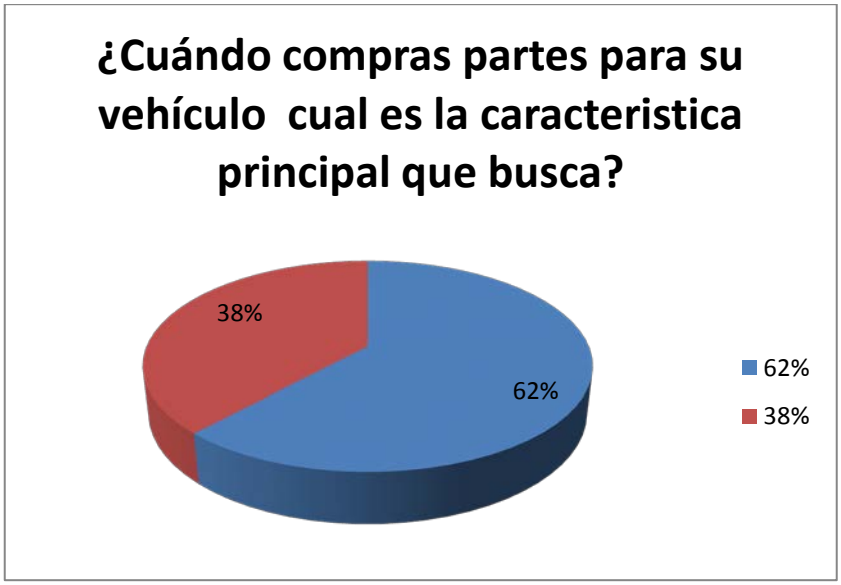
Pregunta N° 14

Detalle	Total	%
Precio	245	62%
Calidad	151	38%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 26

Pregunta N° 14



Encuestas realizadas

Análisis. De un total de 396 personas encuestas el 62% de estas personas solo busca el precios y el 38% buscan calidad dando una oportunidad al ingresar con nuestros productos que se refieren a los genérico

¿Cómo le gustaría su forma de pago?

Tabla 26

Pregunta N° 15

Detalle	Total	%
Tarjeta de crédito	180	45%
Efectivo	216	55%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Figura 27

Pregunta N° 15

Encuestas realizadas

Análisis. El 55% de las personas encuestas tiene poder adquisitivo para la compra de estos repuestos siendo una ventaja para la empresa porque se vería reflejado en la adquisición en efectivo de este tipo de productos.

Análisis de la Encuesta

Tabla 27

Aceptación del Negocio

Detalle	Aceptación	Porcentaje
Si	385	97%
No	11	3%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Tabla 28

Frecuencia de Consumo

Detalle	Aceptación	Porcentaje
Cada mes	196	49%
Cada tres mes	152	38%
Cada seis mes	48	12%
Cada año	0	0%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

Tabla 29

Precio

Detalle	Aceptación	Porcentaje
Menos de $300	0	0%
$301-$600	0	0%
$601-$900	190	48%
$901- En adelante	206	52%
Total	396	100%

Encuestas realizadas

3.02Oferta

Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados) y la tecnología disponible **(economia)**

3.02.01Oferta Histórica

Tabla 30

Oferta Histórica

AÑO	FACTURACION
2008	$ 771.203,74
2009	$ 812.540,01
2010	$ 900.200,61
2011	$ 993.078,03
2012	$ 1.150.199,83

Investigación de campo

3.02.02Oferta Actual

Tabla 31

Oferta Actual

AÑO	DOLARES
2013	$ 7.198.206,19

Investigación de campo

3.02.03Oferta Proyectada

Tabla 32

Oferta Proyectada

AÑO	DOLARES
2014	$ 7.414.152,38
2015	$ 7.636.576,95
2016	$ 7.865.674,26
2017	$ 8.101.644,49
2018	$ 8.344.693,82

Investigación de campo

3.03Demanda

Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado. La cantidad demandada de un determinado bien o servicio depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio, los precios de los demás bienes o servicios, el nivel de renta y la riqueza del sujeto demandante, así como los gustos y preferencia (economia)

3.02.01Demanda Histórica. El objetivo de la demanda histórica es poder estimar el comportamiento del consumidor en el tiempo pasado **(Zarate, 1994)**

Tras una extensa búsqueda este proyecto no pudo obtener datos sobre la demanda historia

3.02.02Demanda Actual

41,151*97% = 39,916.47

39,916.47*49%*12 = 234,708.84

234,708.84*901= $ 56,18 = 13.185.942,83

Tabla 33

Demanda Actual

Años	Demanda	Tasa de Crecimiento del sector	Demanda Proyectada
2013	$ 13.185.942,83	1,03	$ 13.581.521,12
2014	$ 13.581.521,12	1,03	$ 13.988.966,75
2015	$ 13.988.966,75	1,03	$ 14.408.635,75
2016	$ 14.408.635,75	1,03	$ 14.840.894,83
2017	$ 14.840.894,83	1,03	$ 15.286121,67
2018	$ 15.286.121,67	1,03	$ 15.744.705,32

Estudio de mercado

3.02.03Demanda Proyectada

Tabla 34

Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA
2014	$ 13.988.966,75
2015	$ 14.408.635,75
2016	$ 14.840.894,83
2017	$ 15.286121,67
2018	$ 15.744.705,32

Estudio de mercado

3.04BALANCE OFERTA-DEMANDA

3.04.01Balanza Actual

Tabla 35

Balanza Actual

AÑO	DEMANDA	OFRETA	DEMANADA INSATISFECHA
2013	$ 13.581.521,12	$ 7.198.206,19	$ 6.383.314,93

Estudio de mercado

3.04.02Balanza Proyectada

Tabla 36

Balanza Proyectada

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEM,ANDA INSATISFECHA
2014	$ 13.988.966,75	$ 7.414.152,38	$ 6.574.814,37
2015	$ 14.408.635,75	$ 7.636.576,95	$ 6.772.058,80
2016	$ 14.840.894,83	$ 7.865.674,26	$ 6.975.220,57
2017	$ 15.286.121,67	$ 8.101.644,49	$ 7.184.477,19
2018	$ 15.744.705,32	$ 8.344.693,82	$ 7.400.011,50

Estudio de mercado

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.01Tamaño de la Empresa

Tiene como finalidad determinar la capacidad productiva del proyecto ¿qué cantidad del bien o servicio se va a producir? La adaptación del tamaño de la producción está en relación estrecha a los criterios técnicos, económicos y financieros que tiene el proyecto **(Zarate, 1994)**

4.01.01Capacidad Instalada. Para la empresa se utilizara un espacio físico de104, 76m2 y este espacio estará distribuido entre los siguientes departamentos administrativos y de servicios.

4.01.02Capacidad Óptima

Los 104,76m^2 de construcción corresponden exactamente a los departamentos.

