



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACION

CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

PROYECTO DE INVERSIÓN Y GERENCIAMIENTO DE UNA
COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA CAMIONES A DIÉSEL
UBICADA EN AZOGUES

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERIA EMPRESARIAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

JIMMY RAFAEL PERALTA PAREDES

Director:

ING. NARCIZA REYES CÁRDENAS, MGS.

Año

2019

DECLARACIÓN

Yo, JIMMY RAFAEL PERALTA PAREDES declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Jimmy Rafael Peralta Paredes

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por JIMMY RAFAEL PERALTA PAREDES, bajo mi supervisión.

Ing. Narciza Azucena Reyes Cárdenas, MGS.
DIRECTOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado con mucho cariño a mis padres que me han apoyado incondicionalmente en el trayecto hacia esta meta, gracias por todo el esfuerzo que no ha sido en vano, ya que hoy ha dado sus frutos, siempre con la bendición de dios que me ha permitido estar hoy aquí presente.

AGRADECIMIENTOS

Quiero darle gracias a dios por darme la oportunidad de cumplir uno de mis sueños como lo es la formación académica.

A mis padres por todo su esfuerzo, por todo su apoyo, por haberme acompañado en todos estos momentos duros y de llenos de aprendizaje en esta etapa de mi vida.

A la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, por haber sido una excelente casa de estudios, especialmente a mis queridos docentes de la facultad de administración quienes me han instruido, compartiendo sus conocimientos y preparándome para un futuro profesional exitoso.

A mi directora de tesis la Ingeniera Narciza Reyes Cárdenas, Mgs. por todo su tiempo y dirección invertido en mi trabajo, gracias por la paciencia para elaborar mi tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido

DECLARACIÓN	2
CERTIFICACIÓN	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTOS	5
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	6
LISTA DE TABLAS.....	11
LISTA DE GRÁFICOS.....	13
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
1.1 Antecedentes	16
1.2 Resumen ejecutivo.....	16
1.3 Definición del negocio	17
1.3.1 Datos básicos del negocio.....	17
1.3.2 Descripción del negocio:.....	17
1.3.3 Características diferenciadoras	17
1.3.3.1 Ventajas competitivas.....	17
1.3.4 Mercado objetivo	17
1.4 Visión y Misión:	17
1.5 Objetivos del negocio	18
1.6 Estrategias del negocio	18
1.7 Problema de investigación	18
1.8 Tipo de investigación.....	18
1.9 Alcance de la investigación	18
1.10 Objetivo General	19
1.10.1 Objetivos específicos.....	19
1.11 Corte estadístico: tipo de población, tamaño de muestra.....	19
1.12 Métodos, técnicas e instrumentos	19
1.13 Justificación.....	19
1.13.1 Práctica.....	20
1.13.2 Metodología	20
1.13.3 Teórica.....	20

2.1	Fundamentación teórica de modelo de negocios.....	21
2.2	Definiciones del marco legal y administrativo del proyecto	22
2.2.1	Marco legal para el establecimiento de las empresas	22
2.2.2	Proceso administrativo.....	22
2.3	Definiciones del estudio técnico	23
2.3.1	Definición de vehículos a diésel.....	23
2.3.2	Definición de camión.....	23
2.3.3	Definición de Repuestos	23
2.3.3.1	Caja de cambios	23
2.3.3.2	Motor.....	24
2.3.3.3	Sistema de transmisión.....	25
2.3.3.4	Sistema de Suspensión	26
2.3.3.5	Sistema de Freno.....	26
2.3.3.6	Sistema de dirección.....	27
2.3.3.7	Sistema de refrigeración	28
2.4	Marcas de Camiones	28
2.4.1	Hino	28
2.4.2	Isuzu	29
2.4.3	Hyundai.....	29
2.4.4	Mitsubishi	29
2.5	Comercialización.....	30
2.5.1	Canales de distribución.....	30
2.6	Mix del marketing	30
2.6.1	Producto	30
2.6.2	Precio.....	31
2.6.3	Plaza.....	31
2.6.4	Promoción.....	31
2.7	Estudio de Mercado	31
2.7.1	Segmento de mercado.....	31
2.7.2	La oferta.....	32
2.7.3	La demanda	32
2.8	Estudio económico.....	32
2.8.1	Contabilidad.....	32
2.8.2	Presupuesto.....	32

2.8.3 Inversión	33
2.8.4 Capital de Trabajo.....	33
2.9 Estados financieros.....	33
2.9.1 Balance General	33
2.9.2 Estado de resultados	34
2.10 Evaluadores Financieros.....	34
2.10.1 Valor actual neto (VAN)	34
2.10.2 Tasa interna de retorno.....	34
2.10.3 Periodo de recuperación de la inversión	34
2.10.4 Relación costo – beneficio	35
2.10.5 Punto de equilibrio	35
3.1 Introducción.....	36
3.2 Objetivos del estudio de mercado	36
3.2.1 Objetivo general.....	36
3.2.2 Objetivos específicos	36
3.2.3 variables e indicadores.....	36
3.3 Mecánica operativa	38
3.3.1 Identificación de la población	38
3.3.2 Cálculo de la muestra	38
3.3.3 Análisis de la investigación (encuesta)	39
3.4 Análisis de los proveedores.....	48
3.5 Identificación del producto.....	49
3.6 Mercado meta	50
3.7 Análisis de la demanda	50
3.7.1 Demanda actual.....	50
3.7.2 Demanda proyectada	51
3.8 Análisis de la oferta.....	52
3.9 Oferta actual.....	53
3.10 Oferta proyectada	54
3.11 Balance Oferta- demanda	54
3.12 Demanda potencial	55
3.13 Análisis y determinación de los precios	55
3.14 Conclusiones del estudio	57
4.1 Estudio técnico.....	58

4.2	Localización del proyecto	58
4.3	Macro localización.....	58
4.4	Micro Localización.....	58
4.5	Distribución de la planta	59
4.6	Diagrama de flujo de actividades	59
4.7	Presupuesto técnico.....	61
4.7.1	Inversión fija.....	61
4.7.2	Equipo de cómputo y software.....	62
4.7.3	Inversión variable.....	63
4.7.4	Gastos administrativos	65
4.7.5	Inversión diferida	67
4.7.6	Capital de trabajo del proyecto	68
4.8	Tamaño del proyecto.....	68
4.8.1	Mercado.....	68
4.8.2	Disponibilidad del proyecto	69
4.8.3	Financiamiento	69
4.9	Estudio económico –financiero.....	69
4.9.1	Presupuestos.....	70
4.10	Estados financieros proforma.....	82
4.10.1	Balance inicial (de arranque)	82
4.10.2	Estado de resultados proyectado	83
4.10.3	Flujo de caja proyectado.....	83
4.10.4	Evaluación financiera.....	83
4.10.5	Determinación de la tasa de rendimiento medio.....	84
4.10.6	Cálculo del valor actual neto (VAN)	84
4.10.7	Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)	85
4.10.8	Periodo de recuperación de la inversión.....	85
4.10.9	Relación costo –beneficio	86
4.10.10	Punto de equilibrio.....	87
4.11	Estructura organizativa.....	87
4.11.1	La Empresa	87
4.11.2	Nombre o razón social de la empresa	87
4.11.3	Logotipo.....	87
4.11.4	Base legal de funcionamiento.....	88



4.11.5	Permiso de funcionamiento	88
4.11.6	Conformación de socios	89
4.12	Filosofía Institucional.....	90
4.12.1	Misión	90
4.12.2	Visión.....	90
4.12.3	Políticas institucionales.....	90
4.12.4	Valores corporativos.....	90
4.12.5	Organigrama estructural	91
BIBLIOGRAFIA		94
Anexos		97

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Número de camiones matriculados en la Provincia del Cañar 2018.....	38
Tabla 2: Marca de vehículo con mayor frecuencia	39
Tabla 3: Tipo de trabajo	40
Tabla 4: Repuestos más solicitados	41
Tabla 5: Factores que influyen en la compra	42
Tabla 6: Frecuencia de mantenimiento.....	43
Tabla 7: Factores que influyen en el cliente.....	44
Tabla 8: Importancia de asesoramiento.....	45
Tabla 9: Tipo de repuesto	46
Tabla 10: Lugar de referencia.....	47
Tabla 11: Aceptación de nuevo almacén	48
Tabla 12: Número de personas demandantes según tipo de repuestos.....	50
Tabla 13: Número de personas según tiempo de consumo.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14: Demanda potencial.....	51
Tabla 15: Vehículos matriculados por clase y provincia.....	51
Tabla 16: Proyección de la demanda en Azogues.....	52
Tabla 17: Entrevista.....	53
Tabla 18: Entrevista.....	53
Tabla 19 : Oferta actual promedio	53
Tabla 20 : Proyección oferta de repuestos en la localidad.....	54
Tabla 21 : Demanda insatisfecha	54
Tabla 22: <i>Precios estimados</i>	55
Tabla 23: Demanda Potencial.....	55
Tabla 24: Diagrama de flujo de actividades	60
Tabla 25: Proceso compra de repuestos	60
Tabla 26: Proceso de venta	61
Tabla 27: Muebles y Enceres	62
Tabla 28: Equipo de Cómputo y software	62
Tabla 29: Resumen inversión fija.....	62
Tabla 30: Costos de materia prima	63
Tabla 31: Rol de pagos del gerente.....	65
Tabla 32: Rol de pagos de Secretaria-contadora	65
Tabla 33: Arriendo local comercial.....	66
Tabla 34: Suministros de oficina.....	66
Tabla 35: Servicios básicos	66
Tabla 36: Gastos depreciación	67
Tabla 37: Gastos Publicidad	67
Tabla 38: Gastos de constitución.....	67
Tabla 39: Capital de Trabajo.....	68
Tabla 40: Magnitud de la oferta	69
Tabla 41: Inversión pre-operacional	69
Tabla 42: Ingresos proyectados.....	71
Tabla 43: Costos de Venta.....	76
Tabla 44: Crecimiento porcentual SBU.....	79
Tabla 45: Sueldos y salarios de trabajadores	79
Tabla 46: Gastos de arriendo	80



Tabla 47: Gastos servicios básicos	80
Tabla 48: Gastos suministro de oficina	80
Tabla 49: Gastos depreciación	81
Tabla 50: Gastos de amortización	81
Tabla 51: Total de Gastos administrativos	81
Tabla 52: Sueldo y salario del vendedor.....	82
Tabla 53: Balance Inicial.....	82
Tabla 54: Estado de resultados	83
Tabla 55: Flujo de caja.....	83
Tabla 56: Costo de capital	84
Tabla 57: Valor actual neto	84
Tabla 58: Tasa interna de retorno	85
Tabla 59: Periodo recuperación de inversión.....	86
Tabla 60: Relación beneficio - costo	86

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Caja de cambios	24
Gráfico 2: Motor	25
Gráfico 3: Sistema de Trasmisión.....	25
Gráfico 4: Sistema de Suspensión	26
Gráfico 5: Sistema de freno.....	27
Gráfico 6: Sistema de Dirección	27
Gráfico 7: Sistema de Refrigeración.....	28
Gráfico 8: Marca de vehículo con mayor frecuencia	40
Gráfico 9: Tipo de trabajo	41
Gráfico 10: Repuestos solicitados	42
Gráfico 11: Factores que influyen en la compra	43
Gráfico 12: Frecuencia de mantenimiento.....	44
Gráfico 13: Factores que influyen en el cliente.....	45
Gráfico 14: Importancia de asesoramiento.....	46
Gráfico 15: Tipo de repuesto	46
Gráfico 16: Lugar de Referencia	47
Gráfico 17: Aceptación de nuevo almacén	48
Gráfico 18: Mapa de macro localización de Cañar	58
Gráfico 19: Micro localización.....	59
Gráfico 20: Infraestructura de almacén	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 21: Logotipo de la empresa	88

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos para camiones a diésel en la ciudad de Azogues provincia del Cañar. El estudio estará enfocado en el mercado automotriz, ofreciendo productos genuinos y genéricos de excelente calidad, ayudando a satisfacer las necesidades de los potenciales clientes, buscando posicionarse y contribuir al desarrollo de la matriz productiva del Ecuador. Se evalúa la viabilidad legal, técnica administrativa y financiera, así como el estudio de mercado. Con respecto a la rentabilidad económica que puede generar la empresa, se ha determinado bajo ciertos criterios como los son la TIR= 13% mayor que TMAR= 11.51%, el VAN=12.773,85 mayor a cero, instrumentos de evaluación financiera que han permitido llegar a la conclusión de que este proyecto será rentable dentro de la ciudad.

Palabras clave: Comercializadora, Implementación, Camiones, Repuestos, Azogues.

ABSTRACT

The objective of this project is a feasibility study for the creation of a marketing company for diesel truck parts in the city of Azogues province of Cañar. The study will be focused on the automotive market, offering genuine and generic products of excellent quality, helping to meet the needs of potential customers, seeking to position themselves and contribute to the development of the productive matrix of Ecuador. The legal, administrative and financial technical feasibility is evaluated, as well as the market study. With respect to the economic profitability that the company can generate, it has been determined under certain criteria such as the IRR = 13% greater than TMAR = 11.51%, the NPV = 12,773.85 greater than zero, financial evaluation instruments that have allowed conclude that this project will be

profitable within the city.

Keywords: Marketer, Implementation, Trucks, Parts.

CAPÍTULO I

ENFOQUE METODOLÓGICO

1.1 Antecedentes

Según información extraída de Diario El Universo (2018) el sector automotriz está experimentando un crecimiento económico sostenido, durante el año 2018 creció un 31% en relación al año 2017 y cerró el mercado con 137.470 unidades vendidas, todo esto debido a la expansión de crédito y a la eliminación de una serie de restricciones que limitaban la comercialización de vehículos nuevos en el Ecuador. El sector en mención está pasando por una real recuperación y esto se atribuye a los factores favorable de la economía y las fuerzas competitivas del entorno (Universo E. , 2019).

La presente investigación surgió de la oportunidad de negocio que busca satisfacer el mercado de repuestos automotrices para camiones de transporte pesado a diésel en la ciudad de Azogues, ya que ninguna de las comercializadoras de repuestos automotrices ha decidido comercializar todo tipo de repuestos para estos vehículos.

Se habla de una inversión totalmente nueva, con ventas sostenidas, debido a la inexistencia de tipo de negocio por lo que en el presente proyecto se detalla las especificaciones a tener en cuenta para la implementación de este negocio, a realizar las adquisiciones a proveedores ubicados en la ciudad de Guayaquil, que tienen por objetivo brindar un servicio oportuno en cuanto a tiempos de garantía, ofertando repuestos genuinos y genéricos de buena calidad.

El presente proyecto se basa en la apertura de una comercializadora de partes y piezas de repuesto para camiones de transporte pesado, adquiridos mediante importadoras y distribuidoras ubicadas en la ciudad de Guayaquil, que tiene por objetivo brindar un servicio oportuno de calidad, a tiempo y con garantía de su venta con repuestos genuinos y genéricos de buena calidad.

1.2 Resumen ejecutivo

El trabajo de titulación en el ámbito de la investigación formativa es de tipo cuantitativo, con enfoque exploratorio y descriptivo. Diseñando un modelo de negocios de inversión y gerenciamiento en la línea de investigación institucional ciencias económicas sociales y empresariales. El trabajo académico consta básicamente de tres momentos: el primero está destinado al enfoque metodológico, el segundo rastrea el estado del arte y configura el marco teórico y, por último, se propone un estudio de inversión y modelo de gerenciamiento. Los resultados se muestran desde la posición teórica y el estudio de campo o llamado también de evidencia empírica.

1.3 Definición del negocio

El modelo de negocios propuesto, tiene como objetivo la apertura de un local comercial de autopartes exclusivamente para vehículos de transporte pesado a diésel en la ciudad de Azogues, el cual contara con el más completo stock de repuestos para las más reconocidas marcas de camiones que circulan en el mercado. La definición del negocio incluirá los siguientes elementos:

1.3.1 Datos básicos del negocio

El local comercial ECO DIESEL estará ubicado en la ciudad de Azogues

1.3.2 Descripción del negocio:

Se oferta todo tipo de repuestos genuinos para camiones de las diferentes marcas como Chevrolet, Hino, Hyundai, Mitsubishi, en sus diferentes modelos.

1.3.3 Características diferenciadoras

De acuerdo con el manual de (Oslo, 2018) la innovación tiene dos segmentos de intervención: Innovación de producto; y, innovación de la gestión empresarial entendiéndose que el presente trabajo de titulación es de innovación de la gestión empresarial dándose la diferenciación por costos óptimos y ventaja competitiva.

Se ofertará repuestos genuinos y genéricos de alta calidad, de las mejores marcas a los mejores precios.

1.3.3.1 Ventajas competitivas

Se cuenta con un mercado objetivo y con un mercado potencial.

Estará ubicado en una zona no céntrica, de fácil acceso para el cliente.

Contará con personal altamente calificado para asesorar al cliente antes de que realice la compra.

1.3.4 Mercado objetivo

El mercado objetivo a donde se destina el producto son transporte de carga pesada del cantón Azogues.

1.4 Visión y Misión:

Misión: Ser una empresa comercializadora de repuestos para las marcas de camiones en el mercado, ofertando productos de calidad, a precios razonables y promociones acorde a la plaza de mercado en donde se oferta el producto.

Visión: Ser la empresa más destacada del mercado, en la comercialización de repuestos automotrices, mediante un servicio altamente calificado, por ofertar productos genuinos y genéricos, de calidad, satisfaciendo con seguridad y confianza a nuestros clientes.

1.5 Objetivos del negocio

Conseguir el cumplimiento de las metas mediante la gestión del mercado objetivo y potencial para la concreción del crecimiento y rentabilidad del negocio en el mediano plazo.

Posicionar la marca del negocio como un vehículo de reconocimiento a la calidad y diferenciación del producto.

Desarrollar las potencialidades de la vocación económica productiva y cultural de la zona 6, en relación al eje 2, objetivo 6 del plan nacional del buen vivir toda una vida.

1.6 Estrategias del negocio

Las estrategias que se utilizarán para alcanzar los objetivos propuestos son:

Diseñar un modelo de negocios con fundamentación teórica y evidencia empírica.

Gestionar el plan de comunicación que contenga: publicidad, promoción, ventas y relaciones públicas.

Enlazar el emprendimiento a las políticas metas y estrategias de la planificación nacional y regional y local.

