



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN
DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS CHEVROLET EN
TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL
SECTOR NOROCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Banca y Finanzas

Autor: Yazuma Chacha Ángel Rodrigo

Tutor: Ing. Esperanza Rueda

Quito, Abril 2015

DECLARATORIA

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

ÁNGEL RODRIGO YAZUMA CHACHA

C.I. 0201931324

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, ÁNGEL RODRIGO YAZUMA CHACHA alumno de la Escuela de Administración Bancas y Finanzas, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la Carrera de Análisis de Sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Banca y Finanzas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS CHEVROLET EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOROCCIDENTE DEL D.M DE QUITO., el cual incluye la comercialización de repuestos automotrices, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la comercialización de repuestos, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La comercialización de repuestos por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la comercialización de repuestos; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler de los repuestos automotrices; d) Cualquier transformación o modificación de los repuestos automotrices; e) La protección y registro en el IEPI de la comercializadora de repuestos nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de la comercialización de repuestos; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

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

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOROCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

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

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

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

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

En aceptación firman a los 24 de abril de 2015.

f) _____
C.C. N° 0201931334
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera, por haberme acogido durante 3 años y permitirme conocer excelentes profesionales y seres humanos que durante todo este tiempo me han apoyado guiándome a través de sus conocimientos y experiencias.

A todo el personal docente que conforma esta institución, pues fueron ellos quienes a través de sus enseñanzas y ejemplo formaron en mí, criterios de humanidad y profesionalismo.

Gracias por el apoyo de toda mi familia, que es corta en número pero muy grande de corazón; Fabián, Carlos, Mauricio, William, Miriam, Margarita.

Y a todos mis buenos amigos por brindarme su amistad sincera y apoyo en la realización de mis sueños.

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a todas las personas que me acompañaron en momentos de tristeza pero especialmente para mi hija que con su mirada me enseñó a ser mejor cada día, anhelo verle en un futuro mejor que su padre y ser su ejemplo a seguir, a mi familia, amigos y sobre todo a Dios porque sus designios son impecables.

ÍNDICE GENERAL

CESIÓN DE DERECHOS	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD	
INTELECTUAL.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT	xxii
Capítulo I: Introducción	1
1.01 Introducción.....	1
1.02 Antecedentes	2
Capítulo II: ANÁLISIS SITUACIONAL	6
2.01 Ambiente Externo.....	6
2.01.01 Factor Económico.....	6
2.01.01.01 Pib.....	7

2.01.01.02 Tasa De Interés	8
2.01.01.03 Tasa De Interés Activa	9
2.01.01.04 Tasa De Interés Pasiva	9
2.01.01.05 Inflación.....	10
2.01.02 Factor Social.....	11
2.01.02.01 Población	11
2.01.02.02 Pobreza	12
2.01.02.03 Tasa De Desempleo.....	13
2.01.02.04 Canasta Básica.....	14
2.01.03 Factor Legal.....	15
2.01.04 Factor Tecnológico.....	20
2.2 ENTORNO LOCAL.....	21
2.2.2 Proveedores	22
2.2.3 Competidores.....	23
2.3 Análisis Interno.	24
2.3.2 Las Estrategias.....	25
2.3.1.1 Misión.....	26
2.3.1.2 Visión.	26
2.3.1.3 Objetivos.	26
2.3.1.3.1 Objetivo General.	26
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.	27
2.3.1.4 Principios Y Valores.	27
2.3.1.4.1 Principios.....	27
2.3.1.4.2 Valores.....	28

2.3.1.4.3 Políticas	29
2.3.1.4.3.1 Políticas De Atención Y Servicio Al Cliente	29
2.3.2 Gestión Administrativa.....	30
2.3.3 Gestión Operativa.....	34
2.3.4 Gestión Comercial.....	35
2.4 Análisis FODA	35
CAPÍTULO III: ESTUDIO DEL MERCADO	37
3.1 Análisis Del Consumidor	39
3.1.1 determinación de la población y muestra	40
3.1.1.1 Determinación de la población.....	40
3.1.1.2 Determinación de la muestra.	41
3.1.1.2.1 Talleres mecánicos.	41
3.1.2 Técnicas de obtención de información.....	41
3.1.3 Análisis de la información.....	41
3.2 Oferta.....	61
3.2.1 Oferta Histórica	61
3.2.2 Oferta Actual	63
3.2.3 Oferta Proyectada	63
3.3 Productos Sustitutos	64
3.3.1 Oferta Histórica	64
3.3.2 Oferta Actual	65
3.3.3 Oferta Proyectada	66

3.4 Demanda.....	66
3.4.1 Demanda Histórica	67
3.4.2 Demanda Proyectada	68
3.5 Balance Oferta-Demanda	69
3.5.1 Balance Actual	69
3.5.2 Balance Proyectado	70
Capítulo IV: Estudio técnico	71
4.1 Tamaño Del Proyecto	71
4.1.1 Capacidad instalada	72
4.2 Localización.	73
4.2.1 Macro localización	74
4.2.2 Micro localización	76
4.2.3 Localización optima	77
4.3 Ingeniería Del Producto.....	78
4.3.1 Definición de ByS	78
4.3.2 Distribución de planta	79
4.3.5 Equipos.....	82
4.3.5.1 Muebles Y Enseres	82
4.3.5.2 Vehículo	83
4.3.5.3 Equipo De Computación	83
4.3.5.4 Equipo De Oficina.....	83
4.3.5.5 Inventario.....	83
 CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO	 113

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	113
5.1.1 ingresos operacionales.....	113
5.1.2 Ingresos no operacionales	115
5.2.1 Costo Directo.....	116
5.2.2 Costo Indirectos.....	116
5.2.3 Gastos Administrativos	116
5.2.3.1 Sueldos	117
5.2.4 Costo de Venta	123
5.2.5 Costos Financieros	125
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	125
5.2.6.1 Costos Fijos	125
5.2.6.2 Costos Variables.....	126
5.3 Inversiones.....	126
5.3.1 Inversión Fija.....	126
5.3.1.1 Activos Fijos.....	127
5.3.1.2 Activos Nominales (diferido)	128
5.3.2 Capital de trabajo.....	129
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	129
5.3.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de amortización).....	130
5.3.6 Depreciaciones (Tabla de depreciación)	130
Depreciación Equipo De Oficina	132
5.3.7 Estado de Situación Inicial	133
Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	134
5.3.5 Flujo Caja Tabla 71 Flujo de Caja	135

5.4	Evaluación.....	136
5.4.1	Tasa de descuento O TMAR	136
5.4.2	VAN	136
5.4.3	TIR.....	137
5.4.4	PRI (Período de recuperación de la inversión).....	138
5.4.5	RBC (Relación costo beneficio).....	139
5.4.6	Punto de equilibrio	140
5.4.7	Análisis de índices financieros	143
5.4.7.1	Indicadores	143
5.4.7.1.1	Indicadores De Liquidez	143
5.4.7.1.1.1	El Fondo De Maniobra O Capital De Trabajo	144
5.4.7.1.1.2	Razón Corriente.....	144
5.4.7.1.1.3	La Prueba Ácida.	144
5.4.7.1.2	Razón De Endeudamiento.....	145
5.4.7.1.3	Razón De Apalancamiento Externo.....	145
5.4.7.1.4	Razón De Apalancamiento Interno	146
5.4.7.1.5	Días De Inventario	146
5.4.7.1.6	Rotación De Inventarios.....	147
5.4.7.1.7	Rotación Del Activo Fijo	147
5.4.7.1.8	Rotación Del Activo Total	147
5.4.7.1.9	Rendimiento Sobre La Inversión. (ROI).....	148
5.4.7.1.10	Rendimiento Sobre El Activo (ROA)	149
5.4.7.1.11	Razones De Rentabilidad	149
5.4.7.1.12	La Rentabilidad En Relación Con Las Ventas	150
5.4.7.1.13	Margen De Utilidades Netas	150

5.4.7.1.14 La Rentabilidad En Relación Con Las Inversiones.....	151
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS	152
6.1 Impacto Ambiental	152
6.2 Impacto Económico.....	152
6.3 Impacto Productivo	153
6.4 Impacto Social	154
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	155
5.3 Conclusiones	155
7.2 Recomendaciones	157
Anexos (Apéndices)	159
Apéndice 1: Encuesta	159
Bibliografía.....	163

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tasa de crecimiento Anual.....	7
Figura 2 Tasa de interés	8
Figura 3 Tasa Activa	9
Figura 4 Tasa Pasiva	10
Figura 5 Inflación.....	11
Figura 6 Población	12
Figura 7 Pobreza	13
Figura 8 Tasa de ocupación plena, subempleo y desempleo, marzo 2008-2014	14
Figura 9 Evolución de la canasta Básica e Ingreso Familiar	15
Figura 10 Venta de repuestos Automotrices	20
Figura 11 Organigrama Estructural.....	30
Figura 12 Pregunta N° 1, Talleres de repuestos automotrices.....	42
Figura 13 Pregunta N° 2: Talleres de repuestos automotrices	43
Figura 14 Pregunta N° 3: Talleres de repuestos automotrices	44
Figura 15 Pregunta N° 4: Talleres de repuestos automotrices	46
Figura 16 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices.....	47
Figura 17 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	48
Figura 18 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	49
Figura 19 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	50
Figura 20 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	51
Figura 21 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	52

Figura 22	Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	53
Figura 23	Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	54
Figura 24	Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	55
Figura 25	Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	56
Figura 26	Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices	57
Figura 27	Pregunta N° 6: Talleres de repuestos automotrices	58
Figura 28	Pregunta N° 7: Talleres de repuestos automotrices	59
Figura 29	Macrolización	75
Figura 30	Micro localización	77
Figura 31	Distribución de la comercializadora	79
Figura 32	Proceso de Compra	80
Figura 33	Proceso de Ventas	81
Figura 34	Punto de Equilibrio de productos 2014	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clientes potenciales.....	22
Tabla 2 Competidores	24
Tabla 3 FODA.....	36
Tabla 4 Principales repuestos automotrices en marca Chevrolet.....	37
Tabla 5 Consumidores finales.....	40
Tabla 6 Pregunta N° 1: talleres de repuestos automotrices	42
Tabla 7 Pregunta N° 2: Talleres de repuestos automotrices.....	43
Tabla 8 Pregunta N° 3: Talleres de repuestos automotrices.....	44
Tabla 9 Pregunta N° 4: Talleres de repuestos automotrices.....	45
Tabla 10 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	47
Tabla 11 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	48
Tabla 12 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	49
Tabla 13 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	50
Tabla 14 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	51
Tabla 15 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	52
Tabla 16 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	53
Tabla 17 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	54
Tabla 18 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	55
Tabla 19 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	56
Tabla 20 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices.....	57
Tabla 21 Pregunta N° 6, Talleres de repuestos automotrices.....	58
<u>Tabla 22 Pregunta N° 7, Talleres de repuestos automotrices.....</u>	<u>59</u>

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Tabla 23 Ventas Anuales de repuestos automotrices Chevrolet 2014 de Origen Japonés y Taiwanés.....	61
Tabla 24 Inflación Promedio.....	62
Tabla 25 Oferta Histórica Productos (Unidades).....	62
Tabla 26 Oferta Actual productos 2014.....	63
Tabla 27 Oferta Proyectada.....	64
Tabla 28 Ventas Anuales de repuestos automotrices Otras Marcas	64
Tabla 29 Oferta Histórica.....	65
Tabla 30 Oferta Actual productos 2014.....	65
Tabla 31 Proyección de la oferta.....	66
Tabla 32 Demanda de repuestos	67
Tabla 33 Demanda Histórica.....	67
Tabla 34 Demanda Actual.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 35 Proyección de la Demanda.....	68
Tabla 36 Balance Oferta-Demanda.....	69
Tabla 37 Balance Actual	69
Tabla 38 Balance Proyectado.....	70
Tabla 39 Capacidad Instalada	72
Tabla 40 Capacidad Optima.....	73
Tabla 41 Requerimientos De Muebles Y Enseres.....	82
Tabla 42 Requerimiento De Vehículos	83
Tabla 43 Requerimiento Equipo de computación.....	83
Tabla 44 Requerimiento Equipo de Oficina.....	83
Tabla 45 Requerimiento de Inventario.....	83
<u>Tabla 46 Ingresos de Pastillas de Freno</u>	<u>114</u>

Tabla 47 Ingresos de Filtro de Gasolina	114
Tabla 48 Ingresos de Bujías	115
Tabla 49 Ingresos Totales	115
Tabla 50 Rol de pago Administrativo	118
Tabla 51 Rol de pago Ventas	120
Tabla 52 Servicios Básicos	122
Tabla 53 Gasto Constitucional	122
Tabla 54 Publicidad.....	122
Tabla 55 Arriendo	122
Tabla 56 Suministros de oficina.....	123
Tabla 57 Útiles de aseo	123
Tabla 58 Proyección De Costos De Inventarios De Pastillas De Freno	124
Tabla 59 Proyección De Costos De Inventarios De Filtro De Gasolina	124
Tabla 60 Proyección De Costos De Inventarios De Bujías.....	124
Tabla 61 Proyección de Costos de inventarios totales	125
Tabla 62 Inversión Activos Fijos	127
Tabla 63 Capital de Trabajo	129
Tabla 64 Inversión Total del proyecto y su financiamiento.....	130
Tabla 65 Depreciación Muebles Y Enseres	131
Tabla 66 Depreciación Vehículos	132
Tabla 67 Equipo De Computación.....	132
Tabla 68 Depreciación De Equipo De Oficina	133
Tabla 69 Estado de situación Inicial	133
Tabla 70 Estado de Resultados a cinco años.....	134
<u>Tabla 71 Flujo de Caja</u>	<u>135</u>

Tabla 72 TMAR	136
Tabla 73 Flujo Neto De Caja	138
Tabla 74 Periodo de Recuperación	138
Tabla 75 Relación Costo Beneficio	139
Tabla 76 Punto Equilibrio de Productos Globales	141
Tabla 77 Punto de Equilibrio de productos 2014.....	141
Tabla 78 Relación del Punto de Equilibrio	142

RESUMEN EJECUTIVO

Dado que los repuestos de vehículos se deterioran por uso u obsolescencia rápidamente éste estudio se enfocará a cubrir demandas de productos que no se encuentra con facilidad en el mercado. En la actualidad no hay empresas que se dediquen a la venta de repuestos alternos Chevrolet de origen Japonés y Taiwanés, si bien es cierto este producto es bien demandado en el mercado pero no es de fácil accesibilidad. A mediados del año 2013, en el sector noroccidente del D.M. de Quito ha aumentado el índice de vehículos de marca Chevrolet, por esta razón se guía en una nueva empresa comercializadora de productos a talleres y consumidores finales, pues en este sector existe un número considerable de talleres las mismas que en su mayoría proporcionan los repuestos necesarios a los clientes, sin embargo existen pocos distribuidores de repuestos automotrices que les brinden beneficios y facilidades a los dueños de estos establecimientos al momento de adquirir repuestos automotrices. LÍDERES EN REPUESTOS S.A. será una empresa dedicada a la comercialización de repuestos automotrices en los diferentes talleres y consumidores finales ubicadas en el sector noroccidente del D.M. de Quito.

A través del Estudio de Mercado se identificó que existe una demanda insatisfecha en lo que se refiere a Pastillas de Freno, Filtro de gasolina y Bujías; razón que justifica la puesta en marcha del presente proyecto. Mediante la estimación de la inversión, costos y gastos, se ha logrado la realización de los balances necesarios para definir la situación actual y futura de la empresa, y a

partir de estos resultados la aplicación de criterios de evaluación en el presente proyecto ha reflejado la rentabilidad y viabilidad del mismo.

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

ABSTRACT

Since the vehicle parts are damaged by use or obsolescence quickly this study focuses on cover claims of products not easily found in the market. Currently there are no companies that are engaged in the sale of alternative parts for Japanese and Taiwanese Chevrolet origin, although this product is well demanded in the market but not easily accessible. In mid-2013, in the northwest sector D.M Quito has increased the rate of Chevrolet vehicles, therefore is guided into a new company marketing products to shops and consumers, because in this area there is a considerable number of workshops the same as most provide the necessary spare parts customers, however there are few auto parts dealers that give them benefits and facilities to the owners of these establishments when purchasing auto parts. LEADERS IN PARTS SA will be dedicated to the marketing of automotive parts in the various workshops and consumers located in the northwest sector D.M Quito.

Through Market Study identified that there is an unmet demand in regards to Brake Pads, Fuel filter and spark plugs; reason for the implementation of this project. By estimating investment, costs and expenses, there has been the realization of the necessary balances to define the current and future situation of the company, and from these results the application of evaluation criteria in this project profitability reflected and viability.

Capítulo I: Introducción

1.01 Introducción

En el año 2014, la globalización de la economía y la industria automotriz se expande en el mercado, tanto a nivel nacional como internacional, acompañada de tecnología de punta, logrando ser uno de los atractivos más esperados para los compradores del Ecuador, aunque existió una crisis a nivel mundial en los años 1998 – 2008, en la misma que se produjo grandes pérdidas financieras constantes, reflejando en términos económicos y tecnológicos que repercutieron a la industria automotriz en lo que se refiere a ventas de vehículo. Las empresas, fabricantes y comercializadoras de autopartes, fueron efectuadas, pero no dejaron de luchar frente a este cambio brusco que tuvieron que enfrentar estrategias competitivas que encausen directamente al mejoramiento y a la rentabilidad de la actividad, logrando nuevamente consolidarse dentro del mercado con un potencial en crecimiento. Dicho crecimiento se ve en las estadísticas más recientes que revelan para el parque automotor, que va creciendo anualmente en un 12%. Esta información ilustra que cada año se venden en Quito cerca de 50.000 vehículos, lo cual

supone que se duplicará el actual automotor que el momento, ya supera los 400.000 vehículos. **(Rentería Landívar, 2013)**

En conclusión, actualmente el sector automotriz continúa siendo estable, ya que ha generado grandes expectativas e impacto comercial en sus consumidores, para grandes industrias, además de medianos y pequeños negocios dedicados a la venta de vehículos y comercialización de repuestos, siendo una excelente propuesta de partida para realización de este proyecto.

1.02 Antecedentes

Las ensambladoras de vehículos en el Ecuador, ha llegado a tener la necesidad de comercializar vehículos automotrices, tal por la inflación de que se ha llegado a sucintar hoy en la actualidad, dando la oportunidad de comercializar vehículos automotores y a su vez llegando a tener la necesidad de adquirir repuestos automotrices, así como para reparaciones y mantenimiento de los vehículos existentes.

En el año 1969, el país contaba con una sola ensambladora de vehículos "AYMESA" la cual estaba vinculado General Motors Company; década en la cual no existía muchos proveedores, de piezas y partes de ensamblaje y reparación de vehículos. Con el ingreso de pacto andino, en esta misma época comenzó a desarrollar el sector automotriz y por consiguiente el sector de

importación de partes de piezas, en donde se impulsaron de industrialización y de integración regional.

En 1983 la importación de repuestos automotrices se incrementó, como resultados de las medidas de protección para el sector automotriz, decretadas por el pacto andino la misma que se basó; en la prohibición de importación de vehículos montados (armados) y permitir importar vehículos totalmente desmontados o en partes. Este decreto duró poco tiempo, ya entre 1985 y 1987 se flexibilizó la importación de vehículos pero se fijaron aranceles altos; además, se comenzó a desarrollar un programa de fabricación de automóviles de bajo costo, precio y apertura de mercado; este programa se clausuró en 1991 y, como consecuencia, se levantaron las restricciones arancelarias sobre las importaciones para ensamblaje; a partir de ese momento, se pudo incluso exportar automóviles baratos ensamblados en Ecuador hacia Colombia y Perú especialmente; se produjo una especialización entre las subsidiarias de las transnacionales ubicadas en los países de pacto andino a los que Ecuador exportaba y exporta barato (entre otros motivos; por sus bajos impuestos), e importaban carros; especialmente desde Venezuela, ya que la mayoría de piezas se importaban desde el mencionado país.

A partir de 1995, se inicia las importaciones de piezas y partes automotrices directamente desde Korea por los almacenes distribuidores, ya que los costos se abarataron aún más con la actividad antes discreta, y desde ahí se ha podido apreciar mayor accesibilidad de vehículos accesorios y partes de vehículos. (INEC, 2015)

La cual en el 2011, Ecuador registró la comercialización de 139,893 vehículos nuevos (no motos). 75,743 fue el número de vehículos producidos por las tres ensambladoras presentes en el país: Omnibus BB, Aymesa y Maresa, que ensamblaron 27,228 automóviles, 23,618 camionetas, 22,247 SUVs, 2,629 vans y 21 camiones.

La marca que lideró el mercado fue Chevrolet representando cerca del 40% de participación, mientras que las demás marcas un 10% cada una. **(Inversiones, 2013)**

1.03 Justificación

Este proyecto está enfocado a la creación de una empresa comercializadora de repuestos automotriz en tipo alterno de origen Japonés y taiwanés en el sector noroccidente del D.M de Quito Brindado a nuestro clientes excelentes productos de calidad, en si ayudando a optimizar el tiempo de búsqueda de repuestos automotrices con el fin de satisfacer las necesidades que tiene la sociedad.

La creación de esta empresa comercializadora de repuestos automotrices responde al incremento de los vehículos automotores en el Ecuador, especialmente en la provincia de Pichincha en donde se aprecia una participación del 28.80%, según datos provenientes de la (CINAE), lo cual promueve mayor demanda en la reparación y mantenimiento de los automotores, y ello a su vez provoca la incorporación de nuevos talleres

automotrices al mercado de servicios, por lo cual se proyecta un escenario favorable para la distribución de los repuestos automotrices.

El crecimiento del parque automotor de Quito rodearía el 11% anual.

Actualmente en la ciudad circulan más de 400 mil autos privados y públicos en lo cual para 2016 se estima que en la ciudad circularán cerca de 445 mil vehículos privados y públicos **(Pérez, 2014)**

Además nuestra visión es implantar nuevas sucursales e ir ganando mercado, con el propósito de ser reconocido en la ciudad y fuera del distrito metropolitano de Quito alrededor de nuestros clientes potenciales.