Tabla 37

Distribución de la Planta

Área	Dimensión M^2	M^2
Recepción	3.51x4	14.04
Dep. Contabilidad	3.28x4	13.12
Administración	3.28x4	13.12
Archivador	3.28x4	13.12
Comedor	3,22x4	12.88
Bodega	3,22x4	12.88
SSHH	2,89X4	11.56
Parqueadero	3.51X4	14.04
Total		104,76

Estudio de mercado

4.02Localización

Señala el lugar adecuado favorable para el funcionamiento del proyecto. Para la ubicación se toma en cuenta aspectos relacionados con la macro-localización y micro-localización; pero , generalmente la localización adecuada es aquella que permite presentar bajos costos de producción **(Zarate, 1994)**

4.02.01Macro-localización. Consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región. En este caso:

Tabla 38

Macro-localización

País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Ciudad:	Quito
Sector:	Norte
Barrio	Condado

Estudio de mercado

Figura 28

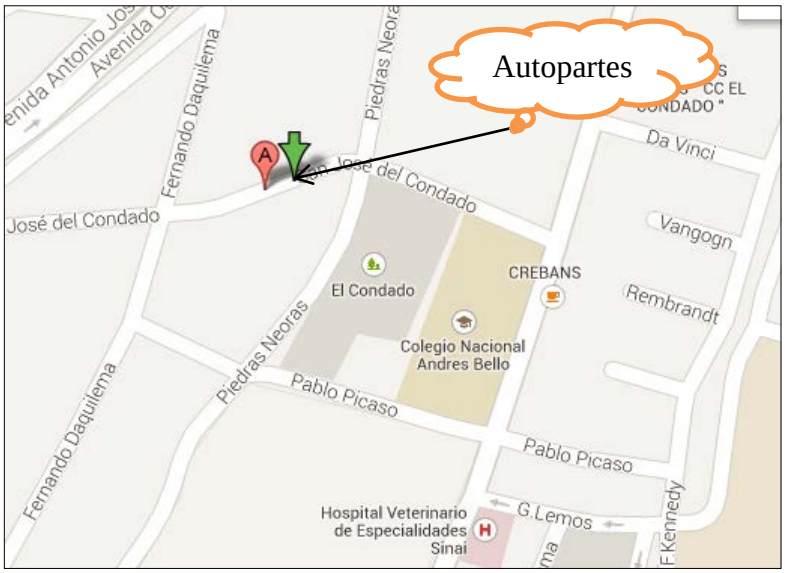
Macro-localización

Tomado de pag.web: http://google.com.ec/

4.02.02Micro-localización

Figura 29

Micro-localización



Tomado de pag.web: http://google.com.ec/

Este proyecto estar ubicado en el sector del condado al norte de la ciudad de Quito por la gran afluencia de vehículos que se encuentran en ese sector.

4.02.03Localización óptima

Tabla 39

Localización Óptima

VARIABLES	
Factor	**Calificación**
Costo de arriendo	5%
Cercanía al cliente	20%
Servicios básicos	10%
Infraestructura	15%
Proveedores	10%
Vías de Acceso	25%
Permisos de funcionamiento	15%
TOTAL	100%

Investigación de Campo

Análisis. La localización óptima de este proyecto es muy accesible por los diferentes factores que se encuentra en el sector como lo demuestra el cuadro que podemos apreciar este sector que se encuentra al norte de la cuidad cuenta con todos los servicios básico y las vías en perfecto estado siendo esto oportunidad para desarrollar este proyecto.

4.03INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.03.01Definición del Bien o Servicio

Figura 30

Definición del Bien o Servicio

PRODUCTOS	DESCRIPCION DEL SERVICIO
	Pastilla de freno
	Disco de freno
	Pulmón de freno
	Kit de reparación de compresores
	Kit de válvulas relay

4.03.02Distribución de la Planta

Figura 31

Distribución de la Planta

Tomado de pag.web: flooplanner

Figura 32

Distribución de Plata 3D

Tomado de pag.web: flooplanner

4.03.02Matriz triangular. Permite ver la relación e importancia que tiene cada departamento al estar junto a otro para una mejor distribución de infraestructura

GRADOS DE CERCANIA

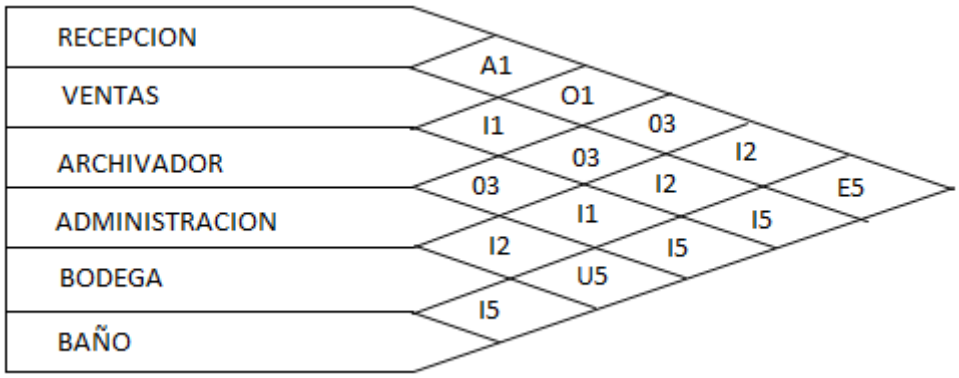
- A Absolutamente importante
- E Especialmente importante
- I Importante
- O Cercanía ordinaria
- U No importante
- X Indeseable

RAZONES DE CERCANIA

- 1 = Por peligro.
- 2 = Cercanía del proceso.
- 3 = Por higiene.
- 4 = Por contaminación.
- 5 = Por ruido.
- 6 = Por cuestiones administrativas.

Figura 33

Matriz Triangular



Investigación de Campo

4.03.03Matriz de tabulación

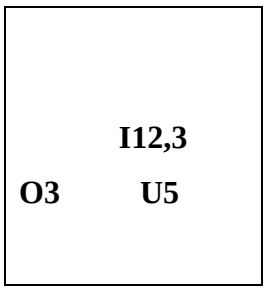
A		**E**
	I	
O	**U**	**X**

Recepción

A1	**E2**
I2	
O1	**U5**

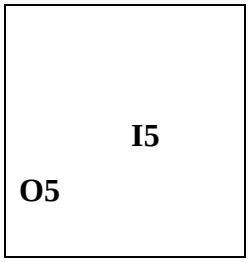
3.51x4 = 14.04

Dep. Contabilidad



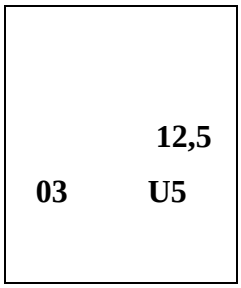
3.28 x 4 = 13.12

Administración



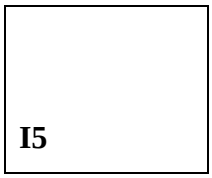
3.28 x 4 = 13.12

Bodega



3.22 x 4 = 13.1

Baño



2,89 x 4 = 11.59

4.03.04Proceso Comercialización

Descripción	Tiempo
Compra de mercadería	15 minutos
Importación	3 días 2.160 minutos
Recibir la mercadería	60 minutos
Embodegue	90 minutos
Colocación de precios	30 minutos
Comercialización	5 minutos
Total	3 Días 4 horas 33 minutos

Investigación de mercado

Se estima un tiempo 3 días ,4 horas ,33minutos para la comercialización total de muestro producto

4.03.04Maquinaria

Tabla 40

Maquinaria

CUADROS DE ACTIVOS					
ACTIVO FIJO	N°	MODELO	V.UNITARIO	V. TOTAL	V.TOTAL BRUTO
Vehículo Chevrolet	1	Vann30 carga	$ 15.340,00	$ 15.340,00	
TOTAL VEHICULOS				$ 15.340,00	$ 15.340,00

Estudio Financiero

4.03.04Equipos

Tabla 41

Equipos

EQUIPOS DE COMPUTACION					
PC	3		$ 630,00	$ 1.890,00	
Impresora	2		$ 400,00	$ 800,00	
Teléfono	2		$ 25,00	$ 50,00	
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION				$ 2.740,00	$ 2.740,00
EQUIPOS DE OFICINA					
Calculadora	3		$ 12,00	$ 36,00	
Perforadora	3		$ 4,00	$ 12,00	
Grapadoras	3		$ 4,00	$ 12,00	
SUMINISTROS DE OFICINA			$ 50,00	$ 50,00	
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA				$ 110,00	$ 110,00