1.7 Problema de investigación

¿Existe un modelo de negocios con un diseño de inversión y gerenciamiento para la apertura de una comercializadora de autopartes para camiones a diésel ubicada en Azogues?

1.8 Tipo de investigación

El tipo de investigación para el presente trabajo de titulación es cuantitativo. Se explica desde los datos, porcentajes e indicadores que se derramaran del estudio.

1.9 Alcance de la investigación

El alcance de la presente investigación es exploratorio y descriptivo. Se trata de una inmersión en datos e información de fuentes primarias y la correspondiente descripción de información constante en bases de datos científicas. La investigación por ahora no es correlacional ni tiene pretensiones explicativas.

1.10 Objetivo General

Diseñar un modelo de negocios mediante la aplicación de la metodología de la investigación científica para el sector de la economía popular y solidaria.

1.10.1 Objetivos específicos

- Fundamentar el enfoque metodológico aplicado al diseño de un modelo de negocios.
- Rastrear los aportes teóricos desde las bases de datos científicas aplicados a teorías y estudios previamente realizados por la comunidad epistémica.

1.11 Corte estadístico: tipo de población, tamaño de muestra

El tipo de población es infinita.

El tamaño de la muestra responderá a un nivel de confianza del 95%. Equivale que se trabajara con dos desviaciones estándar y un límite para el error de estimación del 0,05.

La unidad de análisis son las personas que posean un vehículo tipo camión a diésel.

1.12 Métodos, técnicas e instrumentos

Método: el método a utilizar es el científico se fundamenta en el conocimiento la comprensión y la propuesta.

Técnicas: Se usará la técnica de la encuesta

Instrumentos: se utilizará el cuestionario para medir las variables de la investigación de mercados.

1.13 Justificación

Actualmente la ciudad de Azogues debido al crecimiento del comercio que requiere el uso de transporte para proveer de productos a sus clientes, se ha generado la necesidad de satisfacer los requerimientos de este sector, principalmente a aquellos que se dedican al transporte de carga pesada en la ciudad.

El sector transportista ha sido una parte fundamental en el desarrollo de la ciudad, ya que la gente tiene como herramienta de trabajo este tipo de transporte pesado. Por ende, podemos decir que el transporte es un factor de alta demanda en el mercado.

Debido a esta problemática para los propietarios de vehículos de carga pesada, se manifiesta un plan que cubra la demanda potencial que existe en la ciudad y al mismo tiempo crear nuevas oportunidades de trabajo e innovar en el sector automotriz.

1.13.1 Práctica

La justificación práctica del presente trabajo de titulación son los clientes – consumidores de los repuestos para vehículos a diésel en el cantón Azogues.

1.13.2 Metodología

Se formulará una metodología de modelo de negocios para el presente caso que puede ser usado por académicos e investigadores. de investigación.

1.13.3 Teórica

Se integrará en beneficio de la comunidad epistémica un conjunto de teorías y estudios aplicados sobre el tema.

CAPÍTULO II

PERSPECTIVAS Y APROXIMACIONES TEÓRICAS

2.1 Fundamentación teórica de modelo de negocios

El modelo de negocio es una representación simplificada de la lógica del negocio, es decir, es la descripción de la forma como cada negocio ofrece sus productos o servicios a los clientes, como llega a estos, su relación con ellos y cómo la empresa gana dinero. Es el mecanismo por el cual una empresa describe cómo busca generar ingresos y beneficios, por lo que se debe tener en cuenta: cómo selecciona los clientes; cómo define y diferencia sus ofertas del producto; cómo crea utilidad para sus clientes; cómo consigue y mantiene sus clientes; cómo sale al mercado con publicidad y distribución; definición de las principales tareas; configuración de los recursos y por último cómo conseguir el beneficio (Matiz y asociados, 2019).

Por los que para calificar el tema se presentan a continuación, algunas definiciones en orden cronológico de los siguientes autores:

Siguiendo las ideas de Peter Drucker (1984) quien fue el primero en hablar del tema proponiendo que “un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio”. En donde el modelo que responda a: ¿quién es el cliente?, ¿qué valora?, ¿cuál es la lógica subyacente que explica cómo podemos aplicar dicho valor al cliente a un costo apropiado? (Drucker, 1984).

Así mismo, en la línea de pensamiento de Eriksson y Penker (2000), postula que es una abstracción de cómo una empresa funciona, proporciona una vista simplificada de la estructura de negocios que actúa como la base para la comunicación, mejoras o innovación los requisitos de los sistemas de información que apoyan a la empresa (Penker, 2000).

Amit y Zott (2005) sostienen que un modelo de negocio explica el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio (Zott, 2005, pág. 45).

Una definición más detallada y operativa al indicar que las funciones de un modelo de negocio son: articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de la cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios; describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva (Rosenbloom, 2008, pág. 4).

Magretta (2010) define el modelo de negocio como “historias que explican cómo la empresa trabaja”. Utilizando a Drucker como referente, el autor define un buen modelo de negocio como aquél que responde a las siguientes preguntas: ¿Quién es el cliente

y qué valora? ¿Cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo podemos aportar dicho valor al cliente a un coste apropiado? (Magretta, 2010, pág. 12).

Siguiendo el pensamiento de Shafer, Smith y Linder (2012) que analizan 12 definiciones publicadas entre 1989 y 2002 y desarrollan un diagrama de afinidad para identificar las cuatro categorías comunes en todas las definiciones: elecciones estratégicas, creación de valor, captura de valor y red de valor. En definitiva, un modelo de negocio debe incluir las elecciones estratégicas, muchas veces asociadas a una red de organizaciones que colaboran, que explican la creación y captura de valor.

En concordancia con lo dicho por Casadesus Masanell y Ricart (2014) explican que dichas elecciones pueden agruparse en tres categorías: Políticas, que indican cómo deben hacerse las cosas; Activos, que indican cómo debe invertirse el dinero; Gobierno, que indica las condiciones legales, contractuales y Organizativas para el control de políticas y activos, manejando un diagrama de flujo causal. (Ricart, 2014, pág. 36).

2.2 Definiciones del marco legal y administrativo del proyecto

2.2.1 Marco legal para el establecimiento de las empresas

Para que una empresa funcione legalmente debe estar constituida conforme la ley lo establece, por lo que requiere cumplir con los siguientes pasos: nombre o razón social, figura jurídica, representante legal, constitución legal, número de socios, capital inicial. (compañías, 2019).

Debe contar además con los permisos y registros respectivos que están establecidos en la ley y realizar los trámites que son: obtener el registro único de contribuyentes (RUC), sacar la patente municipal, tener el permiso de funcionamiento, registrarse en la cámara de comercio del cantón, elaborar un manual de funciones y su respectivo organigrama. (compañías, 2019).

2.2.2 Proceso administrativo

Se representa a la administración como un proceso de acción que comprende una sucesión de actividades interdependientes. En ese sentido debe precisarse ahora en qué consiste el proceso de administración y lo que comprende, así como examinar cómo se aplica, en qué terreno interviene, cuáles son las funciones de la administración y en qué marco general se despliega. (Valencia, 2014, pág. 168).

El proceso administrativo se compone de una serie de funciones fundamentales, las cuales varían según el autor: sin embargo, la esencia y los resultados son los mismos. Estas funciones son los medios por los cuales se realiza la acción de administrar. Las funciones administrativas: planeación, organización, integración, dirección y control constituyen el proceso administrativo y son los medios por los

cuales administra un directivo, un funcionario, un propietario, un rector, etc. (Valencia, 2014, pág. 169).

2.3 Definiciones del estudio técnico

2.3.1 Definición de vehículos a diésel

En el manual de mecánica completo de motores a explosión y motores a diésel el autor afirma que un automóvil es: “un vehículo a motor que sirve normalmente para el transporte de personas o de cosas, o de ambas a la vez, o para tracción de otros vehículos con aquel fin” (Vallejo, 2015).

Una de las ventajas más sobresalientes del vehículo con motor a diésel frente al de gasolina, es que el consumo de combustible es menor. Al igual existen desventajas o puntos débiles como por ejemplo el ruido y vibración durante su funcionamiento, debido a que estos motores son más fuertes.

Otra de las diferencias importantes es que el motor a diésel no dispone de un sistema de encendido, como el motor a gasolina, este en su lugar combina el combustible a alta presión con el aire a alta presión y a elevada temperatura para dar origen a la chispa de autoencendido del combustible.

Un vehículo a diésel es aquel que, en lugar de utilizar combustible gasolina utiliza gasóleo como se especifica en su manual de sistemas motor diésel: “Un motor diésel utiliza gasóleo, genera una elevada potencia a velocidades bajas y tiene una sólida estructura. La eficiencia de su combustible es mejor que la de un motor a gasolina” (Nash, 2004).

2.3.2 Definición de camión

El término camión permite nombrar a un vehículo con motor que tiene al menos cuatro ruedas y que se utiliza para el traslado de cargas muy pesadas. Lo habitual es que los camiones se empleen para transportar mercancías (Definiciones.com, 2019).

2.3.3 Definición de Repuestos

Un recambio, repuesto o refacción es una pieza que se utiliza para reemplazar las originales en máquinas que debido a su uso diario han sufrido deterioro o una avería. Por el contrario, los rodamientos y otros tipos de piezas son sustituidos una vez producida la avería, en forma imprevista (Definiciones.com, 2019).

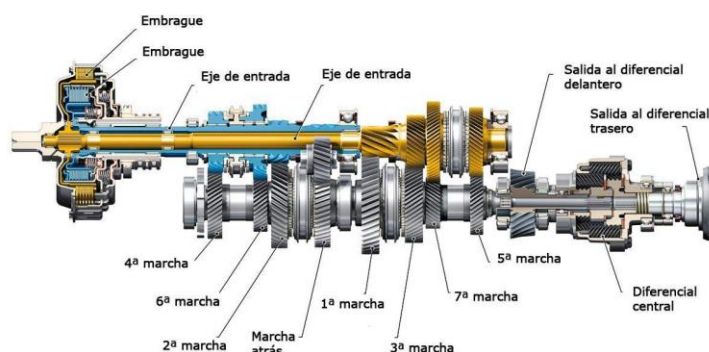
2.3.3.1 Caja de cambios

Una caja de cambios es: “El conjunto que, situado entre el embrague y eje motriz aprovecha al máximo la potencia del motor para vencer las variables resistencias del vehículo al desplazarse y, modifica la fuerza o la velocidad aplicada a las ruedas. En

la misma proporción en que aumenta la fuerza, disminuye la velocidad (lo que se gana en fuerza se pierde en velocidad y a la inversa) (Dario, 2008, pág. 56).

La caja de velocidades intercala entre el cigüeñal y el árbol de transmisión, eleva o disminuye las revoluciones del motor con respecto al árbol de transmisión, salvo en la velocidad directa.

Gráfico 1: Caja de cambios



Elaborado por: el autor
Fuente: (Autonocion, 2019)
Fecha: 2019

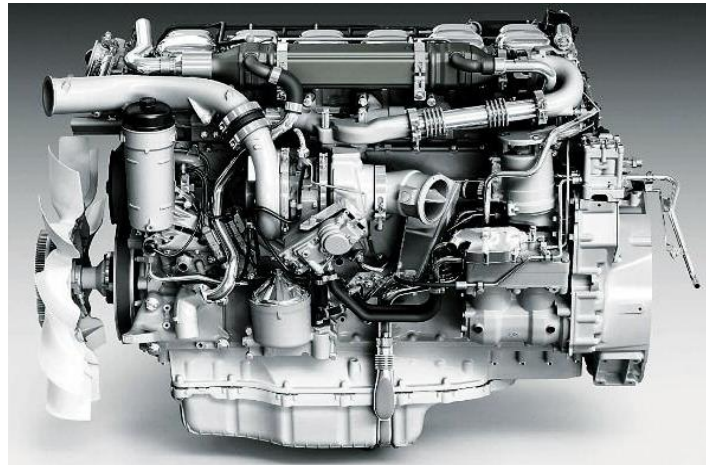
2.3.3.2 Motor

Se trata del sistema encargado de proporcionar la energía mecánica necesaria para que el vehículo pueda desplazarse.

El motor Diésel es: “Un motor de auto alimentación que aspira sólo aire, sometiénolo a una fuerte compresión; de esta forma, se realiza una compresión considerablemente más elevada que la ' del motor de ciclo de Otto que es sensible al picado y utiliza una mezcla de aire-consumible con encendido por chispa. Durante la compresión, el aire aspirado se recalienta de forma tan fuerte que el combustible inyectado al final del recorrido de compresión se enciende espontáneamente. El combustible se dosifica por medio de. una bomba y se inyecta a presión elevada en la cámara de combustión a través del pulverizador” (Dario, 2008, p. 58).

Este motor utiliza como combustible el gasóleo, generando una potencia muy elevada a velocidades bajas y tiene una estructura sólida. El combustible de este motor es más eficaz que la de un motor a gasolina, su funcionamiento de ciclo es similar al de gasolina, ambos de cuatro tiempos la admisión, compresión, combustión y escape.

Gráfico 2: Motor



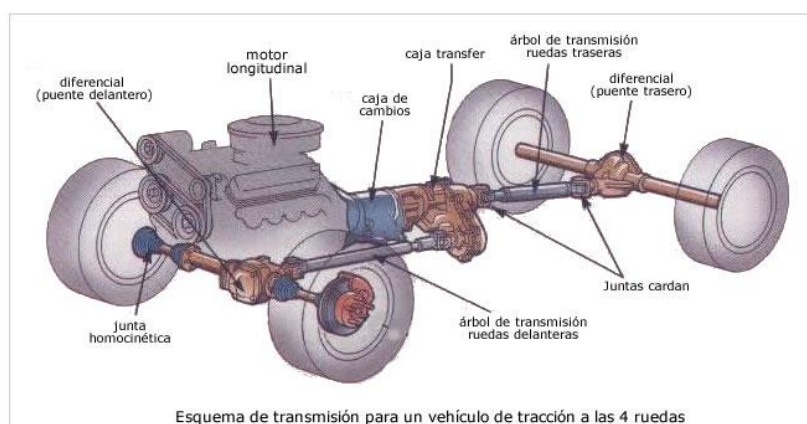
Elaborado por: el autor
Fuente: (actual, 2019)
Fecha: 2019

2.3.3.3 Sistema de transmisión

En el libro “Mecánica de vehículos pesados” tenemos que: El sistema de transmisión es el conjunto de elementos que tiene la misión de hacer llegar el giro del motor hasta las ruedas motrices. Con este sistema también se consigue variar la relación de transmisión entre el cigüeñal y las ruedas. Según como intervenga la relación de transmisión, el eje de salida de la caja de velocidades puede girar a las mismas revoluciones o a menos que el cigüeñal (Dario, 2008, p. 83).

Sus elementos son:

Gráfico 3: Sistema de Trasmisión



Elaborado por: el autor
Fuente: (Rodes, 2019)
Fecha: 2019

Está conformado por el embrague, caja de velocidades, árbol de transmisión y el diferencial.

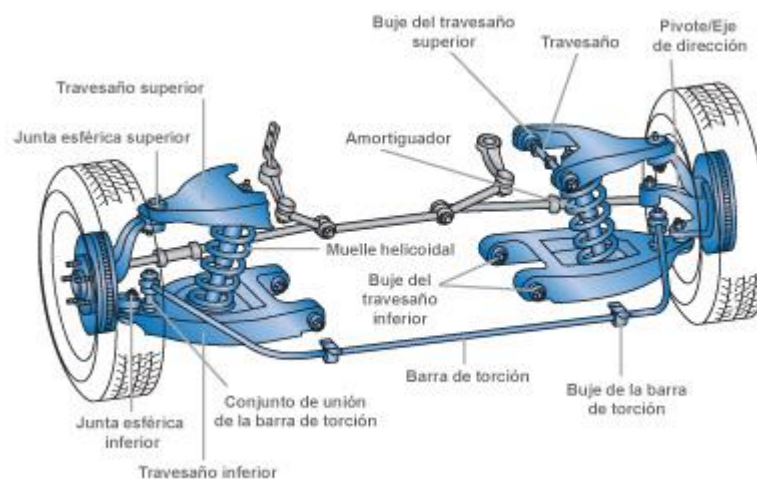
2.3.3.4 Sistema de Suspensión

La suspensión en un automóvil, camión o motocicleta, es el conjunto de elementos que absorben las irregularidades del terreno por el que se circula para aumentar la comodidad y el control del vehículo. El sistema de suspensión actúa entre el chasis y las ruedas, las cuales reciben de forma directa las irregularidades de la superficie transitada (Automotriz M. , 2013)

El sistema de suspensión es el encargado de absorber todos los movimientos fuertes que se generan en la carrocería por consecuencia de las irregularidades con las que se encuentre un camino, de esta forma proporciona una marcha estable, suave y segura del vehículo.

Sus principales componentes son: chasis, ballestas, muelles, barra de torsión, estabilizador, amortiguadores, soportes, rotulas de trapecios, neumáticos, tren delantero o frontal, funda de transmisión, sensores.

Gráfico 4: Sistema de Suspensión



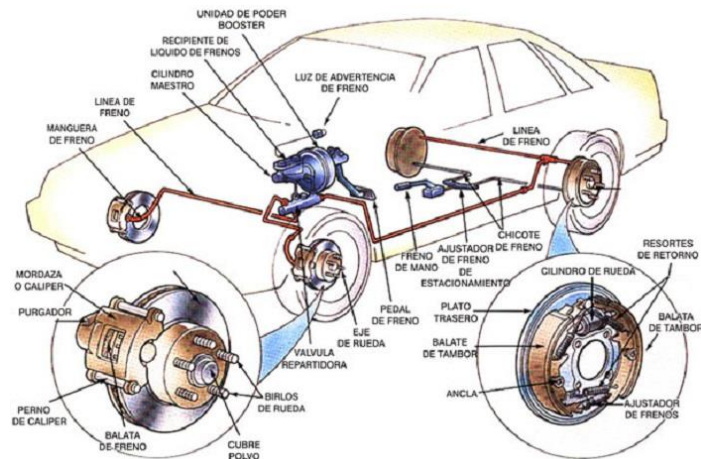
Elaborado por: el autor
Fuente: (Automotriz M. , 2019)
Fecha: 2019

2.3.3.5 Sistema de Freno

El sistema de frenos es el conjunto de componentes que al actuar entre si detienen la marcha del vehículo a voluntad del conductor.

