



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHICULOS LIVIANOS DE LA
MARCA CHEVROLET UBICADO EN EL SUR DE QUITO”**

AUTOR: PINTO MANOBANDA DANIELA GISSELA

TUTOR: ECON. LUIS MARÍA TORRES

QUITO - ECUADOR

MARZO - 2020

INDICE GENERAL

INDICE GENERAL.....	I
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VIII
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	IX
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	X
DEDICATORIA	XII
AGRADECIMIENTO.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN EJECUTIVO	4
Justificación.....	5
NOMBRE DE LA EMPRESA.....	5
Tipo de empresa	6
Ubicación y tamaño de la Empresa	9
MISIÓN DE LA EMPRESA	10
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos.....	11
Valores Organizacionales.....	11

Principios Organizacionales.....	11
Políticas Organizacionales	12
VENTAJAS COMPETITIVAS	12
La marca.....	12
Promociones.....	13
Ambiente	13
Empresa familiar	14
Servicio Online.....	14
Alianzas estratégicas	15
Antecedentes	15
El Sector Automotriz en la Actualidad	16
Sector de Repuestos y Recambios.....	17
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA	18
Producto	18
Características del producto	20
Servicio	20
CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL AREA AUTOMOTRIZ.....	20
APOYOS.....	20
a-. Legal.....	20
b-. De Producción.....	24
c-. De Mercados	24

Nissan.....	25
General Motors.....	26
Fiat Chrysler Automotor (FCA).....	26
Volkswagen.....	26
d-. Administrativo	26
Propietario-Administrador	27
Asesor - técnico.....	28
EL MERCADO	29
OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA	30
Precio.....	30
Promoción	31
Distribución.....	32
Ventas.....	32
ESTUDIO E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	32
TAMAÑO DEL MERCADO	33
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	33
Objetivo del Estudio de Mercado.....	34
INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	34
Demanda Potencial.....	34
Mercado Competidor	34
Chevy Auto	35

Almacenes Mansuera	35
Almacenes “Alfonso Gallardo”	35
Auto Decor	35
Diseño e investigación DEL MERCADO	35
Población	36
Muestra	36
Variables:	36
La Encuesta	37
Modelo de encuesta	37
Encuesta aplicada	38
Aplicación de la Encuesta	39
DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO	46
SISTEMA OPERATIVO	47
PUNTO DE VENTA	48
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN E INTRODUCCIÓN AL MERCADO	48
PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	50
FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIO	51
Políticas de Garantías	51
Políticas de Devoluciones	51
Políticas de ENTREGA A DOMICILIO	51
Políticas de Entrega	52

RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO	52
LA PRODUCCIÓN DE REPUESTOS.....	53
La Producción de Autopartes	54
ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	55
Producto	55
Servicio	55
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	56
CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA.....	56
CAPACIDAD INSTALADA Y DISEÑO DE LA PLANTA.....	57
UBICACIÓN DE LA EMPRESA	58
DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS	60
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	61
Manejo de inventarios	61
Cotización de mercadería.....	61
Elaboración de pedidos	62
Recepción de la mercadería.....	62
ESTUDIO FINANCIERO	62
Objetivo general	62
Objetivos específicos	63
CAPITAL DE TRABAJO.....	63
ACTIVOS FIJOS	64

MANO DE OBRA REQUERIDA	65
TABLA DE AMORTIZACIÓN	66
FLUJO DE FONDOS	67
CONCLUSIONES	70
BIBLIOGRAFÍA.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sector de servicios Económicos.....	7
Tabla 2: Sector de servicios Económicos.....	18
Tabla 3: Producto Ofertado	19
Tabla 4: Área de apoyo Legal	22
Tabla 5: Estructura del Mercado	29
Tabla 6: Resultados de la pregunta 1 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	39
Tabla 7: Resultados de la pregunta 2 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	40
Tabla 8: Resultados de la pregunta 3 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	41
Tabla 9: Resultados de la pregunta 4 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	42
Tabla 10: Resultados de la pregunta 5 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	43
Tabla 11: Resultados de la pregunta 6 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	45
Tabla 12: Herramienta F.O.D.A.....	53
Tabla 13: Recursos de la Empresa	57
Tabla 14: Capital de trabajo inicial	63
Tabla 15: Activos Fijos de la Empresa	64
Tabla 16: Mano de Obra	65

17: Capital de Trabajo	65
Tabla 18: Amortización de crédito familiar	66
Tabla 19: Resumen Flujo de Fondos de la Empresa	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico: 1 Nombre Comercial de la Empresa	8
Gráfico: 2 Conformación del Sector Automotriz.....	16
Gráfico: 3 Venta y Producción de Vehículos.....	17
Gráfico: 4 Etapas Administrativas	27
Gráfico: 5 Pregunta 1 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	40
Gráfico: 6 Pregunta 2 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	41
Gráfico: 7 Pregunta 3 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	42
Gráfico: 8 Pregunta 4 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	43
Gráfico: 9 Pregunta 5 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	44
Gráfico: 10 Pregunta 6 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.	45
Gráfico: 11 Nombre Comercial de la Empresa	49
Gráfico: 12 Barrio la Villaflora Siglo XX.....	58
Gráfico: 13 Aspectos Físicos del Barrio la Villaflora	59
Gráfico: 14 Mapa de Localización Barrio la Villaflora	60
Gráfico: 15 Distribución y oficinas.....	61

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de trabajo de Titulación, aprobado por el Consejo Directivo del Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo Provincial de Pichincha.

Certifico:

Que el trabajo de investigación: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHICULOS LIVIANOS DE LA MARCA CHEVROLET UBICADO EN EL SUR DE QUITO”** presentado por la estudiante: **PINTO MANOBANDA DANIELA GISSELA**, de la Promoción “33 AE 7” reúne los requisitos y méritos suficientes para hacer sometidos a la evolución del tribunal de titulación que el Sr. Rector designe.

Quito, marzo 2020

Atentamente,

ECON. LUIS MARÍA TORRES

CI. 1720264462

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **DANIELA GISSELA PINTO MANOBANDA** en calidad de estudiante de la Carrera de Administración de Empresa de la promoción “33 AE 7” declaro que los contenidos de este Proyecto de Titulación, que es un requisito previo para obtener mi título de Tecnólogo en la Carrera de Administración de Empresa, fue realizado por mi persona y, en caso de haber tomado información adicional, se encuentra debida citados.

Los contenidos presentados en el presente proyecto son de mi responsabilidad por tal razón e declaro apta para defender ante el tribunal de Grado.

Quito, marzo 2020

Atentamente,

Pinto Manobanda Daniela Gissela

CI. 1723722748

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico al ser más grande del universo a Dios, principalmente por mantenerme con vida y salud para alcanzar todos mis objetivos, a mis padres, pilares fundamentales en mi vida, con mucho amor y cariño les dedico todo mi esfuerzo, en agradecimiento por el enorme apoyo que me supieron brindar, a Diego, Jairo y Alejandra mis queridos hermanos por ser un apoyo incondicional, a mis amados hijos Samantha y Martin que son mi mayor alegría y más grande amor, y mi esposo por ser mi compañero quien supo brindarme su comprensión para poder llegar a este punto de mi carrera, a mis amigos que de una u otra forma me supieron escuchar y orientar para culminar esta meta.

Para todos ustedes con cariño.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque sin él nada de esto hubiera sido posible.

A mis padres, Martha y Armando, quienes, con su dedicación, perseverancia y su lucha han hecho de ello un gran ejemplo a seguir creciendo en la parte personal y profesional, me han motivado a pesar de tantos obstáculos a luchar para llegar lejos, mil gracias padres.

A mi esposo, por su apoyo incondicional y comprensión para poder culminar mis estudios.

Finalmente, al tutor Econ. Luis María Torres y a todos los profesores del ISTHCPP, muy agradecida por compartir sus conocimientos y experiencias que han sido de gran aporte para mi formación profesional, ya que con la ayuda de ellos puedo cumplir un sueño más en mi vida.

A todos Ustedes, les expreso todo mi cariño.

INTRODUCCIÓN

TEMA: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS PARA VEHICULOS LIVIANOS DE LA MARCA CHEVROLET UBICADO EN EL SUR DE QUITO”

El sector automotriz ecuatoriano en los últimos años refleja un crecimiento continuo en especial el sector de ensamblaje y comercialización de vehículos, convirtiéndose en un sector atractivo para grandes, medianas y pequeñas empresas comercializadoras de repuestos.

La industria automotriz ecuatoriana está conformada básicamente por cuatro empresas que ensamblan vehículos de las marcas: Chevrolet, Mazda, Kia y Hyundai y alrededor de 40 empresas productoras de autopartes y otros materiales para el ensamblaje.

Chevrolet se sostiene como líder del mercado automotriz, siendo la marca de autos más vendida en el Ecuador por su segmento:

- Nuevo Sail,
- Aveo Family y
- Spark GT.

Como segunda instancia se mantiene la marca Kia con los modelos más vendidos que son:

- Río
- Picanto

Hyundai se encuentra en tercer puesto con los siguientes modelos más vendidos:

- Creta
- Tucson
- Great Wall
- M4

En la actualidad la industria ecuatoriana ha perdido participación ya que en un momento determinado las marcas China van a liderar el mercado.

Los vehículos chinos ganan presencia en el mercado de Ecuador, donde ocupan el tercer lugar en ventas con una participación del 13,5 por ciento en 2018, después de los autos de marca ecuatoriana y de República de Corea, según datos de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE, 2019)

Se trata de un crecimiento significativo desde 2016, año en que su participación en el mercado local fue de 5,2 por ciento con la venta de 3.311 vehículos.

Para 2018, los autos de marca china fueron los que más crecieron en participación en ventas con 18.645 unidades, lo que representó un incremento de 8,3 por ciento con relación a 2016

Otro factor que influyó para que los vehículos chinos ganaran participación en el mercado automotor, es la receptividad de su presencia desde hace algunos años en Ecuador.

Actualmente, en el mercado automotor de Ecuador se comercializan 36 marcas chinas, en los dos últimos años ingresaron 15 nuevas marcas de las cuales 11 son de China, al tiempo que de los 89 modelos que se ofertan en el mercado local 51 son del país asiático.

Entre los nuevos modelos chinos se encuentran

- BAIC
- Brilliance
- BYD
- Changan
- Changhe
- Chery
- Dayang
- Lifan
- Foton
- Great Wall
- JAC
- JMC

- Lifan y Shineray.

En 2018, los autos chinos que tuvieron más demanda fueron los de la categoría vehículo utilitario deportivo SUV, que por ende son los más preferidos en Ecuador.

Por segmento, en 2018 se vendieron 6.847 vehículos SUV, lo que representó el 48,5 por ciento, además de 3.926 camionetas (27,8 por ciento) y 3.342 automóviles (23,7 por ciento),

Las empresas que comercializan los vehículos chinos ofrecen al consumidor un conjunto de beneficios e incentivos, incluidas las garantías que superan los 5 años, y mayor equipamiento en los vehículos en términos de seguridad, eficiencia y confort.

La experiencia con el vehículo chino ha sido buena. Su estructura metálica es más fuerte en comparación con los tradicionales, es un carro veloz en plano, en un choque son más seguros

China busca liderar el sector automotriz, enfocándose en la innovación y calidad tecnológica de su amplia gama de vehículos y principalmente en la producción autónoma de carros híbridos y eléctricos, adaptando nuevos dispositivos, diferentes formas de conducción e incluso nuevos artículos de entretenimiento y seguridad.

Según la Asociación de las Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) en el Ecuador existen hoy en día 1.965.538 vehículos livianos que se dividen de este modo:

- Automóviles 968.900
- SUV 419.350
- Camionetas 577.288

Con respecto a vehículos comerciales hay un total de 301.806 divididos en:

- Camiones 223.068
- Autobuses 33.093
- Vans 45.645

Dado el crecimiento de vehículos livianos y comerciales en el Ecuador se genera la necesidad de implementar estrategias de comercialización y en consecuencia empresas dedicadas a la comercializadora de repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet, siendo una marca que brinda calidad, seguridad e innovación, tomando como referencia que todo vehículo necesita mantenimiento, reparación y cambio de uno o varios repuestos periódicamente, de esta

manera, la industria de ensamblaje brinda la oportunidad de la producción de autopartistas, piezas y automotores.

“El sector automotriz impulsa a las diferentes industrias del sector productivo del país como la siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, petrolera, petroquímica, del plástico, vidrio, electricidad, robótica e informática. Permite la integración de muchos factores, tanto para las ensambladoras que imponen los estándares productivos; así como para las firmas autopartistas proveedoras de partes y piezas”.¹ (Vilac, 2019)

RESUMEN EJECUTIVO

La idea, crear una empresa comercializadora de repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet nace de la oportunidad que ofrece el mercado de los repuestos automotrices más el apoyo y asesoramiento por parte de mi padre quien cuenta con los conocimientos técnicos y experiencia adquirida dentro del área automotriz, actualmente cuenta con un taller que brinda el servicio de enderezada, pintura, mecánica, latonería, fibra, tapicería, electricidad y todo tipo de accesorios de la línea automotriz, con una trayectoria histórica de 20 años al servicio del sector. Ubicada en el sur de Quito (Chiriyacu), la empresa inicia su funcionamiento y gracias al crecimiento automotriz y la gran demanda en repuestos que actualmente se da se permitió ampliar el taller automotriz vinculándose un miembro de la familia el cual adquirió la misma profesión cuenta con la capacidad, preparación y experiencia de enderezada, pintura, latonería y todo tipo de accesorios de la línea automotrices.

Como negocio complementario, se integra un miembro más de la familia al mundo automotriz con la actividad de compra y venta de vehículos siniestrados, siendo un plus para el taller Tools y Pinturas ya que directamente los vehículos siniestrados ingresan para el debido proceso técnico, generándose trabajo en conjunto que permite mayor estabilidad en el negocio y un sostenido crecimiento de la unidad empresarial familiar.