Capítulo II: ANÁLISIS SITUACIONAL

Análisis situacional se refiere al análisis de datos pasados, presentes, futuros ya que éstos proporcionan una base para seguir el proceso de la planeación estratégica. En una empresa u organización se conoce de una manera profunda todo lo que es, su historia, misión, visión, valores y filosofía. **(Zurita, 2009)**

2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo, hace referencia a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que hasta cierto punto pueden modificar o influir en el desempeño y crecimiento de la empresa y su funcionamiento hasta un punto muy complejo como:

Cambios muy repentinos

- El Impacto de las tecnologías de información y la Comunicación (TIC's)
- La globalización y Cambios sociales. **(FUTURO, 2010)**

2.01.01 Factor Económico.

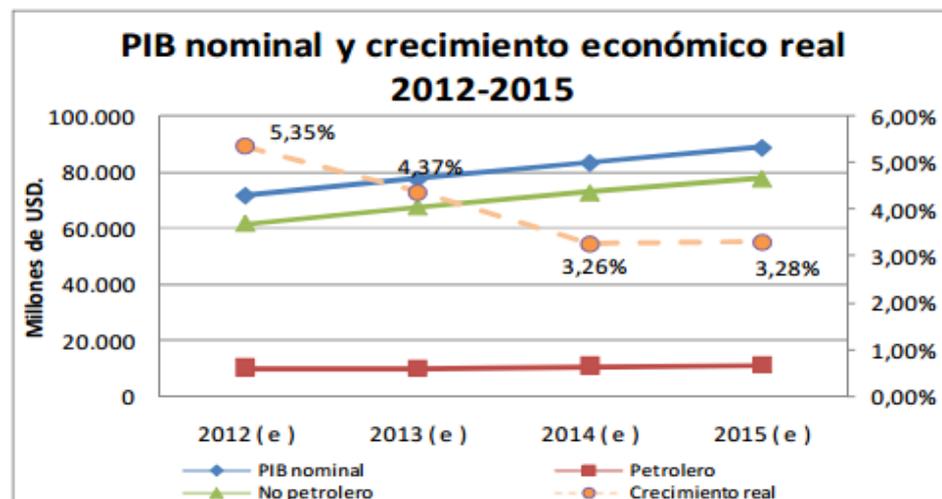
Factor económico: Son los relacionados con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero, de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional. Se

considera la política monetaria y fiscal de los gobiernos, el nivel de ingresos, el producto interno bruto, el ahorro, la inversión, los precios, el nivel de empleo afectando el poder de compra y gastos de los consumidores. (FUTURO, 2010)

2.01.01.01 Pib.

EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas y de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (MINISTERIO DE FINANZAS, 2015)

Figura 1 Tasa de crecimiento Anual



Fuente: INEC

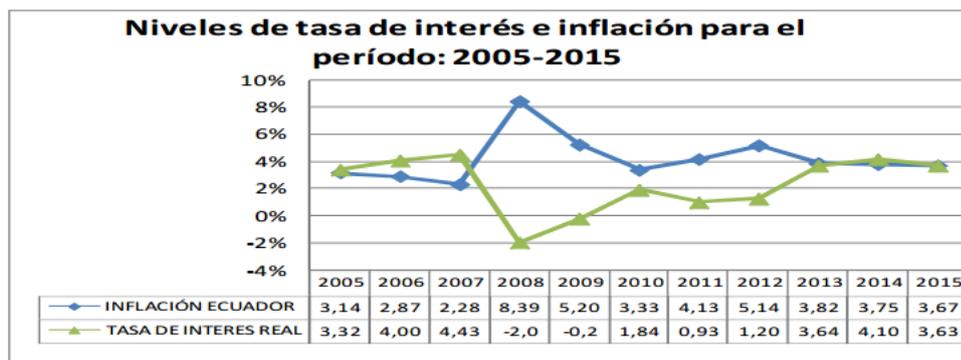
Análisis: El PIB es el indicador del crecimiento o decrecimiento de los bienes y servicio la cual nos indicaría las ventajas y desventajas para el sustento de nuestra empresa.

2.01.01.02 Tasa De Interés

La tasa de interés es el precio del dinero determinado, por encima del valor depositado, que un inversionista debe recibir, por unidad de tiempo determinado, del deudor, a raíz de haber usado su dinero durante ese tiempo. Con frecuencia se le llama "el precio del dinero" en el mercado financiero, ya que refleja cuánto paga un deudor a un acreedor por usar su dinero durante un periodo.

En términos generales, a nivel individual, la tasa de interés (expresada en porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado. En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar/cobrar por tomarlo prestado/cederlo en préstamo en una situación determinada. (MINISTERIO DE FINANZAS, 2015)

Figura 2 Tasa de interés



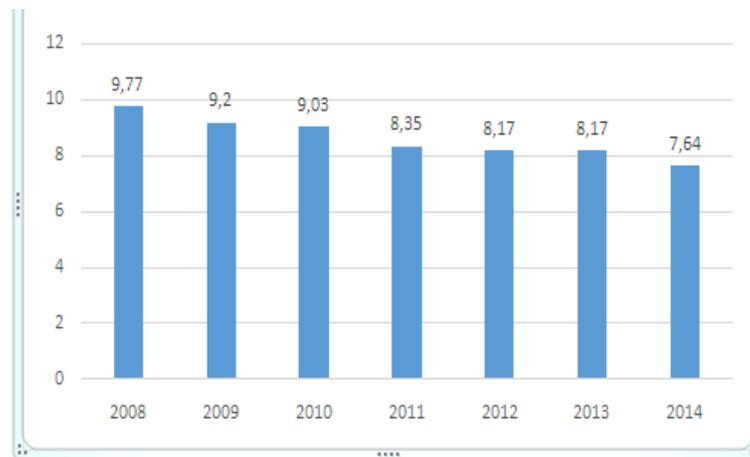
Fuente: INEC

Análisis: la tasa de interés es un indicador de dinero determinado en un depósito en una cuenta bancaria u otros sectores, Un deudor debe pagar por haber usado su dinero por un tiempo determinado.

2.01.01.03 Tasa De Interés Activa

Las tasas de interés activas son los porcentajes cobrados por las entidades financieras a los destinatarios finales del préstamo o crédito que realizan.

Figura 3 Tasa Activa



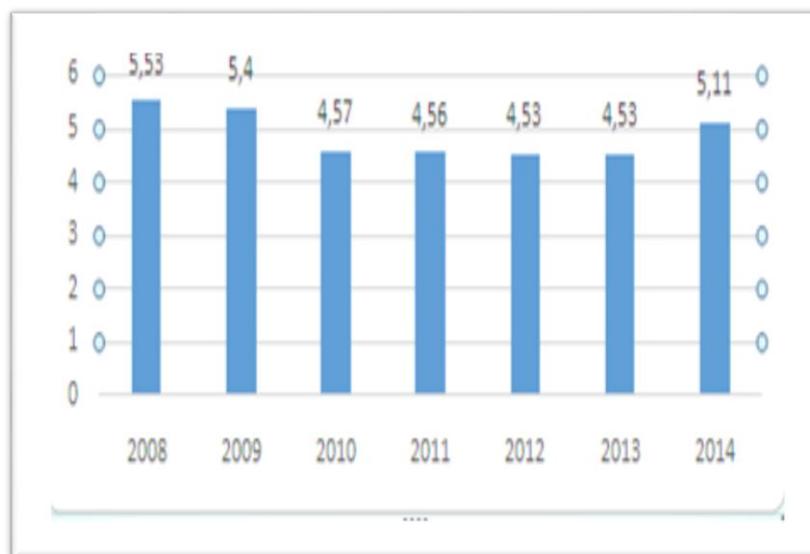
Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: .- La tasa de interés activa es un indicador influyente en el crecimiento económico de una sociedad, las entidades financieras hoy en día se han convertido en opción de financiamiento para nuevos proyectos emprendedores los cuales son apoyados por el gobierno central mediante las reformas y control que se están dando a dichas instituciones para fomentar el desarrollo del país.

2.01.01.04 Tasa De Interés Pasiva

La tasa de interés pasiva es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero, sean personas naturales o jurídicas.

Figura 4 Tasa Pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: Para el Ecuador las tasas de interés se les consideran como amenaza de alto impacto para el país y sus sectores económicos pues evitan notablemente su crecimiento. Aunque tasa de interés pasiva sea baja se convierte en una opción para aquellas personas que desear realizar sus inversiones en entidades financieras.

2.01.01.05 Inflación

La inflación es la elevación general de índice de precios sin un aumento correspondiente a un salario, lo que representa un poder de compra menor en los productos.

La inflación de demanda es aquel fenómeno que ocurre cuando la demanda excede a la oferta, forzando el aumento de los precios y de los salarios, así como el coste de los materiales, los costes de funcionamiento y los financieros. La inflación

de costes se produce cuando los precios aumentan para poder hacer frente a los costes totales manteniendo los márgenes de beneficios. Se puede generar una espiral inflacionista cuando las instituciones y los grupos de presión reaccionan ante cada nueva subida de precios. (INEC, 2015)

Figura 5 Inflación



Fuente: INEC

2.01.02 Factor Social

El Factor social es un factor preponderante alrededor de muchas empresas, para analizar este factor es importante analizar el nivel de pobreza de la población, los sueldos que perciben y el emprendimiento.

2.01.02.01 Población

Número de habitantes que hay en un lugar determinado. Así, podemos hablar de la población de una ciudad, de un país.

Figura 6 Población



Real	Anterior	Mayor	Menor	Fechas	Unidad	Frecuencia
15.74	15.50	15.74	4.44	1960 - 2013	Millón	Anual

Ecuador - Población - 2014

Fuete: INEC

Análisis: La tasa de crecimiento poblacional anual del Ecuador es de 15,74%, según los datos preliminares del grafico actual junio 2014.

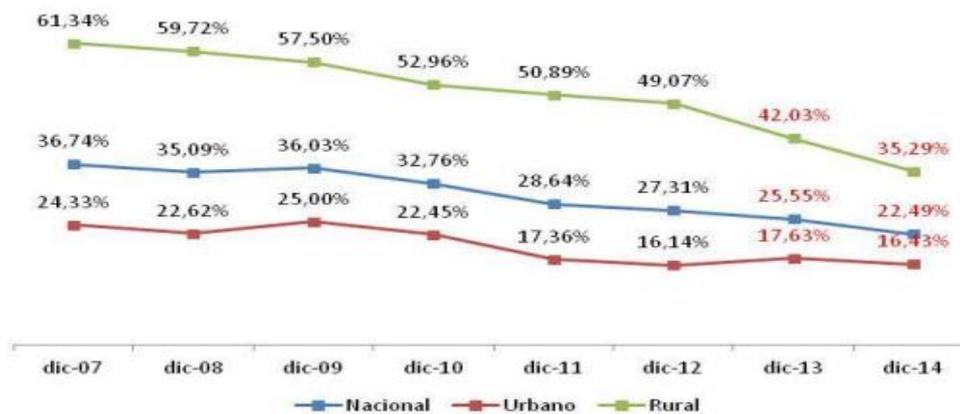
2.01.02.02 Pobreza

Se considera como una la situación en la cual las personas no poseen la capacidad suficiente económicamente para llevar un nivel de vida satisfactorio, es decir, no cuentan con los ingresos suficientes para procurarse dicho nivel de vida.

Tomando en cuenta los periodos diciembre de 2013 y diciembre de 2014, la pobreza por ingresos a nivel nacional varía 3,06 puntos porcentuales, de 25,55% a 22,49%; esta variación en términos estadísticos, es significativa al 95% de confianza. A nivel urbano la pobreza por ingresos varía 1,20 puntos porcentuales, de 17,63% a 16,43%; sin embargo esta variación no es estadísticamente significativa al 95% de

confianza. Mientras que en el área rural la pobreza por ingresos varía en 6,74 puntos porcentuales, de 42,03% a 35,29%; esta variación si es estadísticamente significativa al 95% de confianza (INEC, 2014)

Figura 7 Pobreza



Fuente: INEC

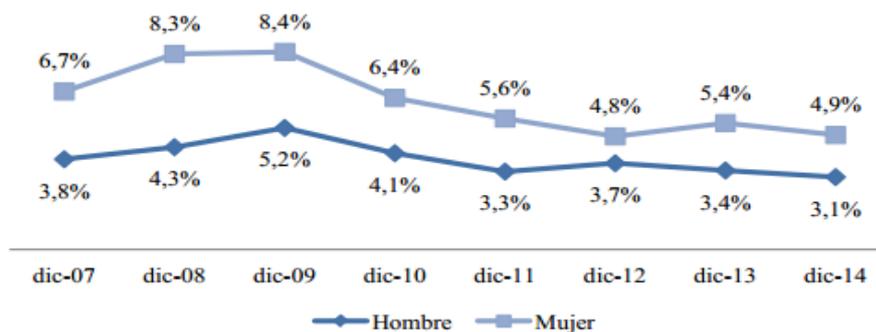
Análisis: Debido a que la pobreza constituye un nivel de vida no agradable a las persona determina que estas sean muy activas en su asignación del gasto y no a tener un nivel de vida satisfactorio.

2.01.02.03 Tasa De Desempleo.

La tasa de desempleo de las mujeres es más elevada que la de los hombres, en todo el período analizado. A diciembre 2014, el 4,9% de las mujeres en la PEA está en situación de desempleo, mientras que entre los hombres, el desempleo es de 3,1%. Además, en diciembre 2008 y diciembre 2009 se registraron las mayores diferencias (estadísticamente significativas) en la tasa de desempleo entre hombres y mujeres. Para diciembre 2014, existe una brecha entre hombres y mujeres de 1,8 puntos

porcentuales (estadísticamente significativa). (INEC, ECUADOR EN CIFRAS, 2014)

Figura 8 Tasa de ocupación plena, subempleo y desempleo, marzo 2008-2014



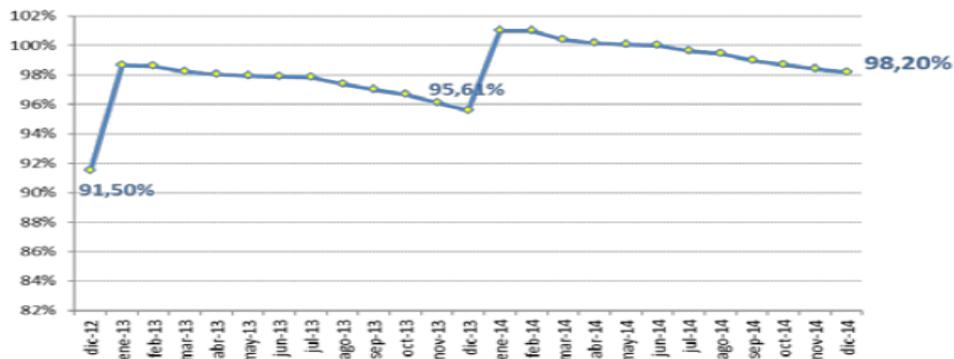
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)
Elaboración: INEC

Análisis: Se puede observar que el nivel de ocupación plena tiende a un porcentaje inferior referente al desempleo en el porcentaje de las mujeres es más alto que los de hombre en este año lo que significa una oportunidad para la nueva microempresa, por lo que el nivel de empleo en el país se incrementa de forma positiva.

2.01.02.04 Canasta Básica

La canasta básica familiar en diciembre 2014 costó 646,30 dólares; lo cual implica que el ingreso familiar promedio cubre el 98,20% del costo total de la canasta familiar básica. El costo de la canasta básica aumentó en un 0,24% en referencia al mes anterior. (INEC, ECUADOR EN CIFRAS, 2014)

Figura 9 Evolución de la canasta Básica e Ingreso Familiar



Fuente: INEC

Análisis: El costo de la canasta básica es evidente que cada año se incrementa esto podría ser una amenaza para nuestra microempresa por motivo que los consumidores podrían adquirir productos necesarios.

2.01.03 Factor Legal

Fuentes jurídicas constituidas en territorio nacional.- " Conjuntos de disposiciones jurídicas que regulan directa o indirectamente el intercambio de mercancías, servicios y los aspectos de propiedad industrial e intelectual relacionados con el comercio, entre el mercado nacional y los mercados externos.

2 REQUISITOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA

Pasos para constituir una empresa



1. Reserva un nombre. Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

2. **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que registrará a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.

3. **Abre una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

4. Eleva a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.



5. Aprueba el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

6. Publica en un diario. La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

7. Obtén los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. Inscribe tu compañía. Con todos los documentos antes descritos, anda al

Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

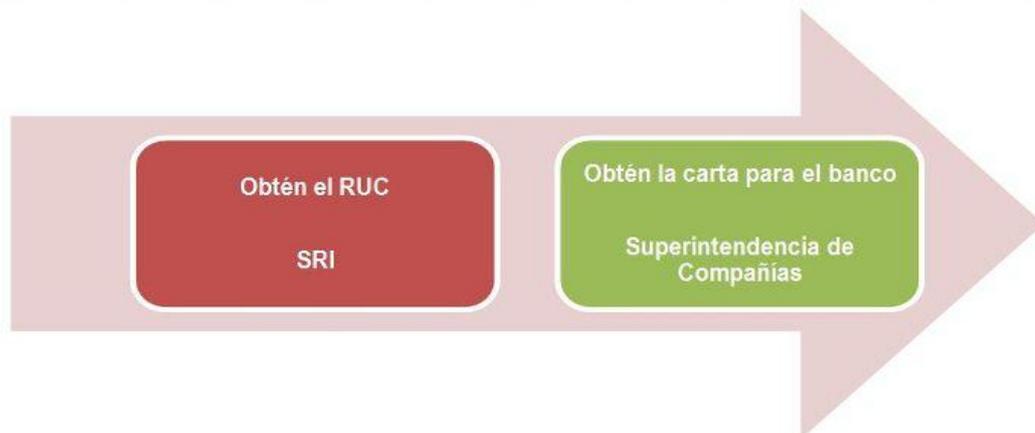


9. Realiza la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtén los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

12. Obtén el RUC. El Registro Único



de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la

persona que realizará el trámite

13. Obtén la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos podrás tener tu compañía limitada o anónima lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

Un abogado puede ayudarte en el proceso. El costo de su servicio puede variar entre \$600 y \$1,000 o dependiendo del monto de capital de la empresa.

(EDITORIAL, 2013)

2.01.04 Factor Tecnológico

Algunas veces la tecnología nueva es un arma efectiva contra la inflación y la recesión. La maquinaria nueva que reduce los costos de producción representa uno de los activos más valiosos de la empresa. La enorme inversión en tecnología de la información ha ayudado a la Unión Americana a mantener baja la inflación, a sostener el crecimiento económico y a competir de manera eficaz en los mercados mundiales.

Los constantes cambios tecnológicos hacen obsoletos de la noche a la mañana a los productos establecidos y crea simultáneamente las innumerables posibilidades de nuevos productos.

Por ende, el cambio tecnológico puede ser creativo como destructivo, una oportunidad pero también una amenaza para la industria. Nuestro país lamentablemente, no es un país desarrollador de tecnología, a pesar de contar con profesionales altamente capacitados. (MALLIQUINGA ANDAGOYA, 2013)

Figura 10 Venta de repuestos Automotrices



Fuente: Investigación Directa

Análisis Para la comercialización de repuestos se contara con dos computadoras y dos personas capacitadas para poder tener desenvolvimiento agiles en el área de ventas y entrega a domicilio a los talleres mecánicos.

2.2 ENTORNO LOCAL

2.2.1 Clientes

El consumidor, se trata naturalmente de un elemento primordial, y debemos señalar que su presencia es absolutamente indispensable, sin éste el servicio no puede existir. Los clientes también ejercen su poder a través del establecimiento de presiones para fijar precios en base de la disponibilidad de sustitutos de igual calidad a menor costo.

Esto hace que las empresas presenten disminución en sus márgenes de utilidad. Cuando los compradores están muy bien organizados exigen muchos aspectos en los productos: calidad y marca.

Tabla 1 Clientes potenciales

NUMERO DE MECÁNICAS	NOMBRES DE LOS TALLERES	ACTIVIDADES
Mecánica Automotriz	El Pomas Quiñito	ABC de motores de inyecciones pintura y enderezada
Mecánica Automotriz	Auto JC	Cambio de rulimanes mesas amortiguadores.
Mecánica Automotriz	Tituaña	Reparación completa de cajas de cambios, transmisiones, suspensiones
Mecánica Automotriz	Al Norte	Escáner de alta calidad, limpieza de inyectores
Mecánica Automotriz	Vargas	Cambio de pastillas de frenos, cambio de las zapatas de frenos.
Mecánica Automotriz	Full Inyecciones	Limpiezas de inyectores cambio de bombas de agua y de filtros de aire y de gasolina

Elaboración: Yazuma, Ángel

Fuente: Investigación Directa

Análisis: Los repuestos se comercializan en distintos productos, con un adecuado control en ventas, las cuales serán registradas con sus respectivos códigos para fácil y rapidez de entrega del producto a nuestros clientes.

2.2.2 Proveedores

Los proveedores son personas naturales o jurídicas que proporcionan recursos a la empresa, los proveedores tienen un impacto fundamental. Por lo tanto la empresa debe vigilar las tendencias de precios, escasez, falta de entrega del producto o servicio y otros sucesos que interfieren con el cumplimiento de la entrega del servicio al cliente y pueden dar lugar a pérdida de ventas a corto plazo y lesionar la confianza del cliente a largo plazo.

Los proveedores constituyen una fuerza fundamental en el análisis estructural del comportamiento del sector. En efecto, ellos definen en parte el posicionamiento de una empresa en un mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes, en nuestro caso en específico es la comercialización de repuestos automotrices, disponibilidad del producto, nuestros proveedores de los repuestos serán:

- Blanca Troya Albuja distribuidor de repuestos automotrices
- Distribuidora B.R.M importadores directos
- Ruliautos importadora de rulimanes, retenedores
- Hivimar Cia Ltda. (Guayaquil quito)

2.2.3 Competidores

Los competidores de una empresa existente y algunas empresas pueden tener un giro de negocios similar al nuestro y que las mismas sean importadores directos, ya que este es un factor sumamente peligrosa en la disminución de precios de repuestos, porque a mayor volumen de importación precios más bajos para el consumidor.

Tabla 2 Competidores

NUMERO DE AUTO REPUESTOS	NOMBRE DE AUTO REPUESTO	ACTIVIDADES
Auto repuesto	GABASA CIA.LTDA	Importadora y distribuidora de repuestos
Auto repuestos	NIPPON CIA.LTDA	Importadora y comercializadora de repuestos
Auto repuestos	JAPONESES CIA.LTDA	Importadora y distribuidora de repuestos

Elaboración: Yazuma, Ángel
Fuente: Investigación Directa

Análisis. En si al norte del D.M de Quito tenemos tres empresas como nuestra competencia las mismas que ellos realizan importaciones directo y distribuyen toda clase de repuestos automotrices a un bajo precio.

2.3 Análisis Interno.

El análisis del ambiente interno nos permite considerar aspectos tales como identificar la cantidad y calidad de recursos y capacidades de la empresa y las maneras de construir habilidades únicas y habilidades distintivas o específicas de la empresa para obtener una ventaja competitiva. (MALLIQUINGA ANDAGOYA, 2013)

2.3.1 Propuesta Estratégica.

Una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a sus objetivos, Una empresa que soluciona sus problemas y mejora su producción buscando competir en el mercado lo cual es de vital importancia para la subsistencia de la organización.

2.3.2 Las Estrategias

Unas de las estrategias que tendrá la empresa es hacer publicidad de expansión para más amplitud de productos y acudir a los centros donde existan espacios dedicados al trabajo mecánico y así darse a conocer a sectores que por falta de conocimiento generan gastos innecesarios.

- Exhibición del producto, ya que esta frase es la estrategia clave de una empresa “lo que se exhibe se vende “debido ya que muchos servicios automotrices son muy pocos que se prestan a dar servicio de entrega a domicilio.
- Ubicación de la empresa en un sector comercial donde exista mayor número de talleres mecánicas.
- Tener conexiones con los mejores proveedores del país para así agilizar la compra de los productos y tener exclusividad en productos nuevos.
- Prestación de servicio técnico ligera en la compra de los productos en la empresa.
- Entrega de pedidos a domicilio en el menor tiempo posible y sin recargo adicional a la factura.

- Atención al cliente en una forma educada.

2.3.1.1 Misión

Proveer a nuestros clientes, una amplia gama de repuestos automotrices para automóviles de la marca CHEVROLET y así prestar un servicio de calidad con un recurso humano alta mente capacitando y brindar un excelente servicio para la satisfacción de nuestros clientes”.

2.3.1.2 Visión.

Para el año 2017 captar la mayor cantidad de talleres mecánica en el sector noroccidente del D.M de Quito, con altos índices de calidad y servicio, estar a la vanguardia de la tecnología y el conocimiento técnico para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes y así contribuir al desarrollo económico de nuestro país y por ende bienestar de nuestros colaboradores.

2.3.1.3 Objetivos.

Llegar a ser una empresa primordial en la sociedad y ser reconocidos por los méritos que se vaya ganado en transcurso de la comercialización de repuesto automotriz.

2.3.1.3.1 Objetivo General.

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa, enfocada en la comercialización de repuestos automotrices con la finalidad de ampliar repuestos a precios cómodos y accesible de tal manera aplicando herramientas administrativas.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda que tendrá el proyecto.
- Realizar un estudio financiero para determinar si es factible vender el producto o no.
- Elaborar un estudio de oferta y demanda potencial.
- Diseñar un plan de marketing y venta.