El sistema de freno es el que permite reducir la velocidad o detener por completo el auto cuando está en marcha. Implica un proceso de transformación, donde la energía mecánica del movimiento se convierte en calor, generado por la fricción al accionar el pedal de frenos. La mayor parte de la presión de freno es ejercida en las llantas delanteras (ComoFunciona, 2019)

Gráfico 5: Sistema de freno



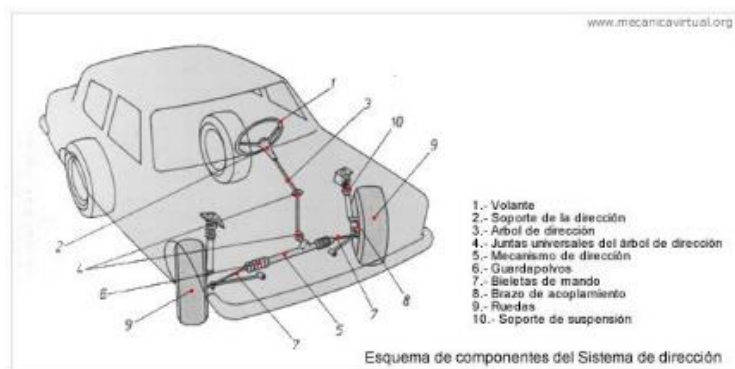
Elaborado por: el autor
Fuente: (ComoFunciona, 2019)
Fecha: 2019

2.3.3.6 Sistema de dirección

El sistema de dirección es aquel que se encarga de orientar las ruedas delanteras de un vehículo, para que el conductor guíe el vehículo sin esfuerzo.

El conjunto de mecanismos que componen el sistema de dirección tienen la misión de orientar las ruedas delanteras para que el vehículo tome la trayectoria deseada por el conductor. Para que el conductor no tenga que realizar esfuerzo en la orientación de las ruedas (a estas ruedas se las llama "directrices") (Automotriz M. , 2019).

Gráfico 6: Sistema de Dirección



Elaborado por: el autor
Fuente: (Automotriz M. , 2019)
Fecha: 2019

Este sistema junto con el sistema de frenado son los más importantes del vehículo, ya que su buen funcionamiento garantiza la seguridad de los pasajeros.

Sus componentes son: volante, soporte de la dirección, árbol de dirección, caja de dirección, guardapolvos, biela de mando, barras de dirección, pivotes, pines y bocines, ruedas, soporte de suspensión.

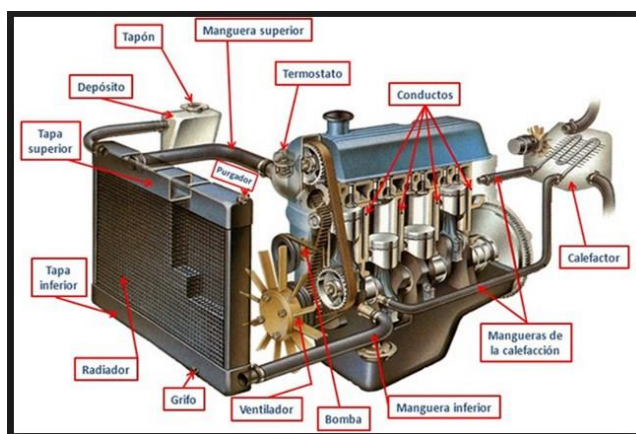
2.3.3.7 Sistema de refrigeración

El significado de la palabra “refrigeración” comprende el bajar o mantener el nivel de calor de un cuerpo o un espacio.

La temperatura generada al interior del motor es muy elevada por lo que es necesario refrigerarlos.

El funcionamiento del sistema de refrigeración de un coche es muy sencillo. La bomba del circuito de refrigeración (bomba de agua), que está accionada por el motor del coche, activa la circulación del líquido refrigerante en todo su recorrido con una velocidad proporcional a la del propio motor. Para ello la bomba aspira el líquido refrigerante de la parte baja del radiador y la impulsa al interior del motor a través de los espacios que hay entre la cámara de combustión y las camisas de los pistones (Motor, 2019).

Gráfico 7: Sistema de Refrigeración



Elaborado por: el autor
Fuente: (Motor, 2019)
Fecha: 2019

2.4 Marcas de Camiones

2.4.1 Hino

Fundada en 1.936 y tras 86 años de trayectoria, Maquinarias y Vehículos S.A., parte de Grupo Mavesa junto con Ecuatoriana de Motores Cia. Ltda. se ha convertido en el líder del mercado automotor ecuatoriano. Posicionados en 12 ciudades del país, en más de 27 sucursales ofrece una amplia gama de productos de sus líneas de distribución Hino, Citroën, John Deere, Bomag, Hitachi y Marangoni, todas

complementadas con servicios posventa dirigidos a los segmentos del transporte pesado, liviano y de trabajo con: Talleres Especializados Hino y Citroën, Repuestos Genuinos, Centros de Servicios para vehículos multimarca, livianos y pesados con talleres de Enderezada y Pintura, así como también cuenta con una moderna Planta de Reencauche (Mavesa, 2019).

Hino motors es un fabricante de camiones a diésel, autobuses y otros vehículos con sede en Tokio, Japón. En los últimos 32 años ha sido uno de los principales productores de camiones a diésel en el mundo. En el Ecuador Hino es una de las marcas líderes en el mercado automotriz.

2.4.2 Isuzu

Isuzu motors es un fabricante japonés de vehículos industriales y comerciales con sede en Tokio, Japón. Su actividad es la de producir, ensamblar, diseñar, y distribuir vehículos comerciales.

Isuzu es uno de los fabricantes de motores diésel más grande del mundo, con una producción acumulada de más de 16 millones de unidades siendo sus motores los preferidos por los principales fabricantes de automóviles mundiales por su excelente rendimiento y su bajo consumo. En los últimos años, el motor diésel ha atraído de nuevo la atención de los conductores por su eficiencia y durabilidad. Isuzu Motors Ltd. ha dedicado la mayor parte de su actividad de investigación y desarrollo a este tipo de motores, siendo hoy reconocida como empresa pionera en innovación tecnológica (EcuRed, 2019).

2.4.3 Hyundai

Hyundai, la primera marca importada en ventas del Ecuador, le da la bienvenida! Presentes en Ecuador desde 1976, hemos consolidado una amplia red de concesionarios a nivel nacional. En Hyundai Ecuador adoptamos la filosofía Hyundai impartida a nivel mundial: Obsesión por la calidad. El compromiso de una corporación que piensa diferente, que está revolucionando el mercado automotriz con vehículos a la altura de las mejores marcas japonesas y europeas. En Hyundai nos hemos hecho acreedores a innumerables premios: a la innovación, tecnología y seguridad. Para dar testimonio de los excelentes resultados están los millones de personas que satisfechos manejan un Hyundai (motors, 2018).

2.4.4 Mitsubishi

FUSO es una marca que pertenece a Daimler-AG, una de las compañías más exitosas en la industria automotriz. Con sus divisiones de automóviles, vans, camiones y autobuses Mercedes Benz, así como también camiones Freightliner, el Grupo Daimler es líder en el segmento de vehículos y es el más grande fabricante de camiones en el mundo. FUSO es el centro para el desarrollo de camiones ligeros y

tecnologías híbridas del grupo Daimler. FUSO junto a BharatBenz son marcas representadas por la corporación Daimler Trucks Asia (Fuso, 2018)

2.5 Comercialización

El proceso de comercialización dentro de una organización consiste en:

Dar dirección a la empresa en el planteamiento, ejecución y control continuos, estudios del medio asequible, buscar oportunidades y estrategias, elaborar mezclas comerciales rentables para mercados claramente definidos, representa un grupo de vendedores y compradores deseosos de intercambiar bienes y/o servicios por algo de valor (Valencia, 2014, p. 118)

La comercialización consiste en responder adecuadamente a las necesidades del consumidor, dándole así una dirección correcta a la empresa.

2.5.1 Canales de distribución

Un canal de distribución es el medio que cada empresa opta para llevar sus productos al consumidor de la forma más rápida, eficiente y económica posible.

El canal de distribución está constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo, y, además, por el conjunto de personas y/o entidades que permiten la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria (Definiciones.com, 2019)

2.6 Mix del marketing

El mix del marketing es un conjunto de elementos claves con los que una empresa o producto logran influenciar en la decisión de compra del cliente. Las variables desarrolladas son: producto, precio, plaza y promoción (Liderazgo y Mercado, 2019).

Esta estrategia nos permite identificar e influenciar en la decisión de los consumidores.

2.6.1 Producto

Un producto es un artículo que se construye para satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas. El producto puede ser intangible o tangible, ya que puede ser en forma de servicios o bienes (genwords, 2019).

El producto está diseñado para satisfacer al consumidor o cliente a lo largo de su ciclo de vida.

2.6.2 Precio

El precio del producto es básicamente la cantidad que un cliente paga para disfrutarlo. El precio es un componente muy importante de la definición de marketing mix (genwords, 2019).

Es un componente muy importante ya que determina la rentabilidad de tu empresa y su sostenibilidad en el tiempo.

2.6.3 Plaza

El «aplazamiento» o distribución es una parte muy importante de la definición de la mezcla de productos. Tienes que colocar y distribuir el producto en un lugar que sea accesible a los compradores potenciales (genwords, 2019).

Esta parte es muy importante ya que será el lugar donde nuestro producto tendrá los clientes potenciales.

2.6.4 Promoción

La promoción es un componente muy importante del Marketing, ya que puede impulsar el reconocimiento de la marca y las ventas. La promoción se compone de varios elementos como organización de ventas, relaciones públicas, publicidad, promoción de ventas (genwords, 2019).

La promoción abarca las relaciones publicas encargadas de que el producto sea anunciado en el mercado potencial.

2.7 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados (Emprendedores, 2019).

Este estudio de mercado es utilizado para determinar cuál serán nuestros potenciales clientes, basado en variables como los gustos y preferencias.

2.7.1 Segmento de mercado

Segmento de mercado hace referencia a un grupo homogéneo y numeroso de consumidores que pueden verse reconocidos dentro de un mercado, que cuentan con deseos, hábitos de compra parecidos, y que reaccionarán de manera similar ante el poder del marketing (Emprendedores, 2019).

Con esta segmentación se busca determinar las demandas del mercado donde va a ser comercializado nuestro producto o servicio. De esta manera adaptan lo que ofrecen a los gustos y preferencias del consumidor, adquiriendo ventajas en comparación a la competencia.

2.7.2 La oferta

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos (Andrade, 2018)

Mediante la oferta determinaremos la cantidad de producto que se dispondrá a comercializar en el mercado objetivo a un precio que se considere ideal.

2.7.3 La demanda

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido (Andrade, 2018).

La demanda nos permite conocer cuál será la cantidad de productos o servicios que los potenciales consumidores están dispuestos a adquirir.

2.8 Estudio económico

2.8.1 Contabilidad

La contabilidad en la empresa es un proceso necesario que sirve para conocer los estados patrimoniales de la misma. Es prácticamente imposible tener un manejo razonable de una organización sin conocer con exactitud sus números y circunstancias patrimoniales, sus relaciones entre activos y pasivos (Emprendedores, 2019).

Con la contabilidad se llevará el control de distintas operaciones financieras y económicas de la empresa, que se mantengan optimas, con un registro oportuno de sus movimientos financieros.

2.8.2 Presupuesto

El presupuesto de una empresa es un plan que recoge todas las operaciones y recursos para lograr los objetivos marcados, expresado en términos monetarios. Queramos o no, el presupuesto de una empresa es algo a tener muy en cuenta a la hora de realizar cualquier acción (Emprendedores, 2019).

El presupuesto dará a conocer el monto de dinero que se requiere para poner en marcha la empresa, todo esto financiado internamente o mediante una institución financiera.

2.8.3 Inversión

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable (Definiciones.com, 2019).

La inversión es colocar un capital de trabajo con el fin de obtener un ingreso a corto o largo plazo. Esta acción se la realiza con el objetivo de obtener beneficios en el futuro.

2.8.4 Capital de Trabajo

Capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios) (Gerencie, 2019).

La empresa para poder iniciar requiere de recursos básicos de insumos, materia prima, mano de obra, etc. Estas necesidades deben ser cubiertas a corto plazo para poder dar inicio a las actividades de la empresa.

2.9 Estados financieros

Los estados financieros se definen como:

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios (Administración de Empresas, 2014).

El estado financiero nos detalla toda la información relevante de un periodo limitado de las actividades realizadas en la empresa. Esta información es vital para la administración como para los entes reguladores, y partes interesadas como accionistas o propietarios, ya que esta información permite la toma de decisiones para el buen funcionamiento del negocio.

2.9.1 Balance General

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los

activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto) (Definiciones.com, 2019).

Presenta la situación financiera de la empresa en un determinado lapso de tiempo, resume los activos y pasivos de la empresa.

2.9.2 Estado de resultados

En contabilidad, el estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado (Definiciones.com, 2019).

Con el estado de resultados tendremos una perspectiva clara de la manera como está marchando el negocio, si hay ganancias o pérdidas.

2.10 Evaluadores Financieros

2.10.1 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN) (Valencia, 2014, p. 123).

2.10.2 Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno es un indicador de rendimiento, que sirve para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones de un proyecto productivo. “Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN = 0 (Valencia, 2014, p. 126).

2.10.3 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo (pymesfuturo, 2019)

El periodo de recuperación de la inversión es un proceso financiero que sirve para calcular el tiempo que nos tomara recuperar nuestro capital invertido y el nivel de liquidez que tendrá el proyecto.

2.10.4 Relación costo – beneficio

El análisis del costo-beneficio es un proceso que, de manera general, se refiere a la evaluación de un determinado proyecto, de un esquema para tomar decisiones de cualquier tipo. Ello involucra, de manera explícita o implícita, determinar el total de costos y beneficios de todas las alternativas para seleccionar la mejor o más rentable.

Este análisis se deriva de la conjunción de diversas técnicas de gerencia y de finanzas con los campos de las ciencias sociales, que presentan tanto los costos como los beneficios en unidades de medición estándar usualmente monetarias para que se puedan comparar directamente (Díaz, 2017).

Mediante el proceso de relación costo beneficio determinamos los beneficios que se obtienen por cada dólar que se invierte en un proyecto.

2.10.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio o punto muerto es una herramienta clave en la estrategia de una empresa, que es fundamental para ponderar el grado de solvencia de una empresa y su potencial de rentabilidad, es decir, el punto de equilibrio determina cuál es el nivel de ventas preciso para poder cubrir el total de los costes de la empresa, puesto que predice el punto de ventas anuales que se debe conseguir para no tener pérdidas y comenzar a disfrutar de beneficios (emprendepyme, 2019).

El punto de equilibrio da a conocer el momento que el nivel de ventas es exactamente igual al nivel de costes de producción, determinando el nivel de ingresos que se debe alcanzar en un futuro para elevar los niveles de rentabilidad.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El estudio de mercado es una herramienta que permite tener una visión clara y precisa de la situación actual del mercado en el que se va a ofertar el producto, ya que con un conocimiento adecuado del mismo será posible determinar las probabilidades de éxito de nuestro proyecto. Es necesario mantenerse actualizado ante las exigencias y necesidades del mercado debido a la alta competitividad que existe hoy en día.

Con el estudio de mercado se dará a conocer si el planteado es factible y va a ser sostenible en el tiempo, obteniendo información que nos permitirá tomar decisiones con respecto a las ventajas y desventajas que presenta el mercado y a la conveniencia de continuar, modificarlo, o simplemente abandonar el proyecto.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Elaborar un estudio de mercado basado en la oferta y la demanda actual de la ciudad de Azogues, obteniendo información que permita identificar la potencial demanda a satisfacer y el grado de aceptación que tendrá la empresa en esta ciudad.

3.2.2 Objetivos específicos

- a. Evaluar y proyectar la oferta y demanda existente en la ciudad de Azogues sobre repuestos para camiones a diésel.
- b. Determinar la demanda insatisfecha mediante la elaboración de un balance oferta – demanda.
- c. Analizar los precios del mercado y plantear una estrategia para que el producto ofertado sea competitivo.
- d. Establecer los canales de distribución idóneos para la empresa.

3.2.3 variables e indicadores

Variables

- Producto
- Proveedores

- Mercado meta
- Comercialización
- Precio

Indicadores

Producto

- Calidad
- Precio
- Marca
- Presentación

Proveedores

- Importadores
- Comerciantes mayoristas
- Tipo y marca del producto

Mercado meta

- Consumidores
- Punto de venta existentes (mecánicas y almacenes) en Azogues
- Número de vehículos matriculados en la provincia

Comercialización

- Modalidad de venta
- Lugares de venta
- Estrategia de publicidad
- Atención y servicio al cliente

Precio

- Fijación de precios

- Precios del mercado
- Costos de distribución

3.3 Mecánica operativa

3.3.1 Identificación de la población

La población universo para el estudio de mercado serán todas las personas que posean un camión a diésel en la provincia del cañar, y que por lo tanto necesitan repuestos para su reparación y mantenimiento periódico. En base a información proporcionada por la Agencia Nacional de tránsito (ANT) un total de 2.604 camiones han sido matriculados en el año 2018 en la provincia del cañar.

Tabla 1: Número de camiones matriculados en la Provincia del Cañar 2018

VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS SEGÚN CLASE, año 2018 POR PROVINCIA

PROVINCIA	TOTAL	CLASE										
		Automóvil	Autobús	Camión	Camioneta	Furgoneta	Jeep	Motocicleta	Tanquero	Trailer	Volquete	Otra Clase
CAÑAR	40.610	11.594	613	2.604	11.445	637	6.391	6.302	103	393	464	64

Elaborado por: el autor

Fuente: (INEC, 2019)

Año: 2019

3.3.2 Cálculo de la muestra

La muestra indica el número de encuestas a realizarse la cual será calculada mediante la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2 d^2 N}{(e^2)(N - 1) + (z^2 d^2)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse

N= Representa el universo – población a estudiar

e= Error del 5% (0.05)

z= Valor obtenido mediante niveles de confianza, tomado en relación al 95% de confianza equivalente a 1,96

d= Desviación estándar 0.5

Calculo de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)2604}{(0,0025)(2604 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{2500,88}{6,51 + 0,9604}$$

$$n = 334$$

Finalmente, la muestra a la que se le aplicará la encuesta corresponde a 334 habitantes.