Partiendo de mis conocimientos a lo largo de la carrera de Administración de Empresas y gracias a los conocimientos, y experiencias compartidas de todo el personal que actualmente conforma la empresa Tools y Pinturas es que surge la idea de crear una empresa comercializadora de repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet, dado que son los

¹ (www.aeade.net, 2020)

vehículos con mayor demanda de repuestos y reparaciones en general siendo una oportunidad de crecimiento del negocio familiar.

Este nuevo emprendimiento ayudará a elevar la productividad de los talleres, mecánicas, cooperativas de transportes y público en general que requieran del servicio, en especial se brindará el servicio de entrega de repuestos directamente al taller Tools y Pinturas con el objetivo de reducir tiempo de gestión en la reparación técnica y dar cumplimiento a las obras.

JUSTIFICACIÓN

Debido a la problemática que presentan periódicamente los vehículos en mantenimiento y reparación nace la idea de crear una empresa comercializadora de repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet, siendo una marca que brinda calidad, seguridad e innovación.

Con el objetivo de cubrir la gran demanda insatisfecha que existe en el sector automovilístico.

A continuación, detallaremos algunos problemas:

- Los altos índices de accidentes de tránsito es la principal fuente para la comercialización de repuestos automotrices, este problema se da día a día y en diferentes situaciones ya que los vehículos sufren pequeños, medianos y grandes daños e imperfecciones portando así la reparación y compra de varios repuestos.
- Otro problema que se presenta a diario es la antigüedad de los vehículos por lo es importante someter a un examen y revisiones de mantenimiento cada cierto tiempo.

Con un correcto mantenimiento se consigue menor consumo de combustible, mayor seguridad y movilidad, ya que se evitan las averías fortuitas y se minimizan los riesgos de sufrir una avería grave que inmovilice el vehículo en el taller durante días.

Convirtiéndose esta problemática en un sector muy atractivo por su alto movimiento comercial y a la misma vez generando una oportunidad de inversión.

NOMBRE DE LA EMPRESA

Se analizaron las siguientes propuestas para el nombre o razón social de la empresa comercializadora de repuestos automotrices para vehículos livianos de la marca Chevrolet:

Opciones

1. La Casa Del Repuesto Chevrolet

Este nombre es claro, sencillo y fácil de recordarlo lo que permite mantener en mente de los clientes el negocio y pasar a ser la primera opción de compra.

2. Repuestos Del Sur “PINTO”

Como segunda opción, se toma como referencia la experiencia, conocimiento y trayectoria que mantiene el taller Tools y Pinturas generando confianza por la vinculación Familiar y tendrá mayor acogida la nueva empresa.

Entre estas opciones, la nueva empresa se dominaría como: **Repuestos Del Sur “PINTO”** la misma que será utilizada para los registros legales para su constitución.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Tipo de empresa

Existen varios criterios para clasificar a las empresas, las cuales se presentan a continuación:

- **Empresas del Sector económico primario**

Son empresas dedicadas a la extracción de las llamadas materias primas, que en su gran mayoría se lo realiza de la naturaleza como, por ejemplo: extracción de madera, petróleo, minerales, pesca, agricultura, ganadería, entre otros.

- **Empresas del Sector económico secundario**

Se refiere aquellas empresas que dedican a realizar bajo procesos de transformación de las materias primas convirtiendo en productos terminados, siendo estos la industria: textil, maderero, refinación, entre otros.

- **Empresas del Sector económico terciario o de servicios**

Incluyen aquellas empresas dedicadas a los servicios, cuya fuerza de trabajo tanto física como intelectual es realizada por la capacidad humana, dentro de estas empresas se encuentran: servicios financieros, hoteleros, jurídicos, educación, diversión, restaurantes, entre otros.

En este sentido cabe mencionar que para el presente proyecto se establece como una empresa comercial cuyo objeto empresarial será la venta y comercialización de repuestos para vehículos

livianos de la marca Chevrolet. Razón por la cual se ubica en el **Sector:** Terciario de la actividad económica

Sector Primario	Actividades de extracción directa de bienes de la naturaleza
Sector Secundario	Actividades de transformación de materia prima, principalmente las industrias
Sector Terciario	Actividades de servicios (bienes tangibles e intangibles)

Tabla 1: Sector de servicios Económicos

Fuente: El Autor

Naturaleza de la empresa:

Para el inicio de operaciones la empresa será registrada como:

Empresa Unipersonal de responsabilidad Limitada

El negocio tendrá como única accionista- propietaria a DANIELA GISSELA PINTO quien como responsable de cumplir con los derechos y obligaciones legales, se encargará de recibir las ganancias que genera la empresa y se responsabilizará de las pérdidas que se presenten.

Capital inicial de la empresa

La empresa Unipersonal de responsabilidad Limitada se constituye con un capital de ahorros personales y el apoyo financiero del taller familiar. En caso que se requiera de mayor capital se acudirá al crédito bancario.

Fecha de Inicio: la actividad comercial iniciara el 2 semestre del 2020 con los recursos y materiales necesarios para un adecuado funcionamiento.

- **Marca:** Repuestos Automotrices de la marca Chevrolet
- **Logo:** Se diseñará una imagen publicitaria agradable y muy llamativa para los clientes.



Gráfico: 1 Nombre Comercial de la Empresa

Fuente: El Autor

En el logotipo se pueden observar varios detalles y colores que la empresa tomara como su imagen que incluye las partes de un vehículo y en la parte superior el nombre o razón social de empresa.

Mediante los colores que contiene nuestro logo expresamos algunas cualidades de la unidad familiar.

Blanco: Este color implica pureza, inocencia, igualdad y unidad. Facilita la lectura y llama la atención del contenido.

Rojo: Este color implica energía, fuerza y pasión color llamativo para podernos identificarnos

Negro: Este color se relaciona con poder, elegancia y la calidad

Gris: Este color trasmite madurez e inteligencia para nuestro negocio

Verde: Mediante este color trasmitimos salud, esperanza y dinero

Mediante el logo podemos identificarnos y crear un impacto directo sobre nuestros clientes.

De igual manera, se determinó un eslogan que dará a conocer el compromiso que tiene la empresa con sus clientes y dice así:

“tu mejor elección”

Expresando, que es la mejor opción para la adquisición de sus repuestos automotrices para vehículos livianos de la marca Chevrolet, funcionando como estrategia de penetración en la mente del consumidor.

Ubicación y tamaño de la Empresa

Se seleccionará la ubicación más conveniente para la empresa, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios para el mercado potencial. Para el efecto, se analizan las siguientes opciones que se encuentran aledaños al barrio la Villa Flora.

- Barrio La Magdalena
- Barrio Atahualpa
- Barrio Chimbacalle

Las tres alternativas muestran oportunidades de negocio en la venta de repuestos ya que el sector está rodeado de diferentes actividades automotrices, sin embargo, es importante buscar cercanía al taller familiar para fomentar alianza estratégica hasta la captación de clientes por lo que se implementara el negocio en el barrio la Villa Flora.

El Barrio La Villaflora se encuentra rodeado por un gran flujo de actividades y relaciones sociales que dan vida a la urbe como son:

- Talleres Automotrices
- Instituciones Financieras
- Unidades Educativas
- Centro de Servicios Básicos
- Parada de Transportes
- Parque, cancha sintética y de Futbol
- Sede del Barrio la Villaflora
- Concha acústica

Todas estas actividades son los que han conservado la identidad del barrio convirtiéndose en un sector comercial, atractivo y generando oportunidad de negocio.

En cuanto a las líneas de transportes se puede decir que hay una variedad de buses y de cooperativas de taxis.

En cuanto a los servicios básicos el barrio cuenta con todos servicios de agua, luz, teléfono e internet, nuestras instalaciones se encuentran a una cuadra de la unidad policial, unidades educativas, centros médicos y un amplio parque recreativo lo que permite mayor movimiento comercial.

Es importante mencionar que nuestra ubicación cubrirá los requerimientos de repuestos en los talleres automotrices, facilitará la compra de repuestos a las familias que tengan vehículos livianos de la marca Chevrolet y al público en general.

Tamaño de la empresa

Inicialmente la empresa REPUESTOS DEL SUR “PINTO” contará con dos funcionarios, tomando en cuenta que es una empresa comercializadora y no productora. Su estructura organizacional estará conformada por la Administradora - Propietaria y un asesor-técnico que cuente con la experiencia y conocimiento dentro del área de comercialización de autopartes y especialmente de repuestos de vehículos Chevrolet.

Dependiendo de la necesidad y en función del crecimiento de la empresa se implementará nuevo personal administrativo para la misma.

MISIÓN DE LA EMPRESA

Según el tratadista Philip Kotler la Misión se define como:

” La que describe el rol que desempeña actualmente la organización para el logro de su visión, es la razón de ser de la empresa” (Kotler, Marketing, 2004)

Con base en este concepto, nuestra Misión se define como:

“Comercializar repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet ofreciendo las mejores opciones de compra y brindar un servicio óptimo y personalizado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes”.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa comercializadora de repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet en la ciudad de Quito, donde se brindará un servicio técnico personalizado y una gama completa de repuestos automotrices.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cubrir las expectativas de la mayoría de clientes, mediante la atención personalizada y asesoramiento técnico.
- Mantener los clientes mediante estrategias de producto o servicio que garantice la compra en un solo lugar.
- Participar cada vez más en el mercado automotriz y ampliar el negocio familiar.

Valores Organizacionales

- Ética: actuar con honestidad y transparencia demostrando integridad.
- Transparencia: Mediante el trabajo se reflejará cumplimiento
- Respeto: crear un entorno agradable que permita desarrollar las diversas actividades.
- Profesionalismo: ser competente y eficiente en el desempeño de las diferentes actividades.
- Proactividad: actuar con oportunidad e iniciativa en busca de mejores resultados.
- Compromiso: responder a las necesidades de los clientes.
- Honestidad: normas, conductas y compromisos en todas nuestras actividades con la finalidad de generar confianza con los clientes.

Principios Organizacionales

El presente proyecto busca satisfacer las necesidades y cubrir la gran demanda que existe, con un alto compromiso de valores y principios que nos permiten al desarrollo de estrategias y nos brinda un crecimiento organizacional.

- Capacitación técnica y mejoramiento continuo.

- Servicio y asesoramiento técnico personalizado.
- Priorizar la atención y satisfacción del cliente.
- Responsabilidad en cada una de las actividades encomendada.

Políticas Organizacionales

Las políticas son internas propias de la empresa a las cuales se tienen que regir y deben ser cumplidas por todo el personal.

- Cumplir con los horarios requeridos
- Instalaciones limpias
- Lenguaje corporativo
- Capacitación constante
- Integración de todos los colaboradores
- Dar a conocer el producto y servicio
- Atención con valores y principios

VENTAJAS COMPETITIVAS

Las ventajas competitivas que desarrollan las empresas son un factor fundamental para saber la forma en que se va a competir en los mercados y de ellas dependerá si se tiene o no éxito en la gestión empresarial.

Establecer relaciones de comunicación con los clientes es algo que toda empresa quiere y necesita, sobre todo en estos tiempos en los que la competencia ha aumentado, por lo que es importante que la empresa esté en constante evolución y ofrezca atractivos servicio a los clientes para ganar su preferencia y establecer ventaja competitiva.

Para la presente investigación se aplica estrategias comerciales que nos permiten conocer las ventajas competitivas y poder aplicarlas.

La marca

La ventaja competitiva de la marca Chevrolet es por tener un sistema único con tecnología satelital, sistema de seguridad integral avanzado y revolucionario que está diseñado

específicamente para que el usuario y su familia sienta seguridad, tranquilidad y comodidad en todo momento siendo la marca más conocida.

“Para Chevrolet tu comodidad es lo primero”

esta frase quiere decir que para Chevrolet como primordial es la comodidad, placer y la seguridad que brinda los vehículos de esta marca.

Promociones

Se otorgará un margen de descuento del 3 al 5 %

- El descuento se otorgará de una parte, a los clientes con volumen alto en compra como son los talleres, mecánicas, cooperativas de taxis y camionetas que compren repuestos para vehículos de la marca Chevrolet con el objetivo principal de mantener un alto nivel de ventas. Y de otra al público en general, tomando en cuenta su forma de pago, se llevará un registro de los clientes que realicen las compras a menudo en nuestro almacén y poder generar el descuento mencionado.

Gracias a estas ventajas poco a poco se aumentará la clientela, en base a las ventas se podrá mantener estabilidad en el negocio.

Ambiente

Ofreceremos un ambiente cómodo, agradable, seguro y se contará con un espacio suficientemente amplio para que el cliente se sienta a gusto y seguro al momento de realizar sus compras.

La decoración del negocio tiene que estar acorde a la actividad que vamos a realizar que es la venta y comercialización de repuestos livianos de la marca Chevrolet por lo que la presentación reflejara un estilo acogedor, contar con iluminación adecuada, buena ventilación, música agradable y sobre todo trabajadores amigables que traten al cliente en todo momento con amabilidad y cortesía con el objetivo de que el cliente se sienta en confianza y decida comprar y quedarse más tiempo con nosotros.

De igual forma contaremos con un espacio amplio para el estacionamiento vehicular brindando seguridad y comodidad en todo momento a los clientes.

Empresa familiar

Los conocimientos y la experiencia de la empresa familiar son de gran ayuda al momento de resolver inquietudes, dudas y consultas de los clientes, para ellos es importante mantener constante capacitación y estar preparado para dichas inquietudes,

Con el apoyo de la empresa familiar estaremos informados del producto y todos los aspectos relacionados a esta área, se responderá todas las consultas e inquietudes que haga los clientes con la seguridad y experiencia que se mantiene, para ellos estaremos todo el personal en constante capacitan.

Servicio Online

Pensando en el tiempo del cliente ofreceremos el servicio de compras on line de esta forma facilitamos el desplazamiento del cliente a la tienda física para adquirir los repuestos.