2.3.1.4 Principios Y Valores.

2.3.1.4.1 Principios.

Los principios son componentes éticos empleados para la guía de las decisiones de una empresa, como los siguientes principios;

- Trabajo en equipo: ser un grupo cabalmente enlazado al trabajar , con firmeza y persistencia a través del complemento de esfuerzos individuales que estén integrados y dispuestos a participar en la solución de problemas,

- **Calidad:** En la realización de las actividades de cada uno de los miembros de la organización, enfocada en la satisfacción de nuestro clientes a través de eficiencia y eficacia, que asegure el desarrollo y cumplimiento de la obligaciones.
- **Competitividad:** Capacidad para competir en el actual mercado globalizado.
- **Actitud Mental Positiva:** Disposición de ánimo que promueva a participar activamente, tomando cada uno de los problemas que se lleguen a presentar, como oportunidades y retos para dar posteriores soluciones rápidas y prácticas.

2.3.1.4.2 Valores

Los valores describen actitudes morales que revelan la responsabilidad ética y social en el progreso de las labores de una industria.

- **Responsabilidad Social:** Este es un valor corporativo muy importante para la empresa, ya que al brindar el servicio de la asesoría técnica en la aplicación del producto, queremos ayudar a las personas que no están en capacidad económica de un mantenimiento costoso de su vehículo o de su maquinaria.
- **Compromiso:** Estar conscientes de la obligación contraída y la palabra dada, no solo dentro de la organización sino también con la sociedad a quienes ofreceremos nuestros productos.
- **Puntualidad:** Incentivar al personal sobre la importancia de este valor, efectuando las actividades planificadas en el lugar y fecha determinadas. Se citará a continuación un slogan como ejemplo para que sea colocado en partes visibles de la empresa para la fácil visión de los empleados.

- “Respetar tu tiempo y el tiempo de los demás”, “si llegas tarde, puedes perder un cliente, éste a su vez generará que once potenciales clientes se pierdan.
- Lealtad y Honestidad: Son valores corporativos que el titular de la empresa poseerá y que al momento de seleccionar el personal, serán transmitidos para ser aplicados internamente y que se vea reflejado en el trato al cliente.
- Flexibilidad: Capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios en los procesos de trabajo, ambiente y nuevas labores, manteniendo un buen desempeño.

2.3.1.4.3 Políticas

Una política es esencial para el buen funcionamiento de las organizaciones ya sea para todos sus directivos y empleados, porque es un documento exigido al implantar numerosas normas.

2.3.1.4.3.1 Políticas De Atención Y Servicio Al Cliente

Participación de todo el personal en lo que se refiere a atención al cliente.

Respeto a los principios y valores de la empresa.

Rotación de trabajo de empleados en labores menores.

Descuento especiales a familiares de los empleados de la organización.

Puntualidad en horarios de trabajo.

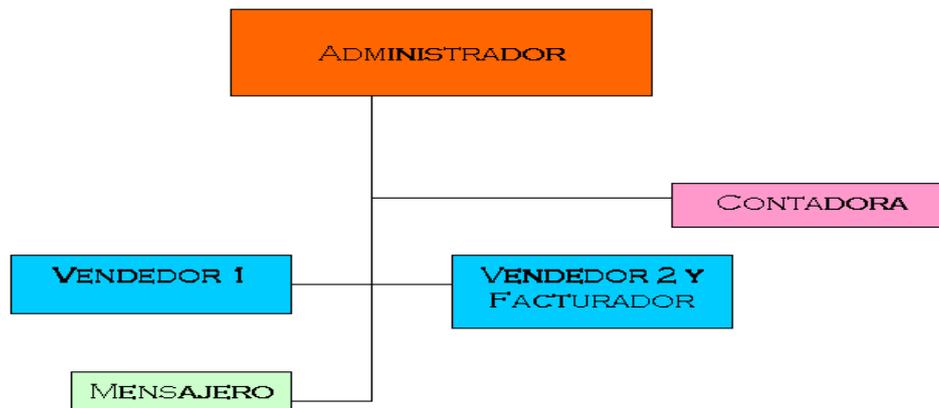
Horario flexible en horas del mediodía para que el personal pueda cumplir con sus derechos de alimentación. En días festivos, la empresa organiza mañanas deportivas para fomentar la integración y amistad entre el personal.

2.3.2 Gestión Administrativa

En la actualidad, la administración se encuentra en todas las actividades humanas: en la casa, en una institución, en la escuela, en el gobierno, en la iglesia. Dentro de una empresa, la administración consiste en todas las actividades que se empiezan para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con la ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como son la planeación, la organización, la dirección y el control.

El éxito de una entidad social depende, directa e indirectamente de su buena administración, y sólo a través de ésta se puede estar siendo una de las empresas insuperables en el mercado comercial.

Figura 11 Organigrama Estructural



Elaboración: Yazuma, Angel

La descripción de los puestos de trabajo de la empresa de tal manera que los empleados realicen sus funciones que ellos deben cumplir:

Administrador

Actualmente el administrador de empresas representa uno de los roles más importantes dentro de cada organización, dado que de su desempeño depende el éxito fracaso de los objetivos propuestos por cada una de ellas. Se podría decir que su papel representa básicamente el liderazgo, ya que el administrador es el encargado de guiar cada proceso que de acuerdo con su objeto social requiera su organización, con base en esto podrá posteriormente establecer las estrategias necesarias y definir con efectividad, el cómo utilizar los recursos con los que cuenta dirigiéndolos hacia el objetivo final.

Funciones Y Responsabilidad

El administrador debe analizar los recursos físicos, financieros y humanos con los

que cuenta, planear y distribuir los mismos de una manera estratégica y eficiente como.

- Control de todas las áreas que forma la empresa
- Autorizar y analizar las compras, ventas y créditos representativos que se den en la empresa.

- Supervisión y control de estadísticas de ventas
- Negociar con los proveedores.
- Establecer las políticas de venta.
- Establecer estrategias de ventas.
- Manejo de publicidad

Contador(a)

Relacionado directamente con el manejo de procesos contables y tributarios El contador es el profesional que proporciona las técnicas más apropiadas para la mejor administración de la empresa; los principales servicios que presta para aportar son:

Funciones y responsabilidad

- Llevar la contabilidad diaria de los movimientos de la empresa.
- Verificar la exactitud de las operaciones registradas en libros y registros auxiliares.

- Vigilar el cabal cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- Proporcionar a la dirección información confiable y oportuna para la toma de

decisiones en el curso diario.

- Estar al tanto de las leyes y reglamentos del código tributario del SRI.
- Manejo de cartera.

Vendedor 1

Tarea que le corresponde realizar y brindar un buen servicio al cliente que le permita lograr determinados objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Funciones y responsabilidad

- Ventas de productos en el mostrador
- Asesoría en la venta de productos
- Reporte inmediato de ventas realizadas
- Relacionarse con la empresa adquiriendo conocimientos básicos de los productos que se ofrece.

Vendedor 2 y /o facturador

Tarea que le corresponde realizar y brindar un buen servicio al cliente que le permitan lograr determinados objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Funciones y responsabilidad

- Venta de productos en el mostrador asesoría en la venta de productos.
- Reporte inmediato de ventas realizadas.
- Facturación manejo de caja
- Relacionarse con la empresa adquiriendo conocimientos básicos de los productos que se ofrece.

Mensajero

El Mensajero tiene como tarea principal entregar y recoger documentos y paquetes. Lugares diversos. Para ello, él realiza diversas labores previas. En principio, verifica que la documentación esté completa, que cumpla con los requisitos de identificación necesarios.

Funciones y responsabilidad

- Entrega a domicilio de repuestos automotrices
- Compras de última instancia
- Cobro a empresa y talleres
- Depósito y pago bancario.

2.3.3 Gestión Operativa

Los costos de calidad se asocian a su planificación, control, evaluación de la conformidad y a los costos ocasionados por no cumplir con los requisitos de satisfacción de la empresa o del cliente (productos o servicios con defectos).

2.3.4 Gestión Comercial

La planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado de la comercialización y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerido, garantizando así unas ventas rentables. (INEC, 2015)

2.4 Análisis FODA

Este análisis consiste en evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con el ambiente interno de la empresa y las oportunidades y amenazas que se refieren al micro y macro ambiente de la compañía. Este instrumento permite representar en términos operativos un cuadro de situación que distingue entre el ambiente interno y externo de una empresa.

Tabla 3 FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDAD
Estar ubicado en un sector comercial	Mercado interno y externo este amplio
Ofrecer repuestos para todo tipo de vehículo sin importar el año de fabricación, ni el país de donde provenga.	Crecimiento de venta automotriz en el Ecuador
Ampliar el stock de repuestos	Que existan mayor cantidad de importaciones en repuestos automotrices de la marca japonés y taiwanés.
DEBILIDAD	AMENAZA
Escases de personal capacitado para la venta de repuestos automotrices	Minimización de importaciones de vehículos automotrices en el país
Aumento de impuestos	Empresas que den servicio a talleres mecánicas a domicilios
Privación de Importación	

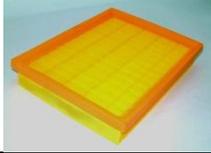
Elaboración: Yazuma, Ángel

CAPÍTULO III: ESTUDIO DEL MERCADO

El análisis de mercado permite identificar, conocer y cuantificar a los consumidores potenciales ya que con el estudio se trata de que el riesgo determinada sea un riesgo calculado teniendo el objetivo de investigación verificar la posibilidad real de acierto de un producto o servicio en un mercado determinado, con el estudio bien realizado el investigador podrá sentir el riesgo que corre y la posibilidad de éxito.

El objetivo aquí es valorar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad", después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado, ya que éste nos dice cómo vamos a alcanzar a esos consumidores, a continuación se mostrara un cuadro donde se ubican los principales tipos de repuestos. (guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos , 2014)

Tabla 4 Principales repuestos automotrices en marca Chevrolet

1	Bujías	
2	Bomba de gasolina	
3	Cables de bujías	
4	Filtro de aire	
5	Filtro de gasolina	
6	Mesas de las llantas	
7	Pastillas de freno	
8	Radiador	
9	Ruliman de la mesa delantera	
10	Tapa del radiador	
11	Ventilador	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Estos tipos de productos son de marca alterna y están destinados para todo tipo de vehículo marca Chevrolet siendo de origen Japonés y Taiwanés, el presente proyecto está enfocado en la comercialización de repuestos automotrices.

3.1 Análisis Del Consumidor

El análisis del consumidor es importante tanto para beneficio en la demanda de los productos de una empresa que los oferten. Midiendo las preferencias y los niveles de satisfacción de los consumidores tomando en cuenta que es una tarea difícil. Toda empresa debe ir encaminada hacia la satisfacción del cliente; por ende los objetivos de la empresa deben estar encaminados hacia la consecución de estos objetivos. Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta.

Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. Muchas veces no es suficiente contener productos de buena calidad o a un bajo precio, para que el cliente se sienta bien es necesario reunir muchos aspectos y guiarlos todos hacia un mismo horizonte que son los clientes. **(ING. SEGUNDO RODRÌGUEZ ACOSTA.MBA, 2011)**

3.1.1 determinación de la población y muestra

Determinación de la población y muestra se refiere a un conjunto de población para su respectivo análisis o estudio de información para el mismo. Cómo en nuestro proyecto es la comercialización de repuestos automotriz para las marcas Chevrolet al noroccidente del D.M de Quito en si abarcando a los usuarios o lugares como. Talleres automotrices situados al noroccidente de la ciudad del D. M de Quito.

3.1.1.1 Determinación de la población

El universo está conformado por 50 talleres automotrices al noroccidente de la ciudad de Quito por la cual estos talleres forman la población y van a ser objeto del presente estudio. De acuerdo a las observaciones hechas se pudo determinar que en los 50 talleres automotrices se dividen en 14 talleres mecánicas grandes, 18 medianas y 18 pequeñas las cuales tienen una afluencia en la entrada de los clientes.

Tabla 5 Consumidores finales

NO. TALLERES	DESCRIPCIONES	DÍA	TOTAL DÍA	MES	AÑO
14	Talleres grandes	14	196	4704	56448
18	Talleres mediano	8	144	3456	41472
18	Talleres pequeños	5	90	2160	25920
50		27	430	10320	123840

Fuente: Investigación Directa

3.1.1.2 Determinación de la muestra.

3.1.1.2.1 Talleres mecánicos.

Al ser una población no tan grande esta puede ser estudiada y analizada en su totalidad por lo tanto el tamaño de la muestra es igual al tamaño de la población es decir: $n=50$ talleres mecánicos.

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.

El actor debe seleccionar la técnica más apropiada, para examinar cualquier operación, actividad, área, programa, proyecto o transacción de la entidad bajo examen.

Las técnicas que se aplico para la recolección de información son:

- Entrevistas.
- Encuestas

3.1.3 Análisis de la información.

Formato para Talleres Automotores.

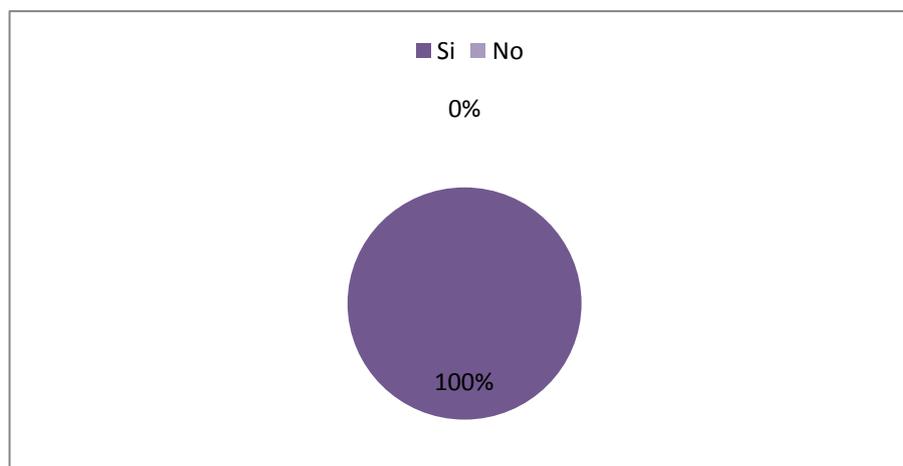
1. ¿Usted está de acuerdo que en sector noroccidente D.M de Quito se implemente una empresa proveedora de repuestos alterno de origen Japonés y Taiwán para los talleres automotrices?

Tabla 6 Pregunta N° 1: talleres de repuestos automotrices

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Si	50	100%	100%
No	0	0%	100%
Total	50	100%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 12 Pregunta N° 1, Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Después de realizar las encuestas a los propietarios de los 50 talleres automotrices, se ha determinado que: En un 100% hay una aceptabilidad para la implementación de una empresa proveedora de repuestos alterno de origen Japonés y Taiwán en el sector noroccidente D.M de Quito para los talleres automotrices.

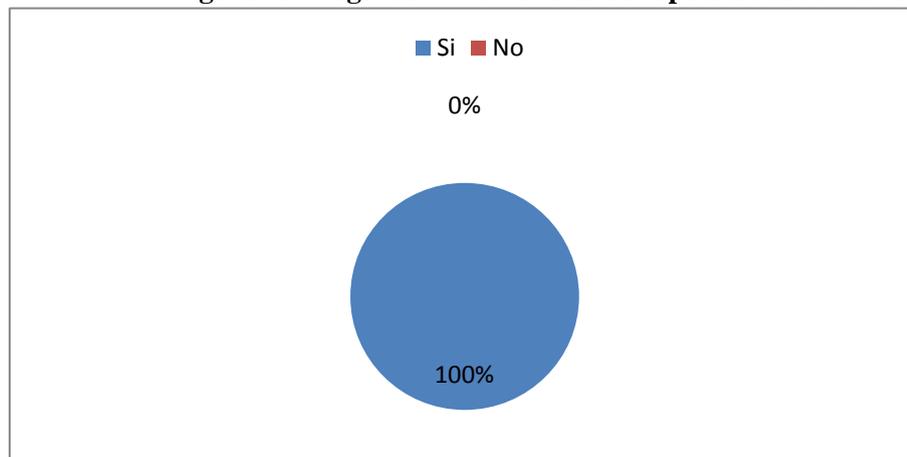
2. ¿Usted sugiere el lugar adecuado para que sus clientes realicen las compras de repuestos automotrices?

Tabla 7 Pregunta N° 2: Talleres de repuestos automotrices

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	50	100%	100%
NO	0	0%	100%
TOTAL	50	100%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 13 Pregunta N° 2: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 50 talleres automotores, se ha determinado que en un 100% de los talleres sugieren a sus clientes el lugar adecuado para adquirir los repuestos automotrices.

3. ¿Usted se encarga de proporcionar repuestos automotrices a sus clientes?

Tabla 8 Pregunta N° 3: Talleres de repuestos automotrices

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	28	56%	56%
A VECES	10	20%	76%
RARA VEZ	7	14%	90%
NUNCA	5	10%	100%
TOTAL	50	100%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 14 Pregunta N° 3: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 50 talleres automotores, se ha determinado que: El 56% de talleres proporcionan repuestos automotrices a los clientes, en un 20% a veces, en un 14% rara vez y un 10% nunca lo realizan.

Para continuar con el cuestionario se tomara en cuenta solo a los talleres automotrices que contestaron afirmadamente que proporcionan repuestos automotrices que sería en un total 45 talleres.

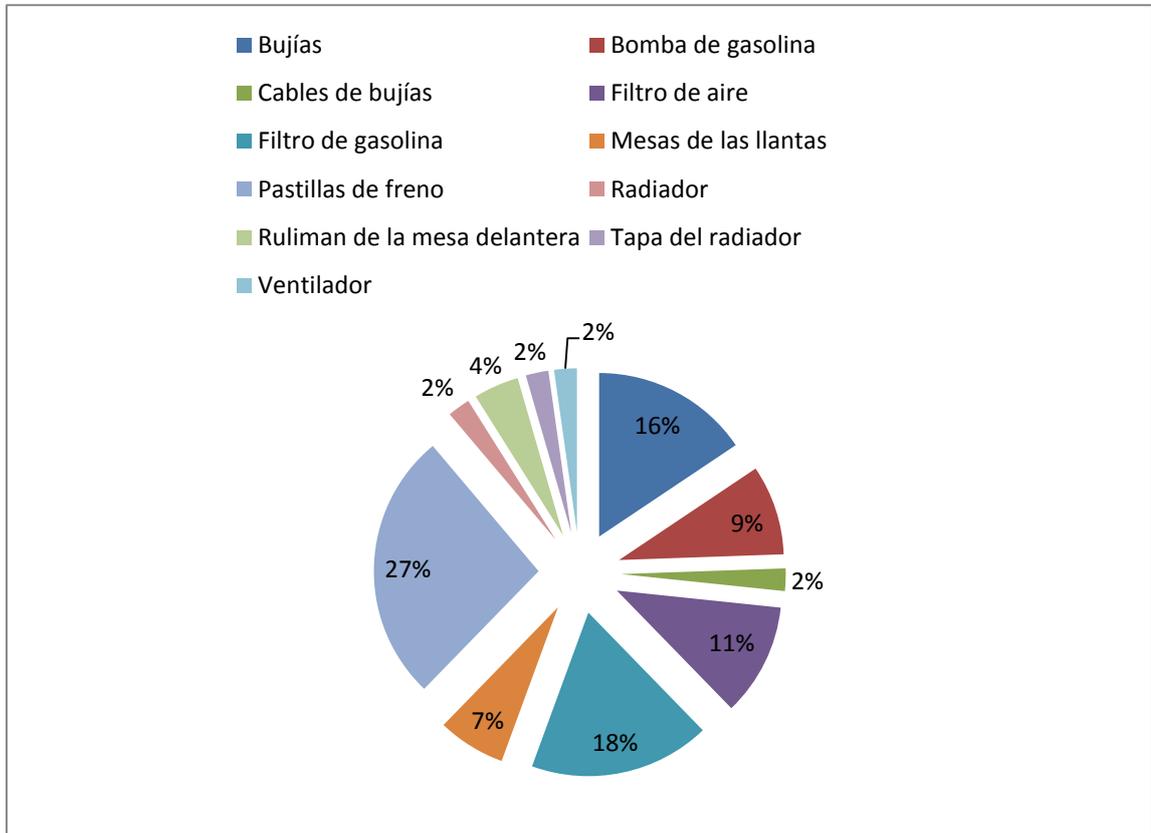
4. ¿Indique el repuesto que adquiere con mayor frecuencia?

Tabla 9 Pregunta N° 4: Talleres de repuestos automotrices

PRODUCTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
BUJÍAS	7	16%	16%
BOMBA DE GASOLINA	4	9%	24%
CABLES DE BUJÍAS	1	2%	27%
FILTRO DE AIRE	5	11%	38%
FILTRO DE GASOLINA	8	18%	56%
MESAS DE LAS LLANTAS	3	7%	62%
PASTILLAS DE FRENO	12	27%	89%
RADIADOR	1	2%	91%
RULIMAN DE LA MESA DELANTERA	2	4%	94%
TAPA DEL RADIADOR	1	2%	98%
VENTILADOR	1	2%	100%
TOTAL	45	100%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 15 Pregunta N° 4: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Una vez elaborado la encuesta se determinó que se adquieren mayormente pastillas de freno en un 27%, un 18% corresponde al filtro de gasolina, el 16% comprende a las bujías, 11% filtro de aire, en un 9% bomba de gasolina, el 7% corresponde a mesas de llantas, el 4% Ruliman de mesa delantera, el 2% cables de bujías, el 2% tapa del radiador, en un 2% al radiador, en un 2% el ventilado.

5. ¿Con que frecuencia y en qué cantidad adquiere el repuestos anteriormente señalado? Aplique a la Tabla correspondiente por producto.

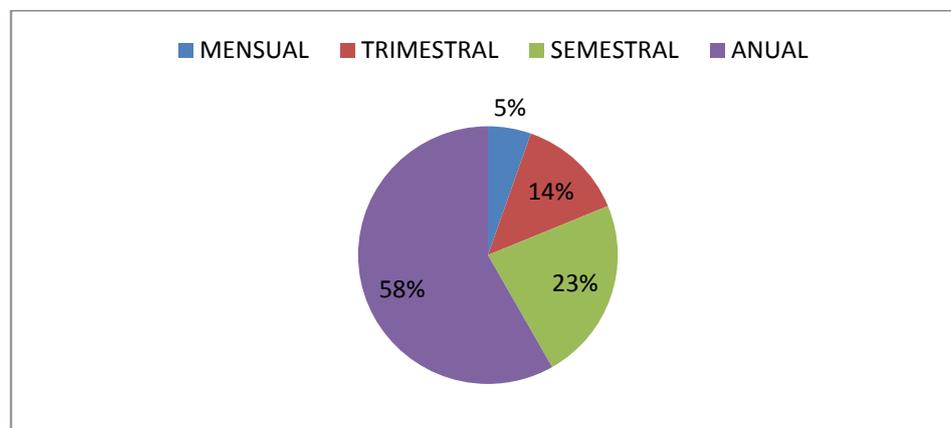
BUJÍAS

Tabla 10 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	980	2450	4200	10640	40600
PORCENTAJE	5%	14%	23%	58%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 16 Figura N° 16: Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda de Bujías al año en los 45 talleres mecánicas es de 40600 piezas, además se determinó que el 58% de las personas prefieren realizar compras anuales de este tipo de repuestos, el 23% realiza compras de forma semestral, 14% trimestral y en un 5% prefieren comprar mensual.

