



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

Estudio de Factibilidad de expansión para la empresa “Distribuidora de Repuestos Automotriz Guayaquil” en la ciudad de Quito.

Autor: Ana María Mendoza Astudillo

Tutor: José Macuy

Samborondón - 2017

1. Índice General

Contenido

1. Índice General	2
2. Justificación	3
3. Problema a resolver	4
4. Objetivo General	5
4.1 Objetivos específicos.....	5
5. Resumen Ejecutivo.....	5
6. Misión y Visión.....	5
7. Metas.....	6
8. Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)	6
9. Análisis de mercados.....	7
9.1 Mercado Objetivo.....	7
9.2 Análisis PESTAL (político, económico, social, tecnológico, ambiental)	7
9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas.	9
9.4 Análisis de las 4 Ps (Plaza, precio, producto, promoción)	10
9.5 Análisis de la demanda y oferta.....	15
9.6 Estrategia de diferenciación.....	27
9.7 Acciones de promoción	27
9.8 Canal de distribución.....	28
10 Análisis Operativo.....	28
10.1 Localización y descripción de las instalaciones.....	28
10.2 Método de producción y comercialización	29
10.3 Capacidad instalada	30
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA(Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento).....	31
10.5 Recursos Humanos	32
10.5.1 Descripción de cargos.....	32
11 Análisis Financiero.....	33
11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años.....	34
11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años.....	35
11.3 Análisis del punto de equilibrio	35
11.4 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)	36
11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.....	36
12 Viabilidad del Proyecto (conclusiones)	37

2. Justificación

La presente investigación tiene como propósito realizar un proyecto de expansión en la ciudad de Quito, conocida como la capital del Ecuador, actualmente la demanda de vehículos crece exponencialmente, por ende sus propietarios prefieren optar por productos de la mejor calidad, variedad y a cualquier hora del día.

De acuerdo a (PRO ECUADOR, 2017) el sector automotriz del Ecuador está localizado principalmente en la zona de la sierra, hacia el norte de la provincia. Según (INEC, Reporte de Economía Laboral, 2017), Quito es la segunda ciudad con mayor porcentaje de desempleo 6.5%, es decir a partir de esta cifra el proyecto de expansión puede ser una fuente optima de empleo para estos ciudadanos y así aminorar este factor que no permite el desarrollo del país. El incremento del parque automotor en la ciudad de Quito pasaría el 10% anual con respecto al año 2016, hoy por hoy en la ciudad transitan más de 200 mil autos privados, lo que incrementa las ventas sector automotriz de partes y accesorios (El Telégrafo, El parque automotor crece más que la población, 2015).

Según la Asociación de Empresas Automotriz del Ecuador (AEADE) el sector automotor en el 2016 generó en total 35994 empleos en la actividades de comercio automotor tales como mantenimiento, reparación, venta de partes, etc. (Enríquez, 2016). Asimismo la AEADE concluye que la participación de ventas por provincia de vehículos livianos en el año 2016, la provincia de Pichincha obtuvo un 39% representando el mayor porcentaje seguido del Guayas con un 29% (Baldeón, 2017). La industria automotriz ofrece múltiples oportunidades laborales y comerciales, por ende estas cifras otorgan credibilidad para la propuesta del plan de expansión.

Según la Agencia Nacional de Tránsito, reporta que para el 2015 el 25.6% de vehículos matriculados fueron de la provincia de pichincha, de los cuales el 31.8% fueron automóviles (INEC, Anuario de Transporte , 2015). El mercado de pichincha se encuentra lo bastante fuerte y apto para la sucursal de la compañía. Claramente existe el mercado potencial en esta zona, lo cual resulta una estrategia atractiva no solo para la empresa sino para los clientes existentes en la zona, ya que sus pedidos llegaran con mayor anticipación y tendrán un trato mucho más cercano con la compañía. A la

empresa la beneficia ya que disminuirán los gastos de viáticos en esta zona, los costos de transporte y se cubriría gran parte comercial de esta ciudad y sus alrededores.

3. Problema a resolver

“Distribuidora de Repuestos Guayaquil” es una empresa dedicada a la importación y comercialización de partes automotrices para vehículos livianos comerciales. La misma constituida por el Sr. Eddie Mendoza Bravo y con un personal de 10 personas, ha ofrecido una amplia y larga trayectoria en el mercado durante 20 años. La empresa ofrece un portafolio de productos de alta variedad, tales como partes de suspensión, motor, dirección, sistema de frenos, componentes de caja de cambio, accesorio y demás, estos se adquieren a través de importaciones de las cuales el 80% es de Japón, Corea y Taiwán (Mendoza Bravo, 2017) . El mercado al cual están dirigidos los productos de la empresa principalmente son aquellos pequeños negocios dedicado a la venta específica de kit de frenos, bandas, kit de distribución, entre otros que a su vez les venden a consumidores finales.

La empresa ofrece asesoría comercial en distintos puntos del Ecuador, en diferentes provincias tales como Manabí, El Oro, Pichincha, Azuay, Esmeraldas, Guayas, Santo Domingo entre otras, más su presencia física o casa matriz se encuentra únicamente en Guayaquil. A partir de esta zona los pedidos son mandados ya sea por Servientrega, transporte nacional o en casos de zonas dentro de Guayaquil por el camión propio de la empresa.

La Distribuidora de Repuestos Guayaquil ha logrado mantenerse en el mercado por más de diez años, tomando en cuenta que la industria es altamente competitiva. No obstante, la empresa ha presentado ciertas deficiencias en el volumen de ventas de la zona de Pichincha, debido a la mala planificación en la zona y el poco personal de la misma. Ante esta manifestación no se han definido soluciones que puedan favorecer a la empresa, razón por la cual se considera elemental la ejecución de este proyecto de expansión con el propósito de mejorar la zona incrementando su participación en el mercado e ingresos en ventas.

La puesta en marcha del proyecto se daría a través de varios métodos de marketing y publicidad masiva. Dicha sucursal prevé estar localizada en una zona estratégica donde tenga el mayor alcance, obteniendo todo los permisos de

funcionalidad e importación y durante medio año se mandaría al gerente de ventas para que controle la actividad de la nueva sucursal.

4. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para “Distribuidora de Repuestos Guayaquil” para la apertura de una sucursal en la ciudad de Quito.

4.1 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda de repuesto en la ciudad de Quito
- Establecer los procesos, acorde a las necesidades de los clientes.
- Analizar la viabilidad y rentabilidad de la puesta en marcha del proyecto.

5. Resumen Ejecutivo

La empresa “Distribuidora de Repuestos Guayaquil” es un empresa que se dedica a la importación y comercialización de repuestos automotrices para las diferentes marcas de vehículos que ofrece el mercado. La empresa tiene como objetivo expandirse nacionalmente por medio de una sucursal de la ciudad de Quito debido a que presenta ciertas deficiencias en cuanto a la planificación de la zona y al tiempo de entrega de los pedidos.

Por ende, se espera obtener como resultado la creación exitosa de una sucursal, en donde se gane participación de mercado, se incremente el número de clientes, se disminuya el tiempo de entrega de los pedidos y se optimice el nivel de ventas a nivel general, para llegar a ser líderes en el mercado automotriz.

Se realizara un análisis operativo, el cual permita crear una cadena de distribución óptima y así asegurar una rotación máxima de 120 días de los productos para la venta y comercialización de los mismos. También se realizara un estudio financiero para conocer la rentabilidad del proyecto con el objetivo de recuperar la inversión en un plazo de 2 años, a partir de estos análisis se tomará la decisión para el desarrollo de la sucursal

6. Misión y Visión

Misión:

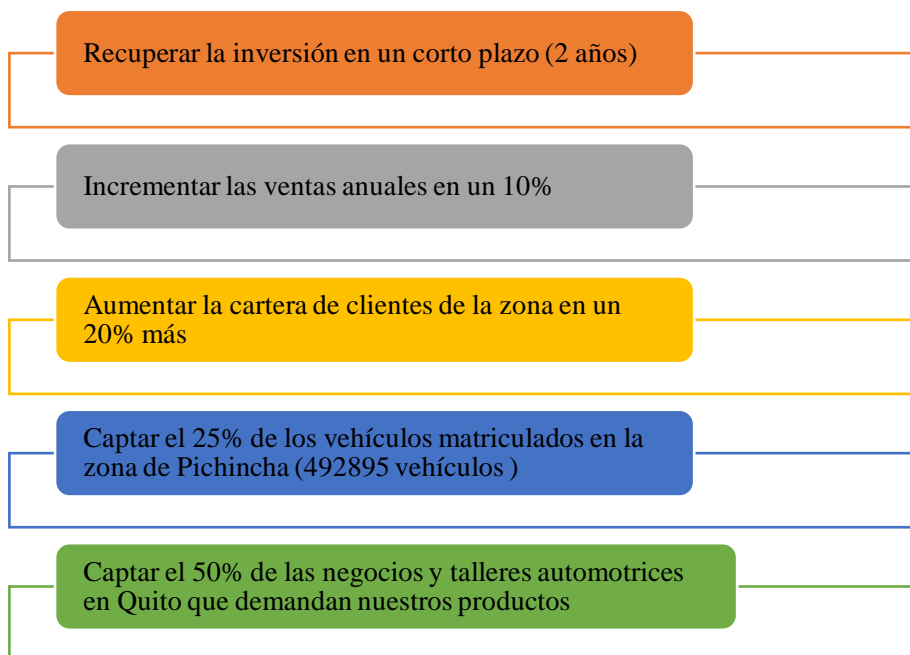
Prestar servicios integrales en el comercio al por mayor y menor de partes, piezas y accesorios de todo tipo de vehículos, con la capacidad del conocimiento del mercado de negocios al sector al cual pertenecemos, con la atención personalizada y un servicio altamente motivado.

Visión:

Ser una empresa competitiva, de experiencia reconocida por la garantía y provisión de una amplia variedad de productos, por el conocimiento del negocio correspondiente al sector de partes y accesorios de todo tipo de vehículos.

7. Metas

Tabla No1. Metas de la sucursal



Fuente. El autor

8. Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)

Distribuidora de Repuestos Guayaquil debe cumplir con requisitos tanto como para importar como para el funcionamiento comercial en la ciudad de Quito, por consiguiente estos son los permisos que deberá obtener:

- Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Obtener el Certificado digital para la firma electrónica y Autenticación para la Declaración Andina del Valor (DAV),
- Regístrese como importador ante la Aduana del Ecuador

- Permiso del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
- Permiso de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito
- Permiso del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
- Permiso del Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Permiso del Ministerio del Trabajo.
- Contrato de arrendamiento

9. Análisis de mercados

9.1 Mercado Objetivo.

Según (INEC, Anuario de Transporte , 2015) realizó un estudio, en donde se identificaron 492,895 autos matriculados en la zona de Pichincha; en donde el 31,8% son autos livianos, el 40.4% se los considera como Jeep y 21% como camionetas. Alrededor de todo el país el parque automotor mayormente posee vehículos de marca Chevrolet en un 28%.