3.3.3 Análisis de la investigación (encuesta)

Con la finalidad de determinar el nivel de aceptación de una comercializadora de repuestos para camiones a diésel en la ciudad de Azogues, se analizó la encuesta y se obtuvo la siguiente información:

Cuestionario

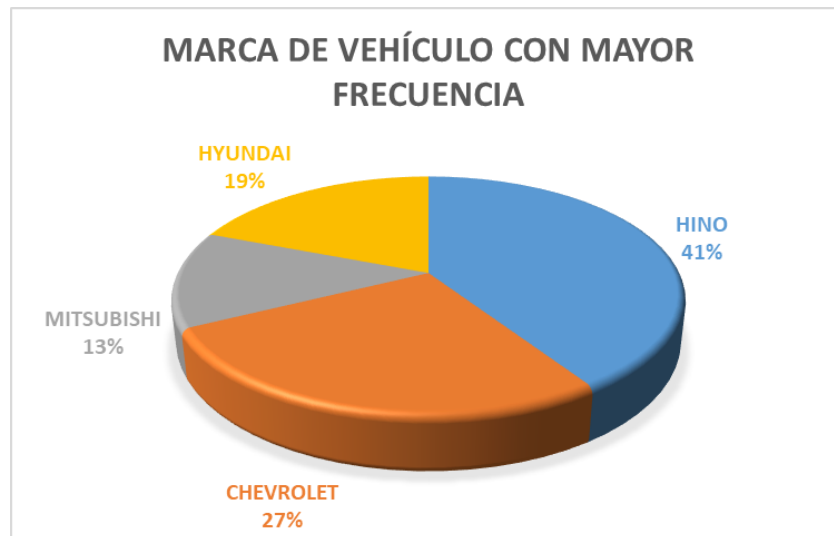
1. ¿Qué marca de vehículo posee?

Tabla 2: Marca de vehículo con mayor participación

Marca de vehículo	Frecuencia	Porcentaje
Hino	136	41%
Chevrolet	90	27%
Mitsubishi	44	13%
Hyundai	64	19%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gráfico 8: Marca de vehículo con mayor frecuencia



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Análisis: De acuerdo a la información proporcionada por los encuestados se observa que el 41% posee un vehículo marca HINO, seguido por un 27% CHEVROLET, continua con un 19% HYUNDAI, y por ultimo con un 13% MITSUBISHI.

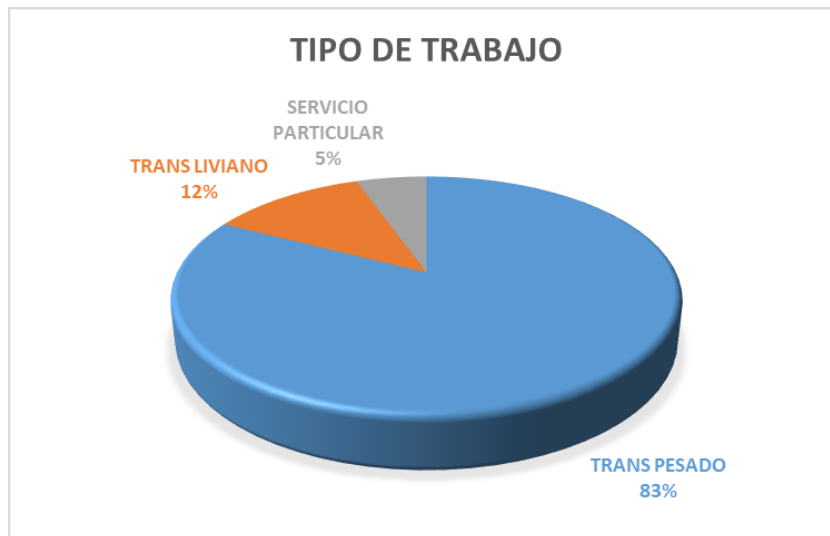
2. ¿A qué tipo de trabajo se dedica su vehículo?

Tabla 3: Tipo de trabajo

Tipo de trabajo	Frecuencia	Porcentaje
Transporte pesado	276	83%
Transporte liviano	40	12%
Servicio particular	18	5%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gráfico 9: Tipo de trabajo



Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

Análisis: se tiene como resultado que el 83% de los encuestados se dedica al transporte pesado, seguido de un porcentaje del 12% y 5% que son de transporte liviano y particulares respectivamente.

3. ¿Según el trabajo que realiza su vehículo que repuestos son los que usted compra con mayor frecuencia?

Tabla 4: Repuestos más solicitados

Repuestos más solicitados	Frecuencia	Porcentaje
Para caja	66	20%
Para motor	54	16%
Para transmisión	44	13%
Para frenos	94	28%
Para suspensión	40	12%
Para dirección	36	11%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

Gráfico 10: Repuestos solicitados



Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

Análisis: Los repuestos más comprados por los dueños de camiones con un 28% son los que corresponden al sistema de frenos, de igual manera los repuestos para caja y motor tienen una demanda considerable con un 20%, por último, se encuentran los repuestos para transmisión 13%, suspensión 12% y dirección 11%; todo esto depende de la actividad que realice el vehículo y su antigüedad.

4. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que es el más importante al momento de realizar su compra?

Tabla 5: Factores que influyen en la compra

Factores que influyen en la compra	Frecuencia	Porcentaje
Precio	183	55%
Calidad	121	36%
Variedad	21	6%
Atención	9	3%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

Gráfico 11: Factores que influyen en la compra



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Análisis: como resultado se puede apreciar que el factor más influyente al momento de la compra es el precio con un 55%, en segundo lugar, la calidad con un 36%, seguido de la variedad 6% y por último la atención 3%.

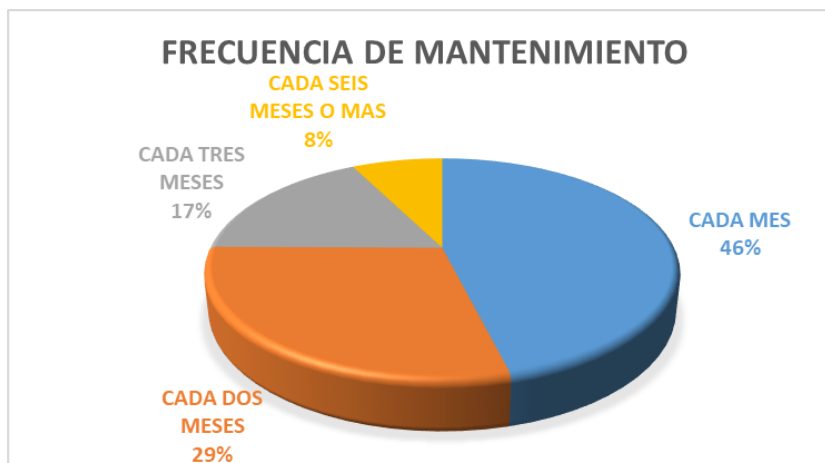
5. ¿Con que frecuencia usted realiza el mantenimiento de su vehículo?

Tabla 6: Frecuencia de mantenimiento

Frecuencia de mantenimiento	Frecuencia	Porcentaje
Cada mes	154	46%
Cada dos meses	97	29%
Cada tres meses	58	17%
Cada seis meses o mas	25	7%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gráfico 12: Frecuencia de mantenimiento



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Análisis: La frecuencia de mantenimiento más elevada 46% es la realizada por los camiones que se dedican al transporte pesado que realizan largas horas de viaje, por lo que es indispensable cada mes mantener un funcionamiento óptimo del vehículo, en segunda instancia está el mantenimiento de cada dos meses 29% y cada tres meses 17% realizado por los camiones que transportan cargas livianas, por último, el mantenimiento de cada seis meses o más 8% realizado por los camiones particulares.

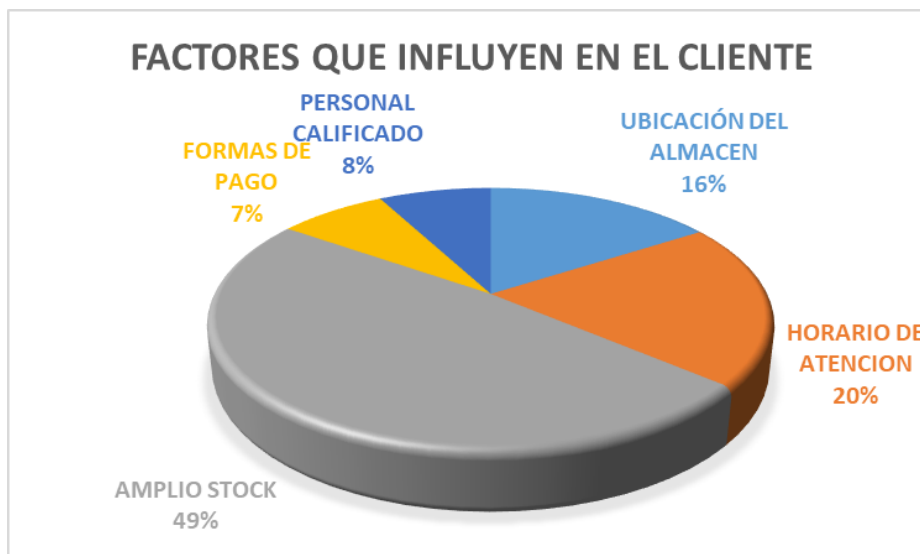
6. ¿Qué factor considera usted el más importante al momento de elegir el lugar de compra de sus repuestos?

Tabla 7: Factores que influyen en el cliente

Factores que influyen en el cliente	Frecuencia	Porcentaje
Ubicación del almacén	53	16%
Horario de atención	68	20%
Amplio stock	162	49%
Formas de pago	25	7%
Personal calificado	26	8%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gráfico 13: Factores que influyen en el cliente



Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

Análisis: Como se puede observar el factor que más consideran importante los encuestados con un 49% es un amplio stock de repuestos que les ofrezca una alta probabilidad de encontrar el repuesto que buscan, en segundo lugar, con un 20% consideran el horario de atención, seguido de la ubicación del almacén con 16%, personal calificado con 8% y formas de pago numerosas con 7%.

7. ¿Considera usted importante que el vendedor le otorgue asesoramiento oportuno sobre el producto que adquiere?

Tabla 8: Importancia de asesoramiento

Importancia asesoramiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	312	93%
No	22	7%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

Gráfico 14: Importancia de asesoramiento



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Análisis: como resultado la mayoría de los encuestados 93%, considera que es importante el asesoramiento por parte del vendedor del almacén, y un 7% no lo considera importante.

8. ¿Qué tipo de repuestos son los que usted prefiere al momento de realizar su compra?

Tabla 9: Tipo de repuesto

Tipo de repuesto	Frecuencia	Porcentaje
GENUINO	208	62%
ALTERNO	126	38%
TOTAL	334	100%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gráfico 15: Tipo de repuesto



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Análisis: Un 62% de los encuestados prefieren adquirir repuestos genuinos para su vehículo, ya que estos tienen una garantía de mayor durabilidad y un óptimo rendimiento, por otra parte, con un 38% de casos no se los puede adquirir por su elevado costo obligando al comprador a recurrir a un repuesto alterno.

9. ¿En qué lugar cree usted que sería conveniente abrir un nuevo almacén comercializador de repuestos para camiones a diésel?

Tabla 10: Lugar de referencia

Lugar de referencia	Frecuencia	Porcentaje
Av. Luis Monsalve Pozo	144	43%
Av. 16 de abril	175	52%
Centro de la ciudad	15	4%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gráfico 16: Lugar de Referencia



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Análisis: Según el 52% de los encuestados, prefieren que el local se encuentre situado en una zona fuera de la ciudad como lo es la Av. 16 de abril, con un 43% de encuestados que optan por la Av. Luis Monsalve Pozo, ya que esto facilita la rápida circulación y también las mecánicas se encuentran por este sector lo que significaría mayor probabilidad de ventas, con un 5% tenemos encuestados que optan por el centro de la ciudad.

10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir los repuestos automotrices de su necesidad en un nuevo local que le ofrezca un amplio stock, buena atención, y precios accesibles?

Tabla 11: Aceptación de nuevo almacén

Aceptación de nuevo almacén	Frecuencia	Porcentaje
Si	322	96%
No	12	4%
Total	334	100%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gráfico 17: Aceptación de nuevo almacén



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Análisis: En conclusión, al ser el dato que más se espera conocer, se evidencia que el 96% de encuestados acudirán al nuevo local.

3.4 Análisis de los proveedores

Mediante la información obtenida por expertos en el área de comercialización de repuestos automotrices, se ha determinado los posibles proveedores para la empresa comercializadora, y son los siguientes:

- RECALFRENO
- IMPORTADORA ALVARADO

- INFAMOTOR S.A.
- IMPORTADORA GUEVARA
- CEDEPA S.A.
- MAVESA
- MIRASOL CAMIONES
- ECO DIESEL
- ELECTROPARTES SARMIENTO
- COJAPAN LTDA
- IMPORTADORA VINICIO PORRAS CIA LTDA
- IMPORTADORA JAPAN AUTO
- FILTROCORPO S.A
- MANSUERA MATRIZ

Los proveedores mencionados ofrecen un amplio stock de repuestos para camiones de la marca Hino, Chevrolet, Mitsubishi, Hyundai, con facilidades de pago según el monto y el tiempo acordado entre las dos partes, ofreciendo también descuentos que varían en todos los productos.

3.5 Identificación del producto

El producto principal que ofrece la comercializadora son partes automotrices originales para camiones a diésel de origen japonés. Complementando la oferta con repuestos alternos de origen brasileño, japonés, tailandés y chino, entre los principales y más demandados tenemos:

- Rulimanes y retenedores
- Empaques
- Accesorios para el sistema de frenos y embrague
- Accesorios para la suspensión
- Filtros y bandas

3.6 Mercado meta

El mercado meta para el proyecto son todas aquellas personas propietarias de un camión a diésel en la provincia del cañar. En la ciudad de Azogues existen diferentes cooperativas de transporte pesado y líneas de buses urbanos como rurales que necesitan un mantenimiento frecuente y oportuno por lo que representan un nicho de mercado.

3.7 Análisis de la demanda

3.7.1 Demanda actual

Gracias a la información recopilada por las encuestas a los dueños de camiones a diésel, se determinó cuáles son los repuestos más solicitados (Pregunta N.-3 encuesta) y en que lapso de tiempo, dependiendo el tipo de actividad realizada por cada vehículo (Pregunta N.-5 encuesta).

A continuación, se detalla el resumen de la demanda de repuestos y su tiempo de consumo:

Tabla 12: Número de personas demandantes según tipo de repuestos

Repuestos más solicitados	N.-personas	tiempo de consumo	Porcentaje
Para caja	515	cada 6 meses	20%
Para motor	421	cada mes	16%
Para transmisión	343	cada 3 meses	13%
Para frenos	733	cada mes	28%
Para suspensión	312	cada 3 meses	12%
Para dirección	281	cada 2 meses	11%
Total	2604		100%

Elaborado por: el autor

Fuente: Investigación propia

Año: 2019

Analizada la información de las tablas anteriores, aplicando un cruce estratégico entre las variables frecuencia de consumo y repuestos más solicitados, determinaremos la demanda potencial por cada accesorio que tendrá el almacén, y su frecuencia de consumo.

Tabla 13: Demanda potencial

Repuestos	Cada mes	Cada dos meses	Cada tres meses	Cada seis meses	Total
Para caja	237	149	89	39	515
Para motor	194	122	73	32	421
Para transmisión	158	100	60	26	343
Para frenos	338	213	127	55	733
Para suspensión	144	91	54	23	312
Para dirección	129	81	49	21	281
Total	1.201	756	452	195	2.604

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

3.7.2 Demanda proyectada

La demanda proyectada se calcula tomando como primer dato el resultado de las encuestas realizadas en el mercado, conjuntamente con la tasa de crecimiento del parque automotor específicamente de camiones en la provincia del Cañar, la cual se ha calculado con el número de vehículos matriculados en los últimos tres años, según el (INEC, 2019) asciende al 18.1%.

Tabla 14: Vehículos matriculados por clase y provincia

Vehículos Matriculados				
Año	Provincia	Clase	Número	%
2016	Cañar	Camión	1.870	
2017	Cañar	Camión	2.283	22,09
2018	Cañar	Camión	2.604	14,06
Total				18,1

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Fuente: Agencia Nacional de Tránsito (ANT, 2019)
Año: 2019

Se aplicará la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

En donde: Q_n: Comercialización futura

Q₀: Comercialización inicial

i: Tasa de crecimiento

n: Año proyectado

$$Q_n = 2604(1 + 0.181)^1$$

$$Q_n(2020) = 3075$$

Tabla 15: Proyección de la demanda en Azogues

Año	Demanda proyectada
2019	2604
2020	3075
2021	3632
2022	4289
2023	5066

Elaborado por: el autor

Fuente: Investigación propia

Año: 2019

3.8 Análisis de la oferta

Mediante la entrevista realizada a la ciudadanía Azogueña y por observación directa, se concluyó que en la actualidad existen 5 puntos de venta de repuestos a diésel, quienes representan una competencia para la empresa, siendo estos:

- Servi Repuestos Azogues, repuestos HINO es su venta principal, ubicada en la Av. 24 De mayo Y Aurelio Jaramillo.
- Servicio Automotriz “Monzón Quintuña”, repuestos HINO es su venta principal, ubicado en la Av. Hermano Miguel, sector la Esperanza.
- “TALLERES ALVAREZ” venta de todo repuesto a diésel, propietarios: Ing. Cristian Álvarez y Wilson Cáceres, ubicado en Av 16 de Abril y Ernesto Che Guevara
- “TALLERES TECNY DIESEL” venta de repuestos a diésel, propietario Víctor Cajas, ubicado en las calles Augusto Sacoto 3-37.
- “MAS REPUESTOS” venta de todo tipo de repuestos a diésel, propietario: Sr. Manuel Saquicili, ubicado en la Av. Luis Monsalve Pozo.

Cabe señalar que ninguno de estos centros automotrices cuenta con un stock completo que satisfaga completamente las necesidades de los usuarios. El stock de cada uno de ellos gira alrededor de un 50% y 55% (Anexo 2) en mercadería de alta rotación.

3.9 Oferta actual

Para conocer la oferta actual se realizó una entrevista a dos propietarios de centros que poseen un mayor stock en repuestos diésel.