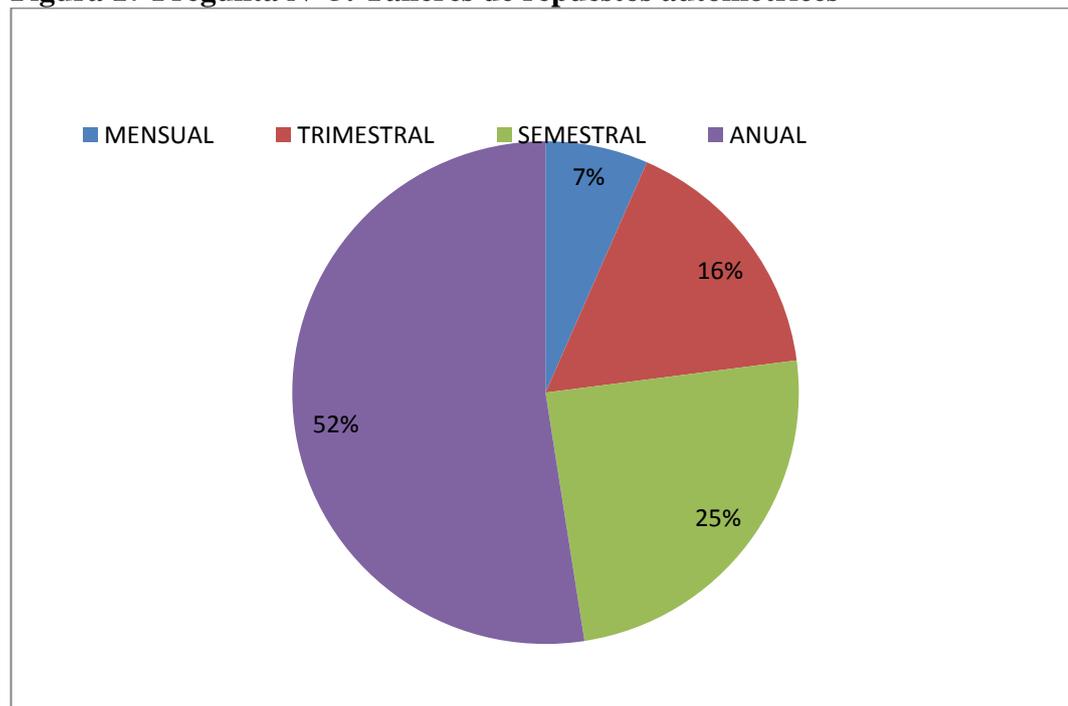
BOMBA DE GASOLINA

Tabla 11 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	120	300	450	960	4500
PORCENTAJE	7%	16%	25%	52%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 17 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda anual de Bomba de Gasolina es de 4.500, la adquisición está dada en su mayoría en forma anual el 52%, continuada del 25% semestral, el 16% trimestral y un 7% lo realizan de forma mensual.

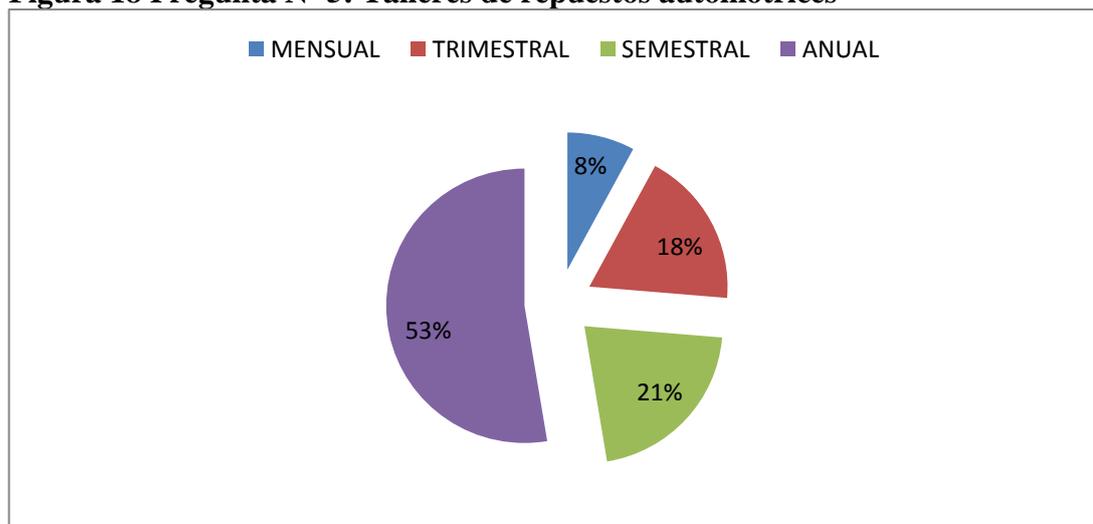
CABLES DE BUJÍAS

Tabla 12 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	30	70	80	200	1000
PORCENTAJE	8%	18%	21%	53%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 18 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda anual es de 1.000 al año, el 53% prefiere realizar compras al año, el 21% semestralmente, el 18% trimestral y el 8% mensualmente.

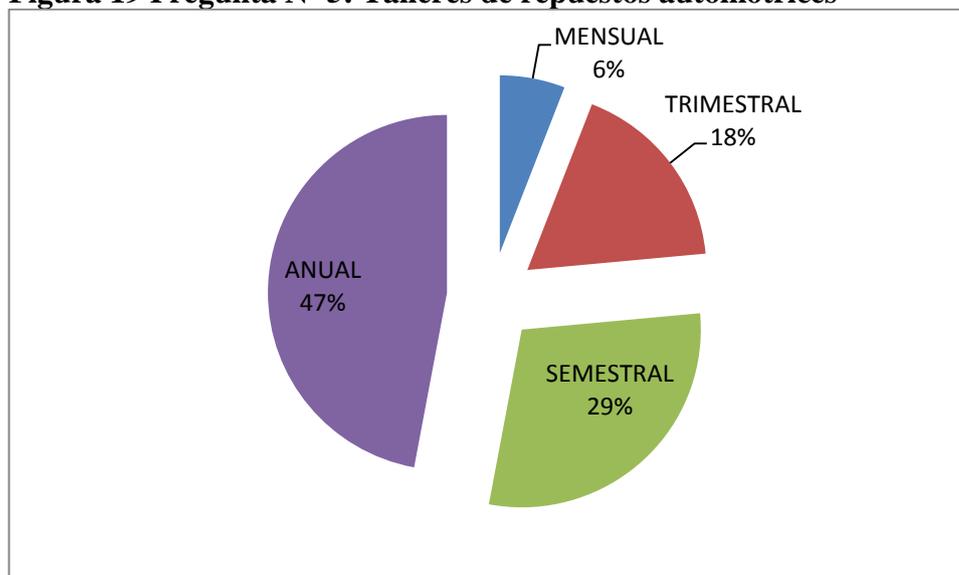
FILTRO DE AIRE

Tabla 13 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	50	150	250	400	2100
PORCENTAJE	6%	18%	29%	47%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 19 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Según los datos la demanda por año es de 2.100 al año, la mayor adquisición la realizan anualmente en un 47%, en un 29% semestralmente, en un 18% trimestral y en un 6% mensual.

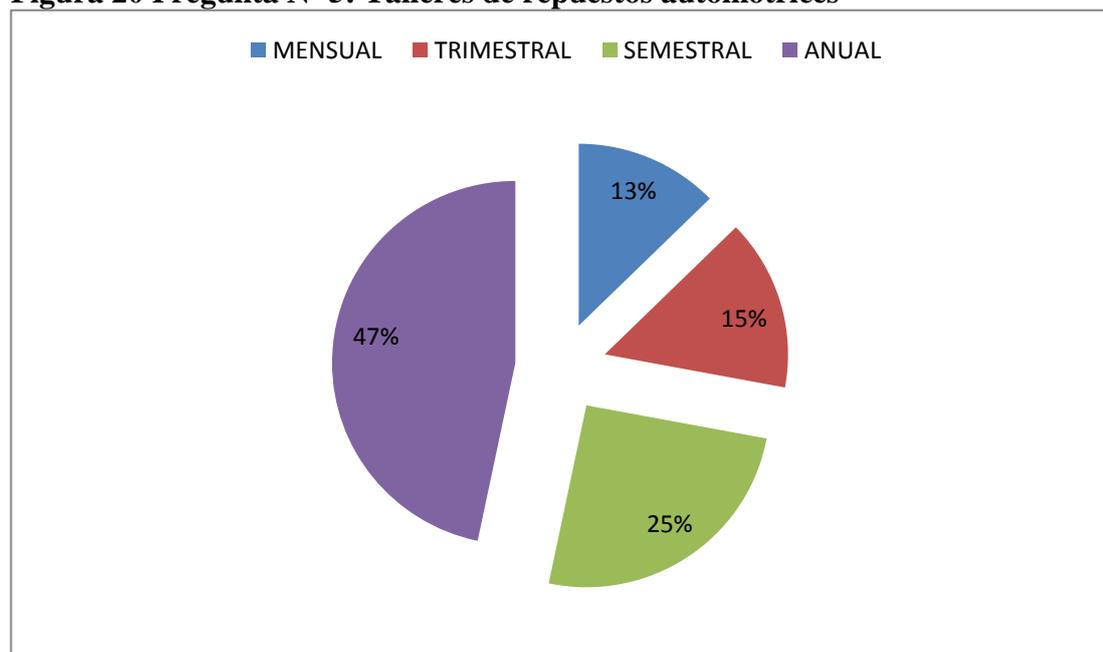
FILTRO DE GASOLINA

Tabla 14 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	1750	2100	3500	6440	42840
PORCENTAJE	13%	15%	25%	47%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 20 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Una vez recopilado la información tuvimos que se adquieren 42840 filtros de gasolina en las 45 talleres mecánicas en un 47% se adquiere anualmente, en un 25% semestral, en un 15% trimestral y en un 13% mensual.

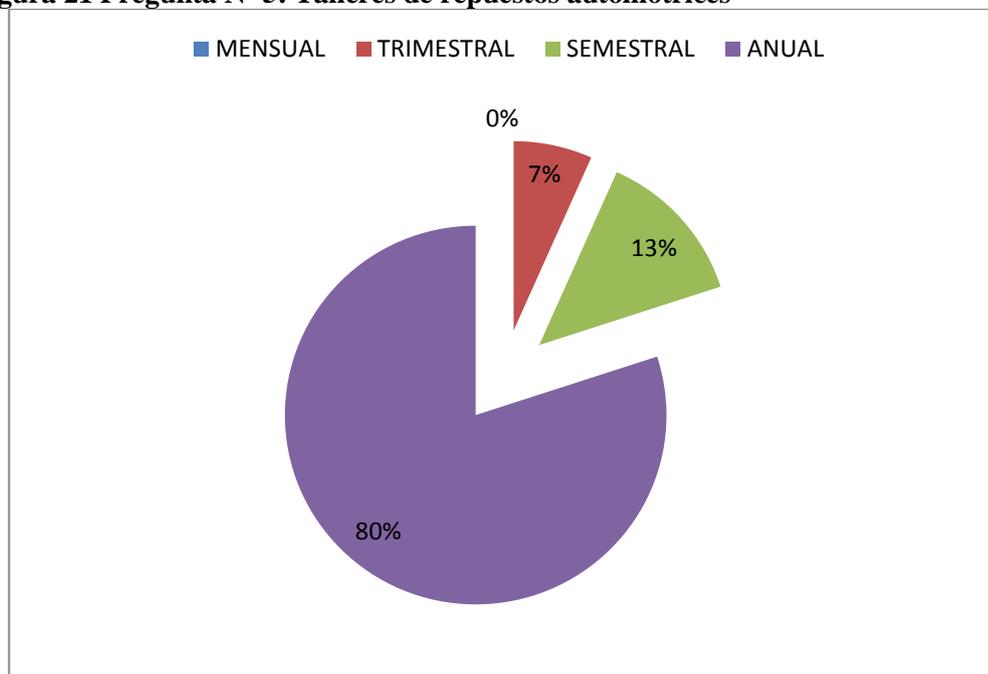
MESAS DE LAS LLANTAS

Tabla 15 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	0	50	100	600	1000
PORCENTAJE	0%	7%	13%	80%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 21 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Una vez recopilado la información se determinó que existe una demanda de 1.000 Mesas de las llantas, se adquieren en un 80% anualmente, el 13% semestralmente, el 7% trimestralmente, en un 0% mensualmente.

PASTILLAS DE FRENO

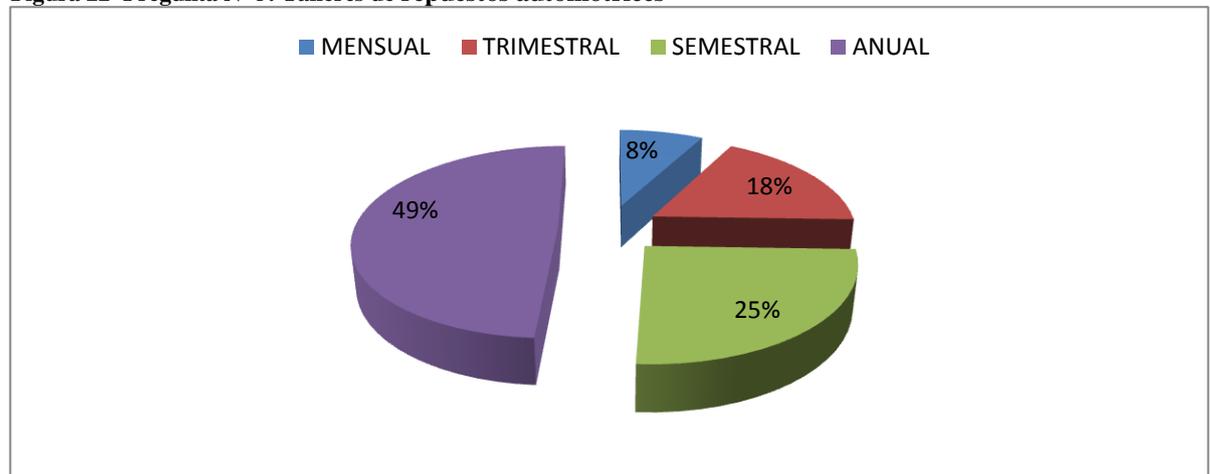
Tabla 16 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	1400	3150	4550	8750	47250
PORCENTAJE	8%	18%	25%	49%	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 22 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda anual es de 47250 las adquisiciones la realizan en su mayoría anualmente en un 49%, en un 25% semestral, en un 18% trimestral y en un 8% mensual.

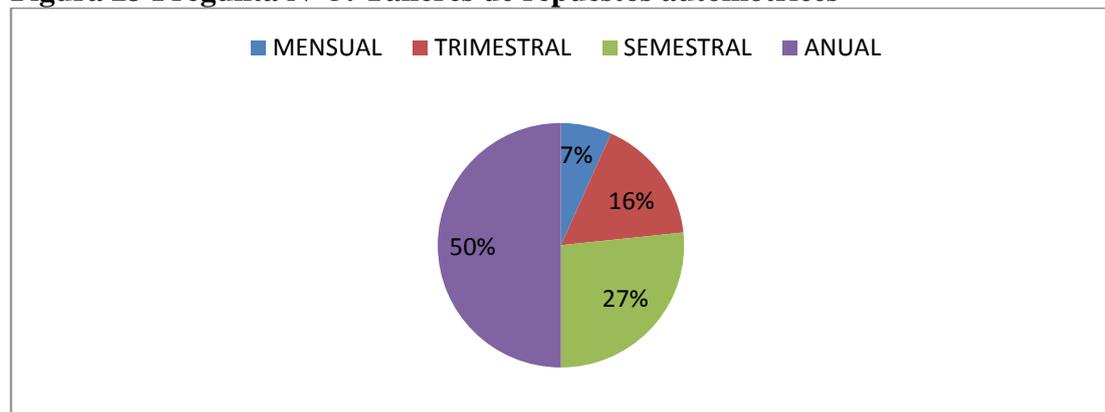
RADIADOR

Tabla 17 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	20	50	80	150	750
PORCENTAJE	7%	17%	27%	50%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 23 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda anual es de 750, las adquisiciones la realizan en un 50% anualmente, en un 27% semestralmente, un 16% trimestralmente y en un 7% lo realizan mensualmente.

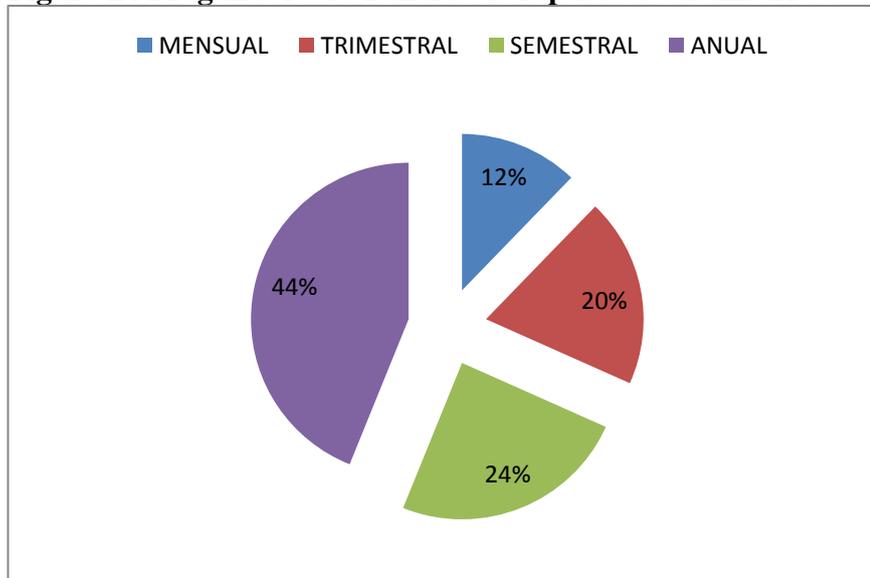
RULIMAN DE LA MESA DELANTERA

Tabla 18 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	50	80	100	180	1300
PORCENTAJE	12%	20%	24%	44%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 24 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda anual es de 800, las adquisiciones la realizan mayormente anual en un 44%, un 24% semestralmente, un 20% trimestral y un 12% mensual.

TAPA DEL RADIADOR

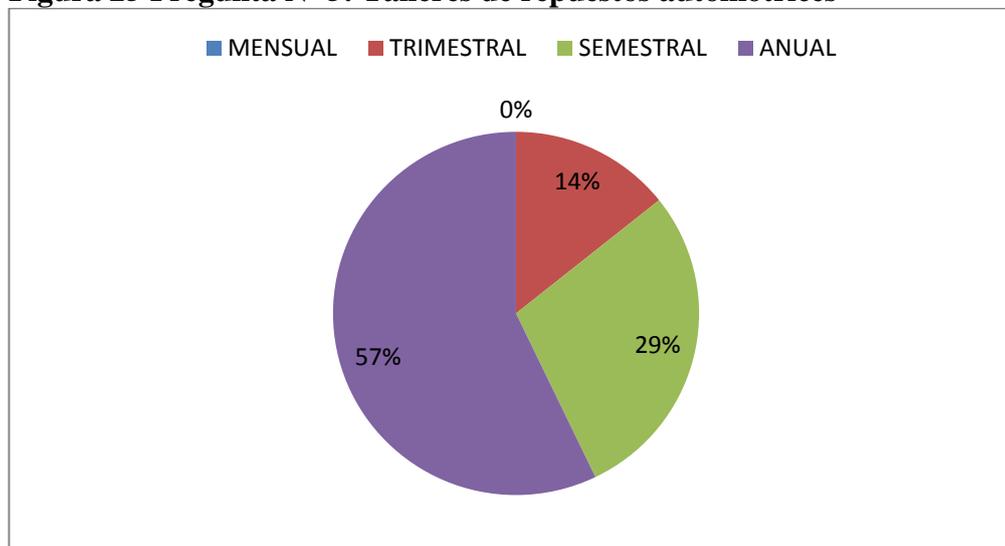
Tabla 19 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	0	10	20	40	120
PORCENTAJE	0%	14%	29%	57%	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 25 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda anual es de 120, las adquisiciones en su mayoría lo realizan anualmente en un 57%, un 29% realizan semestralmente, en un 14% se realizan trimestralmente y en 0% se realizan mensualmente.

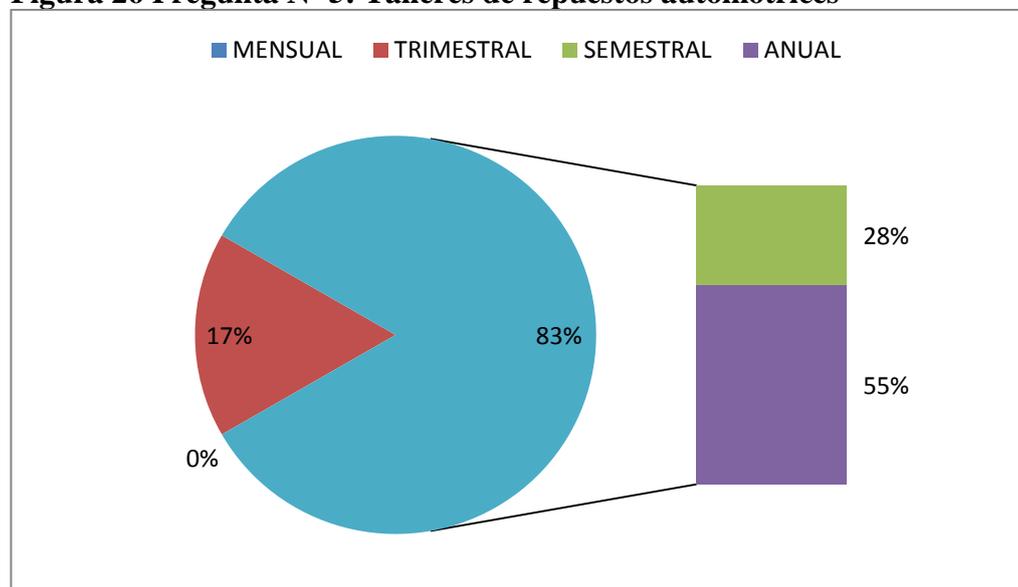
VENTILADOR

Tabla 20 Pregunta N° 5, Talleres de repuestos automotrices

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD	0	3	5	10	32
PORCENTAJE	0%	17%	28%	56%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 26 Pregunta N° 5: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

La demanda anual es de 32, las adquisiciones la realizan anualmente en un 56%, el 28% semestral, en un 17% trimestral y en un 0% mensual.

Los repuestos más adquiridos por los talleres automotrices para la venta son las Pastillas de Freno, Filtro de gasolina y Bujías en su mayoría las adquisiciones se realizan anualmente.

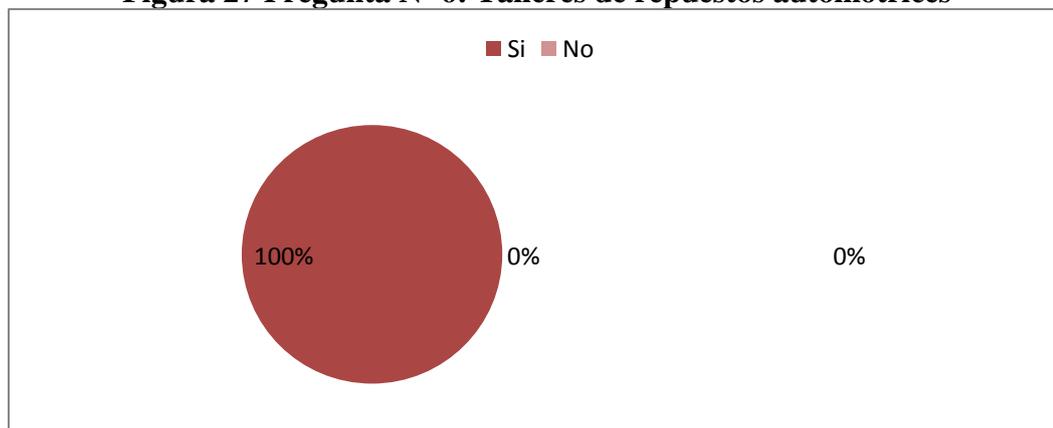
6. Si se presentara un nuevo proveedor de repuestos automotrices ¿lo aceptara?

Tabla 21 Pregunta N° 6, Talleres de repuestos automotrices

Beneficios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	45	100%	100%
No	0	0%	100%
Total	45	100%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 27 Pregunta N° 6: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 45 talleres automotores que comercializan repuestos, se ha determinado que: en un 100% de los talleres están de acuerdo con un nuevo proveedor de repuestos automotrices, y ahí un 0% que no están de acuerdo.