De acuerdo a (INEC, 2012) para el censo realizado en el 2010 existen más de 10000 empresas las cuales se dedican a la actividad del comercio automotriz, el 70% de estos establecimientos son aquellos que ejecutan la reparación y/o mantenimiento de vehículos automotores, mientras que el 30% (3126 empresa a nivel nacional) son aquellos que se dedican a la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos.

Se pretende atraer un mercado netamente automotriz, es decir pequeños negocios o talleres automotrices que se encuentren en la zona centro - norte de Quito de distintas especializaciones; ya sean de frenos, bandas de distribución, marcas en específico tales como Hyundai, Chevrolet, Vitara, Mazda; que se vean interesados en la compra al por mayor de los repuestos automotrices para así lograr una mayor cobertura de la zona, como segundo objetivo atraer al consumidor final o usuario independiente que posee su vehículo de cualquier clase (automóvil, jeep, camioneta entre otros) a también comprar en nuestro almacén.

9.2 Análisis PESTAL (político, económico, social, tecnológico, ambiental)

Político

Para la situación política, estrategias tales como el aumento de los créditos de consumo que otorgo la banca privada para mediados del 2016, y la concesión de los \$50

millones a la importación de vehículos para el último trimestre del año, permitieron satisfacer la demanda del mercado (El Comercio, 2017).

El sector automotriz ha tenido varias reuniones con el gobierno actual con el fin de reducir las tasas de aranceles para las importaciones, mas no se ha llegado a ningún acuerdo hasta la actualidad, a pesar de no presentar cambios algunos en las leyes la industria ha presentado cierto crecimiento en la venta de repuestos automotrices.

Económico

En cuanto a la dimensión económica para el año 2017 entidades como el Fondo Monetario Internacional FMI y el Banco Mundial pronostican un declive o recesión de la economía ecuatoriana en aproximadamente (-1.6) +/- (-2.9) (Cámara de Comercio, 2017) .El sector automotriz se ha visto a afectado en gran medida sobre todo por las múltiples restricciones comerciales las cuales redujeron el PIB sectorial a un 0.7%. El nivel de importaciones de vehículos decrecieron en un 50% lo cual afecta a la venta de repuestos para vehículos del año (Banco Central, 2017).

Referente al pacto previamente firmando con la Unión Europea se prevé que el número de ventas de autos incremente en un 15% con el fin de que la industria se reactive, tomando en cuenta que se está dando realce a un sector en específico es decir autos europeos esto incrementara el porcentaje de ventas para el sector automotriz

Social

Para el ámbito social de acuerdo a cifras del INEC el país presenta una tasa de desempleo para junio del 2017 de 4.5%, la zona de Quito presenta un 9,1% (INEC, Reporte de Economía Laboral, 2017). Con la propuesta de la sucursal se ofrecerán plazas de trabajos y a su vez se los capacitará en áreas como ventas, liderazgo y mecánica para poder ofrecer una mejor atención a los clientes y de igual manera apoyar el desenvolvimiento social de la ciudadanía.

Tecnológico

La perspectiva tecnológica se la conoce como un factor determinante para la competitividad tanto de mercado como industrial, ya que provee una mayor exposición de las empresas hacia sus futuros clientes, el mercado automotriz recién está incursionando en temas como la digitalización, tecnologías de información y comercio electrónico. De acuerdo a (INEC, 2016), para el año 2014 el país genero más de \$500

millones de dólares en las múltiples transacciones electrónicas. La mayoría de las empresas ecuatorianas acceden a internet pero menos del 15% de estas empresas realizan movimientos a consecuencia de la inseguridad que el usuario posee.

Dentro del sector automotriz el aspecto tecnológico como objetivo de ventas radica en lo básico, en si en un software que lleve a cabo actividades administrativas y contables de la empresa, pero sobre la incursión en el comercio electrónico son muy pocas las empresas que se encuentran incursionando en ello. La sucursal se maneja bajo un sistema el cual permita ejecutar actividades tales como facturación, ventas, contabilidad, proveedores, etc. de una manera mucho más fácil también incursionara en las ventas en líneas para llegar a un mayor alcance de mercado

Ecológico

En la ámbito ecológico, gran parte de las empresas han adoptado medidas ambientales con el fin de aminorar la contaminación, para el sector del comercio un certificado ambiental o licencia ambiental son suficientes. De acuerdo a un estudio realizado por el INEC las empresas dedicadas al comercio representan un 16.6% de entidades que poseen permisos ambientales debido a que su actividad no involucra mayor daño al medio ambiente (INEC, 2015). Gran parte del sector automotriz (47,02%) ha optado por Certificaciones como el ISO 14001 el cual reconoce a empresas por su mínima cantidad de impacto hacia el medio ambiente. La empresa invertirá en permisos ambientales con el fin de contribuir con el medio ambiente

Legal

En el aspecto legal se reconoce la negociación que tuvo el país con la Unión Europea donde involucra al sector automotor con la desgravación arancelaria, empezaría con un arancel del 35% para luego de 10 años ir decreciendo linealmente hasta llegar a un arancel del 0% (Enríquez, 2016). Actualmente la cantidad de vehículos europeos importados son de marcas de lujo, mas con este acuerdo se prevé incrementar la variedad de marcas de esta manera incrementar el comercio que involucra a la industria

9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas.

Fortalezas

- La empresa posee de 20 años de trayectoria en la industria

- Cuenta con una cartera previa de clientes(Fidelidad del cliente)
- El 30% de los clientes son de la zona de la Sierra
- Recurso Humano Calificado y capacitado
- Ofrece Calidad y variedad de productos y marcas
- Optima Posición Financiera

Oportunidades

- Demando potencial en la zona para el crecimiento de la empresa
- Interés por parte de los clientes previos y de la nuevos talleres y empresa de la industria
- Implementar ventas on-line para mayor cobertura
- Posibles Alianzas con marcas reconocidas(talleres mecánicos)
- Crecimiento del parque automotor
- Acuerdo Comercial con la Unión Europea para el sector automotriz

Debilidades

- Los pedidos suelen demorar 2-3 días en llegar
- Pueden extraviarse o haber hurtos de los pedidos
- Falta de publicidad y estrategias de promoción
- Existe Poca cobertura de la zona
- Gasto que se pueda presentar en el arriendo

Amenazas

- Niveles alto en los aranceles en las importaciones
- Competencia Alta en la industria que poseen posicionamiento previo en la zona
- Posible crisis económica en el país
- Precios Competitivos por parte de la competencia

9.4 Análisis de las 4 Ps (Plaza, precio, producto, promoción)

Producto

El vehículo es reconocido hoy en día como un bien esencial para medio de transporte, durante la trayectoria de uso el mismo puede sufrir desperfectos y daños, por

ende se acude por repuestos automotrices ya sea a la concesionaria o a las múltiples distribuidoras de segunda. El negocio pretende ofrecer variedad y calidad de los productos, Brindando productos que presentan mayor demanda del mercado y satisfaciendo las necesidades de los mismos. En este caso de acuerdo al estudio mercado realizado, la línea de productos que ofrecerá la empresa consiste en:

Tabla No2. Listado de productos



• **Partes de Suspensión**



• **Partes eléctricas**



• **Sistema de freno**



• **Parte de la carrocería**



• **Accesorios**



• **Partes del motor**




Fuente. Autor

El stock de repuestos automotrices proviene de diferentes países, el 80% proviene de Japón, Corea y Taiwán; Sin embargo, el 20% restante procede de España, Perú, Brasil y Holanda. Se pretende ofrecer variedad de marcas tales como Chevrolet, Hyundai, Vitara, Mazda y Suzuki que presentan mayor demanda.

Precio

Los precios en el mercado presentan una alta variación, mas nuestro negocio optara por ofrecer precios cómodos y accesibles con descuentos únicos para los diferentes talleres y almacenes automotrices. A continuación la lista de productos según sus partes:

Tabla No3. Listado de productos con precios

		
Nro.	Partes de suspensión	P.V.P. (\$)
1	Terminales estabilizadores	13.55
2	Brazos de dirección	25.50
3	Espirales(S/I)	34.95
4	Amortiguadores(I/D)	65.20
5	Puntas de ejes	40.95
6	Guardapolvos(I/D)	5.00
7	Rulimanes de manzana(D/T)	15.20
8	Rotulas incorporadas a la mesa	27.89
9	Mesa de suspensión(I/D)	71.00
10	Terminales (I/D)	22.8
11	Bujes de mesa (D/T)	9.8
12	Implementos de mordaza	9.9
13	Retenedores de manzana(D/T)	6.00
Nro.	Partes de Motor	P.V.P. (\$)
1	Juego de empaque	61.58
2	Chaquetas de bancada	22.45
3	Juegos de rines	51.89

4	Juegos de pistones	75.45
5	Banda de distribución	25.46
6	Templador de la banda	20.84
7	Válvulas de admisión	7.23
8	Válvulas de escape	3.89
9	Bomba de agua	45.00
10	Filtro	7.20
11	Bases de motor	16.46
12	Discos de embrague	45.28
Nro.	Partes Eléctricas	P.V.P. (\$)
1	Alternadores	79.56
2	Motores de arranque	116.50
3	Cables de bujía	18.52
4	Bobinas	36.27
5	Switch de arranque	15.46
6	Switch de palanquita (direccional)	52.89
7	Trompos de stop	4.32
8	Trompos de retro	4.32
9	Trompos de temperatura	4.32
10	Sensores	54.65
11	Platinos	2.9
12	Condensos	2.98
13	Bujías	3.46
Nro.	Partes de Freno	P.V.P. (\$)
1	Cilindros maestros de freno	75.62
2	Cilindros de rueda	19.34
3	Pastillas de freno	14.99
4	Zapata de freno	32.78
5	Manguera de freno	9.45
6	Cañería de freno	24.78
Nro.	Partes de Carrocería	P.V.P. (\$)
1	Capot	120.00
2	Guardafangos	55.21

3	Guardachoque	78.65
4	Mascarilla	27.12
5	Faros	121.56
6	Gúías	44.62
Nro.	Accesorios	P.V.P. (\$)
1	Moquetas	20.23
2	Kit de emergencia	38.46
3	Llaves de rueda	9.80
4	Reflectivos	9.56
5	Luces led	40.21
6	Cobertores	59.45
7	Forros de volante	20.02
8	Luces interiores	28.95

Fuente. El Autor

Plaza

La plaza que la empresa ha optado en primer lugar es en la ciudad de Quito, específicamente en la zona norte dirección Av. Mariscal Sucre y Angamarca ver (Figura 1), donde el cliente tenga acceso directo y cómodo hasta nuestra localización.

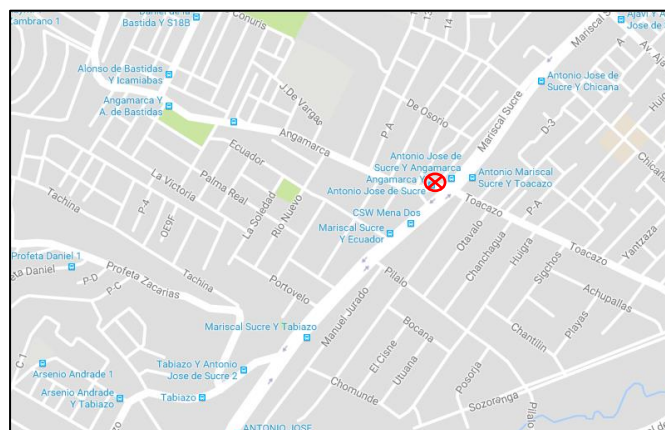


Figura No1. Mapa de Ubicación.