Ofreceremos un catálogo digital con el objetivo de optimizar tiempo y recursos para el cliente y para el negocio, esta modalidad nos permitirá:

- conocer el stock de los repuestos.
- conocer los procesos automatizados.
- conocer detalladamente la mercadería que disponemos al momento.

Gracias a esta modalidad brindaremos una excelente gestión y el cliente quedara satisfecho del servicio.

Entrega a domicilio

Ofrecer esta opción a los clientes se ha convertido en un factor muy importante de servicio en los negocios y un beneficio para los clientes.

Éstos son elementos que suman puntos positivos a la forma en la que los clientes perciben el servicio que se les ofrece.

Trabajar con esta herramienta nos permitirá alcanzar un mayor número de clientes, lograr más ventas y crecer día a día.

Asesoría técnica

Dentro del almacén ofreceremos un servicio complementario de instalación rápida de los diferentes repuestos, este servicio lo realizara el técnico altamente capacitado para resolver las inquietudes, en este caso el cliente por lo general está buscando la solución de una forma inmediata a sus problemas automovilísticos.

Por otro lado, el trato para el cliente debe ser amable, cordial para que se sienta cómodo y tenga el deseo de volver a realizar la compra o contratar el servicio técnico.

Alianzas estratégicas

Realizaremos alianzas estratégicas con los proveedores para conocer el modelo de trabajo y tener como referencia y guía para el desarrollo del negocio

También realizaremos alianzas estratégicas con talleres, mecánicas y cooperativas de transporte (Uber, Cabify) ya que forman parte del mercado potencial.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Antecedentes

El sector automotriz ecuatoriano se ha venido desarrollando dentro del mercado subregional como es la comunidad Andina de Naciones conocida anteriormente como Grupo Andino, para el año 1992 en el Ecuador ingresaron al país una amplia variedad de automotores creando una dura competencia a la industria nacional.

Este ingreso permitió establecer ensambladoras en el país, siendo la primera planta que inició sus operaciones Autos y Maquinas del Ecuador S.A. (AYMESA), en el año 1973, luego la compañía OMNIBUS BB TRANSPORTES S.A. en 1975, y posteriormente se estableció Manufacturas, Armadurías y Repuestos de Ecuador (MARESA) en el año 1976.

La comercialización de las unidades ensambladas en el país y de las importadas sirvió para que se incremente los concesionarios automotrices.

En lo que respecta al sector de autopartes, inicia en el año 1973 que está conformado por proveedores de partes y piezas de las compañías ensambladoras no tuvo casi participación en la industria ecuatoriana por lo que el tamaño del mercado era muy reducido. Se inicia fabricando solamente neumáticos, baterías, resortes y filtro de motor.

El Sector Automotriz en la Actualidad

En la actualidad el sector automotriz está compuesto por:

- Fabricantes de autopartes y productores de carrocerías
- Importadores
- Ensambladoras de vehículos
- Distribuidores y autopartes



Gráfico: 2 Conformación del Sector Automotriz

Fuente: 1 Superintendencia de Compañías

El sector automotriz en el Ecuador, es de gran importancia ya que es una fuente de ingreso para muchas empresas productoras, de venta de vehículos y de comercializadoras de repuestos. Convirtiéndose en un elemento clave para la economía ecuatoriana ya que se emplea alrededor de 90.000 personas en forma directa y otro tanto de personas en forma indirecta, realiza una gran aportación en forma de impuestos y aranceles por importación.

En el año 2019 el buen desempeño en las ventas se tradujo en un alza de ingresos tributarios para el país de US\$1.451 millones. Se dio gracias a la alta demanda, que estuvo represada durante años y a los créditos bancarios que facilitó el sector financiero.

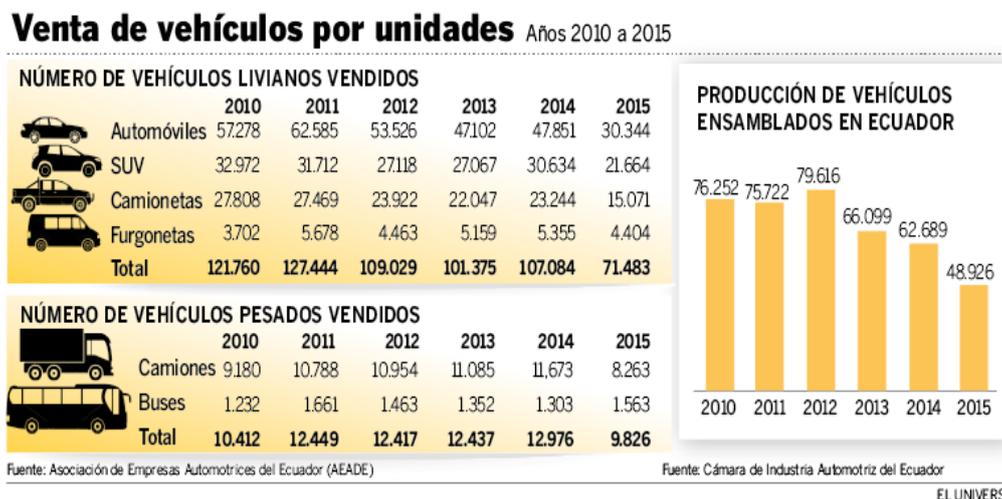


Gráfico: 3 Venta y Producción de Vehículos

Fuente: 2 Cámara de Industria Automotriz del Ecuador

Los altos aranceles y cupos son un factor que determina el comportamiento del sector pues estos implican directamente que haya un aumento de los precios y una reducción de la oferta. Entre enero y octubre del año 2019 Ecuador cuenta con un parque automotor superior a los 2.200.000 vehículos, de los cuales más de 400.000 superan los 25 años. (CINAE, 2019)

Sector de Repuestos y Recambios

El aumento del parque automotriz y la prolongación de la vida útil de los automóviles implica una mayor demanda de repuestos y recambios, ya que deben ser sustituidas a lo largo del tiempo debido al uso y a los daños que presenta un accidente.

Este sector ha contribuido al crecimiento de industrias y fábricas de metal, pintura, tapicería etc. permitiendo alcanzar un alto nivel de competitividad.

Con la información adquirida podemos conocer que la industria comercial automotriz ecuatoriana es una oportunidad de negocio ya que los vehículos van incrementando y genera mayor demanda.

El sector automotriz tiene un rol importante dentro de la economía del país, su desarrollo genera ingresos fiscales para el estado vía aranceles e impuestos y crea fuentes de empleo durante los procesos de producción y las actividades relacionadas al comercio del mismo. Es importante mencionar que el aporte del sector automotriz a la economía nacional involucra a más de actividades productivas, a otras que se relacionan directamente como son: comercialización de vehículos y autopartes, mecánicas y talleres de servicio, producción de combustibles y lubricantes y las de servicios financieros y de seguros.

Dentro de este sector, la industria que sobresale con un 87% de aporte es la de fabricación de vehículos automotores, le sigue en importancia la fabricación de partes y piezas y por último la fabricación de carrocerías. (AEADE, 2019)

87%	Fabricación de Vehículos Automotores
10%	Fabricación de parte y piezas y accesorios
3%	Fabricación de Carrocería para vehículos

Tabla 2: Sector de servicios Económicos

Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador 2019

PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA

Un producto es todo aquello que puede ofrecerse a un mercado para uso o consumo que satisface un deseo o necesidad. Abarca objetos físicos, servicios, personas, sitios, organizaciones e ideas. (McCarthy, El Marketing , 1997)

La identificación de los productos permite evaluar su impacto para el mercado potencial y la competencia que existe.

Producto

En este caso la empresa comercializadora de repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet ofertara productos tangibles que corresponden a los repuestos automotrices respaldados por la casa comercial Chevrolet.

Los principales repuestos de la marca Chevrolet que contaremos son los siguiente:

CARROCERIA PIEZAS	
Amortiguador de Portón	
Espejo Retrovisor	
Faros principales	
Luz intermitente	
Paso de rueda	
Faros Niebla	
Rejillas de antiniebla	
FILTRACION PIEZAS	
Filtro de Aceite	
Filtro de Aire	
Filtro de combustible	

Tabla 3: Producto Ofertado

Fuente: El Autor

Características del producto

- Manejo de disponibilidad inmediata en repuestos, debido a su gran cantidad y stock.
- La calidad y durabilidad que brinda la marca
- Repuestos con garantía
- Precios cómodos

Servicio

Se brindará un servicio personalizado con el objetivo de satisfacer necesidades, gustos y preferencias al momento de adquirir cualquier tipo de repuesto.

Garantizar el servicio mediante el asesoramiento personalizado del uso, técnicas y funcionamiento de los repuestos automotrices.

CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL AREA AUTOMOTRIZ

En base a las habilidades, actitudes, conocimientos, experiencia y sobre todo el compromiso y el apoyo de la empresa familiar me siento en la capacidad de visualizar de manera clara las ventajas y desventajas que se pudieran presentar en el desarrollo del negocio, justificando los problemas que existe en el área automotriz.

Es importante conocer detalladamente el área administrativa y el área técnica del negocio, esto permitirá estar altamente preparados para resolver inquietudes que se puedan presentar, para ello se capacitará a todos los colaboradores de la empresa con el objetivo de complementar sus conocimientos e incrementar su formación personal y profesional.

APOYOS

Es importante contar con áreas de apoyo para un buen funcionamiento y respaldo del negocio.

a-. Legal

La empresa contará con un asesor contable - financiero que se encargará de registrar, clasificar y resumir las operaciones del negocio con el objetivo de conocer el estado de entrada y salidas del capital, de esta forma llevaremos un buen control y un buen crecimiento del negocio.

De esta forma se disminuye el riesgo en el manejo de los recursos y riesgos de incurrir en posibles sanciones que establece la ley, garantizando el adecuado manejo de los recursos financieros.

Tener en cuenta la contabilidad es básico para la creación, desarrollo y mantenimiento de cualquier sociedad. Por eso es tan importante la figura del asesor contable- Financiero que tendría las siguientes responsabilidades y obligaciones:

- Control del plan General de Contabilidad para realizar una gestión adecuada de la sociedad.
- Clasificar los documentos contables
- Cumplir con la normativa vigente en materia de contabilidad
- Elaborar los asientos contables (anotaciones en libros de cuentas que reflejan los movimientos económicos dentro de una empresa).
- Confeccionar y presentar los libros de cuentas en el Registro Mercantil.
- Enviar al Registro Mercantil las cuentas anuales
- Realizar los trámites de legalización
- Ofrecer asesoramiento contable al empresario y
- ayudar en la toma de decisiones
- Administrar los bienes de la empresa.
- Gestionar los bienes y el patrimonio del negocio, procurando que se tomen las medidas de conservación o seguridad pertinentes.

En definitiva, la finalidad del asesor contable- financiero es que todas las cuentas de la empresa estén en regla.

Es importante mencionar que, mediante el organigrama de la empresa se especifica aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir acorde a las necesidades, la cual ayudará en el desarrollo de la empresa. Por ello, es necesario conocer a profundidad las leyes y reglamentos para el negocio de comercialización

de repuestos para vehículos livianos de la marca Chevrolet que permite su legal funcionamiento.

Para la constitución de negocio se deben seguirse los siguientes procesos:

PROCESO	ENTIDAD	DOCUMENTO
1. Obtener el RUC	SRI	RUC
2. Adquirir el permiso de funcionamiento	Cuerpo de Bomberos	Permiso
3. Adquirir la patente municipal	Municipio de Quito	Patente
4. Legalizar la empresa	Superintendencia de compañías	Legalización

Tabla 4: Área de apoyo Legal

Fuente: El Autor

Requisitos de carácter fiscal (SRI)

Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domicilio inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Provisionales. (SRI, 2020)

Permiso de la LUAE

Licencia Única de Actividades Económicas. Este trámite se lo puede hacer on-line

Las empresas de categoría dos y tres (de mayor riesgo) lo sacan como requisito previo para obtener la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).

La LUAE integra los siguientes permisos y autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS).
- Permiso Sanitario.
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
- Rotulación (Identificación de la actividad económica).
- Permiso Ambiental.
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas.

- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia.
- General de Policía.

Requisitos para persona natural

- Formulario único de solicitud de LUAE.
- Copia de cédula y papeleta de votación de las últimas elecciones.
- Copia de RUC.
- Copia del pago de la patente.
- Copia del pago del impuesto predial del año en curso.
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local.
- En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.
- Inspección de Bomberos (posterior a la emisión de la licencia).

Requisitos para sacar el permiso de bomberos

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC; y
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

Patente municipal:

Toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad económica en el Distrito Metropolitano de Quito debe obtener la Patente Municipal ya que es un impuesto que se paga anualmente. (PORTAL DE SERVICIOS CIUDADANOS , 2020)

Requisitos necesarios para el registro de patentes:

- Registro único de contribuyentes
- Cédula de identidad o ciudadanía
- Inscripción de la Superintendencia de Compañías
- Formulario de declaración de impuesto de patente

b-. De Producción

Tomamos como referencia y respaldo de algunas empresas comercializadoras de repuestos como es:

- **GAMAPARTES**

Es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos automotrices en Ecuador a través de puntos de venta propios y distribuidos asociado.

Gama partes líder y mayorista de accesorios pauta en los medios más reconocidos del País. (GAMAPARTES, 2020)

- **CONAUTO**

Es una compañía dedicada a la comercialización de bienes y servicios en la línea automotriz e industrial, creando satisfacción y valor, cumpliendo o excediendo las expectativas de nuestros clientes, empleados, accionistas y proveedores, enmarcado en nuestra misión y visión.

Al sur de la ciudad, tiene una de las bodegas más grandes del país. Allí se consolida y se almacena la mercadería nacional e importada para el suministro a la zona de la costa y a las sucursales. (CONAUTO, 1970)

- **JEP IMPORTACIONES**

Empresa con 25 años de experiencia dedicada a la importación, comercialización y distribución de los mejores repuestos automotrices.