Estudio Financiero

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.01INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Se refiere al monto monetario que precisa el proyecto para su implementación y ejecución; su estructura está dada por las inversiones fijas diferentes y el capital de trabajo. Los montos respectivamente se calculan tomando como referencia los precios de mercadería de los factores de producción. En este capítulo se considera también el programa de inversión, las fuentes de financiamiento, así como las condiciones financieras de los préstamos, es decir los cálculos y el tiempo de amortización del capital e intereses y el periodo de diferimiento otorgado. **(Zarate, 1994)**

Tabla 42

Ingresos del proyecto

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CASTIGO DE LA DEMANDA	TOTAL VENTAS	CAPACIDAD 70%	INGRESOS ANUALES	INGRESOS MENSUAL
2014	$ 6.574.814,37	$ 0,03	$ 190.669,62	0,70	$ 133.468,73	$ 11.122,39
2015	$ 6.772.058,80	$ 0,03	$ 196.389,71	0,70	$ 137.472,79	$ 11.456,07
2016	$ 6.975.220,57	$ 0,03	$ 202.281,40	0,70	$ 141.596,98	$ 11.799,75
2017	$ 7.184.477,19	$ 0,03	$ 208.349,84	0,70	$ 145.844,89	$ 12.153,74
2018	$ 7.400.011,50	$ 0,03	$ 214.600,33	0,70	$ 150.220,23	$12.518,35

Estudio financiero

5.02Costos

Son todos los gastos que utiliza una empresa para la distribución y comercialización de productos o de servicios.

5.02.01Gastos Administrativo. Para un adecuado control de la empresa auto partes es indispensable coordinar la acción administrativa lo cual se va presentando en el transcurso del periodo contable ya que si los ingresos aumentan o disminuye esto no generaría mayores gastos.

Tabla 43

Gastos Administrativo

N°	Cargo	Sueldo	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual a Recibir	Total Valor Anual
1	Gerente General	$ 400,00	$ 33,33	$ 26,50	$ 33,33	$ 493,17	$ 5.918,00
2	Contador	$ 380,00	$ 31,67	$ 26,50	$ 31,67	$ 469,83	$ 5.638,00
3	Secretaria	$ 318,00	$ 26,50	$ 26,50	$ 26,50	$ 397,50	$ 4.770,00
4	Chofer	$ 350,00	$ 29,17	$ 26,50	$ 29,17	$ 434,83	$ 5.218,00
5	Vendedor	$ 318,00	$ 26,50	$ 26,50	$ 26,50	$ 397,50	$ 4.770,00
6	Arriendo	$ 200,00				$ 200,00	$ 2.400,00
7	Garantía	$ 200,00					$ 200,00
8	Suministros de Oficina	$ 50,00				$ 50,00	$ 600,00
9	Materiales de aseo	$ 50,00				$ 50,00	$ 600,00
10	Servicios Básicos	$ 130,00				$ 130,00	$ 1.560,00
Total						$ 2.622,83	$ 31.674,00

Estudio financiero

5.02.01Gastos de Ventas. Para promocionar de manera eficaz el producto y distribuir correctamente los productos, la microempresa deberá incurrir en los gastos de ventas.

Tabla 44

Gastos de Venta

DETALLES	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.MENSUAL	V. TOTAL
ARANCELES/IMPORTACIONES		$ 1.750,00	$ 1.750,00	$ 21.000,00
MERCHANDACIN	159	$ 2,00	$ 318,00	$ 318,00
PUBLICIDAD	1	$ 120,00	$ 120,00	$1.440,00
COMBUSTIBLE	30	$ 1,50	$ 45,00	$ 540,00
TOTAL			$ 2.233,00	$ 23.298,00

Estudio financiero

5.02.04Costo de Ventas. Para la comercialización de repuestos vehiculares debemos tomar en cuantos algunos costos sean de importación que tendremos dentro de este aspecto.

Tabla 45

Costo de ventas

	CONCEPTO	CANTIDAD		V. MENSUAL	V. ANUAL
1	Grasa para rodamientos	7	$ 12,50	$ 87,50	$ 1.050,00
2	Pin de porta zapatas del/post.	8	$ 5,00	$ 40,00	$ 480,00
3	Abrazadera de cruceta soporte	20	$ 3,71	$ 74,20	$ 890,40
4	Plumones	15	$ 40,00	$ 600,00	$ 7.200,00
5	Bloqueo	10	$ 30,56	$ 305,60	$ 3.667,20
6	Discos de frenos	4	$ 35,90	$ 143,60	$ 1.723,20
7	kit de compresor	10	$ 40,75	$ 407,50	$ 4.890,00
8	Kit de válvulas relay prima/sec.	5	$ 26,41	$ 132,05	$ 1.584,60
9	Bandas	10	$ 35,00	$ 350,00	$ 4.200,00
10	Pastillas	10	$ 60,00	$ 600,00	$ 7.200,00
11	Liquido de freno	3	$ 10,53	$ 31,59	$ 379,08
12	Rodillo oquilla de embrague	5	$ 6,90	$ 34,50	$ 414,00
13	Empaque de tapa válvula	10	$ 3,00	$ 30,00	$ 360,00
14	Retenedor posterior	20	$ 15,87	$ 317,40	$ 3.808,80
15	Tanque de reserva de agua	2	$ 40,00	$ 80,00	$ 960,00
16	Cono y corona	2	$ 48,90	$ 97,80	$ 1.173,60
17	Filtros de combustibles	15	$ 12,91	$ 193,65	$ 2.323,80
18	Bombín de pulga de diesel	4	$ 25,00	$ 100,00	$ 1.200,00
19	Bayoneta de medición de aceite	4	$ 15,00	$ 60,00	$ 720,00
20	Filtro de aceite	15	$ 12,91	$ 193,65	$ 2.323,80
21	kit de caja de dirección hidráulica	10	$ 48,29	$ 482,90	$ 5.794,80
22	Plato de embrague	5	$ 120,00	$ 600,00	$ 7.200,00
23	Vendedor	1	$ 318,00	$ 318,00	$ 3.816,00
24	Vendedor logística	1	$ 318,00	$ 318,00	$ 3.816,00
TOTAL		196	$ 1.285,14	$ 5.597,94	$ 67.175,28

Estudio financiero

5.02Inversiones. La inversión es un gasto que se efectúa por la adquicion de determinados activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles, vale decir, es la compra de bienes o servicios para la fabricación, producción o adquicion de bienes de capital, con los que el proyecto producirá durante su vida útil. **(Zarate, 1994)**

5.02.01Inversion Fija. Se caracteriza por su materialidad (se puede tocar y ver) y está sujeta en su mayor parte a la depreciación, que se sinónimo de desvalorización gradual a lo largo de su uso, ya sea por desgaste y obsolescencia.