Fuente. Google Maps 2017

Se alquilara un edificio de 400m², en donde se ocupara 90 m² para adecuar las oficinas para los distintos departamentos y los 310 m² se usaran como bodega para acomodar toda la mercadería con perchas, teniendo aproximadamente alcance para unos 10,000 ítems de almacenaje.

Se optará por una estrategia de distribución directa en donde los clientes podrán disfrutar de sus pedidos durante el transcurso del día, con la ayuda de un camión el cual hará 2 jornadas diarias para repartir los pedidos que se facturen en el día y así cubrir totalmente la zona.

Promoción

La empresa optara por distintas estrategias publicitarias tanto gratuitas como pagadas, de modo que los clientes perciban a la empresa como una entidad solidaria y con el mismo compromiso y fidelidad que ha brindado a sus clientes a lo largo de sus 20 años de trayectoria. Se establecerán estrategias de marketing y publicidad tales como;

- Uso de medios masivos como la distribución de volantes de la nueva sucursal, publicidad boca a boca a través de la cartera de clientes y del asesor comercial. Por la llegada de nuevos clientes con los volantes se otorgara un 5% de descuento en su compra
- Incrementar las visitas a talleres mecánicos/automotrices para establecer alianzas estratégicas y de esta manera generar mayor cobertura en la industria.
- Optar por las Cuñas radiales o anuncios en revistas de la industria durante los primeros 6 meses para poder impulsar el negocio
- Campaña de publicidad en donde los clientes adquieran mayor conocimiento sobre el cuidado y manejo de los productos

9.5 Análisis de la demanda y oferta

Demanda

En la actualidad la industria automotriz ecuatoriana, presenta un aumento en las ventas de automóviles, sin embargo todas las medidas arancelarias y restricciones comerciales han generado que decrezca la venta de automóviles con respecto a 2 años atrás. Cabe recalcar que el sector de venta de repuestos automotrices depende directamente del número de vehículos matriculados en el Ecuador y de su antigüedad.

Según (INEC, Anuario de Transporte , 2015) el número de vehículos terrestres matriculados llego a 1'925.368 automóviles. Con respecto al 2014 la demanda del parque automotor creció en un 9.8%. (Ver Figura 2)

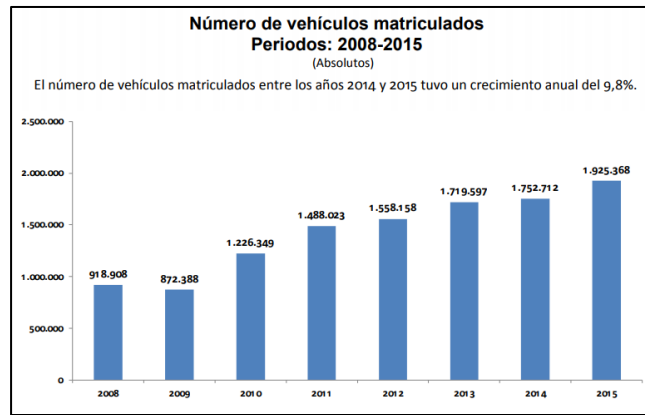


Figura No2. Número de vehículos matriculados 2008-2015

Fuente. Agencia nacional de Transito 2008-2015

El parque automotor ecuatoriano posee vehículos muy antiguos como se observa en la figura 3, los automóviles importados presentan altos precios de venta y la inestabilidad económica del país ha generado que el 59% de vehículos matriculados poseen un promedio de uso de 7-10 años de antigüedad (El Telégrafo, 2015). Lo cual beneficia en su totalidad al subsector de comercialización de partes automotrices ya que estos automóviles necesitaran cada vez más repuestos por la longevidad de uso y los usuarios con el fin de prolongar la vida útil de los automóviles, éstos tienden a invertir en repuestos genéricos por un costo menor.

Antigüedad del parque móvil ecuatoriano - Año 2014						
Antigüedad	Ecuador	%	Pichincha	%	Guayas	%
menos de 1 año	120.013	5%	49.702	7%	32.373	6%
de 1 a 5 años	659.964	30%	113.910	16%	166.381	30%
de 5 a 10 años	417.532	19%	266.560	37%	99.984	18%
de 10 a 15 años	211.827	10%	71.789	10%	36.939	7%
de 15 a 20 años	229.097	10%	60.966	8%	59.327	11%
mas de 20 años	547.602	25%	155.223	22%	159.656	29%
Total vehículos	2.186.035		718.150		554.660	

Figura No3. Antigüedad del parque móvil ecuatoriano

Fuente AEDE 2014

Según Romero (2016) muestra que la provincia de Pichincha presenta la mayor cantidad de vehículos matriculados con 492.568 en comparación al Guayas que presenta 362.857. El parque automotor para esta provincia presenta un acelerado crecimiento en donde se estima que para el año 2030 se contara con aproximadamente más de 1'000.000 de vehículos (Ver Figura 4).

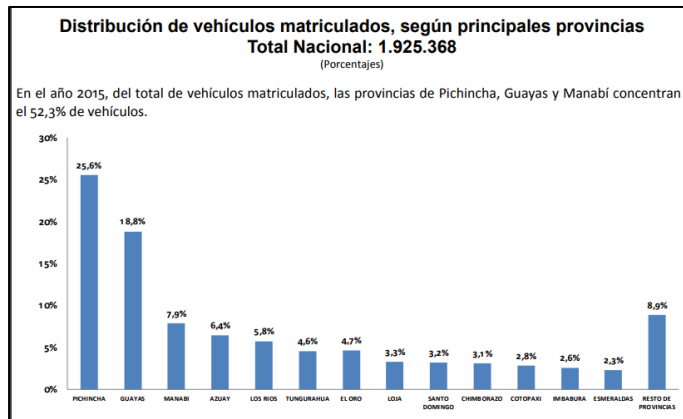


Figura No.4 Distribución de vehículos matriculados

Fuente. Agencia nacional de Transito 2015

La provincia de Pichincha demanda en un 40.4 % lo que son jeeps con respecto a las otras provincias, de igual manera presenta una alta demanda 31.8% en lo que son automóviles livianos (Ver Figura 5)

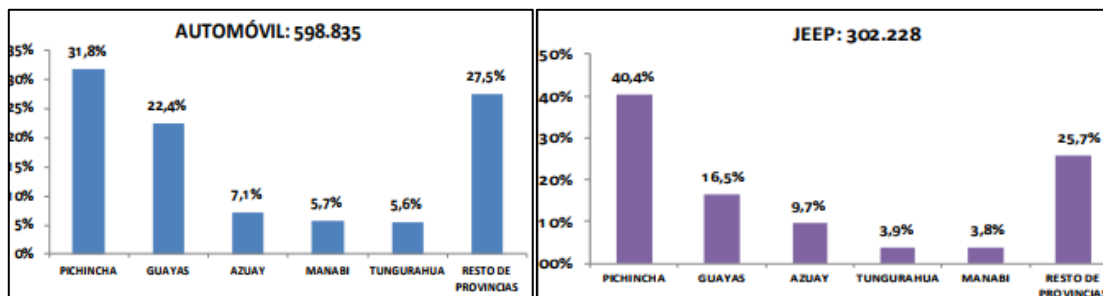


Figura No.5 Principales clases de vehículos matriculados por provincia

Fuente. Agencia nacional de Transito 2015

El parque automotor como se observa en la Figura No. 6 ha optado por marcas tanto americanas como japonesas en este caso Chevrolet, Kia, Hyundai y Mazda con 44.62%, 10.03%, 8.85% y 5.76% respectivamente. Referente a partes automotrices la población suele demandar con mayor frecuencia las partes de suspensión, partes eléctricas, de freno, de carrocería y accesorios.

Participación de ventas por marcas 2015 (%)	
Chevrolet	44,62
Kia	10,03
Hyundai	8,85
Nissan	5,76
Toyota	5,39
Mazda	5,01
Ford	3,81
Volkswagen	3,47
Great wall	2,15
Renault	1,80
Hino	1,63
JAC	1,09
Otras	6,39

Figura No.6 Participación de ventas por marcas 2014

Fuente. AEDE 2014

En conclusión el parque automotor presente una crecimiento exponencial lo cual implica una mayor demanda de repuestos de partes automotrices, en la actualidad existen más de 3000 empresas dedicadas a la venta de autopartes donde el 40% se encuentra localiza en la provincia de Pichincha y este sector pretende crecer en un 15% para los próximos años. Por ende, el plan de negocio procura satisfacer la demanda actual de talleres y almacenes automotrices que opten por la venta de marcas como Chevrolet, Kia y Hyundai en las partes previamente mencionadas.

Oferta

Según (Banco Central del Ecuador, 2017) el sector del comercio ha generado significantes aportes para la economía ecuatoriana para el 2015 generó el 10,4% del PIB ecuatoriano, de este porcentaje mayormente proviene las ventas que genera el sector automotriz ya sea por ventas de automóviles, mantenimiento y/o venta de autopartes y accesorios.

En todo caso, las compañías y talleres del sector automotriz en Quito presentan una alta demanda de repuestos automotrices, sobre todo por la cantidad de vehículos que el parque automotor presenta año a año. Claramente existen empresas consideradas como competencia como Jaroma, Promesa, Cojapan, entre otras, más la meta principal de la sucursal es ir tomando mercado a esta grandes empresas y satisfacer las verdaderas necesidades del consumidor con buenos precios y ofreciendo mercadería de calidad

La sucursal en la ciudad de Quito ofertará la venta de partes automotrices a los distintos talleres mecánicos y almacenes de repuestos automotrices. Con motivo de conocer el nivel de aceptación de la nueva sucursal en la ciudad de Quito, se elaboraran

encuestas con preguntas cerradas tanto a clientes que pertenecían ya a la empresa como a nuevos talleres/negocios automotrices. Para conocer el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula:

Formula

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + (k^2 * p * q)}$$

Donde;

n: ?

N: 3126 (40%) = 1250 empresas

K: 1,96

p: 0,5

q: 0,95

e: 10%

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,95 * 1250}{0,10^2 * (1250 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,95)}$$

n= 160 encuestas

Se tomó como población a las 3126 empresas dedicadas a la ventas de autopartes y talleres pero solo el 40% que se encuentran localizadas en el sector Quito. En conclusión se obtuvo una muestra de 160 encuestas a realizar a los diferentes talleres mecánicos y negocios automotrices de la ciudad de Quito.

Así mismo, se detallara la tabulación de los resultados obtenidos de la encuesta, para determinar la aceptación de la nueva sucursal.