Tabla 16: Entrevista

TALLERES ALVARES, propietarios: Ing. Cristian Alvares y Wilson Cáceres

Repuestos ofertados	Cantidad Mensual (aproximado)	Cantidad anual
Rulimanes y Retenes	65	780
Sincronizados y Piñones	15	180
Empaques	10	120
Reparaciones de Motor	0	0
Accesorios sistemas de freno y embrague	25	300
TOTAL	115	1380

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Tabla 17: Entrevista

TALLERES TECNY DIÉSEL, propietario: Sr. Víctor Cajas

Repuestos ofertados	Cantidad mensual (aproximado)	Cantidad anual
Rulimanes y Retenes	36	432
Sincronizados y Piñones	31	372
Reparaciones de motor	0	0
Turbos	1	12
TOTAL	68	816

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Tabla 18 : Oferta actual promedio

Repuestos ofertados	Cantidad mensual	Cantidad anual
Rulimanes y Retenes	50.5	606
Sincronizados y Piñones	23	276
Empaques	10	120
Reparaciones de motor	0	0
Accesorios sistemas de freno y embrague	25	300
Turbos	1	12
TOTAL	109.5	1314

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

3.10 Oferta proyectada

Para elaborar la proyección de la oferta se toma en cuenta las respuestas obtenidas en la entrevista realizada a propietarios de locales de repuestos a diésel en la ciudad de Azogues, también se considera la tasa de crecimiento del parque automotor en la provincia del Cañar, según el (INEC, 2019), es del 18.1% y el total de las unidades vendidas de repuestos en esta localidad. Cabe acotar que, no se incluyó los registros históricos de los productos de los establecimientos de años anteriores, debido a que no se lleva un registro sobre los movimientos de cada año. Para realizar la proyección se toma como base el año 2019 y la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Cn: Oferta futura
Co: Oferta año 1
i: Tasa de crecimiento
n: Año Proyectado

Cn=1314 (1+0.181)¹
Cn (2020)= 1552

Tabla 19 : Proyección oferta de repuestos en la localidad

Año	Oferta Proyectada
2019	1314
2020	1552
2021	1832
2022	2164
2023	2556

Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

3.11 Balance Oferta- demanda

El siguiente cuadro elaborado se determina el déficit existente, en base a la diferencia entre la demanda proyectada y oferta proyectada.

Tabla 20 : Demanda insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2019	2604	1314	1290
2020	3075	1552	1523
2021	3632	1832	1800
2022	4289	2164	2125
2023	5066	2556	2510

Elaborado por: el autor
 Fuente: Investigación propia
 Año: 2019

Según el análisis de la oferta y la demanda realizado en el cuadro anterior, señala que la demanda no es cubierta existiendo un déficit de 1290 productos para el primer

año, lo que indica un ambiente favorable para la creación de la empresa en la ciudad de Azogues.

3.12 Demanda potencial

Demanda de potencial está definido por la empresa en base a los datos obtenidos en el balance de oferta y demanda, en la cual para el 2019 es de 1290 repuestos con sus respectivas proyecciones para 5 años.

Tabla 21: Demanda Potencial

Año	Demanda Potencial
2019	1290
2020	1523
2021	1800
2022	2125
2023	2510

Elaborado por: el autor

Fuente: Investigación propia

Año: 2019

3.13 Análisis y determinación de los precios

El precio se establecerá con un margen de rentabilidad del 30% en relación al costo de adquisición de los repuestos a ser ofertados, según una entrevista (Anexo 2) al Sr. Víctor Cajas, propietario del almacén de repuestos automotrices "Tecny Diesel" ubicado en la ciudad de Azogues, esta utilidad tendrá una variación dependiendo el producto y los precios de la competencia, también manteniendo una concordancia con la inflación que se genere en el sector automotriz, lo que determinará la rentabilidad general en el mercado.

Tabla 22: Precios estimados

Rubros	Año base 2019
FILTROS Y BANDAS	
Filtro aceite motor J08CT E2	130,00
Filtro combustible primario J08CT E2	67,60
Bandas motor J08CT E2 E3	210,60
Bandas motor HINO ISUZU 22463	62,40
RETENEDORES Y RODAMIENTOS	
Rulimán rueda Del.32310JR	195,00
Rulimán rueda Del. 32307JR	132,60
Rulimán rueda Post. 32217JR	195,00
Retén rueda Del. J08CT	70,20
Retén rueda Post. GD-H07CT	62,40
Retén rueda Post. GH-FG-AK	27,30
Reten rueda Post. FTR	36,40



KITS DE EMBRAGUE

Kit embrague J08CT E2 E3	1.755,00
Disco embrague FTR full aire	1.560,00
Disco embrague 4HG1-4D34	390,00
Plato embrague 4HG1	520,00
Rulimán embrague CT70B	130,00
Rulimán embrague 65TNK20	156,00
Rulimán embrague CT55BL1	98,80

ACCESORIOS SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE

Kit válvula principal freno GH-FG	461,50
Kit válvula principal freno FTR-FVR	113,75
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	91,00
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	46,80
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR ¾	55,25
Kit booster FTR full aire	357,50
Kit booster HINO GH FG	273,00
Kit booster FTR MIXTO	377,00
Kit válvula relay R6	94,25

EMPAQUES

Empaque cabezote J08CT E2 E3	815,75
Empaque cabezote J05CT E2 E3	653,90
Empaque cabezote 4HG1	552,50
Empaque culata J08CT E2 E3	292,50
Kit empaques caja cambios FG-AK	71,50
Empaque base turbo HINO-ISUZU	73,78

PIÑONES Y SINCRONIZADOS DE CAJA

Eje corredizo FG-AK	4.160,00
Eje motriz FG-AK	2.600,00
Piñón 6ta masa FG-AK	3.120,00
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	1.690,00
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	832,00
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	1.144,00
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	1.495,00
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	487,50

RODELAS DE TRANSMISIÓN

Kit rodelas transmisión HINO GD	299,00
Kit rodelas transmisión GH- FG	286,00
Kit rodelas transmisión FTR	487,50
Cono y corona FTR 7/43 EURO	1.996,80

Cono y corona GD 8/39 E2 E3

2.145,00

Elaborado por: el autor

Fuente: Investigación propia

Año: 2019

3.14 Conclusiones del estudio

- El proyecto es viable debido a que existe una alta demanda insatisfecha de repuestos a diésel en la ciudad de azogues, por otra parte, se encuentra fundamentada con un estudio y análisis de la oferta y demanda actual existente que apoyan para la creación de la empresa.
- La oferta de repuestos de vehículos a diésel en la ciudad de azogues cubre apenas el 55%, lo que posibilita insertar sucursales en el mercado para cubrir el 45% de demanda.
- Mediante la entrevista, se pudo conocer futuros proveedores para la empresa y poder satisfacer la demanda. Por otra parte, se pudo conocer las principales falencias de estos centros que sirven para la creación de nuestra empresa y ofrecer un mejor servicio.
- Los resultados de los análisis han sido provechosos con cifras positivas lo que posibilita continuar con el proyecto.

CAPITULO IV ESTUDIO TECNICO

4.1 Estudio técnico

Este estudio ofrece conocer y determinar la distribución de áreas de la empresa, descripción del servicio, estados contables, mercado, datos financieros, localización, ingeniería, estructura física y todos los aspectos a tener en cuenta para creación y operatividad del proyecto. Estudio que beneficiara en su posterior para la evaluación financiera.

4.2 Localización del proyecto

La localización del proyecto es un elemento fundamental a tener presente para nuestro negocio, debido a que, el lugar ofrece los máximos beneficios, mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, o el mínimo costo unitario. Por otra parte, así mismo se debe tomar en cuenta la ubicación de la empresa lo que debe contar con una buena accesibilidad que brinden todas las comodidades al consumidor.

4.3 Macro localización

La empresa comercializadora de repuesto para vehículos a diésel se encontrará ubicada en el cantón de Azogues, provincia del Cañar, país Ecuador.

Gráfico 18: Mapa de macro localización de Cañar

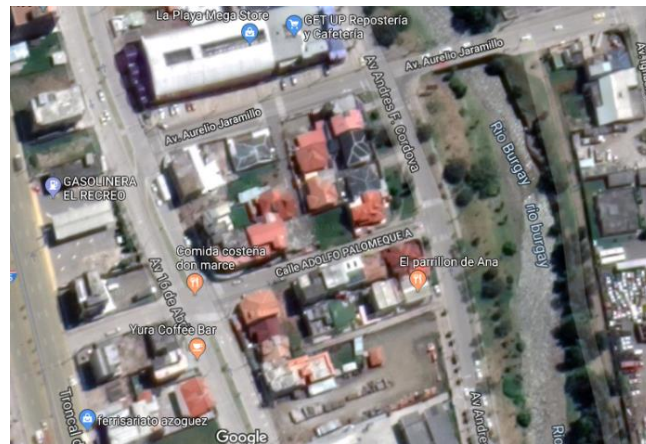


Elaborado por: el autor
Fuente: google maps (MAPS, 2019)
Año: 2019

4.4 Micro Localización

La empresa comercializadora de repuestos a diésel estará localizada en la ciudad de Azogues, en la Avenida Luis Monsalve Pozo y Adolfo Palomeque, un lugar estratégico que cuenta con todos los servicios básico, de fácil acceso y donde existen varios talleres automotrices a diésel.

Gráfico 19: Micro localización

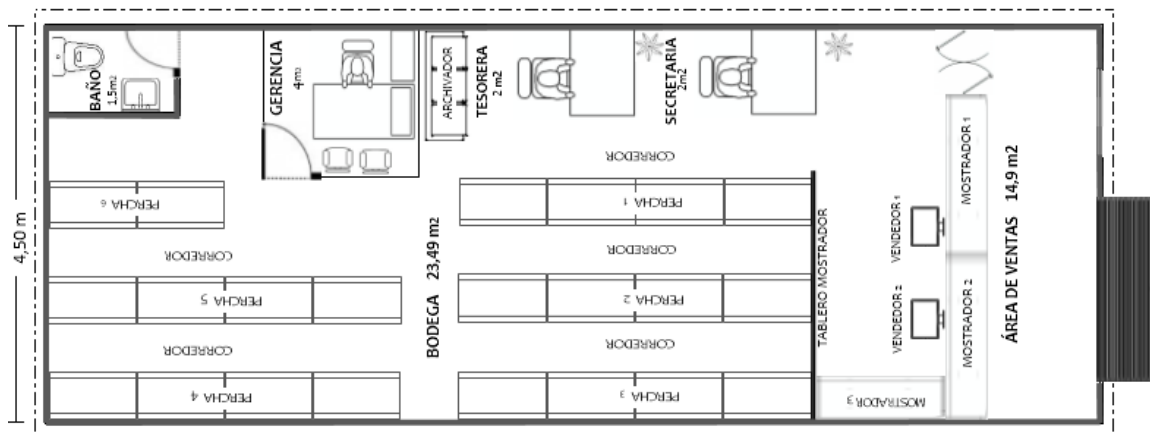


Elaborado por: el autor
Fuente: Google maps (MAPS, 2019)
Año: 2019

4.5 Distribución de la planta

La infraestructura del establecimiento considera todas las normas de seguridad y condiciones de trabajo establecidas, necesidades del cliente, servicios básicos, área de bodega, área de ventas, cubículo para secretaria, gerente y sanitario

Gráfico 20: Distribución de la planta






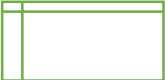


Elaborado por: el autor
Año: 2019

4.6 Diagrama de flujo de actividades

Los productos o servicios de las empresas deben pasar por un determinado proceso para su comercialización, para esto utilizaremos una herramienta llamada diagrama de flujo que nos indica la secuencia de pasos que debe cumplir un proceso, como se representa a continuación:

Tabla 23: Diagrama de flujo de actividades

Símbolo	Nombre	Descripción
	Inicia o termina proceso	Señala donde inicia o termina un proceso
	Inspección	Indica que se inspecciona la cantidad o calidad
	Demora	Simboliza el retraso en el proceso
	Decisión o alternativa	Representa comparación o verificación de características con estándares de calidad establecidas.
	Documento	Muestra documentos que entre o salga en el procedimiento.
	Almacenamiento interno	Indica el almacenamiento de materiales o productos terminados en las bodegas.

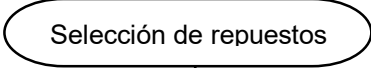
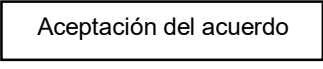
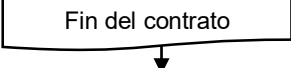
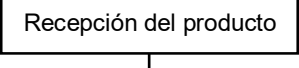
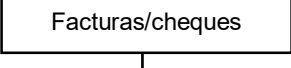
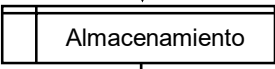
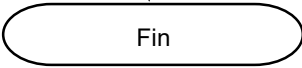
Elaborado por: el autor

Fuente: Investigación propia

Año: 2019

Para lograr un excelente desempeño en la compra de los productos, se debe tener un proceso estratégico que permita llevar a cabo las actividades sin ningún problema, como lo muestra el siguiente flujo grama:

Tabla 24: Proceso compra de repuestos

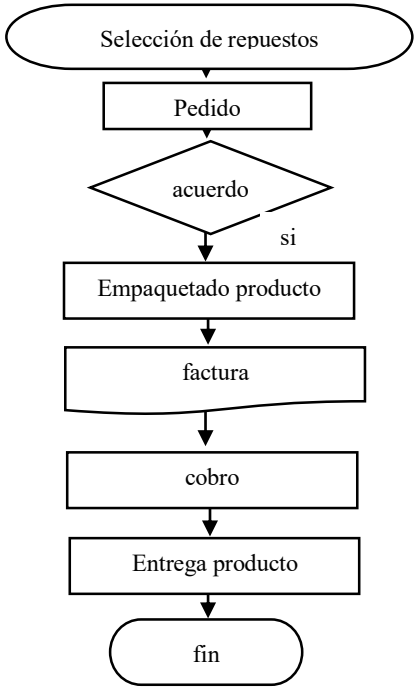
Diagrama de flujo	Actividades	Responsables
	Selección de repuestos	Vendedor
↓		
	Negociar las condiciones de compra de los repuestos	Gerente Propietario
↓		
	Firmar un contrato de aceptación de la distribución del producto y condiciones de venta	Gerente Propietario
↓		
	Recepción y constatación del producto en cantidad y condición	Bodeguero
↓		
	Recepción de factura y entrega de cheque o efectivo	Contador
↓		
	Almacenamiento y perchado de productos	Bodeguero
↓		
		

Elaborado por: el autor

Año: 2019

El proceso de la venta de productos tendrá inicio con una buena atención al cliente y la recepción del pedido, continuando con el precio final del producto y su forma de pago elaborando la factura y cobrando el dinero, finalmente entregar el producto.

Tabla 25: Proceso de venta

Diagrama de flujo	Actividades	Responsables
 <pre> graph TD A([Selección de repuestos]) --> B[Pedido] B --> C{acuerdo} C -- si --> D[Empaquetado producto] D --> E[factura] E --> F[cobro] F --> G[Entrega producto] G --> H([fin]) </pre>	Atención al cliente y toma de pedido	Vendedor
	Negociar de precio y forma de pago	Vendedor
	Empacar producto	Vendedor
	Factura del producto	Secretario
	Recepción de efectivo	Secretario
	Entrega de producto	vendedor
	fin	

Elaborado por: el autor
Año: 2019

4.7 Presupuesto técnico

El presupuesto técnico está basado en cotizaciones obtenidas por diferentes proveedores, está compuesto por inversión fija, inversión variable, gastos de constitución, gastos administrativos, gastos de venta, los que forman el capital para que la empresa pueda iniciar las actividades.

4.7.1 Inversión fija

Muebles y enseres

La empresa tendrá muebles y equipos de oficina que permitan al personal administrativo realizar su trabajo correctamente.

Tabla 26: Muebles y Enceres

Descripción	cantidad	v. unitario	v. total
escritorio/gerente	1	150,00	150,00
sillas/gerente	1	60,00	60,00
escritorio/secretaria	1	100,00	100,00
silla/secretaria	1	40,00	40,00
vitricas	2	160,00	320,00
perchas	6	110,00	660,00
mostradores	1	120,00	120,00
archivadores	1	90,00	90,00
total	14		1.540,00

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

4.7.2 Equipo de cómputo y software

Para mantener una organización y registro detallado de las actividades dentro de la empresa se contará con equipo de cómputo de última tecnología con un software que cumpla los requerimientos de nuestra empresa.