5.02.01.01Activos Fijos. Se caracteriza por su larga duración de vida y por cuanto su finalidad es ofrecer servicios a la empresa**.**

Tabla 46

Cuadro de Activos

ACTIVO FIJO	N° UNIDADES	MODELO	V.UNITARIO	V. TOTAL	V.TOTAL BRUTO
VEHICULO CHEVROLET	1	VANN30 CARGA	$ 15.340,00	$ 15.340,00	
TOTAL VEHICULOS				$ 15.340,00	$ 15.340,00
MUEBLES Y ENSERES					
ESCRITORIOS	5	METALICOS	$ 90,00	$ 450,00	
SILLAS GIRATORIAS	5	METALICAS	$ 30,00	$ 150,00	
ARCHIVADORES	2	METALICOS	$ 35,00	$ 70,00	
PRERCHAS	4	METALICAS	$ 60,00	$ 240,00	
ESTANTERIAS	2	MADERA	$ 85,00	$ 170,00	
MUEBLES	3	MADERA	$ 40,00	$ 120,00	
TOTAL MUEBLES Y ENSERES				$ 1.200,00	$ 1.200,00
EQUIPOS DE COMPUTACION					
PC	3		$ 630,00	$ 1.890,00	
IMPRESORA	2		$ 400,00	$ 800,00	
TELEFONO	2		$ 25,00	$ 50,00	
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION				$ 2.740,00	$ 2.740,00
EQUIPOS DE OFICINA					
CALCULADORA	3		$ 12,00	$ 36,00	
PERFORADORA	3		$ 4,00	$ 12,00	
GRAPADORAS	3		$ 4,00	$ 12,00	
SUMINISTROS DE OFICINA			$ 50,00	$ 50,00	
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA				$ 110,00	$ 110,00
ACTIVOS DIFERIDOS					
GASTOS DE CONSTITUCION			$ 1.200,00	$ 1.200,00	
ESTUDIO DE FACTIVILIDAD			$ 500,00	$ 500,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS				$ 1.700,00	$ 1.700,00
TOTAL DDE ACTIVOS					$ 21.090,00

Estudio financiero

5.02.01.02Activos Nominales (diferidos). Las características de este tipo de activo son de que sus cuentas son pagos anticipados que en futuro se convertirán en gastos

Tabla 47

Activos Fijos

Estudio Técnico	$ 500,00	$ 500,00
Total de Activos Diferidos	$ 1.700,00	$ 1.700,00

Estudio financiero

5.02.02Capital de trabajo. Es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo**.**

Tabla 48

Capital de trabajo

Gasto Administrativo	$ 2.622,83	$ 2.622,83
Gasto de Ventas	$ 2.233,00	$ 2.233,00
Costo de Ventas	$ 5.597,94	$ 5.597,94
Total Capital de Operación	$ 10.453,77	$ 10.453,77

Estudio financiero

5.02.03Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Las inversiones para el proyecto es la siguiente:

Inversión de activos fijos

Inversión de capital de trabajo

Tabla 49

Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

DETALLE	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones En Activos Fijos			
Total vehículos	$ 15.340,00		$ 15.340,00
Total Muebles y Enseres	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ -
Total Equipos de Computación	$ 2.740,00	$ 2.740,00	$ -
Total Equipos de Oficina	$110,00	$ 110,00	$ -
Total de Activos Fijos	$ 19.390,00	$ 4.050,00	$ 15.340,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Amortización Activos Diferidos	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ -
Estudio Técnico	$ 500,00	$ 500,00	$ -
Total de Activos Diferidos	$1.700,00	$1.700,00	$ -
CAPITAL DE OPERACIÓN O DE TRABAJO			
Gasto Administrativo	$ 2.622,83	$ 2.622,83	$ -
Gasto de Ventas	$ 2.233,00	$ 2.233,00	$ -
Costo de Ventas	$ 5.597,94	$ 5.597,94	$ -
Total Capital de Operación	$ 10.453,77	$ 10.453,77	$ -
Total De Inversión	$ 31.543,77	$ 16.203,77	$15.340,00
PARTICIPACIÓN	100%	52%	48%

Estudio financiero

5.02.02Amortizacion de financiamiento (tabla de amortización). Son costos incurridos en las etapas de pre-operación realizadas en activos diferidos o intangibles y se clasifica como un costo fijo **(Economia)**

Monto 15.340,00
Interés 0,08
Plazo 36 MESES
Cuota $ 1.309,19

Tabla 50

Tabla de Amortización

N°	VALOR PRESENTE	INTERESES	CAPITAL	VALOR DE LA CUOTA	SALDO
1	$ 15.340,00	$ 1.227,20	$ 81,99	$ 1.309,19	$ 15.258,01
2	$ 15.258,01	$ 1.220,64	$ 88,55	$ 1.309,19	$ 15.169,47
3	$ 15.169,47	$ 1.213,56	$ 95,63	$ 1.309,19	$ 15.073,84
4	$ 15.073,84	$ 1.205,91	$ 103,28	$ 1.309,19	$ 14.970,56
5	$ 14.970,56	$ 1.197,64	$ 111,54	$ 1.309,19	$ 14.859,01
6	$ 14.859,01	$ 1.188,72	$ 120,47	$ 1.309,19	$ 14.738,55
7	$ 14.738,55	$ 1.179,08	$ 130,10	$ 1.309,19	$ 14.608,44
8	$ 14.608,44	$ 1.168,68	$ 140,51	$ 1.309,19	$ 14.467,93
9	$ 14.467,93	$ 1.157,43	$ 151,75	$ 1.309,19	$ 14.316,18
10	$ 14.316,18	$ 1.145,29	$ 163,89	$ 1.309,19	$ 14.152,29
11	$ 14.152,29	$ 1.132,18	$ 177,00	$ 1.309,19	$ 13.975,28
12	$ 13.975,28	$ 1.118,02	$ 191,16	$ 1.309,19	$ 13.784,12
13	$ 13.784,12	$ 1.102,73	$ 206,46	$ 1.309,19	$ 13.577,66
14	$ 13.577,66	$ 1.086,21	$ 222,97	$ 1.309,19	$ 13.354,68
15	$ 13.354,68	$ 1.068,37	$ 240,81	$ 1.309,19	$ 13.113,87
16	$ 13.113,87	$ 1.049,11	$ 260,08	$ 1.309,19	$ 12.853,79
17	$ 12.853,79	$ 1.028,30	$ 280,88	$ 1.309,19	$ 12.572,91
18	$ 12.572,91	$ 1.005,83	$ 303,35	$ 1.309,19	$ 12.269,56
19	$ 12.269,56	$ 981,56	$ 327,62	$ 1.309,19	$ 11.941,93
20	$ 11.941,93	$ 955,35	$ 353,83	$ 1.309,19	$ 11.588,10
21	$ 11.588,10	$ 927,05	$ 382,14	$ 1.309,19	$ 11.205,96
22	$ 11.205,96	$ 896,48	$ 412,71	$ 1.309,19	$ 10.793,25
23	$ 10.793,25	$ 863,46	$ 445,73	$ 1.309,19	$ 10.347,52
24	$ 10.347,52	$ 827,80	$ 481,39	$ 1.309,19	$ 9.866,14
25	$ 9.866,14	$ 789,29	$ 519,90	$ 1.309,19	$ 9.346,24
26	$ 9.346,24	$ 747,70	$ 561,49	$ 1.309,19	$ 8.784,75
27	$ 8.784,75	$ 702,78	$ 606,41	$ 1.309,19	$ 8.178,35
28	$ 8.178,35	$ 654,27	$ 654,92	$ 1.309,19	$ 7.523,43

29	$ 7.523,43	$ 601,87	$ 707,31	$ 1.309,19	$ 6.816,11
30	$ 6.816,11	$ 545,29	$ 763,90	$ 1.309,19	$ 6.052,22
31	$ 6.052,22	$ 484,18	$ 825,01	$ 1.309,19	$ 5.227,21
32	$ 5.227,21	$ 418,18	$ 891,01	$ 1.309,19	$ 4.336,19
33	$ 4.336,19	$ 346,90	$ 962,29	$ 1.309,19	$ 3.373,90
34	$ 3.373,90	$ 269,91	$ 1.039,28	$ 1.309,19	$ 2.334,63
35	$ 2.334,63	$ 186,77	$ 1.122,42	$ 1.309,19	$ 1.212,21
36	$ 1.212,21	$ 96,98	$ 1.212,21	$ 1.309,19	$ 0,00

Estudio financiero

5.02.05Depreciacion (tabla de depreciación). Las depreciaciones se las realiza a todos los activos fijos y viene a ser costos virtuales por cuanto tienen efecto de un costo sin serlos

Todos estos bienes van perdiendo su valor por el uso que prestan, por lo que se disminuyéndose de si valor también es conocido como depreciación, construyéndose en un gasto para la empresa**.**