Ofrecen una amplia selección de autopartes, piezas importadas, de alto rendimiento y accesorios automotrices a un mejor precio. Innovando cada día para responder las necesidades del mercado, convirtiéndose en la primera opción del mercado ecuatoriano en la importación y comercialización en repuestos automotrices. (JEP IMP, 1990)

c-. De Mercados

Las estrategias y alianzas que emplean las principales empresas ensambladoras y comercializadoras de repuestos Automotrices son las siguientes:

1. La primera estrategia es una adopción de la perspectiva global en sus operaciones, los ensambladores planean operaciones a escala global con nuevas inversiones.
2. La segunda estrategia se refiere a que los ensambladores buscan adquirir capacidades mediante alianzas, fusiones y adquisiciones concentrado horizontalmente la industria.
3. Los ensambladores automotrices han organizado la producción de vehículos alrededor de plataformas y sistemas modulares de producción. De hecho, puede decirse que este tipo de estrategia es uno de los conceptos más relevantes de este sector.

actualmente los ensambladores se han vuelto capaces de llevar a cabo el desarrollo de nuevas soluciones de manera rápida y de bajo costo, sobre una gran parte del automóvil con el fin de satisfacer las exigencias de los múltiples gustos y preferencias de los consumidores en el mundo, respondiendo al sistema jurídico legal, y a los requerimientos de los clientes.

4. La estrategia de subcontratación de procesos productivos, necesarios para la manufactura de automóviles que combinan las relaciones entre ensambladoras y proveedores, se ha establecido un modelo genérico identificado como modular. En este proceso de producción, el automóvil se divide en varios módulos, y cada proveedor es responsable de diseñar, innovar, producir y colocar en línea de montaje su módulo.
5. Estrategias que buscan mejorar la asistencia en la venta, posventa y el mantenimiento. Estos conceptos se han convertido en elementos claves de la marca para el cliente. Los sistemas de financiamiento permiten a las empresas incrementar sus ventas, en especial para las firmas distribuidoras y de autopartes.

Detallaremos algunas alianzas estratégicas que maneja la industria automotriz, como referencia para el diseño del negocio. (Alianzas automotrices, 2018)

Nissan

Líder en el número de ventas de autos en México. Sólo en México es considerada como una marca líder y en el resto del mundo no sucede lo mismo.

La alianza Nissan Renault es tan sólida que incluye a la financiera de Nissan NR Finance México. Con lo cual todos los modelos de Renault son comercializados con los beneficios de la financiera de la firma japonesa.

Al mismo tiempo de la alianza con Renault, Nissan cuenta con Infiniti, una submarca de vehículos de lujo.

General Motors

General Motors alguna vez formó una alianza con Ford para desarrollar nuevos productos y de esa unión nacen Ford Mustang y Chevrolet Camaro.

Fiat Chrysler Automotor (FCA)

Tiene como principal socio a la histórica marca italiana Fiat. Junto a ellos están marcas internacionales de fabricación de motores, cajas de cambios y transmisiones como IVECCO y FPT para distribución con Mitsubishi.

Volkswagen

Volkswagen es una marca independiente, tiene algunas alianzas y submarcas propias. Entre sus aliados están

- Audi: socio mayoritario
- Porsche

d-. Administrativo

“La administración comprende una serie de fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina correctamente.” (Evaluación de Proyectos, 2005)

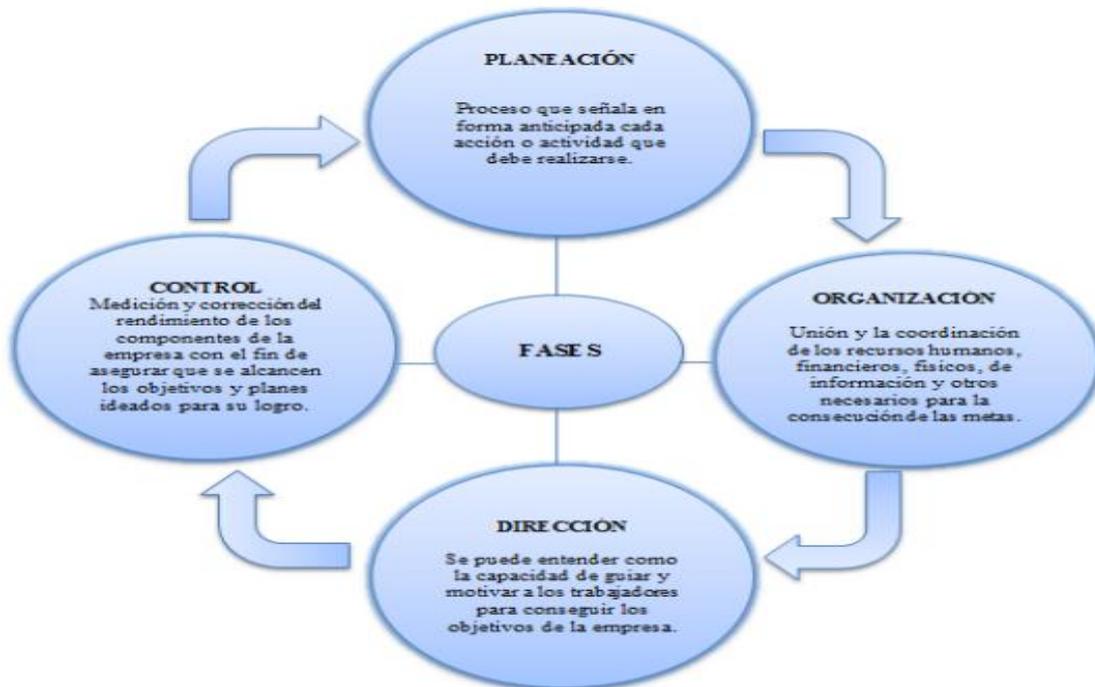


Gráfico: 4 Etapas Administrativas

Fuente: Evaluación de Proyectos

La administración es un apoyo para la gestión y actividades organizacionales que determinan las responsabilidades de los colaboradores que son de gran importancia para futuras decisiones de la empresa. La administración está relacionada con el área de recursos humanos ya que se encarga de la contratación, siguiendo el respectivo proceso de reclutar, seleccionar y capacitar y se encarga de la nómina de los empleados.

Los puestos de trabajo para la empresa Repuestos Del Sur “PINTO” son:

Un profesional en la rama de administración

Una persona especializada en asesoramiento técnico en repuestos automotrices.

Para estos la participación en las actividades puede ser externas e internas de la empresa dependiendo de las necesidades que se presente como puede ser tramites y gestión de todo tipo.

Actividades a realizar por parte de los funcionarios:

Propietario-Administrador

Se encargará de guiar cada proceso administrativo analizando los recursos físicos, financieros y humanos que permitirá llevar al éxito o fracaso de la empresa.

Responsabilidades:

- Representante legal de la Empresa
- Capacitar al Asesor Técnico
- Analizar las compras y ventas
- Control con el cumplimiento de ventas
- Establecer estrategias de ventas
- Manejo de publicidad
- Atender los reclamos y sugerencias
- Presupuesto
- Control de rotación de inventario
- Establecer buenas relaciones con los clientes, proveedores y colaboradores
- Control de todas las áreas que forma el local comercial

Asesor - técnico

Se encargará de brindar asesoramiento técnico personalizado de toda la gama de repuestos Chevrolet, adicionalmente se encargará de brindar un excelente servicio a todos los cliente y futuros clientes.

Responsabilidades:

- Atención a requerimientos
- Asesoramiento técnico de los productos
- Demostración del producto al cliente
- Ordenar el producto de vitrina
- Cobrar, facturar y despachar
- Informar de la rotación de inventarios
- Recibir inventario de pedidos
- Informe diario de la gestión

El manejo del recurso administrativo resulta de gran importancia para el correcto funcionamiento y el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos por la empresa.

EL MERCADO

Según el Autor Urbina Gabriel Baca

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”

(Urbina, Evaluación de Proyectos, 2001)

En el mercado se pueden identificar las siguientes estructuras:

Estructuras del Mercado			
Competencia Perfecta	Monopolística	Oligopolio	Monopolio
<ul style="list-style-type: none">• En un mercado de competencia perfecta existe gran cantidad de ofertantes, así como también de demandantes de un producto o servicio específico por lo que la definición de los precios está dada por la ley de la oferta y la demanda.	<ul style="list-style-type: none">• Es un mercado donde hay una gran cantidad de firmas independientes que tienen una proporción pequeña de la cuota de mercado.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado donde hay una gran cantidad de firmas independientes que tienen una proporción pequeña de la cuota de mercado.	<ul style="list-style-type: none">• En un mercado monopolista existe un único oferente de un producto o servicio para abastecer a una gran demanda, razón por la cual este es quien fija el precio en el mercado.

Tabla 5: Estructura del Mercado

Fuente: El Autor

En base al tema, por el lado de la demanda consideramos el número de vehículos que circulan actualmente esto refleja un elevado número de compradores por lo que podría considerarse como de competencia perfecta en función del número de vehículo que existe. Tomando en cuenta ya que existe una gran gama de repuestos mediante las varias importadoras, distribuidoras y sub distribuidoras.

Pero por el lado de la oferta, existen independientemente 7 distribuidores de repuestos frente al gran número de locales que comercializan la marca por lo que se podría considerar como oligopolio.

OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA

Es importante conocer la Mercadotecnia según los diferentes Autores:

Según **Philip Kotler**, en su libro la mercadotecnia se define como:

“La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos”

“Asegura que esta disciplina es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” (Kotler, Padre del Marketing, 1967)

Según **Antonio Ruiz**:

“Marketing es la mezcla, inteligente y equilibrada, entre reflexión y acción; la debemos utilizar para tratar de conseguir conocer las necesidades de los clientes y consumidores y, después, tratar de satisfacerlas.” (Ruiz, s.f.)

Según **Jerome McCarthy**:

“El marketing es la realización de actividades que tienen por esencia cumplir las metas de una empresa, al pronosticar las exigencias del consumidor o el cliente y dirigir un flujo de mercancías idóneas a las necesidades y los servicios que el trabajador presta al cliente” (McCarthy, El Marketing , s.f.)

En base a esta información se puede definir que la mercadotecnia tiene como objetivo principal conocer las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores que permita satisfacer los requerimientos que exige el mercado.

Las variables que se analizan en el mercado están compuestas por:

Precio

Los precios serán sugeridos por los fabricantes que se trabajará o importadores de repuestos Chevrolet, considerando el costo total del repuesto más el porcentaje de utilidad se ofrecerá

precios considerados. Al ofrecer precios considerables se puede llegar a competir con las empresas existentes.

- Ofrecer descuentos especiales para lograr una distribución masiva.
- Estableceremos un bajo precio durante el tiempo de seis meses con el fin de lograr penetrar en el mercado.
- Programar ofertas a los clientes mediante combos.
- Se establecerá descuentos por el volumen de compra y fidelidad del cliente revisando en la base de datos de todos los clientes, a fin de establecer los descuentos y precios más bajos.
- Se aceptará el pago por medio de tarjeta de crédito o por cualquier forma de pago que el cliente prefiera.

Promoción

Mediante la promoción informaremos y daremos a conocer la existencia del negocio a los consumidores.

Adicionalmente es importante mantener un contacto con los potenciales clientes, quienes son los propietarios de Talleres automotriz, los cuales asisten directamente al almacén a solicitar gran cantidad de repuestos.

Los propietarios de vehículos que realizan periódicamente mantenimiento al vehículo son clientes potenciales ya que acuden personalmente al almacén y adquirir los repuestos automotrices.

- Desarrollo de campaña publicitaria
- Se ofrecerán descuento del 3 % al 5 % de descuento dependiendo del volumen de compras.
- Se tomará en cuenta la fidelización del cliente, es decir que a los clientes que mantenga frecuencia de compra en nuestro almacén se le otorgar la promoción.

Distribución

Los canales de distribución son todos los medios de la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos y/o servicios hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes.

Se ha considera ubicar a la empresa en el barrio la Villa Flora, de tal forma que se encuentra en un lugar de fácil acceso para clientes, proveedores y público en general.

Para este negocio se considera determinar un canal indirecto, puesto que se necesita varios intermediarios. La empresa negocia directamente con los proveedores e importadores con el objetivo de obtener un precio más bajo.

Se busca distribuir los repuestos a diferentes locales que comercialicen repuestos de la marca Chevrolet de igual manera se busca entregar de forma directa a los talleres automotrices, mecánicas y al cliente final.

Para poder llegar al cliente y que conozca el producto la empresa realizará promociones comerciales y la venta personalizada de los repuestos, al implementar estas técnicas la empresa atraerá a los distribuidores, locales, talleres y cliente final.

Ventas

Las ventas de los productos se lo realizaran a través de ventas directas en el almacén a todo tipo de clientes y los pedidos se lo recibirá por medio de correo electrónico, redes sociales y telefónicamente, la forma de pago es a comodidad del cliente.

Adicionalmente es importante mencionar que se otorgara créditos a ciertos clientes que maneja un alto indica de compras mensuales.

ESTUDIO E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Randall Geoffrey, define el estudio de mercado como:

“La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones del marketing”. (Randall, 2003)

El estudio de mercado está dado por el comportamiento de la oferta y la demanda que existe en los repuestos automotrices con el fin determinar la demanda insatisfecha.

En el sector automotriz cada precio genera un nivel de demanda diferente por lo que tiene un impacto diferente del mercado. El precio tiene una relación inversa: cuanto más alto es el precio, menor es la demanda ya que disminuye la adquisición de repuestos, los clientes ven el precio alto como señal de un buen producto.

TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño del mercado del subsector de repuestos y recambios está directamente relacionado con el número de automóviles en Ecuador y de su antigüedad.

Ecuador creció en más de 1,4 millones de vehículos en una década, lo que situó la cifra por sobre los 2,4 millones de unidades a 2019, de los cuales un 45% tiene más de 10 años de antigüedad, esto explica que el 25% de los automóviles en circulación tengan más de 20 años de antigüedad.