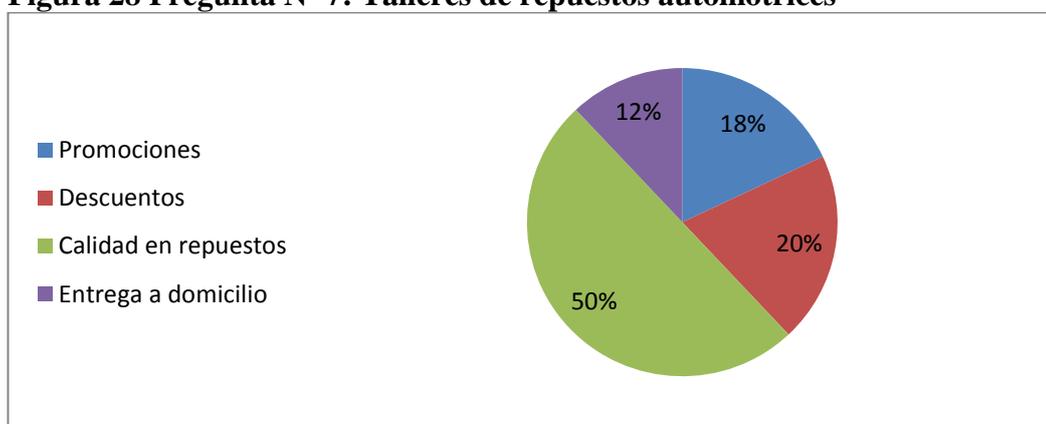
7. En caso de implementarse la comercializadora de repuestos automotrices para realizar alianzas comerciales. ¿Qué beneficios le gustaría recibir?

Tabla 22 Pregunta N° 7, Talleres de repuestos automotrices

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
PROMOCIONES	9	20%	20%
DESCUENTOS	10	22%	42%
CALIDAD EN REPUESTOS	20	44%	87%
ENTREGA A DOMICILIO	6	13%	100%
TOTAL	45	100%	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 28 Pregunta N° 7: Talleres de repuestos automotrices



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

Después de haber realizado las encuestas a los propietarios de los 45 talleres automotores, se ha determinado que: en un 50% quieren recibir calidad en repuestos automotrices, en un 20% optan por recibir descuentos, un 18% se inclinan por promociones y finalmente un 12% deciden por una entrega a domicilio.

Conclusión de la encuesta:

La realización de estas encuestas ha permitido aclarar dudas existentes sobre el mercado al que se va a atender. Después de realizar las encuestas a los propietarios de los 50 talleres automotrices, se ha determinado que:

En un 100% hay una aceptabilidad para implementar una empresa proveedora de repuestos alterno de origen Japonés y Taiwán en el sector noroccidente D.M de Quito para los talleres automotrices. Los talleres sugieren a sus clientes el lugar adecuado para adquirir los repuestos automotrices. El 56% de talleres proporcionan repuestos automotrices a los clientes, en un 20% a veces, en un 14% rara vez y un 10% nunca lo realizan. Se adquieren mayormente pastillas de freno en un 27%, un 18% corresponde al filtro de gasolina, el 16% comprende a las bujías, 11% filtro de aire, en un 9% bomba de gasolina, el 7% corresponde a mesas de llantas, el 4% Ruliman de mesa delantera, el 2% cables de bujías, el 2% tapa del radiador, en un 2% al radiador, en un 2% el ventilador. Los repuestos más adquiridos por los talleres automotrices para su venta son las Pastillas de Freno, Filtro de gasolina y Bujías en su mayoría las adquisiciones se realizan anualmente, razón por la cual estos repuestos será a los productos que ofertara para cubrir la demanda alta. Los propietarios de los 45 talleres automotores que comercializan repuestos, se ha determinado que: en un 100% de los talleres están de acuerdo con un nuevo proveedor de repuestos automotrices, y ahí un 0% que no están de acuerdo. Además estos propietarios de talleres quieren recibir en un 50% calidad en repuestos automotrices, en un 20% optan por recibir descuentos, un 18% se inclinan por promociones y finalmente un 12% deciden por una entrega a domicilio.

3.2 Oferta

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera.

Para establecer la oferta de los productos se inició una investigación que permitió establecer las ventas anuales de Pastillas de Freno, Filtro de Gasolina y Bujías.

Tabla 23 Ventas Anuales de repuestos automotrices Chevrolet 2014 de Origen Japonés y Taiwanés

EMPRESA	VENTAS ANUALES (Unidades)		
	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS
Blanca Troya Albuja distribuidor de repuestos automotrices	1800	1428	1025
Distribuidora B.R.M importadores directos	1600	1226	1000
Ruliautos importadora de rulimanes, retenedores	1400	1026	935
TOTALES	4.800	3.680	2.960

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Yazuma, Ángel

3.2.1 Oferta Histórica

El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto.

Para realizar la proyección de la oferta histórica se utilizó la siguiente fórmula:

$$VF = VA(1 + i)^n$$

$$\frac{VF}{(1 + i)^n} = VA$$

Dónde:

VF= Valor Futuro

VA= Valor Actual

i=La Tasa (Tabla N°30)

n=periodo de tiempo

Tabla 24 Inflación Promedio

AÑO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	PROMEDIO
INFLACIÓN	7.01%	5,31%	4.33%	5,41%	5.14%	3,82%	3,75%	4,97%

Fuente: Ecuador en Cifras
Elaboración: Yazuma, Ángel

Se tomara como valores futuros a las promedios de cada producto para determinar el valor actual hace un año con una tasa de inflación que está en el mercado de 4.97%.

Tabla 25 Oferta Histórica Productos (Unidades)

AÑO	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS
2014	4.800	3.680	2.960
2013	4572	3.505	2.819
2012	4352	3.339	2.686
2011	4.149	3181	2559
2010	3.953	3031	2437

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.2.2 Oferta Actual

Analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta.

Realizando un promedio de la oferta por cada producto llegamos a tener la oferta actual de cada uno de los productos por cada año.

Tabla 26 Oferta Actual productos 2014

REPUESTO	UNIDADES
PASTILLAS DE FRENO	4.800
FILTRO GASOLINA	3.680
BUJÍAS	2.960

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.2.3 Oferta Proyectada

El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto.

Para realizar la proyección de la oferta se utilizó la siguiente fórmula:

$$VF = VA(1 + i)^n$$

Dónde:

VF= Valor Futuro

VA= Valor Actual

i=La Tasa (TABLA N°30)

n=periodo de tiempo

Tabla 27 Oferta Proyectada

AÑO	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS	TOTAL
2015	4.800	3.680	2.960	11.440
2016	5.039	3.863	3.107	12.009
2017	5.289	4.055	3.262	12.605
2018	5.552	4.256	3.424	13.232
2019	5.828	4.468	3.594	13.890
2020	6.117	4.690	3.772	14.580

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.3 Productos Sustitutos

Son aquellos productos similares, tanto en su utilidad de uso como en la necesidad que satisfacen del consumidor.

Tabla 28 Ventas Anuales de repuestos automotrices Otras Marcas

VENTAS ANUALES (Unidades)			
EMPRESA	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS
Blanca Troya Albuja distribuidor de repuestos automotrices	1.800	1200	1400
Distribuidora B.R.M importadores directos	1766	1000	1000
Ruliautos importadora de rulimanes, retenedores	1734	1400	720
TOTAL	5.300	3.600	3.120

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.3.1 Oferta Histórica

El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su

comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto.

De igual manera que la oferta histórica de productos se calculara con la fórmula de VA.

$$\frac{VF}{(1+i)^n} = VA$$

Tabla 29 Oferta Histórica

AÑO	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS
2014	5300	3600	3120
2013	5049	3.429	2.972
2012	4810	3.267	2.831
2011	4.582	3112	2697
2010	4.365	2965	2569

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.3.2 Oferta Actual

Analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta.

Realizando un promedio de la oferta por cada producto llegamos a tener la oferta actual de cada uno de los productos en su totalidad por el año.

Tabla 30 Oferta Actual productos 2014

REPUESTO	UNIDADES
PASTILLAS DE FRENO	5.300
FILTRO GASOLINA	3.600
BUJÍAS	3.120

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.3.3 Oferta Proyectada

El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto.

Para realizar la proyección de la oferta se utilizó la siguiente fórmula:

$$VF = VA(1 + i)^n$$

Dónde:

VF= Valor Futuro

VA= Valor Actual

i=La Tasa (Inflación Tabla N ° 30)

n=periodo de tiempo

Tabla 31 Proyección de la oferta

REPUESTO	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS
2015	5.300	3.600	3.120
2016	5563	3779	3275
2017	5.840	3.967	3.438
2018	6130	4164	3.609
2019	6435	4371	3788
2020	6755	4588	3976

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.4 Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos. Además está condicionada por los recursos disponibles del consumidor o usuario, precio del producto, gustos y preferencias de los clientes, estímulos de marketing recibidos,

área refigura y disponibilidad de productos por parte de la competencia, entre otros factores. (guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos , 2014)

La demanda de los productos del estudio se tomara de la pregunta número 5 de los talleres en la que indica el número de repuestos automotrices.

Tabla 32 Demanda de repuestos

PRODUCTO	UNIDADES
Pastillas de freno	47.250
Filtro de gasolina	42.840
Bujías	40.600

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.4.1 Demanda Histórica

La determinación del comportamiento histórico de la demanda, permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados. Para realizar la proyección de la demanda histórica se utilizó la siguiente fórmula:

$$VF = VA(1 + i)^n$$

$$\frac{VF}{(1 + i)^n} = VA$$

Tabla 33 Demanda Histórica

AÑO	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS
2014	47.250	42.840	40.600
2013	45.013	40.812	38.678
2012	42.882	38.879	36.846
2011	40.851	37.039	35.102

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.4.2 Demanda Proyectada

La proyección de la demanda, es el procedimiento más importante para tomar decisiones en todo tipo de proyecto, ya que, lo que se trata de predecir son las posibles cantidades que los consumidores estarán dispuestos a adquirir del bien o servicio proyectado.

Para la determinación de la demanda proyectada se utilizara la siguiente formula:

$$VF = VA(1 + i)^n$$

Dónde:

VF= Valor Futuro

VA= Valor Actual

i=La Tasa (TABLA N°30)

n=periodo de tiempo

Tabla 34 Proyección de la Demanda

REPUESTO	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO GASOLINA	BUJÍAS
2.015	47.250	42.840	40.600
2.016	49.598	44.969	42.618
2.017	52.063	47.204	44.736
2.018	54.651	49.550	46.959
2.019	57.367	52.013	49.293
2.020	60.218	54.598	51.743

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.5 Balance Oferta-Demanda

Tabla 35 Balance Oferta-Demanda

REPUESTOS	DEMANDA INSATISFECHA		
	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Pastillas de freno	47.250	4.800	42.450
Filtro de gasolina	42.840	3.680	39.160
Bujías	40.600	2.960	37.640

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.5.1 Balance Actual

Tabla 36 Balance Actual

REPUESTO	DEMANDA INSATISFECHA		
	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
PASTILLAS DE FRENO	47.250	4.800	42.450
FILTRO GASOLINA	42.840	3.680	39.160
BUJÍAS	40.600	2.960	37.640

Elaboración: Yazuma, Ángel

3.5.2 Balance Proyectado

Tabla 37 Balance Proyectado

DEMANDA INSATISFECHA											DEMANDA CAUTIVA 20%		
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA			OFERTA PROYECTADA			DEMANDA INSATISFECHA						
	P	F	B	P	F	B	P	F	B	P	F	B	
2.015	47.250	42.840	40.600	4.800	3.680	2.960	42.450	39.160	37.640	8.490	7.832	7.528	
2.016	49.598	44.969	42.618	5.039	3.863	3.107	44.559	41.106	39.511	8.912	8.221	7.902	
2.017	52.063	47.204	44.736	5.289	4.055	3.262	46.774	43.149	41.474	9.355	8.630	8.295	
2.018	54.651	49.550	46.959	5.552	4.256	3.424	49.099	45.294	43.535	9.820	9.059	8.707	
2.019	57.367	52.013	49.293	5.828	4.468	3.594	51.539	47.545	45.699	10.308	9.509	9.140	
2.020	60.218	54.598	51.743	6.117	4.690	3.772	54.101	49.908	47.971	10.820	9.982	9.594	

Elaboración: Yazuma, Ángel

Capítulo IV: Estudio técnico

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (**Elbar & Margot, 2010**)

4.1 Tamaño Del Proyecto

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos.

La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo y por último la capacidad máxima que se refiere a la mayor

producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción. (TANIA, 2008)

Al existe una demanda insatisfecha en la comercializaciones de repuesto automotrices enfocando en la marca Chevrolet en el noroccidente de Quito se toma la decisión de implantar una empresa comercializadora de repuestos.

4.1.1 Capacidad instalada

Se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que se puede proveer. (Mejia , 2013)

Los productos serán atendidos por dos vendedores directamente con la ayuda de los controladores; la Contadora, mensajero y el Administrador dentro de la infraestructura. La cual suma 160 m^2 cuadrados en la cual ofrece parqueadero, una sala de espera, un baño y bodega para tener todos sus productos en su lugar.

Tabla 38 Capacidad Instalada

REPUESTOS AUTOMOTRICES											
PERÍODO	ANUAL					MENSUAL					
	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO DE GASOLINA	BUJÍAS	TOTAL	PASTILLAS DE FRENO	FILTRO DE GASOLINA	BUJÍAS	TOTAL	VENDEDOR 1	VENDEDOR 2	MENSAJERO
2.015	8912	8221	7.902	25035	743	685	659	2086	1043	1043	2086
2.016	9355	8630	8.295	26279	780	719	691	2190	1095	1095	2190
2.017	9820	9059	8.707	27586	818	755	726	2299	1149	1149	2299
2.018	10308	9509	9.140	28957	859	792	762	2413	1207	1207	2413
2.019	10820	9982	9.594	30396	902	832	800	2533	1267	1267	2533
CAPACIDAD INSTALADA	49215	45400	43.638	138253	4101	3783	3637	11521	5761	5761	11521

Elaboración: Yazuma, Ángel

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

4.1.2 Capacidad optima

Se refiere a la disponibilidad necesaria para atender determinados consumidores.

Su magnitud es una función directa de la cantidad de personas que puede atender.

(EUMED.NET ENCICLOPEDIA VIRTUAL , 2010)

Tabla 39 Capacidad Optima

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDAS	CANTIDAD POR UNIDAD	PERSONAS
Arias Administrativa	m^2	9	36
Aria Contable	m^2	8	32
Arias de Ventas	m^2	40	160
Perchas	m^2	20	80
Bodega	m^2	50	200
Baño	m^2	3	12
Parqueadero	m^2	30	120
Total		160	640

Elaborado: Yazuma, Ángel

4.2 Localización.

Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

En la decisión de la ubicación se considerarán los aspectos siguientes:

1. Facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, etc.
2. Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.
3. Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.

4. Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.

5. Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

(Santos, 2008)

4.2.1 Macro localización

Consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio.

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto.

Tiene el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir cubriendo las exigencias o requerimientos contribuyendo a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

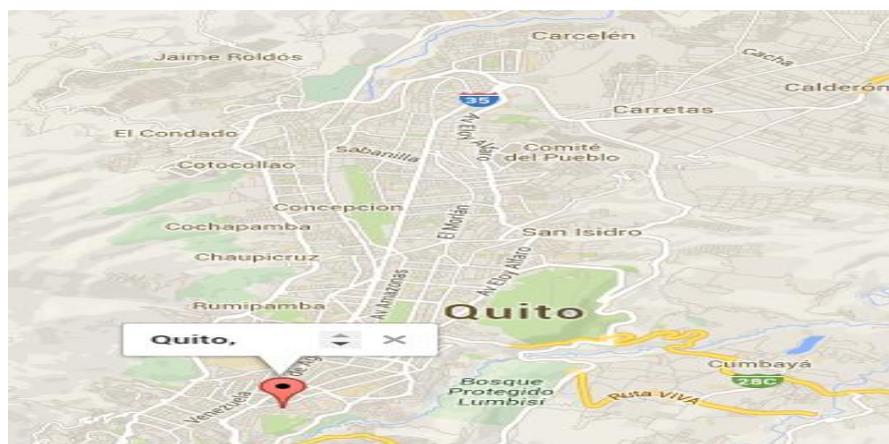
En la macro localización se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Facilidades y costos del transporte.
- Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos,
- materias primas,
- energía eléctrica,
- combustibles,
- agua, etc.

- Localización del mercado.
- Disponibilidad,
- Características topo Figuras y costo de los terrenos.
- Facilidades de distribución.
- Comunicaciones
- Condiciones de vida
- Leyes y reglamentos,
- Clima,
- Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente,
- Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo,
- Actitud de la comunidad,
- Zonas francas,
- Condiciones sociales y culturales. **(Carlos, Macro localizacion, 2013)**

Mapa de macro localización en donde se ubicara el proyecto:

Figura 299 Macrolización



Elaborado: Yazuma, Ángel
Fuente: Investigación Directa

4.2.2 Micro localización

Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

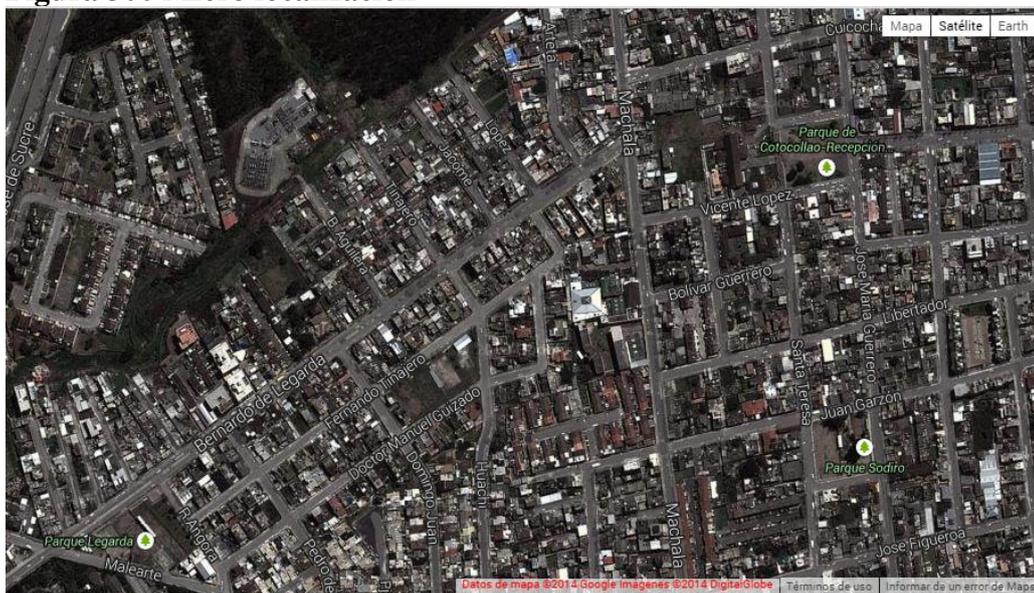
Tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario.

Para el micro localización hay que tomar en cuenta:

- Localización urbana, o suburbana o rural,
- Transporte del personal,
- Policía y bomberos,
- Costo de los terrenos,
- Cercanía a carreteras,
- Disponibilidad de vías resistentes,
- Cercanía al centro de la ciudad,
- Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico),
- Tipo de drenajes,
- Condiciones de las vías urbanas y de las carreteras,
- Disponibilidad de restaurantes,
- Recolección de basuras y residuos, Restricciones locales,

- Impuestos,
- Tamaño del sitio,
- Forma del sitio,
- Características topo Figuras del sitio,
- Condiciones del suelo en el sitio. (Carlos, Micro localización, 2013)

Figura 300 Micro localización



Elaborado: Yazuma, Ángel
Fuente: Investigación Directa

4.2.3 Localización optima

La mejor opción de la localización es por tener la mayor calificación ponderada de acuerdo con los aspectos que se han tomado en cuenta, esta ubicación

corresponde al sector de Cotocollao en las calles Bernardo de Legarda y huachi.

Este lugar idóneo pues se encuentra cerca de la avenida, Mariscal Sucre y el parque de Cotocollao y talleres mecánicas.

En cuanto a la línea de transporte se puede decir que hay línea de buses y además se cuenta con líneas de taxis 24 horas.

Este sector cuenta con todos los servicios básicos como son la luz, agua, teléfono, además a unas cuadras se encuentra la vigilancia policial y un centro de salud.

Este local está ubicado en un terreno seguro sin ningún riesgo de deslaves o contaminación del suelo que a lo largo del tiempo puede afectar las actividades normales de la empresa.

4.3 Ingeniería Del Producto

La ingeniería del producto se centra en aspectos de compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos, que permitan la operación de la empresa para elaborar productos o prestación de servicios. **(MENESES, SAMUEL, 2004)**

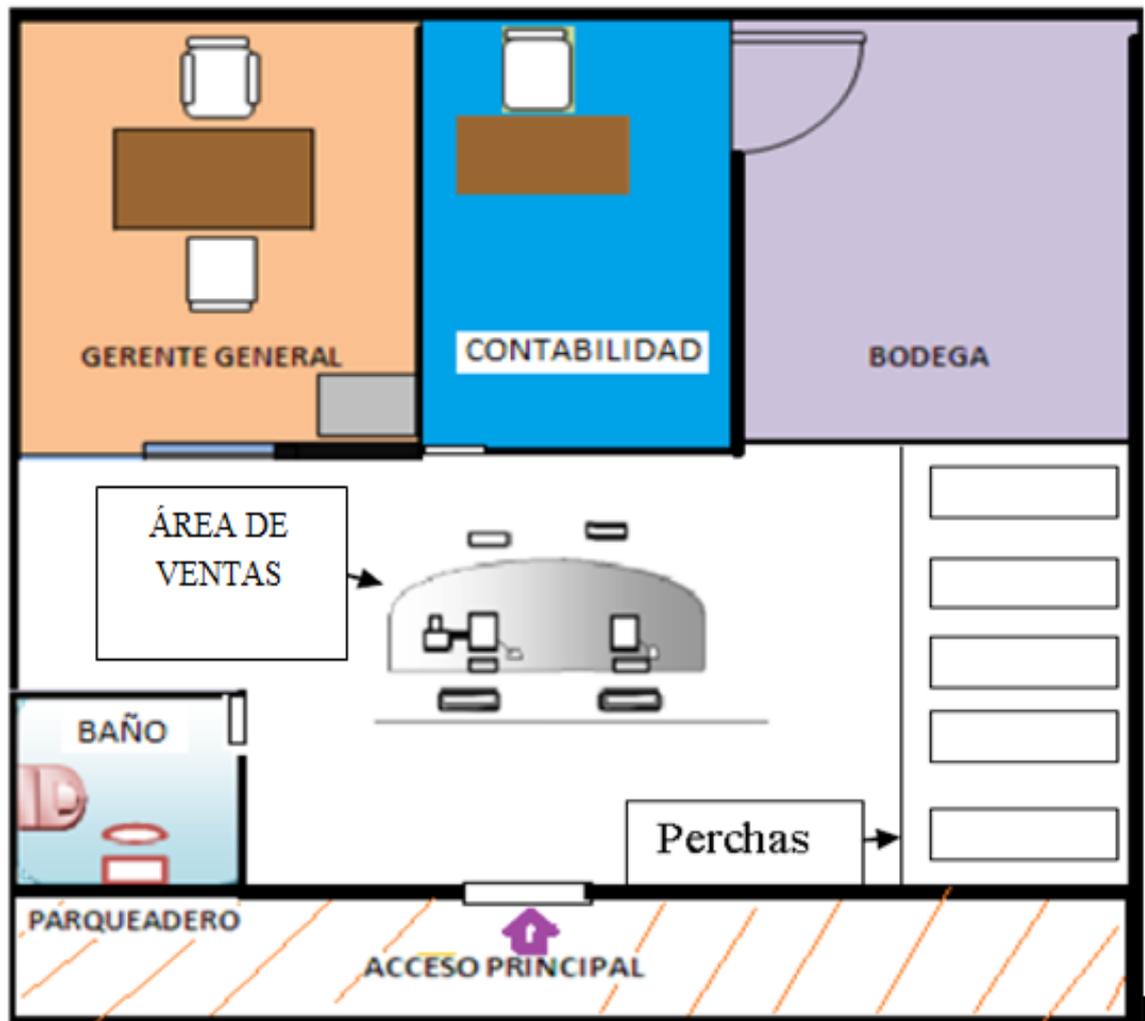
4.3.1 Definición de ByS

Los bienes y servicios representan un término importante en los principios de la economía. Los bienes son cosas tangibles que pueden consumirse, como por ejemplo la ropa y los alimentos. Los servicios son acciones que las personas realizan, como un corte de cabello o un servicio de limpieza. **(Richards, 2013)**

4.3.2 Distribución de planta

La infraestructura de la empresa a implementarse es de gran importancia pues la distribución del espacio físico ayudara al normal funcionamiento de las actividades de la empresa. Para este caso no hay planta productora de productos pero cuenta con una distribución por área de trabajo.