Tabla 51

Tabla de Depreciación

Activo	Valor de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual	Años Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor de Salvamento
Vehículo Chevrolet	$ 15.340,00	20	$ 767,00	5	$ 153,40	$ 15.186,60
Muebles y Enseres	$ 1.200,00	10	$ 120,00	5	$ 24,00	$ 1.176,00
Equipos de Computación	$ 2.740,00	3	$ 913,33	3	$ 304,44	$ 2.435,56
Equipos de Oficina	$ 110,00	3	$ 36,67	3	$ 12,22	$ 97,78
total	$ 19.390,00		$ 1.837,00		$ 12,22	$ 19.377,78
					$ 506,29	$ 38.273,71

Estudio financiero

Tabla 52

Calculo de la Amortización del Activo Diferido

Activo	Valor de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual	Años Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor de Salvamento
Gastos de Constitución	$ 1.200,00	5	$ 240,00	5	$ 48,00	$ (1.152,00)

Estudio financiero

5.02.06Estado de Situación Inicial. En el estado de situación inicial se refleja la situación financiera actual de la empresa al momento de inicial sus actividades económicas la empresa auto partes refleja todos los activos con los que cuenta la organización que no es más que un conjunto de bienes tangibles e intangibles que posee al momento de determinar y los pasivos son aquellos obligaciones contraídas con terceras persona tanto el capital social o el patrimonio son aporte de los dueños y accionistas de la empresas.

Tabla 53

Estado de Situación Inicial

ACTIVO		
CIRCULANTE		
ACTIVO DISPONIBLE		$ 10.453,77
BANCOS	$ 10.453,77	
ACTIVO FIJO		$ 19.390,00
VEHICULO CHEVROLET	$ 15.340,00	
MUEBLES Y ENSERES	$ 1.200,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION	$ 2.740,00	
EQUIPOS DE OFICINA	$ 110,00	
ACTIVOS DIFERIDOS		$ 1.700,00
GASTOS DE CONSTITUCION	$ 1.200,00	
ESTUDIO TECNICO	$ 500,00	
TOTAL ACTIVOS		$ 31.543,77
PASIVO		
CIRCULANTE		$ 15.340,00
LARGO PLAZO	$ 15.340,00	
PRESTAMOS POR PAGAR		
TOTAL PASIVO		
P**ATRIMONIO**		$ 15.957,07
CAPITAL	$ 15.957,07	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		$ 31.297,07

Estudio financiero

5.02.07Estado de Resultados Proyecto (a cinco años). Para las empresas con fines de lucro es necesario contar con una proyección de resultados, elaborado un estado de pérdidas y ganancias proyectada para analizas la vida útil del proyecto

Tabla 54

Estado de Resultados Proyecto

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	$ 133.468,73	$ 137.472,79	$ 141.596,98	$ 145.844,89	$ 150.220,23
(-)Costo de ventas	$ 68.532,87	$ 69.921,41	$ 71.341,61	$ 72.794,18	$ 74.279,88
(=)Utilidad bruta en gastos	$ 64.935,86	$ 67.551,39	$ 70.255,37	$ 73.050,70	$ 75.940,35
(-)Gastos administrativo	$ 19.924,41	$ 20.369,49	$ 20.824,72	$ 21.290,33	$ 21.766,55
(-)Gasto de ventas	$ 23.503,94	$ 24.039,83	$ 24.587,94	$ 25.148,55	$ 25.721,93
(-)Depreciaciones	$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00
(-)Amortización	$ 13.784,12	$ 9.866,14	$ 0,00	$ -	$ -
(=)Utilidad operacional	$ 5.886,40	$ 11.438,93	$ 23.005,71	$ 24.774,83	$ 26.614,86
(-)Gastos financieros	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(+)Otros ingresos	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(=)Utilidad antes de parte. /imp.	$ 5.886,40	$ 11.438,93	$ 23.005,71	$ 24.774,83	$ 26.614,86
(-)15% de Participación trabajadores	$ 882,96	$ 1.715,84	$ 3.450,86	$ 3.716,22	$ 3.992,23
(=)Utilidad antes de impuestos	$ 5.003,44	$ 9.723,09	$ 19.554,86	$ 21.058,60	$ 22.622,63
(=)Utilidad neta del ejercicio	$ 5.003,44	$ 9.723,09	$ 19.554,86	$ 21.058,60	$ 22.622,63

Estudio financiero

5.02.08Flujo Caja. Se entiende por flujo de caja a las entradas y salidas de cajas o efectivo, en un periodo dado el flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos y por lo tanto constituye un indicar importante de la liquidez de la empresa

Tabla 55

Flujo Caja

detalle	2013 año Base	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas		$ 133.468,73	$ 137.472,79	$ 141.596,98	$ 145.844,89	$ 150.220,23
(-)Costo de ventas		$ 68.532,87	$ 69.921,41	$ 71.341,61	$ 72.794,18	$ 74.279,88
(=)Utilidad bruta en gastos		$ 64.935,86	$ 67.551,39	$ 70.255,37	$ 73.050,70	$ 75.940,35
(-)Gastos administrativo		$ 19.924,41	$ 20.369,49	$ 20.824,72	$ 21.290,33	$ 21.766,55
(-)Gasto de ventas		$ 23.503,94	$ 24.039,83	$ 24.587,94	$ 25.148,55	$ 25.721,93
(-)Depreciaciones		$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00
(-)Amortización		$ 13.784,12	$ 9.866,14	$ 0,00	$ -	$ -
(=)Utilidad operacional		$ 5.886,40	$ 11.438,93	$ 23.005,71	$ 24.774,83	$ 26.614,86
(-)Gastos financieros		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(+)Otros ingresos		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(=)Utilidad antes de Part./imp.		$ 5.886,40	$ 11.438,93	$ 23.005,71	$ 24.774,83	$ 26.614,86
(-)15% de participación trabajadores		$ 882,96	$ 1.715,84	$ 3.450,86	$ 3.716,22	$ 3.992,23
(=)Utilidad antes de impuestos		$ 5.003,44	$ 9.723,09	$ 19.554,86	$ 21.058,60	$ 22.622,63
(=)Utilidad neta del ejercicio		$ 5.003,44	$ 9.723,09	$ 19.554,86	$ 21.058,60	$ 22.622,63
(+)Depreciación de activos		$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00	$ 1.837,00
(+)Amortización		$ 13.784,12	$ 9.866,14	$ 0,00	$ -	$ -
(+)Amortización de intangible		$ 240,00	$ 240,00	$ 240,00	$ 240,00	$ 240,00
(-)Amortización de la deuda		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-)Compra de activos fijos		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Inversión Inicial	$ 31.543,77	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-)Capital de trabajo	$ (21.090,00)	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Deuda		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Depósito de garantía						$ 200,00
(+)Valor de desecho	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 38.273,71
(=)Flujo de caja del periodo	$ 10,207.07	$ 7.080,44	$ 11.800,09	$ 21.631,86	$ 23.135,60	$ 62.973,35

Estudio financiero

5.03Evaluación

5.03.01Tasa de Descuento. Debido a que el proyecto requiere un préstamo para su ejecución se utilizara el método del costo del capital promedio ponderado, el cual permite calcular la rentabilidad mínimo que la empresa deberá esperar para satisfacer la rentabilidad exigidas por sus accionistas y acreedores

Tabla 56

TMAR

CONCEPTO	PORCENTAJE
TASA ACTIVA	10,21%
TASA PASIVA	4,58%
TMAR	14,79%

Estudio financiero

5.03.02VAN. Es la sumatoria de los beneficios netos actualizados de un proyecto a una tasa de actualización determinada por el costo de oportunidad del capital **(Zarate, 1994)**

Si el VAN es negativo el rendimiento de la inversión no es suficiente para reponer el capital invertido y pagar los intereses.