Para el subsector de repuestos y recambios estos datos se muestran como positivos ya que al alargarse la vida útil de los vehículos los usuarios utilizan cada vez más repuestos y recambios evitando el desgaste y grandes daños de los vehículos. (INEC, 2019)

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores homogéneos.

- Segmentación Geográfica: se realizará una división en base a su ubicación.
- Segmentación Demográfica: se realizará una división por edad y etapa del ciclo de la vida o por el género.
- Segmentación Psicográfica: se deberá realizar una división en base a la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.
- Segmentación Conductual: se deberá realizar una división en base al comportamiento, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

Para realizar la segmentación se partirá por una segmentación Geográfica, siendo la ubicación el sector de la Villa Flora y como segmentación Demográfica son los pequeños y grandes talleres automotrices, mecánicas, cooperativas de taxis que se encuentra en los alrededores de este sector los que constituyen nuestro mercado objetivo.

OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo principal de este estudio es conocer las necesidades y preferencias del consumidor en cuanto al producto, precio, calidad y garantía de los repuestos automotrices que la empresa ofrece al público en general.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Es un proceso que consiste en recopilar y analizar la información de los clientes, competidores y el mercado en general. Mediante este estudio se pueden conocer tanto los riesgos que enfrentaría el proyecto como la posibilidad de éxito de la empresa.

DEMANDA POTENCIAL

Al analizar la demanda se puede determinar a cuantas personas se va a vender el producto, o cual es el número de personas que requieren eventualmente adquirir los productos ofrecidos. Para determinar la demanda potencial, hay que tomar en cuenta información proveniente de diversas fuentes.

Como ya se mencionó anteriormente el mercado de repuestos automotrices está en permanente crecimiento, conforme crece la cantidad de vehículos en circulación.

En base a la segunda pregunta de la encuesta aplicada, las personas gastan un aproximado \$ 400 en repuestos al año lo que significa que la venta de repuestos automotrices tiene ´por si sola una gran demanda potencial.

MERCADO COMPETIDOR

Debemos recalcar que el parque automotriz se incrementa a pasos acelerados por las compras de vehículos que se dan a diario y por ende también se incrementa la necesidad de adquirir repuestos automotrices.

Unas de las variables fundamentales de la función de la oferta es la de la competencia. Mediante un trabajo de campo se logró realizar un levantamiento de la información correspondiente a esta variable, obteniéndose información de los principales competidores que atienden las necesidades de la demanda.

Entre las principales empresas competidoras que venden los repuestos de la marca Chevrolet podemos mencionar las siguientes:

Chevy Auto

Empresa que opera en el sector de repuestos y piezas de la marca Chevrolet

Estrategia: Asesora en la compra al cliente.

Almacenes Mansuera

Posee un amplio stock de repuestos para todas las marcas. Cuenta con el apoyo directo de las casas matrices para despachar inmediatamente cualquier repuesto.

Estrategia: ofrece el servicio Online con envío gratis

Almacenes “Alfonso Gallardo”

Almacén que se dedica a la venta de repuestos automotrices de diversas marcas

Estrategia: Ofrece descuento por la cantidad en compra.

Auto Decor

Empresa líder en la venta de accesorios para toda clase de vehículos, brindando la mejor atención y confianza para poner en marcha su vehículo.

Estrategia: Ofrece planes de pagos con cheques.

Cabe mencionar que la oferta de repuestos automotrices es extensa, sin embargo, una de estas empresas oferentes son las de mayor representación en el Sector, por lo que se pondrá énfasis en estos.

DISEÑO E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Para la presente investigación del mercado se utilizará la encuesta personalizada, dirigida a los hogares con el fin de conocer qué tipo de vehículo poseen y de que marca principalmente.

Población

De acuerdo a la información del INEC, en el sector del barrio la Villa Flora se identifican 4629 hogares. Valor que será tomado como población total (N) para determinar el tamaño de la muestra (n).

Muestra

De acuerdo con la aplicación de la fórmula estadística, encontramos una muestra a quienes se podrá practicar la encuesta de **143** personas.

Aplicación de la fórmula con margen de error del 8%

$$n = \frac{N * PQ}{\left[(N - 1) * \left\{ \frac{E^2}{K^2} \right\} \right] + PQ}$$

Donde:

n= Muestra

N= Universo

PQ= Cuartil 0.25

E= Margen de error que se utilizará en este estudio será del 8%

K= Constante 2

Se procede entonces a obtener la muestra para el estudio a realizar en el sector de la Villa Flora del Distrito Metropolitano de Quito.

Variables:

n =?

N = 4629 hogares

$$PQ = 0.25$$

$$E = 0.08 \text{ (8\%)}$$

$$K = 2$$

Fórmula para conocer la muestra

$$n = \frac{4376 * 0.25}{\left[(4629 - 1) * \left\{ \frac{0.08^2}{2^2} \right\} \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{1094}{\left[(4628) * \left\{ \frac{0.0064}{4} \right\} \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{1094}{\left[(4628) * (0.0016) \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{1094}{(7.4) + 0.25}$$

$$n = \frac{1094}{7.65}$$

$$n = 143.00$$

$$\mathbf{n = 143 \text{ Encuestas}}$$

La Encuesta

La encuesta es un conjunto de preguntas que tiene como propósito conocer las opiniones preferencias y gustos del mercado objetivo, mediante esta técnica se recopilara información que determinara la factibilidad del proyecto.

Modelo de encuesta

La encuesta está diseñada con repuestas múltiples con el fin de facilitar la tabulación de los datos y obtener información comprensible.

Encuesta aplicada



1. ¿Tiene vehículo? de que marca y modelo?

Si ____

No ____

Marca _____

Modelo _____

2. ¿Dentro de los siguientes rangos cuánto gasta Usted. anualmente en repuestos y mantenimiento de su vehículo?

De 0 a 400 USD

De 400 a 1000 USD

Más de 1000 USD

3. ¿Dónde compra los repuestos para su vehículo?

Distribuidores _____

Concesionarios _____

4. En el establecimiento donde compra los repuestos, ¿Encuentra todos los repuestos que necesita?

Si _____

No _____

5. ¿Le gustaría, poder contar con un local comercial de repuestos de la marca Chevrolet cerca a su casa?

Si _____

No _____

6. ¿En caso de no contar con los repuestos que busca en nuestro almacén de repuestos de la marca Chevrolet le gustaría que le consigan dichos repuestos y se los hagan llegar a domicilio mediante el servicio online?

Si _____

No _____

Aplicación de la Encuesta

A continuación, se presentan los resultados y análisis de la encuesta realizada:

Pregunta N° 1: ¿Tiene vehículo? ¿De qué marca y modelo?

Opciones	No. Respuestas	%
Si	80	56 %
No	63	44 %
TOTALES	143	100 %

Opciones	No. Respuestas	%
Chevrolet Spark	30	21%
Chevrolet D-Max	60	42%
Chevrolet Sail	53	37%

Tabla 6: Resultados de la pregunta 1 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor

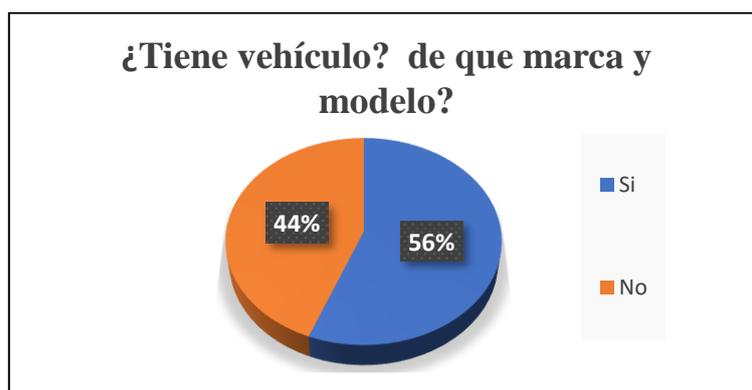


Gráfico: 5 Pregunta 1 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor

Análisis pregunta N° 1:

La mayoría de personas indican que, si cuentan con vehículo ya que hoy en día la adquisición de un vehículo es una herramienta de trabajo mas no por lujo lo utilizan para operar su propio negocio en compañías de taxis públicos o privados es importante que el vehículo este en buenas condiciones y este en constante mantenimiento. Entre las marcas:

La mayoría de personas indican que Chevrolet es la marca que genera mayor demanda por sus modelos comerciales entre ellos son Chevrolet D-Max, Chevrolet Sail y Chevrolet Spark ya que son modelos que la ciudadanía prefiere por sus precios, su diseño, funcionalidad y espacio.

Pregunta N° 2. ¿Dentro de los siguientes rangos cuánto gasta Usted anualmente en repuestos y mantenimiento de su vehículo?

Opciones (\$ USD)	No. Respuestas	%
De 0 a 400	94	66 %
400 a 1000	39	27 %
Mas de 1000	10	7 %
TOTALES	143	100%

Tabla 7: Resultados de la pregunta 2 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: La Autora

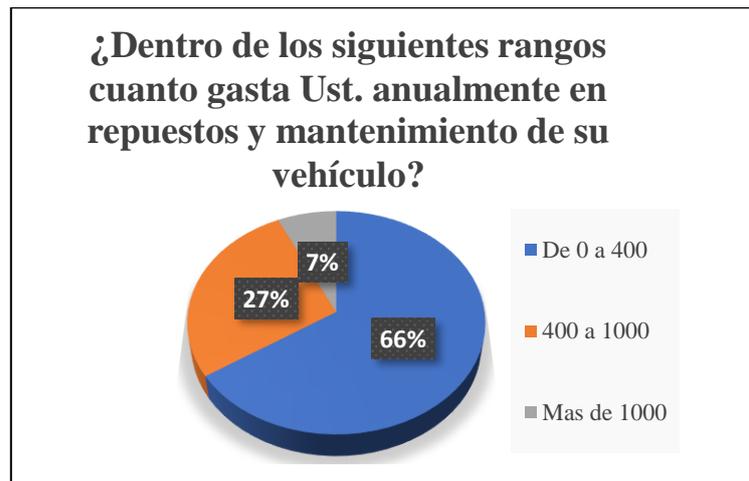


Gráfico: 6 Pregunta 2 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: La Autora

Análisis pregunta N° 2

El 66% de los encuestados gastan en repuestos y mantenimiento entre \$0 a \$400 anualmente sin tomar en cuenta la mano de obra que se requiere, indican que estos gastos son obligatorios para mantener la garantía y seguridad del vehículo.

Pregunta N°3. ¿Dónde compra los repuestos para su vehículo?

Opciones	No. Respuestas	%
Distribuidores	93	65,03%
Concesionarios	50	34,97%
TOTALES	143	100%

Tabla 8: Resultados de la pregunta 3 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor

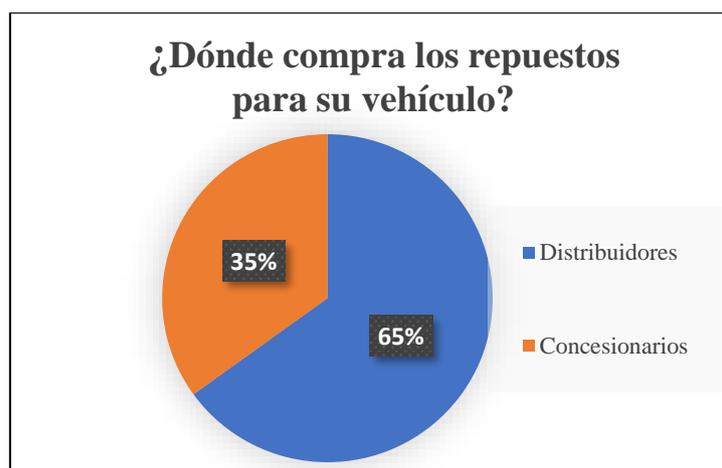


Gráfico: 7 Pregunta 3 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: La Autora

Análisis pregunta N° 3:

El 65 % de personas encuestadas acuden a los distribuidores para adquirir los repuestos de la marca Chevrolet por la comodidad de precios y por la facilidad en adquirir los repuestos, cabe señalar que el 35% de personas prefieren adquirir los repuestos directamente en concesionarios por la garantía y respaldo que brinda la marca.

Pregunta N° 4. En el establecimiento donde compra los repuestos, ¿Encuentra todos los repuestos que necesita?

Opciones	No. Respuestas	%
Si	72	50,35 %
No	71	49,65 %
TOTALES	143	100 %

Tabla 9: Resultados de la pregunta 4 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor

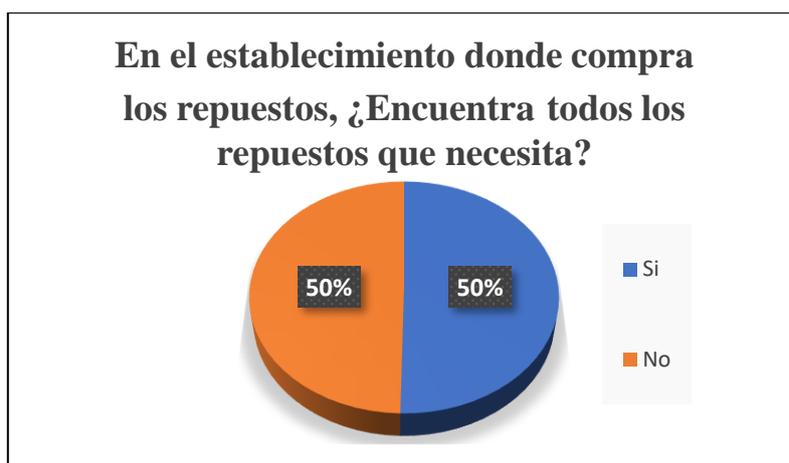


Gráfico: 8 Pregunta 4 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: La Autora

Análisis pregunta N° 4:

Se ha encontrado que solamente alrededor de un 50% de los establecimientos ofrece un adecuado stock de repuestos que satisface las necesidades de los clientes. De esta respuesta se deduce que las alianzas comerciales, la venta de repuestos Online y el servicio a domicilio se convierten en una real alternativa para satisfacer a los clientes.