Resultados de la encuesta

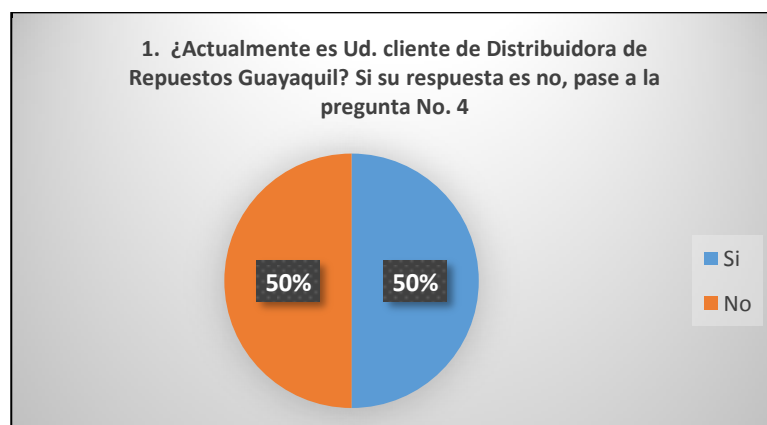


Figura No.7 Identificación del encuestado

Fuente. Autor

El 50% de los encuestados fueron clientes que se tenían de la ciudad de Quito y el otro 50% fueron clientes potenciales en este caso, talleres y negocios automotrices.

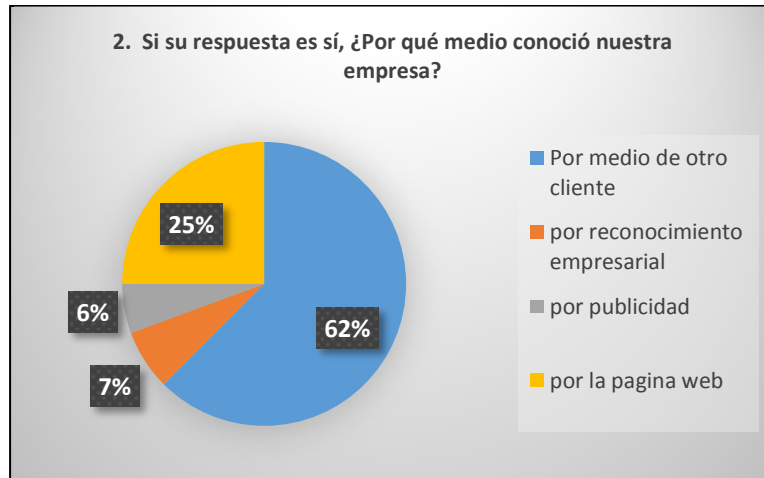


Figura No.8 Método en el que conoció a la empresa

Fuente. Autor

Para la pregunta 2, se investigó a los encuestados sobre el método por el cual ellos habían conocido a la empresa, la gran mayoría 62% dijo que fue por medio de otros clientes, el 25% a través de la página web, el 7% por reconocimiento empresarial y por último el 6% por medio de publicidad. En conclusión, gran parte de los encuestados conoció a la empresa por referencia de amigos o de la misma industria.

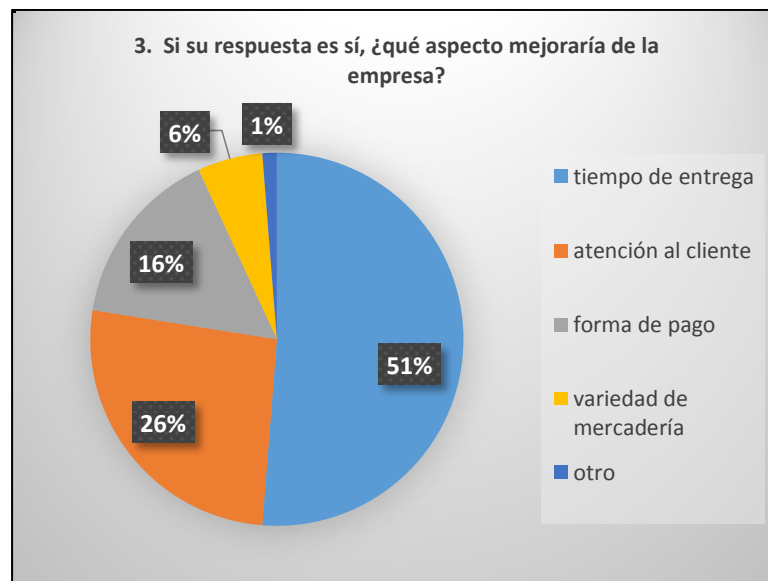


Figura No.9 Que aspecto mejoraría de la empresa

Fuente. Autor

El 51% de los encuestados mejoraría de la Distribuidora de Repuestos Guayaquil el tiempo de entrega de los pedidos, el 26% la atención del cliente, el 16% formas de pago, 6% variedad de la mercadería, el 1% otros aspectos como los precios de los productos. En sí, uno de los problemas más evidentes es la demora o llegada de los pedidos por ende con la sucursal se pretende entregar a domicilio todo en el mismo día donde el periodo de demora como máximo sea de 1 día

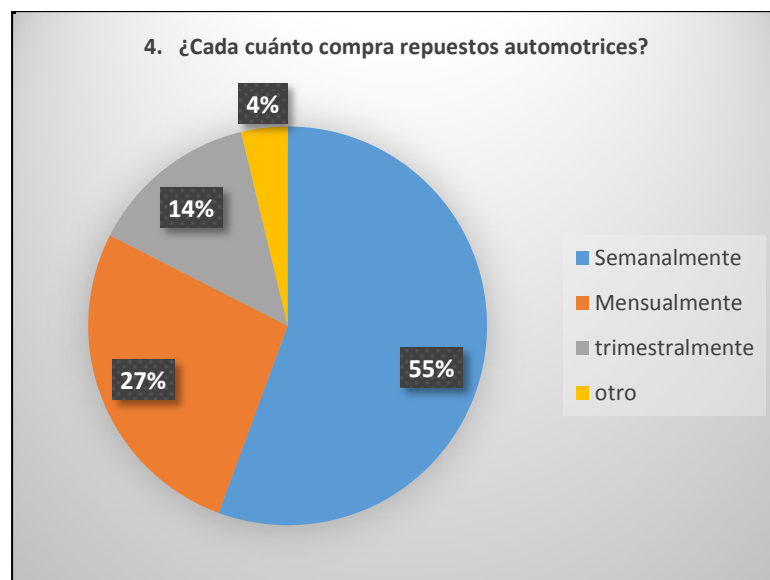


Figura No.10 Frecuencia con la que compra repuestos automotrices

Fuente. Autor

El 55% de los encuestados compra repuestos automotrices semanalmente, el 27% compra mensualmente, el 14% compra trimestralmente y el 4% compra solo cuando necesita. Es decir, la mayoría de los encuestados adquieren repuestos semanalmente por la misma actividad de sus negocios que demanda el producto día a día.

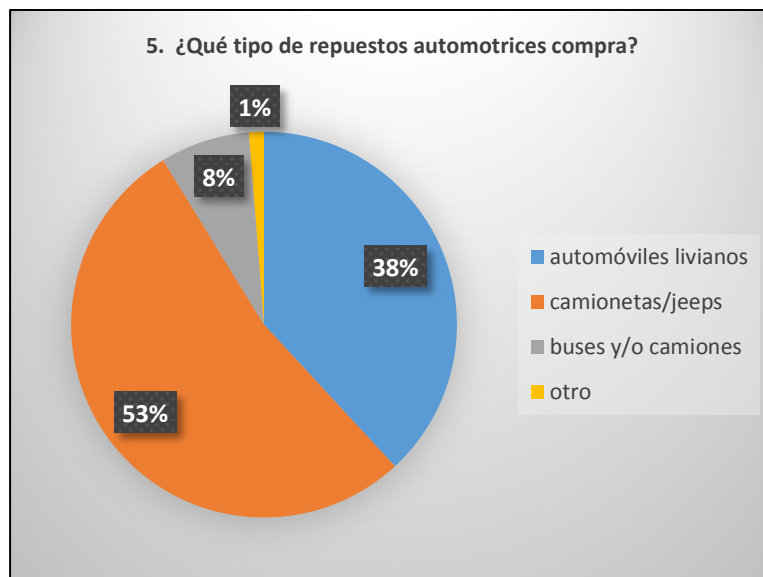


Figura No.11 Repuestos según tipo de vehículos

Fuente. Autor

El 53% de los encuestados optan por comprar repuestos para camionetas o jeeps, el 38% opta por los automóviles livianos, el 8% por buses y/o camiones y el 1% restante para motos. Es decir que estos talleres y negocios automotrices presentan mayor demanda por vehículos livianos y camionetas.

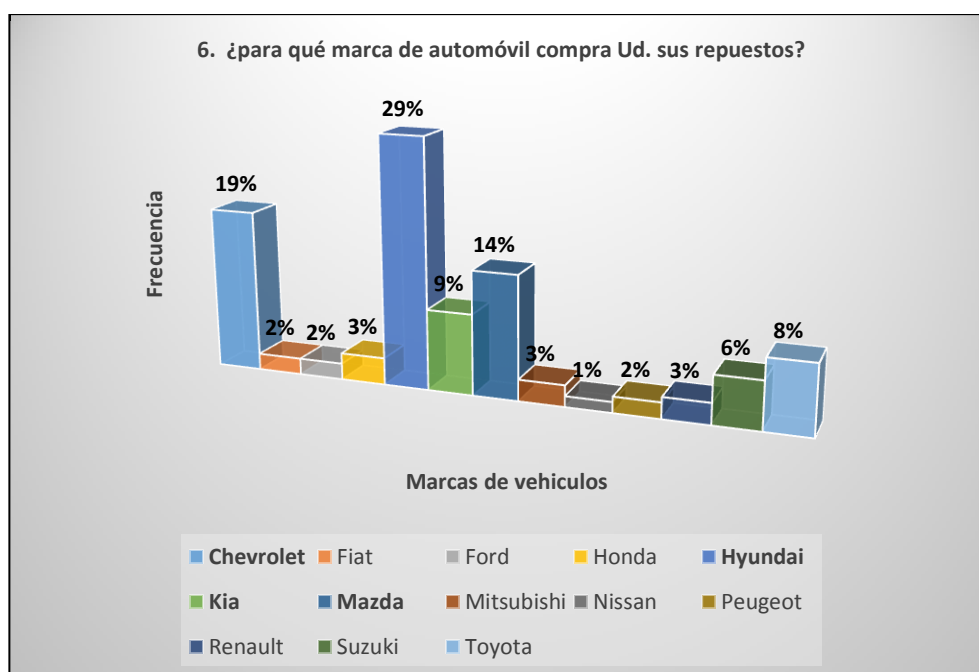


Figura No.11 Repuestos según marcas de vehículos que más compran

Fuente. Autor

Del total de los encuestados, el 29% de ellos optan por comprar repuestos para vehículos de marca Hyundai, 19% de ellos optan por Chevrolet, 14% de ellos compran

para el Mazda y 9% de ellos para el Kia. Estas marcas son las más apetecidas por la muestra en la ciudad de Quito, presentan una mayor rotación de inventario en repuestos.