Tabla 27: Equipo de Cómputo y software

Descripción	cantidad	v. unitario	v. total
Computadora	2	700,00	1.400,00
Impresora	1	120,00	120,00
software	1	150,00	150,00
total	4		1.670,00

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

La inversión fija que se requiere para iniciar las actividades se detalla a continuación:

Tabla 28: Resumen inversión fija

Descripción	total
Muebles y enseres	1.540,00
Equipos de computo	1.670,00
total	3.210,00

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

4.7.3 Inversión variable

Inventarios

La materia prima de nuestra empresa son los repuestos, mediante proformas de proveedores se obtuvo los precios más convenientes y se elaboró un inventario, que se presenta a continuación:

Tabla 29: Costos de materia prima

Rubros	Año base 2019		
	Cant.	P. Unit	V. Total
FILTROS Y BANDAS :			
Filtro aceite motor J08CT E2	5	20,00	100,00
Filtro combustible primario J08CT E2	4	13,00	52,00
Bandas motor J08CT E2 E3	6	27,00	162,00
Bandas motor HINO ISUZU 22463	3	16,00	48,00
subtotal			362,00
Meses año			12,00
total			4.344,00
RETENES Y RODAMIENTOS			
Rulimán rueda Del.32310JR	5	30,00	150,00
Rulimán rueda Del. 32307JR	6	17,00	102,00
Rulimán rueda Post. 32217JR	3	50,00	150,00
Reten rueda Del. J08CT	6	9,00	54,00
Reten Rueda Post. GD-H07CT	4	12,00	48,00
Reten Rueda Post. GH-FG-AK	3	7,00	21,00
Reten rueda Post. FTR	4	7,00	28,00
subtotal			553,00
Meses año			12,00
total			6.636,00
KITS DE EMBRAGUE:			
Kit embrague J08CT E2 E3	3	450,00	1.350,00
Disco embrague FTR full aire	4	300,00	1.200,00
Disco embrague 4HG1-4D34	3	100,00	300,00
Plato embrague 4HG1	4	100,00	400,00
Rulimán embrague CT70B	5	20,00	100,00
Rulimán embrague 65TNK20	6	20,00	120,00
Rulimán embrague CT55BL1	4	19,00	76,00
subtotal			3.546,00
Meses año			12,00
total			42.552,00

PARTES PARA SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE:

Kit válvula principal freno GH-FG	6	71,00	355,00
Kit válvula principal freno FTR-FVR	5	17,50	87,50
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	5	14,00	70,00
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	5	7,20	36,00
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR ¾	4	8,50	42,50
Kit booster FTR full aire	4	55,00	275,00
Kit booster HINO GH FG	5	42,00	210,00
Kit booster FTR MIXTO	5	58,00	290,00
Kit válvula relay R6	5	14,50	72,50
subtotal			1.438,50
Meses año			12,00
total			17.262,00

EMPAQUES

Empaque cabezote J08CT E2 E3	5	125,50	627,50
Empaque cabezote J05CT E2 E3	5	100,60	503,00
Empaque cabezote 4HG1	5	85,00	425,00
Empaque culata J08CT E2 E3	5	45,00	225,00
Kit empaques caja cambios FG-AK	5	11,00	55,00
Empaque base turbo HINO-ISUZU	5	11,35	56,75
subtotal			1.892,25
Meses año			12,00
total			22.707,00

PIÑONES Y SINCRONIZADOR DE CAJA:

Eje corredizo FG-AK	4	800,00	3.200,00
Eje motriz FG-AK	4	500,00	2.000,00
Piñón 6ta masa FG-AK	4	600,00	2.400,00
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	4	325,00	1.300,00
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	4	160,00	640,00
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	4	220,00	880,00
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	5	230,00	1.150,00
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	5	75,00	375,00
subtotal			11.945,00
Meses año			12,00
total			143.340,00

RODELAS DE TRANSMISIÓN:

Kit rodelas transmisión HINO GD	5	46,00	230,00
Kit rodelas transmisión GH- FG	4	55,00	220,00

Kit rodelas transmisión FTR	5	75,00	375,00
Cono y corona FTR 7/43 EURO	3	512,00	1.536,00
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	3	550,00	1.650,00
subtotal			4.011,00
Meses año			12,00
total			48.132,00
Total de repuestos	206	V. total	284.973,00

Elaborado por: el autor
Fuente: (Cojapan, 2019)
Año: 2019

4.7.4 Gastos administrativos

Sueldos

La empresa contará con personal calificado para un funcionamiento óptimo, sus primeros años de vida lo hará solamente con dos personas que son un gerente y una secretaria-contadora y sus sueldos y salarios se detallan a continuación:

Tabla 30: Rol de pagos del gerente

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SBU	800,00	9.600,00
Aporte Patronal	75,60	907,20
Fondo de Reserva	-	-
Décimo Tercero	66,67	800,00
Décimo Cuarto	32,83	394,00
vacaciones	66,67	800,00
TOTAL	1.041,77	12.501,20

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Tabla 31: Rol de pagos de Secretaria-contadora

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SBU	450,00	5.400,00
Aporte Patronal	42,53	510,30
Fondo de Reserva	-	-
Décimo Tercero	37,50	450,00
Décimo Cuarto	32,83	394,00
vacaciones	37,50	450,00
TOTAL	600,36	7.204,30

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Arriendo del local comercial

El local comercial será rentado mediante un contrato de arriendo valido por un año, por el valor mensual de 200 dólares americanos.

Tabla 32: Arriendo local comercial

Descripción	V. mensual	V. anual
Local	200,00	2.400,00

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Suministros de oficina

Los subministro de oficina serán accesorios básicos para cada puesto de trabajo, y su valor se detalla a continuación:

Tabla 33: Suministros de oficina

Descripción	V. anual
Cartuchos de tinta	420
Resma de papel	240
Cuadernos	60
Carpetas	60
Esferos	60
Total	840

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Servicios básicos

Las instalaciones del local contarán con los servicios básicos necesarios para un buen funcionamiento, se detallan a continuación:

Tabla 34: Servicios básicos

Descripción	V. anual
Agua	120
internet	300
teléfono	300
Luz eléctrica	240
Total	960

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gastos de depreciación

Tabla 35: Gastos depreciación

Años	Descripción	V. anual
10	Depreciación Muebles y Enseres	138,60
3	Depreciación Equipo de Computación	501,00
Total		639,60

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

Gastos de publicidad

La publicidad nos ayudara a impulsar la fuerza de ventas y dar a conocer los productos en el mercado, por lo que se ha planteado realizar publicidad únicamente en la radio y en la red social Facebook, consultando los precios tenemos:

Publicidad en la radio canela tendrá un costo de 480 dólares anuales (corp, 2019).

Publicidad en la red social Facebook tendrá un costo de 180 dólares anuales (Facebook, 2019).

Tabla 36: Gastos Publicidad

Descripción	V. anual
Radio	480,00
Red social	180,00
Total	660,00

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

4.7.5 Inversión diferida

Gastos de constitución

Para emprender el negocio existe una serie de permisos de funcionamiento, investigación y constitución, que se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 37: Gastos de constitución

Descripción	Cantidad	V. unitario	Total
Gastos de investigación	1	500,00	500,00
Gastos de documentación legal	1	800,00	800,00
Permisos de funcionamiento	4		700,00
Total			2.000,00

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

4.7.6 Capital de trabajo del proyecto

Para iniciar con las actividades la empresa necesita un capital mínimo que cubra los gastos antes de percibir los primeros ingresos.

Tabla 38: Capital de Trabajo

	Descripción	año 1
Inventario	Repuestos automotrices	284.973,00
Gastos administrativos	Sueldo gerente	12.501,20
	sueldo secretaria	7.204,30
	Arriendo local	2.400,00
	Suministros de oficina	840,00
	Servicios básicos	960,00
	Gastos de depreciación	639,60
	Gastos venta	sueldo vendedor
Publicidad		660,00
Total		310.707,83

Elaborado por: el autor

Fuente: Investigación propia

Año: 2019

4.8 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto (Administración de Empresas, 2014).

El tamaño ideal de las instalaciones de la empresa no debe ser mayor que la demanda actual y esperada del mercado.

El tamaño más optimizado será aquel que favorezca económicamente al proyecto en conjunto, es por eso que se realiza una formulación y evaluación completa, que permita conocer los puntos clave para tomar una decisión acertada.

Con el tamaño del proyecto adecuado será posible cumplir con los objetivos de lograr un rendimiento satisfactorio sobre la inversión realizada.

4.8.1 Mercado

El mercado probable visualizado en la población de Azogues, con relación a las cifras de la demanda insatisfecha arrojadas del análisis de mercado, y al incremento en función de la oferta real reciente, determinan la magnitud que tendrá la oferta del nuevo establecimiento. En base a estos resultados el proyecto planea recatar para el año 2020, al menos el 19% del mercado, avanzando con un incremento exponencial hasta lograr en el año 2023 proveer cerca del 40% del mercado.

Tabla 39: Magnitud de la oferta

Año	Demanda potencial	Capacidad instalada	Porcentaje a satisfacer
2019	1290	206	19%
2020	1523	256	24%
2021	1800	306	28%
2022	2125	356	33%
2023	2510	406	38%

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

4.8.2 Disponibilidad del proyecto

Con la cotización de repuestos y la información a detalle de los repuestos por parte de los principales proveedores, se ha determinado que el abastecimiento de repuestos será muy regular y tendrá un amplio stock a disposición del mercado.

4.8.3 Financiamiento

La inversión del proyecto es de \$315.917,83 dólares, en el cual contempla los activos fijos, diferido y capital del trabajo necesario para su puesta en marcha. Para cubrir este monto los cuatro socios aportan un capital de \$ 78.979,46 equivalente al 100% de la inversión.

Tabla 40: Inversión pre-operacional

Detalles	V. anual
Activos fijos	3.210,00
Activos diferidos	2.000,00
Capital de trabajo	310.707,83
Total	315.917,83

Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

4.9 Estudio económico –financiero

En este capítulo se analiza la proyección de los ingresos, la proyección de los costos y gastos para determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto por medio de herramientas evaluadoras como son el TIR, VAN y el Costo beneficio.

También se estudia la estructura del financiamiento, los estados financieros proforma del proyecto, como lo es el balance de arranque, estado de resultados año cero y su proyección para cinco años, el flujo de caja proyectado. Información importante que se deberá analizar para conocer si es factible invertir en este proyecto y llevarlo a cabo o no.

4.9.1 Presupuestos

4.9.1.1 Ingresos proyectados

Para obtener los ingresos proyectados se ha tomado los costos de venta por cada ítem más un porcentaje de utilidad de un 30% para el año base y un porcentaje de crecimiento como política de la empresa de 8% para cada año. A continuación, la siguiente tabla:

Tabla 41: Ingresos proyectados

Años	Año Base 2019	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rubros						
FILTROS Y BANDAS :						
Filtro aceite motor J08CT	130,00	140,40	151,63	163,76	176,86	191,01
Filtro combustible primario J08CT	67,60	73,01	78,85	85,16	91,97	99,33
Bandas motor J08 E2 E3	210,60	227,45	245,64	265,30	286,52	309,44
Bandas motor HINO ISUZU 224	62,40	67,39	72,78	78,61	84,89	91,69
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...	5.647,20	6.098,98	6.586,89	7.113,85	7.682,95	8.297,59
RETENEDORES Y RODAMIENTOS:						
Rulimán rueda Del.3231	195,00	210,60	227,45	245,64	265,30	286,52
Rulimán rueda Del. 307JR	132,60	143,21	154,66	167,04	180,40	194,83
Rulimán rueda Post. 317JR	195,00	210,60	227,45	245,64	265,30	286,52
Reten rueda Del. J0CT	70,20	75,82	81,88	88,43	95,51	103,15
Reten rueda Post. GD-H7CT	62,40	67,39	72,78	78,61	84,89	91,69
Reten rueda Post. GH-FG-AK	27,30	29,48	31,84	34,39	37,14	40,11
Reten rueda Post. NPR	36,40	39,31	42,46	45,85	49,52	53,48
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...	8.626,80	9.316,94	10.062,30	10.867,28	11.736,67	12.675,60
KITS DE EMBRAGUE:						
Kit embrague J08CT E2 E3	1.755,00	1.895,40	2.047,03	2.210,79	2.387,66	2.578,67
Disco embrague FTR full aire	1.560,00	1.684,80	1.819,58	1.965,15	2.122,36	2.292,15

Disco embrague 4HG1-4D34	390,00	421,20	454,90	491,29	530,59	573,04
Plato embrague 4HG1	520,00	561,60	606,53	655,05	707,45	764,05
Rulimán embrague CT70B	130,00	140,40	151,63	163,76	176,86	191,01
Rulimán embrague 65TNK20	156,00	168,48	181,96	196,52	212,24	229,22
Rulimán embrague CT55BL1	98,80	106,70	115,24	124,46	134,42	145,17
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...	55.317,60	59.743,01	64.522,45	69.684,24	75.258,98	81.279,70
SISTEMAS DE FRENOS Y EMBRAGUE:						
Kit válvula principal freno GH-FG	461,50	498,42	538,29	581,36	627,87	678,09
Kit válvula principal freno FTR-FVR	113,75	122,85	132,68	143,29	154,76	167,14
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	91,00	98,28	106,14	114,63	123,80	133,71
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	46,80	50,54	54,59	58,95	63,67	68,76
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR ¾	55,25	59,67	64,44	69,60	75,17	81,18
Kit booster FTR full aire	357,50	386,10	416,99	450,35	486,37	525,28
Kit booster HINO GH FG	273,00	294,84	318,43	343,90	371,41	401,13
Kit booster FTR MIXTO	377,00	407,16	439,73	474,91	512,90	553,94
Kit válvula relay R6	94,25	101,79	109,93	118,73	128,23	138,48
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...	22.440,60	24.235,85	26.174,72	28.268,69	30.530,19	32.972,60
EMPAQUES:						
Empaque cabezote J08CT E2 E3	815,75	881,01	951,49	1.027,61	1.109,82	1.198,60
Empaque cabezote J05CT E2 E3	653,90	706,21	762,71	823,73	889,62	960,79

Empaque cabezote 4HG1	552,50	596,70	644,44	695,99	751,67	811,80
Empaque culata J08CT E2 E3	292,50	315,90	341,17	368,47	397,94	429,78
Kit empaques caja cambios FG-AK	71,50	77,22	83,40	90,07	97,27	105,06
Empaque base turbo HINO- ISUZU	73,78	79,68	86,05	92,94	100,37	108,40
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...	29.519,10	31.880,63	34.431,08	37.185,56	40.160,41	43.373,24
PIÑONES Y SINCRONIZADOS DE CAJA:						
Eje corredizo FG-AK	4.160,00	4.492,80	4.852,22	5.240,40	5.659,63	6.112,40
Eje motriz FG-AK	2.600,00	2.808,00	3.032,64	3.275,25	3.537,27	3.820,25
Piñón 6ta masa FG-AK	3.120,00	3.369,60	3.639,17	3.930,30	4.244,73	4.584,30
Sincronizado 2da 3Pz. FG- AK	1.690,00	1.825,20	1.971,22	2.128,91	2.299,23	2.483,16
Sincronizado 3ra y 4ta FG- AK	832,00	898,56	970,44	1.048,08	1.131,93	1.222,48
Sincronizado 5ta y 6ta FG- AK	1.144,00	1.235,52	1.334,36	1.441,11	1.556,40	1.680,91
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	1.495,00	1.614,60	1.743,77	1.883,27	2.033,93	2.196,65
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	487,50	526,50	568,62	614,11	663,24	716,30
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...	186.342,00	201.249,36	217.349,31	234.737,25	253.516,23	273.797,53
RODELAS DE TRANSMISIÓN:						
Kit rodelas transmisión HINO GD	299,00	322,92	348,75	376,65	406,79	439,33
Kit rodelas transmisión GH- FG	286,00	308,88	333,59	360,28	389,10	420,23
Kit rodelas transmisión FTR	487,50	526,50	568,62	614,11	663,24	716,30



Cono y corona FTR 7/43 EURO	1.996,80	2.156,54	2.329,07	2.515,39	2.716,62	2.933,95
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	2.145,00	2.316,60	2.501,93	2.702,08	2.918,25	3.151,71
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...	62.571,60	67.577,33	72.983,51	78.822,20	85.127,97	91.938,21
TOTAL INGRESOS	370.464,90	400.102,09	432.110,26	466.679,08	504.013,41	544.334,48

Elaborado por: el autor
Año: 2019

4.9.1.2 Egresos

Los egresos con los que cumplirá la empresa para llevar a cabo sus operaciones están conformados por: costo de venta, gastos administrativos, gastos de venta, gastos financieros.

4.9.1.3 Costo de venta

En los costos de venta tenemos principalmente la compra de materia prima, que son los repuestos automotrices, para determinar esta información se ha formado una lista con los productos de mayor rotación, y se ha proyectado para cinco años con una tasa de crecimiento de 0.52% correspondiente a la tasa de inflación en el área de transporte publicada por el Banco central del Ecuador en el año 2019 (ECUADOR, 2019)

Tabla 42: Costos de Venta

Años Rubros	Año Base 2016		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
FILTROS Y BANDAS :	Unid.Med.	Cant.	P. Unit	V. Total					
Filtro aceite motor J08CT E2	u.	5,00	20,00	100,00	100,52	101,04	101,57	102,10	102,63
Filtro combustible primario J08CT E2	u.	4,00	13,00	52,00	52,27	52,54	52,82	53,09	53,37
Bandas motor J08CT E2 E3	u.	6,00	27,00	162,00	162,84	163,69	164,54	165,40	166,26
Bandas motor HINO ISUZU 22463	u.	3,00	16,00	48,00	48,25	48,50	48,75	49,01	49,26
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...				4.344,00	4.366,59	4.389,30	4.412,12	4.435,06	4.458,12
RETENEDORES Y RODAMIENTOS:									
Rulimán rueda Del.32310JR	u.	5,00	30,00	150,00	150,78	151,56	152,35	153,14	153,94
Rulimán rueda Del. 32307JR	u.	6,00	17,00	102,00	102,53	103,06	103,60	104,14	104,68
Rulimán rueda Post. 32217JR	u.	3,00	50,00	150,00	150,78	151,56	152,35	153,14	153,94
Reten rueda Del. J08CT	u.	6,00	9,00	54,00	54,28	54,56	54,85	55,13	55,42
Reten rueda Post. GD-H07CT	u.	4,00	12,00	48,00	48,25	48,50	48,75	49,01	49,26
Reten rueda Post. GH-FG-AK	u.	3,00	7,00	21,00	21,11	21,22	21,33	21,44	21,55
Reten rueda Post. FTR	u.	4,00	7,00	28,00	28,15	28,29	28,44	28,59	28,74
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...				6.636,00	6.670,51	6.705,19	6.740,06	6.775,11	6.810,34
KITS DE EMBRAGUE:									
Kit embrague J08CT E2 E3	u.	3,00	450,00	1.350,00	1.357,02	1.364,08	1.371,17	1.378,30	1.385,47
Disco embrague FTR full aire	u.	4,00	300,00	1.200,00	1.206,24	1.212,51	1.218,82	1.225,16	1.231,53
Disco embrague 4HG1-4D34	u.	3,00	100,00	300,00	301,56	303,13	304,70	306,29	307,88
Plato embrague 4HG1	u.	4,00	100,00	400,00	402,08	404,17	406,27	408,39	410,51
Rulimán embrague CT70B	u.	5,00	20,00	100,00	100,52	101,04	101,57	102,10	102,63
Rulimán embrague 65TNK20	u.	6,00	20,00	120,00	120,62	121,25	121,88	122,52	123,15
Rulimán embrague CT55BL1	u.	4,00	19,00	76,00	76,40	76,79	77,19	77,59	78,00

Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...				42.552,00	42.773,27	42.995,69	43.219,27	43.444,01	43.669,92
ACCESORIOS PARA SISTEMAS DE FRE-NOS Y EMBRAGUE:									
Kit válvula principal freno GH-FG	u.	6,00	71,00	426,00	428,22	430,44	432,68	434,93	437,19
Kit válvula principal freno FTR-FVR	u.	5,00	17,50	87,50	87,96	88,41	88,87	89,33	89,80
Kit bomba principal embrague HINO 7/8	u.	5,00	14,00	70,00	70,36	70,73	71,10	71,47	71,84
Kit bomba principal embrague ISUZU FTR	u.	5,00	7,20	36,00	36,19	36,38	36,56	36,75	36,95
Kit bomba principal embrague ISUZU NPR	u.	4,00	8,50	34,00	34,18	34,35	34,53	34,71	34,89
Kit booster FTR full aire	u.	4,00	55,00	220,00	221,14	222,29	223,45	224,61	225,78
Kit booster HINO GH FG	u.	5,00	42,00	210,00	211,09	212,19	213,29	214,40	215,52
Kit booster FTR MIXTO	u.	5,00	58,00	290,00	291,51	293,02	294,55	296,08	297,62
Kit válvula relay R6	u.	5,00	14,50	72,50	72,88	73,26	73,64	74,02	74,40
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...				17.352,00	17.442,23	17.532,93	17.624,10	17.715,75	17.807,87
EMPAQUES:									
Empaque cabezote J08CT E2 E3	u.	5,00	125,50	627,50	630,76	634,04	637,34	640,65	643,99
Empaque cabezote J05CT E2 E3	u.	5,00	100,60	503,00	505,62	508,24	510,89	513,54	516,21
Empaque cabezote 4HG1	u.	5,00	85,00	425,00	427,21	429,43	431,66	433,91	436,17
Empaque culata J08CT E2 E3	u.	5,00	45,00	225,00	226,17	227,35	228,53	229,72	230,91
Kit empaques caja cambios FG-AK	u.	5,00	11,00	55,00	55,29	55,57	55,86	56,15	56,44
Empaque base turbo HINO-ISUZU	u.	5,00	11,35	56,75	57,05	57,34	57,64	57,94	58,24
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...				22.707,00	22.825,08	22.943,77	23.063,07	23.183,00	23.303,55
PIÑONES Y SINCRONIZADOS DE CAJA:									
Eje corredizo FG-AK	u.	4,00	800,00	3.200,00	3.216,64	3.233,37	3.250,18	3.267,08	3.284,07
Eje motriz FG-AK	u.	4,00	500,00	2.000,00	2.010,40	2.020,85	2.031,36	2.041,93	2.052,54

Piñón 6ta masa FG-AK	u.	4,00	600,00	2.400,00	2.412,48	2.425,02	2.437,64	2.450,31	2.463,05
Sincronizado 2da 3Pz. FG-AK	u.	4,00	325,00	1.300,00	1.306,76	1.313,56	1.320,39	1.327,25	1.334,15
Sincronizado 3ra y 4ta FG-AK	u.	4,00	160,00	640,00	643,33	646,67	650,04	653,42	656,81
Sincronizado 5ta y 6ta FG-AK	u.	4,00	220,00	880,00	884,58	889,18	893,80	898,45	903,12
Kit sincronizados 1-2-3-4 GH	u.	5,00	230,00	1.150,00	1.155,98	1.161,99	1.168,03	1.174,11	1.180,21
Sincronizados 2da, 3ra y 4ta 3pz. FTR	u.	5,00	75,00	375,00	376,95	378,91	380,88	382,86	384,85
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...				143.340,00	144.085,37	144.834,61	145.587,75	146.344,81	147.105,80
RODELAS DE TRANSMISIÓN:									
Kit rodelas transmisión HINO GD	u.	5,00	46,00	230,00	231,20	232,40	233,61	234,82	236,04
Kit rodelas transmisión GH- FG	u.	4,00	55,00	220,00	221,14	222,29	223,45	224,61	225,78
Kit rodelas transmisión FTR	u.	5,00	75,00	375,00	376,95	378,91	380,88	382,86	384,85
Cono y corona FTR 7/43 EURO	u.	3,00	512,00	1.536,00	1.543,99	1.552,02	1.560,09	1.568,20	1.576,35
Cono y corona GD 8/39 E2 E3	u.	3,00	550,00	1.650,00	1.658,58	1.667,20	1.675,87	1.684,59	1.693,35
Meses año				12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal...				48.132,00	48.382,29	48.633,87	48.886,77	49.140,98	49.396,51
TOTAL...				285.063,00	286.545,33	288.035,36	289.533,15	291.038,72	292.552,12

Elaborado por: el autor
Año: 20

Gastos administrativos

Los gastos administrativos están conformados por los sueldos y salarios del personal administrativo, para un correcto funcionamiento de la empresa se arrancará solamente con dos personas, encargadas de la gerencia y la secretaría respectivamente.

Se ha calculado los beneficios que les pertenece a los trabajadores como lo establece la ley, con su proyección para los próximos cinco años con una tasa de crecimiento de 0.51%, correspondiente a un promedio porcentual de incremento basado en los sueldos básicos de los últimos diez años, como lo representa la siguiente tabla:

Tabla 43: Crecimiento porcentual SBU

Historial SBU		
Años	SBU	%
2010	240,00	0
2011	264,00	1
2012	292,00	1,06
2013	318,00	0,9
2014	340,00	0,7
2015	354,00	0,4
2016	366,00	0,3
2017	375,00	0,24
2018	386,00	0,3
2019	394,00	0,2
TOTAL		5,1
CRECIMIENTO PROMEDIO PORCENTUAL		0,51

Elaborado por: el autor
Año: 2019

A continuación, se presenta los rubros de remuneración que por ley corresponden al gerente y secretario-contador de la empresa y sus proyecciones para cinco años:

Tabla 44: Sueldos y salarios de trabajadores

Cargo	Años					
	Año base 2019	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	12.501,20	13.138,76	13.808,84	14.513,09	15.253,26	16.031,17
Secretaria-contadora	7.204,32	7.571,74	7.957,90	8.363,75	8.790,30	9.238,61
Total	19.705,52	20.710,50	21.766,74	22.876,84	24.043,56	25.269,78

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Otro gasto de mucha importancia lo es el arriendo del local comercial donde funcionara la empresa, con sus proyecciones para los próximos cinco años con una tasa de incremento del 0.52% correspondiente a la tasa de inflación según el Banco Central del Ecuador (ECUADOR, 2019).

Tabla 45: Gastos de arriendo

Rubro	Año Base 2019	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Local	2.400,00	2.524,80	2.656,09	2.794,21	2.939,50	3.092,36
TOTAL...	2.400,00	2.524,80	2.656,09	2.794,21	2.939,50	3.092,36

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Los gastos por servicios básicos también forman parte elemental para el correcto funcionamiento de la empresa, a continuación, la tabla detallada:

Tabla 46: Gastos servicios básicos

Descripción	Año Base 2019	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Luz</u>						
Consumo (por año)		240	252,48	265,61	279,42	293,95
<u>Agua</u>						
Consumo (por año)		120	126,24	132,80	139,71	146,98
<u>Teléfono</u>						
Consumo (por año)		300	315,60	332,01	349,28	367,44
<u>Internet</u>						
Consumo (por año)		300	315,60	332,01	349,28	367,44
TOTAL...		720	1.009,92	1.062,44	1.117,68	1.175,80

Elaborado por: el autor
Año: 2019

El suministro de oficina es un gasto necesario que debe realizar la empresa, ya que estos materiales serán utilizados diariamente para el correcto desempeño del personal.

Tabla 47: Gastos suministro de oficina

Descripción	Año Base 2019	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Oficina	840,00	883,68	929,63	977,97	1.028,83	1.082,33
TOTAL...	840,00	883,68	929,63	977,97	1.028,83	1.082,33

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Conformando estos gastos también tenemos las depreciaciones de los activos fijos que posee la empresa, a continuación, el detalle:

Tabla 48: Gastos depreciación

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de cómputo	3	1.670,00	501,00	501,00	501,00	-	-
Muebles de Oficina	10	1.540,00	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60
TOTAL		3.210,00	639,60	639,60	639,60	138,60	138,60

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Para cumplir con todos los requisitos de ley la empresa necesita incurrir gastos de constitución, los cuales deben ser amortizados anualmente.

Tabla 49: Gastos de amortización

Activo Fijo	Vida útil	original	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
gastos de constitución	5	2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
TOTAL		2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

Elaborado por: el autor
Año: 2019

A continuación, el resumen de todos los gastos administrativos que deberá realizar la empresa:

Tabla 50: Total de Gastos administrativos

Rubros	AÑO BASE 2019	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	12.501,20	13.138,76	13.808,84	14.513,09	15.253,26	16.031,17
Contador	7.204,32	7.571,74	7.957,90	8.363,75	8.790,30	9.238,61
Arriendo	2.400,00	2.524,80	2.656,09	2.794,21	2.939,50	3.092,36
Servicios Básicos	720,00	1.009,92	1.062,44	1.117,68	1.175,80	1.236,94
Sum. de Oficina	840,00	883,68	929,63	977,97	1.028,83	1.082,33
Depreciaciones	639,60	639,60	639,60	639,60	138,60	138,60
Amortizaciones	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Total de Gastos administrativos	24.705,12	26.168,50	27.454,49	28.806,30	29.726,29	31.220,01

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Gastos de venta

Dentro de los gastos de venta de la empresa, se encuentra los sueldos y salarios del agente vendedor, que inicialmente tendrá un sueldo básico unificado \$394 con un incremento porcentual del 0.51% cada año, adjuntando los beneficios que por ley le

pertenecen.

Tabla 51: Sueldo y salario del vendedor

Rubro	Años					
	Año Base 2019	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	4.728,00	4.969,13	5.222,55	5.488,90	5.768,84	6.063,05
Aporte Patronal	446,80	469,58	493,53	518,70	545,16	572,96
Fondo de Reserva	-	-	-	-	-	-
Décimo Tercero	394,00	414,09	435,21	457,41	480,74	505,25
Décimo Cuarto	394,00	414,09	435,21	457,41	480,74	505,25
vacaciones	394,00	414,09	435,21	457,41	480,74	505,25
TOTAL	6.356,80	6.680,99	7.021,72	7.379,83	7.756,20	8.151,77

Elaborado por: el autor
Año: 2019

4.10 Estados financieros proforma

Para continuar con el evaluó financiero se presenta los balances proforma que tendrá la empresa con una vida útil de cinco años.

4.10.1 Balance inicial (de arranque)

Tabla 52: Balance Inicial

COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS ECODIESEL CIA. LTDA.	
Balance de arranque al año (cero)	
ACTIVOS	<u>315.917,83</u>
Inversión variable	310.707,83
Inversión diferida	2.000,00
Inversión fija	3.210,00
Equipo de Cómputo	1.670,00
Muebles de Oficina	1.540,00
PASIVOS	-
PATRIMONIO	315.917,83
Capital Social	315.917,83
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>315.917,83</u>

Elaborado por: el autor
Año: 2019

4.10.2 Estado de resultados proyectado

Tabla 53: Estado de resultados

COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS ECO DIESEL CIA. LTDA.					
Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Proyectadas	400.102,09	432.110,26	466.679,08	504.013,41	544.334,48
Costos Proyectados	286.545,33	288.035,36	289.533,15	291.038,72	292.552,12
(=) UT. BRUTA PROYECTADA	113.556,76	144.074,90	177.145,93	212.974,69	251.782,36
(-) Gastos:					
Administrativos	26.168,50	27.454,49	28.806,30	29.726,29	31.220,01
De Ventas	6.680,99	7.021,72	7.379,83	7.756,20	8.151,77
Imprevistos (5% de las ventas)	4.001,02	4.321,10	4.666,79	5.040,13	5.443,34
Total gastos proyectados	36.850,51	38.797,31	40.852,92	42.522,62	44.815,12
(=) UT. OPERACIONAL PROYECTADA	76.706,25	105.277,58	136.293,01	170.452,06	206.967,23
15% Participación Trabajadores	11.505,94	15.791,64	20.443,95	25.567,81	31.045,09
(=) Utilidad proyectada antes IR	65.200,32	89.485,95	115.849,06	144.884,25	175.922,15
25% Impuesto a la Renta	16.300,08	22.371,49	28.962,27	36.221,06	43.980,54
(=) Utilidad Neta	48.900,24	67.114,46	86.886,80	108.663,19	131.941,61

Elaborado por: el autor
Año: 2019

4.10.3 Flujo de caja proyectado

Tabla 54: Flujo de caja

COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS ECO DIESEL CIA. LTDA.						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	315.917,83					
Utilidad Operacional		76.706,25	105.277,58	136.293,01	170.452,06	206.967,23
(+) Depreciación		639,6	639,6	639,6	138,6	138,6
TOTAL INGRESOS		77.345,85	105.917,18	136.932,61	170.590,66	207.105,83
15% Participación Trabajadores		9.855,52	12.276,24	14.827,73	17.591,73	20.424,82
(+) 25% Impuesto a la renta		16.300,08	22.371,49	28.962,27	36.221,06	43.980,54
TOTAL EGRESOS		26.155,60	34.647,73	43.790,00	53.812,79	64.405,35
FLUJO NETO (I-E)		51.190,26	71.269,46	93.142,61	116.777,87	142.700,48

Elaborado por: el autor
Año: 2019

4.10.4 Evaluación financiera

La evaluación financiera nos permite conocer mediante la aplicación de indicadores si el proyecto es o no fiable, y si genera rentabilidad o no.

4.10.5 Determinación de la tasa de rendimiento medio

El costo de capital para la inversión inicial, es el valor de oportunidad que tiene la misma, en este caso el proyecto será financiado el 100% por sus cuatro socios, con el 6% de premio de riesgo país actualmente en Ecuador (Universo, 2019).

Tabla 55: Costo de capital

Descripción	Valor	% de estructura	Tasa ponderada	Valor ponderado
Inversión propia	315.918	100	6	600
Inversión financiada				
Inversión Total...	315.918	100		600
Costo de capital				6

Elaborado por: el autor
Año: 2019

La tasa de rendimiento medio es un factor de comparación con la tasa interna de retorno en donde se determina si es conveniente o no hacer la inversión en el proyecto, esta tasa puede cambiar de acuerdo a la inflación y al financiamiento.

La fórmula es la siguiente:

$$TRM = (1 + Ck)(1 + Inflacion) - 1$$

$$TRM = (1 + 0.06)(1 + 0.052) - 1$$

$$TRM = 11.51\%$$

4.10.6 Cálculo del valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es la evaluación que se realiza a los flujos netos de caja deflactados, para determinar su valor real en el presente. Para ello se necesita la suma de los flujos netos actualizados y se resta la inversión.

Para poder deflactar o actualizar los flujos de efectivo proyectados se utiliza la siguiente fórmula: $FCN/(1+TRM)^n$, donde FCN es el flujo de caja neto y TRM es la tasa de rendimiento medio.

Tabla 56: Valor actual neto

Años	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	315,917,83	-				
Flujo de caja		51.190,26	71.269,46	93.142,61	116.777,87	142.700,48
TMAR 11.51%						
VAN						12.773,85

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Si el VAN de un proyecto es negativo significa que no es factible, si por el contrario es positivo el proyecto es relativamente potencial, y si es cero equivale a la TIR.

En el presente proyecto el VAN es positivo con un valor de \$12.773,85 lo que determina que la inversión es segura.

4.10.7 Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno muestra la rentabilidad interna del proyecto durante su vida útil. Este método considera todos los flujos de efectivo del proyecto y se ajusta al valor del dinero en el tiempo. Para que el proyecto tenga factibilidad debe tener la TIR mayor a la TRM.

Aplicando la fórmula de la tasa interna de retorno con los flujos netos actualizados tenemos:

Tabla 57: Tasa interna de retorno

Años	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	-315,917,83					
Flujo de caja	315.917,83	51.190,26	71.269,46	93.142,61	116.777,87	142.700,48
TMAR	11.51%					
TIR	13%					

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Como resultado tenemos que la tasa interna de retorno de este proyecto es del 13% por lo tanto tiene las condiciones para ser un proyecto potencialmente factible $TIR > TRM$, en conclusión, la inversión está asegurada y es atractivo financieramente.

4.10.8 Periodo de recuperación de la inversión

Este análisis nos permite determinar el tiempo en el que se recuperará la inversión inicial del proyecto. Para obtener este dato se utiliza los flujos de efectivo acumulados y se realiza una regla de tres con el valor de la inversión, como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 58: Periodo recuperación de inversión

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados
0	315.918,00	
1	51.190,26	61.000,20
2	71.269,46	132.270
3	93.142,61	225.412
4	116.777,87	342.190
5	142.700,48	484.891
REGLA DE TRES		
	225.412,27	3 años
	315.918,00	X

$$X = 4,20$$

Elaborado por: el autor
Año: 2019

Para este proyecto el periodo de recuperación de la inversión es de 4 años, 2 meses y 12 días.

4.10.9 Relación costo –beneficio

La relación costo-beneficio toma los ingresos y los egresos de estado de resultados y los actualiza con la TRM, para conocer el valor generado por cada dólar invertido. Cuando el beneficio-costo es mayor que uno, el valor de los beneficios es mayor a los costos del proyecto, por lo que se acepta el proyecto, ya que si generará rentabilidad.

Tabla 59: Relación beneficio - costo

Beneficio / Costo				
Años	inversión	Ingresos	Egresos	I / E
0	315.918,00			- 315.918,00
1		77.345,85	26.155,60	51.190,26
2		105.917,18	34.647,73	71.269,46
3		136.932,61	43.790,00	93.142,61
4		170.590,66	53.812,79	116.777,87
5		207.105,83	64.405,35	142.700,48
TMAR	11,51%			

Suma ingresos	\$483.752,74
Suma egresos	\$155.061,06
Costos + inversión	\$470.979,06

B/C	1,03
-----	------

Elaborado por: el autor
Año: 2019

La interpretación de este resultado nos dice que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtendrá tres centavos de dólar, lo que significa que el proyecto si tendrá rentabilidad.

4.10.10 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un instrumento clave para todo negocio, para determinar este indicador es necesario diferenciar los costos operativos fijos de los variables. Esta herramienta nos indica el nivel de ventas que se debe alcanzar para cubrir sus costos operativos y empezar a generar utilidad. Si la empresa no alcanza su punto de equilibrio quiere decir que está sufriendo perdidas, si por el contrario ha logrado superar este punto, ya está generando utilidad, y si se mantiene en el punto quiere decir que la rentabilidad es neutral.

Para conocer este dato aplicamos la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{costos variables totales}}{\text{ventas totales proyectadas}}}$$

$$PE = \frac{3.210,00}{1 - \frac{310.707,83}{400.102,09}}$$

$$PE = 14.367,00$$

4.11 Estructura organizativa

4.11.1 La Empresa

El presente proyecto plantea la creación y desarrollo de una empresa comercializadora de repuestos automotrices para camiones a diésel, en marcas garantizadas con un amplio stock, para satisfacer las necesidades y demandas de los habitantes de Azogues que posean un vehículo de estas características.