Pregunta N° 5. ¿Le gustaría, poder contar con un local comercial de repuestos de la marca Chevrolet cerca a su casa?

Opciones	No. Respuestas	%
Si	100	69,93%
No	43	30,07%
TOTALES	143	100%

Tabla 10: Resultados de la pregunta 5 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor

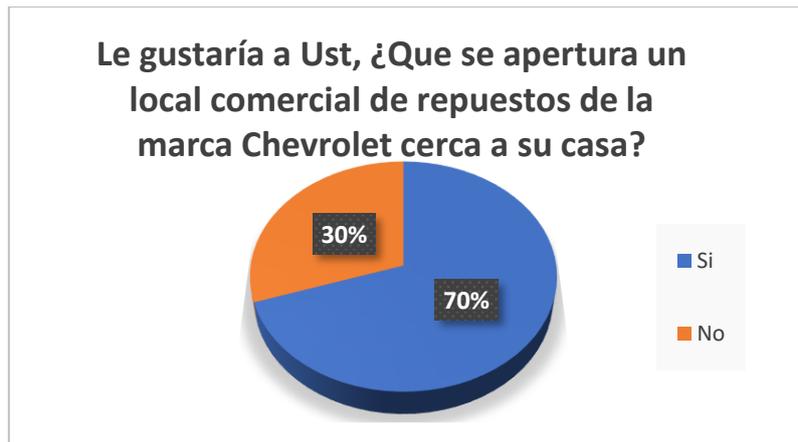


Gráfico: 9 Pregunta 5 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor

Análisis pregunta N° 5:

Podemos observar que un 70% de las personas encuestadas desearían poder contar con un centro de distribución y venta de repuestos de la marca Chevrolet cerca de su casa, indican que facilitaría la gestión de compra y no tendrían que recorrer largas distancias para adquirir los repuestos. Esta respuesta genera la responsabilidad de poder ofrecer a los posibles clientes un adecuado stock de repuestos o de contar con ventas Online para servicios a domicilio

Algunos encuestados mencionaron que la ubicación resulta estratégica para cubrir la gran demanda que existe en los talleres, mecánicas, cooperativas de transportes, familias que posean vehículo y público en general del sector de la Villaflora.

Pregunta N° 6

¿En caso de no contar con los repuestos que busca en nuestro almacén de repuestos de la marca Chevrolet le gustaría que le consigan dichos repuestos y se los hagan llegar a domicilio mediante el servicio online?

Opciones	No. Respuestas	%
Si	98	69,03%
No	45	31,01%
TOTALES	143	100%

Tabla 11: Resultados de la pregunta 6 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor



Gráfico: 10 Pregunta 6 de la encuesta aplicada en el Sector de la Villaflora del DMQ.

Fuente: El Autor

Análisis pregunta N° 6:

Se observa que hoy en día la personas buscan los repuestos de vehículo en un solo lugar por motivo de tiempo y para mayor comodidad por lo que el cliente solicita se le consiga el repuesto que no se disponga en ese momento y se envíe mediante el servicio online para optimizar tiempo y recursos.

Conclusiones del Estudio de mercado

1. Con los resultados obtenidos podemos conocer las necesidades y requerimientos de nuestro mercado objetivo y empezar a trabajar para cubrir de la mejor forma las necesidades.

2. La apertura de la empresa comercializadora de repuestos de la marca Chevrolet es de gran aporte al momento de cubrir la demanda que existe en el sector de la Villa Flora en pequeños y grandes talleres automotrices, mecánicas y cooperativas de taxis.
3. Podemos conocer que la mayoría de personas tiene vehículos de la marca Chevrolet por sus beneficios económicos y comerciales, siendo la marca más solicitada
4. Cubrir con adecuado stock, servicios online y a domicilio mediante alianzas estratégicas.

DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

En el sector automotriz la distribución inicia con las empresas comercializadoras de autopartes, quienes distribuyen las piezas a las ensambladoras para el proceso de armar el vehículo y luego ser vendido.

En cuanto a los distribuidores realizan el proceso de importación directa trayendo los productos principalmente de Brasil, Corea y Japón

La compra directa de los comercializadores se realiza a empresas como:

- **Conauto**

Empresa que se dedica a distribuir, producir y suministrar productos y servicios a nivel nacional e internacional a precios competitivos.

- **Importaciones**

Empresa fundada en 2009, dedicada a la venta al mayoreo y al por menor de repuestos de automóviles. Venden repuestos de las principales marcas de vehículos del país.

- **Importadora Alvarado**

Importante proveedor de repuestos de carrocería de automóviles en mayoristas, minoristas y público en general.

- **Freno Seguro**

Es la cadena de llantas, repuestos y servicios automotrices más completa a nivel nacional. Tiene más de 60 años de experiencia en la importación, comercialización y distribución de autopartes.

Quienes vende al por mayor para que los almacenes a su vez vendan los repuestos al

Consumidor final.

Dichas empresas brindan la oportunidad de líneas de crédito, descuentos y ofertas especiales al estar dentro del grupo de clientes potenciales.

SISTEMA OPERATIVO

Conocer nuestro mercado nos ayudara a obtener los mejores resultados posibles con los recursos disponibles.

Fijar un sistema contable y un sistema de verificación del stock de la mercadería, más la publicidad nos permitirá lograr las metas establecidas.

Las ventas sirven como indicadores y dan apoyo a las diferentes áreas, permitiendo conocer la estabilidad de la empresa.

En la empresa se ofrecerá ventas y asesoría personalizada ya que son muy importantes al momento de resolver problemas o satisfacen necesidades de los clientes de forma óptima y creativa.

Segmentación del Mercado:

- **Diseñar:** una mezcla de mercadotecnia adecuada al mercado meta de la empresa nos permite tener bien identificadas las características y necesidades a trabajar.
- **Segmentar:** consiste en dividir el mercado en secciones más pequeñas con características homogéneas entre sí y heterogéneas en cuanto a otros grupos del mercado se pueden considerar elementos diversos como: sexo, edad, nivel de ingresos, regiones geográficas.
- **Segmento:** grupos de un tamaño más reducido, con esta segmentación se pretende conocer un poco más en profundidad a los consumidores e identificar a los grupos similares de clientes con el ánimo de adaptar el producto a las características que demanda el mercado.

Los segmentos de mercado a los cuales nos orientaremos son los talleres, mecánicas, cooperativa de taxis y a toda la población que tenga vehículo de la marca Chevrolet.

PUNTO DE VENTA

El negocio se desarrolla en el barrio de la Villa flora ubicado en el Sur de Quito, estamos ubicados en un local comercial con un espacio adecuado para realizar las respectivas actividades de comercialización y punto de venta de los repuestos de la marca Chevrolet, a sus alrededores del local contamos con un gran movimiento comercial de talleres de enderezada y pintura, servicio eléctrico automotriz, almacenes de repuestos multi marca, estación de gasolinera, instituciones educativas, paradas de transporte como es el trole y Eco, cooperativas de taxis-camionetas y un sin número de actividades comerciales permitiendo el desarrollo y crecimiento del barrio, por lo que se convierte en un punto estratégico para la ejecución del negocio.

Otro factor que influye positivamente para el crecimiento comercial del Sector es la gran circulación de vehículos, las vías que son de fácil y rápido acceso son:

Av. Rodrigo de Chávez, 5 de junio, Av. Pedro Maldonado y Av. la Napo, vías que permiten mayor movimiento comercial a todo el sector, gracias a este movimiento comercial nos daremos a conocer poco a poco.

Contaremos con un sistema operativo para facilitar y agilizar la gestión de stock de producto, Observaremos la disponibilidad, precios, categorías y códigos de los repuestos de esta forma Entregaremos información en tiempo real a todos nuestros clientes.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN E INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Para una excelente comunicación e identificación con los clientes utilizaremos las siguientes herramientas promocionales del servicio:

- La publicidad



Gráfico: 11 Nombre Comercial de la Empresa

Fuente: El Autor

Para conocimiento del público en general nos daremos a conocer mediante algunas herramientas de comunicación tales como:

- Redes sociales:

Mediante este medio transmitiremos nuestra marca de negocio, estaremos conectados con nuestros clientes.

- Blog:

Crearemos este espacio para conocer las opiniones y sugerencias del servicio y producto que ofrecemos de esta forma identificamos los factores que debemos mejorar,

- Facebook y página Web

Herramienta Tecnológica que utilizará la empresa como principal introducción al mercado.

Una de las mejores opciones para hacer publicidad online es esta aplicación ya que mediante ella podemos mostrar el producto, dar a conocer promociones, novedades y eventos.

Con estas herramientas logramos vincularnos a los clientes y darnos a conocer como una excelente opción de compra.

- Volantes:

Detallaremos el servicio y producto que brindamos cuidando el contenido y su presentación. Entregaremos en la entrada del almacén y recorreremos los puntos clave del sector.

- Periódicos:

Mediante la circulación de este medio nos daremos a conocer del servicio que ofrecemos. Utilizaremos esta publicidad para que el cliente puede elegir y adquirir el producto considerando que este medio ayuda a aportar más información que los documentos electrónicos.

- Radio:

Es una excelente opción publicitaria ya que la mayoría de vehículos hace uso de las frecuencias radiales donde conocerán de nuestro servicio. Se contratará una frecuencia conocida para que el mensaje sea recordado ya que es la clave del éxito es que el mensaje deje huella en la mente del público meta.

- Promociones de Ventas:

Entregaremos rebajas de precios, regalos en las compras, participación de eventos sociales, capacitación para el uso correcto de los repuestos, descuento por volumen de compra.

PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

REPUESTOS DEL SUR “PINTO” empresa constituida por la experiencia y conocimientos del sector automotriz, lo que permite reducir riesgos y fracasos del negocio.

Se brindará el servicio de asesoramiento personalizado e instalación inmediata de los repuestos si el cliente desea además de otros servicios ya relacionados en las ventajas comparativas que diseñaremos e impulsaremos.

Como primer cliente (cliente natural), tendremos la venta directa de los repuestos automotrices al taller familiar y a todos los familiares vinculados a esta actividad comercial. De esta forma obtenemos un espacio de mercado seguro en alianza estratégica con la actividad familiar mientras se nos va conociendo y vamos generando confianza y credibilidad en el ambiente de la venta y comercialización de repuestos para vehículos livianos.

Las diversas promociones y la publicidad ya anteriormente mencionadas nos ayudan a darnos a conocer ante el mercado objetivo.

Trabajar conjuntamente con el taller Familiar permitirá darnos a conocer de la existencia del negocio para que poco la clientela se vaya familiarizando con el servicio.

El estudio de mercado, la investigación del producto, las promociones en ventas y los objetivos de la empresa ayudara a asegurara el éxito y eliminar el fracaso de la empresa.

FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIO

Es de gran importancia establecer políticas de precio. Se deben conocer las características de los productos, los costos de los mismos, los gastos de comercialización y el margen de utilidad que dependerá del descuento que determine el proveedor.

Se observará la evolución del negocio mediante comportamiento de ventas para brindar la oportunidad de líneas de crédito, descuentos y ofertas especiales.

Políticas:

POLÍTICAS DE GARANTÍAS

El periodo de garantía tendrá vigencia desde la fecha indicada en su factura contra cualquier defecto de fabricación.

Durante el plazo de garantía, el propietario del equipo deberá reportar y coordinar con los centros de Servicio Técnico Autorizados

Solo el personal técnico calificado se encargará de efectuar el trabajo de reparación

POLÍTICAS DE DEVOLUCIONES

La empresa se reserva el derecho de aceptar o rechazar la solicitud de devolución. El cliente debe recibir una autorización de devolución para continuar con el proceso.

Los repuestos deben ser recibidos por nuestras tiendas en la misma condición en la cual fueron enviados, el producto no debe estar usado.

Se deberá conservar la factura y guía de entrega.

POLÍTICAS DE ENTREGA A DOMICILIO

La entrega de los productos incluye el traslado hasta la puerta del lugar declarado.

POLÍTICAS DE ENTREGA

Confirmación del pedido y confirmación del pago, el cliente recibirá un email de notificación de envío cuando el artículo salga del almacén.

RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Determinaremos los cuadros variables que estudia un análisis F.O.D.A. lo que permite identificar la situación de la empresa.

- **FORTALEZAS:** Son factores críticos positivos con los que se cuenta.
- **OPORTUNIDADES:** Son aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando las Fortalezas.
- **DEBILIDADES:** Factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir.
- **AMENAZAS:** Son los aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos.

Esta herramienta nos ayuda a conocer las fortalezas para contrarrestar las debilidades y conocer las oportunidades para contrarrestar las amenazas.

FORTALEZAS
• Capital propio
• Experiencia y apoyo de la unidad familiar
• Asesoría personalizada
• La tecnología nos fortalece los conocimientos dentro del área automotriz
• Estar ubicado en un sector comercial
• Instalaciones amplias
• Comunicación con los clientes
DEBILIDADES
• Capital limitado
• Falta de personal capacitado para la venta de los repuestos

<ul style="list-style-type: none"> • Empresa nueva en el mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Los descuentos para los clientes
<ul style="list-style-type: none"> • No poseer infraestructura propia
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de comunicación
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Sector automotriz amplio
<ul style="list-style-type: none"> • En nuestra ubicación no existe competencia
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de proveedores
<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con talleres, mecánicas y cooperativas de taxis
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del negocio con las ventas
<ul style="list-style-type: none"> • Gran acogida por parte de los clientes
AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores
<ul style="list-style-type: none"> • Gran cantidad de empresas comercializadoras de repuestos
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio a domicilio
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de aranceles en los repuestos
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio directo a los talleres, mecánicas por parte de otras empresas.