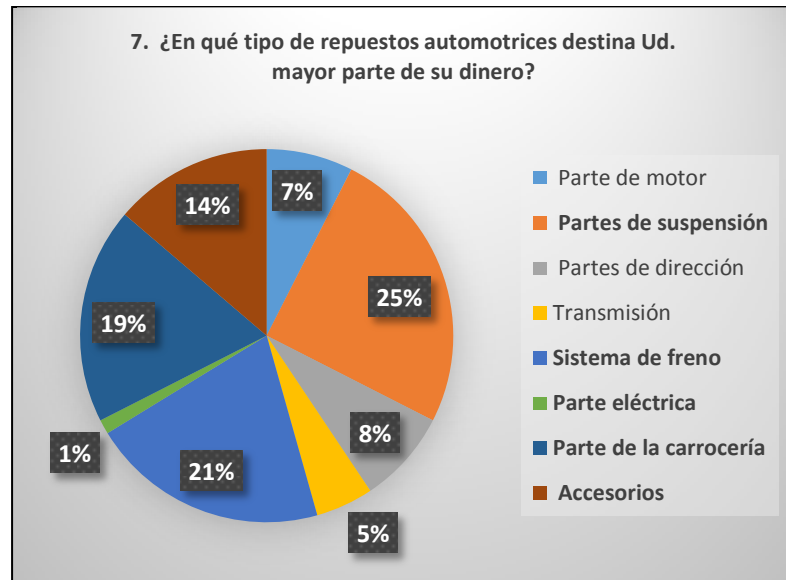


Figura No.12 Tipo de repuestos que más compran

Fuente. Autor

En la Figura No7. Se puede apreciar los tipos de partes que los encuestados prefieren comprar para sus negocios o aquellos repuestos que representan un número significativo de ventas para sus empresas en este caso, el 25% de ellos compran partes de suspensión, el 21% parte de freno, el 19% partes de carrocería, 14% opta por los accesorios y el 21% restante en diferentes partes como transmisión, partes de direcciones y de motor.

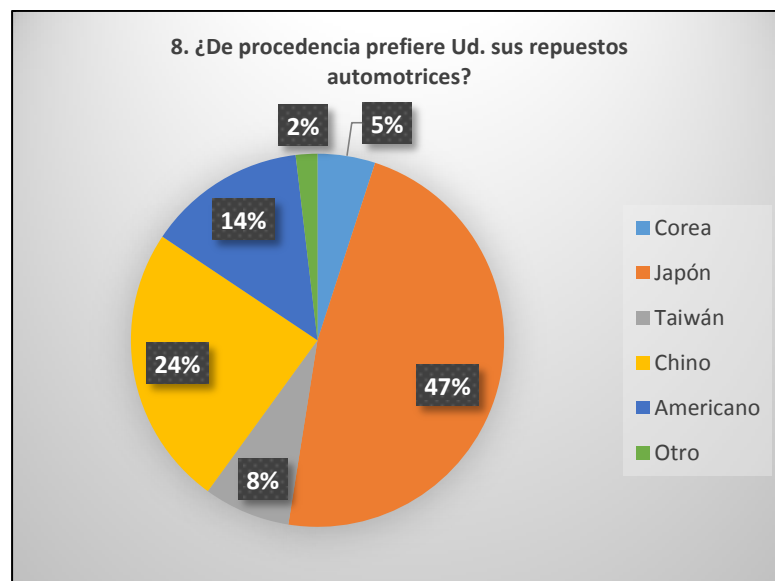


Figura No.13 Procedencia de los repuestos automotrices

Fuente. Autor

El 47% de los encuestados prefieren comprar repuestos japonés, 24% de ellos optan por repuestos chinos que ofrecen precios accesibles, el 14% prefieren marcas americanas por su calidad, el 8% mercadería taiwanesa, el 5% prefiere artículos procedentes de Corea y un 2% prefiere comprar repuestos de otros países como del Perú o Brasil.

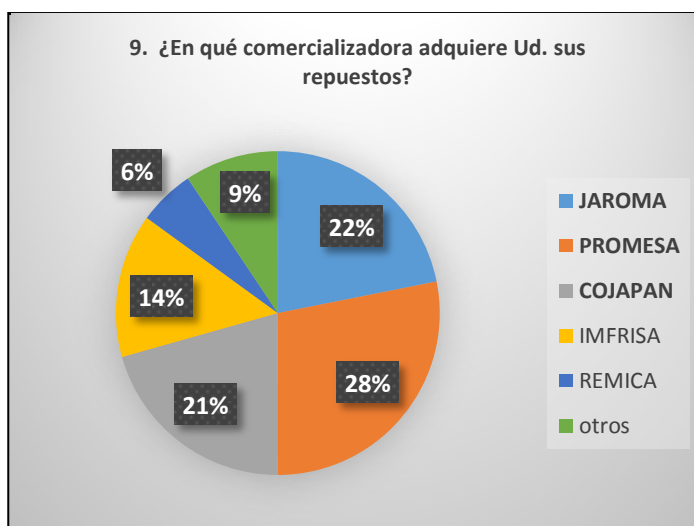


Figura No.15 En que comercializadora adquiere los repuestos

Fuente. Autor

El 28% de los encuestados han adquirido su mercadería con Promesa, el 22% con Jaroma y el 21% con Cojapan. Esas empresas son distribuidora de repuestos a nivel nacional que tienen más de 20 años en el mercado. La nueva sucursal pretende tomar parte de este mercado ofreciendo productos de calidad.

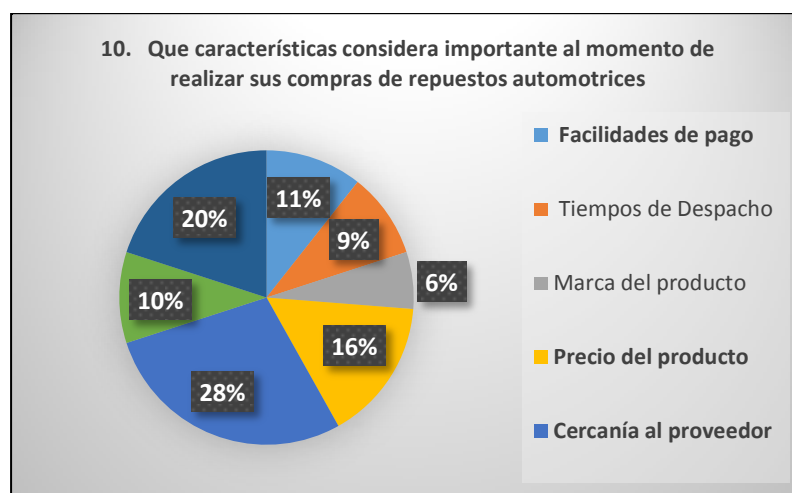


Figura No.16 Características importantes al momento de la compra

Fuente. Autor

Con respecto a las características que se toman en cuenta al momento de la compra el 28% de los talleres y negocios encuestados dijeron que prefieren la cercanía

al proveedor, el 20% prefiere las facilidades de pago, el 16% opta por los precios de los productos. Es decir que la sucursal optara por tener una localización estratégica cerca de estos talleres, a su vez ofrecerá facilidades de pago para los clientes asiduos y los precios de los productos serán competitivos con los del mercado

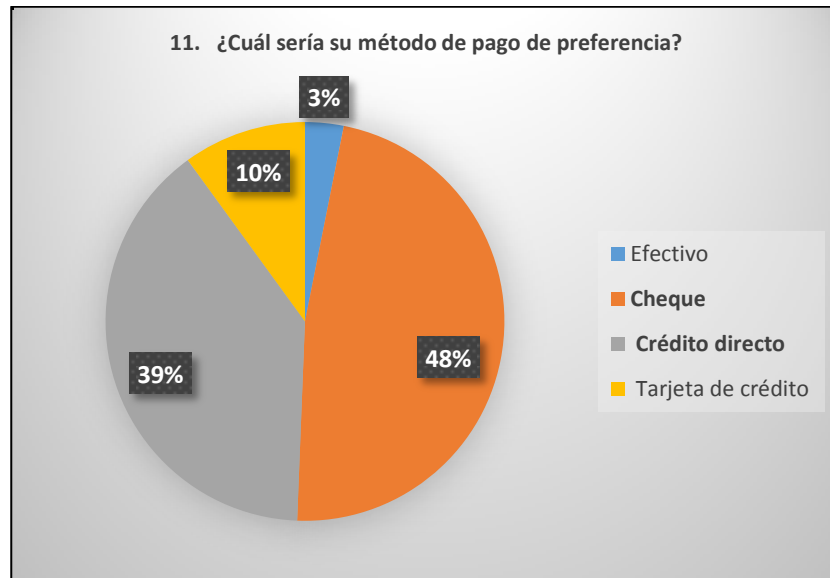


Figura No.17 Método de pago de preferencia

Fuente. Autor

En cuanto al método de pago de preferencia, el 48% de los encuestados prefieren cheque, el 39% optaron por el directo, el 10% considera la tarjeta de crédito como método de pago y tan solo el 3% en efectivo. La sucursal propondrá 2 opciones de pago mediante cheques y mediante créditos.

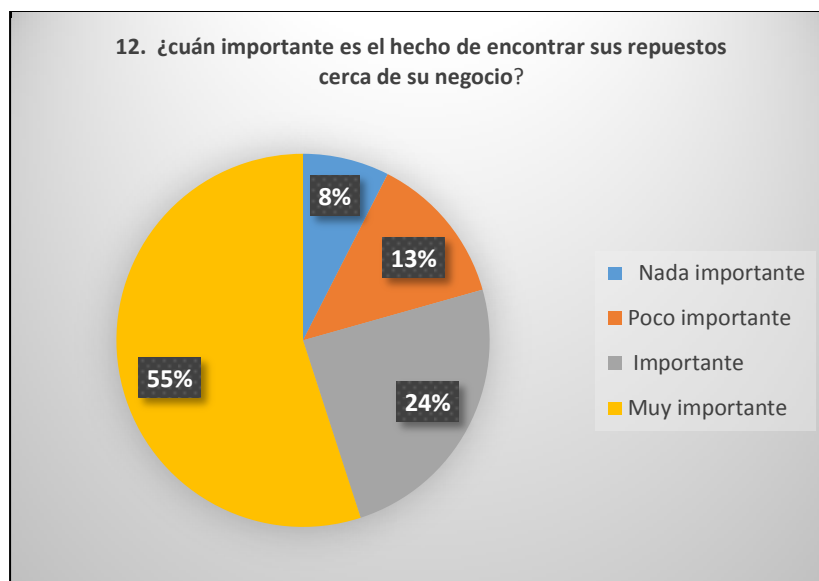


Figura No.18 Cercanía del proveedor con sus clientes

Fuente. Autor

EL 55% de los encuestados considera de suma importancia el hecho que la sucursal se encuentre cerca de sus talleres o negocios para que no afecte el tiempo de la llegada der mercadería sino que sea instantánea. EL 24% en cambio sí lo considera importante pero no como algo primordial porque hacen sus pedidos con días de anticipación el13% lo considera poco importante porque se surten de otras distribuidoras y el 8% no lo considera par nada importante



Figura No.19 Preferencia de servicios adicionales

Fuente. Autor

EL 48 % de los encuestados prefieren que la sucursal ofrezca entrega a domicilio con el objetivo de que su mercadería este ahí en el mismo día, el 22% prefiere que la sucursal saque promociones en ciertas marcas o productos para incentivar la compra ya que sería la sucursal nueva en el mercado y el 16% prefiere descuentos por monto de compra.