Tabla 57

VAN

CONCEPTO	VALOR
TASA	14,79%
INVERSIÓN	$ 31.543,77
AÑOS 2014	$ 7.080,44
2015	$ 11.800,09
2016	$ 21.631,86
2017	$ 23.135,60
2018	$ 62.973,35
VAN	$ 42.802,37

Estudio financiero

5.03.04TIR. El TIR justifica la rentabilidad del proyecto que se encuentra dentro de los parámetros normales.

Tabla 58

TIR

CONCEPTO	VALOR
INVERSIÓN	$ (31.543,77)
AÑOS 2014	$ 7.080,44
2015	$ 11.800,09
2016	$ 21.631,86
2017	$ 23.135,60
2018	$ 62.973,35
VAN	47%

Estudio financiero

5.03.05PRI (Periodo de recuperación de inversión). Este indicador determina el tiempo en años, meses y días que se demora el proyecto en recuperar la inversión se basa en el flujo actualizados del Van y Tmar

Tabla 59

PRI

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS	SALDO DE INVERSION A RECUPERAR
2013	$ 31.543,77			
2014	$ 7.080,44	0,87	$ 6.168,17	$ 6.168,17
2015	$ 11.800,09	0,76	$ 8.955,24	$ 15.123,41
2016	$ 21.631,86	0,66	$ 14.301,50	$ 29.424,91
2017	$ 23.135,60	0,58	$ 13.324,92	
2018	$ 62.973,35	0,50	$ 31.596,32	
			$ 74.346,15	

Estudio financiero

Este proyecto tiene un periodo de recuperación de inversión de 3 años.

5.03.06RBC (Relación costo beneficio). Es un indicador complementario en la evaluación del proyecto. Con este método se mide el tiempo en el cual se recupera la inversión total a partir del flujo neto del proyecto. Sin embargo, el periodo de recuperación tiene la desventaja de no coincidir la rentabilidad de la inversión, ni el comportamiento de los netos que genera el proyecto con posterior a la recuperación del capital invertido. **(Zarate, 1994)**

$$\frac{\Sigma \text{ FLUJO DE EFECTIVO A.}}{\text{INVERCION}}$$

$$\frac{\$ \quad 74.346,15}{\$ \quad 31.543,77} = 2,36$$

Una vez efectuado los cálculos correspondientes se desprende que por cada dólar se tiene una utilidad de $ 2,36 es decir $1,36 de ganancia.

5.03.06Punto de Equilibrio. El punto de equilibrio es la venta mínima requerida para no perder, ni ganar en el proyecto, es decir para mantener estable en el mercado.

Tabla 60

Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos Administrativos	$ 19.569,16	$20.014,24	$ 20.469,47	$ 20.935,08	$ 21.411,31
Gastos de Venta	$23.503,94	$ 24.039,83	$ 24.587,94	$ 25.148,55	$ 25.721,93
TOTAL COSTO FIJO	$ 43.073,10	$ 44.054,08	$ 45.057,42	$ 46.083,63	$ 47.133,24
COSTOS VARIABLES					
Costos de Venta	$ 68.532,87	$ 69.921,41	$ 71.341,61	$ 72.794,18	$ 74.279,88
TOTAL COSTO VARIABLE	$ 68.532,87	$ 69.921,41	$ 71.341,61	$ 72.794,18	$ 74.279,88
VENTAS	$133.468,73	$ 137.472,79	$ 141.596,98	$ 145.844,89	$150.220,23
Punto de Equilibrio	$ 88.532,16	$ 89.653,78	$90.811,47	$ 92.005,44	$ 93.235,90

Estudio financiero

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{VENTAS}}}$$

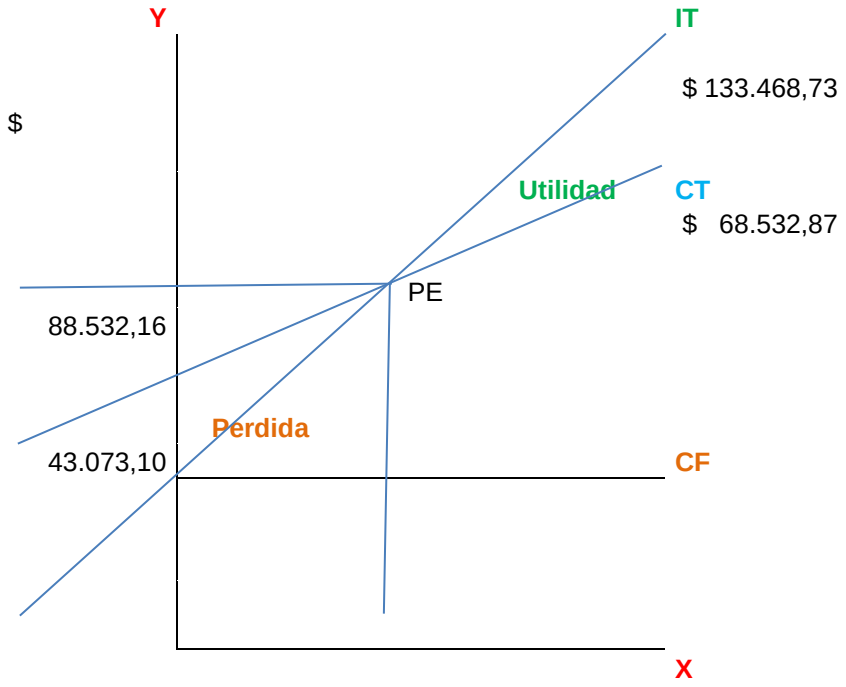
$$2014 = \frac{\$ \quad 43.073,10}{1 - \frac{\$ \quad 68.532,87}{\$ \quad 133.468,73}}$$

$$\frac{\$ \quad 43.073,10}{\$ \quad 0,51}$$

$$\frac{\$ \quad 43.073,10}{\$ \quad 0,49}$$

$$\$ \quad 88.532,16$$

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



5.03.07Analisis de índices financieros.

5.03.07.01Indice de Liquides. Sirve para evaluar el desempeño pasado, presente e inclusive futuro de la empresa

$$\frac{\text{AC}}{\text{PC}} = \frac{\$ \quad 31.543,77}{\$ \quad 15.340,00} = \$ 2,06$$

5.03.07.02Indice de Endeudamiento. Este Índice de Endeudamiento (IE) establece la estrategia de financiamiento y la vulnerabilidad de la empresa a esa estructura de financiamiento dada. Vale decir, que establece la proporción de los Activos Totales financiados con fondos ajenos. **(ESPEJO JARAMILLO, 2007)**

$$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \frac{\$ \quad 15.340,00}{\$ \quad 31.543,77} = 48,63\%$$

5.03.07.03Indice de Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE). Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa **(ESPEJO JARAMILLO, 2007)**

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}} = \frac{\$ \quad 5.003,44}{\$ \quad 15.957,07} = 31\%$$

5.03.07.04Indice de Rentabilidad sobre la Inversión (ROI). Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa

(ESPEJO JARAMILLO, 2007)

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSION}} = \frac{\$ \quad 5.003,44}{\$ \quad 31.543,77} = \quad 16\%$$

5.03.07.05Rentabilidad Sobre el Activo (ROA) Utilizada frecuentemente en la comparación de resultados de las entidades o globalmente del sistema bancario, es el ratio que resulta de dividir los resultados antes de impuestos por el activo total medio que en algunas publicaciones se denomina balance total medio, si bien hay que advertir que ello puede dar lugar a confusión, ya que no deben incluirse las cuentas de orden.