Tabla 12: Herramienta F.O.D.A

Fuente: El Autor

LA PRODUCCIÓN DE REPUESTOS

La industria automotriz es un conjunto de compañías y organizaciones relacionadas en las áreas de diseño, desarrollo, manufactura, marketing y ventas de automóviles. La industria

automotriz no incluye a las compañías dedicadas al mantenimiento de automóviles que ya han sido entregados a un cliente, es decir, talleres mecánicos y gasolineras.

El sector automotriz es el que se ocupa del diseño, producción y ventas de automóviles, así como de sus partes y repuestos. Este sector es muy importante para la economía ecuatoriana pues emplea a unas 90.000 personas directa e indirectamente, realiza una gran aportación en forma de impuestos (cerca de 450 USD millones en 2014) y aporta una gran cantidad de aranceles. (AEADE)

En Ecuador existen tres empresas que son los principales productores nacionales (ensambladores) de automóviles:

- Motors Ómnibus BB GM-OBB (Chevrolet)
- MARESA (Mazda) AYMESA (KIA)
- CIAUTO (Great Wall)

Ecuador cuenta con un parque móvil superior a los 2.200.000 automóviles, de los cuales más de 400.000 superan los 25 años

LA PRODUCCIÓN DE AUTOPARTES

De acuerdo a las materias primas de la fabricación de autopartes existe una gran variedad de subsectores como son:

- **Subsector de caucho, goma y plástico:**

Productos de cauchos y gomas: neumáticos, tubos, correas de transmisión y amortiguadores

Productos de Plásticos: asientos, apoyo de cabezas, tableros, techos y volantes

- **Subsector de electrónica:**

Termostatos, reguladores de velocidad, circuitos integrados, temporalizadores y un sistema ABC

- **Subsector de equipos electrónicos:**

Bocinas, bujías, cables de frenos, cargadores y luces

- **Subsector de forja:**

Caja de cambios, frenos, bisagras

- **Subsector de vidrio:**

Cristales de ventana y espejos.

PROCESO EN PRODUCCION DE AUTOPARTES

- Recepción y almacenamiento de materias primas
- Fabricación de componentes: consiste en la fabricación de las piezas individuales que conforma la autoparte como resistencias, circuitos, eléctricos, cables y armazones
- Ensamble de Autopartes: se realiza el ensamblaje de cada una de las piezas
- Autopartes de caucho se desarrollan procesos de vulcanización y modelos de las piezas.
- Autoparte de plástico se realiza la inyección de polímero
- Autoparte de vidrio se fabrica el vidrio templado (laterales y luneta) y espejos retrovisores.
- Ensamble de Autopartes: se realiza el ensamblaje de cada una de las piezas.

ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

La línea que trabajaremos será de la marca Chevrolet. El producto y servicio que dispondremos en el negocio debe cumplir con los diferentes requerimientos que el cliente busca.

Producto:

Para un inicio la empresa maneja el siguiente inventario con las siguientes líneas de repuestos:

- Filtro y lubricante: filtro y aceite
- Frenos: tambor, bombas, cables y pastillas
- Latonería: capot, puertas, guardafangos, guardalodos y guardachoque
- Accesorio: faro, retrovisor, chapa y antena,

Servicio:

La empresa se encarga de comercializar repuestos de la marca Chevrolet y brindara un excelente servicio de asesoría técnica personalizada más la instalación inmediata de los repuestos, con el objetivo de optimizar el tiempo de entregar y las alianzas estratégicas nos permitirán contar un servicio garantizado.

- Las instalaciones son adecuadas para realizar las diferentes actividades.
- La garantía que brinda la marca Chevrolet da seguridad y confianza a toda la clientela.

- La asesoría técnica cubrirá todas las inquietudes de los clientes donde se le explicará el uso correcto y las especificaciones de los repuestos.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

- La empresa pondrá a disposición el servicio de venta y comercialización de repuestos de la marca Chevrolet al taller familiar como primera instancia.
- Se entregará los repuestos a los talleres, mecánicas, cooperativas de taxis que se encuentren al rededor del sector.
- Se entregará asesoría técnica de los repuestos, se responderá a las preguntas e inquietudes que el cliente mantenga.
- En el momento de la venta se entregará un servicio personalizado, se explicará el uso y funcionamiento correcto de los repuestos.
- Se tiene una alianza estratégica con el taller familiar, si el cliente solicita el servicio automotriz se le enviar directamente al servicio técnico automotriz.
- Se le solicita al cliente la matrícula del vehículo para confirmar los repuestos que solicita.
- Se entregará descuentos de acuerdo al volumen de compras.
- El cliente puede solicitar repuestos mediante las redes sociales.
- Se realizará entregas a domicilio sin recargo adicional dentro del barrios

CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

Para la organización y almacenamiento de los repuestos se manejará un sistema de software que permita automatizar procesos, gestionar los procedimientos logísticos, llevará un control de inventario y recopilar todo tipo de información.

- Gracias a los medios tecnológicos optimizamos tiempo y brindaremos un servicio eficiente.
- Con el sistema de software se ahorrará tiempo y recursos.
- Se confirmará el stock de los repuestos
- Se llevará un control de los pedidos de forma ordenada
- Crear un protocolo de los repuestos evitara que se presente errores
- Mejorar la gestión financiera

- Planificar un aumento de la productividad

CAPACIDAD INSTALADA Y DISEÑO DE LA PLANTA

Recursos de la Empresa:

Los equipos de Muebles- Enseres, equipos de oficinas y equipos de computación son activos necesarios para un correcto funcionamiento de la empresa.

Detallamos los recursos que vamos a requerir para la el correcto funcionamiento de la empresa

Repuestos Del Sur “*PINTO*”

MUEBLES Y ENSERES			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Escritorios Ejecutivos	150.00	300.00
2	Sillas Ejecutivas	100.00	200.00
1	Vitrinas	200.00	200.00
1	Mostradores	100.00	100.00
2	Estanterías	100.00	200.00
5	Sillas para los clientes	25.00	125.00
2	Archivadores	125.00	250.00
TOTAL			1.375.00
EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Teléfonos Inalámbricos	30.00	60.00
1	Sumadoras	25.00	25.00
1	Juego de Grapadoras/ Perforadoras	20.00	20.00
TOTAL			105.00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Computadoras	800.00	1600.00
2	Impresora	110.00	220.00
TOTAL			1.820.00
		TOTAL	3.300.00

Tabla 13: Recursos de la Empresa

Fuente: La Autora

UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa Repuestos Del Sur “PINTO” se ubicará en la Parroquia la Magdalena, barrio la Villa Flora, sector estratégico por su desarrollo comercial y poblacional.

Es de fácil acceso por ubicarse en una calle principal, cerca de talleres, mecánicas, cooperativas de taxis y acceso al transporte público encontrando una oportunidad de negocio.

Villa Flora fue uno de los primeros barrios residenciales formados en el sur de Quito. Se ubica bajo la Avenida Maldonado, cerca de su intersección con la calle Ernesto Terán, en la parroquia Chimbacalle.

Toma su nombre del barrio en el siglo XX fue planificado por el IESS como una ciudad jardín para la clase media quiteña que empezaba a acceder a sus préstamos hipotecarios.

Debido a los problemas de congestión que causaba el sector comercial el barrio la Villa Flora ha sufrido una transformación durante los años.



Gráfico: 12 Barrio la Villa Flora Siglo XX

Fuente: El Autor

Aspectos físicos



Gráfico: 13 Aspectos Físicos del Barrio la Villaflora

Fuente: El Autor

MAPA DE LOCALIZACIÓN
País: Ecuador Provincia: Pichincha Ciudad: Quito
MICRO LOCALIZACIÓN
Parroquia: La Magdalena Barrio: La Villaflora Dirección: Sur de Quito, Calles Rodrigo de Chávez, redondel de la Villa Flora, Gonzalo Díaz de Pineda y Alonso Mendoza.
MAPA

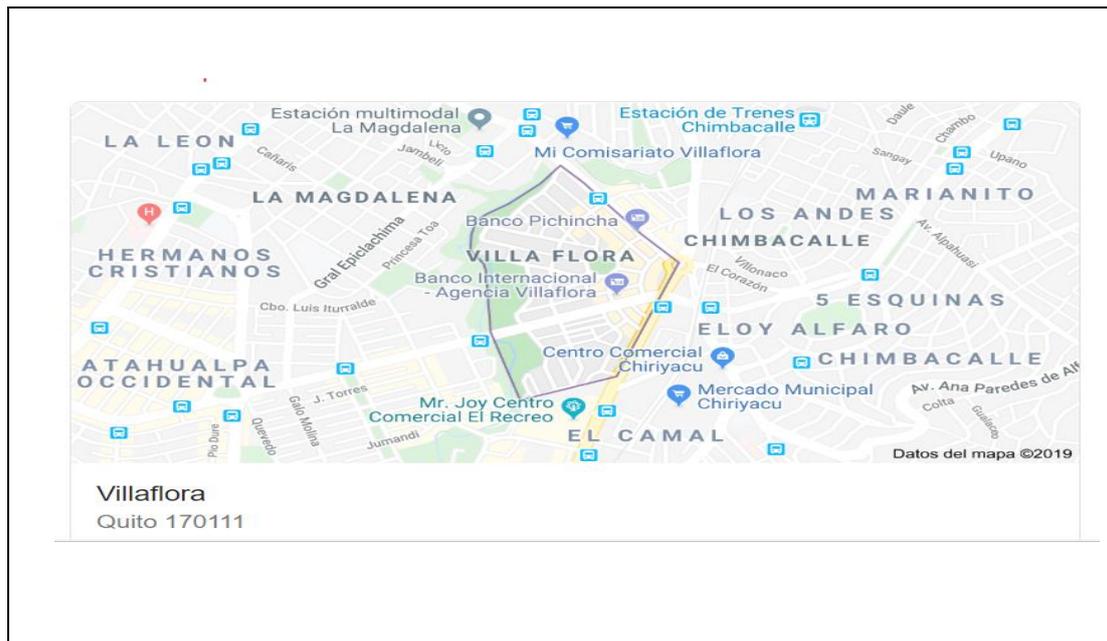


Gráfico: 14 Mapa de Localización Barrio la Villaflora

Fuente: El Autor

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS

Contamos con un espacio físico cómodo para realizar las diferentes actividades y transmitir comodidad al cliente desde el primer momento de su visita.

Las oficinas se distribuirán de la siguiente forma:

- Área de ventas: es un área que brindará asesoramiento técnico automotriz y atender requerimientos de cotizar plataformas con el fin de cerrar la venta y cumplir las metas mensuales.
- Área Administrativa: es un área donde se manejará los recursos que dispondrá la empresa.
- Percha: lugar que se utilizara para exhibir la lista de repuestos de la marca Chevrolet, mercadería lista para la venta.
- Baño: Para el uso de los colaboradores y clientes de la empresa.

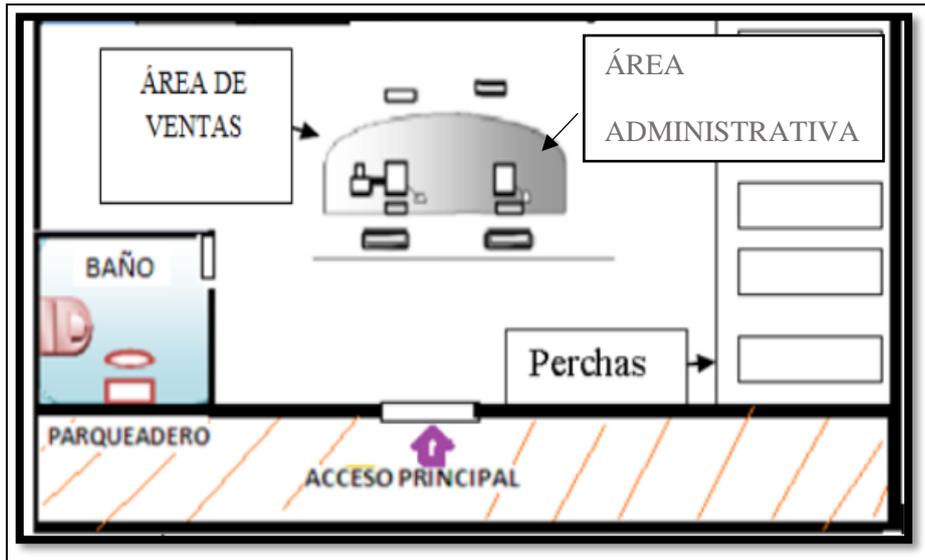


Gráfico: 15 Distribución y oficinas

Fuente: El Autor

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Utilizaremos los equipos, instalaciones, recursos, personal y todo tipo de herramientas que sean necesarias para iniciar el funcionamiento del negocio.

Manejo de inventarios

El manejo del inventario lo realizaremos mediante el sistema de software donde verificaremos a diario los repuestos que se han vendido y poder adquirir inmediatamente con el fin de disponer del stock de los repuestos.

Cotización de mercadería

Mediante el análisis de inventario conocemos la lista de repuestos que necesitamos adquirir por lo que enviamos a varios proveedores a cotizar la mercadería que solicitamos, una vez obtenida la información podemos comparar precios, promociones, descuentos y tomaremos la decisión de compra a un solo o varios proveedores.

Elaboración de pedidos

Se ingresa el pedido a los proveedores mediante correo electrónico para el respectivo despacho de la mercadería.

Recepción de la mercadería

El proveedor entregara directamente en nuestro local comercial toda la mercedaria solicitada y es recibida por parte del asesor técnico automotriz llevando el respectivo control de verificación, en caso de existir alguna anomalía con la recepción del pedido deberá reportar al administrador - propietario y en caso de que toda la mercadería esté en orden se procede con la forma de pago.

Emisión de factura de pago

El asesor técnico entregara la factura al propietario para su respectivo control financiero.

Almacenamiento de la mercadería:

Se procederá a ubicar la mercadería en las estanterías, mostradores y vitrinas.