Figura No.20 Aceptación de la sucursal

Fuente. Autor

En cuanto a la aceptación de la sucursal el 70% de los encuestados dijeron que estarían dispuestos a comprar en esta nueva empresa, por su trayectoria en el mercado y por tener precios competitivos. Mientras que el 30% de ellos dijeron no estarían interesados.

La sucursal de la Distribuidora de Repuestos Guayaquil, a partir de la encuesta concluye que el 70% de los encuestados estarían dispuestos a invertir o comprar mercadería en la empresa. De las 1250 empresas dedicadas a la venta de autopartes en la ciudad de Quito, la nueva sucursal ofrecería sus productos al 70% de ellas, es decir 500 empresas.

9.6 Estrategia de diferenciación

La empresa contará con un grupo de asesores comerciales capacitado con los mejores conocimientos en mecánica automotriz y ventas. Para que de esta manera, los clientes sientan que al momento de entablar la compra lo estén realizando con personas preparadas que conocen los productos y pueden llegar a ayudarles a tomar mejores decisiones para sus negocios.

A los asesores comerciales se los capacitará mes a mes en distintos temas relaciones con las ventas, mecánica automotriz, liderazgo entre otros temas. Se ofrecerá entrega a domicilio en el mismo día o máximo en un periodo de entrega de un 1 día con los productos previamente embalados y bien presentados. También la empresa entablara alianzas estratégicas con ciertos talleres para de esta manera realzar la imagen de la empresa.

9.7 Acciones de promoción

- La empresa repartirá volantes de la nueva sucursal para que de esta manera los consumidores conozcan el nuevo proyecto
- Transmitir por medio del asesor comercial a los clientes potenciales sobre la nueva sucursal y los beneficios que podrán obtener
- Visitas personales a nuevos talleres mecánicos/automotrices para impulsar la campaña dándoles un descuento de bienvenida, a su vez realizar algún tipo de alianza estratégica para que ellos ofrezcan nuestros productos a cambio de publicidad
- Realizar cuñas radiales o anuncios en revistas de la industria y a través de la página web en donde se presentaran ofertas con productos en descuento

- Empezaremos una campaña para que los clientes aprendan o conozcan más sobre el cuidado de los productos

9.8 Canal de distribución

La empresa ofrece básicamente la distribución directa ya que se le vende a los pequeños distribuidores o talleres y ellos a su vez venden a los consumidores finales. La sucursal también pretende ofrecer sus productos a los consumidores finales es decir la venta al por menor porque se considera una condición más de ingreso para la empresa.

10 Análisis Operativo.

10.1 Localización y descripción de las instalaciones.

La sucursal “Distribuidora de Repuestos Guayaquil” se ubicará en la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito. En la zona norte de la ciudad exactamente en Av. Mariscal Sucre y Angamarca, una zona comercial y estratégica donde se encuentran localizados gran parte de los talleres y negocios de venta de autopartes. El lugar a alquilar sería de 400m² para utilizarlo de oficina y de bodega.

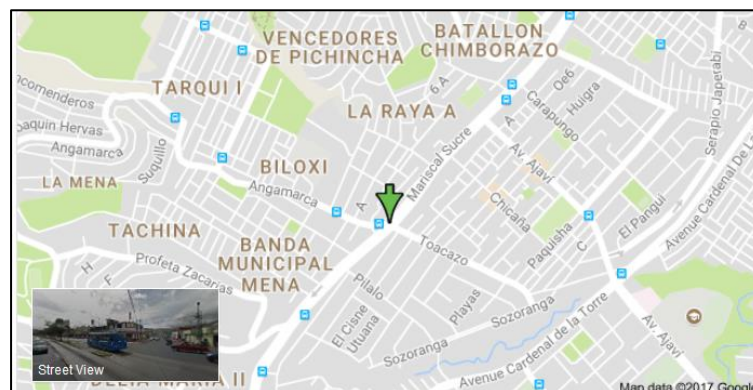


Figura No.21 Mapa de ubicación de la sucursal de la empresa

Fuente. Google Maps 2017

Se pretende utilizar 90 m² para oficinas como la del gerente, para el departamento administrativo, departamento de ventas, cobranzas y de contabilidad. Los 310 m² restante se los usará para almacenar la mercadería con las perchas respectivas para el peso y tamaño de los productos, de igual manera para el departamento de bodega/logística. A continuación el plano de la sucursal e imágenes de las bodegas (Ver figura No. 22 - 23)

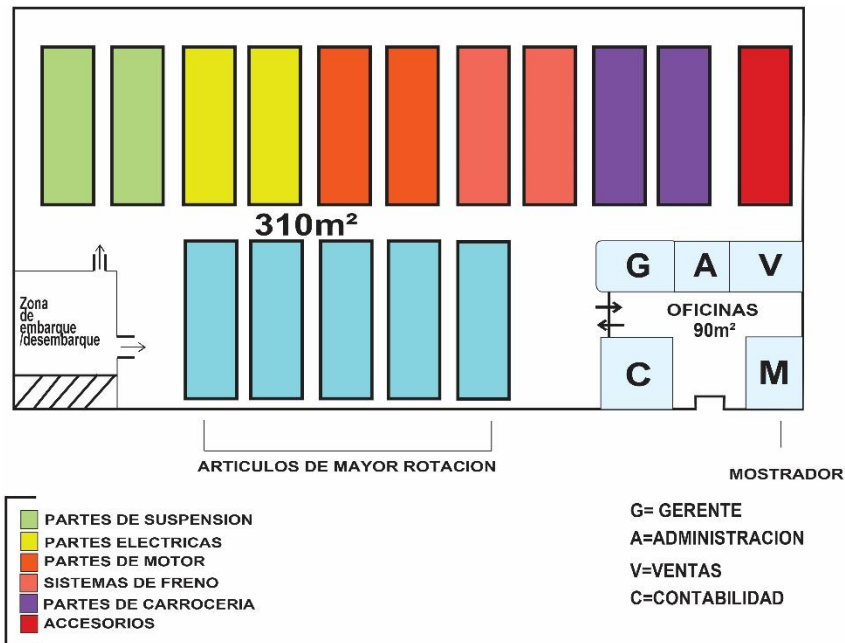


Figura No.22 Plano de la sucursal de la “Distribuidora de Repuestos Guayaquil”

Fuente. El Autor



Figura No.23 Bodegas de la “Distribuidora de Repuestos Guayaquil”

Fuente. El Autor

10.2 Método de producción y comercialización

Como se muestra en la figura 23. El método de comercialización de la sucursal empieza con la importación de la mercadería de Japón, China y/o Estados Unidos, una vez que la mercadería llega al Puerto de Guayaquil, pasa por el departamento de Aduana la SENA E para examinar los contenedores y para poder sacar la mercadería.

Dicho lo anterior, camiones de Inmaconsa, una empresa de logística, proceden a transportar la mercadería desde el puerto hacia Quito, en este caso la sucursal en Av. Mariscal Sucre y Angamarca, la mercadería se la empieza a perchar

de acuerdo a su tamaño, peso y parte para que sea más fácil de ubicarla al momento del despacho de pedidos.

Llegados a este punto, a partir de los asesores comerciales se procede a visitar a los diferentes talleres y negocios automotrices, para dar a conocer la nueva mercadería, de la misma manera se toman los pedidos y estos pasan al departamento administrativo para proceder al crédito y los descuentos respectivos de cada cliente.

En síntesis, el departamento de bodega empieza a despachar los pedidos, que se obtienen conforme los días, luego se procede a recopilar los mismos para realizar una ruta de entrega de pedidos de acuerdo a la ubicación geográfica y con el camión de la empresa se procede a realizar la entrega del pedido. Dependiendo de la cantidad de pedidos se realizar 1 o 2 jornadas de entrega de mercadería en el día.

10.3 Capacidad instalada

La bodega en sus 310 m² permite almacenar un total de 10,000 ítems, es decir en la locación habrán 20 perchas con un espacio entre sí de 0.5 metros. Cada percha tendrá 3 metros de largo y 2,5 metros de altura con una profundidad de 0.5 metros. Cada percha contará con cinco niveles y cada nivel tendrá de altura 0.5 metros, en las perchas se podrán almacenar alrededor de 500 ítems Cabe recalcar, que la ubicación de la mercadería en las perchas debe ser organizada de acuerdo al piso, número de percha, ubicación y lado. (Ver Figura 24)

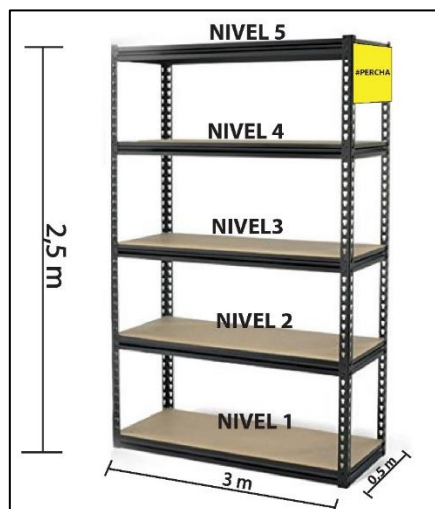


Figura No.25 Modelo de repisa

Fuente. El Autor

10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento)

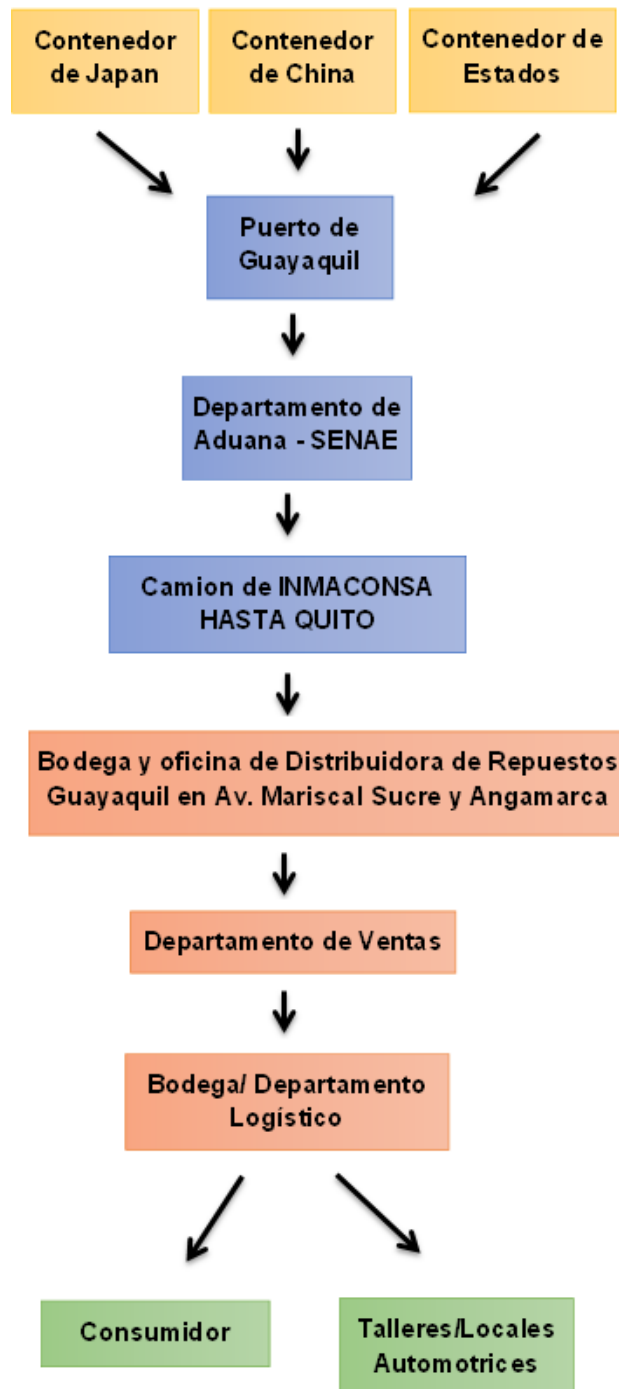


Figura No.24 Método de Comercialización de la distribuidora de Repuestos Guayaquil