Figura 311 Distribución de la comercializadora

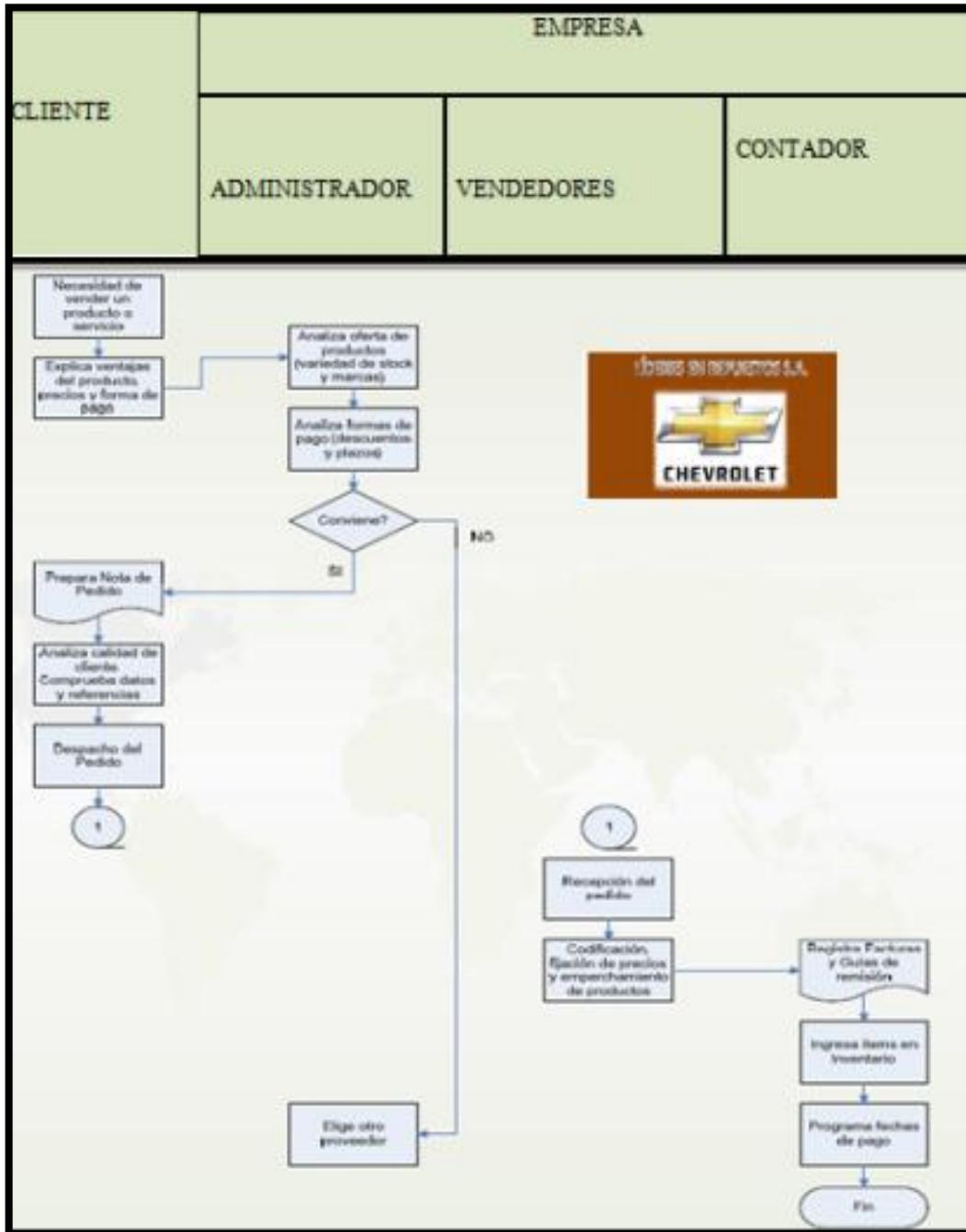


Elaborado Por: Ángel Yazuma

4.3.3 Proceso Productivo

Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.

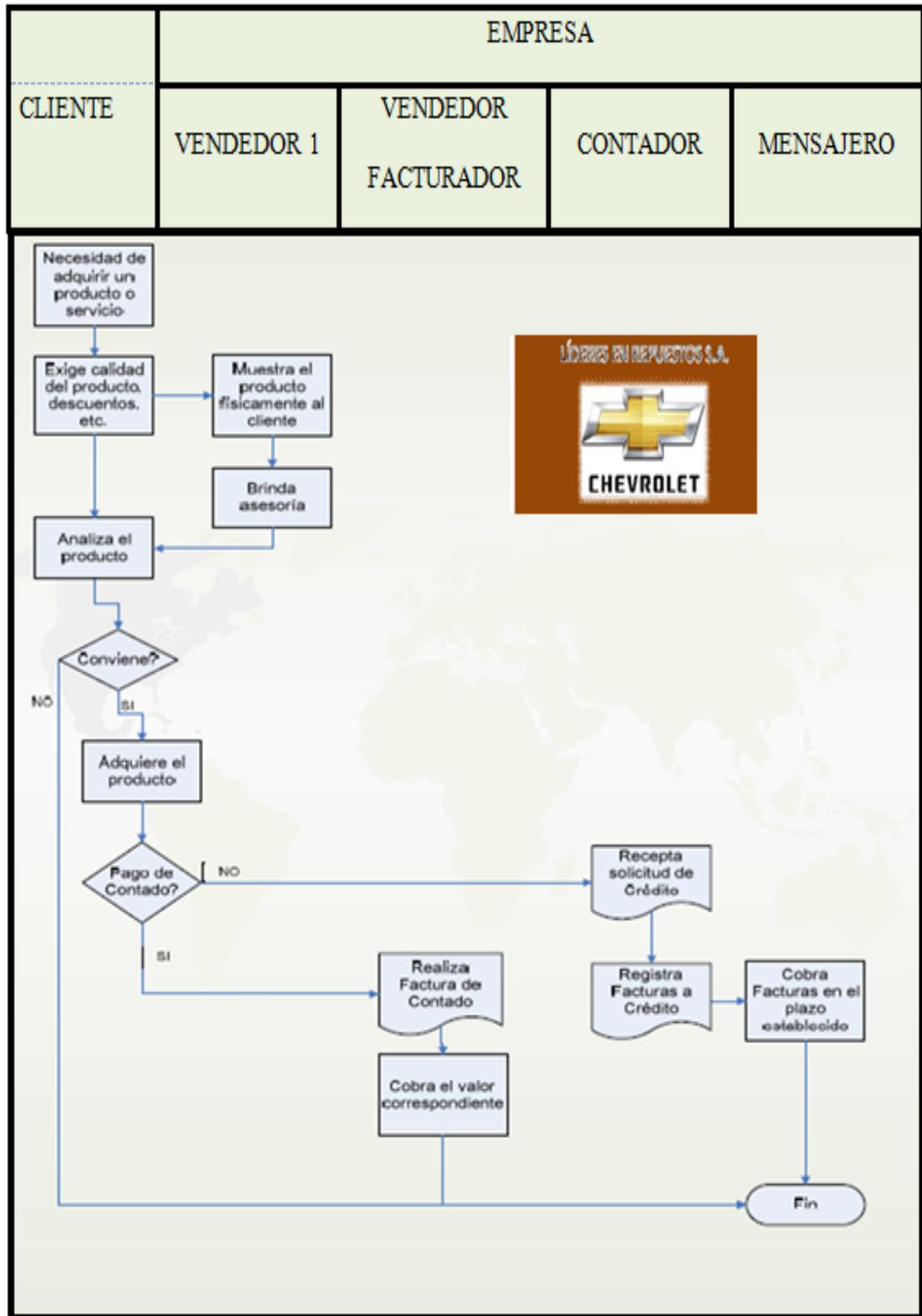
Figura 322 Proceso de Compra



Elaboración: Yazuma, Ángel

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Figura 333 Proceso de Ventas



Elaboración: Yazuma, Ángel

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

3.3.4 Maquinaria

Conjunto de máquinas que funcionan para producir un producto mediante un proceso continúa. (ZAPATA, PEDRO, 2007)

Para nuestro caso la empresa a implementarse se dedica a la compra y venta de repuestos automotrices no aplica para esta sección.

4.3.5 Equipos

La tecnología a través del tiempo ha ido evolucionando, razón por la cual es necesario la adquisición de equipos de computación y sistemas operativos que permitan mantener un adecuado control de inventarios.

4.3.5.1 Muebles Y Enseres

Mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas, archivos, etc., usadas en las diversas oficinas de la empresa.

Tabla 40 Requerimientos De Muebles Y Enseres

Cantidad	Descripción	Costo U.	Costo Total
2	Mesas de computadoras	50,00	100,00
2	Vitrinas (2m * 1m)	205,00	410,00
2	Mostradores (2,5m * 1m)	145,00	290,00
1	Archivadores 4 gavetas	95,00	95,00
2	Escritorios gerenciales	210,00	420,00
1	Sillón gerencial	140,00	140,00
4	Sillas tipo secretaría	45,00	180,00
2	Sillón 3 puestos	135,00	270,00
4	Sillas para clientes	28,00	112,00
9	Estanterías de metal	75,00	675,00
	Total	1.128,00	2.692,00

Fuente: MUEBLE FINO S.A.

Elaboración: Yazuma, Ángel

4.3.5.2 Vehículo

Tabla 41 Requerimiento De Vehículos

Cantidad	Descripción	Costo U.	Costo Total
1	Moto	2.000,00	2.000,00

Fuente: La Ganga S.A.

Elaboración: Yazuma, Ángel

4.3.5.3 Equipo De Computación

Tabla 42 Requerimiento Equipo de computación

Cantidad	Descripción	Costo U.	Costo Total
4	Computadoras	900,00	3.600,00
1	Impresora EPSON	99,00	99,00
2	Impresora de tinta continua	120,00	240,00
	Total	1.119,00	3.939,00

Fuente: ARTEFACTA S.A

Elaboración: Yazuma, Ángel

4.3.5.4 Equipo De Oficina

Tabla 43 Requerimiento Equipo de Oficina

Cantidad	Descripción	Costo U.	Costo Total
4	teléfonos inalámbricos	30,00	120,00
2	Sumadoras	18,00	36,00
	Total	43,00	156,00

Fuente: KIWI S.A.

Elaboración: Yazuma, Ángel

4.3.5.5 Inventario

Tabla 44 Requerimiento de Inventario

Cantidad Anual	Cantidad Mensual	Descripción	Costo U.	Precio Venta U.	Total Anual	Total Mensual
8912	743	Pastillas De Freno	6	16	53.471,19	4455,93
8221	685	Filtro De Gasolina	4	6	32.884,92	2740,41
7902	659	Bujías	7	12	55.315,15	4609,60
				Total	141.671,26	11805,94

Fuente: Distribuidora B.R.M importadores directos

Elaboración: Ángel Yazuma

CAPÍTULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.1.1 ingresos operacionales

Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio.

Los ingresos operacionales se generan por:

-  La venta de bienes no elaborados en la empresa que constituyen el objeto social del ente, (empresas de servicio de comercialización)
-  La venta de un bien elaborado en la empresa que constituye el objeto social del ente, (empresas productoras)
-  La venta de un servicio que constituye el objeto social del ente (empresas de servicios) (**ccea.unicauca.edu.co, 2009**)

 **PRECIO DE VENTA (Tasa de la Tabla N° 51)**

La Formula a utilizar para realizar la proyección de los precios será la siguiente

fórmula:

$$VF = VA(1 + i)^n$$

Dónde:

VF= Valor Futuro

VA= Valor Actual

i=La Tasa de crecimiento del parque automotriz

n=periodo de tiempo

Tabla 45 Ingresos de Pastillas de Freno

PERÍODO	DEMANDA A CUBRIR	costo unitario	costo total
2015	8.490	15,00	127.350,00
2016	8.912	15,75	140.321,77
2017	9.355	16,53	154.617,81
2018	9.820	17,35	170.368,27
2019	10.308	18,21	187.723,46

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 46 Ingresos de Filtro de Gasolina

PERÍODO	DEMANDA A CUBRIR	costo unitario	costo total
2015	7.832	6,00	46992
2016	8.221	6,30	51779
2017	8.630	6,61	57054
2018	9.059	6,94	62866
2019	9.509	7,28	69270

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 47 Ingresos de Bujías

PERÍODO	DEMANDA A CUBRIR	costo unitario	costo total
2015	7.528	10,00	75.280,00
2016	7.902	10,50	82.949,02
2017	8.295	11,02	91.397,76
2018	8.707	11,57	100.708,73
2019	9.140	12,14	110.968,36

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 48 Ingresos Totales

PERÍODO	PASTILLAS DE FRENOS	FILTRO DE GASOLINA	BUJÍAS	TOTAL
2015	127.350,00	46992,00	75280,00	249622,00
2016	140.321,77	51778,95	82949,02	275049,73
2017	154.617,81	57053,66	91397,76	303069,23
2018	170.368,27	62866,46	100708,73	333943,47
2019	187.723,46	69269,98	110968,36	367961,80

Elaboración: Yazuma, Ángel

5.1.2 Ingresos no operacionales

Son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal. (INEC, 2015)

5.2 COSTOS

Es un valor de adquisición o producción de un bien o servicio recuperables en su totalidad. (RIVADENEIRA, Franklin, 2009)

5.2.1 Costo Directo

Es una inversión de dinero que puede identificar directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad de la empresa para la área de producción se encuentra ubicado dentro de la clasificación general de costos por la relación con el artículo terminado dichos costos son la Materia Prima y Mano de Obra Directa también denominado costo primo. (Gómez, Stalyn , 2013)

5.2.2 Costo Indirectos

Es una inversión de dinero de la empresa para la área de producción se encuentra ubicado dentro de la clasificación general de costos por la relación con el artículo terminado como los costos indirectos de fabricación también denominado carga fabril todo lo que no se relaciona con los costos directos. (Gómez, Stalyn , 2013)

5.2.3 Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de

oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal. (**MINISTERIO DE FINANZAS, 2015**)

5.2.3.1 Sueldos

La remuneración regular asignada por el desempeño de un cargo o servicio profesional y tiene beneficios sociales estipulados en el código de trabajo, dichos beneficios son:

- Decimotercera remuneración: Es decir la doceava parte de las remuneraciones que hubieren recibido durante un año calendario, la fecha de pago máximo es hasta el 24 de diciembre de cada año.
- Decimocuarta remuneración: equivale a una remuneración básica mínima unificada que se deberá pagar hasta el 15 de agosto.
- Vacaciones: Equivale a la 24ava parte de lo percibido por el trabajador durante un año calendario tomando en cuenta las horas extraordinarias y complementarias
- Aporte patronal: El aporte patronal es del 12,15%; este pago se lo realiza al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Para la elaboración del presupuesto de la mano de obra se considera un incremento del

20% en el sueldo, a partir de estos valores se puede calcular los demás porcentajes derivados de este.

Tabla 49 Rol de pago Administrativo

**EMPRESA "LÍDERES EN REPUESTOS AUTOMOTRICES"
ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO MENSUAL**

(Cifras en dólares)

N°	Cargo	Sueldo Básico	BENEFICIOS					TOTAL BENEFICIO	Líquido a recibir
			Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Vacaciones		
1	Gerente	600,00	50,00	28,33	-	72,90	-	167,90	751,23
2	Contador	400,00	33,33	28,33	-	48,60	-	131,10	510,27
	TOTAL	1.000,00	83,33	56,67	-	121,50	-	299,00	1.261,50

TOTAL SUELDO

MENSUAL

1.261,50

TOTAL SUELDO ANUAL

15.138,00

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

**EMPRESA "LÍDERES EN REPUESTOS AUTOMOTRICES"
ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO ANUAL**

(Cifras en dólares)

AÑO	SUELDO MENSUAL	SUELDO A.	BENEFICIOS					TOTAL BENEFICIOS	SUELDO MÁS BENEFICIOS
			13.RO	14TO.	VACACIONES	12,15% APORTE IESS	FONDOS DE RESERVA		
2015	1.000,00	12.000,00	1.000,00	680,00	-	1.458,00	-	3.138,00	15.138,00
2016	1.200,00	14.400,00	1.200,00	748,00	600,00	1.749,60	1.200,00	5.497,60	19.897,60
2017	1.440,00	17.280,00	1.440,00	822,80	720,00	2.099,52	1.440,00	6.522,32	23.802,32
2018	1.728,00	20.736,00	1.728,00	905,08	864,00	2.519,42	1.728,00	7.744,50	28.480,50
2019	2.073,60	24.883,20	2.073,60	995,59	1.036,80	3.023,31	2.073,60	9.202,90	34.086,10
2020	2.488,32	29.859,84	2.488,32	1.095,15	1.244,16	3.627,97	2.488,32	10.943,92	40.803,76

Elaborado: Yazuma, Ángel

Tabla 50 Rol de pago Ventas

EMPRESA "LÍDERES EN REPUESTOS AUTOMOTRICES"

ROL DE PAGOS PERSONAL VENTAS MENSUAL

(Cifras en dólares)

N°	Cargo	Sueldo Básico	BENEFICIOS					TOTAL BENEFICIO	Líquido a recibir
			Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Vacaciones		
1	Vendedor	430,00	35,83	28,33	-	52,25	-	116,41	546,41
2	Vendedor	430,00	35,83	28,33	-	52,25	-	116,41	546,41
3	Mensajero	430,00	35,83	28,33	-	52,25	-	116,41	546,41
	TOTAL	1.290,00	107,50	28,33	-	156,74	-	292,57	1.639,24

TOTAL SUELDO

MENSUAL

TOTAL SUELDO ANUAL

1.639,24

19670,82

EMPRESA "LÍDERES EN REPUESTOS AUTOMOTRICES"

ROL DE PAGOS PERSONAL VENTAS ANUAL

(Cifras en dólares)

AÑO	SUELDO MENSUAL	SUELDO A.	BENEFICIOS					TOTAL BENEFICIOS	SUELDO MÁS BENEFICIOS
			13.RO	14TO.	VACACIONES	12,15% APOORTE IESS	FONDOS DE RESERVA		
2015	1.290,00	15.480,00	1.290,00	1.020,00	0,00	1.880,82	0,00	4.190,82	19.670,82
2016	1.548,00	17.028,00	1.419,00	1.122,00	709,50	2.068,90	1.419,00	6.738,40	23.766,40
2017	1.857,60	18.730,80	1.560,90	1.234,20	780,45	2.275,79	1.560,90	7.412,24	26.143,04
2018	2.229,12	20.603,88	1.716,99	1.357,62	858,50	2.503,37	1.716,99	8.153,47	28.757,35
2019	2.674,94	22.664,27	1.888,69	1.493,38	944,34	2.753,71	1.888,69	8.968,81	31.633,08
2020	3.209,93	24.930,69	2.077,56	1.642,72	1.038,78	3.029,08	2.077,56	9.865,69	34.796,39

Elaborado: Yazuma, Ángel

Tabla 51 Servicios Básicos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	7,00	84,00
Agua	6,00	72,00
Teléfono	12,00	144,00
Total	25,00	300,00

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 52 Gasto Constitucional

Cantidad	Descripción	costo unitario	costo total
1	gastos notariales	150,00	150,00
1	honorarios de abogados	110,00	110,00
1	capital suscrito de la compañía	100,00	100,00
1	publicación del extracto de constitución	100,00	100,00
1	registro mercantil	150,00	150,00
1	gastos municipales	120,00	120,00
1	pago en la superintendencia de compañías	70,00	70,00
	total		800,00

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 53 Publicidad

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas Publicitarias De 60 Segundos	25	300
volantes	12,5	150
Total	37,5	450

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 54 Arriendo

Detalle	Cantidad	valor mensual	valor anual
local comercial	1	117,5	1410
TOTAL		117,5	1410

Elaboración: Yazuma, Ángel

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Tabla 55 Suministros de oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
block de facturas	8	20	13,33	160,00
block de preformas	5	20	8,33	100,00
Perforadora	6	3	1,50	18,00
Grapadora	6	4,5	2,25	27,00
resma de hojas	10	4,5	3,75	45,00
etiqueta precios(rollo 1000)	4	8	2,67	32,00
caja de esferos	3	5	1,25	15,00
grapas(caja)	20	0,65	1,08	13,00
Total			34,17	410,00

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 56 Útiles de aseo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
escobas	4	3,5	1,17	14,00
Trapeadores	4	4	1,33	16,00
Recogedor	2	1,7	0,28	3,40
Basureo	2	5	0,83	10,00
fundas de basura (paquetes)	8	1,2	0,80	9,60
Detergente	6	1,7	0,85	10,20
TOTAL			5,27	63,20

Elaboración: Yazuma, Ángel

5.2.4 Costo de Venta

Es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende, También denominado Costes directos en los que se incurre para la producción o prestación de un determinado bien o servicio.

PRECIO DE COSTO

La Formula a utilizar para realizar la proyección de los precios será la siguiente

fórmula:

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

$$VF = VA(1 + i)^n$$

Dónde:

VF= Valor Futuro

VA= Valor Actual

i=La Tasa (Tabla N° 30)

n=periodo de tiempo

Tabla 57 Proyección De Costos De Inventarios De Pastillas De Freno

PERÍODO	DEMANDA A CUBRIR	costo unitario	costo total
2.015	8490	8,00	67.920,00
2.016	8912	8,40	74.838,28
2.017	9355	8,81	82.462,83
2.018	9820	9,25	90.863,08
2.019	10308	9,71	100.119,18

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 58 Proyección De Costos De Inventarios De Filtro De Gasolina

PERÍODO	DEMANDA A CUBRIR	costo unitario	costo total
2015	7832	4,00	31328,00
2016	8221	4,20	34519,30
2017	8630	4,41	38035,78
2018	9059	4,63	41910,98
2019	9509	4,86	46179,99

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 59 Proyección De Costos De Inventarios De Bujías

PERÍODO	DEMANDA A CUBRIR	costo unitario	costo total
2015	7.528	7,00	52696,00
2016	7.902	7,35	58064,31
2017	8.295	7,71	63978,43
2018	8.707	8,10	70496,11
2019	9.140	8,50	77677,85

Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 60 Proyección de Costos de inventarios totales

PERÍODO	PASTILLAS	FILTRO	BUJÍAS	TOTAL
2015	67.920,00	31328,00	52696,00	151944,00
2016	74.838,28	34519,30	58064,31	167421,89
2017	82.462,83	38035,78	63978,43	184477,04
2018	90.863,08	41910,98	70496,11	203270,17
2019	100.119,18	46179,99	77677,85	223977,02

Elaboración: Yazuma, Ángel

5.2.5 Costos Financieros

Son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía. Dichos activos requieren financiamiento, y así existen terceros (acreedores) o propietarios (dueños), que aportan dinero (pasivos y patrimonio neto, respectivamente, según la óptica contable) quienes demandan una compensación por otorgarlo, dado que el dinero tiene un valor en el tiempo. Dicha compensación se llama interés y para la empresa que recibe los fondos representa un costo. **(Elbar & Margot, 2010)**

5.2.6 Costos Fijos y Variables

5.2.6.1 Costos Fijos

Son aquellos costos que permanecen constantes inalterables que no cambien ante cualquier cantidad, ofertan directamente el producto se puede encontrar el punto de equilibrio. **(Gómez, Stalyn, 2013)**

5.2.6.2 Costos Variables

Son aquellos costos que permanecen constantes hasta cierto nivel de producción y/o ventas cuando empieza a variar se puede determinar el margen de contribución.