4.11.2 Nombre o razón social de la empresa

La razón social de la empresa es: “Comercializadora de repuestos Eco Diésel CIA. LTDA” nombre que va de acuerdo con el producto que se ofertara y con el cual se identificara para todos sus trámites legales y de constitución, como también transacciones operativas comerciales y económicas.

4.11.3 Logotipo

El almacén contará con un logotipo que le permitirá diferenciarse e identificarse, presentando una buena imagen para sus clientes.

Gráfico 21: Logotipo de la empresa



Elaborado por: el autor
Fuente: Investigación propia
Año: 2019

4.11.4 Base legal de funcionamiento

La comercializadora de repuestos se constituirá bajo la figura legal de una compañía de responsabilidad limitada. Estará conformada por cuatro socios como lo establece la ley, el capital estará formado por las aportaciones de cada uno de ellos y no será inferior al monto fijado por el superintendente de compañías.

4.11.5 Permiso de funcionamiento

Para que la empresa se constituya legalmente existen una serie de permisos de funcionamiento que establece la ley y se detallan a continuación:

- a. Registro en una notaría pública de la creación y legalización de la compañía de responsabilidad limitada, a través de una escritura pública con la respectiva firma del notario público y el detalle del capital social pagado.
- b. Registro en la superintendencia de compañías.
- c. Registro mercantil, para que la empresa quede facultada a celebrar contratos, sean estos con personas naturales o jurídicas.
- d. Apertura del RUC: Presentar original y copia de Cédula y papeleta de votación, Contrato de arrendamiento y/o carta de un servicio básico
- e. Obtención de Patente Municipal
- f. Solicitar permiso de Funcionamiento al departamento de bomberos.
- g. Elaborar comprobantes de venta y de retención en imprenta autorizada.

4.11.6 Conformación de socios

Para la conformación de los socios será necesario elaborar la escritura de constitución, donde se deberá considerar diferentes aspectos como:

Entidad legal: Compañía de Responsabilidad Limitada

- a. Número de socios: la compañía estará conformada por 4 socios, el detalle de sus nombres completos y apellidos, número de cédula, nacionalidad, estado civil y dirección.
- b. Obligaciones sociales: cada socio cumplirá con el aporte de \$ 82.562,72 dólares americanos, sean éstos pagados en numerario o especie.
- c. Desarrollo de las actividades: las actividades de comercialización de repuestos automotrices, se llevarán a cabo bajo la razón social de: "COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS ECO DIESEL CÍA. LTDA."
- d. Objetivo social. - Comercializar repuestos originales y genéricos para vehículos a diésel en la ciudad de Tulcán.
- e. Capital. - Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$ 82.562,72; con un total de capital propio que asciende a \$330.250,88 dólares americanos.
- f. Duración: la empresa tendrá una duración de 50 años, de acuerdo al límite establecido por la ley de compañías.
- g. Domicilio: El domicilio será en la República del Ecuador, Provincia del Cañar, Cantón Azogues.
- h. Cuenta Bancaria: Se abrirá una cuenta corriente a nombre de la compañía en formación, en el Banco del Pichincha.
- i. Deliberaciones: se las realizará democráticamente en la junta general de socios, dando oportunidad de expresar las decisiones y contradicciones a todos los accionistas.
- j. Estatutos: se procederá a la realización de los estatutos de la compañía, para que sean aprobados respectivamente por la Superintendencia de Compañías. Así como las estipulaciones y condiciones que los socios determinen necesarias para el correcto funcionamiento de la compañía, de acuerdo a lo estipulado en ley.

4.12 Filosofía Institucional

4.12.1 Misión

Ser una empresa comercializadora de repuestos para las más reconocidas marcas de camiones del mercado. Siendo una de las mejores alternativas en cuanto a Producto, Precio, Plaza y Promoción.

4.12.2 Visión

Ser los más destacados del mercado con la comercialización de repuestos automotrices, tener un servicio altamente calificado, manejar productos genuinos y genéricos, de calidad, satisfaciendo con seguridad y confianza a nuestros clientes.

4.12.3 Políticas institucionales

Para garantizar una buena administración debe existir políticas y valores que guíen e indiquen el camino más estratégico a tomar para llegar a los objetivos propuestos.

A continuación, las políticas:

De calidad: Establece los parámetros que debe cumplir el producto que se expenda en el almacén como son su garantía y cello de seguridad.

De financiamiento: El almacén contara con el apoyo de las importadoras, las cuales brindaran un financiamiento accesible de 30, 60 y 90 días.

De ventas: Las ventas serán al contado, y de ser a plazos se firmará un convenio de pago que no sobrepase los 60 días de cobro.

Ambientales: La empresa tendrá responsabilidad ambiental, manejando los desechos con una buena clasificación y reutilización.

4.12.4 Valores corporativos

Honradez: Un valor fundamental para el buen funcionamiento y una buena relación social dentro de la empresa, mantener la honradez en cada momento.

Puntualidad: Todo el personal que labora en la empresa deberá cumplir con los horarios establecidos por la gerencia, siendo responsables con el tiempo y permisos solicitados.

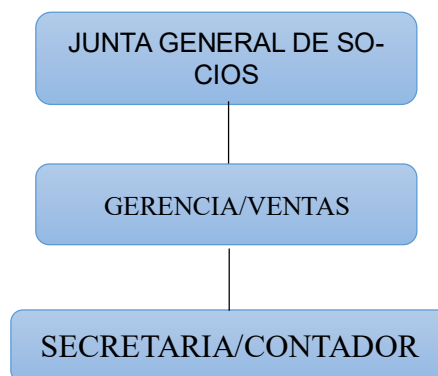
Trabajo en equipo: Un pilar fundamental para el buen funcionamiento de la empresa, todos deben trabajar en equipo aportando para conseguir un mismo objetivo que es el éxito de la empresa.

Honestidad: En cada una de las funciones a desempeñar es primordial hacerlo con total honestidad y honradez.

Respeto: Un valor fundamental que no puede faltar, el respeto dentro de la empresa garantiza un ámbito de trabajo confortable y productivo.

Profesionalismo: Todas las tareas a realizarse en los puestos de trabajo deben ser lo más profesionales posible, para ayudar a la empresa a cumplir los objetivos y alcanzar sus metas a futuro.

4.12.5 Organigrama estructural



CONCLUSIONES

Luego de haber concluido con el estudio de factibilidad elaborado para conocer las posibilidades de implementación de la empresa comercializadora de repuestos para camiones en la ciudad de Azogues, con un resultado positivo, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. El enfoque metodológico ha determinado y coordinado los objetivos propuestos para la empresa, enmarcando los puntos estratégicos que serán necesarios para su viabilidad y factibilidad.
2. El marco teórico fundamentó los conceptos elementales necesarios para llevar a cabo el estudio, permitiendo adoptar nuevos conocimientos, mediante las fuentes de información confiables.
3. La elaboración del estudio de mercado dio a conocer la oferta y la demanda actual en el mercado meta, determinado la potencial demanda a satisfacer.
4. Con la construcción del estudio técnico se determinó el capital de trabajo preciso para dar inicio a la empresa, la inversión fija y variable.
5. Mediante las herramientas de evaluación financiera se elaboró los estados proyectados de la empresa, llegando a determinar que este proyecto es factible, rentable y ejecutable.
6. Con la elaboración de la estructura organizacional, se estableció el proceso de conformación legal de la empresa, la filosofía institucional que prevalecerá en la misma.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda implementar este proyecto ya que mediante los evaluadores financieros se ha determinado que tendrá una rentabilidad aceptable, y la inversión es segura.
2. El personal propuesto en el proyecto son los necesarios, no deben ser excedidos, tampoco limitarse, es decir llevar una administración equilibrada, que cumpla con los objetivos establecidos y obtener los resultados deseados, buscando la eficiencia, eficacia permanente.
3. Para actualizar los datos del proyecto en un futuro se recomienda utilizar correctamente los evaluadores financieros y su interpretación, para que de esta manera el emprendimiento del proyecto sea todo un éxito.
4. Este proyecto se recomienda como apoyo para los estudiantes de este ámbito, ya que permite poner en practica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFIA

(s.f.).

actual, T. (05 de 08 de 2019). *Taller actual*. Obtenido de Taller actual:

<https://talleractual.com/vehiculos-pesados/1059-la-tecnica-basica-de-los-motores-diesel>

Administracion de Empresas. (2014). En H. Martin, *Administracion de Empresas* (pág. 8). Mexico .

Alarcón, I. (28 de 04 de 2017). *El comercio*. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-deficit-reciclar-basura-contaminacion.html>

Aldaz Torres, N. E. (2 de Febrero de 2017). *Repositorio Digital Universidad Tecnica del Norte*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Tecnica del Norte:

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6095>

Almachi Clavijo, A. S. (4 de Mayo de 2009). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana:

<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6953>

Andrade, S. (2018). Diccionario de Economía. En S. Andrade, *Diccionario de Economía* (pág. 257). Editorial Andrade.

ANT. (12 de 10 de 2019). *Agencia Nacional de Transito*. Obtenido de Agencia Nacional de Transito:

<https://www.ant.gob.ec/>

Automotriz, M. (15 de Junio de 2013). *Mecanica Automotriz*. Obtenido de Mecanica Automotriz:

http://todomecanicaa.blogspot.com/p/blog-page_5285.html

Automotriz, M. (05 de 08 de 2019). *Mecanica Automotriz*. Obtenido de Mecanica Automotriz:

http://todomecanicaa.blogspot.com/p/blog-page_5285.html

Autonocion. (05 de 08 de 2019). *Autonocion*. Obtenido de Autonocion:

<https://www.autonocion.com/wp-content/uploads/2016/02/Caja-de-cambios.jpg>

Benavides Ipiales, O. Á. (13 de enero de 2014). *Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte*.

Obtenido de Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte:

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2411>

Cojapan. (18 de 10 de 2019). *Cojapan*. Obtenido de Cojapan: <https://www.cojapan.com/>

ComoFunciona. (05 de 08 de 2019). *ComoFunciona*. Obtenido de ComoFunciona: <http://comofunciona.co/un-sistema-de-frenos/>

compañías, S. d. (19 de JUNIO de 2019). *Superintendencia de compañías*. Obtenido de Superintendencia de compañías:

<https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

corp, C. r. (12 de 10 de 2019). *Canela radio corp*. Obtenido de canela radio corp:

<http://www.canelaradio.com/ventas/>

- Cruz, J. L. (2010). *Proyectos de Inversion*. BUENOS AIRES: HIDALGO S.A.
- Dario, G. d. (2008). *Mecanica de Vehiculos Pesados*. En G. d. Dario, *Mecanica de Vehiculos Pesados* (pág. 56). Madrid: PONS EDITORIAL, S.A.
- Definiciones.com*. (2019). Obtenido de Definiciones.com: <https://definicion.de/camion/>
- Díaz, A. A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas . *SciELO*, 4.
- Drucker, P. (1984).
- Economipedia. (06 de 08 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- ECUADOR, B. C. (28 de 10 de 2019). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201910.pdf>
- EcuRed. (05 de 08 de 2019). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed: https://www.ecured.cu/Isuzu_Motors
- Emprendedores. (06 de 08 de 2019). *Emprendedores*. Obtenido de Emprendedores: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- emprendepyme. (21 de 08 de 2019). *emprendepyme*. Obtenido de emprendepyme: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>
- Facebook. (10 de 12 de 2019). *Facebook*. Obtenido de Facebook: <https://es-la.facebook.com/business/help/201828586525529?id=629338044106215>
- Fuso, M. (12 de 10 de 2018). *Mitsubishi* . Obtenido de Mitsubishi : <http://www.fuso.com.ec/nosotros#nosotros>
- genwords. (05 de 08 de 2019). *genwords*. Obtenido de genwords: <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>
- Gerencie. (06 de 08 de 2019). *Gerencie*. Obtenido de Gerencie: <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Hidalgo, J. (2018). *Análisis para la implementación de máquinas biorecicladoras de envases PET en la Universidad de Guayaquil en el año 2018*. Guayaquil.
- INEC. (22 de 08 de 2019). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>
- INEC. (10 de OCTUBRE de 2019). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Liderazgo y Mercado*. (8 de julio de 2019). Obtenido de Liderazgo y Mercado: <https://www.liderazgoymercadeo.co/posicionamiento-de-mercado/#>
- Magretta. (2010).
- MAPS. (12 de 10 de 2019). *Google maps*. Obtenido de Google maps: <https://www.google.com/maps>

- Matiz y asociados. (Domingo de Junio de 2019). Obtenido de Matiz y asociados:
<https://www.matizyassociados.com/conceptos-modelos-de-negocio/>
- Mavesa, G. (05 de 08 de 2019). *Grupo Mavesa*. Obtenido de Grupo Mavesa:
<https://grupomavesa.com.ec/>
- Motor, A. (05 de 08 de 2019). *Actualidad Motor*. Obtenido de Actualidad Motor:
<https://www.actualidadmotor.com/el-sistema-de-refrigeracion/>
- motors, H. (12 de 10 de 2018). *Hyundai motors*. Obtenido de Hyundai motors:
<https://www.hyundai.com.ec/nosotros/>
- Nash. (2004). En N. Fernandez, *Motores a Diesel* (pág. 34). Colombia.
- Oslo. (12 de 10 de 2018). *Oslo*. Obtenido de Oslo:
<http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>
- Penker, E. &. (2000).
- pymesfuturo. (21 de 08 de 2019). *pymesfuturo*. Obtenido de pymesfuturo:
<https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Ricart, C.-M. y. (2014).
- Rodes. (05 de 08 de 2019). *Rodes*. Obtenido de Rodes: <https://img1.ro-des.com/wp-content/uploads/2014/06/transm-4x4.jpg>
- Rosenbloom, C. a. (2008).
- solidaria, E. p. (domingo de 6 de 2019). *pichincha.gob.ec*. Obtenido de pichincha.gob.ec:
http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP_Anexos/Lit_A/lit_a2/7_ley_organica_de_economia_popular_y_solidaria.pdf
- Universo. (12 de 10 de 2019). *El Universo*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/04/17/nota/7289339/riesgo-pais-mas-bajo-2019-crudo-acercarse-exterior>
- Universo, E. (10 de 08 de 2019). El sector automotor en Ecuador continua en crecimiento. *El Universo*, pág. 5.
- Valencia, J. R. (2014). *Administracion de empresas*. Mexico: Thomson editores S.A.
- Vallejo, H. (2015). Mecanica Automotriz. En H. Vallejo, *Mecanica Automotriz* (pág. 18). Estados Unidos de Norteamerica.
- Venemedia Comunicaciones C.A. (21 de Enero de 2019). Obtenido de Venemedia Comunicaciones C.A.: <https://conceptodefinicion.de/comercializadora/>
- Zott, A. y. (2005).

Anexos

Anexo 1

1. ENCUESTA REALIZADA EN EL ESTUDIO DE MERCADO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA SEDE AZOGUES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EMPRESARIAL
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD AZOGUES

Objetivo: La presente encuesta está dirigida a los habitantes de la ciudad de Azogues propietarios de un camión a diésel, para conocer sus necesidades y preferencias al momento de adquirir repuestos para su vehículo.

Instrucciones: Lea con detenimiento cada una de las preguntas y marque con una X su respuesta.

CUESTIONARIO

- ¿Qué marca de vehículo posee?
Hino___ Chevrolet___ Mitsubishi___ Hyundai___
Otro(especifique):
- ¿A qué tipo de trabajo se dedica su vehículo?
Transporte pesado___ Transporte liviano___ Servicio particular___
- ¿Según el trabajo que realiza su vehículo que repuestos son los que usted compra con mayor frecuencia?
Para: Caja___ Motor___ Suspensión___ Transmisión___ Frenos___
Dirección___
- ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que es el más importante al momento de realizar su compra?
Precio___ Calidad___ Variedad___ Atención___
- ¿Con qué frecuencia usted realiza el mantenimiento de su vehículo?
Cada mes___ Cada dos meses___ Cada tres meses___
Cada seis meses o más ___
- ¿Qué factor considera usted el más importante al momento de elegir el lugar de compra de sus repuestos?
Ubicación del almacén___ Horario de atención___ Amplio Stock___
Formas de pago___ Personal Calificado___



7. ¿Considera usted importante que el vendedor le otorgue asesoramiento oportuno sobre el producto que adquiere?

Sí _____ No _____

8. ¿Qué tipo de repuestos son los que usted prefiere al momento de realizar su compra?

Genuinos _____ Alternos _____

9. ¿En qué lugar cree usted que sería conveniente abrir un nuevo almacén comercializador de repuestos para camiones a diésel?

Centro de la ciudad _____ Av. 16 de abril _____ Panamericana _____

10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir los repuestos automotrices de su necesidad en un nuevo local que le ofrezca un amplio stock, buena atención, y precios accesibles?

Sí _____ No _____

¡Agradecemos su colaboración!

Anexo 2

Entrevista realizada al Sr. Víctor Cajas, propietario del almacén de repuestos automotrices “TECNY DIESEL” ubicado en la ciudad de Azogues, dirección Augusto Sacoto 3-37, quién, con toda la amabilidad nos ha respondido las siguientes preguntas:

1. ¿Para qué tipo de vehículos está enfocado su negocio de repuestos automotrices?

Mi negocio en un inicio ofrecía repuestos automotrices para vehículos a diésel en un stock reducido, ya que la inversión es grande y no había el dinero suficiente para lograr tener un stock completo, sin embargo, hoy en día he ampliado mi local ofreciendo también repuestos para vehículos a gasolina, de las marcas más reconocidas por su puesto.

2. ¿Ofrece Ud. un stock completo de repuestos para la línea de camiones Hino, Chevrolet, Hyundai y Mitsubishi?

Existe un stock medio, aproximadamente un 50%, ofrecemos los repuestos más comunes en los clientes, ya que tener un stock completo requiere de una gran inversión.

3. ¿Cree Ud. que existe insatisfacción en el mercado de repuestos automotrices, específicamente para camiones a diésel?

Es un reto bien grande cubrir la demanda total, ya que existe una gran variedad de marcas de camiones, por lo que tener un stock de todos ellos implica una inversión elevada.

Agradecemos su colaboración.

PROPIETARIO