Fuente. El Autor

10.5 Recursos Humanos

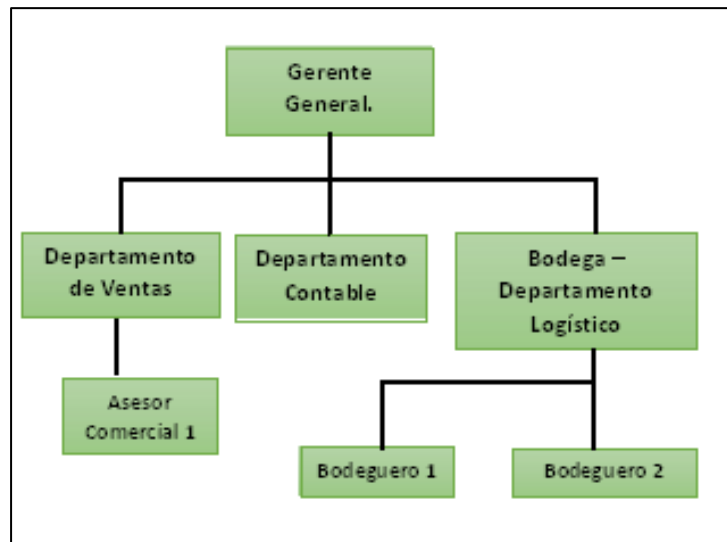


Figura No.25 Organigrama de la sucursal de la distribuidora de Repuestos Guayaquil

Fuente. El Autor

10.5.1 Descripción de cargos

Gerente general

- Representante legal de la sucursal en Quito
- Tomar decisiones fundamentales para la empresa
- Realiza reuniones mensuales con los diferentes departamentos para analizar la situación de cada uno
- Encargado del área de importaciones de mercadería
- Definir políticas, estrategias, objetivos y metas para cada departamento.
- Encargado del crédito de los clientes
- Analizar las solicitudes de crédito de nuevos clientes
- Realizar las cobranzas de pago de mercadería de los clientes que compren en la sucursal
- Analizar planes y proyectos financieros de la empresa

Departamento de Ventas

Gerente de ventas

- Encargado de elaborar las rutas
- Realizar reportes de ventas mensuales y anuales
- Capacitar a los vendedores en temas de ventas, cobranzas, liderazgo, etc.
- Realizar el proceso de facturación

- Tener en cuenta la satisfacción del cliente para un entrega optima y servicio post-venta
- Definir estrategias de marketing para la zona

Asesor Comercial

- Realizar la cobranzas de los clientes
- Retiro de devoluciones
- Entrega de nuevas listas a los clientes
- Tomas de Pedido a los clientes

Departamento Contable

- Realizar los asientos contables y estados financieros de la empresa
- Presentar reportes financieros al gerente general
- Comparar las proyecciones y rendimientos financieros de la empresa con año anteriores
- Realizar los roles de pago de empleados
- Tener al día pagos tributarios y legales de la sucursal

Departamento logístico

Jefe de bodega

- Controlar que cada trabajador maneje de forma correcta
- Recibe la mercadería y distribuye la misma
- Determina que bodeguero va a realizar alguna actividad
- Revisa las devoluciones y realiza un reporte de las mismas
- Elabora las guías de transporte
- Controlar el stock de mercadería

Bodegueros

- Tipifican y ordenan la mercadería
- Despachan los pedidos
- Uno de ellos se encarga de la entrega de los pedidos en el camión

11 Análisis Financiero.

11.1 Inversión Inicial y financiamiento

INVERSIÓN INICIAL		Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 29,854.80
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 500.00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 107,038.98
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 137,393.78

Elaborado por: El autor

La Sucursal de Distribuidor de repuestas Guayaquil necesita de \$ 137,393.78 como inversión inicial de los cuales \$ 34,348.45 es decir el 25% serán de capital propio y \$103,045.34 el 75% restante serán financiados mediante un préstamo con el Banco Pichincha

11.2 Estados de resultados proyectados a 5 años

DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS GUAYAQUIL

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 432.000,00	\$ 449.193,60	\$ 467.071,51	\$ 485.660,95	\$ 504.990,26
(-) Costo de Venta		\$ (220.629,60)	\$ (229.433,52)	\$ (238.588,74)	\$ (248.109,29)	\$ (258.009,74)
(=) Utilidad Bruta		\$ 211.370,40	\$ 219.760,08	\$ 228.482,77	\$ 237.551,66	\$ 246.980,52
(-) Gastos Administrativos		\$ (61.894,25)	\$ (61.552,12)	\$ (61.710,43)	\$ (61.869,19)	\$ (62.028,39)
(-) Gastos Ventas		\$ (47.465,05)	\$ (47.597,96)	\$ (47.731,23)	\$ (47.864,88)	\$ (47.988,73)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 102.011,10	\$ 110.610,01	\$ 119.041,10	\$ 127.817,60	\$ 136.963,39
(-) Gastos Financieros		\$ (35.185,63)	\$ (31.380,19)	\$ (25.981,34)	\$ (18.321,91)	\$ (7.455,35)
(=) UAIT		\$ 66.825,47	\$ 79.229,82	\$ 93.059,76	\$ 109.495,68	\$ 129.508,04
(-) Participación Trabajadores	15%	(10.023,82)	(11.884,47)	(13.958,96)	(16.424,35)	(19.426,21)
(-) Impuesto a la Renta	22%	(12.496,36)	(14.815,98)	(17.402,17)	(20.475,69)	(24.218,00)
UTILIDAD NETA		\$ 44.305,29	\$ 52.529,37	\$ 61.698,62	\$ 72.595,64	\$ 85.863,83

Elaborado por: El autor

De acuerdo al estado resultado proyectado a 5 años, se muestra que la utilidad neta en el primer año será de \$44305.29 y para el último año será de \$85863.83 es decir un en el primer se obtendrá el 11% de utilidad con respecto a las ventas. Las ventas para el primer año serán un 20% más que las ventas históricas y se proyecta que se incrementaran en 3.8% año a año de acuerdo al sector de importaciones.

11.3 Flujo de caja proyectado a 5 años

DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS GUAYAQUIL

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (29.854,80)					
UAIT		\$ 66.825,47	\$ 79.229,82	\$ 93.059,76	\$ 109.495,68	\$ 129.508,04
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (10.023,82)	\$ (11.884,47)	\$ (13.958,96)	\$ (16.424,35)
Pago de IR		\$ -	\$ (12.496,36)	\$ (14.815,98)	\$ (17.402,17)	\$ (20.475,69)
EFFECTIVO NETO		\$ 66.825,47	\$ 56.709,64	\$ 66.359,31	\$ 78.134,54	\$ 92.608,00
(+) Deprec. Act Fijos bodega		\$ 276,38	\$ 276,38	\$ 276,38	\$ 276,38	\$ 276,38
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 4.411,99	\$ 4.411,99	\$ 4.411,99	\$ 4.411,99	\$ 4.411,99
(+) Aporte Accionistas	\$ 34.348,45	0	0	0	0	0
(+/-) Préstamo concedido	\$ 103.045,34	\$ (9.088,33)	\$ (12.893,76)	\$ (18.292,61)	\$ (25.952,04)	\$ (36.818,60)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 107.538,98	\$ 62.425,52	\$ 48.504,25	\$ 52.755,07	\$ 56.870,88	\$ 60.477,77
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 107.538,98	\$ 169.964,50	\$ 218.468,75	\$ 271.223,82	\$ 328.094,70
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 107.538,98	\$ 169.964,50	\$ 218.468,75	\$ 271.223,82	\$ 328.094,70	\$ 388.572,47

Elaborado por: El autor

El flujo de caja proyectó cantidades positivas a lo largo de 5 años, obteniendo en el año 1 un valor de \$ 107,538.98 y para el año 5 una cantidad de \$388,572.47 luego de haber pagado a los trabajadores y de haber terminado el préstamo

11.4 Análisis del punto de equilibrio

DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS GUAYAQUIL

CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS	
Deprec. Planta/año	\$ 276.38
Sueldos y Salarios / año	\$ 35,382.26
Serv. Básicos / año	\$ 3,000.00
Arriendo de local/año	\$ 14,400.00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 4,411.99
Suministros de oficina/año	\$ 1,440.00
Internet y Celular	\$ 720.00
Permisos / año	\$ 600.00
Gastos Pre-operacionales	\$ 500.00
Gastos financieros	\$ 35,185.63
COSTO FIJO TOTAL	\$ 95,916.26

COSTOS VARIABLES	
Costos Importacion	\$ 220,629.60
TOTAL	\$ 220,629.60

P.E \$ 196,034.18

Elaborado por: El autor

En este caso se realizó un punto de equilibrio no en unidades, sino por ventas (Valor Dólares) que el negocio debería realizar para cumplir con todas sus obligaciones. En este caso la sucursal presenta un Punto de Equilibrio de \$ 196,034.18

11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS GUAYAQUIL

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (137.393,78)					
UAIT	\$	66.825,47	\$ 79.229,82	\$ 93.059,76	\$ 109.495,68	\$ 129.508,04
Pago Part. Trab.	\$	-	\$ (10.023,82)	\$ (11.884,47)	\$ (13.958,96)	\$ (16.424,35)
Pago de IR	\$	-	\$ (12.496,36)	\$ (14.815,98)	\$ (17.402,17)	\$ (20.475,69)
EFFECTIVO NETO		\$ 66.825,47	\$ 56.709,64	\$ 66.359,31	\$ 78.134,54	\$ 92.608,00
(+) Deprec. Área Prod.	\$	276,38	\$ 276,38	\$ 276,38	\$ 276,38	\$ 276,38
(+) Deprec. Área Adm.	\$	4.411,99	\$ 4.411,99	\$ 4.411,99	\$ 4.411,99	\$ 4.411,99
(+) Aporte Accionistas	\$ 34.348,45					
(+) Préstamo concedido	\$	(9.088,33)	\$ (12.893,76)	\$ (18.292,61)	\$ (25.952,04)	\$ (36.818,60)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (103.045,34)	\$ 62.425,52	\$ 48.504,25	\$ 52.755,07	\$ 56.870,88	\$ 60.477,77

TIR	46,66%
VAN	\$64.919,80
Pay Back	1,85 años

Elaborado por: El autor

Para la sucursal el proyecto presenta una TIR de 46,66% es decir que el proyecto es rentable y la tasa es mayor a la tasa del préstamo solicitado 11.89% en el Bco. Pichincha. EL VAN es de \$64,919.8 es decir que el proyecto demuestra una vez más que es rentable. De acuerdo al retorno de la inversión se conoce que se lo recuperara en 1.85 años, lo cual cumple la meta que se propuso la sucursal que sea en máximo 2 años.