Venta de los repuestos:

Se comercializará los repuestos como primera instancia al propietario e hijos del taller Tools y Pinturas, unidad familiar y como segunda instancia se ofrecerá el servicio a talleres, mecánicas, clientes y público en general.

ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio establece los estados financieros presupuestados de la empresa, considerando las tres inversiones básicas del proyecto como son: activos fijos, activos corrientes, capital de trabajo; así como también los presupuestos de ingresos y egresos y de esta manera se pueda determinar la viabilidad o no del proyecto.

Objetivo general

- Establecer la información financiera obtenida en el estudio, que permita determinar la viabilidad o no del proyecto.

Objetivos específicos

- Identificar y establecer el presupuesto de ingresos, egresos, costos y gastos del proyecto con el fin de estructurar los estados financieros del proyecto.
- Analizar y evaluar los índices financieros del proyecto, a fin de tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se utiliza para poder financiar situaciones de liquidez que se crean en el manejo de los ingresos y egresos de la operación y administración del negocio.

Para el presente Proyecto la inversión total es de \$ 11.000.

Los recursos para realizar las inversiones necesarias se obtendrán de la siguiente manera:

Inversión total: \$ 11.000 USD

50 % provenientes de ahorros personales y familiares equivalentes a: \$ 5.500USD

50 % provenientes de un crédito contraído de la empresa familiar, equivalentes a: \$5.500 USD otorgado a un plazo máximo de 12 meses sin intereses.

Dada esta posibilidad de apoyo económico se garantiza la estabilidad para el inicio del negocio y no se necesitaría acudir a instituciones financieras en busca de préstamos bancarios

RECURSOS	FINANCIADO	VALOR
Capital Propio	50%	\$ 5.500
Capital Contraído	50%	\$ 5.500
TOTAL	100%	\$ 11.000

Tabla 14: Capital de trabajo inicial

Fuente: El Autor

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Los siguientes cuadros muestran los presupuestos de ingresos y egresos debidamente detallados, así como también la estructura del financiamiento a utilizar.

ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Escritorios Ejecutivos	150.00	300.00
2	Sillas Ejecutivas	100.00	200.00
1	Vitrinas	200.00	200.00
1	Mostradores	100.00	100.00
2	Estanterías	100.00	200.00
5	Sillas para los clientes	25.00	125.00
2	Archivadores	125.00	250.00
TOTAL			1.375.00
EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Teléfonos Inalámbricos	30.00	60.00
1	Sumadoras	25.00	25.00
1	Juego de Grapadoras/ Perforadoras	20.00	20.00
TOTAL			105.00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Computadoras	800.00	1600.00
2	Impresora	110.00	220.00
TOTAL			1.820.00
		TOTAL	3.300.00

Tabla 15: Activos Fijos de la Empresa

Fuente: El Autor

MANO DE OBRA REQUERIDA

No.	Cargo	Salario base	Décimo cuarto	Décimo tercero	Vacac.	Aporte patronal	TOTAL MES (cargo)	
							Vr. PAG.	Vr. PROV.
1	Administrador	0	0	0	0	0	0	0
1	Asistente Técnico	500	14,17	43,4	20,83	60,75	453,25	139,15
	TOTAL MES	500	14.17	43.4	20.83	60.75	453.25	139.15

Tabla 16: Mano de Obra

Fuente: El Autor

CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE DE OPERACIONES	VALOR TOTAL
Arrendamiento	300.00
Comunicaciones	80.00
Servicios Públicos	100.00
Transporte y movilización	50.00
Papelería y Suministros	50.00
	580.00

17: Capital de Trabajo

Fuente: El Autor

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Crédito Familiar

PERIODO	CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO
				5500
1	450	0	450	5.050
2	450	0	450	4.600
3	450	0	450	4.150
4	450	0	450	3.700
5	450	0	450	3.250
6	450	0	450	2.800
7	450	0	450	2.350
8	450	0	450	1.900
9	450	0	450	1.450
10	450	0	450	1.000
11	450	0	450	550
12	550	0	450	0

Tabla 18: Amortización de crédito familiar

Fuente: El Autor

FLUJO DE FONDOS

FLUJO DE FONDOS (RESUMEN DE INGRESOS Y GASTOS) AÑO 1

CONCEPTO	PERIODO 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
SALDO INICIAL CAJA		4700	7465	7230	6995	6828	6661	6494	6527	6560	6593	6726	6859
(Cap. trabajo 1700 +3000 compras mes)													
INGRESOS													
Venta de repuestos (con IVA) +20%		4032	4032	4032	4400	4400	4400	4800	4800	4800	5200	5200	5200
Otros (comisiones 5%)		100	100	100	100	100	100	200	200	200	200	200	200
TOTAL INGRESOS		8832	11597	11362	11495	11328	11161	11494	11527	11560	11993	12126	12259
COMPRAS													
Repuestos		3000	3000	3000	3300	3300	3300	3600	3600	3600	3900	3900	3900
Otros													
TOTAL COMPRAS		3000	3000	3000	3300	3300	3300	3600	3600	3600	3900	3900	3900
INGRESOS BRUTOS		5832	8597	8362	8195	8028	7861	7894	7927	7960	8093	8226	8359
GASTOS DE OPERACIÓN													
Arrendamientos		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Comunicaciones		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Servicios Públicos		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Transporte y Movilización		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Papelería y Suministros		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total Gastos de Operación		580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580
Sueldos y Salarios		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Otros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Gastos de Administración		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
TOTAL GASTOS OP Y ADMON		1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080	1080
Transferencias													
IESS		57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57

TOTAL TRANSFERENCIAS		57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Créditos Pagados		450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	550
SALDO FINAL CAJA		4245	7010	6775	6608	6441	6274	6307	6340	6373	6506	6639	6672
Recursos propios	5500												
Recursos de terceros (prestamos)	5500												
TOTAL INVERSIONES	11000												
CAPITAL DE TRABAJO													
Gastos de operación y administración	1700												
Activos de operación	3300												
Capital trabajo inventarios	6000												

Tabla 19: Resumen Flujo de Fondos de la Empresa

Fuente: La Autora

ANÁLISIS FINANCIERO

CONCLUSIONES

Las cifras proyectadas en el flujo de fondo permiten evidenciar que el proyecto es viable, ya que los indicadores son muy buenos y reflejan cifras aceptables para el desarrollo del proyecto.

Tomando en cuenta los gastos y costos para la comercialización de repuestos automotrices en el primer año el crecimiento de las ventas es del 10 % lo que permite que la empresa

Repuestos Del Sur “PINTO” sea rentable.

BIBLIOGRAFÍA

AEADE. (Enero de 2020). Obtenido de <http://www.aeade.net/fuerza-motriz/>

Alianzas automotrices. (07 de Junio de 2018). Obtenido de <https://www.nexu.mx/blog/alianzas-automotrices/>

Álvarez. (2015).

CINAE. (13 de Agosto de 2019). Obtenido de *Camara-de-la-Industria-Automotriz-Ecuatoriana-CINAE*

CONAUTO. (1970). Obtenido de <http://www.conauto.com.ec/>

GAMAPARTES. (2020). Obtenido de <https://www.gamapartes.com/gamapartes/index.php>

Ibid, I. (2007). *Ibid*.

JEP IMP. (1990). Obtenido de <https://jepimportaciones.com.ec/>

Kotler, P. (1967). *Padre del Marketing*. Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/philip-kotler-padre-del-marketing>

Kotler, P. (s.f.). *American Marketing Asociation*. Obtenido de American Marketing Asociation: <http://www.marketingpower.com/>

López. (2008).

MARKETING, P. D. (2004). *PRINCIPIOS DE MARKETING*. Obtenido de *PRINCIPIOS DE MARKETING 2 ED*: <http://www.marketingpower.com/>

McCarthy, J. (s.f.). *American Marketing Asociation*. Obtenido de American Marketing Asociation: <http://www.marketingpower.com/>

McCarthy, J. (s.f.). *El Marketing* . Obtenido de <https://www.empresaactual.com/cual-es-la-definicion-de-marketing-segun-12-profesionales/>

Peter, H. (s.f.). *American Marketing Asociation*. Obtenido de <http://www.marketingpower.com/>

PORTAL DE SERVICIOS CIUDADANOS . (2020). Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>

Ruiz, A. (s.f.). *EmpresaActual.com*. Obtenido de Marketing y Estrategia Comercial: <https://www.empresaactual.com/cual-es-la-definicion-de-marketing-segun-12-profesionales/>

SRI. (2020). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Urbina, G. B. (2005). *Evaluación de Proyectos*. Obtenido de https://www.academia.edu/31835656/Evaluaci%C3%B3n_de_proyectos_4ta_Edici%C3%B3n_Gabriel_Baca_Urbina_FREELIBROS.ORG

Vilac, M. J. (25 de Septiembre de 2019). *EKOS*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/las-marcas-de-autos-mas-vendidas-en-ecuador>

www.aeade.net. (1 de emro de 2020). Obtenido de <http://www.aeade.net/boletin-sector-automotor-en-cifras/>

ANEXOS

Conoceremos la historia de la industria automotriz ecuatoriana como se va extendiendo y convirtiéndose en un mercado atractivo por el gran crecimiento económico en el país.

Este sector va al igual que el sector Farmacéutico por su alto potencial dentro de la tecnología.

Detallaremos las diferentes ensambladoras del Ecuador.

AYMESA



Aymesa fue la primera ensambladora del país, fundada en el año 1970 como un comerciante de las marcas Vauxhall y Bedford. En 1973 lanzó al mercado el primer vehículo de fabricación local: el ANDINO, un vehículo sencillo con una plataforma Bedford y un motor de 1,4 litros

En 1981 se crea las primeras estaciones de soldadura, con la cual potencia su producción de carrocerías metálicas, iniciando con el Chevette de General Motors, en los siguientes 12 años se especializa en la producción de modelos de las marcas Suzuki, GM y Datsun.

Para el año 1999, se inicia uno de los convenios más importantes para esta ensambladora, con el fabricante KIA MOTORS COMPANY de Corea, con su modelo de vehículo Sportage, la cual la ha llevado a un considerable crecimiento, con innovación de modelos y procesos de producción mejorados.

Las ensambladoras en el país han tenido gran importancia para el desarrollo del sector automotriz, las cuales han pasado por momentos de crisis produciendo pérdidas financieras a lo que se refiere a las ventas de vehículos.

Esto representó una variación negativa del -22,8%, cuando se comercializaron 71.434 unidades. Mientras que la producción de las ensambladoras de vehículos también disminuyó drásticamente, hasta tal punto que Maresa paralizó sus actividades de ensamblaje.

Es importante resaltar que las ventas de vehículos en el mercado ecuatoriano comprendían un 39% de producción nacional y 61% de importación para el año 2003. Diez años después, los vehículos ensamblados en el país aumentaron su participación al 49% y los importados bajaron

al 51%. Esto da cuenta de que es un importante sector con proyección a futuro que aporta a la economía ecuatoriana.

Actualmente Aymesa obtiene las mejores ventas gracias a la innovación de la tecnología de punta, se puede observar la capacidad que tiene la empresa para adaptarse a los cambios que se van presentando.

OMNIBUS BB



Nace como un proyecto del Sr. Bela Botar, de origen húngaro en el año 1975. Comenzó en el sector de la Kennedy, en Quito con un pequeño taller llamado “Provedora Automotriz”, primero modelo BLUE BIRD Botar, un autobús urbano. En mayo de 1980, se fabricó la Blazer, su primer vehículo liviano con un proceso industrial más sofisticado y tecnificado. Fue un vehículo potente diseñado para la gama familiar de potencia 4×4, con motor V8. En 1981, General Motors se convierte en accionista y la compañía se constituyó como General Motors Ómnibus BB (GM-OBB) para fabricar vehículos livianos: automóviles, camionetas y todoterrenos. “GM OBB es la planta de ensamblaje automotriz pionera y más grande del Ecuador.

MARESA



Fundada en 1976, Maresa empieza sus operaciones en el año 1979, Productos como las camionetas Serie B y los Mazda 323, la que utiliza para su ensamblaje tecnología japonesa en los vehículos Mazda y Toyota y americana en los vehículos Ford ha conseguido implementar en su ensamblaje tecnología de punta, lo cual ha llevado a obtener la certificación bajo la norma ISO 9901:2000, incursionar en los mercados de Colombia, Venezuela y Bolivia

Para la empresa los inicios fueron difíciles porque su producción no llegaba al 10% de la capacidad y no había una buena competitividad interna, ya que en ese tiempo había importación de camiones usados. La empresa propuso varias alternativas para solventar su crisis, y en el año 1984, MARESA recibe la autorización para poder producir vehículos livianos

Corporación Maresa Holding es una fuerte y sólida industria que se ha convertido en un símbolo de la Industria ecuatoriana, establecida en el año 1997, con agrupación de empresas vinculadas a MARESA donde unen sus actividades de ensamblaje automotriz, distribución, comercialización, posventa y el arrendamiento de vehículos.

COENANSA

C.O.E.N.A.N.S.A "FABRICA DE VEHÍCULOS S.A."



Corporación Ensambladora Automotriz Nacional, fue la última planta ensambladora de automotores establecida en el Ecuador. Esta corporación empezó sus funciones en la ciudad de Manta y pertenecía al grupo Noboa, emprendió sus operaciones en el año 1991. Su producción se enfocaba en la fabricación de vehículos Fiat de tecnología europea y Mitsubishi procedente de Japón y dejó de ensamblar en el año 1997.

El grupo Coenansa ensambló la línea de autos comerciales entre los que más destacan fueron los de la marca Fiat modelos Premio, Fiat Uno y las camionetas Fiorino. La ensambladora de Manta cerró sus puertas en 1996 debido a que la empresa decidió operar en los complejos industriales que la marca Fiat tenía en Argentina y Brasil.

Estas empresas producen automóviles, camionetas y todo terreno, los cuales están clasificados como vehículos destinados al transporte de personas y mercancías. Tienen sus plantas de ensamblaje en la ciudad de Quito.