(ESPEJO JARAMILLO, 2007)

$$\frac{\text{U. NETA}}{\text{TOTAL ACTIVOS}} = \frac{\$ \quad 5.003,44}{\$ \quad 31.543,77} = 16\%$$

CAPITULO VI

ANALISIS DE IMPACTO

Al procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo. **(gary, 2012)**

6.01Impacto Ambiental

El proyecto no generara impacto ambiental, en cuanto la comercializadora se va a dedicar a vender repuestos automotrices y no lubricantes entonces en este caso no puede producir ningún impacto ambiental por lo que las auto partes llegan empaquetada y listas para la comercialización.

6.02Impacto Económico

El proyecto genera impacto económico por que va generar productividad en el país y eso es factible para agilizar el desarrollo del país.

6.03Impacto Social

El proyecto genera impacto social porque va generar fuentes de trabajo, con el fin de ayudar al desarrollo del país y eso genera que se disminuya la pobreza que existe en el Ecuador.

CAPITULO VII

CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES

7.01Conclucion

Se ha cumplido el objetivo general de finalizar el proyecto, llegado a las siguientes conclusiones:

Se ha identificado claramente la demanda insatisfecha de autopartes que existente en el mercado con un crecimiento promedio de 14.25% en el sector

Se determinaron las inversiones necesarias tanto en el área automotriz Administrativa, y ventas, para implementar el proyecto.

Se determinó que en los últimos cinco años, los repuestos que mayores movimientos comerciales y de importación han sido los de sistemas de freno y de sistema de motor.

Se determinaron los costos totales, necesarios para el funcionamiento del proyecto

Se estableció el volumen de ventas, con el cual se proyecta alcanzar un nivel satisfactorio de rentabilidad.

Se determinó que el período de recuperación de la inversión es de 2 años, 7meses y 2 días, siendo el mismo un plazo muy atractivo.

Con la investigación realizada se puede conocer las debilidades y fortalezas de la competencia directa, para así llegar a ser líderes en el mercado de auto partes en el sector del Condado

7.02Recomendacion

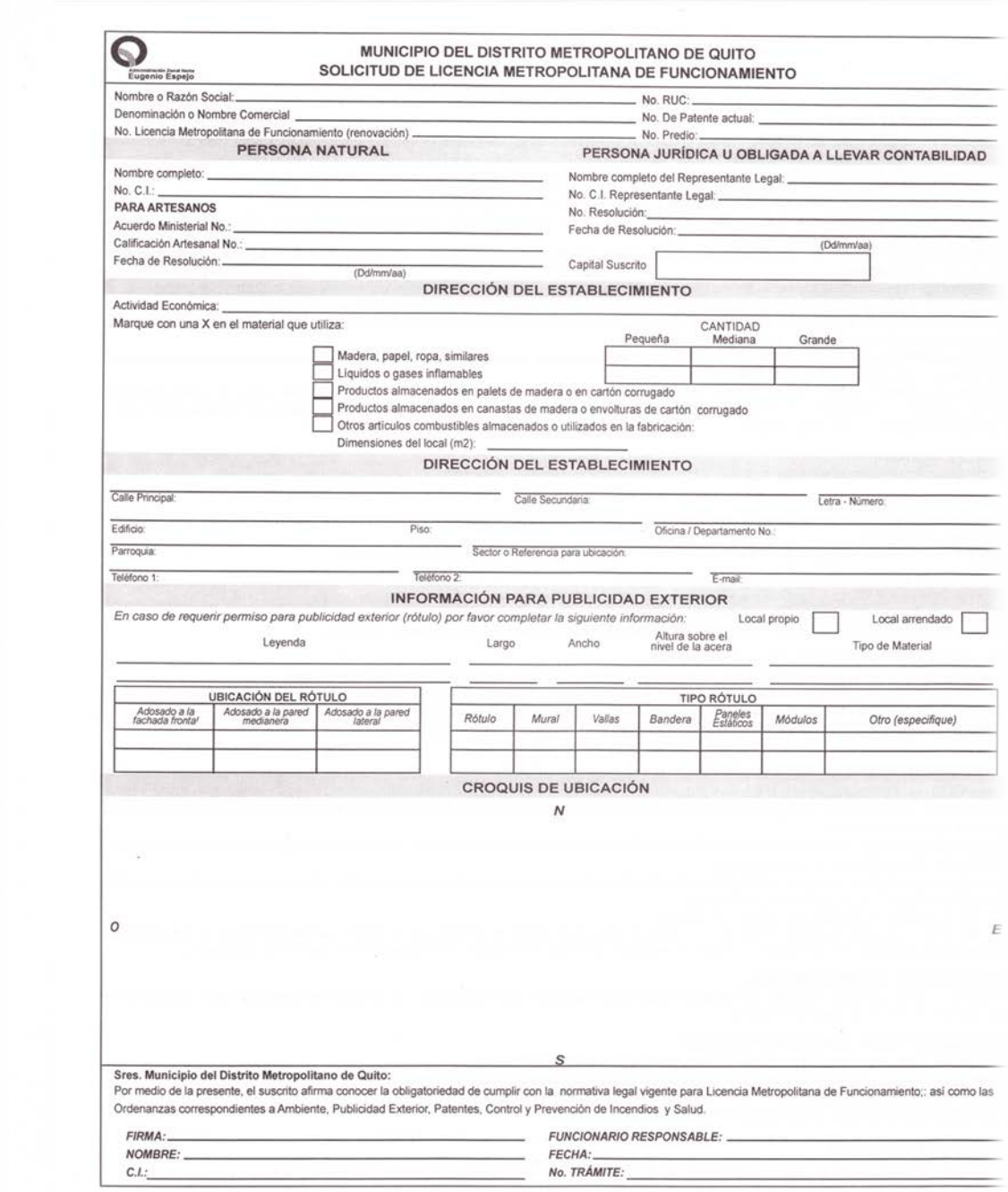
Una vez analizados los costos tanto fijos como variables, los ingresos por ventas, se ha observado que el proyecto es muy rentable por lo tanto se recomienda su aplicación.

Se recomienda que el servicio que se brinde sea personalizado, no solo durante la a apertura de la empresa multimarcas, sino durante todo el proceso

Se recomienda que la empresa cumpla con todas las disposiciones de la ley y que se afilie a la cámara de comercio de Quito.

7.03Anexos

Anexo N° 1



MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Nombre o Razón Social: _____ No. RUC: _____
Denominación o Nombre Comercial _____ No. De Patente actual: _____
No. Licencia Metropolitana de Funcionamiento (renovación) _____ No. Predio: _____

PERSONA NATURAL

Nombre completo: _____
No. C.I.: _____
PARA ARTESANOS
Acuerdo Ministerial No.: _____
Calificación Artesanal No.: _____
Fecha de Resolución: _____ (Dd/mm/aa)

PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD

Nombre completo del Representante Legal: _____
No. C.I. Representante Legal: _____
No. Resolución: _____
Fecha de Resolución: _____ (Dd/mm/aa)
Capital Suscrito _____

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Actividad Económica: _____
Marque con una X en el material que utiliza:

	CANTIDAD Pequeña	Mediana	Grande
☐ Madera, papel, ropa, similares			
☐ Líquidos o gases inflamables			
☐ Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado			
☐ Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado			
☐ Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:			

Dimensiones del local (m2): _____

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Calle Principal: _____ Calle Secundaria: _____ Letra - Número: _____
Edificio: _____ Piso: _____ Oficina / Departamento No.: _____
Parroquia: _____ Sector o Referencia para ubicación: _____
Teléfono 1: _____ Teléfono 2: _____ E-mail: _____

INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información: Local propio ☐ Local arrendado ☐

Leyenda	Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de Material

UBICACIÓN DEL RÓTULO		
Adosado a la fachada frontal	*Adosado a la pared medianera*	*Adosado a la pared lateral*

TIPO RÓTULO						
Rótulo	*Mural*	*Vallas*	*Bandera*	*Paneles Estáticos*	*Módulos*	*Otro (especifique)*

CROQUIS DE UBICACIÓN

N

O *E*

S

Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:
Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento;: así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.