11.6 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)

DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS GUAYAQUIL

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VARIACIÓN
INVERSIÓN TOTAL	\$ (137,393.78)						
VENTAS	\$	410,400.00	\$ 426,733.92	\$ 443,717.93	\$ 461,377.90	\$ 479,740.74	-5% ?
(-) Costo de Venta	\$	(220,629.60)	\$ (229,433.52)	\$ (238,588.74)	\$ (248,109.29)	\$ (258,009.74)	0% ?
(=) Utilidad Bruta	\$	189,770.40	\$ 197,300.40	\$ 205,129.19	\$ 213,268.62	\$ 221,731.00	
(-) Gastos Administrativos	\$	(61,894.25)	\$ (61,552.12)	\$ (61,710.43)	\$ (61,869.19)	\$ (62,028.39)	
(-) Gasto de Venta	\$	(47,465.05)	\$ (47,597.96)	\$ (47,731.23)	\$ (47,864.88)	\$ (47,988.73)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$	80,411.10	\$ 88,150.33	\$ 95,687.53	\$ 103,534.55	\$ 111,713.88	
(-) Gastos Financieros	\$	(35,185.63)	\$ (31,380.19)	\$ (25,981.34)	\$ (18,321.91)	\$ (7,455.35)	
(=) UAIT	\$	45,225.47	\$ 56,770.14	\$ 69,706.18	\$ 85,212.64	\$ 104,258.53	
Pago Part. Trab.	\$	-	\$ (6,783.82)	\$ (8,515.52)	\$ (10,455.93)	\$ (12,781.90)	
Pago de IR	\$	-	\$ (8,457.16)	\$ (10,616.02)	\$ (13,035.06)	\$ (15,934.76)	
EFFECTIVO NETO	\$	45,225.47	\$ 41,529.16	\$ 50,574.65	\$ 61,721.65	\$ 75,541.87	
(+) Deprec. Área Prod.	\$	276.38	\$ 276.38	\$ 276.38	\$ 276.38	\$ 276.38	
(+) Deprec. Área Adm.	\$	4,411.99	\$ 4,411.99	\$ 4,411.99	\$ 4,411.99	\$ 4,411.99	
(+) Aporte Accionistas	\$ 34,348.45						
(+) Préstamo concedido	\$	(9,088.33)	\$ (12,893.76)	\$ (18,292.61)	\$ (25,952.04)	\$ (36,818.60)	
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (103,045.34)	\$ 40,825.52	\$ 33,323.77	\$ 36,970.41	\$ 40,457.99	\$ 43,411.64	
	\$ (103,045.34)	\$ (62,219.82)	\$ (28,896.05)	\$ 8,074.36	\$ 48,532.34	\$ 91,943.99	

TIR	25.31%
VAN	\$ (16,432.15)
Pay Back	2.78 años

Elaborado por: El autor

En este caso la empresa presenta dos escenarios uno pesimista. Es decir en el escenario pesimista el proyecto aguantaría un hasta -5% para que se considere aun

rentable, presentando un TIR de 25.31% recuperando la inversión en 2.78 años y el VAN de \$7,770.86

12 Viabilidad Del Proyecto (conclusiones)

El presente proyecto demuestra su rentabilidad sin lugar a duda, Quito ofrece altas oportunidades para el sector automotor por la amplia demanda que muestra el mercado. La matriz ofrece sus productos al sector de Quito pero con la sucursal pretende arreglar problemas existentes ofreciendo un envío inmediato de mercadería, aumentará el nivel de ventas y cobros, planificación correcta de la zona. La empresa presenta un nivel de aceptación del 70% es decir que el parque automotor en la ciudad de Quito está dispuesto a trabajar con nosotros por la calidad, variedad y precios económicos que se ofrecen.

La demanda del sector es creciente y competitiva, se ofrecerá productos al 50 % de la demanda es decir a 625 empresas + 56 talleres. En el análisis financiero que se proyecta a 5 años de la sucursal, muestra que es una empresa totalmente rentable con Utilidades netas positivas, tan solo en el primer año un valor de \$48,852.88. El proyecto recuperará su inversión en 1.63 años con una TIR 54.19% mucho mayor a lo que se requiere para la inversión inicial. El VAN de \$ 82,556.72 el cual enfoca la efectividad del proyecto.

Para que la empresa logre mantenerse en el mercado, se llegó a un punto de equilibrio en base a las ventas de \$194,945.53, es decir un 45% de lo que se ha proyectado vender en el primer año. La sucursal con hecho demuestra que es rentable solvente en este mercado antes los diferentes gastos y costos que incurren en el mismo medio.

13 Bibliografía

Bibliografía

- Augusto Espinosa, A. (2015). *Estadística Educativa, Reporte de indicadores*. Quito: Ministerio de Educación.
- Auto Magazine EC. (2017). Mercado automotriz ecuatoriano cerraría 2017 con 74.000 unidades. *Auto Magazine EC*.
- Baldeón, G. (2017). *Sector Automotor en cifras*. Quito: AEADE.
- Banco Central. (2017). Industria Automotriz: cupos y salvaguardias. *Ekos*.

Banco Central del Ecuador. (2017). *Cifras económicas del Ecuador*. Quito.

Banco Mundial. (11 de Abril de 2017). *El Banco Mundial en Ecuador*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>

Cámara de Comercio. (2017). *Informe de Posición Estratégica 184 PIB 2016 y Proyecciones 2017*. Guayaquil: Cámara de Comercio GYE.

CINAE. (2017). *Mercado de vehículos livianos y comerciales*. Quito: CINAE.

Ecuador, B. C. (2015). Las Industrias en el Ecuador. *Ekos Negocios*, 48.

El Comercio. (26 de enero de 2017). El sector automotor ecuatoriano prevé una leve recuperación en 2017. *El Comercio*.

El Comercio. (24 de marzo de 2017). El sector automotor venderá entre 72 000 y 74 000 vehículos el 2017. *El Comercio*.

El Telégrafo. (08 de agosto de 2015). El parque automotor crece más que la población. *El Telégrafo*.

El Telégrafo. (18 de abril de 2017). Recuento de votos ratifica la victoria de Lenín Moreno en balotaje en Ecuador. *El Telégrafo*.

Enríquez, C. (2016). Autos europeos pagarían menos arancel. *El Comercio*.

INEC. (2012). *Análisis sectorial: Guayas y Pichincha lideran el mercado*. Guayaquil: Infoeconomía.

INEC. (2015). *Anuario de Transporte*. Quito.

INEC. (2015). *Información ambiental económica en empresa*. Quito: INEC.

INEC. (2016). *El 17,1% de las empresas realizan comercio electrónico en Ecuador*. Quito: INEC.

INEC. (2017). *Reporte de Economía Laboral*. Quito: Ecuador en cifras.

Mendoza Bravo, E. (18 de 07 de 2017). Gerente de la compañía. (A. Mendoza, Entrevistador)

Montoya Ramírez, C. (2011). *DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS GUAYAQUIL*. Obtenido de <http://drg.com.ec/index.html>

Narváez, F. (2017). Izquierda contra izquierda. *Izquierda punto info*.

PRO ECUADOR. (2017). *Análisis sectorial automotriz 2017*. Quito.

Romero, D. (2016). De 488 mil vehículos, 400 mil se matricularon en el 2016 en Quito. *Ekos Negocios*, 5.

Transparencia Internacional . (25 de enero de 2017). El ranking de los países más y menos corruptos del mundo. *El Comercio*.

14. Anexos

Distribuidora de Repuestos Guayaquil **Encuesta con el fin de conocer el mercado automotriz en la zona de** **Quito**

Encierra en un círculo su respuesta

- 1. ¿Actualmente es Ud. Cliente de Distribuidora de Repuestos Guayaquil? Si su respuesta es no, pase a la pregunta No. 4**
 - a. Sí
 - b. No.
- 2. Si su respuesta es sí, ¿Por qué medio conoció nuestra empresa?**
 - a. Por medio de otro cliente
 - b. Por reconocimiento empresarial
 - c. Por publicidad
 - d. Por medio de la página web
 - e. Otro_____
- 3. Si su respuesta es sí, ¿qué aspecto mejoraría de la empresa?**
 - a. Tiempo de entrega
 - b. Atención al clientes
 - c. Formas de pago
 - d. Variedad de la mercadería
 - e. Otro_____
- 4. ¿Cada cuánto compra repuestos automotrices?**
 - a. Semanalmente
 - b. Mensualmente
 - c. Trimestralmente
 - d. Otro:
- 5. ¿Qué tipo de repuestos automotrices compra?**
 - a. Para automóviles livianos
 - b. Camionetas / jeeps
 - c. Para buses y/o camiones
 - d. Otros:
- 6. ¿para qué marca de automóvil compra Ud. Sus repuestos?**
 - a. Chevrolet
 - b. Fiat
 - c. Ford
 - d. Honda
 - e. Hyundai

- f. Kia
- g. Mazda
- h. Mitsubishi
- i. Nissan
- j. Peugeot
- k. Renault
- l. Toyota

7. ¿En qué tipo de repuestos automotrices destina Ud. Mayor parte de su dinero?

- a. Parte de motor
- b. Partes de suspensión
- c. Partes de dirección
- d. Transmisión
- e. Sistema de freno
- f. Parte eléctrica
- g. Parte de la carrocería
- h. Accesorios
- i. Otros: _____

8. ¿De qué procedencia prefiere Ud. Sus repuestos?

- a. Corea
- b. Japón
- c. Taiwán
- d. China
- e. América
- f. Otro

9. ¿En qué comercializadora adquiere Ud. Sus repuestos?

- a. Promesa
- b. Cojapan
- c. Imfrisa
- d. Jaroma
- e. Remica
- f. Otros

10. ¿Qué características considera importante al momento de realizar sus compras de repuestos automotrices?

- a. Facilidades de pago
- b. Tiempos de Despacho
- c. Marca del producto
- d. Precio del producto
- e. Cercanía al proveedor
- f. Calidad del producto
- g. Descuentos por pedidos periódico

11. ¿Cuál sería su método de pago de preferencia?

- a. Efectivo
- b. Cheque
- c. Crédito directo
- d. Tarjeta de crédito

12. ¿Cuán importante es el hecho de encontrar sus repuestos cerca de su negocio?

- a. Nada importante

- b. Poco importante
- c. Importante
- d. Muy importante

13. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le ofrezca la Distribuidora de Repuestos Guayaquil?

- a. Descuentos
- b. Créditos
- c. Promoción
- d. Entrega a domicilio
- e. Asesoría técnica