(Gómez, Stalyn , 2013)

5.3 Inversiones

Representan colocaciones de dinero para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición. Se habla de inversión cuando destinas tu dinero. **(manejatusfinanzas.com, 2010)**

5.3.1 Inversión Fija

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el costo del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado Cabe mencionar que se considera como inversión a todas las compras o adquisiciones que van a formar parte

de la propiedad de la empresa a constituirse en el proyecto que se está estructurando.
(INEC, 2015)

5.3.1.1 Activos Fijos

Corresponde a la adquisición de todos los activos fijos necesarios para realizar las operaciones de la empresa: Muebles y enseres, herramientas, maquinaria y equipo, capacitación para su manejo. Vehículos, terrenos y edificios con su respectiva adecuación. Construcciones e instalaciones. Compra de patentes, marcas, diseños. Bienes tangibles se refiere a todos aquellos utilizados en el proceso de transformación de insumos o apoyos a la operación. Se distinguen:

- Terrenos
- Obras físicas (edificios, oficinas, bodegas, etc.)
- Recursos naturales
- Equipamiento (maquinara, muebles, herramientas, vehículos, etc.)
- Infraestructura de servicios de apoyo (energía, comunicaciones, etc.)

En general todos los activos fijos con excepción de los terrenos están sujetos a la depreciación (pérdida del valor del activo en el tiempo). Esto tiene especial importancia al momento de calcular los impuestos que genera el proyecto como una actividad económica. (spw.cl, 2010)

Tabla 61 Inversión Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	2.692,00
VEHÍCULOS	2.000,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	3.939,00
EQUIPO DE OFICINA	156,00
TOTAL	8.787,00

Elaboración: Yazuma, Ángel

| 5.3.1.2 Activos Nominales (diferido)

Corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Se distinguen:

- Gastos de organización
 - Dirección y coordinación de obras
 - Diseño de sistemas y procedimientos
 - Sistemas de información
 - Legales de constitución jurídica
- Patentes y licencias
 - Derechos de uso de marca
 - Permisos municipales
 - Autorizaciones notariales
- Gastos de la puesta marcha
 - Pruebas preliminares
 - Marcha blanca
 - Capacitación
 - Preparación del personal para la puesta en marcha y la operación
- Imprevistos
 - En general corresponde a un porcentaje de la inversión

Es importante destacar que conceptualmente se define como inversión sólo aquellos gastos que son evitables, es decir aquellos posteriores a la decisión de realización. Por lo tanto el costo del estudio del proyecto no constituye inversión, ya

que es un costo inevitable porque ocurre antes de la toma de decisión de ejecutar un proyecto. (spw.cl, 2010)

5.3.2 Capital de trabajo

Está compuesto por aquellos recursos necesarios para la operación de la empresa, es decir el capital de trabajo debe financiar los requerimientos para la comercialización de los repuestos automotrices. El método de periodo de desfase; permite calcular la cuantía de la inversión en el capital de trabajo que debe financiarse desde el instante que se adquiere los insumos hasta el momento en que se recupera el capital invertido mediante la venta del producto.(EUMED.NET ENCICLOPEDIA VIRTUAL , 2010)

Tabla 62 Capital de Trabajo

CONCEPTO	ANUAL
Activos Fijos	8.787,00
Inventarios	151.944,00
Gastos Administrativos	20.069,00
Gastos de Ventas	20.120,82
Total Inversión Anual	188.920,82
Total mensual	15.725,02
Total Capital de Trabajo a tres meses	47.0000

Elaborado: Yazuma, Ángel

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

En este momento el Sr. YAZUMA CHACHA ÁNGEL RODRIGO es propietario de acciones y derechos en la Compañía "BALCÓN DEL SUR S.A." valuado en el

mercado en 35.000, además cuenta con un vehículo NISSAN CENTRA valuado en 12.000.00 en el mercado, los cuales serán vendidos una vez ejecutado este proyecto.

Tabla 63 Inversión Total del proyecto y su financiamiento

DETALLE	RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO	TOTAL
INVERSIÓN ACTIVO FIJO	8.787,00	-	8.787,00
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	47.0000	-	47.0000
INVERSIÓN TOTAL	55.787,00	-	55.787,00

Elaborado: Yazuma, Ángel

5.3.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de amortización)

Las amortizaciones de financiamiento son reducciones en el valor de los préstamos que conceden las entidades financieras teniendo siempre una rentabilidad con una tasa de interés dependiente cada institución (e-conomic.es, 2014)

5.3.6 Depreciaciones (Tabla de depreciación)

La depreciación, es considerada como la pérdida paulatina de valor de los activos fijos por desgaste u obsolescencia. (Sarmiento, 2010)

El que aplicaremos es el método lineal o también conocido como el método de línea recta, este se basa en la determinación de cuotas proporcionales iguales, fijas o constantes en función de la vida útil estimada, para el presente proyecto hemos tomado el 10% para valor residual de acuerdo a lo estipulado en la ley de Régimen tributario Interno (LORTI) y al valor razonable establecido en las Normas de Internacionales de información Financiera. (PYMESFUTURO., 2013)

Depreciación Muebles Y Enseres

$$DEPRECIACIÓN = \frac{VALOR - VR}{AÑOS}$$

$$DEPRECIACIÓN = \frac{2.692,00 - 0}{10}$$

$$DEPRECIACIÓN = 269,20$$

Tabla 64 Depreciación Muebles Y Enseres

PERÍODO	VALOR ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
1	2.692,00	269,20	2.422,80
2	2.422,80	269,20	2.153,60
3	2.153,60	269,20	1.884,40
4	1.884,40	269,20	1.615,20
5	1.615,20	269,20	1.346,00
6	1.346,00	269,20	1.076,80
7	1.076,80	269,20	807,60
8	807,60	269,20	538,40
9	538,40	269,20	269,20
10	269,20	269,20	-

Elaboración: Yazuma, Ángel

Depreciación Vehículos

$$DEPRECIACIÓN = \frac{VALOR - VR}{AÑOS}$$

$$DEPRECIACIÓN = \frac{2000 - 0}{5}$$

$$DEPRECIACIÓN = 400$$

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Tabla 65 Depreciación Vehículos

PERÍODO	VALOR ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
1	2000	400	1600
2	1600	400	1200
3	1200	400	800
4	800	400	400
5	400	400	0

Elaboración: Yazuma, Ángel

Depreciación Equipo De Computación

$$DEPRECIACIÓN = \frac{VALOR - VR}{AÑOS}$$

$$DEPRECIACIÓN = \frac{3.939,00 - 0}{3}$$

$$DEPRECIACIÓN = 1313$$

Tabla 66 Equipo De Computación

PERÍODO	VALOR ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
1	3.939,00	1313	2.626,00
2	2.626,00	1313	1.313,00
3	1.313,00	1313	0

Elaboración: Yazuma, Ángel

Depreciación Equipo De Oficina

$$DEPRECIACIÓN = \frac{VALOR - VR}{AÑOS}$$

$$DEPRECIACIÓN = \frac{136,00 - 0}{10}$$

$$DEPRECIACIÓN = 1313$$

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Tabla 67 Depreciación De Equipo De Oficina

PERÍODO	VALOR ADQUISICIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
1	156,00	15,60	140,40
2	140,40	15,60	124,80
3	124,80	15,60	109,20
4	109,20	15,60	93,60
5	93,60	15,60	78,00
6	78,00	15,60	62,40
7	62,40	15,60	46,80
8	46,80	15,60	31,20
9	31,20	15,60	15,60
10	15,60	15,60	0,00

Elaboración: Yazuma, Ángel

5.3.7 Estado de Situación Inicial

Tabla 68 Estado de situación Inicial

LÍDERES EN REPUESTOS S.A
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
AL 1 DE ENERO DEL 2015, EN USD

ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
BANCO			47.000,00
ACTIVO NO CORRIENTE			
MUEBLES Y ENSERES	2.692,00		
VEHÍCULOS	2.000,00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	3.939,00		
EQUIPO DE OFICINA	156,00		
TOTAL ACTIVO			55.787,00
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			0,00
PASIVO NO CORRIENTE			
	0,00		0,00
TOTAL PASIVO			0,00
PATRIMONIO			55.787,00
CAPITAL SOCIAL	55.787,00		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			55.787,00

Elaboración: Yazuma, Ángel

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.



Estado de Resultados Projectado (a cinco años)

Tabla 69 Estado de Resultados a cinco años

EMPRESA LIDERES EN REPUESTOS S.A.															
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES															
PROYECTADO PARA 5 AÑOS															
	2016			2017			2018			2019			2020		
	COSTOS	COSTOS	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS	INGRESOS	COSTOS	COSTOS	INGRESOS	COSTOS	COSTOS	INGRESOS	COSTOS	COSTOS	INGRESOS
VENTAS			249.622,00			275.049,73			303.069,23			333.943,47			367.961,80
COSTOS			151.944,00			167.421,89			184.477,04			203.270,17			223.977,02
COSTO DE VENTA		151.944,00			167.421,89			184.477,04			203.270,17			223.977,02	
GASTOS															
UTILIDAD BRUTA EN VENTA			97.678,00			107.627,85	118.592,19		118.592,19	130.673,30		130.673,30	143.984,78		143.984,78
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			20.069,00			24.241,92			28.381,29			32.004,59			37.894,11
GASTO SUELDOS	15.138,00			19.897,60			23.802,32				28.480,50			34.086,10	
GASTO DEPRECIACIÓN	1.997,80			1.997,80			1.997,80				684,80			684,80	
Gastos de constitución	800,00														
Servicios Básicos	1.110,00			1.221,00			1.343,10				1.477,41			1.625,15	
Arriendo	550,00			605,00			665,50				732,05			805,26	
Suministro de oficina	410,00			451,00			496,10				545,71			600,28	
Útiles de Aseo	63,20			69,52			76,47				84,12			92,53	
GASTO DE VENTAS			20.120,82			24.261,40			26.687,54			29.356,30			32.291,93
GASTO SUELDO	19.670,82	57.488,18		23.766,40			26.143,04				28.757,35			31.633,08	
Publicidad	450,00			495,00			544,50				598,95			658,85	
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN			57.488,18			59.124,52			63.523,36			69.312,41			73.798,74
15% PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES			8.623,23			8.868,68			9.528,50			10.396,86			11.069,81
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			48.864,95			50.255,85			53.994,85			58.915,55			62.728,93
(-) 23% IMPUESTO A LA RENTA			11.238,94			11.558,84			12.418,82			13.550,58			14.427,65
UTILIDAD PARA LA DISTRIBUCIÓN			37.626,01			38.697,00			41.576,04			45.364,97			48.301,28
RESERVA LEGAL 5%			1.881,30			1.934,85			2.078,80			2.268,25			2.415,06
UTILIDAD (PÉRDIDA) NETA			35.744,71			36.762,15			39.497,24			43.096,72			45.886,21

Elaboración: Yazuma, Ángel

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.



5.3.5 Flujo Caja

Tabla 70 Flujo de Caja

EMPRESA LIDERES EN REPUESTOS S.A.								
FLUJO DE CAJA								
				2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Ventas				249.622,00	275.049,73	303.069,23	333.943,47	367.961,80
(-) Costo de Ventas				151.944,00	167.421,89	184.477,04	203.270,17	223.977,02
(=) Utilidad Bruta en Ventas				97.678,00	107.627,85	118.592,19	130.673,30	143.984,78
(-) Gastos de Administración				20.069,00	24.241,92	28.381,29	32.004,59	37.894,11
(-) Gastos de Ventas				20.120,82	24.261,40	26.687,54	29.356,30	32.291,93
(=) Utilidad Antes de participación				57.488,18	59.124,52	63.523,36	69.312,41	73.798,74
(-) 15% Participación trabajadores				8.623,23	8.868,68	9.528,50	10.396,86	11.069,81
(=) Utilidad antes de impuestos				48.864,95	50.255,85	53.994,85	58.915,55	62.728,93
(-) 23% Impuesto a la renta				11.238,94	11.558,84	12.418,82	13.550,58	14.427,65
(=) Utilidad para la distribución				37.626,01	38.697,00	41.576,04	45.364,97	48.301,28
(-) Reserva Legal 5%				1.881,30	1.934,85	2.078,80	2.268,25	2.415,06
(=) UTILIDAD NETA PARA SOCIOS				35.744,71	36.762,15	39.497,24	43.096,72	45.886,21
(+) Depreciación				1.997,80	1.997,80	1.997,80	684,80	684,80
(-) Inversion Inicial de Activos Fijos			-8.787,00					
(-) Inversion inicial capital de tr			-47.000,00					
(+) Recuperacion de capital de trabajo								47.000,00
(+) Capital de trabajo								
FLUJO DE FONDOS			-55.787,00	37.742,51	38.759,95	41.495,04	43.781,52	93.571,01

Elaboración: Yazuma, Ángel

5.4 Evaluación

Un indicador financiero o índice financiero es una relación entre cifras extractadas de los estados financieros y otros informes contables de una empresa con el propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de la misma. Refleja, en forma numérica, el comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes. (INEC, 2015)

5.4.1 Tasa de descuento O TMAR

Es la tasa utilizada para poder descontar los flujos futuros de efectivo, es decir es una medida para determinar el valor actual de un pago futuro.

Tabla 71 TMAR

DETALLE	TASA
TASA DE INFLACIÓN	4,16%
RIESGO PAÍS	8,16%
PREMIO DE RIESGO	7,53%
TOTAL	19,85%

Elaboración: Yazuma, Ángel

5.4.2 VAN

Es un indicador para la evaluación financiera de proyectos, ya que permite medir a los inversionistas la conveniencia económica del flujo de caja estimado. Este método consiste llevar al valor presente todos los flujos de caja.

Si el valor VAN es mayor a cero, significa que la inversión dejará ganancias por lo tanto el proyecto debería aceptarse. Si es igual a cero, entonces se está en un punto de equilibrio y no se producirá ni pérdida ni ganancias. Si el VAN es menor que cero

eso nos indica que la inversión va a generar pérdidas por lo tanto debe rechazarse el proyecto. (Holm, 2009)

Calculo del VAN, Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n VA_j$$

$$VAN = -55.787,00 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + VA_4 + VA_5$$

Dónde:

I_0 = Inversión Inicial

M = flujos de efectivo de cada periodo

i = TMAR

$$VAN = -55.787,00 + VA_1 + VA_2 + VA_3 + VA_4 + VA_5$$

$$VAN = -55.787,00 + \frac{M}{(1+i)^1} + \frac{M}{(1+i)^2} + \frac{M}{(1+i)^3} + \frac{M}{(1+i)^4} + \frac{M}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -55.787,00 + \frac{67.210,87}{(1+0,1985)^1} + \frac{71.230,83}{(1+0,1985)^2} + \frac{77.273,59}{(1+0,1985)^3} + \frac{83.204,67}{(1+0,1985)^4} + \frac{137.011,80}{(1+0,1985)^5}$$

$$VAN = -55.787,00 + 56.079,16 + 49.589,75 + 44.886,63 + 40.326,96 + 55.407,40$$

$$VAN = 190.502,91$$

El proyecto es rentable por el valor del VAN es positivo.

5.4.3 TIR

Es un indicador para la evaluación financiera de proyectos de inversión, tiene como objetivo calcular la tasa de retorno de una serie de flujos de caja, estos flujos no necesariamente son constantes como en una anualidad, sin embargo deben ocurrir en intervalos de tiempo constante, para esta empresa el flujo de caja está dado en años.

La TIR está definida como, tasa interna de retorno con la cual el VAN es igual a CERO. Se la elabora en la hoja de cálculo Excel mediante la herramienta TIR.

Tabla 72 Flujo Neto De Caja

PERÍODO	INGRESOS	DESEMBOLSOS	FLUJO NETO CAJA
		-55.787,00	-55.787,00
1	249.622,00	211.879,49	37.742,51
2	275.049,73	236.289,78	38.759,95
3	303.069,23	261.574,19	41.495,04
4	333.943,47	290.161,94	43.781,52
5	367.961,80	321.390,79	93.571,01

Elaboración: Yazuma, Ángel

TIR= 70%

El proyecto es rentable por el valor del VAN es positivo.

5.4.4 PRI (Período 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. (FUTURO, 2010)

Tabla 73 Periodo de Recuperación

Años	inversión	flujo Neto
0	-55787,000000	
1		37.742,51
2		38.759,95
3		41.495,04
4		43.781,52
5		93.571,01
total	-55787,000000	255.350,04

Elaboración: Yazuma, Ángel

$$\text{Período de recuperación: } \frac{\text{flujo Neto - Inversión}}{\text{Flujo neto (ultimo año)}}$$

$$\text{Período de recuperación: } \frac{255.350,04 - 55.787}{93.571,01}$$

$$\text{Periodo de recuperación: } \frac{199.563,04}{93.571,01}$$

Periodo de recuperación: 2.13

Periodo de recuperación : 2,13 años

0,13 *12 : 1,56 meses

0,56*30 : 16,80 días

Análisis:

El período de recuperación de la inversión es de 2 años con 1 meses y 16 días

5.4.5 RBC (Relación costo beneficio)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Tabla 74 Relación Costo Beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS
1	249.622,00	192.133,82
2	275.049,73	215.925,21
3	303.069,23	239.545,87
4	333.943,47	264.631,06
5	367.961,80	294.163,06
TOTAL	1.529.646,23	1.206.399,02

Elaboración: Yazuma, Ángel

$$RBC = \frac{\text{Ingreso}}{\text{Egresos}}$$

$$RBC = \frac{1.529.646,23}{1.206.399,02}$$

$$RBC = 1,27$$

Análisis:

La relación costo y beneficio es de 1,27 que indica que por cada dólar invertido se gana 0,27 centavos.

5.4.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero. (INEC, 2015)

Tabla 75 Punto Equilibrio de Productos Globales

DESCRIPCIÓN	AÑO							
	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019			
COSTO FIJO	40.189,82	48.503,32	55.068,83	61.360,89	70.186,04	8.801,84	8.801,84	8.801,84
COSTO VARIABLE	151.944,00	167.421,89	184.477,04	203.270,17	223.977,02	31.183,19	93.530,86	93.530,86
INGRESO	249.622,00	275.049,73	303.069,23	333.943,47	367.961,80	52.472,36	157.385,61	157.385,61
UNIDADES	25.035	26.279	27.586	28.957	30.396	5.001,00	5.002,00	5.003,00
FUNCIÓN INGRESO	102707,50	123953,29	140731,60	156811,44	179364,66	21694,29	21694,29	21694,29
FUNCIÓN DE UNIDADES	10301	11843	12810	13597	14817	2068	689	690

Elaboración: Yazuma, Ángel
En función de los ingresos 2014

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \left(\frac{\text{costos variables}}{\text{ingresos}} \right)}$$

$$PE = \frac{40.189,82}{1 - \left(\frac{141.671,26}{249.622,00} \right)}$$

PE = 40189.25

En función de los productos vendidos 2014

$$PE_q = \frac{\text{costos fijos} \cdot \text{Unidades}}{\text{Ingresos} - \text{Costos Variables}}$$

$$PE_q = \frac{40.189,82 \cdot 25.035}{249.622,00 - 151.944,00}$$

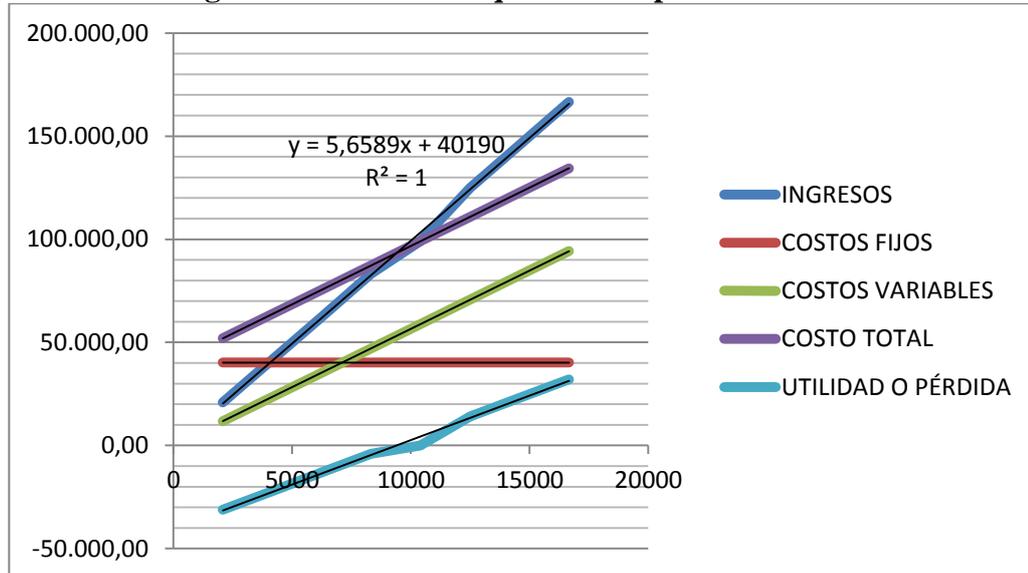
PE_q = 10398

Tabla 76 Punto de Equilibrio de productos 2015

UNIDADES	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	UTILIDAD O PÉRDIDA
				0,00	0,00
2082	20.820,00	40.189,82	11.781,77	51.971,59	-31.151,59
4164	41.640,00	40.189,82	23.563,53	63.753,35	-22.113,35
6246	62.460,00	40.189,82	35.345,30	75.535,12	-13.075,12
8328	83.280,00	40.189,82	47.127,06	87.316,88	-4.036,88
10398	99.028,34	40.189,82	58.838,52	99.028,34	0,00
12492	124.920,00	40.189,82	70.690,60	110.880,42	14.039,58
14574	145.740,00	40.189,82	82.472,36	122.662,18	23.077,82
16656	166.560,00	40.189,82	94.254,13	134.443,95	32.116,05

Elaboración: Yazuma, Ángel

Figura 334 Punto de Equilibrio de productos 2015



Elaboración: Yazuma, Ángel

Tabla 77 Relación del Punto de Equilibrio

Q Anual	Q Mensual	% de aportación	Relación P.E.	PRODUCTOS
8.912	743	36%	3701	Pastillas De Freno
8.221	685	33%	3414	Filtro De Gasolina
7.902	659	32%	3282	Bujías
25.035	2086	100%	10398	Total

Elaboración: Yazuma, Ángel

Análisis:

El Punto de equilibrio es de 10398 Unidades, detallado de 3701 Pastillas de Freno 3414, Filtro de Gasolina y 3282 Bujías.

5.4.7 Análisis de índices financieros

Una vez elaborado los principales estados financieros , flujo de Caja se estableció una viabilidad , se cuenta con un instrumentos en toda la gama de activos, activos corrientes mediante la aplicación de inversiones de activos fijos, se cuenta con un capital propio el cual será obtenido mediante la venta de los 2 vehículos que se cuenta en este momento, en los estados de resultado se puede observar que tiene ingresos mayores que los egresos o desembolsos anualmente, la proyección de los cinco años se pudo observar que el capital es recuperable en su totalidad con una rentabilidad creciente, en la utilización de los fondos se puede ver que se tiene un flujo creciente donde no se encuentra perdida. Pero para la mayor fiabilidad se aplicara algunos indicadores.