FIRMA: _____ *FUNCIONARIO RESPONSABLE:* _____
NOMBRE: _____ *FECHA:* _____
C.I.: _____ *No. TRÁMITE:* _____

Anexo N° 2

Dirección Metropolitana Financiera Tributaria

DECLARACION DEL IMPUESTO DE PATENTE

USD. 0.20 Nº 182543

Quito, a ____ de _____ del 201 __

En cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 364 y 365 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal y el Código del Distrito Metropolitano de Quito que establecen, regulan y reglamentan el cobro del Impuesto anual de Patente, inscribo y declaro:

Nombre o Razón Social:			Nº R.U.C.
Representante Legal:			Nº C. Identidad
Dirección:	Oficina Nº	C. Catastral	Teléfono:

Ubicación:	Dirección Sucursales	Capital:
Zona Norte ____	1	
Zona Centro ____	2	
Zona Sur ____	3	
Parroquias ____	4	U.S.D.

Actividad Económica Principal:	Inicio de Actividades
Descripción:	

JURIDICOS		ARTESANOS	
Nº de Resolución:	Fecha de Resolución:	Acuerdo Ministerial Nº:	Fecha de Resolución:
Matrícula de Comercio:		J.N.D. Artesano Nº:	Matrícula de Comercio:

NOTA: El incumplimiento de las obligaciones y deberes formales inherentes a los sujetos pasivos del Impuesto de Patente, conlleva la imposición de sanciones, según la infracción cometida conforme lo prevé el capítulo IV del Título I del Libro IV del Código Tributario.

Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad, declaro que toda la información contenida en este formulario es verídica y correcta, sin perjuicio de las sanciones legales aplicables, de comprobarse que es irreal, se considera como NO obtenida la Patente Municipal para los fines pertinentes.

Nombre del Declarante:	Firma del Declarante:
C. Identidad:	

Funcionario Responsable:	Fecha de Inscripción:	Registro de Comerciante Nº.

ADJUNTAR OBLIGATORIAMENTE LOS DOCUMENTOS DE RESPALDO EN ORIGINALES Y COPIAS

Anexo N° 3

Art. 109.

-Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera.

-El Hecho Generador de la obligación tributaria aduanera es el ingreso de mercancías extranjeras o la salida de mercancías del territorio aduanero bajo el control de la autoridad aduanera competente.

Art. 110.

-Base imponible.

-La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las Mercancías importados.

El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro,

El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera.

Art. 111.

-Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera.

-Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo:

a. Sujeto activo de la obligación tributaria aduanera es el Estado, por intermedio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

b. Sujeto pasivo de la obligación tributaria aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable

Art. 128.operaracion aduanera

Las operaciones aduaneras y demás actividades derivadas de aquellas se establecerán y regularan en el reglamento a este código y demás normas que dicte el servicio nacional de aduanas del Ecuador

Art.129 carga y descarga

La mercancía que provenga del exterior, por cualquier vía, deberá estar expresamente descrita en el manifiesto de carga

Cuando por motivos de cantidad, volumen o naturaleza de las mercancías, resulte necesario, la servidora o el servidor a cargo de la dirección distrital podrán autorizar la descarga fuera de los lugares habilitados para ese efecto.}

Art.138 declaración aduanera

La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director general.

El servicio de aduana del Ecuador podrá autorizar el desaduana miento directo de las mercancías en los casos previstos en el reglamento a este código, previo cumplimiento de, los requerimientos en el establecimiento, y de acuerdo a las disposiciones emitidas. En este caso la declaración aduanera se podrá presentar luego del levante de las mercancías en la forma que establezca el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Anexo N° 4

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

Entre los señor _____Ecuatoriano mayor de edad, domiciliado en la cuidad de quito, hábil para contratar y obligarse. Voluntariamente conviene celebrar el presente contrato de arrendamiento, contenido en las siguientes clausuras:

PRIMERO: La Sra. _____declara ser propietaria de un inmueble ubicado en el, Barrio San José del Condado LT 219 de la ciudad de Quito.

SEGUNDO: Con este antecedente la propietaria del inmueble, da en arrendamiento a favor del_____, un local comercial y un, baño social. Todo recibe en perfectas condiciones.

TERCERA: El precio del local, materia del presente contrato, es de $ (_____), por mesadas adelantadas.

CUARTA: El plazo de duración del presente contrato es de un año, a contarse desde la fecha de suscripción del mismo; plazo que podrá ampliarse o restringirse, por acuerdo entre las partes y por escrito.

QUINTA: El pago por consumo de energía eléctrica y agua potable será pagado aparte del arriendo por mesadas adelantadas.

SEXTA: El local comercial es uso para panadería por ninguna razón podrá darle otro uso, ni ceder a terceras personas, a no ser con autorización escrita del propietario.

SEPTIMA: Al arrendatario, le queda prohibido realizar cualquiera mejora en el local, en tal caso, ira en beneficio del dueño del mismo sin que tenga nada que responder o devolver por este concepto. Además declara que recibe el local en perfecto

OCTAVA: Él arrendatario deja una garantía de $ (_____usd), a favor del propietario del inmueble, por concepto de daños que puedan causarse o demora en el pago de las mensualidades de arriendo.

Para constancia firman las partes por duplicado de igual valor cada una de ella

Quito, 25-marzo de 2012

…….
El ARRENDADOR
Sra. _____
C.I. _____

……..
EL ARRENDATARIO
Sr._____

- **Bibliografía**

(s.f.). Recuperado el 10 de 09 de 2013, de peapttecnologia: http://peapt.blogspot.com/p/que-es-la-tecnologia.html

E-cononic contabilidad en linea. (Octubre de 2011). Recuperado el sabado de Agosto de 2013, de http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-balanza-comercial

Emprendedor. (lunes de Mayo de 2011). Recuperado el Sabado de Junio de 2013, de http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184455/competencia-competencia-directa-competencia-indirecta/

(Sabado de Junio de 2013). Recuperado el Sabado de Junio de 2012, de Galeon.com hipervistazo: http://manualdeatencion.galeon.com/aficiones2290677.html

ABC, D. (s.f.). Recuperado el 07 de 09 de 2013, de http://www.definicionabc.com/economia/balanza-comercial.php

Alonso, J. M. (s.f.).

Economia. (s.f.). Recuperado el 07 de 09 de 2013, de http://www.productointernobruto.com/

economia, L. g. (s.f.). *ECONOMIA48.COM*. Recuperado el viernes de Septiembre de 2013, de http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm

Ecuador economica. (s.f.). Obtenido de http://www.ecuadoreconomica.com/2011/07/la-pobreza-en-ecuador-mas-alla-de-un.html

ESPEJO JARAMILLO, L. B. (2007). *Contabilidad General.* Loja: Universidad Tecnica Particular de loja.

gary, F. g. (2012). Guias para elaborar planes de negocios. En G. g. flores, *Guias para elaborar planes de negocios* (pág. 59). Ecuador: Editoria Ecuaddor.

Gestion20. (s.f.). Recuperado el 07 de 09 de 2013, de http://igestion20.com/organigramas-concepto-funciones-y-distintos-tipos/

Gestiopolis. (s.f.). Obtenido de http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/no7/tasa%20activa.htm

Inflacion causa y efecto. (s.f.). Recuperado el 07 de 09 de 2013, de http://ica92.blogspot.es/1243530780/

Respuesta, M. (s.f.). Obtenido de http://www.misrespuestas.com/que-es-la-tasa-de-interes.html

Zarate, R. p. (1994). elementos para la elaboracion y evaluacion de proyectos. En R. Paredes Zarate , *Elemnetos para la elabopracion y evaluacion de proyectos* (pág. 17). Bolivia: Catacora.