5.4.7.1 Indicadores

5.4.7.1.1 Indicadores De Liquidez

El indicador de liquides se refiere a estipular la capacidad que una compañía tiene para poder cubrir las obligaciones que haya contraído en el corto plazo; por ende una empresa debería propender tener una liquidez alta para no parar de producir de acuerdo a lo planificado.

- El fondo de maniobra o capital de trabajo
- La razón corriente
- La prueba ácida

5.4.7.1.1.1 El Fondo De Maniobra O Capital De Trabajo

Representa el capital necesario para iniciar operaciones, primitivamente a recibir ingresos, lo que debe ser suficiente para: comprar materia prima, sueldos, cubrir gastos del día a día, etc. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Circulante}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 47000,00 - 0,00$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 47.000$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., necesita 47.000,00 para trabajar con normalidad.

5.4.7.1.1.2 Razón Corriente

“También se le denomina índice de liquidez, razón de capital de trabajo o prueba de solvencia, entre otras.” (León García, 2009, pág. 18).

Se calcula en la siguiente forma:

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Razón Corriente} = \frac{47000}{0}$$

$$\text{Razón Corriente} = 0$$

Análisis: La empresa Líderes en Repuestos S.A., cuenta con un 100% de liquidez.

5.4.7.1.1.3 La Prueba Ácida.

“También se le denomina "índice de liquidez inmediata". Es una extensión de la razón corriente” y se calcula así: (León García, 2009, pág. 20)

$$\text{LA PRUEBA ÁCIDA} = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

$$\text{LA PRUEBA ÁCIDA} = \frac{35.194,06 - 0}{0}$$

$$\text{LA PRUEBA ÁCIDA} = 0$$

La empresa Líderes en Repuestos S.A., cuenta con un 100% de liquidez inmediata.

5.4.7.1.2 Razón De Endeudamiento

Se refiere a la medida proporcional de la inversión que ha sido financiada por deuda; dicha medida se extiende en porcentaje.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{0}{55.787,00}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., no tiene razón de endeudamiento.

5.4.7.1.3 Razón De Apalancamiento Externo

Se refiere a la medida proporcional de la inversión que ha sido financiada por terceros ajenos a la empresa (fuente externa); dicha medida se extiende en porcentaje, como por ejemplo si la razón de apalancamiento es 0,25, quiere decir que la inversión está financiada en un 25%.

Su fórmula obedece a lo siguiente:

$$\text{Razón de Apalancamiento externo} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Patrimonio}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento externo} = \frac{0}{55.787,00}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento externo} = 0$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., no tiene razón de apalancamiento externo porque cuenta con un capital propio.

5.4.7.1.4 Razón De Apalancamiento Interno

Se refiere a la medida proporcional de la inversión que ha sido financiada por accionistas de la empresa (fuente interna); igual a la anterior su resultado se presenta en porcentaje.

$$\text{Razón de Apalncamineto Interno} = \frac{\text{Total patrimonio}}{\text{Total pasivo}}$$

$$\text{Razón de Apalncamineto Interno} = \frac{55.787,00}{0}$$

$$\text{Razón de Apalncamineto Interno} = 0$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., no tiene inversiones financiada por accionistas de la empresa.

5.4.7.1.5 Días De Inventario

Se refiere a los días que la empresa podría operar sin necesidad de reponer inventarios a un mismo ritmo de venta. Su fórmula es la siguiente:

Inventario X 360 Ventas

5.4.7.1.6 Rotación De Inventarios

La rotación de inventarios indica el número de veces que el inventario es realizado en un período establecido, se permite conocer cuántas veces el inventario se convierte en dinero. La fórmula que se aplica para la rotación de inventario es:

5.4.7.1.7 Rotación Del Activo Fijo

Permite medir la eficiencia y efectividad del negocio, es decir con ello se puede conocer la cantidad de ventas, las cuales se compara con los activos fijos que ha adquirido la empresa para realizar esas ventas, lo que determina las veces que dichos activos fijos multiplican las ventas. La fórmula de medición es la siguiente:

$$\text{Rotación de activo fijos} : \frac{\text{Ventas}}{\text{activo fijo}}$$

$$\text{Rotación de activo fijos} : \frac{238.440,21}{8.787,00}$$

$$\text{Rotación de activo fijos} : 27.14$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., cuenta con una rotación de activos de 27 para recuperar lo invertido.

5.4.7.1.8 Rotación Del Activo Total

Este indicador mide los ingresos en relación a la inversión; en función de la eficiencia con que se manejan los diversos componentes de los activos: las cuentas por cobrar según lo muestra el periodo promedio de cobranzas, inventarios como los

señalan la razón de rotación de inventarios y los activos fijos como lo indica el flujo de la producción a través de la planta o la razón de ventas a activos fijos netos, este indicador toma como referencia el ingreso por las ventas y los activos totales. La medición se la realiza a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Rotación de Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rotación de Activo Total} = \frac{238.440,21}{55787,00}$$

$$\text{Rotación de Activo Total} = 4.27$$

$$\text{Rotación de Activo Total} = 4$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., podemos observar que la empresa Líderes en repuestos generara ingresos cinco veces al total de los activos invertidos dando como resultados que podremos llegar a recuperar lo invertido, Esta razón nos indica la eficiencia relativa con la cual la compañía utiliza sus recursos a fin de generar la producción.

5.4.7.1.9 Rendimiento Sobre La Inversión. (ROI)

“Los obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de rentabilidad del negocio como proyecto independiente de los accionistas.” (Aching Guzmán, 2008, pág. 28)

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{35.179,49}{8787}$$

Rendimiento sobre la inversión = 4

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., mediante este método se encontró un rendimiento de siete veces al total de las inversiones que a futuro crecerá la inversión.

5.4.7.1.10 Rendimiento Sobre El Activo (ROA)

Por medio de este indicador se puede llegar a medir la capacidad del negocio para llevar a generar utilidades.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{35.179,49}{55787,00}$$

$$\text{ROA} = 0,23$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., Se determinó que el ROA es del 0,23 de rendimiento.

5.4.7.1.11 Razones De Rentabilidad

Hay dos tipos de razones de rentabilidad; las que muestran la rentabilidad en relación con las ventas y las que muestran la rentabilidad en relación con la inversión. Juntas, estas razones indican la eficiencia de operación de la compañía.

5.4.7.1.12 La Rentabilidad En Relación Con Las Ventas

La primera razón que consideramos es el margen de utilidad bruta:

$$RRV = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

$$RRV = \frac{238.440,21 - 141.671,26}{238.440,21}$$

$$RRV = 0,62$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., Esta razón nos indica la ganancia de la compañía en relación con las ventas del 62%, después de deducir los costos de producir los bienes que se han vendido. También indica la eficiencia de las operaciones así como la forma en que se asignan precios a los productos.

5.4.7.1.13 Margen De Utilidades Netas

Es una razón de rentabilidad más específica se obtiene con la siguiente formula:

$$\text{Margen De Utilidades Netas} = \frac{\text{Utilidades netas despues de impuestos}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen De Utilidades Netas} = \frac{37031.04}{238440.21}$$

$$\text{Margen De Utilidades Netas} = 0,16$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., El margen de utilidades netas del 16% nos muestra la eficiencia relativa de la empresa después de tomar en cuenta todos los gastos e impuestos sobre ingresos, pero no los cargos extraordinarios.

5.4.7.1.14 La Rentabilidad En Relación Con Las Inversiones

El segundo grupo de razones de rentabilidad relaciona las utilidades con las inversiones. Una de estas medidas es la razón de rendimiento del capital, o ROE (por sus siglas en inglés):

$$RRI = \frac{\text{Utilidades netas despues de impuestos} - \text{Dividendos de acciones preferentas}}{\text{capital social}}$$

$$RRI = \frac{37031.04 - 1.851,55}{55787}$$

$$RRI = 1,16$$

Análisis: La empresa Líderes en repuestos S.A., Esta razón de 1,16 nos indica el poder de obtención de utilidades de la inversión en libros de los accionistas, y se le utiliza frecuentemente para comparar a dos compañías o más en una industria.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

El ambiente y los seres vivos están en una mutua relación: el ambiente influye sobre los seres vivos y éstos influyen sobre el ambiente y sobre otros seres vivos. La forma en que ambos se influyen o condicionan se ha llegado a denominar como factores o condicionantes ambientales o ecológicos. La influencia del ambiente sobre los seres vivos es la suma de todos y cada uno de los factores ambientales. Estos factores determinan las adaptaciones, la gran variedad de especies de plantas y animales, y la distribución de los seres vivos sobre la Tierra.

El impacto ambiental dentro de este factor no ayudara en su totalidad pero apoyara a bajar el índice de humo provocado por los automóviles ya que tendrán un repuesto alternativo y serán cambiados después de cierto tiempo y tienen un origen Japonés y taiwanés que son productos reducidos en contaminación ambiental.

6.2 Impacto Económico

Para reflejar el impacto económico y financiero de las acciones de Procedimiento en la región se utilizarán indicadores como la variación en las curvas de producción, los conflictos con los sectores económicos activos, los índices de rentabilidad financiera, el análisis de sensibilidad y los cambios previstos en los indicadores económicos y productivos. **(HERRERA, D, 2010)**

El impacto económico es uno de los más importantes ya que en el Ecuador demandamos de fuentes de ingresos y crear una empresa proveedora de repuestos automotriz japonés y taiwaneses ayudara a mejorar los ingresos personales de los propietarios como también al fisco con el pago de impuestos.

6.3 Impacto Productivo

Los proyectos productivos tienen por objetivo, impulsar el establecimiento y desarrollo de microempresas, que estimulen la generación de empleos, mejoren el nivel de vida y fomenten el arraigo de los beneficiarios en su tierra. **(RAMIREZ, P, 2010)**

Es trascendental reconocer las características del sector productivo empresas que realizan actividades relacionadas con la agricultura, minería y la industria, al sector al que se va a dirigir qué producen, Bienes materiales destinados a satisfacer las necesidades humana, cómo producen: Se basan en diferentes tipos de relaciones de producción y utilizan diversas tecnologías.

Este Proyecto genera comercialización de repuestos automotrices de consumo final para mejorar la infraestructura económica de unidades productivas que proporcionan a la actividad económica, ciertos insumos, bienes o servicios, Según la óptica de evaluación de proyectos: generando bienes específicos o de mercado: son

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

bienes con consumo divisible, este consumo es generalmente voluntario y proporciona satisfacción solo para el consumidor.

6.4 Impacto Social

Determinado por los factores culturales y sociales que afectan y determinan el comportamiento de las personas que forman el mercado, como el conjunto de normas, creencias y valores fundamentales en toda sociedad.

- Materialismo, capitalismo, libertad de empresa
- Individualismo, papel de la familia, papel del gobierno, colectivismo
- Papel de la iglesia y la religión
- Medio ambientalismo
- Importancia del trabajo, orgullo y éxito (**JOAQUÍN, G, 2010**)

Dentro del impacto social ayudara a mejorar la calidad de vida de muchos clientes, confianza de encontrar un producto en una excelente calidad, las personas crearán un ambiente de trabajo o comercialización de productos alternos y no originales porque se invierte mucho con la misma probabilidad de fracaso o accidente ya que cualquier persona está en peligro de tener un accidente de tránsito.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.3 Conclusiones

El análisis preliminar nos permite conocer que en el sector Noroccidente del D.M. de Quito, existen 45 talleres mecánicos que se encargan de la distribución de repuestos automotrices para el buen funcionamiento del automotor; sin embargo existen pocas empresas distribuidoras de repuestos automotrices que se preocupan de proveer repuestos a estos establecimientos, razón por la cual los dueños de talleres mecánicos tienen que recorrer grandes distancias en busca de un repuesto retrasando la entrega de su trabajo y en muchas de las ocasiones dejando de lado otros trabajos en el caso de talleres pequeños y en el caso de los talleres medianos y grandes esta situación obliga a que se designe a un trabajador para la compra de repuestos.

Mediante la realización del estudio de mercado se analizó la demanda y oferta existente de repuestos automotrices y a través de esto se determinó que existe una demanda insatisfecha que justifica la puesta en marcha del proyecto, la capacidad de la empresa únicamente abastecerá el 20% de dicha demanda insatisfecha, sabiendo que el segmento principal de mercado al que se dirigirá el proyecto serán los dueños de talleres mecánicos del Sector Noroccidente del D.M. de Quito, los productos a

comercializar serán Pastillas de Freno, Filtro de Gasolina y Bujías en la marca

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Chevrolet de origen Japonés y Taiwanés, cuyos precios estarán dados por la proyección de los precios de mercado, además para lograr posicionamiento en el mercado se realizará una campaña de información donde se resalte las características de los productos ofertados así también como los beneficios e incentivos que se ofrecerán a nuestros clientes.

El Estudio técnico ayudó a contemplar aspectos fundamentales para llevar a cabo el proyecto tales como: la cantidad de productos óptima para comercializar, el lugar idóneo donde se ubicará la empresa, la organización física y funcional de la empresa, requerimientos de equipos, requerimiento de mano de obra, requerimiento de capital, el proceso que se llevara a cabo para la comercialización exitosa de los productos, los requisitos previos la creación de la empresa, el capital necesario para la constitución de la empresa, la evaluación del impacto ambiental que tendrá el proyecto en caso de ejecutarse; Es decir nos proporciona información acerca de las cosas y trámites necesarios para el periodo pre operacional.

El Estudio Técnico son la base fundamental para realizar la sistematización contable, financiera y económica que nos ayudara a precisar el costo de la inversión en propiedad, planta y equipo, la constitución de capital, estimar los ingresos provenientes de las ventas, y, los costos y gastos de operación con el objetivo de proporcionar la información necesaria para la realización y proyección del Balance de Resultados, Flujo del efectivo y el Balance General, pues en base a los resultados obtenidos en estos Balances se propenderá tomar las mejores decisiones para la empresa.

A través de la aplicación y análisis de los criterios de evaluación TMAR, TIR, Periodo real de la Recuperación de la inversión, Relación Beneficio/Costo, se llegó a la conclusión de que la ejecución del proyecto es viable, rentable, capaz de recuperar

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

la inversión en un periodo de 2 años, 9 meses y 9 días; Para que la empresa no incurra en pérdida debe vender por lo menos 6936 de los productos.

7.2 Recomendaciones

Investigar las necesidades y requerimientos de los dueños de talleres automotrices ubicados en el Sector Noroccidente del D.M. de Quito, de esta manera se tendrá una idea de los productos y cantidades que requieren esto se convertirá en una información relevante que ayudará a que la nueva empresa se convierta en el principal proveedor de repuestos automotrices aplicando estrategias que permitan que la nueva empresa logre posicionamiento y aceptación en el mercado.

Para la total satisfacción de tanto de clientes es necesario realizar la encuestas a los propietarios de talleres quienes serán nuestro segmento de mercado y nos ayudarán a definir los productos a comercializar, las cantidades requeridas y los precios de venta; razón por la cual como empresa se debería realizar visitas a los talleres automotrices para dar a conocer las características de las pastillas de freno, filtro de gasolina y bujías mediante una charla técnica.

Para la realización del Estudio Técnico se recomienda tomar en cuenta todos recursos que permitirán que se lleve a cabo la comercialización de repuestos tales como el tamaño del proyecto que se refiere a la cantidad de productos a comercializar, la ubicación del proyecto que se refiere a seleccionar un lugar q nos brinde un máximo beneficio o un costo mínimo, la ingeniería del proyecto que se centra de todos los aspectos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, y su forma de organización y el análisis ambiental.

Para la elaboración del Estudio Financiero es necesario basarse en la información recolectada en la investigación de mercado y el estudio técnico ya que estos son los

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

datos que marcan el punto de partida para la elaboración de las proyecciones de ingresos, costos y gastos que ayudaran a reflejar la situación real de la empresa una vez realizados los respectivos balances.

Se recomienda la aplicación de criterios de evaluación como el VAN y TIR para determinar si el proyecto es viable, el PRI para saber el tiempo en el cual la empresa será capaz de recuperar la inversión inicial, el punto de equilibrio para saber cuál es la cantidad de productos mínima a vender para no incurrir en pérdidas.

Anexos (Apéndices)

Apéndice 1: Encuesta

Formato para Talleres Automotores

1. ¿Usted está de acuerdo que en sector noroccidente D.M de Quito se implemente una empresa proveedora de repuestos alterno de origen Japonés y Taiwán para los talleres automotrices?

BENEFICIOS	RESPUESTA
Si	
No	

2. ¿Usted sugiere el lugar adecuado para que sus clientes realicen las compras de repuestos automotrices?

BENEFICIOS	RESPUESTA
SI	
NO	

3. ¿Usted se encarga de proporcionar repuestos automotrices a sus clientes?

BENEFICIOS	RESPUESTA
SI	
A VECES	
RARA VEZ	
NUNCA	

4. ¿Indique el repuesto que adquiere con mayor frecuencia?

PRODUCTOS	RESPUESTA
BUJÍAS	
BOMBA DE GASOLINA	
CABLES DE BUJÍAS	
FILTRO DE AIRE	
FILTRO DE GASOLINA	
MESAS DE LAS LLANTAS	
PASTILLAS DE FRENO	
RADIADOR	
RULIMAN DE LA MESA DELANTERA	
TAPA DEL RADIADOR	
VENTILADOR	

5. ¿Con que frecuencia y en qué cantidad adquiere el repuestos anteriormente señalado? Aplique a la Tabla correspondiente por producto.

BUJÍAS

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

BOMBA DE GASOLINA

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

CABLES DE BUJÍAS

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

FILTRO DE AIRE

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

FILTRO DE GASOLINA

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

MESAS DE LAS LLANTAS

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

PASTILLAS DE FRENO

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

RADIADOR

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

RULIMAN DE LA MESA DELANTERA

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

TAPA DEL RADIADOR

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

VENTILADOR

FRECUENCIA	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL	DEMANDA ANUAL
CANTIDAD					

6. Si se presentara un nuevo proveedor de repuestos automotrices ¿lo aceptara?

Beneficios	RESPUESTA
Si	
No	

7. En caso de implementarse la comercializadora de repuestos automotrices para realizar alianzas comerciales. ¿Qué beneficios le gustaría recibir

BENEFICIOS	RESPUESTA
PROMOCIONES	
DESCUENTOS	
CALIDAD EN REPUESTOS	
ENTREGA A DOMICILIO	

Bibliografía

Aching Guzmán, C. (2008). *Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia*. Perú.

Carlos, J. (25 de Mayo de 2013). *Macro localizacion*. Recuperado el 19 de Octubre de 2014, de <http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>

Carlos, J. (25 de Mayo de 2013). *Micro localizacion*. Recuperado el 19 de Octubre de 2014, de <http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>

ccea.unicauca.edu.co. (2009). *gcuellar@ucauca.edu.co*. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de [gcuellar@ucauca.edu.co: http://fccea.unicauca.edu.co/old/fcf/fcfse31.html](http://fccea.unicauca.edu.co/old/fcf/fcfse31.html)

e-conomic.es. (2014). *e-conomic.es*. Recuperado el 10 de 01 de 2014, de [e-conomic.es: http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-amortizacion](http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-amortizacion)

EDITORIAL, E. (01 de 11 de 2013). Obtenido de <http://cuidatufuturo.com/2013/11/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador/>

Elbar, R., & Margot, C. (2010). *proyectos de inversion*. En R. Elbar, & C. Margot, *proyectos de inversion* (pág. 159). Colombia: ISBN.

enciclopediafinanciera. (2010). *enciclopediafinanciera*. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de [enciclopediafinanciera: http://www.enciclopediafinanciera.com/letras.php?letra=G](http://www.enciclopediafinanciera.com/letras.php?letra=G)

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

EUMED.NET ENCICLOPEDIA VIRTUAL . (2010). *EUMED.NET*

***ENCICLOPEDIA VIRTUAL .* Recuperado el 01 de 10 de 2014, de**

EUMED.NET ENCICLOPEDIA VIRTUAL :

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/i/inversion.htm>

file:///F:/PROYECTO%20II.pdf. (s.f.).

Gerencie.com. (2014). *Gerencie.com.* Recuperado el 01 de 10 de 2014, de

Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>

Gómez, Stalyn . (2013). *Contabilidad de Costos I.* QUITO.

guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos . (2014).

***ANÁLISIS DE LA OFERTA.* QUITO.**

HERRERA, D. (2010). *ECONOMÍA.* En D. HERRERA. Quito:

Publicaciones Adventure.

Holm. (2009). *Holm.* Recuperado el 08 de 01 de 2014, de Holm: 2014

ING. SEGUNDO RODRÌGUEZ ACOSTA.MBA. (2011). *ENSEÑANZA Y*

***APRENDIZAJE .* QUITO: IMPRESORAS MYL.**

JOAQUÍN, G. (2010). En *Impacto social y económico* (págs. 20-35).

MADRID: DONOSO CÓRTEZ.

León García, O. S. (2009). *INTRODUCCION AL DIAGNOSTICO*

FINANCIERO.

MALLIQUINGA ANDAGOYA, C. G. (2013).

file:///C:/Users/User/Downloads/PROYECTO%20DE%20AYUDA.pdf.

Obtenido de

file:///C:/Users/User/Downloads/PROYECTO%20DE%20AYUDA.pdf

f:

file:///C:/Users/User/Downloads/PROYECTO%20DE%20AYUDA.pdf

f

manejatusfinanzas.com. (2010). *manejatusfinanzas.com*. Recuperado el 01 de

10 de 2014, de [manejatusfinanzas.com](http://www.manejatusfinanzas.com):

<http://www.manejatusfinanzas.com/Lainversi%C3%B3n/QUEESINVERSIÓN/tabid/146/language/es-CO/Default.aspx>

Mejía , C. (julio de 2013). *www.planning.com.co*. Recuperado el 18 de octubre

de 2014, de [Planning](http://www.planning.com.co):

<http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>

MENESES, SAMUEL. (2004). *INGENIERÍA DEL PRODUCTO*.

Pérez, Á. (2013). El parque automotor crece más que la población.

TELEGRAFO.

PYMES FUTURO. (2010). *Periodo de recuperación de la inversión - PRI*.

PYMESFUTURO. (2013). *PYMESFUTURO*. QUITO: Editorial Price.

RAMIREZ, P. (2010). *Producción y Comercialización*. Quito: Mundo

Editorial.

Rentería Landívar, M. B. (2012). *file:///C:/Users/User/Downloads/AC-*

COMERCIAL-ESPE-033297.pdf. Obtenido de

file:///C:/Users/User/Downloads/AC-COMERCIAL-ESPE-

033297.pdf: *file:///C:/Users/User/Downloads/AC-COMERCIAL-*

ESPE-033297.pdf

Richards, R. (14 de MAYO de 2013). *Definición de bienes y servicios en*

economía. Obtenido de [http://www.ehowenespanol.com/definicion-](http://www.ehowenespanol.com/definicion-bienes-servicios-economia-hechos_122048/)

[bienes-servicios-economia-hechos_122048/](http://www.ehowenespanol.com/definicion-bienes-servicios-economia-hechos_122048/)

RIVADENEIRA, Franklin. (2009). *Contabilidad Básica*. Quito: Sur Editores.

APOYAR AL SECTOR AUTOMOTRIZ MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS EN TIPO ALTERNO DE ORIGEN JAPONÉS Y TAIWANÉS PARA EL SECTOR NOR OCCIDENTE DEL D.M DE QUITO.

Santos, T. (Nobiembre de 2008). *Estudio de Factibilidad de un Proyecto.*

Recuperado el 19 de Octubre de 2014, de Construcciones a la

Economía : <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

Sarmiento. (2010). *Depreciaciones.* Quito: Productor Editorial.

spw.cl. (2010). *spw.cl.* Recuperado el 01 de 10 de 2014, de spw.cl:

<http://www.spw.cl/proyectos/inversiones.htm>

TANIA, S. (Nobiembre de 2008). *Estudio de factibilidad de un preoyecto.*

Recuperado el 18 de Octubre de 2014, de

<http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

ZAPATA, PEDRO. (2007). *CONTABILIDAD GENERAL* . QUITO:

EDITORIAL MASTER.